BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

3.1 Strategi Perancangan

Pada dasarnya komunikasi merupakan penyampaian pesan atau informasi dari komunikator kepada komunikan dalam hubungan social. Strategi komunikasi dalam membuat perancangan media informasi untuk Wisata Giri Tirta Kahuripan Purwakarta ini menggunakan pendekatan komunikasi visual dan verbal, ini digunakan dengan maksud agar pesan yang ingin disampaikan kepada masyarakat dapat di terima dan di mengerti dengan baik.

3.1.1 Pendekatan Komunikasi Visual

Tinaburko (2009) menjelaskan "Komunikasi visual merupakan konsep komunikasi dan ungkapan daya kreatif yang diaplikasikan kedalam berbagai media komunikasi visual dengan mengolah elemen desain grafis yang terdiri atas ilustrasi (gambar), tipografi, warna, komposisi, dan *layout*" (h.23).

Pendekatan komunikasi visualini menggunakan ilustrasi sebagai backgroud dan fotografi yang akan di seratai komunikasi verbal sebagai informasi mengenai foto tersebut yang dibuat dengan tidak kaku, agar mudah dan menarik untuk dipahami oleh pengunjung atau audien.

3.1.1.1 Pendekatan Komunikasi Verbal

Pendekatan komunikasi verbal dalam strategi kreatif perancangan ini menggunakan penyampaian komunikasi dengan bahasa indonesia yang sopan sesuai dengan target masyarakat yang dituju. Hal tersebut ditujukan agar penyampaian komunikasi menjadi efektif dan efisien serta informasi yang di buat dapat dimengerti oleh pengunjungatau audien.

3.1.2 Strategi Kreatif

Perancangan media informasi dibuat harus *efektif* dan informasi yang akan disampaikan harus dapat di pahami dan diterima oleh penerimanya, maka pemilihan media harus tepat dan sesui dengan target sasaran, maka media informasi ini dirancang dengan strategi kreatif sebagai berikut:

- Menggunakan ilustrasi yang tidak kaku yang ilustrasi itu sendiri di buat menyerupai tempat wisata tersebut agar mudah dipahami, juga menggunakan fotografi untuk memperjelas informasi tentang fasilitas, sehingga informasi dapat di terima olehtarget audiens yang sudah di tentukan.

- Warna - warna yang di gunakan dalam media informasi ini menggunakan warna - warna alam sesuai dengan tema dari tempat wisata itu sendiri sehingga dapa menarik minat dari target audiens yang sudah di tentukan.

- Pada *cover*brosur beberapa bagian akan di buat menumpuk sehingga brosur akan terlihat lebih menarik, brosur inipun akan di masukan kedalam sebuah tempat kotak yang akan membuat brosur terlihat rapih.

- Menggunakan tipe huruf sans *serif* untuk memberi kesan santai dan bermain namun memiliki tingkat keterbacaan yang jelas sehingga dapat mempermudah tersampaikannya informasi visual dari ilustrasi gambar kepada target sasaran.

3.1.3 Strategi Media

Dalam hal ini pemilihan media diharapkan dapat menjadi sebuah solusi untuk dapat memecahakan permasalahan, sehingga dalam penggunaan media yang akan dipilih informasi yang akan disampaikan dapat tersampaikan dan di mengerti oleh masyarakat atau pengunjung.

3.1.3.1 Pemilihan Media

Media merupakan sarana yang sangat penting dan sangat berpengaruh terhadap penyebaran informasi. Karena media adalah sebagai alat pendukung, perantara, serta alat komunikasi untuk menyampaikan pesan kepada target masyarakat yang dituju. Media ini berisi tentang informasi mengenai fasilitas dan harga yang terdapat di Wisata Giri Tita Kahuripan Purwakarta dan media yang berpungsi sebagai alat pengingat kepada masyaraka atau pengunjung Wisata Giri Tita Kahuripan Purwakarta.

Berikut adalah media-media yang digunakan untuk menginformasikan Wisata Giri Tirta Kahuripan Purwakarta:

Media utama.

- **Brosur**

  Brosur memuat informasi atau penjelasan tentang suatu produk, layanan, fasilitas umum, profil atau lainya dengan maksud untuk memperkenalkan produk dan sarana beriklan. Informasi dalam brosur ditulis dalam bahasa yang ringkas, dan dimaksudkan mudah dipahami dalam waktu singkat.

Media Pendukung.

- Mug

  Media informasi yang di buat bertujuan untuk menjadi media pengingat bagi mengunjung yang telah berwisata dan menampilkan informasi singkat mngenai tempat wisata.
- Topi

  Media informasi yang di buat bertujuan untuk menjadi media pengingat bagi mengunjung yang telah berwisata dan sebagai media yang dapat di gunakan saat berwisata untuk menutupi wajah dari terik matahari.
- Handuk Kecil

  Media informasi yang di buat bertujuan untuk menjadi media pengingat bagi mengunjung yang telah berwisata dan sebagai media yang dapat di gunakan saat berwisata apabila pengunjung yang menikmati fasilitas kolam berenang tidak membawa handuk.
- Stiker

  Media informasi yang di buat bertujuan untuk menjadi media pengingat bagi mengunjung yang telah berwisata yang akan di berikan saat pengunjung membeli tiket
- Baju

  Media informasi yang di buat bertujuan untuk menjadi media pengingat bagi mengunjung yang telah berwisata dan sebagai media informasi mengenai lokasi wisata dengan adanya peta lokasi pada bagian belakan baju tersebut.

- Ganungan Kunci

  Media informasi yang di buat bertujuan untuk menjadi media pengingat bagi mengunjung yang telah berwisata dan sebagai media informasi yang menunjukan berbagai fasilitas yang di miliki oleh tempat wisata ini.

- Kalender

  Media informasi yang di buat bertujuan untuk menjadi media pengingat bagi mengunjung yang telah berwisata dan sebagai media informasi yang menunjukan berbagai fasilitas yang di miliki oleh tempat wisata ini.

- Pin

  Media informasi yang menarik bagi anak-anak yang di buat bertujuan untuk menjadi media pengingat bagi mengunjung yang telah berwisata dan sebagai media informasi yang menunjukan berbagai fasilitas yang di miliki oleh tempat wisata ini.

- Pupen

  Media informasi yang menarik bagi anak-anak yang di buat bertujuan untuk menjadi media pengingat bagi mengunjung yang telah berwisata.

- X-Banner

  Media informasi yang di buat bertujuan untuk menampilkan secara singkat mengenai banyaknya fasilitas yang di miliki tempat wisata ini

3.1.4 Strategi Distribusi

Penyebaran media pada Wisata Giri Tirta ini sesuai dengan kegunaan dari media itu sendiri yang akan di mulai dari 1 januari 2015 saat masa liburan sekolah yang akan di dengan tabel di bawah ini.

Penyebaran		Jan	Febr	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agust	Sept	Okt	Nov	Des
No	Media												
1	Brosur	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2	Stiker	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
3	Mug	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
4	Topi	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
5	Baju	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
6	Gantungan Kunci	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
7	Kalender	✓											
8	Pin	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
9	Pulpen	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
10	Handuk	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
11	X-Banner	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

Tabel 3.1 Jadwal penyebaran media.

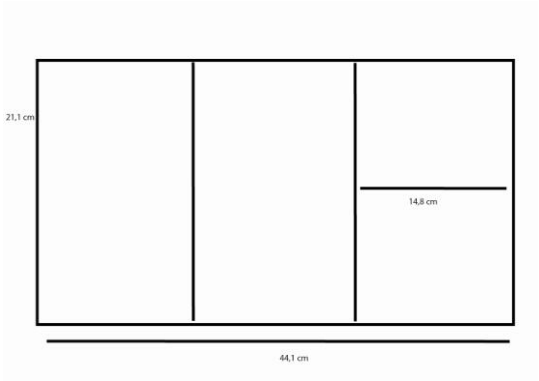
- Brosur dan stiker akan di berikan seriap hari kepada pengunjung saat membeli tiket masuk.
- Baju,Topi, Handuk, Mug, Gantungan kunci, Pin, dan Pulpen akan di perjual belikan di tiapa harinya.
- X-banner akan di taruh setiap harinya di depan pintu gerbang tempat wisata, agar saat pengunjung selum membeli tiket dan mendapatkan brosur dapat mendapatkan informasi gambaran singkat mengenai tempat wisata.
- Kalender akan di berikan kepada pengunjung saat awal tahun saja atau khusus bulan Januai.

3.2 Konsep Visual

Konsep visual dari perancangan media informasi Wisata Giri Tirta ini adalah menampilkan visualiasi dengan ilustrasi dari tempat wisata itu sendiri, di tambahkan fotogtafi untuk memperjelas konsep tersebut. menggunakan hurup yang memiliki keterbacaan yang baik sehingga informasi dapat tersampaikan dengan baik. eksklusif dan modern tanpa mengenyampingkan budaya lokal.

3.2.1 Format Desain

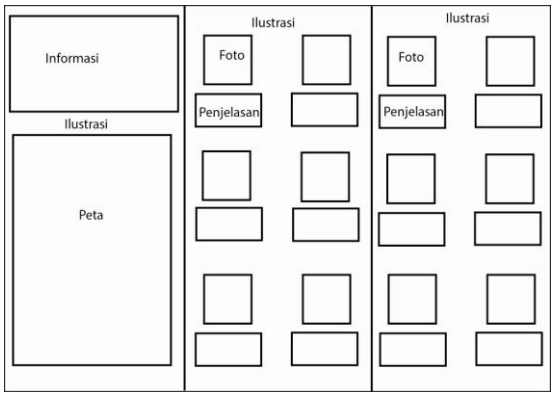
Tema pada perancangan informasi ini memperlihatkan kelebihan yang dimiliki Wisata Giri Tita Kahuripan Purwakarta. Maka tema yang digunakan pada perancangan informasi ini adalah fasilitas atau wahana bermain keluarga yang memilki konsep yang menyatu dengan alam agar informasi yang disampaikan dapat mudah di mengerti oleh target khalayak.



Gambar 3.1 Format Desain yang akan di buat.

3.2.2 Lay Out

Lay out yang digunakan dalam media informasi disini adalah dengan penataan seluruh objek visual dari Wisata Giri Tita Kahuripan Purwakarta, untuk memberikan kesan alami dan nyamanpada media informasi yang akan dibuat. Yang diharapkan dapat mengkomunikasikan konsep yang dimiliki oleh Wisata Giri Tita Kahuripan Purwakartayang dapat menarik perhatian target audiens yang telah ditentukan.



Gambar 3.2 Format layout yang akan di buat.

3.2.3 Tipografi

Tifografi memiliki banyak klasifikasi font salah satunya serif.**Serif/Kait** adalah kelompok font yang memiliki kait pada ujung-ujung hurupnya.Penampilannya formal, klasik, memiliki kejelasan dan keterbacaan yang bagus.Font jenis ini sering di gunakan sebagai huruf teks pada buku dan karya ilmiah.Sedangkan **Sans Serif/Nirkait** adalah jenis hurup yang tidak memiliki serif.Kata sans berarti 'tanpa' dalam bahasa perancis.keompok font nilkait terkesan bersih, sederhana, minimalis, dan futurisis. (Gunarta dalam *Cara Mudah Membuat Font Dengan Corep DRAW* : 2013,6) .

Pemilihan huruf pada media informasi Wisata Giri Tita Kahuripan Purwakarta adalah hurup sans serif yaitu calibri, dimana kesan yang ditimbulkan huruf tersebut adalah minimalis dan santai, agar pengunjung lebih santai dan tidak kaku saat membacanya selain itu huruf tersebut memiliki tingkat keterbacaan yang cukup baik diharapkan dapat memudahkan masyaraka dalam menerima informasi.

Calibri

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz,

Dan logo dari Wisata Giri Tirta menggunakan font:

Brush script MT

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

3.2.4 Ilustrasi

Ilustrasi yang digunakan dalam perancangan informasi Wisata Giri Tita Kahuripan Purwakartaadalah Ilustrasi dari foto Wisata Giri Tita Kahuripan Purwakarta itu sendiri yang menampilkan Tema dan fasilitas yang ada di Wisata

Giri Tita Kahuripan Purwakarta, untuk menimbulkan kesan realistisnya dengan situasi yang ada.



Gambar .3.3 foto yang di ilustrasikan untuk media informasi.

Ini adalah gambaran atau proses perancanngan dari ilustrasi yang di buat, semua ilustrasi di buat derdasarkan gambaran asli dari tempat wisata tersebut.yang di kemas atau di gambarkan dengan gaya desain yang sesuai dengan target khalayak yang di tuju yang memiliki tema wisata keluarga yang menyatu dengan alam. semua ini di buat agar informasi yang ingin di sampaikan dapat tersampaikan dan mudah di terima oleh pengunjung dari Wisata Giri Tirta Kahuripan Purwakarta.

3.2.5 Warna

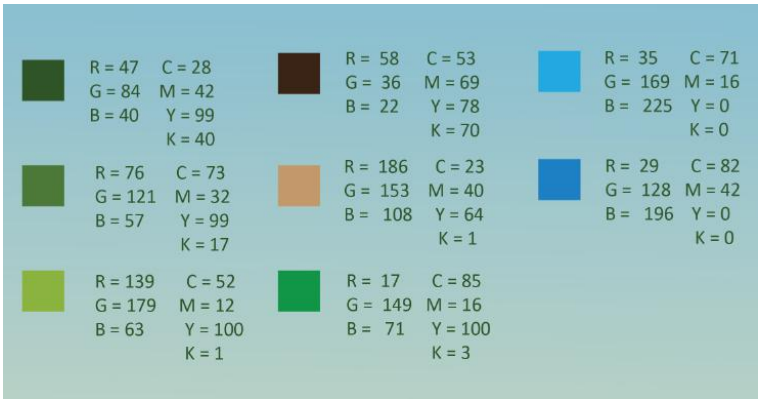
Warna memiiki peran yang sangat besar dalam mengambil keputusan saat membeli barang. Seseorang dapat mengambi keputusan terhadap orang lain, lingkungan atau produk dalam waktu hanya 90 detik saja, dan keputusan

tersebut 90% di dasari oleh warna.(Rustan dalam *Mendesain Logo*:2009,72) karena itu memiih warna yang tepat merupakan proses yang sangat penting dalam membuat sebuah desain karena warna yang tepat dapat mempengaruhi masyarakat dalam mengambil keputusan.

Menurut (Rustan dalam *Mendesain Logo*:2009,73) bahwa setiap warna memiiki makna.

- Warna hijau memiiki arti alam, ingkungan hidup, kekayaan, udara, pertumbuhan, kesehatan, keseimbangan, kesuburan dan tenang.
- Warna kuning memiiki arti sinar matahari, gembira, bahagia, tanah, optimis, harapan, dan udara.
- warna biru memiiki arti manusia, laut, langit, damai, bersih, udara, bumi dan tenang.
- warna putih memiliki arti rendah hati, netral, masa muda, bersih, cahaya, damai, aman, dingin, dan udara.
- warna jingga memiliki arti kebahagiaan, energi, keseimbangan, kesenangan, dan berlebih.
- warna coklat memiliki arti tenang, berani, alam, kesuburan, desa, dan tanah.

Warna yang digunakan dalam perancangan ini adalah hijau, hijau tua, hijau kekuningan, coklat dan biru, yang memiliki arti kesan alami, yang menyatu dengan alam, kesehatan, dan pandangan yang nyaman.Pemilihan warna tersebut memiliki kesan alami dan berunsur keindahan yang menyatu dengan alam.



Gambar 3.4 Warna Background