BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1 Strategi Perancangan

Strategi perancangan merupakan langkah yang sangat di perlukan untuk mendukung dan menciptakan alur yang jelas dalam pengaplikasian sebuah konsep, tujuan dari strategi perancangan media promosi ini adalah terciptanya sebuah komunikasi yang dapat mempengaruhi seseorang. Strategi yang di gunakan dalam perancangan media adalah strategi komunikasi dan strategi kreatif.

III.1.1 Khalayak Sasaran

Perancangan poster ini untuk memenuhi kebutuhan informasi kepada wisatawan dengan segmentasi yang berbeda. Target audien pada perancangan poster ini adalah sebagai berikut:

- Demografi

Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan.
Usia : 15 – 35 Tahun
Pendidikan : Pelajar, Mahasiswa, Dan Umum
Ekonomi : Semua lapisan Masyarakat
Pekerjaan : pegawai Negeri, pegawai Swasta, Dan Wirausaha

- Psikografi

Wisatawan dengan rentang usia tersebut memiliki keinginan untuk mengunjungi tempat wisata yang sangat nyaman.

- Geografi

Tempat : Daerah Pegunungan
Iklim : Tropis
Budaya : berbagai budaya.

III.1.2 Strategi Komunikasi

Komunikasi adalah interaksi yang terjalin karena adanya suatu kesamaan pandangan antara komunikan dengan komunikator. Komunikasi menjadi salah satu faktor yang sangat penting terhadap berhasil atau tidaknya sebuah promosi, karena ini merupakan langkah awal dari sebuah interaksi yang bertujuan untuk

menyampaikan pesan atau informasi baik secara visual maupun verbal yang dapat mempengaruhi sikap, cara pandang, maupun perbuatan atau cara mengambil keputusan dari seseorang.

Untuk strategi yang pertama, penulis akan mengenalkan terlebih dahulu tentang profil tempat wisata alam bunihayu, lalu penulis akan menambahkan tentang fasilitas dan paket wisata yang ada di tempat Wisata Alam Bunihayu

III.1.2.1 Pendekatan Verbal

Pendekatan verbal yang dilakukan agar pesan atau tujuan dari komunikasi yang ingin disampaikan tepat sasaran maka akan dilakukan perancangan promosi wisata alam ari Bunihayu dengan menampilkan *tagline*, dan beberapa kata pendukung dengan menggunakan Bahasa Indonesia formal dan informal yang dipadukan, hal ini dikarenakan target konsumen dari perancangan redesain promosi selain para pelajar juga masyarakat umum.

III.1.2.2 Pendekatan Visual

Biasanya pendekatan ini menjadi pilihan yang sangat sering di gunakan oleh para pengelola objek wisata selain karena mudah untuk di pahami dalam waktu yang singkat oleh *target Audience*, pendekatan ini pun secara tidak langsung dapat memainkan emosi dari target promosi sehingga dapat merubah sikap dan penilaian terhadap promosi yang di lakukan.

III.1.3 Mandatory

Perancangan poster di tempat wisata alam Bunihayu ini bekerja sama dengan pihak-pihak yang memberikan fasilitas berupa sarana dan prasarana, juga keleluasaan waktu. Adapun pihak yang bersangkutan yaitu pengelola tempat wisata alam Bunihayu.

III.1.4 Strategi Kreatif

Dalam sebuah perancangan, tentunya di perlukan ide atau gagasan yang *original* untuk mendapatkan hasil yang menarik, efektif, dan efisien serta komunikatif dan mudah di terima oleh target audience. Berdasrkan penjelasan diatas maka

perancangan media promosi wisata alam asri Bunihayu di buat dengan gaya visual yang menarik dan komunikatif.

- Referensi

Referensi visual mengacu pada objek asli yang terdapat di Bumi Perkemahan Kiara Payung. Referensi visual ini akan menentukan jenis pohon yang akan digambarkan dan lain sebagainya.



Gambar III.1 Ilustrasi Desain
Sumber: Data Pribadi

- Bentuk Komunikasi

Bentuk Komunikasi dalam perancangan peta kreatif ini menggunakan teori hirarki efek model AIDA (*attention,interest,desire,action*).

Tabel III.1 efek komunikasi
Sumber: Data Pribadi

TAHAPAN	*ATTENTION*	*INTEREST*	*DESIRE*	*ACTION*
PENERAPAN	Mengundang perhatian wisatawan.	Membawa pikiran wisatawan merasakan kenyamanan berada di tempat yang bernuansa pedesaan.	Keinginan untuk pergi ke tempat wisata alam bunihayu setelah melihat poster	Menikmati keyamanan suasana asri pedesaan dengan paket wisata yang di tawarkan.

III.1.5 Strategi Media

Strategi yang digunakan dalam perancangan media promosi mengenai wisata alam asri Bunihayu ini menggunakan media utama dan media pendukung. Media utama merupakan yang memuat materi dari pesan yang akan disampaikan kepada *target audience*, sedangkan media pendukung adalah media yang menunjang informasi dari media utama dan dapat pula sebagai media yang bersifat pengingat.

III.1.5.1 Tujuan Media

Tujuan dari media ini adalah sebagai media promosi yang memperlihatkan gambaran tentang keindahan Wisata Alam Bunihayu dan beberapa paket wisata yang ada di dalamnya. Sehingga *target Audience* bisa tergoda untuk mengunjunginya.

III.1.5.2 Pemilihan Media

Untuk menyampaikan isi pesan yang informatif dan tepat sasaran, digunakan media yang disesuaikan dengan *target Audience* Wisata alam Bunihayu, maka promosi utama yaitu media poster dalam bentuk digital printing sebagai media iklan. Media ini dipilih karena dapat memberikan pesan secara luas kusunya mencangkup area tempat wisatanya.

III.1.5.3 Media Utama

Adapun media utama yang akan digunakan dalam perancangan media promosi wisata alam asri Bunihayu adalah poster berukuran A2, Poster adalah sarana promosi yang penempatannya dengan ditempel pada dinding atau tempat-tempat strategis lainnya guna menarik perhatian orang agar menerima pesan yang disampaikan.

III.1.5.4 Media Pendukung

Media pendukung merupakan suatu media tambahan atau media promosi yang dibuat oleh sebuah perusahaan untuk mempromosikan produknya agar lebih dikenal oleh masyarakat luas, maka media pendukungnya meliputi :

1. Brosur

Sebagai fungsi keterangan mengenai tempat wisata Alam Bunihayu, fasilitas yang ada dan paket wisata yang di tawarkan, dan juga berisi profil mengenai Wisata Alam Bunihayu.

2. Stiker

Sebagai salah satu media promosi yang ditempelkan pada kendaraan-kendaraan pengunjung yang parker. Ini berguna karena pengunjung bisa teringat kembali saat melihat stiker yang tertempel dan bisa kembali berkunjung.

3. Pin

Media ini akan menjadi salah satu souvenir bersama stiker, yang akan diberikan secara cuma-cuma kepada pengunjung wisata alam asri Bunihayu pada saat pembelian tiket.

4. Kartu Nama

Kartu nama di sini berfungsi sebagai tanda pengenal profil diri / perusahaan yang kadang tidak bisa dipresentasikan secara rinci.

5. Kalender

Media berupa kalender berisikan tanggal dan tahun. Kalender akan dilihat ketika ingin mengetahui hari-hari besar maupun hari libur nasional.

III.1.6 Strategi Distribusi

Strategi distribusi di lakukan dengan beberapa cara, media di distribusikan di tempat yang mudah di jangkau publik, seperti jalan-jalan protokol wilayah perkotaan, atau dengan cara membagikan langsung ketarget *audience* potensial. Melalui instansi terkait yang bekerja sama dengan lembaga pendidikan, seperti : sekolah, kampus, atau bahkan langsung kepada keluaga, karena sifatnya promosi media juga bisa dibagikan secara Cuma-Cuma langsung kepada target *audience.*

Tabel III.2 Strategi Distribusi
Sumber: Data Pribadi

Bulan / Media	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli
Poster						
Brosur						
Stiker						
Paper bag						
pin						
Kartu Nama						
Kalender						

III.2 Konsep Visual

Untuk menghasilkan visual promosi yang baik maka dibutuhkan konsep visual yang matang untuk menghindari kesalahan dalam penyampaian pesan dari wisata alam asri Bunihayu . Konsep visual adalah awal dari sebuah ide yang didapat melalui sebuah proses pendekatan dan pendalaman materi dari semua permasalahan.

III.2.1 Format Desain

Desain yang akan dibuat menggunakan format desain *potrait*, simetris dan komposisi yang teratur dengan maksud agar mudah dibaca dan jelas sehingga pesan dapat disampaikan dan diterima dengan baik oleh konsumen. Elemen yang terdapat dalam media berupa foto keindahan wisata alam Bunihayu, logo wisata alam Bunihayu, tipografi, dan keterangan pendukung.

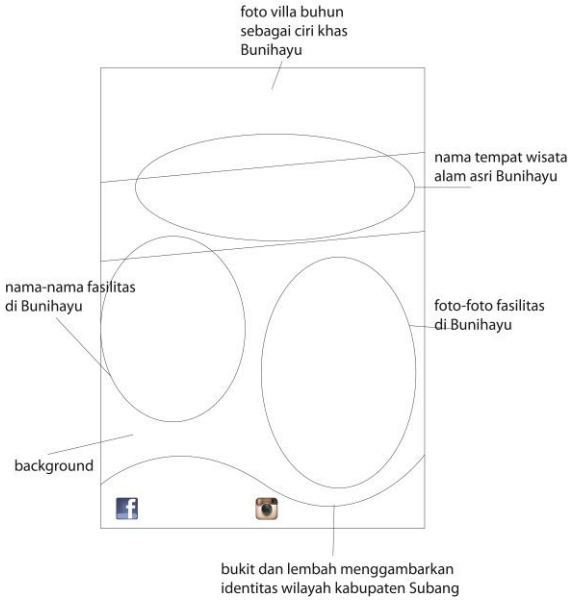
III.2.2 Tata Letak (layout)

Layout merupakan salah satu unsur yang sangat berpengaruh dalam sebuah komposisi. Menurut Surianto Rustan (2009). “ Penempatan komposisi antara teks dan gambar agar dapat dipahami” (h.8). Pengertian layout sendiri ialah mengatur

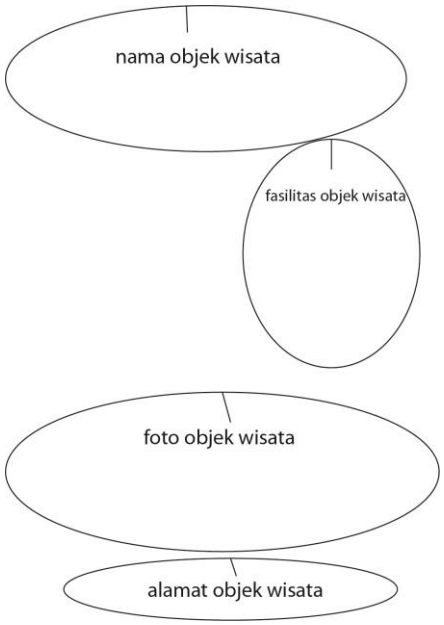
penempatan berbagai unsur komposisi, seperti huruf, teks, garis, bidang, gambar dan lain sebagainya

Layout atau tata letak adalah merangkai unsur-unsur tertentu (gambar, tulisan, warna dan unsur-unsur lainnya) menjadi susunan yang menarik sehingga mencapai tujuan. Penerapan elemen-elemen serta prinsip-prinsip dalam proses desain dengan maksud agar dapat menghasilkan suatu karya grafis yang menarik, enak dipandang, tampil menyolok dan memiliki kesan tersendiri. Dimana secara keseluruhan dapat membentuk sebuah keserasian yaitu susunan berbagai macam bentuk, bangun warna, dan elemen lain yang disusun secara seimbang dalam suatu susunan komposisi yang utuh agar enak dipandang.

Adapun kertas yang digunakan adalah kertas *artpaper* ukuran A2 untuk menghasilkan informasi yang jelas keterbacaannya dan dengan menggunakan warna yang identik dengan alam agar kesan dari tempat wisata alamnya bisa terasa pada saat di baca mapun dilihat.



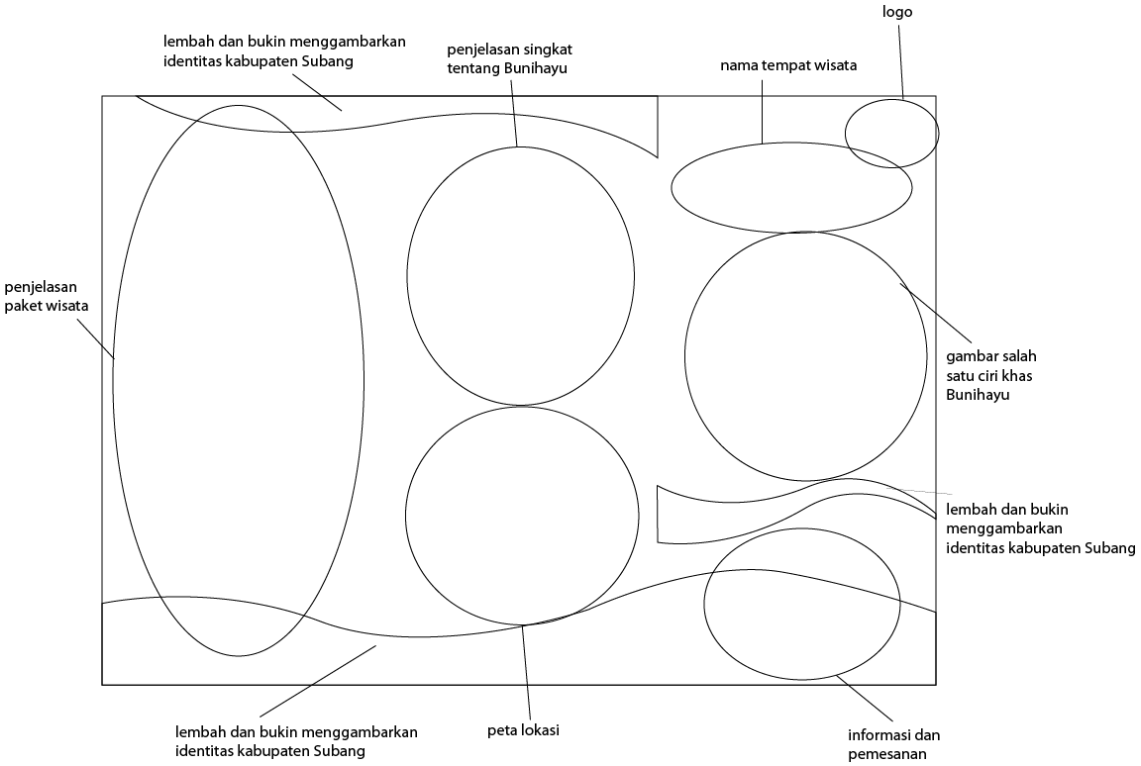
Gambar III.2 *layout* poster A
Sumber: Data Pribadi



Gambar III.3 *layout* poster B
Sumber: Data Pribadi



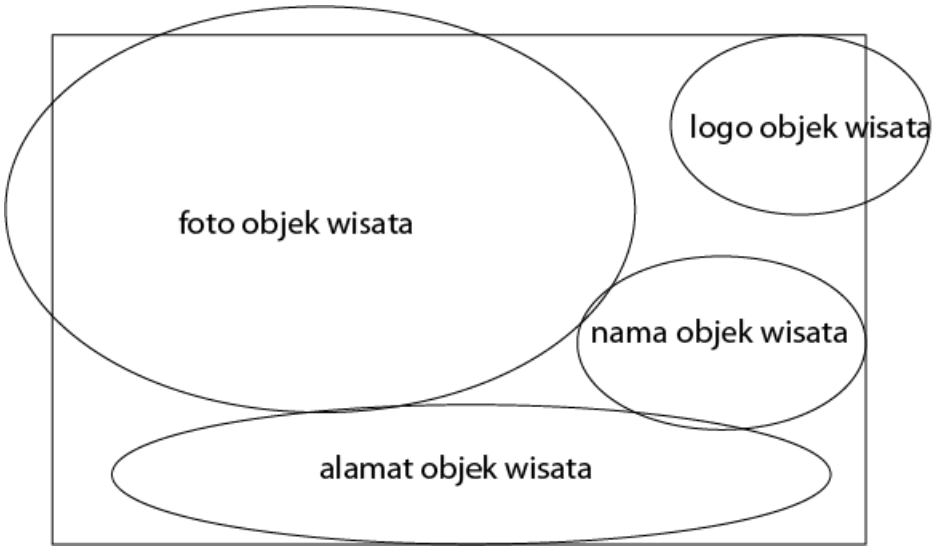
Gambar III.4 *layout* stiker
Sumber: Data Pribadi



Gambar III.5 *layout* brosur
Sumber: Data Pribadi



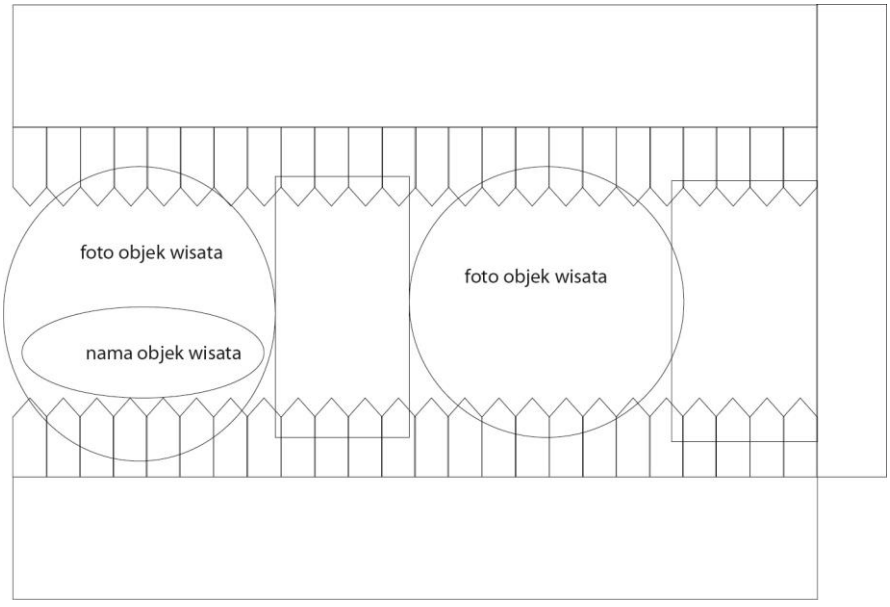
Gambar III.6 *layout* pin
Sumber: Data Pribadi



Gambar III.7 *layout* Kartu Nama
Sumber: Data Pribadi



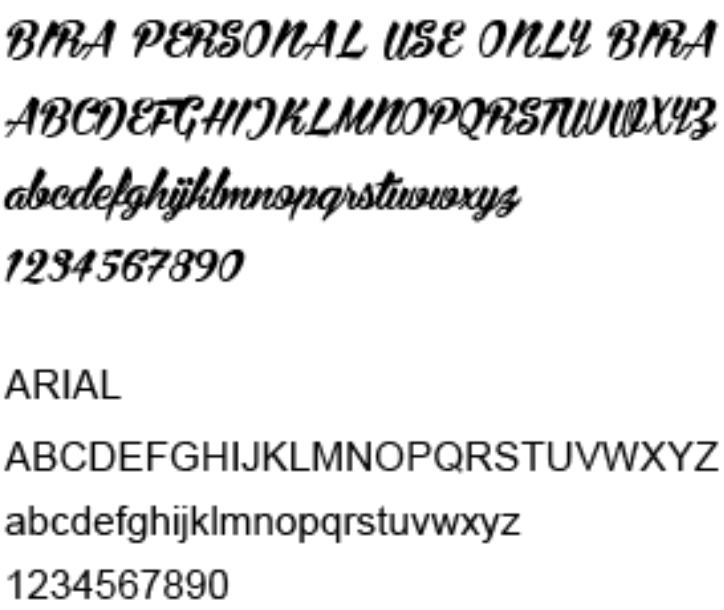
Gambar III.8 *layout* Kalender
Sumber: Data Pribadi



Gambar III.9 *layout paper bag*
Sumber: Data Pribadi

III.2.3 Tipografi

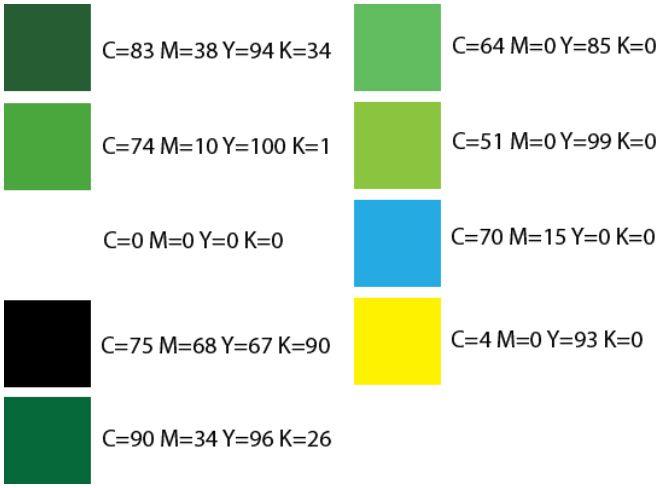
Menurut Danton Sihombing (2001) “ huruf merupakan bagian terkecil dari struktur bahasa tulis dan merupakan elemen dasar untuk membangun sebuah kata atau kalimat” (h.2). Untuk menjelaskan unsur informasi yang ada pada Poster ini akan menggunakan elemen tipografi. Tipografi yang digunakan harus mengandung keterbacaan, nyaman dari segi proposi, spasi, ukuran dan juga penempatannya. Penggunaan tipografi akan mengarah kepada jenis huruf yang terkesan tegas dan jelas sehingga tidak melelahkan mata target audience. Dengan tingkat keterbacaan yang baik huruf yang digunakan pada Poster ini adalah Bira Personal Use Only Bira. Berikut ini adalah tipe huruf yang dipilih:



Gambar III.10 Tipografi
Sumber: Data Pribadi

III.2.4 Warna

Warna merupakan unsur visual yang dapat mempengaruhi orang yang melihatnya karena warna memberikan suatu kesan tersendiri, maka dalam hal ini peranan warna juga sangat menentukan. Warna yang digunakan Dominan ke hijau gradasi dengan nuansa yang soft mewakilkan alam yang sejuk dan indah.



Gambar III.11 Warna
Sumber: Data Pribadi

III.2.5 Ilustrasi

Menurut Dedi Nurhadiat (2004) “Ilustrasi berasar dari kata ilustrate (Latin) yang artinya menerangkan atau menjelaskan. Oleh karena itu, gambar yang berfungsi untuk memberi penjelasan atau memperindah penampilan suatu tulisan disebut gambar ilustrasi”. Ilustrasi identitas yang digunakan disini adalah villa buhun yang menjadi salah satu villa dengan konsep yang asli pedesaan. Dengan ilustrasi tersebut maka tergambarlah tempat wisata dengan suasana alam yang asri dan menyenangkan.



Gambar III.12 Ilustrasi Desain
Sumber: Data Pribadi