BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1 Khalayak Sasaran

Definisi Khalayak sasaran dalam pandangan McQuail dan Windahl (1993) yaitu "sebagai sejumlah besar orang yang pengetahuan, sikap dan perilakunya akan diubah melalui kegiatan kampanye". Dengan begitu dapat diambil kesimpulan dari pendapat ahli tersebut bahwa khalayak sasaran itu adalah sekumpulan orang yang akan diubah prilakunya dengan tujuan atau target suatu media tentang apa yang ingin disampaikan. Karena menurut pendapat Cangara (2010, h.157) "berhasil atau tidaknya proses komunikasi sangat ditentukan oleh khalayak". Agar bisa menentukan khalayak sasaran dengan baik maka khalayak sasaran dikelompokan ke dalam jenis segmentasi pasar. Diantaranya yaitu demografis, geografis, dan psikografis.

III.1.1 Demografis

Secara demografis untuk khalayak sasaran dalam perancangan ini yaitu :

Usia	: 20-40 tahun
Jenis Kelamin	: Laki-Laki dan Perempuan.
Pekerjaan	: Mahasiswa, Pegawai, Wiraswasta.
Status Ekonomi	: Semua kalangan

III.1.2 Geografis

Dalam perancangan ini diperlukan lokasi untuk khalayak sasaran, segmentasi lokasi khalayak sasaran untuk perancangan ini yaitu wisatawan yang berada di sekitar Kawasan Saribu Rumah Gadang. Meskipun demikan segmentasi lokasi khalayak sasaran dalam perancangan ini juga bisa untuk wisatawan dari luar yang baru pertama kali mengunjungi tempat wisata Kawasan Saribu Rumah Gadang.

III.1.3 Psikografis

Menurut Dariyo (2003) bahwa “secara umum umur 20 sampai 40 tahun termasuk dalam golongan dewasa awal”. Dan dalam pandangan Hurlock (1996) menjelaskan bahwa yang menonjol pada masa dewasa awal yaitu “dalam tahun-tahun awal masa dewasa banyak masalah baru yang harus dihadapi seseorang. Masalah-masalah baru ini dari segi utamanya berbeda dengan dari masalah-masalah yang sudah dialami sebelumnya”. Jadi dengan begitu hal ini dapat digunakan untuk berlibur ke Kawasan Saribu Rumah Gadang untuk menyegarkan pikiran karena suasananya yang masih terjaga keasriannya.

III.1.4 *Consumer Insight*

Consumer insight merupakan suatu keinginan yang ada di dalam benak khalayak sasaran. Dan yang diinginkan dari wisatawan yaitu adanya kemudahan untuk mendapatkan informasi mengenai apa saja yang terdapat di Kawasan Saribu Rumah Gadang.

III.2 Strategi Perancangan

Dalam pandangan Rangkuti (2005, h.4) strategi adalah “alat yang sangat penting untuk mencapai keunggulan bersaing”. Kemudian definisi dari perancangan menurut Ladjamudin (2005, h.39) mengatakan “perancangan adalah suatu kegiatan yang memiliki tujuan untuk mendesain sistem baru yang dapat menyelesaikan masalah-masalah yang dihadapi perusahaan yang di peroleh dari pemilihan alternatif sistem yang baik.” Jadi dapat disimpulkan bahwa strategi perancangan adalah alat yang penting untuk mencapai keunggulan dalam bersaing yang bertujuan untuk membuat sistem baru yang jauh lebih baik dari sebelumnya.

Tahap awal yang dilakukan yaitu dengan melakukan observasi lapangan kemudian mengumpulkan informasi data tentang objek wisata Kawasan Saribu Rumah Gadang melalui wawancara dengan pihak-pihak yang bersangkutan dengan objek wisata, kemudian setelah itu menemukan permasalahan inti yaitu kurangnya informasi di tempat wisata maka dibuatlah cara penyampaian informasi dalam bentuk *sign system* yang bertujuan untuk memudahkan para wisatawan yang

datang. Terutama bagi para wisatawan yang baru pertama kali mengunjungi tempat wisata Kawasan Saribu Rumah Gadang. Karena di dalam *sign system* tersebut terdapat berbagai informasi yang bisa didapat mengenai fasilitas apa saja yang terdapat di tempat wisata Kawasan Saribu Rumah Gadang. Diantaranya yaitu perunjuk arah, tanda pengenal objek, anjuran dan larangan.

III.2.1 Tujuan Komunikasi

Menurut Nugroho (2004, h.75) tujuan komunikasi adalah "menciptakan pemahaman bersama atau merubah persepsi, bahkan perilaku". Dalam perancangan *sign system* sebagai media yang memberikan informasi, arah, dan anjuran atau larangan. Dengan media *sign system* selain memberikan informasi juga diharapkan dapat mengajak para wisatawan untuk mengetahui dan mengerti mengenai pesan yang disampaikan pada media *sign system* ini.

III.2.2 Pendekatan Komunikasi

Pendekatan yang akan digunakan dalam penyampaian informasi terbagi menjadi dua, yaitu :

a) Pendekatan Visual

Pendekatan visual yang akan digunakan yaitu dengan melakukan beberapa cara penyampaian informasi kepada pengunjung, diantaranya yaitu :

- Menggunakan ikon dari ilustrasi atau bentuk yang sudah disederhanakan sesuai dengan objek yang terdapat di tempat wisata Kawasan Saribu Rumah Gadang.
- Mengingat cuaca di Kawasan Saribu Rumah Gadang yang cukup panas pada siang hari maka digunakannya warna dasar gelap agar mudah dilihat oleh para wisatawan
- Menggunakan huruf yang memiliki tingkat keterbacaan yang jelas sebagai pendukung *sign system*.

b) Pendekatan Verbal

Pendekatan verbal yaitu pendekatan yang menggunakan kata-kata, baik itu secara lisan maupun tertulis. Pendekatan verbal yang dilakukan dengan menggunakan bahasa Indonesia agar informasi yang disampaikan dapat diterima dengan mudah dan dimengerti oleh para wisatawan tempat wisata Kawasan Saribu Rumah Gadang yang dikarenakan para wisatawan yang datang tidak hanya berasal dari daerah Sumatera Barat saja.

III.2.3 *Mandatory*

Mandatory yaitu pihak yang bertanggung jawab terkait dalam pelaksanaan pembuatan media informasi. Dimana perancangan ini bisa dilakukan tidak lepas dari bantuan pihak Dinas Budaya, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga kabupaten Solok Selatan sehingga memudahkan dalam pembuatan perancangan dan produksi.

III.2.4 Materi Pesan

Materi pesan dan tujuan dari perancangan media informasi ini adalah agar informasi yang diberikan dapat diterima dengan baik dan para wisatawan yang datang dapat dengan mudah untuk mengetahui fasilitas-fasilitas dan aturan apa saja yang terdapat di tempat wisata Kawasan Saribu Rumah Gadang.

III.2.5 Gaya Bahasa

Dalam perancangan ini gaya bahasa yang digunakan yaitu dengan menggunakan gaya bahasa denotasi yang mana arti dari makna denotasi adalah makna yang sebenarnya. Karena dalam penyampaian informasi ini harus menggunakan makna yang sebenarnya dan jelas agar para wisatawan bisa dengan mudah mendapatkan dan memahami informasi yang diberikan ketika berada di tempat wisata dan dapat menikmati fasilitas-fasilitas yang terdapat di dalam objek wisata Kawasan Saribu Rumah Gadang.

III.2.6 Strategi Kreatif

Strategi kreatif yang digunakan dalam perancangan ini yaitu media informasi dalam bentuk *sign system* yang di dalamnya terdapat informasi mengenai lokasi, petunjuk arah mengenai fasilitas, larangan atau himbauan yang terdapat di tempat wisata Kawasan Saribu Rumah Gadang. Agar perancangan media informasi ini dapat terlaksana dengan baik, maka strategi kreatif perancangan *sign sytem* ini disesuaikan dengan ciri khas yang dimiliki di tempat wisata Kawasan Saribu Rumah Gadang yaitu dengan mengambil unsur visual tanduk kerbau sebagai bentuk dasar papan *sign* yang mana kerbau merupakan ikon Sumatera Barat dan kemudian ditambah hiasan di bagian tengah berupa bangunan *Rangkiang* dengan harapan konsep yang dibuat dapat sesuai dengan ciri khas yang dimiliki Kawasan Saribu Rumah Gadang.

III.2.7 Strategi Media

Jika dilihat dari permasalahan yang ada saat ini maka perlu adanya media yang dapat memberikan informasi terkait yang berhubungan dengan informasi apa saja yang terdapat di tempat wisata Kawasan Saribu Rumah Gadang. Menurut Latuheru, (1988, h.9) "media berasal dari kata medium yang berasal dari bahasa latin *medius* yang berarti tengah atau sedang. Pengertian media yaitu mengarah pada sesuatu yang mengantar informasi (pesan) antara sumber (pemberi pesan) dan penerima pesan". Jadi strategi media yang akan digunakan dalam perancangan ini yaitu ada media primer dan media sekunder, dimana media primer yang dibuat yaitu *sign system* yang mana dari *sign system* tersebut terdapat informasi mengenai tanda pengenal objek, petunjuk arah, dan himbauan atau larangan. Kemudian media sekunder yang dibuat yaitu *infotainment map* dan buku panduan (*guide book*) yang mana fungsi dari *infotainment map* yaitu memberikan kemudahan kepada para wisatawan untuk mengetahui lokasi di tempat wisata karena di dalamanya terdapat informasi mengenai tata letak fasilitas dan objek apa saja yang terdapat di Kawasan Saribu Rumah Gadang. Dan fungsi dari buku panduan yaitu agar para wisatawan mengerti maksud dari sistem tanda yang ada di tempat wisata Kawasan Saribu Rumah Gadang.

III.2.8 Strategi Distribusi

Strategi distribusi yaitu merupakan rencana dalam penyebaran media kepada khalayak sasaran. *Sign system* akan diletakkan pada tempat-tempat yang tepat yang dapat terlihat dengan jelas dan kemudian *infotainment map* akan ditelakkan pada titik tertentu di kawasan wisata dan buku panduan sistem tanda akan dibagikan ketika pengunjung memasuki tempat wisata Kawasan Saribu Rumah Gadang agar memaksimalkan interaksi dengan pengunjung. Dan ada beberapa media yang akan dibagikan pada lokasi dan waktu diantaranya yaitu sebagai berikut :

Tabel III.1 Tabel Lokasi Distribusi

Sumber : Dokumen Pribadi (2017)

No.	Media	Tempat	Distribusi	Alasan
1.	Kaos	Tempat souvenir	Diperjual belikan hanya untuk wisatawan Kawasan Saribu Rumah Gadang	Sebagai cinderamata
2.	Totebag	Tempat souvenir	Diperjual belikan hanya untuk wisatawan Kawasan Saribu Rumah Gadang	Sebagai cinderamata
3.	Pin	Tempat souvenir	Diperjual belikan dengan percuma saat wisatawan memasuki Kawasan Saribu Rumah Gadang	Sebagai cinderamata
4.	Topi	Tempat souvenir	Diperjual belikan dengan percuma saat wisatawan memasuki Kawasan Saribu Rumah Gadang	Sebagai cinderamata dan pelindung panas dari matahari
5.	Gantungan Kunci	Tempat souvenir	Diperjual belikan dengan percuma saat wisatawan memasuki Kawasan Saribu Rumah Gadang	Sebagai cinderamata
6.	Notebook	Tempat souvenir	Diperjual belikan dengan percuma saat wisatawan memasuki Kawasan Saribu Rumah Gadang	Sebagai cinderamata
7.	Sticker	Pintu gerbang	Diberikan dengan percuma kepada wisatawan saat memasuki Kawasan Saribu Rumah Gadang	Untuk petunjuk wisatawan saat berada di tempat wisata
8.	Guidebook	Pintu gerbang	Diberikan dengan percuma kepada wisatawan saat memasuki Kawasan Saribu Rumah Gadang	Untuk petunjuk wisatawan saat berada di tempat wisata

Tabel III.2 Tabel Waktu Distribusi

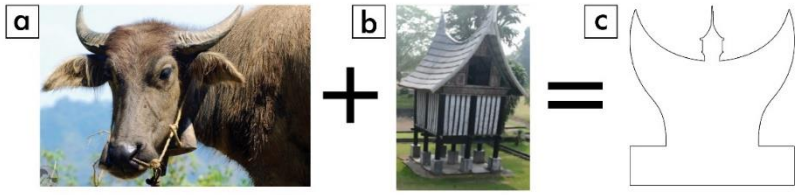
Sumber : Dokumen Pribadi (2017)

No.	Media	Bulan											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1.	Kaos												
2.	Totebag												
3.	Pin												
4.	Notebook												
5.	Gantungan Kunci												
6.	Topi												
7.	Sticker												
8.	Guidebook												

III.3 Konsep Visual

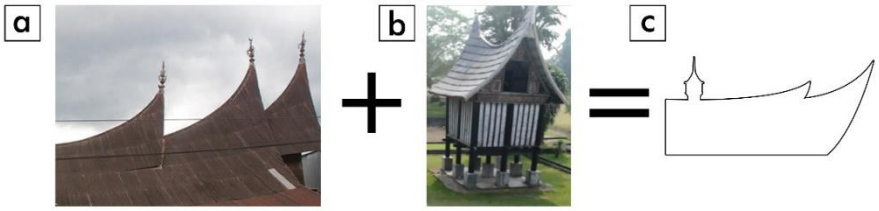
Konsep visual yang digunakan dalam perancangan *sign system* Kawasan Saribu Rumah Gadang ini yaitu dengan menggunakan penyederhanaan visual bentuk dari ilustrasi atau objek yang terdapat di tempat wisata Kawasan Saribu Rumah Gadang menjadi ikon. Kemudian menggunakan warna dan pesan yang berupa tulisan dengan harapan maksud dan tujuan dari *sign system* agar dengan mudah dimengerti dan diterima oleh para wisatawan Kawasan Saribu Rumah Gadang.

III.3.1 Format Desain



Gambar III.1 Format Desain *Sign System Identification* dan *Regulation*
Dokumen Pribadi (2017)

Format Desain yang digunakan dalam perancangan *sign system* yaitu dengan menggunakan posisi *potrait* dan *landscape*, dimana posisi *potrait* untuk *sign system identification* dan *regulation*. Kemudian posisi *landscape* untuk *sign system direction* dan *infotainment map*. Dalam pembuatan dasar *sign sytem identification* dan *regulation* yaitu dengan mengambil unsur visual dari kerbau dan *Rangkiang* yang mana disesuaikan dengan ciri khas yang dimiliki Kawasan Saribu Rumah Gadang. Karena kerbau merupakan sebuah ikon Sumatera Barat. Dan *Rangkiang* merupakan bangunan yang terdapat di halaman depan rumah Gadang yang mana pada zaman dahulu befungsi sebagai tempat penyimpanan hasil panen (Hasan, 2004, h53). Kemudian ditambahkan persegi panjang untuk tempat peletakan tulisan.

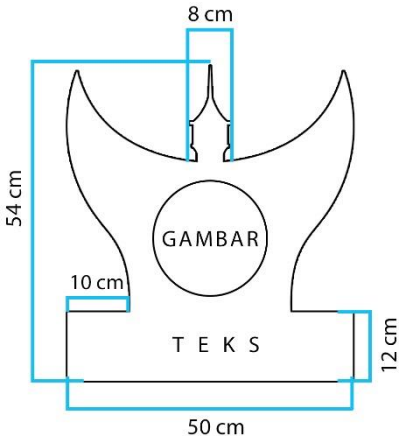


Gambar III.2 Format Desain *Sign System Direction*
Dokumen Pribadi (2017)

Dalam pembuatan dasar *sign sytem direction* yaitu dengan mengambil unsur visual dari ujung atap Rumah Gadang yang memberikan kesan arah panah menunjukan dan *Rangkiang* yang mana disesuaikan dengan ciri khas yang dimiliki Kawasan Saribu Rumah Gadang.

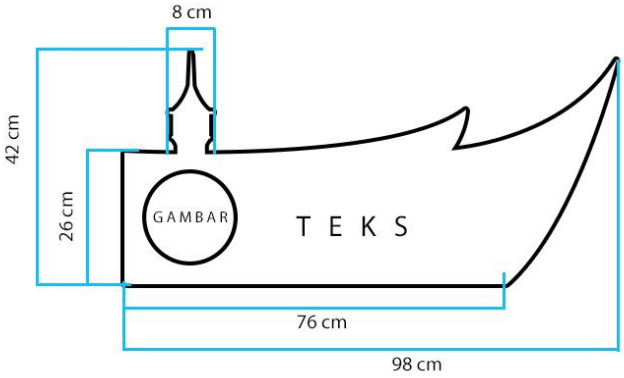
III.3.2 Tata Letak (*Layout*)

Dalam pembuatan media utama ini yaitu *sign system* dibuat sesuai konsep awal yaitu dengan menampilkan visual yang dibuat agar menarik dan informatif. Kemudian tujuan dari tata letak layout ini yaitu menampilkan penempatan elemen visual berupa gambar dan tulisan yang berisi tentang informasi sehingga membuat para wisatawan dengan mudah menerima pesan dan infomasi yang disampaikan dengan baik. Menurut Rustan (2008) "pada dasarnya tata letak atupun *layout* dapat dijabarkan sebagai tata letak elemen-elemen desain terhadapt suatu bidang dalam media tertentu terutama untuk mendukung konsep atau pesan yang dibawanya".



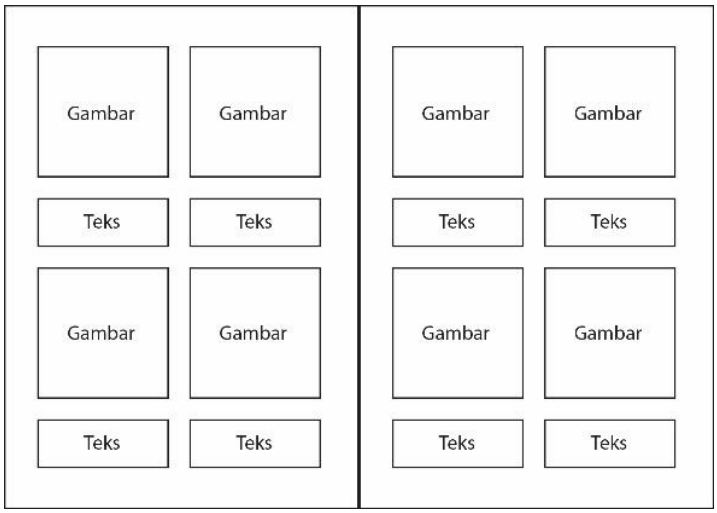
Gambar III.3 Layout dan Ukuran *Sign system Identification* dan *Regulation*

Sumber : Dokumen Pribadi (12 Juni 2017)



Gambar III.4 Layout dan Ukuran *Sign system Direction*

Sumber : Dokumen Pribadi (12 Juni 2017)



Gambar III.5 *Layout Guidebook*
Sumber : Dokumen Pribadi (2017)

III.3.3 Tipografi

Penggunaan huruf yang tepat sangat mempengaruhi efektifitas dalam penyampaian pesan. Merujuk pada pendapat Sihombing (2001, h.58) bahwa "representasi visual dari bentuk komunikasi adalah sifat verbal dan properti visual dan efektif". Dalam perancangan *sign system* objek wisata Saribu Rumah Gadang jenis huruf yang digunakan yaitu :

- *Font* Futura Md BT merupakan jenis huruf Sans Serif dengan menggunakan ukuran huruf sesuai dengan kebutuhan, yang mana jenis huruf Sans Serif ini tidak memiliki tangkai dan menggambarkan lugas. Selain itu jenis huruf Sans Serif juga memberikan kesan *simple* dan mudah terbaca sehingga informasi yang disampaikan dapat tersampaikan dengan baik dan tepat kepada para pengunjung tempat wisata Kawasan Saribu Rumah Gadang serta memberikan kenyamanan dalam membaca.

Futura Md BT,

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk

Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv

Ww Xx Yy Zz 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

~ ! @ # $ % ^ & * ( ) _ + `

The quick brown fox jumps over the lazy dog

Gambar III.6 *Font* Futura Md BT.

Sumber : Dokumen Pribadi (2017)

- Camille, dimana huruf ini digunakan sebagai heading dalam perancangan media pendukung, dikarenakan huruf ini sesuai dengan ciri khas objek wisata Kawasan Saribu Rumah Gadang.

Camille

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk

Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv

Ww Xx Yy Zz 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

~ ! @ # $ % ^ & * ( ) _ + `

The quick brown fox jumps over the lazy dog

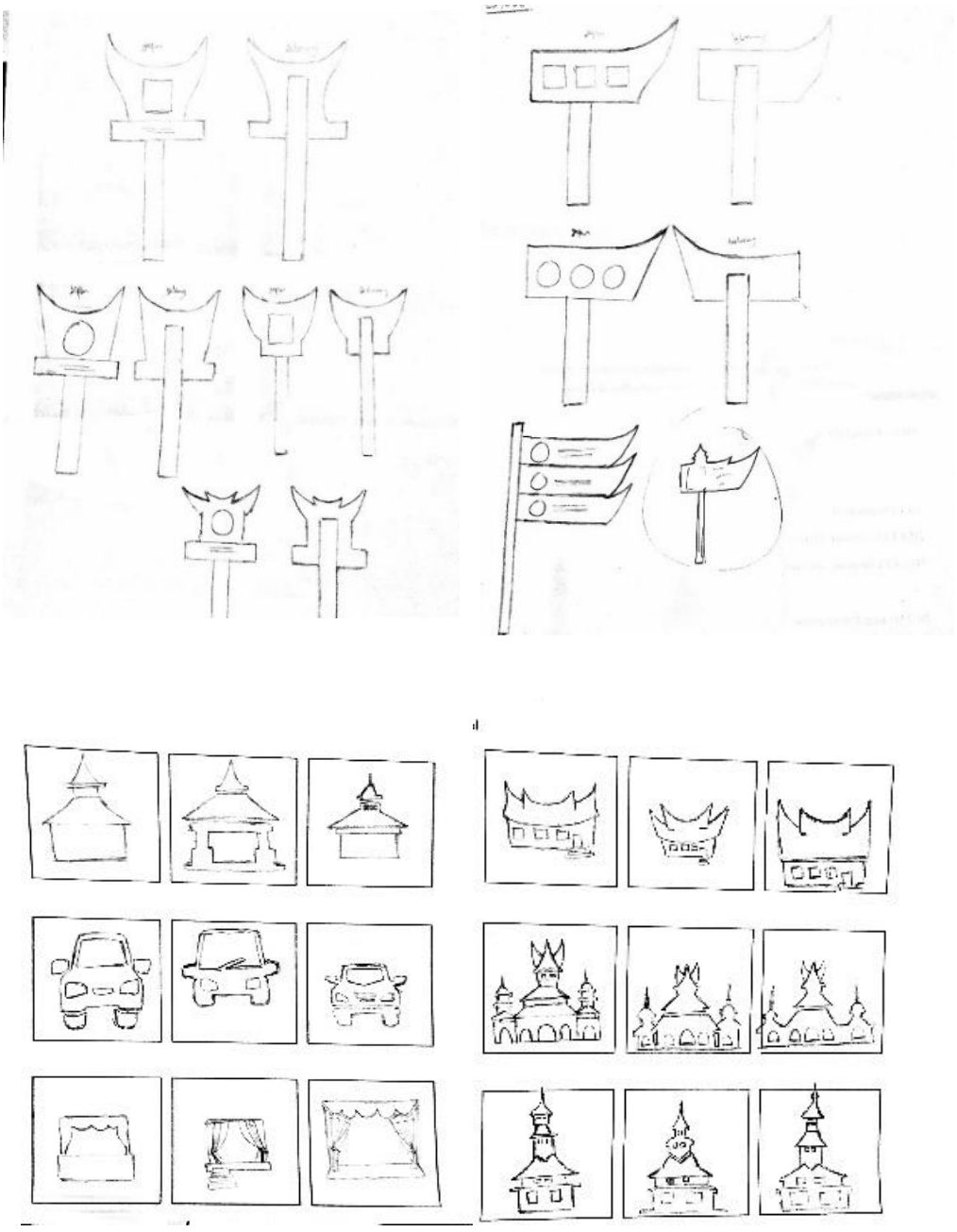
Gambar III.7 *Font* Camille

Sumber : Dokumen Pribadi (2017)

III.3.4 Ilustrasi

Dalam pembuatan ilustrasi perancangan media informasi *sign system* ini didasari dari foto-foto objek yang ada di lokasi wisata dan beberapa referensi visual ilustrasi yang mengenai objek wisata Kawasan Saribu Rumah Gadang. Kemudian disederhanakan menjadi sebuah ikon yang akan digunakan sebagai ikon *sign system*.

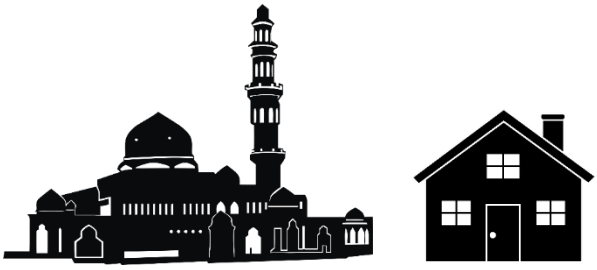
a. Proses sketsa



Gambar III.8 Proses Sketsa

Sumber : Dokumen Pribadi (2017)

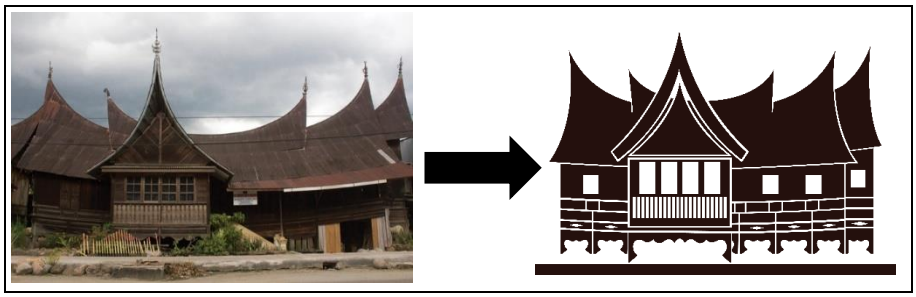
b. Referensi Gaya Visual



Gambar III.9 Referensi Gaya Visual
Sumber : Dokumen Pribadi (2017)

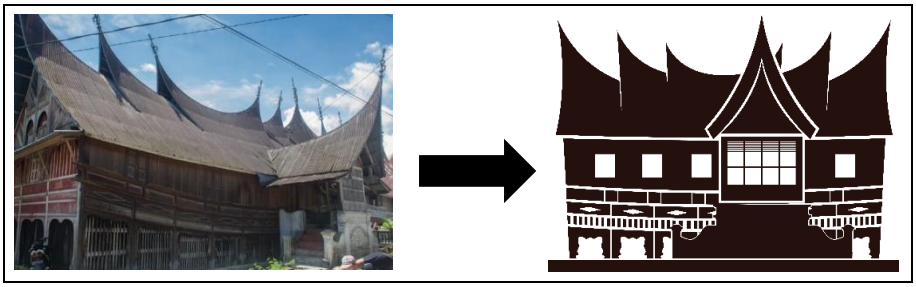
c. Proses Pembuatan Ikon

Homestay Rumah Gadang Surambi Aceh Suku Panai – Datuak Rajo Panjang



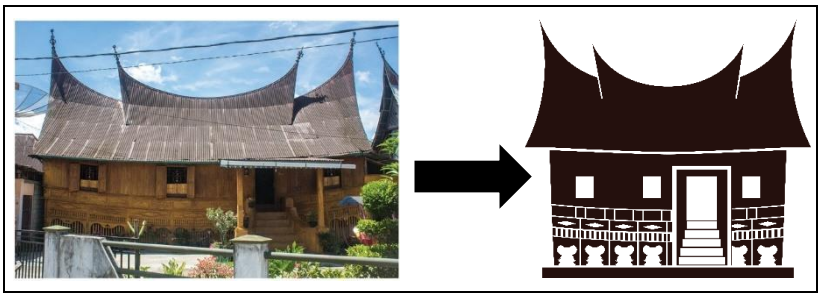
Gambar III.10 *Homestay* Rumah Gadang Suku Panai
Sumber : Dokumen Pribadi(2017)

Homestay Rumah Gadang Bagonjong Enam Surambi di Pangkal Suku Chaniago – Datuak Bundo Sati



Gambar III.11 *Homestay* Rumah Gadang Suku Chaniago
Dokumen Pribadi (2017)

Homestay Rumah Gadang Bagonjong Empat
Tangga di Pangkal Suku Kutianyia – Datuak Ratu



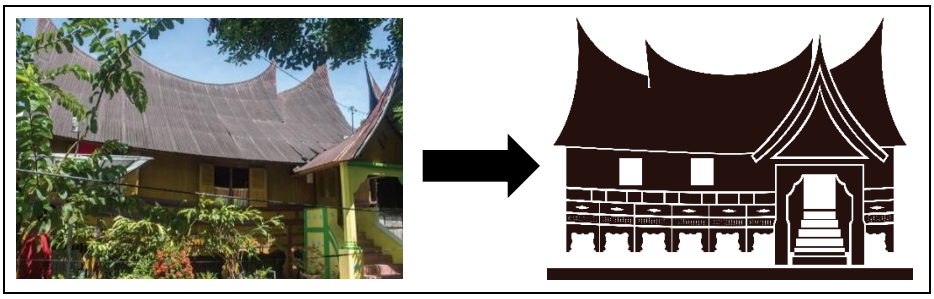
Gambar III.12 *Homestay* Rumah Gadang Suku Kutianyia
Dokumen Pribadi (2017)

Homestay Rumah Gadang Bagonjong Empat Surambi di Pangkal
Suku Kutianyia – Datuak Majo Indo



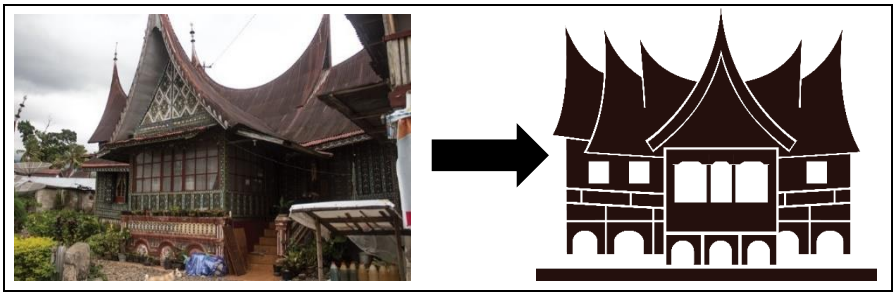
Gambar III.13 *Homestay* Rumah Gadang Suku Kutianyia
Dokumen Pribadi (2017)

Homestay Rumah Gadang Bagonjong Empat Tangga di Pangkal
Suku Bariang – Datuak Bagindo Sati



Gambar III.14 *Homestay* Rumah Gadang Suku Bariang
Dokumen Pribadi (2017)

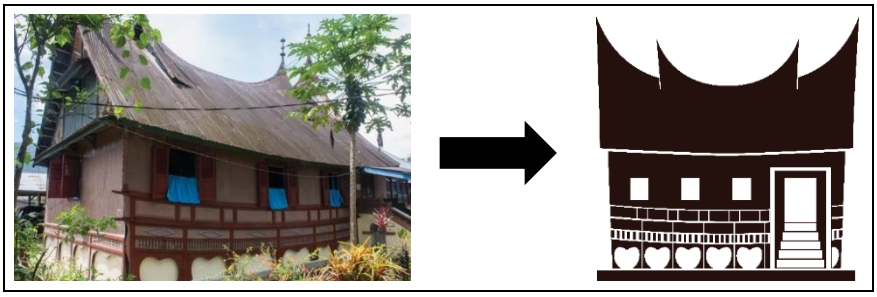
Homestay Rumah Gadang Gajah Maram Suku Melayu – Datuak Rajo Mulia



Gambar III.15 *Homestay* Rumah Gadang Suku Melayu

Dokumen Pribadi (2017)

Homestay Rumah Gadang Bagonjong Empat Tangga di Pangkal Suku Panai – Datuak Rajo Batuah



Gambar III.16 *Homestay* Rumah Gadang Suku Panai

Dokumen Pribadi (2017)

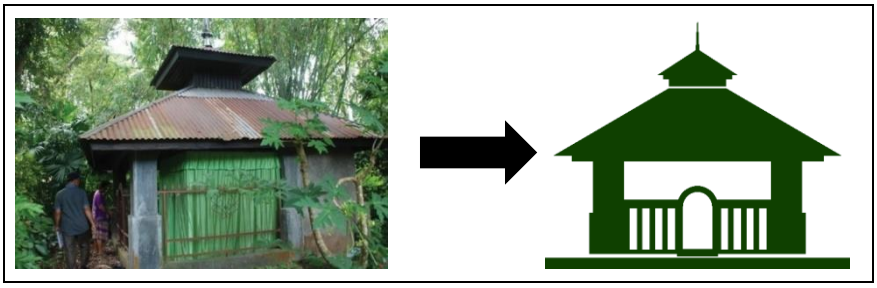
Surau Menara



Gambar III.17 Surau Menara

Dokumen Pribadi (2017)

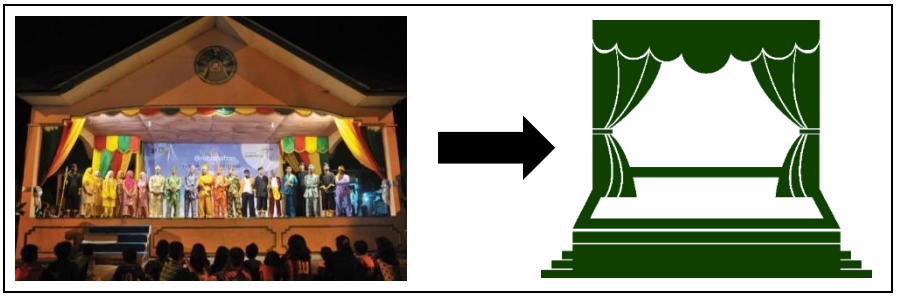
Makam Syeikh Maulana Mustafa



Gambar III.18 Makam Syeikh Maulana Mustafa

Dokumen Pribadi (2017)

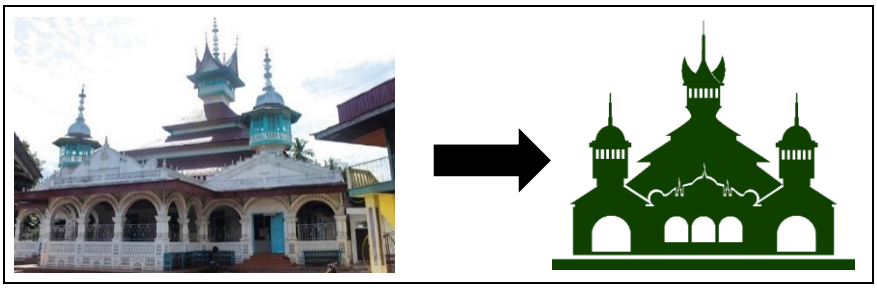
Panggung Pertunjukan Kesenian



Gambar III.19 Panggung Pertunjukan Kesenian

Dokumen Pribadi

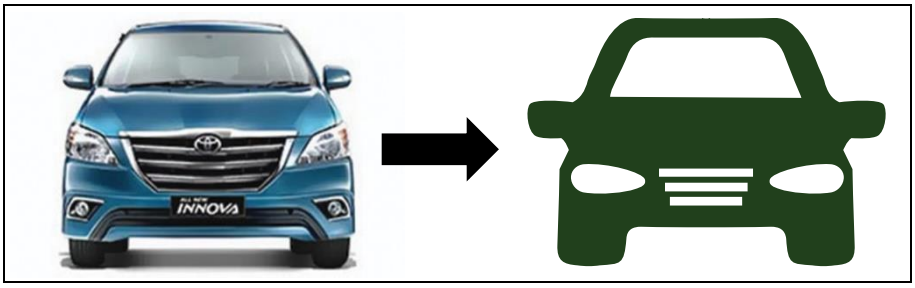
Masjid



Gambar III.20 Masjid

Dokumen Pribadi (2017)

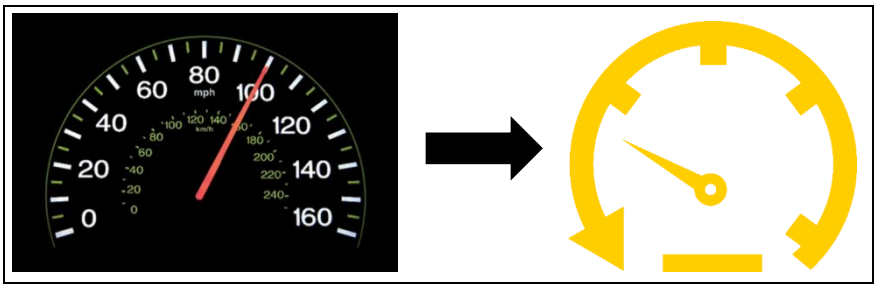
Tempat Parkir



Gambar III.21 Tempat Parkir

Dokumen Pribadi (2017)

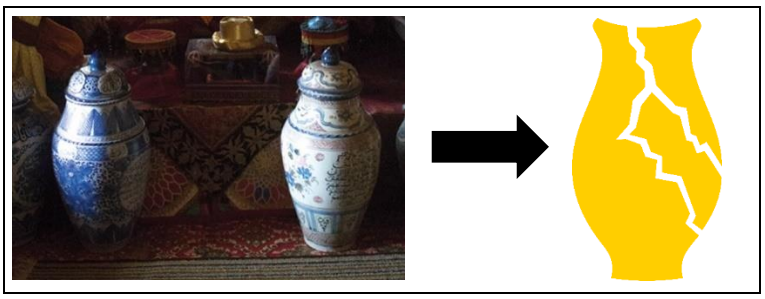
Himbauan Kurangi Kecepatan Kendaraan



Gambar III.22 Himbauan Kurangi Kecepatan

Dokumen Pribadi (2017)

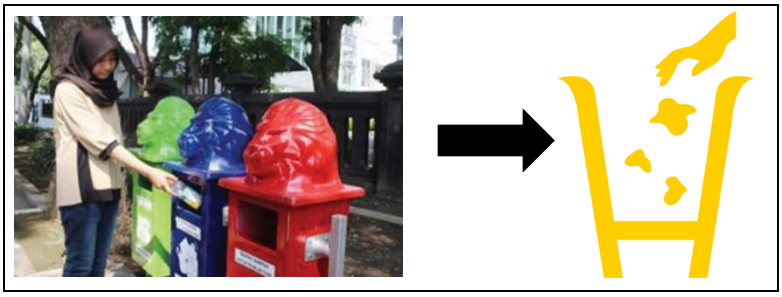
Himbauan Barang Mudah Pecah



Gambar III.23 Himbauan Barang Mudah Pecah

Dokumen Pribadi (2017)

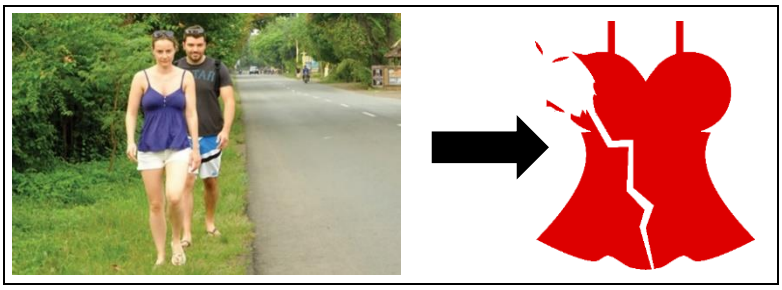
Himbauan Buang Sampah Pada Tempatnya



Gambar III.24 Himbauan Buang Sampah Pada Tempatnya

Dokumen Pribadi (2017)

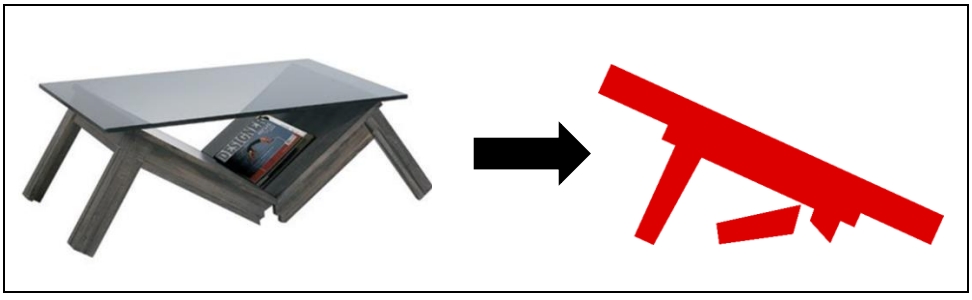
Larangan Menggunakan Pakaian Tidak Sopan



Gambar III.25 Larangan Menggunakan Pakaian Tidak Sopan

Dokumen Pribadi (2017)

Larangan Merusak Fasilitas

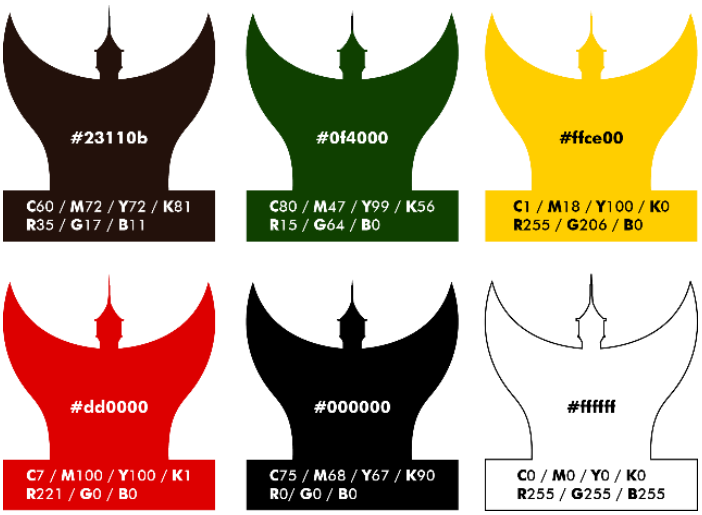


Gambar III.26 Larangan Merusak Fasilitas

Dokumen Pribadi (2017)

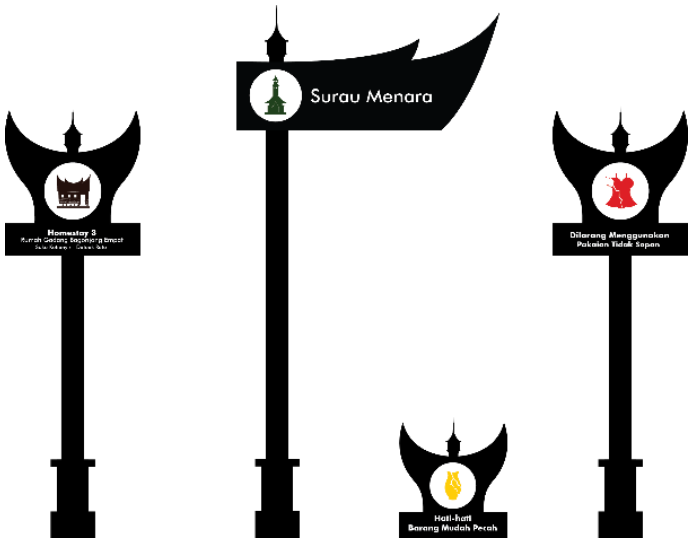
III.3.5 Warna

Sanyoto (2010:12) bependapat bahwa “warna merupakan pantulan cahaya dari sesuatu yang tampak yang disebut *pigmen* atau warna bahan yang lazimnya terdapat pada benda-benda seperti cat, rambut, batu, daun, tekstil, kulit dan lain-lain”. Dalam perancangan media informasi *sign system* ini menggunakan warna rambu-rambu pada umumnya yaitu rambu yang memiliki arti sebuah petunjuk arah (*direction)* berwarna hijau, rambu yang memiliki arti sebuah larangan (*regulation)* berwarna merah dan kemudian warna rambu himbauan (*re\gulation)* yang digunakan yaitu warna kuning. Sedangkan untuk rambu tanda pengenal lokasi (*identification*) menggunakan warna coklat gelap yang bertujuan agar sesuai dengan ciri khas pada tempat wisata dengan bahan utama pembuatan Rumah Gadang yaitu kayu. Kemudian warna hitam digunakan sebagai warna dasar yang bertujuan agar papan *sign system* dapar terlihat dengan jelas mengingat di Kawasan Saribu Rumah Gadang cuacanya sangat panas pada siang harinya.



Gambar III.27 Warna Ikon *Sign system*

Sumber : Dokumen Pribadi (2017)



Gambar III.28 Penempatan Warna Pada *Sign system*

Sumber : Dokumen Pribadi (2017)

III.4 Perancangan Logo Kawasan Saribu Rumah Gadang



Gambar III.29 Logo Kawasan Saribu Rumah Gadang

Sumber : Dokumen Pribadi (2017)

Perancangan logo dibuat untuk diaplikasikan ke berbagai media. Dimana filosofi dari logo ini yaitu *logotype* menggunakan *font* Camille karena *font* ini memiliki bentuk yang sesuai dengan ciri khas objek wisata Kawasan Saribu Rumah Gadang. Kemudian spasi yang sangat rapat melambangkan kesan padat yang mana Rumah Gadang di Kawasan Saribu Rumah Gadang sangat rapat. *Outline* hitam untuk melambangkan persatuan yaitu masyarakat perkampungan sangat menjunjung

tinggi kata mufakat. Kemudian logogram berbentuk atap *bagonjong* dengan warna khas Minangkabau yaitu hitam, merah dan kuning. Yang mana warna hitam melambangkan *tahan tapo* (tahan terpaan) serta mempunyai akal dan budi, kuning melambangkan keagungan, punya undang-undang dan hukum, dan kemudian warna merah melambangkan keberanian, punya *raso jo pareso*. Menurut Novrisal dalam situs ukm.itb (2016) *raso jo pareso* memiliki arti "rasa takut kepada Allah, rasa malu dan sopan terhadap sesama manusia, segan menyegani, tenggang rasa dan saling menghargai diantara sesama anggota masyarakat".