BAB III

STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1. Target Audiens

- Demografis

  Usia : Orang tua (30 – 40 thn)

  Jenis kelamin : Laki–laki dan Perempuan

  Pekerjaan : Wiraswasta / Pegawai

- Geografi

  Wilayah : Kota besar di Indonesia

  Lokasi : Kota-kota besar

- Psikografi

  Kelas sosial : Menengah ke atas

  Gaya hidup : Suka tantangan

  Kepribadian : Supel

III.2. Strategi Perancangan

Strategi perancangan yang akan dilakukan dari media informasi mengenai Cikidang Outing Resort yaitu merancang atau membuat media promosi.

III.2.1. Pendekatan Komunikasi

Pendekatan dalam penyampaian informasi agar dapat diterima dengan baik, atau memiliki kesan menarik dalam promosi, perhatian konsumen perlu pendekatan komunikasi dengan menampilkan bahasa yang mudah diterima, dibaca, dan dimengerti sehingga mengundang wisatawan datang ke Cikidang Outing Resort, dengan menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar. Dan gaya visual yang mencirikan objek wisata Cikidang Outing Resort. Komunikasi dapat

diartikan sebagai penyampaian informasi, gagasan, keterampilan, bilangan, audio dan visual. Strategi komunikasi sangatlah penting dalam perancangan media informasi ini, karena bukan tidak mungkin komunikasi yang tidak tepat sasaran akan menimbulkan protes dan pengaruh negative bagi masyarakat.

Pada perancangan promosi ini menggunakan metode 5W+1H sebagai strategi komunikasi untuk menentukan bagaimana pesan dapat tersampaikan dengan baik dan tepat sasaran. Berikut merupakan metode 5W+1H :

- *What*

  Merancang sebuah media promosi yang berisi informasi-informasi mengenai Cikidang Outing Resort yang sesuai dengan citra visual petualangan keluarga di kawasan Cikidang Outing Resort.

- *Why*

  Kurangnya promosi mengenai Cikidang Outing Resort untuk keluarga.

- *When*

  Pada saat selesainya media promosi dan pada saat hari libur panjang juga *weekend*.

- *Where*

  Wilayah kota

- *Who*

  Masyarakat kota kelas menengah ke atas

- *How*

  Merancang media promosi Cikidang Outing Resort dengan citra visual objek wisata petualangan keluarga.

III.2.1.1. Pendekatan Visual

Dalam pendekatan visual dilakukan pertimbangan-pertimbangan untuk pemilihan gambar warna, tipografi dan lainnya, gagasan visual berawal dari pemahaman dan pesan yang disampaikan kepada target sasaran. Adapun pertimbangan-pertimbangannya adalah:

- Pemilihan gambar untuk pembuatan *layout* yang berhubungan dengan petualangan keluarga di kawasan Cikidang Outing Resort.
- Warna-warna yang digunakan pada visual tersebut adalah warna-warna cerah yang mencerminkan karekter Cikidang Outing Resort.
- Pemilihan tipografi dalam perancangan ini yang memberikan kesan ceria, kehangatan bersama keluarga dan atraktif. paling penting adalah mudah dibaca atau jelas terbaca oleh target sasaran.
- Layout yang digunakan dengan konsep sederhana agar isi pesan lebih sampai kepada target sasaran, namun masih tetap mempertimbangkan kenyamanan dan nilai estetika secara fungsional dan berkaitan satu sama lain.

III.2.1.2. Pendekatan Verbal

Pendekatan verbal dalam perancangan media promosi ini adalah menggunakan bahasa Indonesia yang mudah dibaca dan jelas keterbacaannya, sederhana dan singkat. Sehingga bisa menggambarkan karakter objek wisata Cikidang Outing Resort yang menantang dan juga memiliki nilai kebersamaan bagi keluarga.

III.2.2. Strategi Kreatif

Strategi kreatif pada media promosi yang dilakukan mendapat respon atau mengenai target sasaran, maka perlu diperhatikan dalam penyampaian suatu pesan sehingga pesan yang akan disampaikan bersifat informatif dan persuasif. Pesan bersifat informatif dan persuasif dalam hal ini adalah upaya menyampaikan informasi secara langsung kepada target sasaran dengan menyampaikan informasi objek wisata keluarga sebagai sarana yang menantang tetapi aman dan nyaman berada di Cikidang Outing Resort.

Didalam perancangan media promosi objek wisata Cikidang Outing Resort komunikasi yang digunakan adalah komunikasi secara verbal menggunakan bahasa yang dimengerti oleh setiap masyarakat jadi bahasa yang tepat dalam perancangan adalah bahasa Indonesia.

III.2.3. Strategi Media

Media merupakan alat penghubung, perantara, sasaran dan saluran komunikasi untuk menyampaikan pesan kepada khalayak sasaran dengan perencanaan yang sistematika dan berharap mendapat tanggapan dari penerima pesan.

Media yang di gunakan dalam komunikasi untuk penyampaian pesan disesuaikan dengan karakteristik khalayak sasaran dan untuk tercapainya tujuan dari informasi ini sendiri Dan tentunya agar efisien dan tepat sasaran, maka media yang akan di gunakan adalah media yang akrab dengan khalayak sasaran.

Berikut media-media yang akan digunakan dalam media informasi ini :

1. Media Utama
    - Poster

      Poster di gunakan dalam media informasi ini dikarenakan, keunggulan : memiliki ukuran yang cukup

besar, visual yang menarik, kertas dan kualitas reproduksi baik. Tingkat keterbacaan tinggi dan mempunyai jangkauan luas berpungsi sebagai media pengingat

2. Media pendukung
    - Stiker

      Media stiker akan diberikan kepada para pengunjung, dan di tempelkan pada kendaraan.
    - Kalender

      Media kelender akan di bagikan untuk pengunjung guna untuk mengingat.
    - Mug

      Akan diberikan kepada para pengunjung karena dapat dipakai untuk minum.
    - T- Shirt

      T-shirt akan dibagikan kepada pengunjung guna supaya mengingat dan sebagai kenang-kenangan.
    - Katalog

      Katalog akan memudahkan target audiens untuk bisa memilih sendiri fasilitas mana yang sesuai dengan keinginan dan anggaran biayanya.
    - Flayer

      Flyer merupakan suatu media cetak yang digunakan untuk menyampaikan informasi mengenai suatu produk
    - X-banner

      Banner berguna untuk memberitahukan informasi tentang fasilitas
    - Brosur

      Menampilkan garis besar informasi tentang Cikidang Outing Resort, sehingga target sasaran dapat

membayangkan hal-hal menarik apa saja yang akan mereka dapatkan di Cikidang Outing Resort.

III.2.4. Strategi Distribusi

Keputusan mengenai saluran distribusi dalam pemasaran adalah merupakan salah satu keputusan yang paling kritis yang dihadapi manajemen. Saluran yang dipilih akan mempengaruhi seluruh keputusan pemasaran yang lainnya. Dalam rangka untuk menyalurkan barang dan jasa dari produsen kepada konsumen maka perusahaan harus benar-benar memilih atau menyeleksi saluran distribusi yang akan digunakan, sebab kesalahan dalam pemilihan saluran distribusi ini dapat menghambat bhkan dapat memacetkan usaha menyalurkan barang atau jasa tersebut.

Menurut Alex S. Nitisemito bahwa Saluran distribusi adalah merupakan suatu jalur yang dilalui oleh arus barang-barang dari produsen ke perantara dan akhirnya sampai kepada pemakai. Definisi ini masih bersifat sempit, dan istilah barang sering diartikan sebagai suatu bentuk fisik dan jasa.

III.2.4.1. Jadwal Distribusi Media

Jadwal penyebaran media dilakukan selama tiga bulan (4 bulan) masa liburan sekolah dan sebelum memasuki bulan ramadhan hingga akhir tahun karena hari-hari tersebut merupakan hari yang akan dilakukannya rekreasi yaitu pada lebaran atau hari besar lainnya dan perayaan tahun baru atau kegiatan yang rutin dilakukan setiap orang.. Penyebaran dilaksanakan pada awal bulan maret 2013 dan berakhir pada bulan juni 2013, kemudian akan ditinjau atau diulang bila diperlukan. Penyebaran dibagi ke dalam tiga tahap, yaitu tahap

perkenalan, pendalaman dan pengingat hingga menimbulkan tingkah laku yang berkembang.

	Maret 2013	April 2013	Mei 2013	Juni 2013
Media Utama				
Poster				
Media Pendukung				
Brosur				
X-Banner				
Katalog				
Stiker				
Kalender				
Mug				
T- Shirt				

Tabel III.6 Jadwal Distribusi Media

III.2.4.2. Tempat Penyebaran Media

Media-media tersebut akan disebarkan ditempat-tempat ramai seperti di mall, kawasan perkantoran, dan biro-biro jasa. Sehingga dapat mencapai target sasaran.

III.3. Konsep Visual

Konsep visual dalam perancangan media promosi Cikidang Outing Resort ini adalah menampilkan visual karakter Cikidang Outing Resort.

III.3.1. Format Desain

Format desain dalam perancangan media promosi melalui berbagai pertimbangan salah satunya menampilkan visual karakteristik objek wisata Cikidang Outing Resort serta menambahkan elemen-elemen grafis lainnya yang dirangkai sedemikian rupa agar dapat

memberikan gambaran objek yang akan dikenalkan terhadap target sasaran dan sesuai dengan perencanaan.

III.3.2. Tata Letak (*Layout)*

Tata letak yang digunakan pada setiap media promosi yaitu *landscape* dan *potrait*. Untuk penempatan image informasi dari Cikidang Outing Resort. Tujuan utama *layout* adalah menampilkan elemen gambar dan teks agar menjadi komunikatif sehingga memudahkan pembaca untuk menerima informasi yang disajikan. Dalam setiap *layout*, penempatan unsur-unsur grafis disusun sedemikian rupa untuk mendapatkan kesan yang menarik dan informatif.

III.3.3. Tipografi

Dalam perancangan media informasi ini, terdapat beberapa jenis tipografi yang digunakan sesuai dengan fungsi dan tujuan penggunaannya. Fungsi dan tujuan penggunaan tersebut antara lain:

- *Tagline*

  Tagline menggunakan jenis huruf Poetsen One. Jenis huruf ini dipilih karena mempunyai kesan tegas dan hangat sesuai dengan karakteristik Cikidang Outing Resort. Mengenai tingkat keterbacaannya, jenis font tersebut mudah dibaca.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdcefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

!@#$%^&*()_=+”’:;,.<>/?|\

- *Body Text*

Body Text dan *Sub Headline* menggunakan jenis huruf Tahoma, pemilihan font ini selain tingkat keterbacaan yang cukup mudah.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

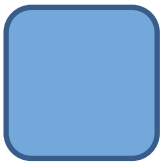
!@#$%^&*()_=+”’:;,.<>/?|\

III.3.4. Ilustrasi

Pemilihan gaya ilustrasi dalam promosi ini mempunyai konsep yang dikondisikan dan dirancang sesuai dengan tema Cikidang Outing Resort yaitu petualangan keluarga.

III.3.5. Warna

Warna merupakan unsur penting yang dapat memperkuat gagasan visual dalam menyampaikan sebuah pesan agar dapat diterima dengan baik. Komposisi warna yang digunakan dalam perancangan promosi ini menggunakan kombinasi warna yang memberikan respon ramah, hangat dan petualangan.



C = 53 R = 116
M = 24 G = 168
Y = 0 B = 218
K = 0



C = 4 R = 243
M = 1 G = 249
Y = 0 B = 253
K = 0



C = 6
M = 47
Y = 99
K = 0

R = 235
G = 151
B = 35



C = 22
M = 100
Y = 100
K = 0

R = 170
G = 31
B = 35



C = 86
M = 25
Y = 99
K = 12

R = 26
G = 129
B = 64

- Warna Orange

  Mempunyai arti dan makna yang kehangatan, semangat dan keseimbangan. Oleh Karena itu warna orange digunakan dalam media ini.

- Warna Merah

  Mempunyai arti dan makna yang berenergi dan kekuatan.

- Warna biru tua

  Warna biru tua merupakan warna yang mengesankan sejuk, tegas.

- Warna Hijau

  Warna hijau memiliki makna segar dan sejuk seperti warna pepohonan.

- Warna Biru Muda

  Warna biru muda mempuyai arti kejernihan pikiran, dan komunikasi, dan ekspresi diri.