BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1 Strategi Perancangan

Saat ini media informasi yang membahas tentang kuliner dan tempat makan di kota Bandung sudah cukup banyak, akan tetapi pengelolaan dan publikasi yang membahas informasi terkait restoran – restoran yang berada di kota Bandung masih kurang. Hal ini menjadi faktor utama apabila restoran yang berada di kota Bandung dijadikan penunjang wisata. Untuk mencapai hal tersebut perlu adanya strategi perancangan dengan ide-ide kreatif dan inovatif agar informasi yang disampaikan tepat kepada target *audience.*

III.1.1 Pendekatan Komunikasi

Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan. Supaya pesan yang disampaikan dimengerti dan dipahami oleh target *audience,* maka dibutuhkan pendekatan komunikasi yang tepat. Pendekatan dan perumusan pesan dalam perancangan media informasi ini adalah dengan melakukan pendekatan secara rasional, moral dan emosional.

Pendekatan rasional yang dimaksud adalah proses pemecahan masalah yang berhubungan erat berdasarkan fakta yang didapat, sedangkan moral erat kaitannya dengan kehidupan sehari-hari dimana sesuatu dikatakan baik atau buruk. Pendekatan emosional merupakan pendekatan yang lebih menekankan pada perasaan emosi.

III.1.1.1 Pendekatan Visual

Pada prinsipnya desain komunikasi visual adalah perancangan untuk menyampaikan pola pikir dari penyampaian pesan kepada penerima pesan, berupa bentuk visual yang komunikatif, efektif, efisien dan tepat. terpola dan terpadu serta estetis, melalui media tertentu sehingga dapat mengubah sikap positif sasaran. elemen desain komunikasi

visual adalah gambar / foto, huruf, warna dan tata letak dalam berbagai media. baik media cetak, massa, elektronika maupun audio visual.

Pendekatan visual yang digunakan dalam media informasi ini adalah dengan menerapkan tekhnologi sebagai media utamanya dan penyampaian elemen grafis sebagai pesan yang efektif, efisien dan komunikatif. Menggunakan gaya visual yang *modern,* supaya isi dari media informasi bersifat tidak kaku dan kuno. Dengan kata lain, bertujuan agar target *audience* tidak merasa bosan.

III.1.1.2 Pendekatan Verbal

Dalam perancangan media informasi ini diperlukan perpaduan yang tepat antara pendekatan visual dan verbal. Hal ini dilakukan agar pesan yang disampaikan mudah diterima oleh target *audience.* Penggunaan bahasa yang digunakan pada perancangan media informasi ini adalah bahasa Indonesia, Inggris baku dan non baku. Karena melihat psikografis target *audience* yang terpengaruh modernisasi dari lingkungan, sehingga pada jaman sekarang banyak diantara target *audience* menggunakan bahasa non-formal.

III.1.2 Strategi Kreatif

Strategi kreatif merupakan suatu istilah yang memiliki beberapa arti sangat tergantung dari mana dan siapa yang melihatnya. Namun, dari segi manapun strategi kreatif dilihat sebaiknya terlepas dari strategi pemasaran secara keseluruhan.

Untuk pencapaian yang maksimal dalam perancangan media informasi ini, maka diperlukan proses kreatif dan efektif. Melihat hal tersebut maka diperlukan 5W + 1H untuk mengatasi dari sebuah rancangan yang akan diterapkan kedalam media informasi restoran sebagai penunjang wisata kota Bandung.

1. *What*

   Media untuk memberikan informasi seputar keberadaan restoran – restoran yang berada di kota Bandung berdasarkan sub-wilayah kota Bandung.

2. *Who*

   Wisatawan yang berkunjung ataupun yang tinggal di Bandung.

3. *Why*

   Keterbatasan media informasi yang membahas tentang restoran – restoran yang berada dikota Bandung, baik itu secara media *online* maupun *offline.*

4. *Where*

   Media informasi akan diterapkan pada sebuah media *online* sehingga para wisatawan dapat mengaksesnya dengan mudah.

5. *When*

   Media informasi restoran-restoran yang berada di kota Bandung, dapat diakses kapan saja apabila wisatawan terkoneksi dengan jaringan internet.

6. *How*

   Perancangan media informasi bersifat situs *website* sebagai media utamanya dan didukung dengan beberapa media pendukung, sebagai penunjang informasi pada media utama.

III.1.3 Strategi Media

Perencanaan media meliputi proses penyusunan rencana penjadwalan yang menunjukan bagaimana waktu dan ruang periklanan akan mencapai tujuan pemasaran. Oleh karena itu, strategi media sebenarnya dikembangkan dari strategi periklanan yang lebih umum.

Strategi dalam perancangan media informasi restoran sebagai penunjang wisata kota Bandung ini meliputi, media utama dan pendukung. Media utama yang dimaksud berisikan tentang seluruh informasi yang terkait dalam restoran – restoran di kota Bandung, sedangkan media pendukung adalah media yang bersifat melengkapi atau menunjang media utama.

III.1.3.1 Media Utama

Media utama sebagai media yang dapat memberikan informasi kepada target *audience*. Media yang dijadikan dalam *Perancangan Media Informasi Restoran Sebagai Penunjang Wisata Kota Bandung* ini adalah berupa *website*.

Website adalah kumpulan dari halaman-halaman situs, yang terangkum dalam sebuah domain atau subdomain, yang tempatnya berada didalam *World Wide Web* (WWW) didalam internet. *Website* mampu menyampaikan pesan berupa teks, gambar, suara maupun video interaktif melalui media komputer atau perangkat elektronik lainnya. Sehingga media ini mudah diakses dimanapun dan kapanpun dengan didukung jaringan internet.

III.1.3.2 Media Pendukung

1. Media Sosial

   Facebook dan *Twitter* sebagai media yang tingkat penggunanya masih tinggi sampai saat ini, merupakan salah satu solusi untuk menarik target *audience*. Didalam media sosial ini dapat berinteraksi secara tidak langsung kepada para wisatawan yang ingin mengetahui informasi tentang restoran-restoran yang berada di kota Bandung.

2. Poster

   Poster atau plakat adalah karya seni atau desain grafis yang memuat komposisi gambar dan huruf di atas kertas berukuran besar. Pengaplikasiannya dengan ditempel di dinding atau permukaan datar lainnya dengan sifat mencari perhatian mata sekuat mungkin. Karena itu poster biasanya dibuat dengan warna-warna kontras dan kuat.

3. *Flag Chain*

   Flag chain adalah media iklan berbentuk bendera dengan ukuran kecil yang dibuat dari bahan plastik, kertas atau bahan yang sejenis yang menampilkan gambar produk, merk, slogan, atau gabungan dari semua itu.

4. *Flyer*

   Selebaran/*flyer* adalah bentuk sederhana dari brosur. Yang membedakannya dengan brosur adalah isi atau tema yang ada dalam disainnya. Brosur biasanya hanya menonjolkan kelebihan utama sebuah produk. Sedangkan selebaran/*flyer* biasanya berisi tentang program khusus yang sifatnya sementara (*temporary*).

5. *X-Banner*

   Media yang digunakan untuk menyampaikan informasi, berbentuk banner dengan konstruksi penyangga berbentuk "X" sehingga banner bisa berdiri sendiri.

6. *Sticker*

   Secara umum sticker merupakan media kertas yang terlapisi plastik beserta perekatnya untuk bisa diletakkan disemua wadah mendatar sesuai keinginan. Kegunaan pun sangat beragam, karena tingkat fleksibilitas yang tinggi serta memiliki keunikan sendiri sebagai sebuah media untuk mengenal sebuah produk / jasa ataupun hanya sebagai penghias keindahan.

III.1.4 Strategi Distribusi

Strategi distribusi merupakan suatu proses perencanaan penyaluran suatu barang atau jasa sehingga dapat menjangkau sasarannya. Pendistribusian awal akan dilakukan dengan peluncuran media utama, yaitu *website* dan kemudian dilanjutkan dengan media pendukung sebagai penyampaian pesan untuk menunjang informasi pada media utama.

Media	Distribusi
Website	Pendistribusian *website* disesuaikan dengan jadwal distribusi.
Media Sosial	Pendistribusian media sosial dilakukan sebelum *website* dirilis.
Poster	Pendistribusian poster akan disebarkan diberbagai kampus yang tersebar di kota Bandung.

Flag Chain	Dengan memanfaatkan acara Festival yang bertajuk kuliner, *flag chain* akan diterapkan sebagai dekorasi acara tersebut.
Flyer	Dengan memanfaatkan acara festival yang bertajuk kuliner, *flyer* akan dibagikan kepada pengunjung acara tersebut.
X - Banner	Dengan memanfaatkan acara Festival yang bertajuk kuliner, *X banner* akan ditempatkan di berbagai sudut acara tersebut.
Sticker	Dengan memanfaatkan acara festival yang bertajuk kuliner, *sticker* akan dibagikan kepada pengunjung acara tersebut.

Tabel III.1 Tabel Distribusi

Media	**Agustus**				**September**			
	Minggu				*Minggu*			
	1	2	3	4	1	2	3	4
Website								
Media Sosial								
Poster								
Flag Chain								
Flyer								
X - Banner								
Sticker								

Tabel III.2 Jadwal Pendistribusian Media

III.2 Konsep Visual

Visual merupakan salah satu cara mengorganisasikan pemikiran dan meningkatkan kemampuan berpikir dan komunikasi, maka dari itu perlu adanya konsep sebagai suatu rancangan yang dapat mendukung terjadinya komunikasi, sehingga informasi yang disampaikan dapat diterima oleh *audience.*

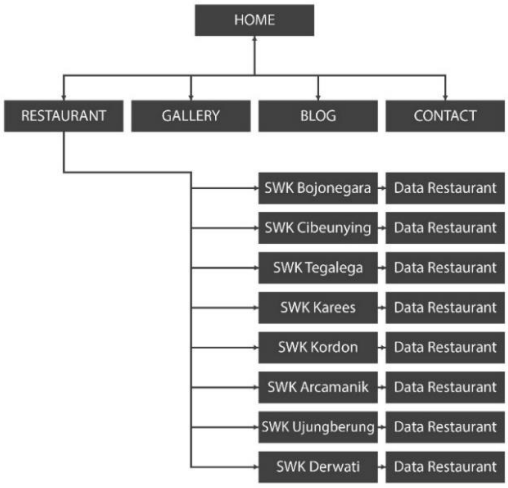
Konsep visual perancangan *website* sebagai salah satu media informasi restoran sebagai penunjang wisata kota Bandung, antara lain dengan menggunakan beberapa gaya visual yang *simple* namun terkesan modern. Mengingat penggunaan gaya desain *website* yang *flat* atau datar (*UI Kit*) sedang populer pada belakangan ini. Kombinasi warna – warna cerah dan penggunaan tipografi yang eksotik dapat mendukung rancangan *website* ini, mengingat isi dari *website* menginformasikan profil restoran – restoran yang berada di kota Bandung sehingga berkaitan langsung dengan berwisata kuliner.



Gambar III.1 Logo *website*
Sumber: Dokumentasi Pribadi

III.2.1 Sistem Navigasi

Adapun sistem navigasi yang merupakan bagian dari rancangan *website* Bandung Resto:



Gambar III.2 Sistem Navigasi *website*
Sumber: Dokumentasi Pribadi

III.2.2 Format Desain

Format desain yang akan dipakai untuk perancangan *website,* menggunakan kertas *landscap,* dengan ukuran kertas *width= 1024 px* dan *height= - px* dan resolusi yang digunakan adalah 100 pixel/inch

III.2.3 Tata Letak (*layout*)

Sebuah *layout* dapat bekerja dan mencapai tujuannya bila pesan-pesan yang akan disampaikan dapat segera ditangkap dan dipahamin oleh pengguna dengan suatu cara tertentu. *Layout* merupakan proses penataan dan pengaturan teks beserta elemen – elemen visual lainnya dalam suatu bidang media tertentu untuk mendukung konsep atau pesan yang disampaikan. Maka pada perancangan media *website* ini, *layout* yang akan dirancang bersifat *dominative.* Yaitu logo, simbol dan visual lainnya ditempatkan pada halaman *web* dengan ukuran besar, sehingga faktor perhatian utama menarik.



Gambar III.3 *Layout website*

Sumber: Dokumentasi Pribadi

III.2.4 Tipografi

Jenis *font* yang digunakan pada perancangan media informasi restoran sebagai penunjang wisata kota Bandung, menggunakan jenis *font serif* . Karena pada *website* ini berisikan tentang informasi dan artikel – artikel sehingga tingkat keterbacaannya terjaga.

1. Century Ghotic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

2. ITC Avant Garde Ghotic Pro

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

3. Coventry Garden

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

III.2.5 Illustrasi

Ilustrasi yang dipakai bersifat penambahan, untuk mengoptimalkan tampilan *website*, sehingga tampilan website tidak terlalu kosong. Pada [erancangan *website* ini akan menggunakan ilustrasi yang bersifat flat karena disesuaikan dengan konsep perancangan.

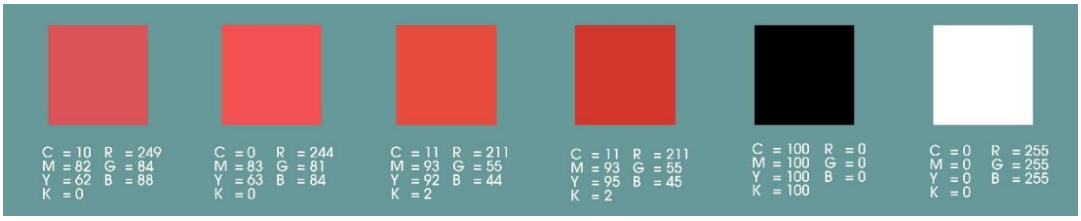


Gambar III.4 Contoh gambar ilustrasi yang bersifat datar atau *flat*

Sumber: http://media02.hongkiat.com/flat-design-resources/pixeden-flat-website-icons-vol1-preview.jpg?new (11 November 2013)

III.2.6 Warna

Warna memiliki peran dalam menciptakan suasana pembelian, memperkuat *image* produk, serta peningkatan citra bisnis. Warna merupakan pelengkap dalam gambar dan mewakili sisi psikologis manusia. Penggunaan dan pemilihan warna yang tepat dapat memberikan kesan yang baik pula. Oleh karena itu pemilihan warna pada perancangan *website* yang akan dibuat menyesuaikan dengan karakter dari target *audience,* sehingga pesan atau informasi yang terdapat dalam *website* tersampaikan dengan baik.



Gambar III.5 Penggunaan warna pada *website.*

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Penggunaan warna - warna diatas bermaksud agar target *audience* merasa nyaman terhadap tampilan *website,* karena sifat *website* yang memberikan informasi dan berisi artikel – artikel. Diharapkan dengan penggunaan warna tersebut dapat memberikan efek nyaman ketika target *audience* berada dalam *website.*