BAB III

STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1 Target Audiens

Media Informasi ini dibuat untuk menginformasikan segala sesuatu yang berhubungan dengan segala aspek yang ada di Lembang Jungle Discovery, maupun dari segi informasi lokasi sampai informasi arahan menuju suatu tempat yang akan dituju oleh para pengunjung.

Maka target audiens yang ditentukan berdasarkan segi demografis, psikografis dan geografis sebagai berikut.

A. Demografis

- Usia : Anak : 8 – 12 tahun
  Remaja : 13 – 20 tahun
  Dewasa : 21 – 30 tahun

  Dari pembatasan usia diatas, pada usia ini audiens mulai mengerti dengan arahan informasi yang diberikan oleh suatu tempat wisata ataupun tempat umum lainnya, sehingga akan lebih mudah memahami media informasi yang diberikan.
- Status Ekonomi : Kalangan menengah dan menengah atas
- Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan
- Status : Pelajar dan Pekerja Kantor
- Asal : Dalam dan Luar Negeri

B. Psikografis

Para pengunjung Lembang Jungle Discovery yang menyukai petualangan, tantangan, dan yang ingin mencoba hal-hal baru yang memacu adrenalin.

C. Geografis

Target audiens mencakup pengunjung Lembang Jungle Discovery yang berasal dari Bandung, luar Bandung maupun luar Negeri.

Melihat dari uraian diatas maka disimpulkan bahwa target audiens dari perancangan media informasi ini adalah dan pekerja kantor dari kalangan dewasa, juga pengunjung yang berasal dari Bandung maupun Luar Bandung seperti Jakarta dan ingin mudah mendapatkan informasi yang mudah dimengerti untuk menuju lokasi yang akan dituju.

III.2 Strategi Perancangan

Strategi perancangan yang akan dibuat mengenai media informasi Lembang Jungle Discovery ini adalah dengan merancang media informasi yang dapat memenuhi kebutuhan pengunjung akan informasi fasilitas dan lokasi apa saja yang ada di Lembang Jungle Discovery.

Informasi yang ingin disampaikan berupa media informasi seperti peta kreatif lokasi dan informasi yang berada di Lembang Jungle Discovery. Perancangan media informasi ini dituangkan kedalam dua media, yakni media utama dan media pendukung. Dimana pengetahuan akan informasi lebih banyak di media utamanya. Media pendukung hanya sebagai pelengkap saja yang tujuannya agar target audiens mendapatkan informasi dari media utama.

III.2.1 Pendekatan Komunikasi (pendekatan visual dan verbal)

Pendekatan komunikasi yang dilakukan oleh penulis ada dua, yaitu pendekatan komunikasi secara visual dan verbal.

1. Pendekatan Komunikasi Visual

Pendekatan secara visual dilakukan dengan cara menyampaikan informasi kepada pengunjung dengan menggunakan objek, ilustrasi dan tipografi yang sederhana yang dibuat menjadi visual yang tidak menghilangkan ciri khas dari Lembang Jungle Discovery, yaitu sebagai tempat bermain *outdoor* yang bernuansa hutan pinus.

2. Pendekatan Komunikasi Verbal

Pendekatan komunikasi verbal dalam strategi perancangan ini menggunakan penyampaian komunikasi menggunakan bahasa Indonesia dan bahasa Inggris. Hal ini ditujukan agar penyampaian komunikasi menjadi mudah dimengerti oleh pengunjung yang tidak hanya berasal dari dalam negri.

III.2.2 Strategi Kreatif

Agar tujuan perancangan media informasi yang diharapkan dapat tercapai dengan baik, maka yang harus dilakukan dalam penyampaian informasi ini harus memilki konsep visual yang menarik dan tentunya lebih mudah dipahami oleh target audiens, sehingga akan memudahkan audiens untuk mendapatkan pesan informasi yang disampaikan.

Media Informasi menurut M. Kesrul (2003) memiliki arti data yang akurat, tepat waktu, relevan dan lengkap. Sehingga informasi yang akan dibuat harus memenuhi 4 faktor tersebut.

Media yang digunakan oleh penulis adalah media informasi, yang didalamnya terdapat informasi peta lokasi-lokasi permainan dan petunjuk arah lokasi yang ada di Lembang Jungle Discovery. Perancangan media informasi pada obyek ini disesuaikan dengan ciri khas yang dimiliki Lembang Jungle Discovery yaitu dengan letaknya yang berada di hutan pinus, dengan konsep yang dibuat diharapkan dapat selaras dengan karakter khas yang dimiliki Lembang Jungle Discovery dan informasi yang akan disampaikan dapat dipahami dengan mudah dan jelas.

III.2.3 Strategi Media

Media informasi utama yang dirancang berupa peta kreatif yang dimana pada media ini meliputi lokasi-lokasi permainan dan sistem tanda pengenal pada obyek. Sedangkan pada media pendukung berupa petunjuk arah, himbauan dan larangan pada obyek.

Media utama ini dibuat untuk menginformasikan kepada pengunjung setiap lokasi dan sarana yang dimiliki oleh Lembang Jungle Discovery. Sedangkan media

pendukung yang dibuat untuk menunjang kebutuhan yang dibutuhkan di Lembang Jungle Discovery.

III.2.4 Strategi Distribusi

Setelah rancangan selesai maka tahap selanjutnya yang akan dilakukan adalah penyebaran media. media yang akan disebarkan adalah infotainment map. Sign system,dan media *merchandise* dengan bertujuan untuk memberikan informasi kepada pengunjung Lembang Jungle Discovery. Untuk memudahkan dalam penyebaran media yang akan disebarkan selama lima bulan Agustus – Desember 2014, penyebaran dilakukan selama 5 bulan untuk permulaan distribusi, jika berhasil maka penyebaran ini akan diperpanjang. Maka dibuatkan tabel serta susunan pembagian waktu penyebaran. Adapun tahapannya adalah sebagai berikut :

Tabel III.1 Strategi Distribusi Tahun 2014

Media	**Penempatan**	**Bulan**				
		Agustus	**September**	**Oktober**	**November**	**Desember**
Infotainment Map	Kantor Depan (*Front Office*), Setiap lokasi wahana *outbound*					
Sign System Direction	Di setiap lokasi yang dapat terlihat oleh pengunjung					
Sign System Identification	Di setiap lokasi fasilitas Lembang Jungle Discovery					

Sign System Regulation	Di lokasi-lokasi wahana *outbound* Lembang Jungle Discovery					
Media Pendukung : T-shirt Gan. Kunci Pin Mug Topi Rimba Buku Memo Pulpen Stiker Gelang Kulit	Disesuaikan					

Pelaksanaan Distribusi Aktif

III.3 Konsep Visual

Konsep visual yang ditampilkan dalam media informasi ini memanfaatkan teknik penyampaian dengan teknik perancangan menggunakan peta kreatif yang menggunakan visual simbol dan ciri khas dari Lembang Jungle Discovery. Bentuk dan pesan secara visual menggunakan penggayaan dengan keselarasan lokasi obyek yang kemudian akan dituangkan ke dalam bentuk peta kreatif yang menarik dan efektif, agar pesan dan informasi sampai kepada target sasaran yang dituju.

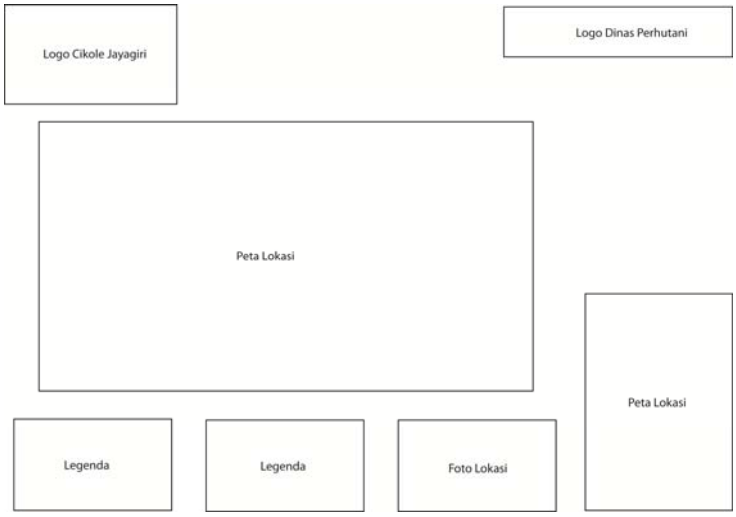
III.3.1 Format Desain

Format desain yang akan digunakan dalam media informasi ini dibuat sederhana dengan menggunakan komposisi *landscape* berukuran A2 pada peta kreatif serta format yang disesuaikan pada setiap media-media yang akan digunakan.

III.3.2 Tata Letak

Tujuan utama tata letak adalah menampilkan elemen visual yaitu gambar dan teks agar menjadi lebih komunikatif sehingga memudahkan audiens dalam menerima informasi yang diberikan. Dalam setiap media yang disusun selalu mengacu pada konsep awal yang memberikan kesan grafis yang menarik juga informatif dan dimengerti oleh khalayak.

Tabel III.2 Tata Letak



III.3.3 Tipografi

Penggunaan tipografi yang sangat jelas dalam media informasi ini sangat berperan besar terutama dalam tingkat keterbacaan sehingga dapat mempermudah dalam penyerapan informasi yang diberikan. Oleh karena itu jenis huruf yang dipilih dalam media informasi ini ialah jenis huruf yang tidak memiliki banyak variasi sehingga tingkat keterbacaannya sangat jelas. Jenis huruf yang dipilih :

Huruf untuk *Body Text* :

Lucida Sans

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

„.<>/?!@#$%^7890-+-={}[];:”’

Adapun jenis huruf lainnya yang digunakan untuk *Headline* pada media informasi ini adalah:

None shall pass

Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

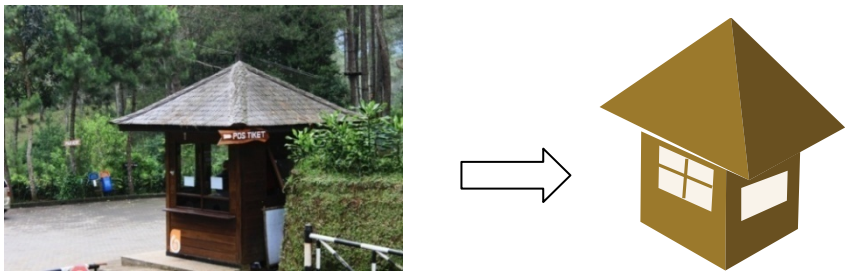
1234567890

Scorched Earth
ABCDEFGHJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890
.,/?@$!%*&)(+=:\|

III.3.4 Ilustrasi

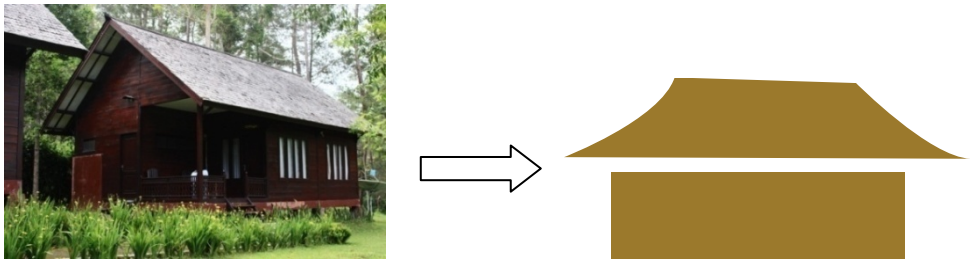
Ilustrasi adalah gambar yang dapat berbentuk sketsa atau *image* atau foto yang kemudian dibuat atau disederhanakan menjadi bentuk simbol dengan penggayaan ciri khas Lembang Jungle Discovery. Ilustrasi yang digunakan pada perancangan media informasi ini adalah foto-foto dari lokasi, sarana dan prasarana yang ada di Lembang Jungle Discovery.

Berikut ini adalah beberapa foto-foto lokasi yang akan digunakan dalam perancangan media informasi ini adalah :



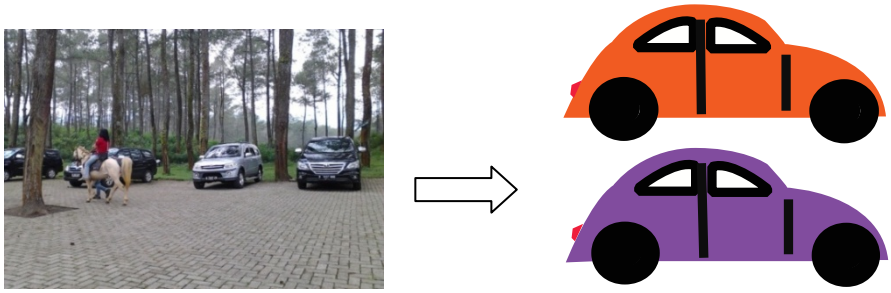
Gambar III.1 Pos Tiket

Sumber data : Dokumen Pribadi (2014)



Gambar III.2 Bungalo

Sumber Data : Dokumen Pribadi (2014)



Gambar III.3 Tempat parkir

Sumber Data : Dokumen Pribadi (2014)



Gambar III.4 Mushola

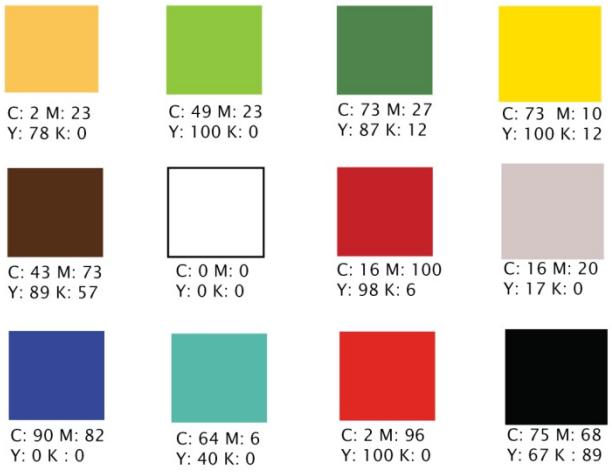
III.3.5 Warna

Setiap warna memiliki karakteristik yang berbeda-beda, yang dimaksudkan karaketeristik disini adalah sifat khas yang dimiliki dalam suatu warna.

Rahmat (2010) menjelaskan “Secara visual warna dapat dibagi menjadi 2 golongan, yaitu warna dingin dan warna panas. Warna dingin seperti hijau, biru, hijau-biru, biru-ungu, dan ungu dapat memberi kesan pasif, statis, kalem, damai, dan secara umum kurang mencolok. Sebaliknya warna-warna panas, seperti merah, merah-orange, orange, kuning, kuning-hijau, dan merah-ungu memiliki kesan hangat, dinamis, aktif dan mengundang perhatian.” (h.74).

Sebagai bagian dari elemen tata rupa, warna memegang peran sebagai sarana untuk lebih mempertegas dan memperkuat kesan atau tujuan dari sebuah karya desain. Warna dalam perancangan peta kreatif ini diambil dari warna-warna yang terdapat pada lingkup lokasi obyek yang dianggap dapat mewakili ciri khas tempat tersebut.

Adapun warna-warna yang digunakan dalam perancangan media informasi ini adalah :



Gambar III.5 Konsep Warna

1. **Warna pada *Infotainment Map***

- **Kuning Muda**

  Warna kuning muda ini digunakan sebagai warna *background* pada *infotainment map*. Warna ini digunakan sebagai warna yang memberi kesan teduh pada obyek.

- **Hijau**

  Warna hijau ini menjadi warna yang paling dominan diantara warna lain yang akan digunakan, karena warna hijau sebagai konsep obyek yang berlokasi di alam terbuka atau *outdoor* dengan jajaran pohon pinus.

- **Coklat**

  Warna coklat ini digunakan karena melihat lokasi obyek yang menyatu dengan alam sehingga pemakaian warna ini terasa lebih alami untuk diserasikan dengan alam, seperti warna coklat kayu dan batang pohon yang digunakan sebagai bahan sarana dan prasarana yang ada.

- **Biru**

  Warna biru ini digunakan karena lokasi yang berada di alam terbuka, dimana langit menjadi simbol kebebasan untuk bermain di alam, sesuai dengan konsep tempat *outbound* ini. Warna ini juga dipakai pada warna *sign direction* yang akan dibuat.

- **Merah**

  Warna merah ini digunakan untuk memberikan penegasan pada setiap informasi yang akan disampaikan pada media informasi ini. Warna merah ini juga digunakan pada *sign identificitaion* yang akan dibuat.

- **Hitam dan Putih**

  Warna hitam dan putih ini digunakan pada warna *font* yang digunakan pada *infotainment map*, warna dipakai karna agar terlihat jelas oleh target *audiens*.

2. **Warna pada *Sign System***

- **Biru**

  Warna ini dipakai pada warna *sign direction* yang akan dibuat. Warna ini dipilih karena terlihat berbeda dari warna yang ada di tempat yang bernuansa hijau ini sehingga target audiens dapat lebih jelas melihatnya.

- **Merah**

  Warna ini dipilih karena terlihat berbeda dari warna yang ada di tempat ini yang kebanyakan bernuansa hijau, warna ini terlihat lebih mencolok sehingga target audiens dapat melihat dengan jelas walaupun dari jarak yang jauh.

- **Kuning**

  Warna kuning ini digunakan pada *sign* himbauan karena terlihat lebih mencolok sehingga target audiens dapat melihat dengan jelas walaupun dari jarak yang jauh.

- **Putih**

  Warna putih ini digunakan pada warna ikon yang digunakan pada *sign system*, warna dipakai karna agar terlihat jelas oleh target audiens.

- **Hitam**

  Warna hitam ini digunakan pada warna ikon yang digunakan pada *sign system*, warna dipakai karna agar terlihat jelas oleh target audiens.

- **Abu – Abu**

  Warna abu-abu ini digunakan pada warna ikon yang digunakan pada *sign system*, warna dipakai karna agar terlihat jelas oleh target audiens.