BAB III

STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1 Strategi Perancangan

Strategi perancangan merupakan langkah yang sangat di perlukan untuk mendukung dan menciptakan alur yang jelas dalam pengaplikasian sebuah konsep, tujuan dari strategi perancangan media promosi ini adalah terciptanya sebuah komunikasi yang dapat mempengaruhi seseorang. Strategi yang di gunakan dalam perancangan media adalah strategi komunikasi dan strategi kreatif.

III.1.1 Pendekatan Komunikasi

Komunikasi adalah suatu interaksi yang terjalin karena adanya suatu kesamaan pandangan antara komunikan dan komunikator. Komunikasi menjadi salah satu faktor yang sangat penting terhadap berhasil atau tidaknya sebuah promosi, karena ini merupakan langkah awal dari sebuah interaksi yang bertujuan untuk menyampaikan pesan atau informasi baik secara visual maupun verbal yang dapat mempengaruhi sikap, cara pandang, maupun perbuatan atau cara mengambil keputusan dari seseorang. Pendekatan komunikasi yang akan disampaikan kepada masyarakat berhubungan dengan promosi Ranca Upas adalah meliputi keindahan alam Ranca Upas, sebagai objek wisata keluarga dan berbagai macam wahana baru yang pasti sangat menarik, dan disampaikan dengan visualisasi yang unik dan mewakili karakter dari flora dan fauna yang terdapat di Ranca Upas.

Hal tersebut dikomunikasikan kedalam sebuah media visual desain yang menarik sehingga dapat dipahami dengan cepat oleh target *audience*, sehingga promosi tersebut memiliki citra yang kuat dan melekat di masyarakat atau konsumen.

- Komunikasi Visual

  Biasanya pendekatan ini menjadi pilihan yang sangat sering di gunakan oleh para pengelola objek wisata selain karena mudah untuk di pahami dalam waktu yang singkat oleh calon wisatawan, pendekatan ini pun secara tidak langsung dapat memainkan emosi dari target promosi sehingga dapat merubah sikap dan penilaian terhadap promosi yang di lakukan.

- Komunikasi Verbal

  Biasanya pendekatan ini di sampaikan melalui ucapan saja sehingga target promosi tidak bisa melihat keadaan atau kondisi saat ini dari objek wisata yang di promosikan. Namun keuntungannya calon wisatawan dapat lebih luas berimajinasi sehingga menimbulkan kesan penasaran yang tinggi dan berpengaruh terhadap keinginan untuk berkunjung.

Strategi perancangan yang akan dilakukan dari beberapa pemecahan masalah dari Wanawisata Ranca Upas adalah perlunya sebuah promosi yang menarik dan menghibur kepada target *audience* atau calon pengunjung, sebagai pemecahan masalah tersebut penulis merancang sebuah media promosi yang informatif dan menghibur.

Dalam perancangan media, strategi komunikasi yang digunakan bersifat informatif dan menjual, hal ini agar upaya penyampaikan informasi dan visual dapat diterima oleh komunikan (*audience*) dengan baik dan dimengerti sehingga berpengaruh positif dalam pencapaian tujuan perancangan yakni bertambahnya tingkat kunjungan wisatawan. Strategi dalam media ini juga didasari oleh pendekatan terhadap karakteristik target promosi yang heterogn sehingga diperlukan sebuah media yang dinamis dan tidak tersegmentasi untuk kalangan tertentu, serta mudah untuk di mengerti.

- **Informatif :**

Memberi informasi yang jelas kepada target *audience* yang berhubungan dengah harga, jarak tempuh, kondisi alam dan peta lokasi, secara lengkap dan mudah dimengerti oleh target *audience* serta dibantu oleh penggunaan media pendukung agar target *audience* dapat mengentahui informasi lebih lengkap.

- **Persuasif :**

Dapat mengubah sikap atau pendapat terhadap pesan yang disampaikan kepada target *audience* secara halus yang bertujuan mempengaruhi dan mengajak target *audience* untuk mengikuti maksud dari media promosi tersebut.

- **Komunikatif :**

Adanya kesamaan persepsi antara komunikator yang menyampaikan pesan, dengan komunikan sebagai penerima pesan, tentang isi atau makna dari pesan yang di sampaikan.

- **Menjual :**

Pesan yang disampaikan harus memiliki nilai jual yang tidak murahan, tetapi juga tidak menimbulkan kesan yang mahal agar pesan yang di sampaikan tidak berifat *segmented* .

III.1.2 Strategi Kreatif

Dalam sebuah perancangan, tentunya diperlukan ide atau gagasan yang *original* atau belum pernah ada sebelumnya untuk mendapatkan hasil yang menarik, efektif dan efisien serta komunikatif dan mudah di terima oleh target *audience*. Berdasarkan penjelasan diatas maka perancangan media promosi Wana wisata Ranca Upas di buat dengan gaya visual yang unik, menarik dan komunikatif.

- **Tema**

Tema yang di ambil dalam perancangan media promosi ini adalah (menyambut libur panjang) dengan *tagline* (*Happy Holiday*) untuk menarik minat calon wisatawan khususnya keluarga untuk berunjung ke Ranca Upas, dengan menampilkan *visual* yang menitik beratkan kepada fauna yakni rusa dan wahana baru waterboom, serta sedikit mengulas sejarah serta fenomena yang berkembang di masyarakat sekitar.

- **Alasan Pemilihan Tema**

Tema ini dipilih berdasarkan hasil dari identifikasi permasalahan dan juga di sesuaikan dengan target *audience* yang akan di tuju sehingga berhubungan dengan gaya *visual* yang akan di tampilkan.

- **Pendekatan Kreatif**

Dalam perancangan media ini, upaya penyampaian pesan dari promosi yang di lakukan menitik beratkan pada penyampaian ide atau gagasan yang kreatif, sehingga di perlukan pula kemampuan dari target *audience* untuk bisa menangkap ide kreatif yang di sampaikan. Pendekatan kreatif ini adalah;

1. Mengunakan *visual* yang menarik dan modern menggabungkan foto, animasi dan tipografi yang di seuaikan dengan karateristik, bentuk, dan simbol-simbol yang terdapat pada Wanawisata Ranca Upas dan dilengkapi dengan media pendukug untuk menambah ketertarikan wistawan.
2. Penggunaan tipografi dengan tingkat keterbacaan yang baik.
3. Memasukkan unsur *visual* yang menarik sehingga dapat menimbulkan kesan yang kuat bagi target *audience*.

III.1.3 Strategi Media

Strategi yang digunakan dalam perancangan media promosi mengenai Wanawisata Ranca Upas ini menggunakan media utama dan media pendukung. Media utama merupakan yang memuat materi utama dari pesan yang akan disampaikan kepada target *audience*, sedangkan media pendukung adalah media

yang menunjang informasi dari media utama dan dapat pula sebagai media yang bersifat *remainding* atau pengingat.

1. Media Utama

Media utama yang dipilih adalah media brosur sebagai di karenakan media tersebut dapat mengulas secara singkat mengenai Ranca Upas dari mulai sejarah, mitos yang berkembang di masyarakat sampai kondisi terkini Ranca Upas dengan berbagai macam perubahan yang terjadi. Informasi yang disuguhkan dalam media utama ini memiliki gaya visual yang menarik, sehingga mudah dicerna oleh target *audience*.

2. Media Pendukung

Media pendukung ini bersifat menunjang, melengkapi atau mempertegas media utama agar penyampaiannya mudah di terima oleh target *audience*. Adapun media pendukung tersebut adalah sebagai berikut

- **Poster**

Poster merupakan media lini atas yang juga merupakan media luar ruang yang informasinya mudah tersampaikan, selain mudah di pahami poster pun memliki tingkat kemudahan dalam hal distribusi karena tidak memerlukan tempat tertentu untuk pemasangannya. Poster ini dapat disebarkan di ruang terbuka umum seperti toko buku, jalan protokol dan pasar.

- **Spanduk**

Media ini cukup efektif untuk memberikan informasi-informasi secara langsung pada sasaran yang berisi tentang pengetahuan mengenai Wana Wisata Ranca Upas yang dijelaskan secara singkat.

- **Kaos**

Kaos menjadi salah satu media pendukung yang menarik karena promosi yang di lakukan tidak secara langsung, pemakai kaos pun tidak menyadari ketika sedang menggunakan kaos tersebut secara tidak sadar ia sedang melakukan promosi dan dapat dilihat oleh masyarakat luas.

- ***Sticker***

Media Sticker merupakan media yang efektif karena ongkos produksinya yang cukup terjangkau dan Informasi disampaikan dalam bahasa yang ringkas, dan dimaksudkan mudah dipahami dalam waktu yang singkat. Media ini dapat di sebarkan secara cuma-cuma kepada masyarakat.

- ***Billboard***

Merupakan media luar ruang yang informasinya cepat tersampaikan kepada *audience,* karena ukurannya yang cukup besar sehingga dapat menarik perhatian, selain juga karena visual yang menarik.

- ***Flyer***

Media ini merupakan salah satu media promosi yang efektif dan murah, sehingga dapat di bagikan langsung kepada calon wisatawan potensial.

- **Umbul-umbul**

Media umbul-umbul merupakan salah satu media yang identik dengan penyambutan tamu, sehigga dapat memberikan kesan mengundang kepada setiap orang yang melintas di sekitar Ranca Upas, untuk mau mengunjungi tempat ini.

- **Pin**

Media ini akan menjadi salah satu *souvenir bersama* stiker dan kaos, yang akan diberikan secara cuma-cuma kepada pengunjung Ranca Upas pada saat pembelian tiket.

- ***Ticket***

Tiket akan menjadi salah satu media pendukung promosi, dengan visualisasi yang unik yang bertujuan untuk menarik minat pengunjung lebih banyak lagi.

III.1.4 Strategi Distribusi

Strategi distribusi di lakukan dengan beberapa cara, media di distribusikan di tempat yang mudah di jangkau publik seperti jalan-jalan protokol di wilayah perkotaan, atau dengan cara membagikan langsung kepada target *audience* potensial. Melalui instansi terkait yang bekerja sama dengan lembaga pendidikan, seperti : sekolah, kampus, organisasi kemasyarakatan, atau bahkan langsung

kepada keluarga, karena sifatnya promosi media juga bisa di bagikan secara cuma-cuma langsung kepada target *audience*.

Bulan / Media	Juli	Agustus	September	Oktober	November	Desember
Brosur						
Spanduk						
Billboard						
Umbul-umbul						
Poster						
Flyer						
T-shirt						
Stiker						
Tiket						
Pin						

Tabel III.1 Strategi Distribusi

III.1.4.1 Pertimbangan Dasar Distribusi

Pertimbangan dasar distribusi berdasarkan kepada tuntutan promosi yang mengharuskan media dapat di ketahui oleh target promosi sehingga penyebaran media promosi dilakukan sesuai dengan kepentingan institusi-institusi terkait yang telah berkerja sama dalam upaya penyebaraan media. Agar media dapat sampai kepada target sasaran dengan lebih efektif, maka media di sebarkan menurut sistem yang digunakan masing-masing institusi terkait berdasarkan hubungannya dengan ruang lingkup masing masing.

III.2 Konsep Visual

III.2.1 Format Desain

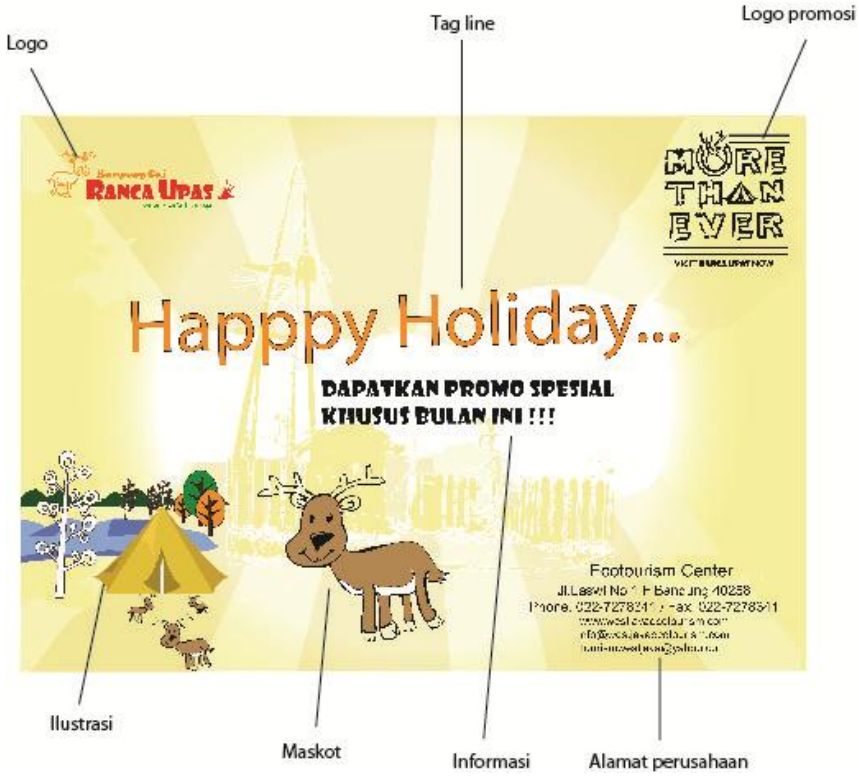
Desain yang akan dibuat menggunakan format desain potrait dan landscape, simetris dan komposisi yang teratur dengan maksud agar mudah dibaca dan jelas sehingga pesan dapat disampaikan dan diterima dengan baik oleh konsumen. Elemen yang terdapat dalam media berupa ilustrasi, logo promosi, tipografi yang terdiri dari *tagline*, informasi dan manfaat.

III.2.2 *Layout*

Layout atau tata letak adalah merangkai unsur-unsur tertentu (gambar, tulisan, warna dan unsur-unsur lainnya) menjadi sebuah elemen grafis yang solid sehingga mencapai tujuan sebuah karya grafis. Penerapan elemen-elemen serta prinsip-prinsip dalam proses desain dengan maksud agar dapat menghasilkan suatu karya grafis yang menarik, enak dipandang, tampil menyolok dan memiliki kesan. Dimana secara keseluruhan dapat membentuk sebuah keserasian yaitu susunan berbagai macam bentuk, bangun warna, dan elemen lain yang disusun secara seimbang dalam suatu susunan komposisi yang utuh agar enak dipandang.



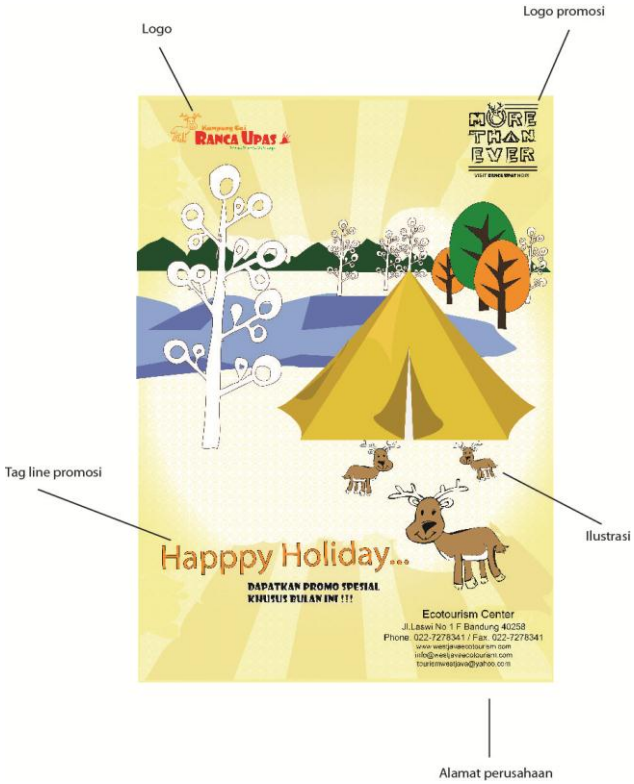
Gambar III.1 *Layout* spanduk



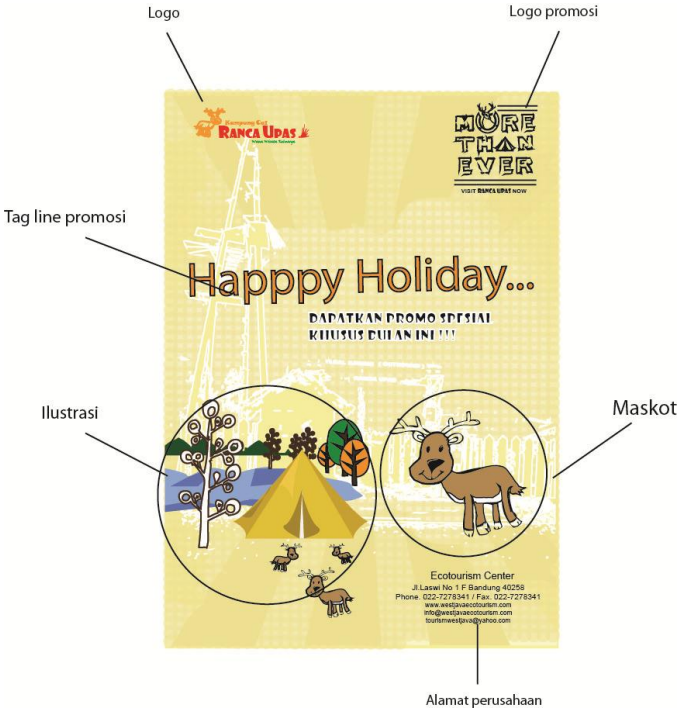
Gambar III.2 *Layout billboard*



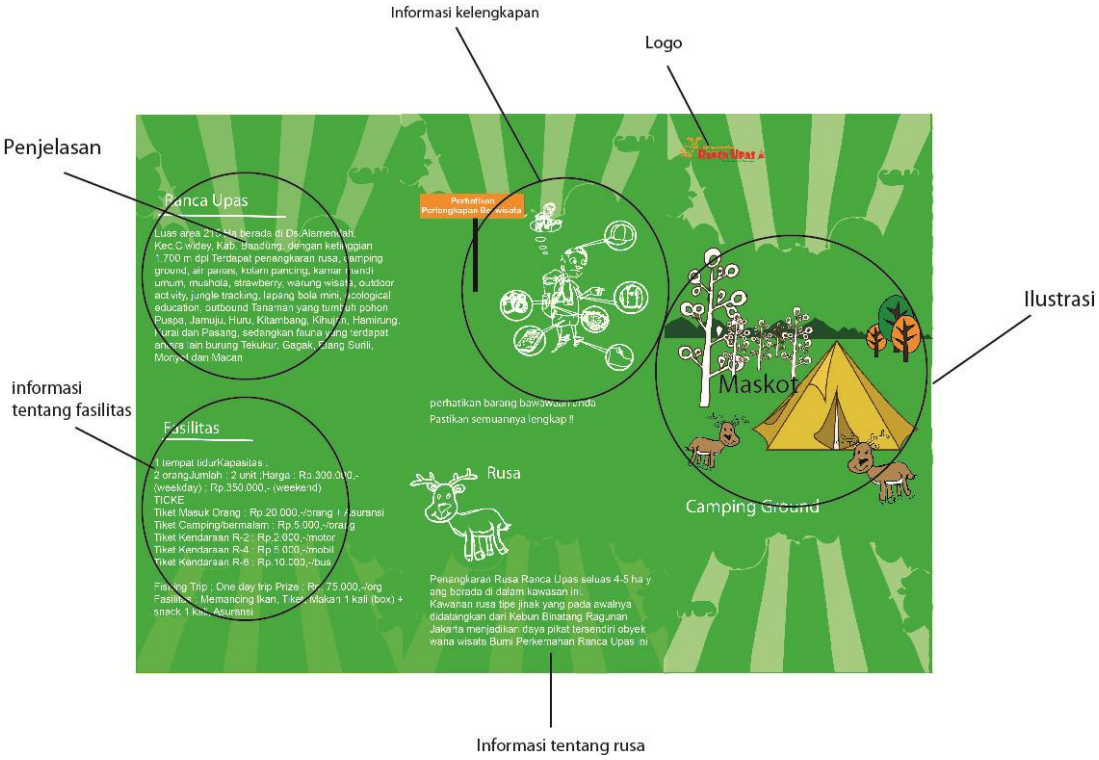
Gambar III.3 *Layout* Umbul-umbul



Gambar III.4 *Layout* poster



Gambar III.5 *Layout Flyer*



Gambar III.6 *Layout* Brosur

- *Tagline*

Tagline pada pengaplikasian media ini merupakan sebuah ungkapan kegembiran karena menyambut liburan panjang sekolah, dan juga di sertai dengan promosi Ranca Upas.

- Logo promosi

Logo dari media promosi mewakili karakter hewan rusa yang menjadi salah satu maskot dari Ranca Upas, selain itu dapat menjadi sebuah identitas *visual* yang menjadi pembeda dengan tempat wisata yang lain.

- Informasi

merupakan gambaran dari kondisi Ranca Upas yang di bahas secara singkat di dalam media promosi yang bertujuan untuk memberikan pengetahuan yang jelas kepada calon wisatawan.

- Illustrasi

Illustrasi menceritakan tentang latarbelakang perubahan yang terjadi di Ranca Upas, dengan penambahan beberapa wahana namun tetap tidak meninggalkan apa yang pernah ada sebelumnya.

III.2.3 Huruf

Huruf yang digunakan adalah huruf-huruf yang cukup tebal dan tegas, agar dapat mewakili usaha atau kerja keras yang dilakukan untuk tercapainya tujuan yakni meningkatkan tingkat kunjungan dan suksesnya promosi yang di lakukan tidak melalui usaha yang mudah, selain itu dipilihnya huruf yang cukup tegas adalah agar *audience* memahami promosi yang ditawarkan, serta untuk menginformasikan bahwa Ranca Upas memiliki karakteristik yang menantang dan sangat cocok untuk para pecinta tantangan. Huruf tersebut adalah :

- **SHOWCARD GOTHIC**

  ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

  ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

  1234567890!@#$%^&*()

- **Basket of hammer Bold**

  ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

  abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

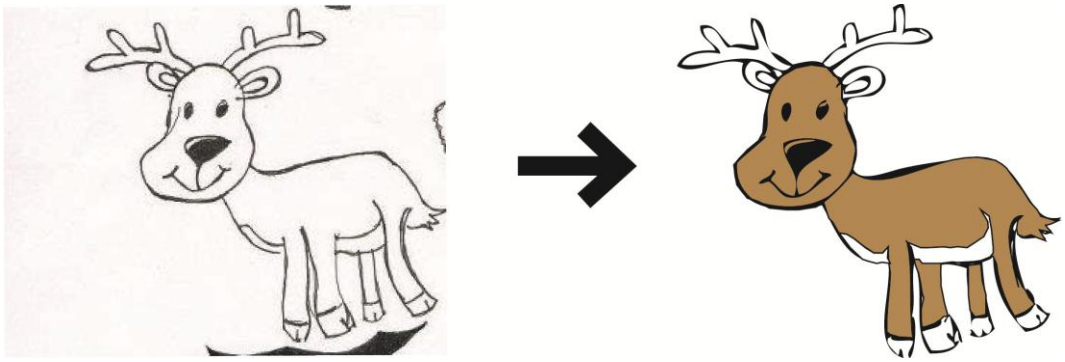
  1234567890!@#$%^&*()

III.2.4 Ilustrasi Identitas

Ilustrasi identitas yang digunakan disini adalah rusa yang menjadi salah satu daya tarik dari Ranca Upas. Membuat sebuah ilustrasi yang sederhana namun mengena dan dapat menyampaikan pesan positif kepada *Audience*.



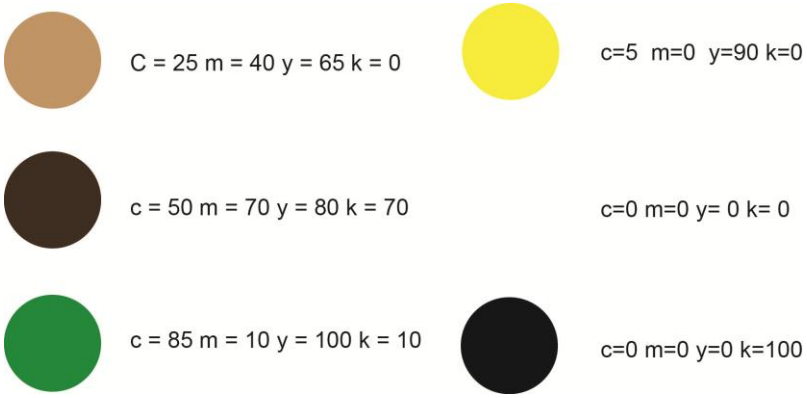
Gambar III.7 Ilustrasi



Gambar III.7 Proses Pembuatan Ilustrasi

III.2.5 Warna

Warna yang di gunakan pada identitas visual ini adalah warna gradasi dari kuning ke *cream* yang menggambarkan warna matahari yang bersinar menerangi Ranca Upas. Adapun warna hijau mewakili konsep lingkungan sekitar Ranca Upas, warna coklat mewakili warna lumpur yang menggambarkan keceriaan dan warna *cream* adalah mewakili warna rusa.



Gambar III.8 Warna