BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1 Strategi Perancangan

Strategi perancangan merupakan sebuah cara untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada target audiens agar khalayak sasaran dapat menangkap isi dari pesan atau informasi. Banyak pengunjung yang tidak mengetahui tentang fungsi bangunan adat di Kampung Budaya Sindangbarang serta sejarah-sejarahnya, karena sumber informasi yang masih sangat sedikit. Maka dibuatlah perancangan dengan pendekatan media informasi yang berisi tentang informasi Kampung Budaya Sindangbarang, mulai dari *infotainment map*, s*ign system*, dan informasi tentang tiap situs. Pembuatan ini sesuai karena area Kampung Budaya Sindangbarang yang cukup luas.

Media informasi dengan pendekatan budaya ini akan disampaikan secara visual dengan tujuan untuk memberikan informasi kepada pengunjung mengenai berbagai fasilitas yang dimiliki Kampung Budaya Sindangbarang. Jenis media informasi yang akan dipilih adalah media cetak, adapun penjelasan menurut Sobur (2006) media informasi adalah "alat-alat grafis, fotografis atau elektronis untuk menangkap, memproses, dan menyusun kembali informasi visual"., dan memiliki beberapa kelebihan yaitu:

- *Repeatable*, dapat dibaca berkali-kali dengan menyimpannya
- Analisa lebih tajam, dapat membuat pengunjung mengerti isi berita dengan analisa yang lebih mendalam dan dapat membuat orang berfikir lebih spesifik.
- Dapat mengatasi keterbatasan pengalaman yang dimiliki oleh pengunjung
- Media visual memungkinkan adanya interaksi antara pengunjung dengan lingkungan sekitarnya.
- Dapat menanamkan konsep yang benar.
- Dapat membangkitkan keinginan dan minat baru.
- Dapat meningkatkan daya tarik dan perhatian pengunjung.

III.1.1 Khalayak Sasaran Perancangan

- Demografis

Usia : Semua Umur

Jenis kelamin : laki-laki dan perempuan

Status Sosial : Semua Lapisan Masyarakat

- Geografis

Perancangan ini ditujukan untuk wisatawan yang Berkunjung ke Kampung Budaya Sindangbarang.

- Psikografis

Secara psikografis perancangan ini ditujukan bagi wisatawan yang ingin mengembalikan kondisi fisik dan mentalnya dengan berlibur ke tempat yang jauh dari keramaian.

A. *Consumer Insight*

Pengertian *Consumer Insight* Menurut Amalia E. Maulana (2009) yaitu proses mencari tahu secara lebih mendalam dan holistik, tentang latar belakang perbuatan, pemikiran dan perilaku seorang konsumen yang berhubungan dengan produk dan komunikasi iklan.

Berikut *insight* dari audiens :

- Lebih tertarik dengan hal yang mudah dan menghibur
- Mengikuti perkembangan teknologi

B. Consumer Journey

Untuk menentukan cara penyampaian ide yang sudah dibentuk kedalam media-media yang akan digunakan maka diperlukan perencanaan yang baik agar mendapatkan interaksi yang menjangkau sasaran dengan tepat maka diperlukan daftar aktifitas dari target audien. *Consumer journey* ini lah yang nantinya akan digunakan untuk aplikasi dari media yang telah dibentuk.

Tabel III.1 *Consumer Journey*

No	Kegiatan	Tempat	*Point of Contact*
1	Bangn tidur dan sarapan pagi	Rumah/meja makan	Koran, Majalah, Internet
2	Perjalanan ke kantor/Tempat kerja	Di jalan raya	Billboard, Sticker
3	Di kantor	Kantor	Koran, Majalah, brosur, Internet
4	Jam istirahat	Kantin, Cafe	brosur, Sticker
5	Perjalan pulang dari kantor	Di jalan raya	Billboard, Sticker

III.1.2 Strategi Komunikasi

Dalam proses penyampaian sebuah informasi dibutuhkan komunikasi yang baik dan mampu menyampaikan informasi atau pesan-pesan yang akan disampaikan dengan mudah dimengerti khususnya target audiens. Selain memberikan informasi juga diharapkan dapat mengajak para wisatawan untuk mengetahui dan mengerti terhadap pesan yang disampaikan yang terdapat dalam media informasi ini.

Pendekatan komunikasi yang akan digunakan dalam menyampaikan informasi ini menggunakan dua metode pendekatan, yaitu :

- Pendekatan Visual

Pendekatan visual yang akan digunakan pada perencangan media informasi ini menggunakan vektor. Pada visual ini nantinya akan menjelaskan tentang letak lokasi dan fasilitas di wilayah Kampung Budaya Sindangbarang.

- Pendekatan Verbal

Pendekatan verbal dalam strategi perancangan ini menggunakan penyampaian pesan dengan gaya bahasa Indonesia secara formal, dikarenakan pengunjung yang datang tidak hanya berasal dari daerah Bogor saja. Khususnya pada masa liburan, banyak pengunjung yang berasal dari luar Bogor. Hal itu ditujukan agar

penyampaian komunikasi menjadi lebih dapat dipahami isi pesan yang disampaikan kepada semua pengunjung.

III.1.3 *Mandatory*

Buku ini tersusun atas bantuan dari berbagai pihak staf pengelola Kampung Budaya Sindangbarang. Pihak tersebut mendukung perancangan media ini dengan memberi bantuan berupa data-data dan informasi sehingga memudahkan dalam perancangan media informasi ini.

III.1.4 Strategi Kreatif

Strategi kreatif diperuntukan agar informasi yang dibuat dapat tersampaikan dan diterima kepada target sasaran agar pesan yang ingin disampaikan mudah dimengerti, sehingga mencapai tujuan seperti yang diinginkan.

III.1.5 Strategi Media

Strategi media yang akan dilakukan adalah dengan membuat infotainment map yang didalamnya terdapat informasi mengenai tata letak dan petunjuk seputar fasilitas pada kawasan Kampung Budaya Sindangbarang. Perancangan infotainment map disesuaikan dengan pendekatan budaya modern dengan menggunakan gaya visual vektor yang di sederhanakan dan mudah dimengerti target audiens yang cenderung menyukai hal-hal yang *simple* dan *to the point*.

a. Media Utama

Media utama yang dipilih adalah media informasi infotaiment map, Infotainment map adalah suatu bentuk informasi visual yang berguna untuk memberikan kemudahan memahami sebuah lokasi. Pada umumnya map hanyalah sebuah gambar yang berguna untuk mencari lokasi

b. Media Pendukung

Media pendukung merupakan media yang bersifat sebagai penunjang dari media utama untuk melengkapi serta mempermudah penyampaian informasi kepada target audiens. Media pendukung dalam perancangan informasi ini yaitu :

- *Sign System*

  Sign System Menurut Piliang, dalam kata pengantarnya pada buku semiotika komunikasi visual (Tinarbuko, 2009) menyatakan bahwa suatu tanda bukan ilmu yang bersifat pasti, melainkan suatu hal yang dibangun oleh "pengetahuan" yang lebih terbuka. Yang terpenting dalam sistem tanda pada desain komunikasi visual adalah fungsi dari tanda dalam menyampaikan pesan dari pengirim pesan kepada penerima. *Sign System* dibagi menjadi tiga yaitu:

  a. Tanda Larangan dan Peringatan *(Regulation)*
  b. Tanda Pengenal *(Identification)*
  c. Tanda Petunjuk *(Direction)*

- Buku Panduan (*Manual Guide)*

  Buku panduan *(manual guide)* digunakan sebagai panduan pengunjung untuk mendapatkan informasi seputar kawasan Kampung Budaya Sindangbarang.

- *Flyer*

  Media *flyer* nantinya akan diberikan kepada para pengunjung atau ke sekolah-sekolah dan instasi lainnya.

- *Billboard*

  Fungsi *billboard* adalah untuk memberitahukan target mengenai kawasan Kampung Budaya Sindangbarang.

- *Web Banner*

  Merupakan media yang jangkauannya luas karena dapat di akses oleh siapa saja pengguna internet.

- *Tote Bag*

  Fungsi dari *Tote bag* ini adalah sebagai cindera mata Kampung Budaya Sindangbarang

- Stiker

  Media ini sebagai cindera mata yang nantinya akan diaplikasikan oleh khalayak sasaran di cermin, pintu kamar, kulkas, lemari pakaian,

III.1.6 Strategi Dristibusi

Srtrategi distribusi merupakan rencana dalam menyebarkan atau menyalurkan media kepada target sasaran. Media Informasi ini akan di tempat kan di depan pintu masuk Kampung Budaya Sindangbarang untuk memaksimalkan interaksi pengunjung, media ini bersifat permanen.

Tabel III.2 Jadwal Distibusi

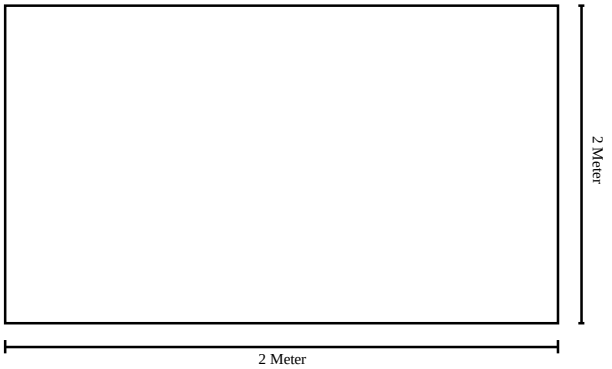
No	Media	Bulan																			
		Agustus 2016				September 2016				Oktober 2016				November 2016				Desember 2016			
1	Billboard																				
2	Flyer																				
3	Web Banner																				
4	Tote Bag																				
5	Sticker																				

III.2 Konsep Desain

Konsep desain dalam perancangan media informasi Kampung Budaya Sindangbarang yaitu dengan menyederhanakan bentuk dari objek – objek yang terdapat di Kampung Budaya Sindangbarang seperti Imah Gede, Saung Talu, dan Pasangrahan. Diharapkan agar mudah dimengerti serta dibantu dengan penggunaan petunjuk arah yang menunjang untuk mempermudah penyampaian informasi, sehingga informasi yang diberikan dapat diterima dengan baik oleh pengunjung Kampung Budaya Sindangbarang.

III.2.1 Format Desain

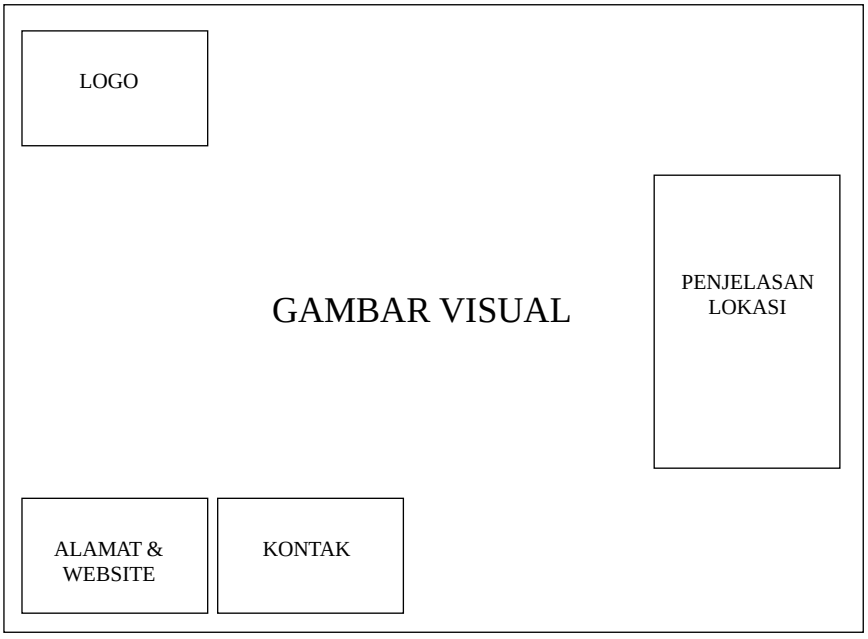
Format desain yang akan digunakan dalam perancangan informasi Kampung Budaya Sindangbarang disesuaikan dengan konsep dengan format desain sebagai berikut :



Gambar III.1 Format Desain
Sumber : Dokument pribadi (17 juli 2016)

III.2.2 Tata Letak

Tata letak pada perancangan media informasi ini nantinya akan di tempatkan di halaman pintu masuk Kampung Budaya Sindangbarang mengacu pada beberapa patokan dasar yang dipakai dalam merancang sebuah layout karena langsung terlihat oleh pengunjung ketika sesampainnya di tempat tersebut.



Gambar III.2 Tata Letak
Sumber : Dokument pribadi (17 juli 2016)

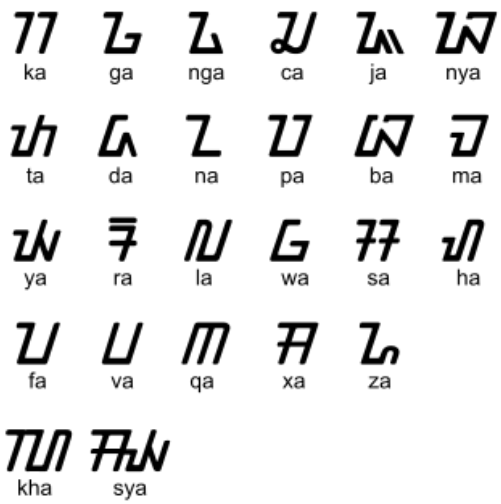
III.2.3 Huruf

Jenis huruf yang digunakan pada perancangan media informasi ini disesusuaikan untuk memaksimalkan keterbacaan oleh pengunjung Kampung Budaya Sindang barang. Jenis huruf yang digunakan adalah *Raavi* mempunyai bentuk huruf yang *simple* dan memberikan kesan elegan.

A B C D E F G H I J K L M N
O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n
o p q r s t u v w x y z
1234567890
, . : ” ( ) @ # ! ?

Gambar III.3 Jenis Huruf *Raavi*
Sumber: dokumen pribadi (17 juli 2016)

Huruf *ngalagena* atau huruf sunda digunakan sebagai *tagline* pada media *sign system*. Huruf *ngalagena* digunakan karena jenis huruf ini merupakan unsur budaya sunda jaman dahulu, oleh karena itu huruf *ngalagena* ini di pakai karena Kampung Budaya Sindangbarang merupakan perkampungan adat Sunda yang ada di daerah Bogor Jawa barat.



Gambar III.4 Jenis Huruf *Ngalagena*
Sumber: dokumen pribadi (17 juli 2016)

III.2.4 Warna

Warna merupakan salah satu unsur desain yang mempengaruhi pesan dan warna merupakan salah satu unsur yang mempengaruhi nilai estetika suatu desain. Pemilihan warna dalam konsep ini diambil berdasarkan kesan warna hijau yang diadaptasi dari warna yang medominasi dari kawasan Kampung Budaya Sindangbarang yang merupakan sebuah perkampungan.



Gambar III.5 Skema Warna
Sumber: dokumen pribadi (17 Juli 2016)

III.2.5 Ilustrasi

Ilustrasi merupakan proses awal atau sketsa dalam penyederhanaan bentuk dari objek – objek yang terdapat di Kampung Budaya Sindangbarang.

Berikut ini adalah gambar-gambar ilustrasi :



Gambar III.6 Proses Sketsa
Sumber : Dokumen pribadi (17 juli 2016)



Gambar III.7 Proses Digital
Sumber : Dokumen pribadi (17 juli 2016)

Proses pembuatan ikon :

d. Imah Gede

Imah Gede yang berbentuk rumah dengan menggunakan metode gado bangkong ini di peruntukan sebagai tempat tinggal kepala adat.

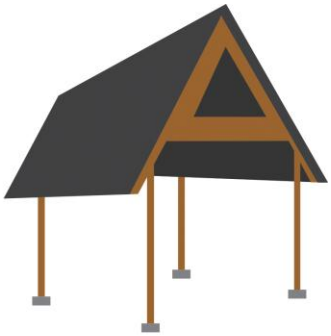


Gambar III.8 Ikon Imah Gede
Sumber : Dokumen pribadi (17 juli 2016)

e. Saung Lisung

Saung lisung tempat untuk ibu-ibu jaman kerajaan Sunda dulu menumbuk padi dari hasil panen sawah para warga Kampung Sindangbarang.





Gambar III.9 Ikon Saung Lisung
Sumber : Dokumen pribadi (17 juli 2016)

f. Leuit

Leuit di gunakan masyarakat jaman dulu sebagai tempat untuk menyimpan padi setelah masa panen.





Gambar III.10 Ikon Leuit (Lumbung Padi)
Sumber : Dokumen pribadi (17 juli 2016)

g. Bale Riungan

Bale riungan di fungsikan sebagai tempat berkumpul warga dan juga tempat berlatih kesenian tari jaipong.





Gambar III.11 Ikon Bale Riungan
Sumber : Dokumen pribadi (17 juli 2016)