BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP

III.I Strategi Perancangan

Strategi perancangan merupakan proses bagaimana pesan dan visual yang akan disampaikan agar mencapai tujuan. Dalam Strategi perancangan situs informasi Taman Tematik ini menyampaikan pesan secara persuasif, menggunakan web berkonsep *one page* dan responsive agar *layout* situs ini mengikuti *gadget* yang digunakan target audiens, konten dalam situs ini lebih memperlihatkan informasi dengan *image* hasil dari teknik fotografi, *digital imaging*, dan ilustrasi vektor. Perancangan situs ini dibuat interaktif agar target audiens bisa saling berinteraksi setelah membaca artikel mengenai informasi Taman Tematik, seperti memudahkan *user* mencari posisi dan lokasi taman yang akan dituju.

III.I.2 Pendekatan Komunikasi

Komunikasi bertujuan untuk mempelajari konsep-konsep melalui berbagai media untuk menyampaikan pesan yang bersifat informatif, agar target *audiens* dapat mengetahui keberadaan setiap taman tematik. Sehingga dalam penyampaian pesan pada perancangan situs informasi taman tematik disampaikan dengan cara mengelola gagasan secara visual dengan mengelola sudut pengambilan objek menggunakan teknik fotografi, mengatur komposisi, *point of interest*setelah itu masuk olah digital imaging dan ditambahkan *tone* untuk memberikan efek. Selain fotografi dibutuhkan elemen-elemen grafis yang berupa logo untuk identitas, bentuk dan gambar, tatanan huruf, komposisis warna serta *layout* (tata letak). Dengan demikian, gagasan bisa diterima oleh target audiens.

a. Pendekatan Verbal

Pendekatan komunikasi verbal dalam perancangan ini menggunakan bahasa yang bersifat persuasif atau ajakan, himbauan, maupun peringatan. Dimana strategi komunikasi bertujuan memberikan pesan yang baik. Agar dapat menarik minat remaja untuk mengetahui Taman Tematik dan ikut memelihara.

Karena target sasarannya adalah remaja. Sehingga bahasa yang akan digunakan adalah bahasa Inggris dan bahasa Indonesia. Remaja pada saat ini lebih banyak menggunakan bahasa non formal yang megikuti perkembangan gaya hidup di perkotaan. Sehingga bahasa yang digunakan disesuaikan dengan bahasa keseharian dari remaja. Bahasa semi ilmiah juga digunakan agar menggugah kesadaran dari sisi psikologis yang berupa ajakan yang diharapkan menumbuhkan keterkaitan dengan alam. Semua itu akan disampaikan dengan cara memberikan informasi tentang profile singkat tentang Taman Tematik dan manfaat Taman Tematik. Pendekatan secara visual adalah mengutamakan fotografi dan ilustrasi. Memunculkan fotografi dalam informasi ini dapat meminimalisir persepsi yang berbeda-beda tentang suasana tamansesungguhnya. Sehingga Taman Tematik menjadi menarik perhatian target audiens untuk ikut berperan penting dalam menjaga ruang terbuka hijau.

b. Pendekatan Visual

Pendekatan komunikasi visual yang digunakan adalah menerapkan teknologi sebagai media informasi dan penyampaian elemen grafis sebagai pesan yang efektif, efisien dan komunikatif. sehingga elemen yang akan digunakan adalah berupa image digital imaging dan ilustrasi vektor.

III.I.3 Strategi Kreatif

Strategi kreatif yang akan digunakan dalam peracangan ini adalah dibuatkannya situs *website* dalam menyampaikan informasi adanya taman - taman tematik. Pembuatan *website* dimulai dari mengatur *layout* seperti membuat *sitemap* dan *wireframe*, setelah itu masuk olah digital, terutama bagian elemen taman menggunakan teknik fotografi, karena Taman Tematik masih belum diketahui oleh seluruh Remaja Bandung seperti fasilitasnya yang harusnya dimanfaatkan dan dipelihara. Memberikan akses lokasi untuk mengetahui jarak *user* dengan taman Tematik. Oleh karena itu dibuatkan media situs yang memberikan informasi seputar khusus taman - taman tematik di Bandung yang sudah diresmikan.

a. *Keyword*

Taman Tematik	*Respect*
Gaya Hidup	*Love*
Kesehatan	*Action*

b. Tagline

"*Keep The City Park*"

c. Headline

"Ciptakan Kreatifitas di Ruang Terbuka"

III.I.4 Strategi Media

Saat ini perkembangan media digital, sudah terbilang sangatlah banyak, mulai dari website maupun CD interaktif. Media yang digunakan dalam merancang suatu pembahasan seperti studi kasus perancangan situs informasi Taman Tematik Kota Bandung dikemas dalam sebuah media informasi berbasis situs web. Pemilihan media informasi berbasis situs web tersebut sangatlah cocok dengan remaja yang sering menghabiskan waktunya didalam dunia maya, didalam ruangan dan didepan komputer.

a. Media Utama

Media utama yang digunakan adalah website, Kerena media ini mampu menyampaikan pesan dan mengkombinasikan teks, suara, gambar melalui media komputer atau perangkat elektronik lainnya, di media ini akan terjadi interaksi antara alat yang akan digunakan dan pengguna.

b. Media Pendukung

Untuk menunjang informasi tersampaikan dengan baik, diperlukan media pendukung untuk salah satu *reminding* dalam menyampaikan informasi,diantaranya :

a. Baliho

Sarana promosi untuk memberikan info mengenai event atau kegiatan tertentu kepada khalayak luas. Baliho yang menampilkan gambar suasana Taman Tematik ini ditempatkan di area kampus, di pusat perbelanjaan dan pintu masuk tol Bandung, diharapkan bisa menjadi daya tarik untuk remaja mencari informasi selanjutnya mengenai taman - taman Tematik yang ada di Kota Bandung.

b. Poster

Sarana promosi untuk memberikan info mengenai event atau kegiatan tertentu kepada khalayak luas. Terdapat fasilitas *Qrcode* untuk mengakses situs informasi ini.

c. Kalender

Penekanan visual pada media kalender tetap menekankan pada foto-foto objek Taman Tematik Bandung, penempatannya dapat diletakan di dinding,

d. Mug

Media Mug ini berfungsi sebagai media pengingat, merchandise ini menampilkan *headline, tagline*dari media informasi yang di buat, media ini cukup efektif karena mug dapat di gunakan secara terus menerus sebagai kebutuhan remaja.

e. Stiker

Stiker dibagikan kepada remaja yang datang ke taman – taman tematik Kota Bandung. Stiker dapat menjadi media pengingat media informasi.

f. Pot Bunga

Media pendukung pot bunga bergambar wajah ini disebarkan kepada pengunjung Taman Pustaka Bunga, pengunjung bisa mendapatkan pot yang bergambar wajah sendiri dengan cara mengirim identitas diri melalui email Taman Tematik, setelah admin memberikan konfirmasi, pengunjung bisa langsung datang ke taman untuk menyerahkan file foto atau ilustrasi. Pengambilan pot bunga yang telah jadi diambil ketika Hari Lingkunan Hidup Sedunia. Diharapkan bisa menjadi daya

tarik untuk beraktifitas langsung di taman dan setelah pengambilan pot ini diharapkan lebih semangat menanam tanaman dirumah.

g. *Flyer Photo Frame*

Flyer sebagai media penyampai pesan dan merchandise, setelah flyer tidak di gunakan di bagian belakang flyer terdapat ruang untuk menempel foto, dan menjadikan sebagai figura foto.

h. *Facebook*

Facebook adalah situs jaringan sosial dimana penggunanya bisa saling berinteraksi, kirim mengirim pesan, bertemu dan memelihara persahabatan dengan teman lama, mencari teman baru, *chating*, bermain bersama, berbagi *file* dan foto, mencari partner bisnis (melancarkan bisnis/promosi) dan sebagai media untuk beriklan. sehingga itu facebook dijadikan sebagai media informasiagar pesan dapat tersampaikan dengan cepat.

i. *Twitter*

Twitter adalah situs jejaring sosial yang berupa mikroblog sehingga memungkinkan penggunanya untuk mengirim dan membaca pesan dan dapat dijadikan sebagai media untuk menyampaikan informasi.

III.2 Konsep Visual

III.2.1 Identitas Visual

Pemilihan objek – objek visual harus disesuaikan dengan materi pesan, sifat pesan dan gaya bahasa yang ada didalam strategi komunikasi. Identitas merupakan ciri seseorang atau jati diri untuk membedakan dengan orang lain. Identitas Taman Tematik dibuat dari beberapa penggabungan elemen taman serta ciri khas Bandung. Pohon dipilih karena isi dalam taman terdapat banyak tumbuhan dan yang paling mewakili taman adalah pohon dan daun hijau. Selain itu bangunan gedung sate dipilih karena dalam hasil observasi remaja lebih mudah mengingat salah satu ciri khas kota Bandung.



Gambar III.1 Logo Taman Tematik

Sumber: Data Pribadi

III.2.2 Format Desain

Format desain yang dirancang dalam Website Pemanfaatan Ruang Terbuka Taman Tematik bagi Remaja Bandung adalah format desain *websiteone page* yang memiliki kesatuan seperti proporsi bentuk dan visual seimbang. Format desain yang dipakai adalah *lanscape*. dengan cara menggunakan bidang kertas yang berkuran *width* 1300 *pixel* dan *hight* mengikuti kebawah sesuai banyaknya konten. Dan resolusi yang akan digunakan adalah 72 *pixe*l/ *inch*. Situs ini menggunakan *Platform*yang bekerja pada *hardware* dan *software*sistem operasi di personal komputer, *smartphone*dan *tablet*, sehingga situs ini bersifat *responsif*.

Situs web atau *Website*adalah sejumlah halaman web yang berisi text, gambar, video dan suara. Sebuah situs web biasanya ditempatkan pada sebuah server web yang dapat diakses melalui jaringan seperti internet, ataupun jaringan wilayah lokal (LAN) melalui alamat internet yang dikenali sebagai URL.Semua situs yang dapat diakses publik di internet disebut pula sebagai *World Wide Web* atau lebih dikenal dengan singkatan WWW. Domain yang digunakan pada situs Taman Tematik ini menggunakan akhiran international seperti *.com* karena untuk mempermudah dalam mengingat dan mudah diakses oleh remaja lokal atau wisata asing, sehinggga URL taman tematik ini adalah www.tamantematikbdg.com

Gambar III.2 Tampilan *Qrcode* untuk mengakses situs taman tematik

Sumber : Data Pribadi

III.2.3 Tipografi

Jenis tipografi pada media situs ini menggunakan san serif yaitu jenis huruf yang bersifat solid dan tidak memiliki sirip. Jenis huruf seperti ini lebih tegas, bersifat fungsional dan lebih modern. Contoh font yang tergolong sans serif adalah : Arial, Futura, Avant Garde, Bitstream Vera Sans, Century Gothic.

Pemilihan jenis huruf pada media informasi ini mengutamakan keterbacaan, menarik, dan ceria. Untuk menarik perhatian masyarakat khususnya remaja maka huruf yang digunakan berkesan semi formal dan formal.



Gambar III.3 Font pada media infomasi*website*

Sumber: Dokumen Pribadi

III.2.4 Ilustrasi

Dalam perancangan situs ini beberapa elemen visual dibuat menggunakan ilustrasi vektor yang berkaitan dengan tema taman. Beberapa elemen didalam situs ini seperti perpustakaan di ruang terbuka, ilustrasi sarana *wifi*, ilustrasi bunga

anggrek, Ilustrasi ikon mawar, tanda musik, kamera dan bangku taman. Ilustrasi ini merupakan salah satu daya tarik dan dapat menggambarkan pesan dalam sebuah informasi. Ilustrasi ikon ini memberitahukan fasilitas dan manfaat dari taman- taman tematik yang ada di Bandung :



Gambar III.4 Ilustrasi pada situs

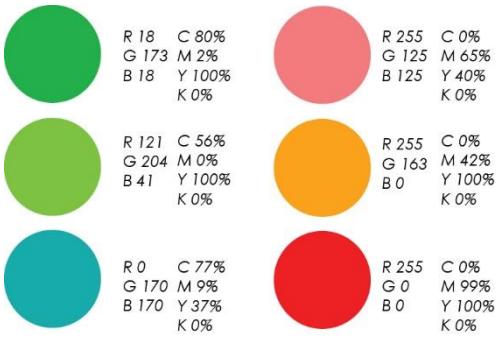
Sumber: Dokumen Pribadi

III.2.5 Warna

Warna RGB digunakan untuk kepentingan digital, sedangkan warna CMYK digunakan untuk kepentingan cetak. Warna yang digunakan lebih memilih warna cerah yang mewakili keceriaan beraktifitas di lingkungan alam terbuka.

Warna yang digunakan adalah warna analogus, menurut teori Brewster warna ini merupakan kombinasi dari warna-warna terdekat. Misal : warna merah akan serasi dengan warna oranye, dan oranye akan terlihat harmonis dengan warna kuning. Begitu juga jika kuning dipadukan dengan hijau atau biru jika dipadukan dengan ungu, dan ungu jika dikombinasikan dengan pink.

Berikut contoh warna yang digunakan pada situs ini:

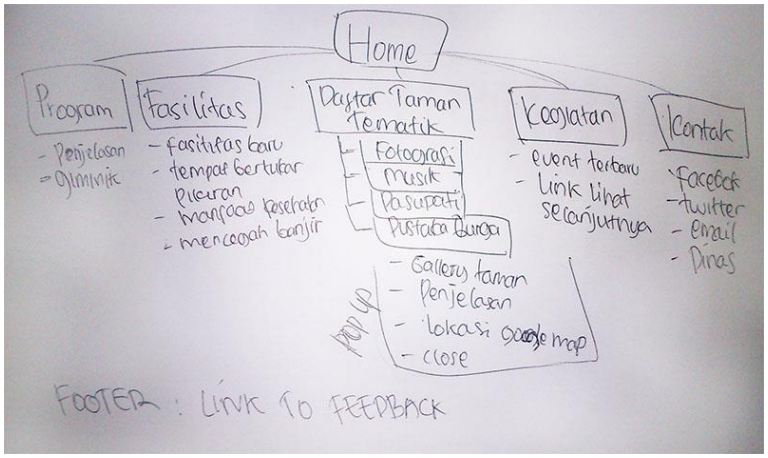


Gambar III.5 Warna – warna pada media informasi situs

Sumber: Dokumen Pribadi

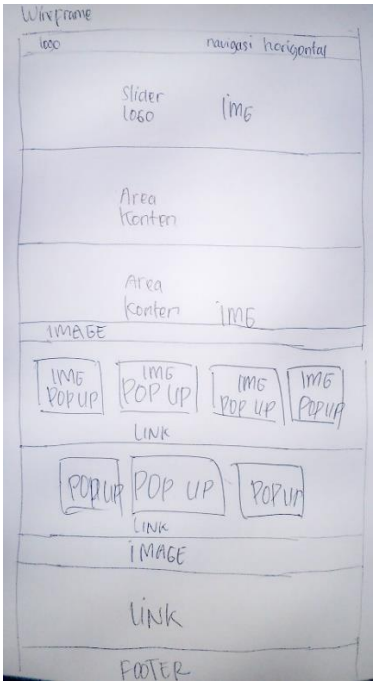
III.2.6 Layout

Langkah pertama membuat sebuah situs web yaitu menyusun *sitemap. Sitemap* adalah file yang berisi daftar setiap halaman di dalam situs yang akan dibuat, *sitemap* berguna memberitahukan pada mesin pencari tentang semua halaman yag ada didalam situs yang sudah dibuat. Penyusunan layout situs inimenggunakan susunan yang sederhana dengan mempertimbangkan kenyamanan yang dapat berkaitan satu sama lainya agar pesan dan informasi dapat dipahami dengan baik. Layout website yang dibuat untuk media informasi ini termasuk simple, hanya terdapat konten foto - foto dan penjelas mengenai foto tersebut.



Gambar III.6 *Sitemap*

Sumber: Data Pribadi

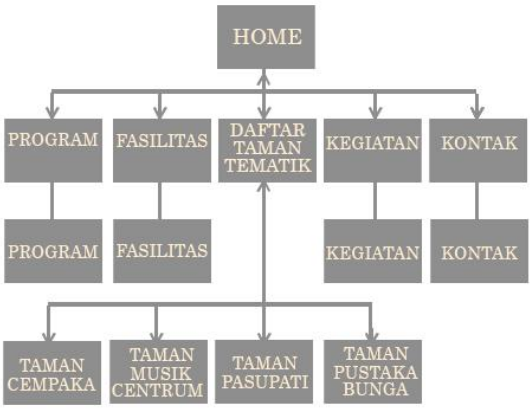


Gambar III.7 Layout *Website*

Sumber: Data Pribadi

III.2.7 Navigasi

Navigasi adalah petunjuk arah posisi atau perjalanan di dalam sebuah situs. Adapun navigasi strategi dalam pembuatan situs ini yang dirancang agar mudah diakses oleh target audiens.



Gambar III.8 Tampilan Navigasi Website

Sumber: Data Pribadi