BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1 Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran merupakan orang-orang yang menjadi target sasaran dalam menyampaikan kegiatan komunikasi. Khalayak sasaran sangat penting dalam menentukan keberhasilan penyampaian pesan, karena harus memilah dengan meneliti yang sesuai dan berhubungan dengan pasar dan segmentasinya. Setiap khalayak sasaran memiliki karakteristik yang berbeda, seperti sikap, keyakinan, nilai, kebutuhan dan kepribadian. Maka dari itu, sebuah pesan dapat dikatakan berhasil jika pesan tersebut dapat diterima, dimengerti dan diakhiri dengan aksi sesuai dengan harapan komunikator.

III.1.1 *Target Audience*

Untuk keberhasilan penyampaian pesan pada wisatawan di Stone Garden, maka dibuatlah segmentasi sebagai berikut:

a) Demografis
   - Jenis kelamin: Pria dan Wanita
   - Usia: 18-21 tahun
   - Pendidikan: Mahasiswa
   - Pekerjaan: Kantoran
   - Tingkat ekonomi: Menengah-Atas

   Khalayak sasaran yang dipilih merupakan bagian dari remaja akhir yang sedang berkuliah dan bekerja yang membutuhkan hiburan untuk berwisata.

b) Psikografis
   - Ingin mencari pengalaman dan hal baru
   - Membutuhkan liburan atau berwisata
   - Senang berpetualang dengan alam dan beraktifitas di luar ruangan
   - Adanya rasa ingin diperhatikan
   - Memiliki ketertarikan dalam mengikuti perkembangan

c) Geografis
   - Kawasan Stone Garden Geopark Citatah Padalarang

Pada media utama, khalayak sasaran dikhususkan pada wisawatan yang berada di lokasi, untuk media publikasi dan pendukung lebih dikhususkan di Bandung yaitu area perkotaan.

III.1.2 *Consumer Insight*

Clark (2010) berpendapat bahwa ”*Consumer Insight is a statement defining the lens that a person views their situation in life, regarding a specific issue, which incorporates their psychological motives (fears, desires), and points to a potential solution.*” Yang memiliki arti bahwa *Consumer Insight* merupakan pandangan orang pada situasi mereka dalam kehidupan, mengenai isu spesifik, yang menggabungkan motif psikologis mereka (ketakutan, keinginan, dan menunjuk pada solusi potensial (Clark, baris ke-2). Dapat dikatakan seperti menelaah lebih dalam pandangan dan persepsi khalayak sasaran terhadap keinginan dan kebutuhan konsumen yang bertujuan kepuasannya dapat terpenuhi. Berikut *Insight* berdasarkan khalayak sasaran yang dipilih:

- Senang mencari pengalaman baru dengan beraktifitas diluar ruangan
- Memiliki rasa ingin diperhatikan banyak orang
- Mengikuti perkembangan zaman
- Keinginan untuk berwisata atau liburan

III.1.3 *Consumer Journey*

Consumer Journey merupakan memahami keadaan khalayak sasaran secara mendalam, yaitu memahami apa yang dilakukan sehari-hari dimulai dari bangun tidur hingga tidur kembali. *Consumer Journey* penting dilakukan sebelum eksekusi perencanaan yang dibangun agar tersampaikan dan diterima dengan baik oleh khalayak. Dengan *Consumer Journey* akan didapatkan pilihan media yang akan digunakan. Berikut merupakan *Consumer Journey* dari khalayak sasaran:

Tabel III.1 *Consumer Journey* khalayak sasaran
Sumber: Dokumen Pribadi (2017)

Waktu	**Aktifitas**	***Point of Contact***
04:30-06:00	Bangun tidur, mandi, shalat, berpakaian, bersiap-siap kuliah atau kerja.	Kamar, bantal, kasur, pakaian, meja makan, kalender, televisi.

06:00 - 07:00	Berangkat kuliah atau bekerja.	Keramaian di jalanan, gedung atau bangunan.
07:00 - 11:00	Sampai di kampus/kantor, belajar/bekerja, istirahat.	Ruangan kelas atau kantor, buku, tas, kalender, sosial media.
11:00 - 13:00	Istirahat, mengobrol dengan teman, shalat, makan.	Sosial media, kantin, papan informasi, meja.
13:00 - 15:00	Belajar/bekerja.	Komputer, buku, alat tulis.
15:00 - 17:00	Pulang kuliah/kerja, bermain, nongkrong, makan siang, shalat.	Mall, cafe atau tempat makan, sosial media, jalanan
17:00 - 18:30	Sampai rumah, ganti pakaian, bersantai, shalat.	Keluarga, pakaian, sosial media, televisi, kamar.
18:30 - 22:00	Bersantai, mengerjakan tugas, shalat.	Kamar, laptop atau komputer, buku, sosial media.

III.2 Strategi Perancangan

Strategi perancangan berasal dari dua kata yaitu strategi dan perancangan. Menurut Kerzner (2001) strategi perancangan adalah sebuah alat manajemen yang digunakan untuk mengelola kondisi saat ini untuk melakukan proyeksi kondisi pada masa depan (Tammzt, baris ke-8).

Sesuai dengan permasalahan yang telah diuraikan sebelumnya, agar permasalahan dapat terselesaikan, digunakan strategi perancangan berupa media informasi bagi khalayak yaitu wisatawan di Stone Garden Geopark Citatah Padalarang. Para wisatawan akan diberikan informasi-informasi penting mengenai pengenalan objek, *Sign System* dan peta kawasan agar memudahkan wisatawan.

III.2.1 Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasinya adalah menyampaikan informasi yang komprehensif dan komunikatif kepada wisatawan, agar wisatawan mendapatkan informasi yang tepat mengenai Stone Garden Geopark Citatah Padalarang, dan informasi peta kawasan objek dengan bantuan *Sign System* agar memudahkan wisatawan untuk menelusuri saat berada di lokasi.

III.2.2 Pendekatan Komunikasi

Pendekatan komunikasi merupakan bagaimana usaha yang dilakukan komunikator dalam menyampaikan sebuah pesan kepada komunikan. Pesan perlu sebuah pendekatan komunikasi karena sebagai penyalur pesan agar mudah diterima dan dimengerti oleh khalayak sasaran. Pendekatan komunikasi dapat dibagi menjadi dua bagian yaitu pendekatan visual dan pendekatan verbal.

a) Pendekatan Visual

Menurut Sihombing (2014) Komunikasi visual adalah mempekerjakan berbagai elemen seperti marka, simbol, uraian verbal yang divisualisasikan lewat tipografi dan gambar, baik dengan teknik fotografi ataupun ilustrasi (IDS, 2014, baris ke-26). Pendekatan visual yang dipilih merupakan gaya modern, mengikuti gaya visual yang sedang *trend* tahun 2017 sesuai dengan khalayak sasaran yaitu remaja yang selalu mengikuti perkembangan zaman.

b) Pendekatan Verbal

Menurut Mulyana (2005) komunikasi verbal merupakan salah satu bentuk komunikasi yang biasa digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan bisnis kepihak lain melalui tulisan maupun lisan. Simbol atau pesan verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Bahasa dapat juga dianggap sebagai sistem kode verbal (Novandi, baris ke-48). Pendekatan yang digunakan menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar sesuai dengan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) dibantu dengan bahasa non formal agar pesan dapat lebih mudah diterima dan dipahami oleh khalayak sasaran.

III.2.3 *Mandatory*

Mandat diberikan oleh Bapak Sukmayadi selaku Ketua Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata) yang berafiliasi dengan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bandung Barat.

III.2.4 Materi Pesan

Materi pesan yang disampaikan berupa informasi mengenai objek Stone Garden Geopark Citatah Padalarang, lebih lengkapnya sebagai berikut:

- Memperkenalkan apa saja yang berada di Stone Garden Geopark Citatah Padalarang
- Memberikan edukasi mengenai Stone Garden Geopark Citatah Padalarang merupakan cagar budaya yang patut kita jaga dan lestarikan
- Menginformasikan Stone Garden Geopark Citatah Padalarang secara lebih lengkap dan dikemas menarik
- Memudahkan wisatawan yang berada dikawasan untuk menelusuri Stone Garden Geopark Citatah Padalarang

III.2.5 Gaya Bahasa

Gaya bahasa merupakan kata dan kalimat dalam mengekspresikan ide, gagasan, dan pengalaman untuk meyakinkan atau mempengaruhi pembaca aau pendengar. Berdasarkan dengan target khalayak yang dipilih, maka gaya bahasa yang digunakan bahasa formal atau baku dan dikombinasikan dengan bahasa non formal agar lebih mudah diterima dan dipahami oleh remaja.

III.2.6 Strategi Kreatif

Strategi kreatif merupakan langkah atau cara kreatif dalam mencapai tujuan yang ingin dicapai. Salah satu strategi kreatif yang digunakan merupakan pembuatan sistem grafis. Sistem grafis merupakan rangkaian visual atau media yang saling berhubungan untuk membentuk kesatuan dan tujuan tertentu. Beberapa sistem grafis yang akan diproduksi yaitu media informasi baik *online* maupun *offline*, seperti Poster digital, *Infotainment Map, Sign System* dan media lainnya yang saling berhubungan. Sistem grafis digunakan untuk memecahkan berbagai permasalahan di Stone Garden Geopark Citatah Padalarang agar lebih komprehensif.

III.2.7 Strategi Media

Dalam menyampaikan sebuah informasi, pemilihan media sangat penting karena sebagai alat pendukung atau penyalur pesan kepada khalayak sasaran agar dapat

sesuai dan diterima dengan baik. Berikut merupakan beberapa media yang akan digunakan:

1) Media Utama

   Media utama yang dipilih berupa poster digital yang akan diinformasikan melalui *website* dan sosial media seperti Instagram, Twitter, dan Facebook. Internet dan sosial media menjadi sebuah kebutuhan sehari-hari oleh khalayak baik dalam mengerjakan tugas atau pekerjaan maupun hiburan. Maka dari itu, pemilihan *web* dan sosial media karena sangat melekat dan sering berinteraksi dengan khalayak sasaran yang berusia 18-21tahun.

2) Media Pendukung

   - *Infotainment Map*

     Infotainment Map merupakan peta yang disajikan dan ditampilkan dengan menarik yang bersifat dapat menghibur pembaca. *Infotainment Map* dibuat agar pembaca tidak merasa jenuh untuk membaca dan melihat informasi apa saja yang ada di peta tersebut. Khalayak sasaran merupakan remaja yang menyukai peta yang tidak rumit dan kaku, maka dari itu *Infotainment Map* dibuat untuk menghibur dan dapat membuat khalayak sasaran yaitu wisatawan tertarik.

   - *Sign System*

     Dalam bahasa Indonesia *Sign System* memiliki arti yaitu sistem tanda. Tanda dapat berupa visual maupun verbal yang digunakan untuk menyampaikan tanda penunjuk atau informasi. Menurut Raymond dalam *Sign In Use*, (seperti dikutip Septianto, 2010) *Sign System* adalah suatu cara untuk melaksanakan sebuah perencanaan yang telah ada, system juga dapat diartikan menjadi sebuah siasat atau cara untuk dapat menyampaikan sesuatu dengan baik dan mudah. *Sign System* disini dibuat untuk membantu menyampaikan informasi agar lebih memudahkan wisatawan di *Stone Garden*. *Sign System* terbagi menjadi tiga yaitu:

     a. Tanda Larangan dan Peringatan *(Regulation)*

b. Tanda Pengenal *(Identification)*
c. Tanda Petunjuk *(Direction)*

- *Leaflet*

  Leaflet atau selebaran merupakan media berupa lembaran yang mengandung informasi tentang produk, perusahaan dan lainnya untuk disebarkan ke khalayak umum. Karena informasi yang dimuat memiliki konten yang cukup banyak, dibantu oleh media *leaflet* yang nantinya akan menjadi pegangan saat menelusuri Stone Garden karena kontennya berisi informasi dan peta dari objek.

- *Photo Booth*

  Photo Booth digunakan untuk background berfoto para pengunjung, biasanya berfungsi untuk media promosi di share di media sosial. Sebagai tempat wisata, spot untuk berfoto menjadi hal yang wajib ada karena disukai oleh wisatawan. *Photo Booth* digunakan sebagai media promosi agar wisatawan tertarik dan di share di media sosial.

- Stiker

  Menurut KBBI stiker merupakan lembaran kecil yang dapat ditempelkan. Dapat dikatakan, stiker adalah media untuk memperkenalkan identitas dari produk. Stiker digunakan karena fleksibel, harga murah, dan disukai oleh remaja untuk ditempel di berbagai benda seperti motor, helm, dan lainnya.

- Botol *Tumbler*

  Sebagai wadah air minum. Biasa digunakan sebagai *souvenir* dan kebutuhan pribadi. Karena jalur dari lokasi objek cukup terjal dan termasuk area cuaca yang panas, maka botol tumbler dibutuhkan sebagai bekal saal menelusuri lokasi objek dan menjadi *souvenir* yang dapat digunakan kegiatan sehari-hari seperti kuliah dan kerja.

- *Totebag*

  Totebag termasuk dalam kategori tas jinjing. Digunakan untuk membawa buku, kosmetik, peralatan maupun penggunaan lain. *Totebag* bisa digunakan untuk membawa apa saja, sering digunakan untuk beragam keperluan sehari-hari dan jaman modern seperti ini remaja memakai *totebag* untuk dipakai ke pusat perbelanjaan, kuliah dan dikombinasikan dengan gaya *fashion* remaja.

- Topi

  Topi termasuk aksesoris pakaian yang berfungsi sebagai penutup kepala. Topi dipilih karena remaja sebagai khalayak sasaran membutuhkan topi sebagai pelindung dari matahari karena cuaca di lokasi objek cukup panas, serta topi menjadi gaya *fashion* remaja juga.

- *T-Shirt*

  T-shirt merupakan pakaian sederhana untuk menutup tubuh bagian atas yang menjadi pakaian yang sering dipakai oleh orang-orang terutama remaja yang menyukai baju yang minimalis dan tidak merepotkan. T-shirt digunakan untuk menjadi media pengingat.

- *X-Banner*

  X-Banner merupakan media yang berbentuk banner dengan penyangga yang berbentuk "X" atau menyilang yang digunakan sebagai promosi atau informasi mengenai produk, layanan, profil dan fasilitas perusahaan yang betujuan untuk menarik perhatian *audience*. *X-Banner* digunakan untuk menarik perhatian dan memberikan informasi singkat pada wisatawan.

- Umbul-umbul

  Umbul-umbul merupakan media promosi berbentuk vertikal dan biasanya dipasang menggunakan bambu sebagai tiang penyangga. Umbul-umbul digunakan untuk menarik perhatian pengendara di

jalanan dan memudahkan wisatawan yang akan mengunjungi Stone Garden.

III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Strategi distribusi merupakan usaha-usaha penyaluran penyampaian barang dan jasa dari produsen kepada konsumen. Untuk mempertegas fungsi strategi distribusi, pandangan Tjiptono (2008) strategi distribusi berfungsi bagi kegiatan pemasaran untuk memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen kekonsumen, sehingga penggunaannya sesuai dengan yang diperluas (jenis, jumlah, harga, tempat dan saat dibutuhkan). Oleh karena itu, strategi distribusi dan waktu penyebaran media harus ditentukan dengan baik, lokasi distribusi disebar di berbagai lokasi yang sering menjadi tujuan dan berkumpulnya khalayak sasaran.

Tabel III.2 Tabel waktu penyebaran media tahun 2017
Sumber: Dokumen Pribadi (2017)

Media	**Tempat**	**Juli**				**Agustus**				**September**			
		Minggu ke											
		1	**2**	**3**	**4**	**1**	**2**	**3**	**4**	**1**	**2**	**3**	**4**
Poster	Sosial media dan di tempat berkumpulnya khalayak sasaran: Mall, Kampus, Taman												
Infotainment Map	Dipasang di lokasi objek												
Sign System	Dipasang di lokasi objek												

Leaflet	Disebar pada wisatawan saat di lokasi objek			
Photo Booth	Dipasang di lokasi objek			
X-Banner	Dipasang di lokasi objek			
Stiker	Disebar pada wisatawan saat di lokasi objek			
Botol *Tumbler*	Dijual di lokasi objek			
Totebag	Dijual di lokasi objek			
Topi	Dijual di lokasi objek			
T-Shirt	Dijual di lokasi objek			
Umbul-umbul	Dipasang di daerah sekitar objek			

Pada media poster disebar di bulan pertama dan kedua, pada bagian media *Infotainment Map, Sign System, Leaflet, Photo Booth, X-Banner,* Umbul-umbul dan Stiker disebar tiga bulan berturut-turut karena menjadi kebutuhan untuk mempermudah sekaligus promosi, setelah khalayak sasaran mengetahui *Stone Garden*, media komersil mulai dijual untuk pendapatan bagi Stone Garden.

III.3 Konsep Visual

Konsep visual merupakan awal rangkaian dari ide-ide visual yang membentuk unsur-unsur desain komunikasi visual yang berfungsi untuk penyampaian pesan dapat sesuai dan komunikatif pada khalayak sasaran. Khalayak sasaran yang dipilih merupakan remaja akhir, maka dari itu konsep visual yang digunakan gaya modern kombinasi *vector* dan hasil fotografi dengan warna-warna lembut dan kontras, serta desain yang tidak rumit.



Gambar III.1 Referensi Visual
Sumber: Pinterest.com (2017)

III.3.1 Format Desain

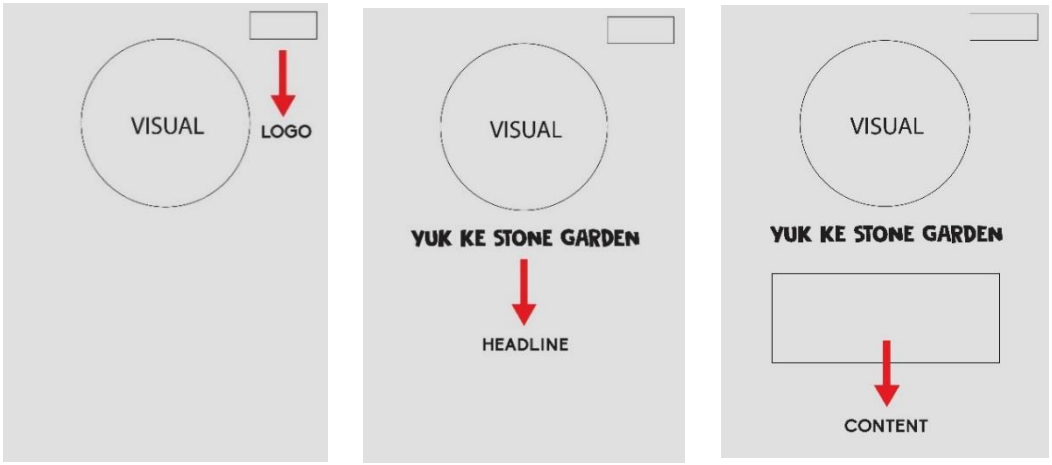
Media yang dipilih adalah poster informasi digital yang akan di share di beberapa sosial media dan *website.* Berikut merupakan format desain media yang dipakai:

- Ukuran: A3 *portrait*
- Resolusi: 300*dpi*
- Model Warna: *RGB (Red, Green, Blue)*
- Dimensi: 4961x3508 *pixels*
- *Bit Depth:* 24bit

Format ukuran A3, dimensi 4961x3508 *pixels* dan resolusi 300dpi agar hasilnya tidak pecah saat di perbesar karena isi poster berupa informasi yang memiliki banyak konten, model warna yang digunakan format *RGB*, kegunaan utama model warna *RGB* adalah untuk menampilkan citra/gambar dalam perangkat elektronik, seperti televisi dan komputer, serta *Bit Depth* nya 24bit agar komposisi warna lebih lengkap

III.3.2 Tata Letak (*Layout*)

Layout merupakan susunan elemen desain untuk membentuk desain yang artistik. Dapat dikatakan, layout berfungsi untuk memudahkan pembaca, pesan lebih komunikatif dari konten yang disajikan. Maka dari itu, *layout* harus pas dan mengikuti standarnya agar pembaca tidak sulit membaca pesannya. Standarnya teknik baca yang digunakan dari atas ke bawah dikarenakan format posternya pun *portrait.*



Gambar III.2 Tata letak pada *Logo, Headline dan Content*
Sumber: Dokumen Pribadi (2017)

Menurut Lincy (1994) prinsip *layout* dalam desain terbagi sebagai berikut:

- Proporsi (*Proportion*)
- Keseimbangan (*Balance*)
- Kontras (*Contrast*)
- Irama (Rhytm)
- Kesatuan (Unity)

III.3.3 Tipografi

Menurut Brewer (1971) Tipografi sendiri memiliki pengertian sangat luas yang mencakup penyusunan dan bentuk halaman, atau setiap barang cetak, tipografi dapat juga diartikan pemilihan, penataan dan berbagai hal yang berhubungan dengan pengaturan baris-baris serta susunan huruf *(typeset).* Dalam perancangan tipografi harus dipikirkan matang-matang, karena dapat menjadi faktor berhasilnya pesan sampai pada pembaca atau khalayak, maka dari itu perancangan tipografi harus disesuaikan dengan khalayak sasaran. Berikut perancangan tipografinya:



Gambar III.3 *Font* DK Frozen Memory
Sumber: Dokumen Pribadi (2017)

Huruf jenis diatas adalah DK Frozen Memory, digunakan sebagai *Headline* karena khalayak sasaran menyukai huruf yang tidak baku, dan huruf diatas mengkomparasikan dengan huruf yang biasa dipakai pada kartun atau film genre petualangan dan aksi seperti film animasi berjudul *The Croods* (2013) dan *Ice Age* (2002), alasan lain huruf tersebut dipilih karena menyesuaikan dengan *Stone Garden* yang jalurnya terjal banyak batuan dan cukup tinggi karena berada di puncak gunung.



Gambar III.4 *Font* Hobo Std
Sumber: Dokumen Pribadi (2017)

Huruf jenis diatas adalah Hobo Std, digunakan sebagai konten atau *bodytext* dari media. Huruf berjenis *Decorative* yang memiliki bentuk seperti rumput atau dedaunan, karena sebagai objek pariwisata yang berhubungan dengan alam, dan di lokasi objek tersebut terdapat batuan yang dikelilingi rerumputan.



Gambar III.5 *Font* Hanken
Sumber: Dokumen Pribadi (2017)

Huruf jenis diatas adalah Hanken, digunakan sebagai konten tambahan. Huruf tersebut berjenis Sans Serif yang bersifat tumpul, ringan, dan minimalis. Huruf tersebut digunakan untuk diaplikasikan pada isi atau konten yang berisi banyak agar memudahkan pembaca.

III.3.4 Ilustrasi

Ilustrasi merupakan visualisasi dengan teknik gambar, lukisan, fotografi, atau teknik seni rupa lainnya yang lebih menekankan hubungan subjek dengan tulisan fan bentuk. Tujuan ilustrasi adalah untuk menerangkan atau menghiasi suatu cerita, tulisan, puisi, atau informasi tertulis lainnya. Diharapkan dengan bantuan visual, tulisan tersebut lebih mudah dicerna.

Berikut merupakan beberapa objek yang akan dibuat ilustrasi:

- Batuan di Stone Garden Geopark Citatah Padalarang
  Batuan tersebut akan digunakan pada beberapa media dalam bentuk *vector* dan teknik fotografi, karena menjadi sebuah objek utama yang membuat wisatawan tertarik.



Gambar III.6 Batuan di Stone Garden
Sumber: Dokumen Pribadi (2017)

- Pepohonan



Gambar III.7 Siluet dari pohon
Sumber: Dokumen Pribadi (2017)

Pohon digunakan sebagai *background* pada media dalam bentuk *vector*, elemen pepohonan dimasukkan karena untuk menguatkan wujud dari objek yang merupakan tempat wisata alam yang erat hubungannya dengan pohon.

- Monyet Ekor Panjang



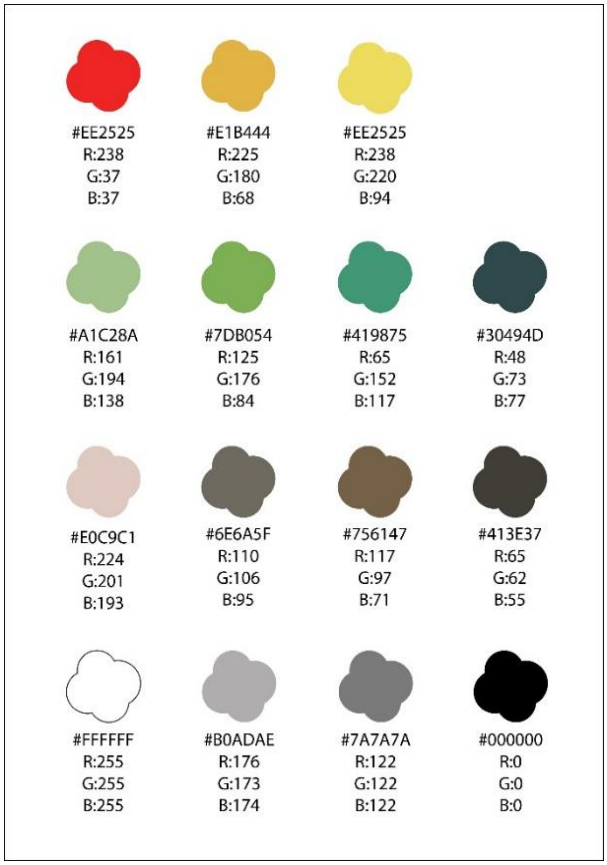
Gambar III.8 Monyet Ekor Panjang
Sumber: www.flickriver.com/photos/119661536@N08/ (2017)

Monyet ekor panjang termasuk ekosistem hewan yang berada di Stone Garden, monyet ekor panjang akan dibuat ilustrasi bergaya vector karena monyet tersebut hewan yang paling sering ditemukan di lokasi objek.

III.3.5 Warna

Warna adalah salah satu unsur keindahan dalam seni dan desain. Sadjiman (2010) menjelaskan bahwa setiap warna memiliki karakteristik, dalam hal ini adalah ciri-ciri sifat yang dimiliki suatu warna. Karakteristik warna-warna perlu dijadikan pertimbangan dalam aplikasi warna agar tercapai tujuan yang diinginkan oleh seniman maupun desainer.

Maka dari itu, pemilihan warna harus tepat dan sesuai dengan objek dan khalayak sasaran agar penyampaian pesan melalui warna dapat berhasil. Warna-warna yang dipilih dalam penggunaan media adalah sebagai berikut:



Gambar III.9 Warna yang digunakan pada media utama
Sumber: Dokumen Pribadi (2017)

Warna-warna yang digunakan merupakan kelompok warna pastel yang bersifat lembut dan tenang. Warna pastel pun warna yang disukai oleh kalangan remaja dalam dunia *fashion* maupun desain. Alasan lain menggunakan warna tersebut merupakan warna yang cukup *trend* sesuai dengan remaja yang mengikuti perkembangan zaman.