BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1. Strategi Perancangan

Strategi perancangan merupakan sebuah cara untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada target audiens agar target audiens dapat menangkap isi dari pesan atau informasi. Banyak pengunjung yang tidak mengetahui wahana dan fasilitas yang ada di Situ Cileunca, karena sumber informasi yang masih sangat sedikit. Maka dibuatlah perancangan dengan pendekatan media informasi yang berisi tentang informasi Situ Cileunca, mulai dari peta wisata (*infotainmentmap*), sistem tanda (*sign system*), *infographic* dan cara melakukan wahana yang aman. Pembuatan ini sesuai karena area Situ Cileunca cukup luas.

Media informasi dengan pendekatan budaya modern ini akan disampaikan secara visual dengan tujuan untuk memberikan informasi kepada pengunjung bahwa ada fasilitas dan wahana apa saja yang ada di Situ Cileunca. Jenis media informasi yang akan dipilih adalah media cetak, media informasi dapat disimpulkan sebagai alat untuk mengumpulkan dan menyusun kembali sebuah informasi sehingga menjadi bahan yang bermanfaat bagi penerima informasi, adapun penjelasan menurut Sobur (2006) media informasi adalah "alat-alat grafis, fotografis atau elektronis untuk menangkap, memproses, dan menyusun kembali informasi visual." Dan memiliki beberapa kelebihan yaitu:

1. *Repeatable,* dapat dibaca berkali-kali dengan menyimpannya atau mengelipingnya.
2. Analisa lebih tajam, dapat membuat pengunjung benar-benar mengerti isi berita dengan analisa yang lebih mendalam dan dapat membuat orang berfikir lebih spesifik.
3. Dapat mengatasi keterbatasan pengalaman yang dimiliki oleh pengunjung
4. Media visual memungkinkan adanya interaksi antara pengunjung dengan lingkungan sekitarnya.
5. Dapat menanamkan konsep yang benar.
6. Dapat membangkitkan keinginan dan minat baru.

7. Dapat meningkatkan daya tarik dan perhatian pengunjung.

III.1.1 Tujuan Komunikasi

Untuk menginformasikan dan menarik minat pengunjung untuk mengetahui, berbagai fasilitas yang ada dan wahana apa saja yang ada di Situ Cileunca baik secara visual maupun verbal. Sehingga pengunjung diharapkan dapat mengetahui wisata alam Situ Cileunca sehingga nantinya pengunjung dapat pengetahuan tentang sejarah Situ Cileunca, manfaat wahana-wahana dan bisa menjelajah lebih luas di area wisata alam Situ Cileunca dengan aman dan nyaman, sekaligus dapat menikmati setiap wahana yang ada di Situ Cileunca.

III.1.2 Pendekatan Komunikasi

Dalam proses penyampaian sebuah informasi dibutuhkan komunikasi yang baik dan mampu menyampaikan informasi atau pesan-pesan yang akan disampaikan dengan mudah dimengerti khususnya target *audiens*. Komunikasi merupakan penyampaian pesan atau informasi dari komunikator kepada komunikan yang sedang berinteraksi secara langsung maupun lewat media. Pendekatan komunikasi yang akan digunakan dalam menyampaikan informasi melalui media cetak ini terbagi menjadi 2 (dua), yaitu:

1. Pendekatan Visual

   Pendekatan visual yang akan digunakan pada perencangan media informasi ini adalah menggunakan pendakatan budaya modern dengan menggunakan gaya visual (*flat design*) yang hampir mirip dengan ikon-ikon di *smartphone*. Gaya visual ini dipilih karena target audiens dalam keseharian nya tidak bisa lepas dari *smartphonenya*.



Gambar III.1 Ikon *Smartphone* Samsung (*Flat design*)
Sumber: www.flamingosolution.com (24 April 2015)

Alasan lain mengambil gaya visual dari flat design menurut Lha Wong (2014) sebuah desain sudah seharusnya *simple* dan *to the point*. Di dunia desain ada istilah namanya *whitespace* dimana tidak ada elemen yang bikin rumit mata. Disini *whitespace* bisa digunakan mata untuk beristirahat. Karena to the point dan simpel tadi maka makna desain langsung ditangkap oleh mata. Sehingga pengunjung tidak merasa kesulitan dalam mengartikan apa dan maksud informasi tersebut, gaya visual yang akan digunakan dalam perancangan informasi nanti akan berbentuk dua dimensi.

2. Pendekatan Verbal

Pada pendekatan komunkasi verbal dalam strategi perancangan ini menggunakan penyampaian komunikasi menggunakan bahasa Indonesia. Hal itu ditujukan agar penyampaian komunikasi menjadi dapat dimengerti oleh pengunjung.

III.1.3 Materi Pesan

Materi pesan yang akan disampaikan dalam perancangan media informasi melalui media cetak ini adalah bagaimana menginformasikan kepada pengunjung tentang fasilitas, rambu-rambu, wahana dan cara-cara melakukan wahana yang aman.

III.1.4 Gaya Bahasa

Gaya bahasa yang digunakan adalah gaya bahasa informatif yang singkat dan jelas, bertujuan untuk memberikan pengaruh kepada pengunjung baik dari sikap maupun perilaku setelah mendapatkan informasi dari media cetak yang berada di Situ Cileunca, untuk pengunjung lokal menggunakan bahasa Indonesia dan untuk pengunjung mancanegara menggunakan ikon

III.1.5 Khalayak Sasaran Perancangan

1)Consumer Insight

Pengertian *Consumer Insight* Menurut Amalia E. Maulana yaitu proses mencari tahu secara lebih mendalam dan holistik, tentang latar belakang perbuatan, pemikiran dan perilaku seorang konsumen yang berhubungan dengan produk dan komunikasi iklan. Audiens utama media ini adalah para generasi muda khususnya SMA masyarakat pada fase remaja akhir di wilayah Bandung. Namun tidak menutup kemungkinan perancangan ini akan mempengaruhi masyarakat selain dari target audiens utama.

Berikut *insight* dari audiens:

- Terbiasa dengan budaya instan atau cepat dan mudah.
- Terbuka serta mengikuti perkembangan terhadap teknologi baru.
- Eksistensi menjadi prioritas.
- Mudah bosan

Setelah mengetahui perilaku dari audiens berdasarkan *insight* diatas maka

2) *Consumer Journey*

Tabel III.1 *Consumer Journer*

Sumber: Data pribadi (11 februari 2015)

Waktu	**AktivitasKonsumen**	**Tempat**	***Point Of Contact***
07.00-08.00	Bangun tidur, cek HP, mandi, pilih baju, sarapan	Kamartidur	Kasur, bantal, guling, selimut, mejarias,

			lemaribaju, jam, HP
08.00-09.00	Menuju kampus atau sekolah	Jalan, kampus atau sekolah	Jalan, kendaraan, orang
09.00-15.00	Belajar, cek HP, diskusi, sharing, ngumpul	Kampus/sekolah, kelas, taman	Meja, HP, kursi, laptop, alattulis, orang
17.00-23.00	Nongkrong, cek HP, update, explore, selfie, pulang, tidur	Mall,wisata alam, rumah, kamar	Makanan, minuman, HP, kendaraan, orang

Untuk menentukan cara penyampaian ide yang sudah dibentuk kedalam media-media yang akan digunakan maka diperlukan perencanaan yang baik agar mendapatkan interaksi yang menjangkau sasaran dengan tepat maka diperlukan daftar aktifitas dari target audien. *Consumer journey* ini lah yang nantinya akan digunakan untuk aplikasi dari media yang telah dibentuk.

III.1.6 Strategi Kreatif

Strategi kreatif yang akan dilakukan adalah dengan membuat sistem tanda (*sign system*) yang didalamnya terdapat informasi mengenai tata letak, petunjuk seputar fasilitas, larangan, anjuran dan peta kreatif pada objek wisata Situ Cileunca. Perancangan *sign system* disesuaikan dengan unsur - unsur Situ Cileunca yaitu air karena Situ Cileunca merupakan wisata air dan target audiens yang sering menggunakan smartphone yaitu ikon (*flat design*).

Asal mula *flat design* ini sendiri berasal dari *Swiss Design Style*, *flat Design* adalah sebuah *style* desain dimana fokus pada kesederhanaan. (Clum, 2014). Awal mulanya penggunaan flat desain ini dilakukan hanya didalam desain web saja namun karena apresiasi yang bagus dari masyarakat dunia maka desain flat ini digunakan diberbagai paltform seperti *mobile apps, product package, t-shirt,* dan

yang tentunya digunakan diberbagai perusahaan dunia seperti Microsoft dengan desain UI di windows 8, lalu Google dan masih banyak lagi.

Penamaan desain flat ini meruapakan penamaan biasa yang hanya digunakan untuk desain yang datar. Oleh karena itu penamaan desain flat ini hanya sebagai sebuah gaya desain dengan konsep mendatar saja. Karena sesuai dengan namanya flat desian ini terlihat ramping atau *slim* ketika dilihat disisi manapun. Namun tentunya memiliki efek ciri dari desain flat tersebut.

Konsep *Flat Design* tidak melibatkan unsur *3D, shadow, gradient, bevel* dan lain-lain. Meskipun demikian, *Flat Design* bukan berarti tanpa efek sama sekali. *Flat Design* lebih menekankan pada penggunaan warna yang solid, *typography*, dan elemen *User Interface* (UI) yang lebih sederhana. dengan elemen *Flat Design* dapat menjadi hal yang menarik bagi pengunjung.

III.1.7 Strategi Media

Sign system merupakan media yang digunakan dalam perancangan ini, *sign system* digunakan sebagai penujuk arah, letak lokasi, larangan serta anjuran. Pemakaian bentuk *sign system* disesuaikan dengan unsur-unsur Situ Cileunca yaitu air, agar informasi tersebut tersampaikan dengan baik kepada pengunjung dan mencapai tujuan seperti yang diinginkan. Dalam hal ini digunakan teori media untuk perancangan yang menggunakan media primer dan sekunder. Media primer adalah media utama sedangkan media sekunder merupakan media yang bersifat melengkapi atau menunjang media utama.

Media utama yang akan digunakan yaitu *sign system*, dari berbagai jenis *sign system* yang ada namun hanya beberapa saja yang akan digunakan, diantaranya:

- Tanda Petunjuk Arah (*Direction*)
  Sign system ini dibutuhkan agar dapat mengarahkan pengunjung yang datang menuju ketempat yang akan dituju.

- Tanda Larangan dan Peringatan (*Regulation*)

  Sign system ini untuk menginformasikan kepada pengunjung apa saja yang dilarang didalam objek wisata tersebut dan menginformasikan bahwa pengunjung juga harus hati - hati.

- Tanda Pengenal (*Identification*)

  Sign system ini sebagai tanda untuk menunjukan suatu identitas, seperti: kantor, toilet, rumah makan, wahana, dan lain-lainnya.

III.1.8 Strategi Distribusi

Strategi distribusi merupakan rencana dalam menyebarkan atau menyalurkan produk kepada target sasaran, dalam perancangan ini, poduk tersebut adalah *sign system* Situ Cileunca. Media ini sifatnya permanen dan tidak bisa di bongkar pasang, sehingga tidak ada strategi dan target dalam pemasangannya.

III.2 Konsep Visual

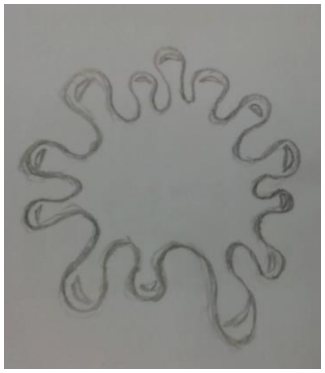
Situ Cileunca merupakan wisata air dan konsep visual dalam perancangan *sign system* Situ Cileunca yaitu menggunakan unsur-unsur air. Air merupakan salah satu elemen vital dalam kehidupan dan simbol ketenangan. Konsep visual ini diharapkan agar mudah dimengerti serta dibantu dengan penggunaan warna-warna yang cerah untuk menunjang penyampaian informasi, sehingga informasi yang diberikan dapat diterima dengan baik oleh pengunjung Situ Cileunca.

III.2.1 Format Desain

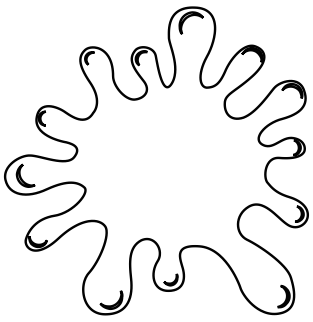
Format desain yang digunakan dalam perancangan sign system petunjuk arah ini menggunakan ciri khas dari Situ Cileunca yaitu air dengan dianalogikan dengan cipratan air sebagai tanda petunjuk arah. dan disesuaikan dengan fungsi masing-masing *sign system* Situ Cileunca**.**



Gambar III.2 Situ Cileunca
Sumber: Data pribadi (24 Juni 2015)



Gambar III.3 Sketsa Cipratan Air
Sumber: Data pribadi (24 Juni 2015)

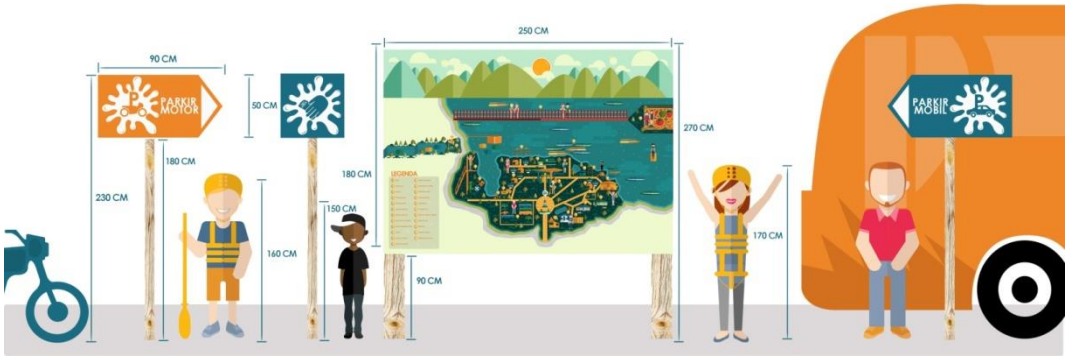


Gambar III.4 Ciri Khas Bentuk Sign System
Sumber: Data pribadi (24 Juni 2015)

III.2.2 Tata Letak (*layout*)

Media utama dibuat sedemikian menarik dan memiliki tingkat keterbacaan yang tinggi serta memiliki keunikan tersendiri agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh pengunjung. Pemilihan bentuk *layout* yang baik dapat menghindari ketidak jelasan ikon, sehingga dalam penentuan layout yang baik

perlu diperhatikan jarak ikon yang menyerupai bentuk cipratan air dibantu dengan garis-garis sudut yang akan menimbulkan kesan mengarahkan sehingga bisa membentuk keharmonisan. Tingginya disesuaikan dengan jarak pandang dari target *audiens* dengan *sign system* agar dapat dilihat dengan jelas, berikut penjelasannya:



Gambar III.5 *Layout* Dan Ukuran
Sumber: Data pribadi (24 Juni 2015)

III.2.3 Huruf

Huruf yang digunakan dalam perancangan *sign system* Situ Cileunca ini adalah Century Ghotic dan Berlin Sans FB Demi, huruf ini termasuk jenis huruf *sans serif*. Jenis huruf sans serif adalah jenis huruf yang tidak memiliki garis-garis kecil dan bersifat solid.

Menurut Sihombing (2001) secara pertimbangan fungsional, huruf *sans serif* dianggap sebagai pilihan sempurna karena mudah dibaca. Saat awal perkembangannya di jerman pada awal ke-20 huruf ini dianggap sebagai huruf yang mewakili semangat modernisme menggantikan pendahulu huruf sebelumnya seperti Blackletter dan Serif.

- Century Ghotic

  ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

  abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

  0123456789

  !@#$%^&*()/:",.

- **Berlin Sans FB Demi**

  ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

  abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

  0123456789

  !@#$%^&*()/:",.

III.2.4 Ilustrasi

- Proses pembuatan ikon

  Bentuknya disederhanakan dengan tetap mengambil bentuk aslinya, objeknya dibuat datar dan tidak dibuat terlalu jauh dengan objek sebenarnya.



(a)



(b)

Gambar III.6 Mushola (a) Mushola Situ Cileunca (b) Desain Ikon Mushola
Sumber: Data pribadi (24 Juni 2015)



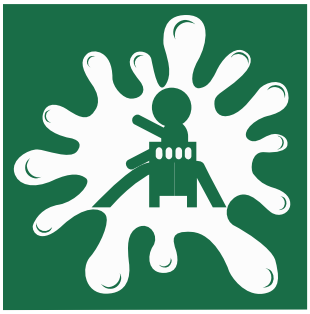
(a)



(b)

Gambar III.7 Toilet (a) Toilet Situ Cileunca (b) Desain Ikon Toilet
Sumber: Data pribadi (24 Juni 2015)





(a) (b)

Gambar III.8 Wahana Permainan Anak (a) Permainan Anak Situ Cileunca (b) Desain Ikon Permainan Anak

Sumber: Data pribadi (24 Juni 2015)





(a) (b)

Gambar III.9 (a) Desain Ikon Parkir Mobil (b) Desain Ikon Parkir Motor

Sumber: Data pribadi (24 Juni 2015)



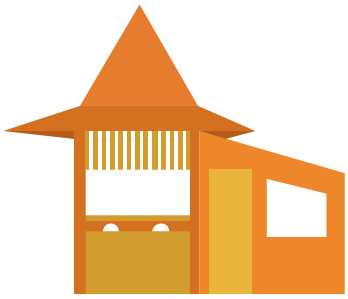


(a) (b)

Gambar III.10 (a) Desain Ikon Situ Cileunca (b) Desain Ikon Rumah Makan

Sumber: Data pribadi (24 Juni 2015)



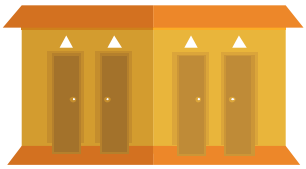


(a) (b)

Gambar III.11 Tiket (a) Tiket Situ Cileunca (b) Desain Ikon Tiket

Sumber: Data pribadi (24 Juni 2015)





(a) (b)

Gambar III.12 Toilet (a) Toilet Situ Cileunca (b) Desain Ikon Toilet
Sumber: Data pribadi (24 Juni 2015)

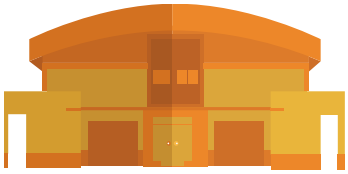




(a) (b)

Gambar III.13 Penginapan (a) Penginapan Situ Cileunca (b) Desain Ikon Penginapan
Sumber: Data pribadi (24 Juni 2015)

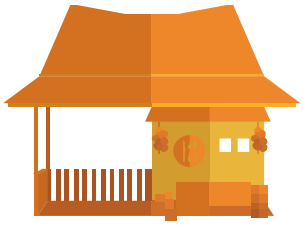




(a) (b)

Gambar III.14 Asrama Atlit (a) Asrama Atlit Situ Cileunca (b) Desain Ikon Asrama Atlit
Sumber: Data pribadi (24 Juni 2015)

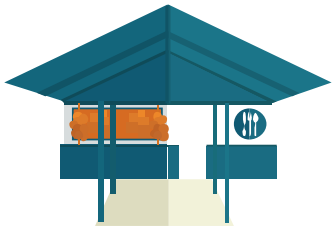




(a) (b)

Gambar III.15 Rumah Makan (a) Rumah Makan Situ Cileunca (b) Desain Ikon Rumah Makan
Sumber: Data pribadi (24 Juni 2015)





(a) (b)

Gambar III.16 Rumah Makan (a) Rumah Makan Situ Cileunca (b) Desain Ikon Rumah Makan

Sumber: Data pribadi (24 Juni 2015)





(a) (b)

Gambar III.17 Mushola dan Toilet (a) Mushola dan Toilet Situ Cileunca (b) Desain Ikon Mushola dan Toilet

Sumber: Data pribadi (24 Juni 2015)





(a) (b)

Gambar III.18 Tempat Beristirahat (a) Tempat Beristirahat Situ Cileunca (b) Desain Ikon Tempat Beristirahat

Sumber: Data pribadi (24 Juni 2015)





(a) (b)

Gambar III.19 Perahu (a) Perahu Situ Cileunca (b) Desain Ikon Perahu

Sumber: Data pribadi (24 Juni 2015)



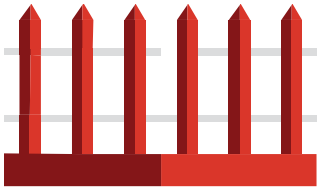


(a) (b)

Gambar III.20 Tugu (a) Tugu Situ Cileunca (b) Desain Ikon Tugu

Sumber: Data pribadi (24 Juni 2015)





(a) (b)

Gambar III.21 Jembatan (a) Jembatan Situ Cileunca (b) Desain Ikon Jembatan

Sumber: Data pribadi (24 Juni 2015)

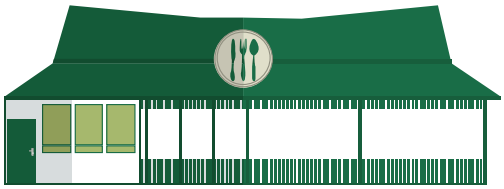


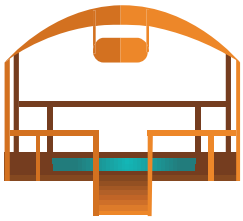


(a) (b)

Gambar III.22 Arung Jeram (a) Arung Jeram Situ Cileunca (b) Desain Ikon Arung Jeram

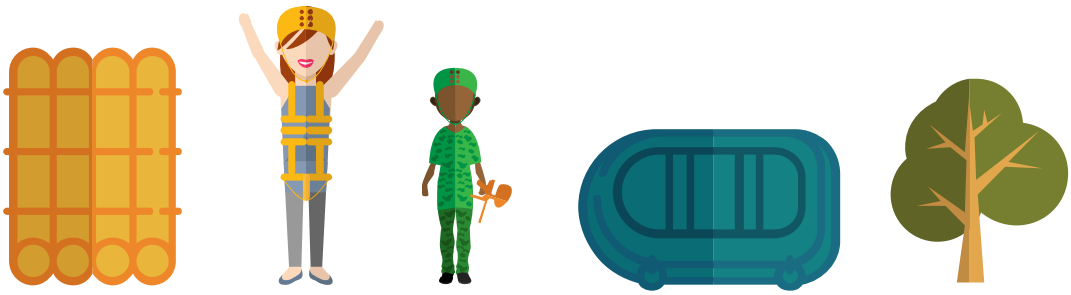
Sumber: Data pribadi (24 Juni 2015)



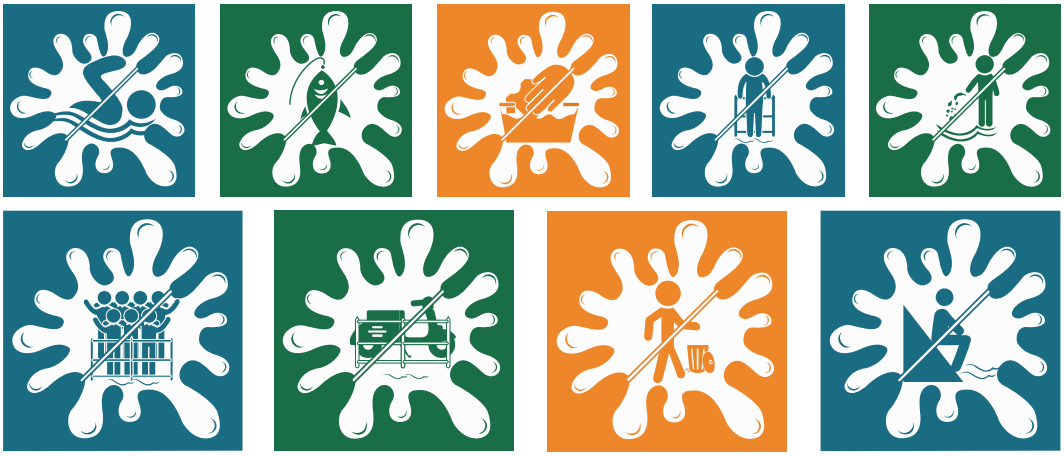


Gambar III.23 Ikon Rumah Makan dan Terapi Ikan

Sumber: Data pribadi (24 Juni 2015)



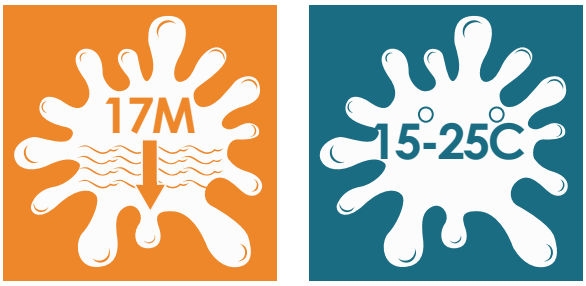
Gambar III.24 Ikon Elemen *Infotainmentmap*
Sumber: Data pribadi (24 Juni 2015)



Gambar III.25 Ikon Larangan
Sumber: Data pribadi (24 Juni 2015)



Gambar III.26 Ikon Anjuran
Sumber: Data pribadi (24 Juni 2015)



Gambar III.27 Ikon Peringatan
Sumber: Data pribadi (24 Juni 2015)

III.2.5 Warna

Warna merupakan salah satu unsur yang mempengaruhi nilai estetika suatu desain. Warna-warna yang digunakan di media yaitu:

