BAB III

STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1 Strategi Perancangan

Komunikasi dilakukan melalui media foto. Karena remaja akhir lebih tertarik terhadap gambar dan membuat anak berimajinasi lebih tinggi untuk menerima pesan yang ingin disampaikan pada gambar tersebut.

III.1.1 Pendekatan Komunikasi

Tujuan pada pendekatan komunikasi, dengan lebih menampilkan keadaan Taman (*park*) secara nyata. Terjadi komunikasi bersifat non verbal yang mengkomunikasikan taman yang berkaitan dengan keseluruhan fungsi penting taman tersebut. Menurut Alex Sobur, dalam Semiotika Komunikasi (2009, 125). Berkomunikasi pada nonverbal berarti berkomunikasi "minus bahasa", berarti pula pengamatan dilakukan secara *face to face* terhadap gerak tubuh, gerakan-gerakan tertentu, *gesture* (bentuk-bentuk tertentu), dsb. Dengan begitu bagi penulis dan pembaca dapat merasakan langsung isi pesan yang terdapat dalam ilustrasi nya melalui bentuk foto gambaran elemen estetika pada bangunan taman yang mempunyai konsep *English Landscape Gardening* ini, sehingga menjadi bahan pemikiran dan pengenalan bagi khalayak yang terlibat dalam pendekatan komunikasi buku ini mulai dari kata pengantar berlajut pada sejarah singkat, hingga sampai kepada isi illustrasi fotografi menarik ditambah dengan beberapa pesan singkat terkait sejarah pada masing-masing taman.

III. 1. 1. 1 Pendekatan Komunikasi Visual

Karena berkaitan dengan sejarah, dalam pendekatan komunikasi visual ini memperlihatkan sesuatu hal yang dapat memberikan kesan tempo dulu, akan tetapi menyesuaikan dengan

khalayak remaja akhir kota Bandung masa kini. Hal tersebut dapat terlihat atau dirasakan dari karakter pengunjung aktif.

III. 1. 1. 2 Pendekatan Komunikasi Verbal

Pada taman (*park)* yang ada berusaha menyampaikan pesan – pesan dengan beberapa foto masa lalu juga masa kini, dan pada perancangan ini dengan foto yang dapat memperkuat identitas, mencoba untuk menyampaikan segala hal mengenai taman (*park*). Segala hal mengenai taman (*park*) yaitu sejarah terbentuknya, juga penggunaan taman. Cara menyampaikan pesan atau informasi tersebut dengan cara mengajak khalayak lebih dekat melalui penyampaian informasi yang disampaikan melalui media pendukung yang akhirnya diarahkan kepada sebuah buku Ensiklopedia yang dikemas visual yang menarik sesuai dengan konsep untuk remaja akhir.

III.1.2 Strategi Kreatif

Langkah Awal, analisa terhadap karakteristik media utama, pendukung, dan juga promosi. Dilakukan analisa secara menyeluruh yang meliputi produk yang ditawarkan, keunggulan, perbandingan dengan produk lain. Analisa ini diharapkan dapat menghasilkan sesuatu yang menarik mengenai produk. Maka dibuatlah penggabungan ilustrasi untuk isi dari buku berupa penggabungan foto dengan vektor. Untuk vektor diaplikasikan pada sisi ikonik dari setiap taman. Karena hal tersebut merupakan sisi penting dari taman (*park*) yang memang dibangun sebagai taman monumental. Maka diambilah tokoh-tokoh dari masing-masing taman. Selain penting, tokoh-tokoh tersebut diharapkan akan mengubah perpsepsi masyarakat khususnya khalayak bahwa taman-taman kota tersebut identik dengan hal negatif seperti yang dipaparkan pada identifikasi masalah, sebaliknya bila mengetahui ikon-ikon monumental

yang ada dengan jasa-jasa yang telah ditorehkan dalam pembangunan Kota Bandung diharapkan akan merubah pola pikir khalayak itu sendiri.

Analisa terhadap karakteristik khalayak, hal ini menjadi penting karena dalam proses komunikasi, selain ada penyampai pesan, adapun penerima dari pesan yang ingin disampaikan, mulai dari siapa mereka, usia, jenis kelamin, status ekonomi sosial, pekerjaan, tempat tinggal, dan lain sebagainya. Analisa ini dilakukan untuk mengenal khalayak dengan tepat agar kita mengetahui apa yang penting, menarik, bagi wawasan khalayak. dan yang tidak kalah penting juga adalah bagaimana menyampaikan pesan tersebut, apa yang ingin disampaikan dan bagaimana menyampaikannya. Dalam penyampaian sejarah yang akan disampaikan dalam media buku adalah mengenai segala kegiatan yang ada dalam taman abad ke-19, pada masa tersebut, khalayak akan mengetahui apa yang sebenarnya terjadi, serta apa fungsi taman dengan keberadaannya hingga saat ini. Kaitan sejarah pada masa tersebut dengan khalayak adalah taman dikala itu sebagai sarana bagi masyarakat Kota Bandung dalam mengisi waktu luang juga diadakannya berbagai bentuk acara hiburan yang dapat dinikmati warga Kota secara gratis, selain itu tentu muda-mudi pada masa tersebut sangat antusias mengaktivasi taman sebagai pusat sosial. Dibalik meriahnya aktivitas taman kota, buku ini pun terdapat petunjuk fungsi taman Kota yang perlu kita jaga secara berkelanjutan. Dengan demikian khalayak akan dapat menikmati indahnya taman pada abad ke-19 juga akan menjaga kelestariannya sesuai dengan fungsi yang sebenarnya.

III.1.3 Strategi Media

Strategi perancangan dalam buku taman (*park*) Bersejarah Kota Bandung adalah merancang sebuah buku yang memiliki peran yang sangat penting. Menurut Guntur (Seperti dikutip Andri Nurmarwan, 2009) “Buku adalah salah satu media informasi yang memiliki peran yang sangat penting. Meski sekarang jaman sudah berkembang kian pesatnya di mana

tekhnologi sekarang sudah mendominasi, akan tetapi buku sebagai sumber pengetahuan belum bisa tergantikan. Selain media yang mudah untuk dijangkau dan memiliki sifat mobilitas yang tinggi, buku dapat dibaca di mana saja dan kapan saja.". Agar menghasilkan buku yang mudah untuk diterima khalayak, dilakukan teknik fotografi terhadap taman-taman tersebut, dimana pengambilan gambar ini mengacu kepada *English Landscape Gardening* konsep perancangan taman yang diadopsi oleh taman (*park*) Kota Bandung pada masa itu. Pada hal ini tujuan perancangan buku adalah memperkuat citra dari taman kota dan meningkatkan daya tarik bagi para pengunjung. Buku terdiri dari beberapa media yang bersifat memperkuat sisi penting dari dibangunnya taman pada jaman tersebut agar apa yang diharapkan pada perancangan ini dapat terwujudkan dengan baik. Media aplikasi tersebut dapat memperlihatkan gambaran masing-masing taman kota sehingga mempermudah menyampaikan pesan kepada khalayak.

III. 1. 3. 1 Pemilihan Media

Dalam pemilihan media ini diklasifikasikan menjadi dua jenis media yang dapat mendukung dan memperkuat identitas taman (*park*).

III. 1. 3 .1 .1 Media Utama

Dalam hal ini media utama harus menggambarkan dan memperkenalkan secara jelas informasi sejarah dan identitas terkait fungsi peraturan penggunaan taman akan disampaikan kepada khalayak sehingga memudahkan untuk diterima dan dikenal. Sebuah buku yang menceritakan tentang sejarah taman (*park*) *Pietersijthoffpark* (Taman Merdeka), Molukkenpark (Taman Maluku), *Ijzermanpark* (Taman Ganesha) menjadi pilihan utama yang tepat karena dapat memperlihatkan segala hal mengenai taman (*park*) dan mempunyai peran yang sangat penting. Dalam

buku tersebut pesan dapat tersampaikan kepada khalayak dengan baik karena selain penjelasan mengenai pesan yang disampaikan, didukung pula dengan kumpulan foto sebagai sebuah pesan yang memperlihatkan maksud atau arti dari cerita yang ingin disampaikan.

III. 1. 3 .1 .2 Media Penunjang

Media pendukung yang digunakan merupakan media tambahan untuk mendampingi media utama agar penyampaian informasi dari media utama dapat diaplikasikan dengan media pendukung. Media pendukung yang digunakan adalah kemasan.

III.1.4 Strategi Distribusi

Jadwal penyebaran media informasi buku ini dilakukan selama tiga bulan, yaitu pada bulan Juni, Juli dan Agustus hal ini sebelumnya sudah dipertimbangkan, karena mengambil pada hari-hari bebas sebelum dan sesudah para siswa menghadapi ujian semester dan momentum pada saat masuknya siswa baru.

Media	Tempat / Lokasi	Waktu Penyebaran											
		Juni				Juli			Agustus				
		Minggu ke				Mingguke			Minggu ke				
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Poster	di jalan-jalan umum yang banyak dilalui orang jalan raya, papan informasi sekolah												
Buku	diperpustakaan sekolah di Kota Bandung, toko buku												

Totebag	toko-toko *souvenir* Kota Bandung												
Stiker	dibagikan disekolah di Di Kota Bandung												
Buku Catatan	Toko buku peralatan sekolah												
Mug	ditempatkan dikantin-kantin sekolah												

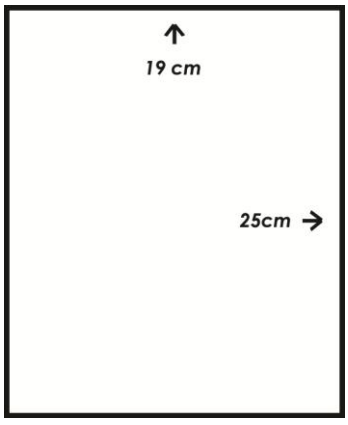
Gambar. III. 1 Tabel strategi distribusi
Sumber : Dokumentasi pribadi

III.2 Konsep Visual

Konsep visual dalam pembuatan buku ini merupakan bentukan gambaran taman (*park*) yang menuangkan aspek-aspek berdirinya taman (*park*), hal ini terdiri dari berbagai konsep visual yang meliputi :

III.2.1 Format Desain

Media Buku akan diaplikasikan pada kertas *art paper* dengan tebal 120 gram untuk isi, *Soft Cover* untuk *cover* buku. P x L = 19 x 25 cm. Dengan format demikian diharapkan dapat menunjang karya yang terdapat dalam buku.



Gambar III. 2 Ukuran Buku
Sumber : Milik pribadi

III.2.2 Tata Letak (*Layout*)

Foto sebagai ilustrasi pada buku yang akan dominan pada setiap halamannya tetap disesuaikan dengan pesan yang berupa rangkaian kata dengan kalimat yang lebih mudah dibaca sehingga akan menjadi media komunikasi visual yang dapat menyampaikan pesan dengan semestinya. Hendratman (seperti dikutip Adryan Fernando Manurung, 2013) menjelaskan "Tata Letak/Layout adalah usaha untuk menyusun, menata atau memadukan unsur unsur komunikasi grafis (teks, gambar, tabel dan lain lain) menjadi media komunikasi visual yang komunikatif" (h.85).

III.2.3 Tipografi

Pemakaian jenis tipografi untuk buku taman (*park*), penulis memberikan beberapa jenis huruf serif (*Campanile*), dan juga script (*News701 BT*). untuk Body text dan keterangan penulis menggunakan model huruf sans serif (*Myriad Pro*) mengingat huruf ini adalah jenis huruf yang tidak bertangkai, sehingga lebih nyaman mengenai tingkat keterbacaan. Rakhmat Supriyono (2010) berpendapat bahwa :

> Berdasarkan fungsinya, huruf dapat dipilah menjadi dua jenis, yaitu huruf teks (*text type*) dan huruf judul (*display type*). Jika anda hendak menggunakan huruf untuk teks, sebaiknya pilih bentuk huruf (*type face*) yang sederhana dan akrab dengan pembaca, misalnya Times, Bookman, dan Arial. Sementara itu untuk judul, subjudul, atau teks pendek seperti slogan, masih bisa menggunakan huruf yang sedikit unik dengan tetap menjaga nilai keterbacaan dan kesesuaian. (h. 23)

Juga terdapat huruf dekoratif yang sengaja dibuat untuk menarik perhatian di beberapa posisi seperti untuk judul, dan subjudul. Rakhmat Supriyono (2010) menjelaskan "Huruf dekoratif bukan termasuk huruf teks sehingga sangat tidak tepat jika digunakan untuk teks panjang. Huruf ini lebih cocok digunakan untuk satu kata atau judul yang pendek." (h.30)

Myriad Pro

aA bB cC eD Ee fF gG hH iI jJ kK lL mM nN oO pP qQ rR sS tT uU vV wW xX yY zZ 1234567890.:,;'"(!?)+-*/=

Campanile

aA bB cC eD Ee fF gG hH iI jJ kK lL mM nN oO pP qQ rR sS tT uU vV wW xX yY zZ 1234567890.:,;'"(!?)+-*/=

Courier New

aA bB cC eD Ee fF gG hH iI jJ kK lL mM nN oO pP qQ rR sS tT uU vV wW xX yY zZ 1234567890.:,;'"(!?)+-*/=

III.2.4 Ilustrasi

Untuk mewakilkan kesan sejarah yang ingin disampaikan, penulis mengambil gambar foto sesuai dengan kondisi taman (*park*) pada masa kini, hal ini termasuk dari definisi sebuah taman (*park*) yang terdiri dari berbagai elemen penunjang berdirinya sebuah taman sebagai Ruang Terbuka Hijau yang semestinya, menurut Haryoto Kunto (dalam Semerbak Bunga di Bandung Raya, 1986 : 156) :

> "Sebidang tanah yang dipagari sekelilingnya, ditata secara teratur dan artistik, ditanami pohon lindung, tanaman hias, rumput dan berbagai jenis tanaman bunga. Selain itu dilengkapi pula jaringan jalan (lorong), bangku tempat duduk, lampu penerangan yang nyeni. Kadang kala dilengkapi kolam ikan dan teratai, tempat berteduh yang sering disebut *"Gazebo"* , kandang binatang atau unggas dan saluran air yang teratur. Park adalah taman dalam arti yang sesungguhnya."

Dalam pernyataan tersebut maka di ambilah beberapa illustrasi melalui karya foto yang didapat dari masing-masing taman (*park*) *Pietersijthoffpark* (Taman Merdeka), Molukkenpark (Taman Maluku), *Ijzermanpark* (Taman Ganesha). Selain itu, agar merubah persepsi taman dari hal-hal negatif yang ada, dibuatlah ilustrasi vektor pada beberapa halaman yang lebih mengarah pada gaya desain *Pop Art*, yang lebih bisa diterima masyarakat dari kalangan manapun khususnya khalayak sasaran yang penulis tujukan. Seni hanyalah sebuah hal yang bisa dinikmati kalangan kelas atas, dengan adanya gerakan *Pop Art*, seni dapat dinikmati oleh semua kalangan, mulai dari golongan bawah hingga golongan atas (D. Frida, 2013, Sigodangpos.com). Cirinya ada pada penggabungan foto, serta permainan warna yang berani, pada beberapa halaman buku aka nada penggabungan vektor dengan fotografi seperti pada halaman pembuka tiap bab. Ciri khas Pop Art adalah penggabungan foto serta permainan warna yang berani, kadang disertai penggunaan simbol-simbol untuk menyampaikan pesan pembuatnya (D. Frida, 2013, Sigodangpos.com).



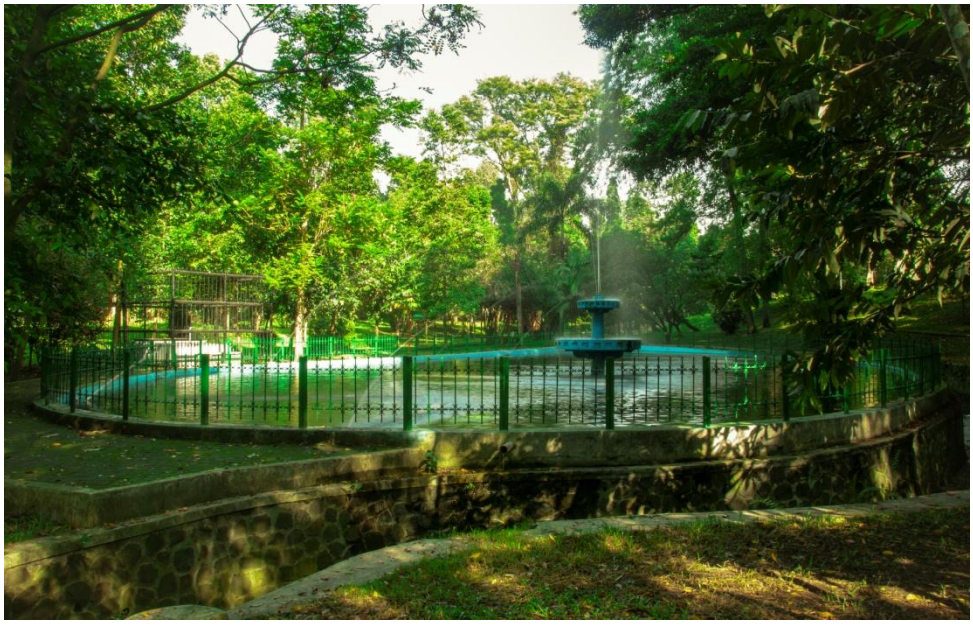
Gambar III. 3
Taman Merdeka
Sumber : Dokumen Pribadi



Gambar III. 4 Tanaman Hias
Sumber : Dokumen Pribadi



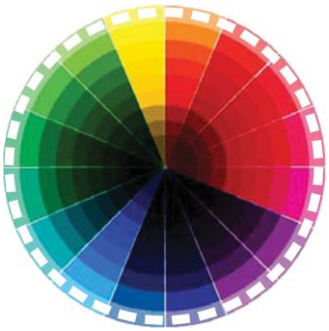
Gambar III. 5 Taman Maluku
Sumber : Dokumen probadi



Gambar III. 6 Kolam air
Sumber : Dokumen pribadi

III.2.5 Warna

Pemakaian warna pastel dirasa akan lebih cocok dengan khalayak karena warna ini dapat mencerminkan kesan keindahan. Manurung (2013) menjelaskan : "Warna pastel adalah warna yang mendekati warna putih/terang pada lingkaran warna. warna pastel biasa disebut juga sebagai warna sephia. Warna pastel berkesan tenang dan rileks, warna pastel mencerminkan keindahan dan feminisme." (h.17).



Gambar III. 7 Warna Pastel
Sumber : Adryan Fernando Manurung NIM.51909280, Perpustakaan UNIKOM