BAB III

STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1 Strategi Perancangan

Strategi perancangan promosi objek wisata The Wonderful Icakan, yaitu dengan membuat sebuah *tagline*. *Tagline* yang dibuat berhubungan dengan *positioning* Icakan, yaitu sebagai objek wisata keluarga yang menyediakan berbagai macam wahana, *tagline* ini dibuat dengan menggunakan majas hiperbola yaitu gaya bahasa yang menggunakan kata yang dibesar – besarkan, hal ini bertujuan agar menarik pengunjung untuk mengunjungi objek wisata tersebut. Berdasarkan uraian tersebut maka dipilihlah *tagline* ‘satu lokasi berjuta aksi’.

Dengan dipilihnya *tagline* ‘satu lokasi berjuta aksi’ ini karena ingin menunjukan bahwa Icakan adalah objek wisata keluarga yang mampu membuat pengunjung merasakan ceria disaat mengisi hari – hari liburan.

III.1.1 Pendekatan Komunikasi

Untuk menyampaikan sebuah informasi dibutuhkan komunikasi yang baik dan mampu menyampaikan informasi atau pesan - pesan yang akan disampaikan dengan mudah dimengerti khususnya target audien. Komunikasi merupakan penyampaian pesan atau informasi dari komunikator kepada komunikan yang sedang berinteraksi secara langsung maupun lewat media.

Pendekatan komunikasi yang akan digunakan pada promosi tempat wisata *The Wonderful* Icakan ini menggunakan bahasa Indonesia yang non formal agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan mudah oleh semua umur.

III.1.2 Strategi Kreatif

Dilihat dari permasalahan yang ada yaitu mengenai promosi Icakan yang merupakan tempat wisata yang mempunyai target audiens berupa keluarga muda, maka akan dibuat berupa media poster yang memuat tentang sebuah keluarga bahagia yang menampilkan ekspresi bahagia yang sedang rekreasi menikmati hari libur dengan cara menikmati berbagai macam wahana dan sarana yang ada di Icakan, poster yang akan dibuat merupakan gambaran dari *tagline* yang telah dibuat dengan menggunakan majas hiperbola yaitu 'satu lokasi berjuta aksi', berdasarkan uraian tersebut maka poster dibuat merupakan gabungan dari foto keluarga dengan tambahan berupa vektor.

Model keluarga yang ada dalam promosi tersebut diperankan oleh 3 orang yang terdiri dari seorang laki – laki dan 2 orang perempuan yang akan memerankan keluarga muda yang terdiri dari ayah, ibu, dan anak.

Berikut ini adalah profil dari model yang memerankan keluarga muda pada promosi *The Wonderful* Icakan :

1. Ayah
   - Nama : Punto Hadi Prabowo
   - Umur : 26 Tahun
   - Pekerjaan : Karyawan Swasta

2. Ibu
   - Nama : Dewi Octaviani
   - Umur : 21 Tahun
   - Pekerjaan : Karyawan Swasta

3. Anak
   - Nama : Azmy Khaerunnisa
   - Umur : 4 Tahun

Promosi *The Wonderful* Icakan ini juga didukung oleh beberapa hal diantaranya :

1. Kamera Canon EOS D450
   - Fungsi : Alat mengambil gambar berupa foto
2. Laptop HP Pavillion DV 3000
   - Fungsi : Alat mengedit foto
   - Spesifikasi : Intel core2duo 2.0 Ghz, 8 GB RAM, Nvidia Geforce 9300 GS
3. Software
   - Adobe Illustrator CS6 (64Bit)
   - Adobe Photoshop CS6 (64Bit)
   - Adobe Indesign CS6

III.1.3 Strategi Media

Media merupakan sebuah perantara untuk menyampaikan informasi dari komunikator kepada komunikan, oleh karena itu media juga merupakan alat yang tepat untuk menyampaikan suatu promosi kepada masyarakat.

Untuk menunjang keberhasilan promosi The *Wonderful* Icakan maka akan dipilih beberapa media promosi, diantaranya :

1. Poster

   Media yang akan digunakan sebagai media utama adalah poster, karena poster sangat mudah sangat mudah tersebar, yaitu dapat ditempelkan pada mading sekolah, papan informasi, kantin dan tempat umum yang lainnya. Selain itu poster juga merupakan media yang efektif dan ekonomis karena satu poster yang ditempel pada suatu tempat dapat dilihat oleh beberapa orang yang melewatinya dengan catatan tempat tersebut merupakan tempat yang ramai

2. Brosur

Brosur adalah media yang akan dijadikan sebagai media pendukung dalam upaya untuk mempromosikan *The Wonderful* Icakan adalah berupa brosur. Brosur merupakan media cetak yang sangat praktis karena sangat mudah dibawa kemana – mana dan sangat mudah dan cepat dalam penyebarannya.

3. *Flyer*

Flyer merupakan media promosi yang praktis dan hemat biaya produksi, karena *flyer* berukuran sangat kecil sehingga mudah dibawa selain itu media ini juga berukuran kecil sehingga menghemat biaya produksi pembuatan media promosi Icakan sendiri.

Dalam penyebarannya *flyer* sangat mudah dilakukan, media ini tinggal disebarkan ditempat – tempat ramai seperti taman kota maupun dipusat perbelanjaan. Selain itu *flyer* juga dapat disebarkan disekolah, dan perkantoran lembaga negara maupun swasta pada jam istirahat maupun jam pulang.

4. Stiker

Stiker merupakan media promosi yang paling praktis diantara media yang lain, karena stiker dapat ditempelkan dimana saja dan di media apa saja. Selain sebagai media promosi stiker juga merupakan aksesoris, masyarakat cenderung menyukai aksesoris seperti stiker sehingga menimbulkan rasa ingin menempelkan stiker di media yang dikehendakinya.

5. Kalender

Kalender merupakan media promosi yang efektif digunakan karena mau tidak mau disaat masyarakat melihat tanggal yang

tertera di kalender, promosi Icakan yang terdapat di kalender pun akan terlihat secara tidak sengaja. Kalender juga merupakan media promosi yang paling awet dibandingkan media lain, karena kalender bisa disimpan untuk jangka waktu satu tahun.

6. Pembatas Buku

   Pembatas buku merupakan sebuah benda yang digunakan untuk menandai bagian mana yang sudah atau belum dibaca pada suatu halaman buku, sehingga saat menandai suatu halaman tidak perlu melipat halaman buku.

7. *X-Banner*

   X-Banner adalah media yang digunakan untuk menyampaikan informasi, salah satunya adalah informasi mengenai sebuah produk atau yang sering disebut juga dengan promosi. *X-Banner* berbentuk banner dengan penyangga yang berbentuk menyilang sehingga banner bisa berdiri tegak.

8. Pin

   Pin merupakan salah satu aksesoris pakaian yang digemari masyarakat, oleh karena itu pin bisa dikatakan sebagai media promosi yang efektif untuk digunakan.

9. Bendera Gantung *(Flag chain)*

   Bendera gantung merupakan media informasi, bahannya kebanyakan dari kertas yang diikat pada tali.

III.1.4 Strategi Distribusi

Strategi distribusi pada promosi sangat diperlukan untuk mengatur jalannya promosi sebuah produk pada perusahaan baik

secara teknis maupun waktu penyebarannya, sehingga informasi disampaikan dapat diterima dengan baik.

Berikut ini adalah strategi distribusi media promosi objek wisata The *Wonderful* Icakan :

MEDIA	DISTRIBUSI	WAKTU
Poster	Diletakkan di mading sekolah, papan informasi, dan ditempat umum.	Bulan juni – Agustus, desember – januari (menjelang liburan sekolah)
Brosur	Disebarkan ditempat umum pada saat jam – jam istirahat maupun jam pulang kerja karyawan dan anak sekolah.	Bulan juni – Agustus, bulan desember – januari (menjelang liburan sekolah)
Flyer	Disebarkan di tempat ramai seperti taman kota,pasar, dan tempat umum lainnya	Setiap hari sabtu dan minggu
Stiker	Disebarkan saat wisatawan keluar dari lokasi *The Wonderful* Icakan	Setiap hari
Kalender	Disebarkan saat wisatawan keluar dari lokasi *The Wonderful* Icakan	Setiap bulan Desember - Januari
Pembatas Buku	Disebarkan saat wisatawan keluar dari lokasi *The Wonderful* Icakan	Juli - Agustus
X Banner	Digunakan pada saat ada acara dari pemerintah Ciamis, ataupun disimpan di pintu masuk Icakan	Setiap hari
Pin	Disebarkan saat wisatawan keluar dari lokasi *The Wonderful* Icakan	Juli - Agustus
Bendera	Dipasang di pintu masuk dan	Setiap hari

Gantung *(Flag Chain)*	kantor pengelola Icakan.	

Tabel III.1Strategi Distribusi

III.2 Konsep Visual

Konsep visual promosi ini mengikuti *tagline* yang telah dibuat yaitu menceritakan kebahagiaan sebuah keluarga muda pada saat menikmati liburan dilokasi wisata Icakan berupa foto dan ditambahkan vektor sebagai pendukung.

III.2. 1 Format desain

Format desain untuk promosi tempat wisata *The Wonderful* Icakan ini akan disesuaikan dengan media yang ditentukan. Adapun untuk format desain dengan media utama berupa brosur yang dibuat semenarik mungkin ,sedangkan untuk format berupa poster, flyer,stiker, kalender pembatas buku akan disesuaikan berdasarkan ukuran maupun dalam bentuk yang berupa *Landscape* dan *Portrait*.

III.2. 2 Tata Letak (*layout*)

Penyusunan tata letak elemen yang muncul akan di susun sesuan dengan bentuk media, dengan letak foto utama berada di tengah – tengah media, sedangkan teks akan disimpan di atas maupun bawah foto sehingga enak dibaca, tanpa menghalangi elemen – elemen lainnya.

III.2. 3 Tipografi

Jenis huruf yang akan digunakan adalah jenis huruf sans serif agar tidak terlihat kaku dan terkesan ceria namun tidak terlihat seperti kekanak - kanakan hal ini mengacu pada target *audiens* dari Icakan itu sendiri, yaitu berupa keluarga muda.

Berikut ini adalah huruf yang akan digunakan pada promosi *The Wonderful* Icakan :

Headline dan *Bodytext*:

SwingSet BB

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

Body text:

Candara

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

III.2. 4 Ilustrasi

Visualisasi ini menggunakan gambar berupa foto, dengan menggambarkan kebahagiaan sebuah keluarga kecil dilokasi *The Wonderful* Icakan yang sedang menikmati beberapa wahana dan

sarana yang ada dengan ditambahkan gambarbberupa vektor sebagai pendukung.

Berikut ini adalah ilustrasi foto dari media utama berupa poster yang merupakan media utama dari promosi *The Wonderful* Icakan:



Gambar III.1 Poster

(sumber : dokumen pribadi)