Bab III

STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1 Pengunjung Saat Ini

Berikut adalah uraian pengunjung tempat wisata Farm House Lembang yang diuraikan berdasarkan segi Demografis, Psikografis, dan Geeografis.

- **Demografis**

  Usia : Anak : 10 – 14 tahun : 35%
  Remaja : 15 – 22 tahun : 40%
  Dewasa : 23 tahun++ : 25%

  Dari segi demografis terlihat bahwa rata-rata pengunjung tempat wisata ini adalah berusia remaja dan anak yang dikarenakan cukup barunya tempat wisata ini yang membuat pengunjung pada usia remaja yang lebih banyak datang.

- **Psikografis**

  Berdasarkan psikografis, pengunjung tempat wisata ini kalangan menengah keatas yang menginginkan tempat wisata alam yang bertemakan alam pedesaan Eropa klasik.

- **Geografis**

  Berdasarkan geografis, para pengunjung tempat wisata Farm House Lembang lebih banyak yang berasal dari Bandung tapi tidak sedikit pula pengunjung dari luar Bandung.

III.2 Strategi Perancangan

Permasalahan yang diambil adalah mengenai bagaimana merancang suatu media informasi yang dapat memenuhi kebutuhan pengunjung akan informasi fasilitas, sarana dan prasarana serta lokasi apa saja yang ada di tempat wisata Farm House Lembang serta bagaimana merancang dan membangun sistem tanda yang seragam, konsisten dan terpadu di objek wisata Farm House. .

Informasi yang ingin disampaikan berupa media informasi sistem rambu/ *sign system* informasi Farm House Lembang. Perancangan media informasi ini dituangkan kedalam dua media, yakni media utama, dan media pendukung. Dimana pengetahuan akan informasi lebih banyak pada media utama. Dan media

pendukung sebagai pelengkap dari media utama yang tujuannya agar target audiens mendapat informasi dari media utama.

III.2.1 Tujuan Komunikasi

Menurut Kusrianto (2007) komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu atau untuk mengubah sikap, pendapat atau perilaku, baik langsung secara lisan maupun tidak langsung memalui media.

Dalam perancangan media informasi yang berupa *sign system* perancangan yang dibuat berupa petunjuk-petunjuk mengenai fasilitas yang terdapat di wisata Farm House Lembang serta larangan yang harus dipatuhi dan arahan menuju lokasi sarana dan prasarana yang ada ditempat wisata ini. Penyederhanaan bentuk visual dari fasilitas serta sarana dan prasarana yang ada ditempat wisata ini merupakan teknik yang digunakan dalam perancangan media informasi ini.

III.2.2 Pendekatan Komunikasi

Dalam pelaksanaannya, pendekatan komunikasi dilakukan dengan dua cara yaitu, pendekatan komunikasi secara visual dan verbal.

1. Pendekatan Komunikasi Visual

   Pendekatan secara visual dilakukan dengan cara menyampaikan informasi kepada para pengunjung dengan menggunakan media gambar objek, ilustrasi dan tipografi yang sederhana, serta membuat dan memperbarui media informasi yang sudah ada pada tempat wisata Farm House Lembang, yang dibuat menjadi sebuah karya visual yang tidak menghilangkan ciri khas dari tempat wisata ini.
2. Pendekatan Komunikasi Verbal

   Pendekatan verbal yang akan digunakan dalam strategi perancangan adalah dengan menggunakan bahasa Indonesia karena pengunjung sendiri sebagian besar adalah wisatawan dalam negeri.

III.2.3 Materi Pesan

Tujuan perancangan media informasi ini ditujukan pada target sasaran dengan segmentasi yang telah dikelompokkan yaitu pengunjung tempat wisata Farm House

Lembang. Materi pesan yang akan disampaikan mengenai simbol identitas, petunjuk arah, dan larangan di area wisata Farm House Lembang.

III.2.4 Strategi Kreatif

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

Media yang akan digunakan adalah dengan menggunakan media informasi, yang didalamnya terdapat informasi lokasi-lokasi dan petunjuk arah yang ada di tempat wisata Farm House Lembang. Perancangan media informasi pada objek ini disesuaikan dengan ciri khas yang dimiliki Farm House Lembang yaitu dengan konsep yang telah dibuat yang diharapkan dapat selaras dengan karakter khas yang dimiliki tempat wisata ini dan informasi yang akan disampaikan dapat dipahami dengan mudah dan jelas oleh para pengunjung.

III.2.5 Strategi Media

Media yang dirancang akan dibuat sesuai dengan kebutuhan target audience, oleh karena itu, media yang akan dirancang terbagi menjadi tiga bagian, yaitu:

1. Media Utama

Media utama yang dipakai dalam perancangan media informasi ini disesuaikan dengan kebutuhan utama wisata Farm House Lembang yaitu *sign system*. Dari berbagai jenis *sign system* yang ada hanya beberapa saja yang dipakai dalam perancangan *sign system* ditempat ini, yaitu :

- Tanda pengenal (*Identification*) *Sign system* ini sebagai tanda untuk menunjukan suatu identitas tempat.
- Tanda petunjuk arah (*Direction*) *Sign system* ini diperlukan untuk membantu pengunjung dalam mencari sebuah tempat.
- Tanda larangan dan peringatan (*Regulation*) *Sign system* ini diperlukan untuk keperluan mengenai suatu larangan.

Media utama ini dibuat untuk menginformasikan kepada pengunjung tempat wisata ini setiap lokasi yang meliputi fasilitas, sarana dan prasarana berikut pula larangan yang harus dipatuhi ditempat wisata Farm House Lembang.

2. Media Pendukung

Media pendukung yaitu media yang dibuat sebagai pendukung dari media utama dan sebagai penguat dari media utama. Media ini berupa :

- Peta kreatif (*Infotainment Map*)

  Media ini digunakan sebagai panduan untuk mengetahui denah keadaan dari area wisata Farm House Lembang.

- Brosur Peta Kreatif

  Media ini digunakan sebagai panduan untuk mengetahui denah keadaan di tempat wisata Farm House Lembang secara personal, jadi pengunjung tidak perlu lagi kembali mencari peta untuk melihat peta lokasi objek wisata.

III.2.5.1 *Sign System*

Menurut Sumbo Tinarbuko, (2012) dalam konteks desain komunikasi visual, *sign system* merupakan rangkaian representasi visual yang memiliki tujuan sebagai media interaksi manusia dalam ruang publik.

Sign yang dalam bahasa Indonesia memiliki arti tanda, serta *system* yang memiliki arti jaringan yang dapat berarti suatu unsur yang dapat atau saling berkaitan. Maka *sign system* dapat diartikan sebagai suatu tanda yang membentu petunjuk yang saling berkaitan yang dapat mengatur alur informasi manusia dengan ruang publik. Menurut Julianto (2010) dalam pembuatannya, *sign system* yang baik harus memiliki 4 (empat) kriteria, yaitu mudah dilihat, mudah dibaca, mudah dimengerti, dan dapat dipercaya.

Jenis-Jenis *Sign*

Terdapat lima macam jenis-jenis tanda (*sign* type). Yaitu :

1. Tanda Pengenal (*Identification*)

   Tanda yang sifatnya bertujuan untuk menunjukkan suatu identitas, seperti kantor, gedung perusahaan maupun suatu produk yang ditawarkan pada suatu tempat.

2. Tanda Petunjuk Informasi

   Tanda yang berguna untuk mengarahkan suatu objek sasaran dengan menginformasikan di mana suatu lokasi atau benda tersebut berada.

3. Tanda Petunjuk Arah (*Direction*)

   Tanda yang mencakup arah panah yang dapat mengarahkan sasaran menuju suatu tempat. Seperti ruangan, jalan dan fasilitas lainnya.

4. Tanda Larangan dan Peringatan (*Regulation*)

   Tanda yang bertujuan menginformasikan mengenai apa yang tidak boleh dilakukan dan dilarang. Tanda ini juga dapat menginformasikan agar objek berhati-hati.

5. Tanda Pemberitahuan Resmi

   Tanda ini menunjukkan informasi tentang pemberitahuan resmi agar tidak dikacaukan dengan tanda –tanda petunjuk lain.

III.2.5.2 *Infotainment Map*

Peta kreatif atau *Infotainment Map* adalah salah satu bentuk informasi visual yang berguna untuk memberikan kemudahan memahami sebuah lokasi. Pada umumnya map adalah sebuah gambar yang berguna untuk mencari lokasi, akan tetapi sulit untuk dipahami, dimengerti dan dilihat. Karena kendala tersebut, maka dibuatlah *infotainment map* yang membuat gambaran dari map itu sendiri agar menjadi lebih mudah untuk dipahami dan dilihat.

Peta kreatif atau *infotainment map* dapat diartikan sebagai media informasi berbentuk peta yang gambarannya dapat menghibur audiens yang melihat.

III.2.5.3 Brosur

Brosur adalah suatu alat publikasi resmi dari suatu kelompok ataupun sebuah perusahaan yang berbentuk berupa cetakan, yang berisikan berbagai informasi mengenai suatu produk, layanan, program dan sebagainya, yang ditujukan kepada sasaran tertentu. Pada suatu tempat wisata, biasanya brosur dibagikan sebagai informasi tambahan yang berisikan berupa layanan informasi yang ada ditempat wisata itu sendiri.

III.2.6 Strategi Distribusi

Sign system dan peta kreatif diletakkan di tempat-tempat yang tepat dan strategis, yang dapat terlihat dengan jelas oleh pengunjung. Untuk brosur dibagikan saat pembelian tiket.

III.3 Konsep Visual

Konsep visual yang ditampilkan dalam media informasi ini menggunakan teknik perancangan *sign system* yang menggunakan visual simbol dan ciri khas dari objek wisata Farm House Lembang yang terkenal pada tempat wisata ini. Bentuk dan pesan secara visual menggunakan bentuk-bentuk yang diambil dari objek-objek yang terdapat pada wisata Farm House Lembang dan disederhanakan ke dalam bentuk *sign system* yang menarik dan efektif agar pesan dan informasi yang diinginkan sampai kepada target sasaran yang dituju.

III.3.1 Format Desain

Format desain yang akan digunakan dalam media informasi ini dibuat sederhana dengan menggunankan rumah hobbit sebagai dasar dari desainnya. Sedangkan untuk format peta kreatif adalah *potrait* serta format yang disesuaikan pada setiap media-media yang akan digunakan



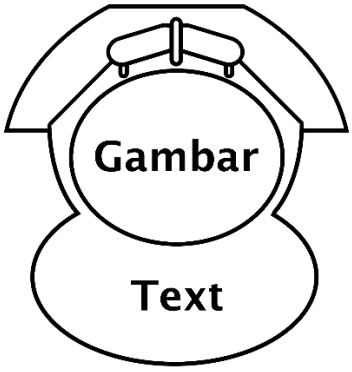
Gambar III. 1 Rumah Hobbit Sebagai Format Desain

Sumber : http3.bp.blogspot.com (diakses 11 April 2016)

III.3.2 Tata Letak (*layout*)

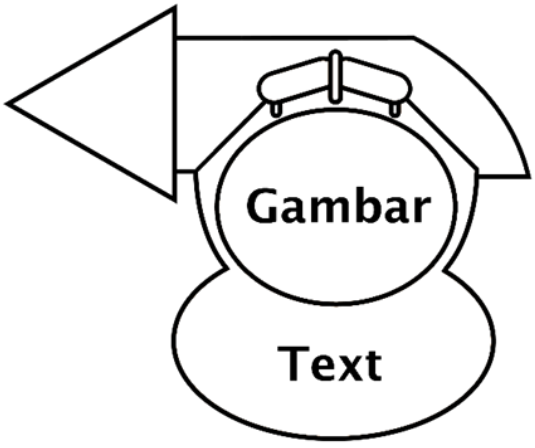
Layout atau tata letak bertujuan untuk menampilkan elemen visual yaitu gambar dan teks agar menjadi lebih komunikatif sehingga memudahkan audiens dalam menerima informasi yang diberikan pada peta kreatif tersebut. Dalam setiap media yang disusun selalu mengacu pada konsep awal yaitu penempatan unsur-unsur grafis yang disusun sedemikian rupa untuk mendapat kesan yang menarik dan juga informatif.

Untuk mendapatkan kesan tersebut, maka dibuat variasi yang berupa pemberian bentuk yang mengandung unsur yang paling dienal dari tempat wisata Farm House Lembang yang kemudian disederhanakan dan yang akan diisi dengan simbol dan tulisan pada *sign system*.



Gambar III.2 Tata Letak *Sign System* Identitas Tempat

Sumber : Dokumen Pribadi (2016)



Gambar III. 3 Tata Letak *Sign System* Arahan

Sumber : Dokumentasi Pribadi (2016)



Gambar III. 4 Tata Letak *Sign System* Larangan

Sumber : Dokumentasi Pribadi (2016)

III.3.3 Tipografi

Penggunaan tipografi 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, maka jenis huruf yang dipilih adalah:

Cooper Black

Pemilihan huruf ini berdasarkan ketebalan pada huruf dan tingkat keterbacaan yang baik, selain itu sesuai dengan konsep yang digunakan. Pemilihan font ini digunakan untuk teks pada *sign system*.

Cooper Black

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

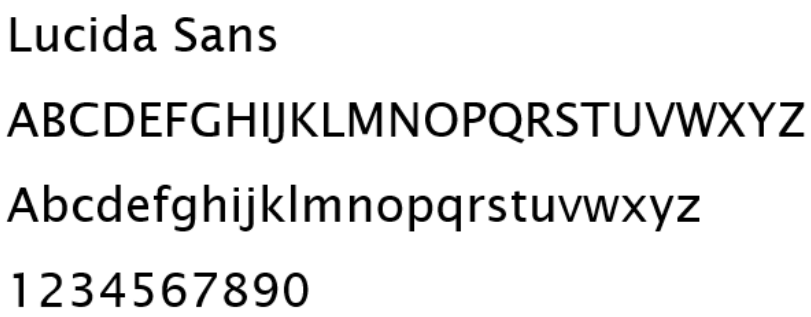
Gambar III. 5 Font Cooper Black

Sumber : Dokumentasi Pribadi

Dan adapun pemilihan huruf pada peta kreatif dan brosur yang didalamnya terdapat informasi yang ditujukan untuk membantu pengunjung tempat wisata ini untuk menemui tempat yang mereka tuju.

Huruf untuk *Body Text*:

Lucida Sans

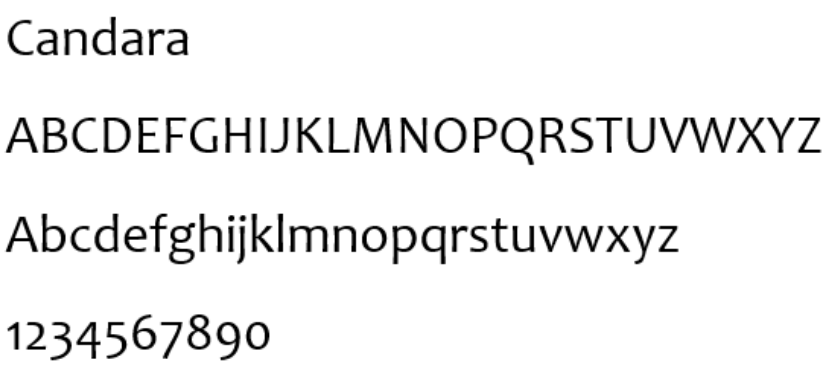


Gambar III. 6 Font Lucida Sans

Sumber : Dokumentasi Pribadi

Adapun jenis huruf lain yang digunakan untuk *Headline* pada media informasi peta kreatif dan brosur ini adalah:

Candara



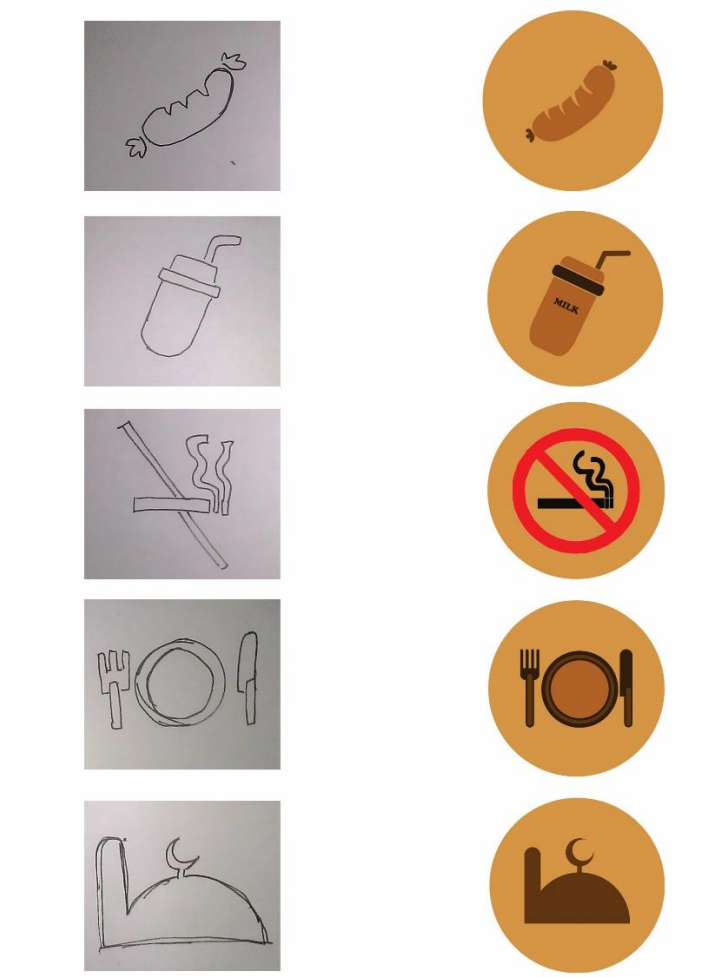
Gambar III. 7 Font Candara

Sumber : Dokumentasi Pribadi

III.3.4 Ilustrasi

Konsep untuk pemilihan gaya ilustrasi pada media utama *sign system* ini adalah dari ikon yang terkenal dari tempat wisata ini, yaitu rumah hobbit. Rumah hobbit tersebut lalu digambar secara digital dalam bentuk sederhana, kemudian untuk perancangan media informasi *sign system* ini mengambil ilustrasi dari gambaran fasilitas serta sarana dan prasarana yang ada ditempat wisata ini yang kemudian

disederhanakan menjadi gambar dan simbol yang akan digunakan dalam perancangan *sign system* pada tempat wisata ini. Berikut adalah beberapa ikon *sign system* tersebut :



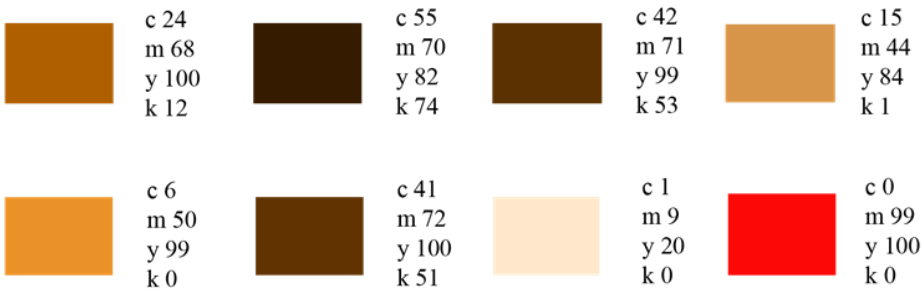
Gambar III. 8 Perancangan Ikon *Sign System*

Sumber : Dokumentasi Pribadi (2017)

III.3.5 Warna

Setiap warna memiliki karakteristik yang berbeda-beda, yang dimaksudkan karaketeristik adalah sifat khas yang dimiliki dalam suatu warna. Sebagai bagian dari elemen tata rupa, warna memegang peran sebagai sarana untuk lebih mempertegas dan memperkuat kesan atau tujuan dari sebuah desain

Warna yang akan digunakan dalam *sign system* ini adalah perpaduan antara warna-warna kayu yaitu, coklat tua, coklat muda, dan warna gelap lain serta menggunakan warna merah untuk tanda larangan. Berikut adalah konsep warna pada *sign system*:



Gambar III. 9 Konsep Warna pada *Sign System*

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2017)

Pemilihan warna berelemen kayu tersebut didasari oleh pemilihan tipe warna dari salah satu sistem informasi yang telah ada ditempat wisata ini yang berwarnakan coklat yang lalu ditambahkan dengan variasi warna-warna coklat lainnya.



Gambar III. 10 Sistem Informasi Di Farm House

Sumber : Dokumentasi Pribadi (2016)

Berikut adalah salah satu contoh sistem informasi yang ada ditempat wisata Farm House Lembang yang sudah ada sebagai media informasi identitas penukaran tiket dengan sosis bakar.