BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1 Khalayak Sasaran

McQuail dan Windahl (1993) mengungkapkan bahwa "Khalayak sasaran adalah sejumlah besar orang yang pengetahuan, sikap dan perilakunya akan diubah". Dapat diambil kesimpulan dari pendapat ahli tersebut bahwa, khalayak sasaran adalah sekumpulan orang yang akan diubah perilakunya dengan tujuan agar suatu target media dapat dengan mudah dipahami dan tersampaikan. Agar bisa menentukan khalayak sasaran dengan baik, maka strategi perancangan ini ditunjukan kepada khalayak sasaran primer dan khalayak sasaran sekunder, yang dikelompokan kedalam empat jenis segmentasi pasar yang diantaranya yaitu demografis, geografis, psikografis, dan *consumer insight*.

III.1.1 Demografis

Segmentasi demografis merupakan pengelompokan berdasarkan usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, agama dan masih banyak lagi yang menyangkut kependudukan. Segmentasi ini diperlukan untuk menilai potensi pasar dalam lingkungan geografis yang ingin dicapai, secara demografis untuk khalayak sasaran dalam perancangan ini ditunjukan kepada khalayak sasaran primer dan sekunder yang diantaranya sebagai berikut:

- Usia Primer : 20-40 tahun

  Menurut Dariyo (2003) menjelaskan bahwa "Secara umum, umur 20 sampai 40 tahun termasuk dalam golongan dewasa awal, yang berarti peran dan tanggung jawab semakin bertambah besar". Dari data lapangan yang diperoleh, wisatawan yang banyak mengunjungi Telaga Remis adalah wisatawan yang berisifat individu maupun yang sudah memiliki keluarga atau kelompok.

- Usia Sekunder : 12-18 tahun

  Menurut Desmita (2008: h.195) menjelaskan bahwa "Umur 12 sampai 18 tahun termasuk dalam golongan remaja awal, yang berarti perubahan pada masa remaja awal ini sudah mampu memikirkan semua kemungkinan

secara sistematik untuk memecahkan dan menyelesaikan masalah-masalahnya".

- Jenis Kelamin : Laki-Laki dan Perempuan

  Jenis kelamin laki-laki dan perempuan ini dipilih, karena para wisatawan yang mengunjungi Telaga Remis ini bersifat umum yang berarti siapa saja dapat mengunjungi Telaga Remis.
- Pekerjaan : Mahasiswa, Pegawai, Wiraswasta
- Status Ekonomi : Semua kalangan
- Pendidikan : SD, SMP, SMA, Perguruan Tinggi

  Berdasarkan hasil data yang diperoleh dari lapangan, diharapakan para wisatawan yang berkunjung ke Kawasan Telaga Remis dapat mengetahui sistem tanda apa saja yang terdapat di tempat wisata.

III.1.2 Geografis

Dalam perancangan ini diperlukan lokasi untuk khalayak sasaran. Menurut Morissan (2010: h.65) mengungkapkan bahwa "Segmentasi ini membagi-bagi khalayak audiensi berdasarkan jangkauan geografis pasar yang dibagi-bagi ke dalam beberapa unit geografis yang mencakup suatu wilayah Negara, provinsi, kabupaten, kota hingga ke lingkungan perumahan". Segmentasi lokasi khalayak sasaran untuk perancangan ini yaitu wisatawan yang berada di sekitar Telaga Remis, sasaran dalam perancangan ini juga bisa untuk wisatawan dari luar yang baru pertama kali mengunjungi objek wisata kawasan Telaga Remis.

III.1.3 Psikografis

Menurut pandangan M. Suyanto (2004: h.4) mengungkapkan "Segmentasi psikografis adalah mengelompokkan pasar dalam variable gaya hidup, nilai dan kepribadian". Dan dalam pandangan Dariyo (2003) menjelaskan bahwa "Secara umum, umur 20 sampai 40 tahun termasuk dalam golongan dewasa awal, yang berarti peran dan tanggung jawab semakin bertambah besar dimana individu tidak lagi harus bergantung secara sosiologis, ekonomis, maupun psikologis pada orangtuannya".

Sedangkan menurut pandangan Desmita (2008: h.195) mengungkapkan bahwa "Umur 12 sampai 18 tahun termasuk dalam golongan remaja awal yang berarti perubahan pada masa remaja awal ini sudah mampu memikirkan semua kemungkinan secara sistematik untuk memecahkan dan menyelesaikan masalah-masalahnya". Jadi target audiens primer dari segi psikografis hanya ditunjukan bagi dewasa awal yang dapat mengartikan suatu tanda berdasarkan bentuk dan tulisannya, sedangkan target audiens sekunder ditunjukan bagi remaja awal, yang lebih terfokuskan di bagian bentuk gambar suatu tanda *sign system* yang di terapkan dalam perancangan.

III.1.4 *Consumer Insight*

Consumer insight merupakan proses mencari tahu lebih mendalam tentang kebutuhan antara Telaga Remis dengan para wisatawan yang ingin berkunjung, melalui *consumer insight* ini akan menghasilkan bentuk interkasi yang baik dalam hal pemasaran dan pelayanan yang disediakan oleh pihak Telaga Remis. Tujuan dari *consumer insight* di Telaga Remis ini untuk memahami pola pikir dari para wisatawan, karena setiap wisatawan memiliki pola pikir berbeda-beda yang disebabkan oleh perbedaan mengenai sudut pandang yang dijadikan alasannya. Maka *consumer insight* di Telaga Remis ini adalah untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan dari para wisatawan untuk mendapatkan kemudahan mengenai informasi apa saja yang terdapat di Kawasan wisata Telaga Remis.

III.2 Strategi Perancangan

Merujuk pada pandangan Ladjamudin (2005: h.39) "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 proses yang dilakukan untuk menentukan strategi atau arahan dengan tujuan agar mencapai keunggulan dalam bersaing untuk membuat sistem baru yang lebih baik dari sebelumnya.

Tahap awal yang dilakukan yaitu dengan melakukan observasi lapangan kemudian mengumpulkan informasi data tentang kawasan wisata Telaga Remis melalui wawancara dengan pihak-pihak yang bersangkutan dengan tempat wisata, kemudian setelah mendapatkan inti dari permasalahan yang telah dijelaskan di bab sebelumnya, maka ditetapkanlah sebuah solusi yang bisa menjawab permasalahan tersebut yaitu dengan merancang *sign system* untuk memudahkan para wisatawan yang berada di Telaga Remis agar dapat dengan mudah mengetahui letak dan lokasi wahana terutama bagi para wisatawan yang baru pertama kali mengunjungi kawasan wisata Telaga Remis. Karena di dalam *sign system* tersebut terdapat berbagai informasi mengenai fasilitas apa saja yang terdapat di Telaga Remis. Informasi tersebut sudah meliputi tanda pengenal, tanda petunjuk arah, tanda peringatan, tanda larangan, serta anjuran.

III.2.1 Tujuan Komunikasi

Menurut Danesi (2011: h.314) tujuan komunikasi adalah "Menggambarkan sesuatu dengan satu cara yang spesifik untuk menciptakan satu pesan dengan sentuhan secara visual". Selain memberikan informasi juga diharapakan dapat mengajak para wisatawan untuk mengetahui dan memahami pesan yang disampaikan melalui media *sign system* ini.

III.2.2 Pendekatan Komunikasi

Strategi pendekatan dalam perancangan *sign system* ini harus sesuai dengan kebutuhan para wisatawan, sehingga pesan yang akan disampaikan melalui media *sign system* ini dapat tersampaikan dengan baik, maka pendekatan yang akan digunakan dalam penyampaian informasi ini terbagi menjadi dua, yaitu:

a) Pendekatan Visual

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

- Menggunakan ikon dari ilustrasi atau bentuk yang disederhanakan sesuai dengan objek yang berada di Telaga Remis.

- Mengingat suasana di lingkungan Telaga Remis yang cukup tenang, maka digunakan warna-warna yang alami atau natural dengan intensitas kecerahan yang nyaman agar mudah dilihat oleh para wisatawan.
- Menggunakan huruf yang memiliki tingkat keterbacaan yang jelas sebagai pendukung *sign system*.

b) Pendekatan Verbal

Pendekatan verbal dilakukan secara komunikatif dengan menggunakan Bahasa Indonesia, agar informasi yang disampaikan dapat diterima dan dimengerti dengan mudah oleh para wisatawan di kawasan wisata Telaga Remis, dikarenakan para wisatawan yang datang tidak hanya dari dalam daerah saja melainkan dari luar daerah juga, maka disisipkan Bahasa universal yaitu Bahasa Inggris dengan maksud dapat menarik para wisatawan asing.

III.2.3 *Mandatory*

Mandatory adalah pihak yang bertanggung jawab terkait pelaksanaan pembuatan media informasi. Dimana perancangan ini bisa dilakukan tidak lepas dari bantuan pihak PDAU (Perusahaan Daerah Aneka Usaha) yang lebih terfokus pada strategi bisnis dan kepariwisataan, sementara Dinas Pariwisata dan budaya lebih terfokus terhadap penyediaan infrastruktur fasilitas yang berada di Kawasan Telaga Remis.



Gambar III.1 Logo PDAU Kuningan Jawa Barat

Sumber: http://www.radarcirebon.com/wp-content/uploads/2014/05/PDAU.png

(Diakses Pada 19/10/2017)

III.2.4 Materi Pesan

Materi pesan dari perancangan media informasi ini adalah agar informasi yang diberikan dapat diterima dengan baik oleh para wisatawan yang datang, serta

dapat dengan mudah untuk mengetahui fasilitas-fasilitas dan aturan apa saja yang terdapat di tempat wisata Telaga Remis yang diantaranya memuat tanda-tanda seperti Informasi, Direksi, dan Regulasi.

Tabel III.1 Fasilitas dan Aturan

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

INFORMASI	DIREKSI	Regulasi Himbauan	Regulasi Larangan
1. Mushola 2. Warung Makan 3. Penginapan 4. Ruang Rapat 5. Area Kemping 6. Area Bermain Anak 7. Area Panahan 8. Gazebo 9. Pos Jaga 10. Tempat Tiket 11. Area Parkir 12. Toilet 13. Pemandiam Telaga Nilem 14. Area Perahu Air	1. Area Panahan 2. Gazebo 3. Area Kemping 4. Mushola 5. Pos Jaga 6. Area Bermain Anak 7. Warung Makan 8. Tempat Tiket 9. Ruang Rapat 10. Penginapan 11. Area Parkir 12. Pemandiam Telaga Nilem 13. Area Perahu Air 14. Toilet	1. Jagalah Hutan Untuk Masa Depan 2. Hati - Hati Jalan Licin Ketika Hujan 3. Jagalah Kebersihan Lingkungan 4. Hati Hati Jatuh Ke Dalam Telaga 5. Awasi Anak Anda Saat Bermain	1. Dilarang Membuang Sampah Ke Telaga 2. Dilarang Berenang Di Telaga Remis 3. Dilarang mencoret - coret Fasilitas Umum

III.2.5 Gaya Bahasa

Dalam perancangan ini gaya bahasa yang digunakan adalah gaya bahasa denotasi, makna denotasi ini artinya adalah makna yang sebenaranya. Karena dalam penyampaian informasi ini harus menggunakan makna yang sebenarnya serta jelas penyampaiannya agar para wisatawan bisa dengan mudah mendapatkan dan memahami informasi yang diberikan ketika berada di tempat wisata dan menikmati berbagai fasilitas yang terdapat di dalam kawasan wisata Telaga Remis.

III.2.6 Strategi Kreatif

Strategi kreatif yang digunakan dalam perancangan ini adalah dengan media informasi dalam bentuk *sign system* yang di dalamnya terdapat berbagai macam informasi mengenai lokasi, sistem petunjuk arah mengenai fasilitas, larangan atau himbauan, serta anjuran yang terdapat di kawasan wisata Telaga Remis. Agar perancangan media informasi ini dapat terlaksana dengan baik, maka strategi kreatif perancangan *sign system* ini disesuaikan dengan ciri khas yang dimiliki oleh tempat wisata Telaga Remis yaitu dengan mengambil unsur visual kerang

remis itu sendiri, sebagai bentuk dasar dari *sign* yang mana kerang remis ini merupakan symbol sejarah terbentuknya dari Telaga Remis tersebut, dengan menggunakan unsur visual kerang remis ini diharapkan konsep yang dibuat dapat sesuai dengan ciri khas yang dimiliki oleh Telaga Remis.

III.2.7 Strategi Media

Jika dilihat dari berbagai segi permasalahan yang ada pada saat ini, maka perlu adanya media yang dapat memberikan informasi terkait yang berhubungan dengan informasi apa saja yang terdapat di kawasan wisata Telaga Remis. Menurut Cangara (2009: h.119) "Media merupakan alat atau saran yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Ada beberapa pakar psikologi memandang bahwa dalam komunikasi antar manusia, maka media yang paling dominasi dalam berkomunikasi adalah pancaindera manusia seperti mata dan telinga. Pesan-pesan yang diterima oleh pancaindera selanjutnya diproses oleh pikiran manusia untuk mengontrol dan menentukan sikapnya terhadap sesuatu, sebelum dinyatakan dalam tindakan".

Jadi strategi media yang akan digunakan dalam perancangan ini yaitu dengan media primer dan media sekunder, dimana media primer yang dibuat yaitu *sign system* yang mana dari *sign system* tersebut terdapat informasi mengenai tanda pengenal suatu tempat, petunjuk arah, himbauan serta larangan. Kemudian media sekunder yang dibuat yaitu *infotainment map* yang mana fungsi dari *infotainment map* yaitu memberikan kemudahan kepada para wisatawan untuk mengetahui lokasi ditempat wisata karena di dalamnya terdapat informasi mengenai tata letak fasilitas dan objek apa saja yang terdapat di kawasan wisata Telaga Remis.

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 dan dapat terlihat dengan jelas, kemudian *infotainment map* akan ditelakkan pada titik tertentu di kawasan wisata Telaga Remis. Dan ada beberapa media yang akan dibagikan pada lokasi dan waktu diantaranya yaitu sebagai berikut:

Tabel III.2 Tabel Lokasi Distribusi

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

No	Media	Tempat	Distribusi	Alasan
1.	T-Shirt	Tempat Souvenir	Diperjual belikan untuk wisatawan di tempat wisata Telaga Remis	Sebagai cinderamata
2.	Totebag	Tempat Souvenir	Diperjual belikan untuk wisatawan di tempat wisata Telaga Remis	Sebagai cinderamata
3.	Pin	Tempat Souvenir	Diperjual belikan untuk wisatawan di tempat wisata Telaga Remis	Sebagai cinderamata
4.	Topi	Tempat Souvenir	Diperjual belikan untuk wisatawan di tempat wisata Telaga Remis	Sebagai cinderamata dan atribut karyawan
5.	Gantungan Kunci	Tempat Souvenir	Diperjual belikan untuk wisatawan pada saat memasuki pintu masuk Telaga Remis	Sebagai cinderamata
6.	Mug	Tempat Souvenir	Diperjual belikan untuk wisatawan di tempat wisata Telaga Remis	Sebagai cinderamata
7.	Botol Minuman	Tempat Souvenir	Diperjual belikan untuk wisatawan yang ingin berjalan santai di area sekitar Telaga Remis	Sebagai cinderamata
8.	Sticker	Pintu Gerbang	Diberikan secara gratis kepada wisatawan pada saat membeli tiket di pintu masuk Telaga Remis	Sebagai cinderamata sudah mengunjungi Telaga Remis
9.	Magnet Kulkas	Tempat Souvenir	Diperjual belikan untuk wisatawan di tempat wisata Telaga Remis	Sebagai cinderamata sudah mengunjungi Telaga Remis

Tabel III.3 Tabel Waktu Distribusi

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

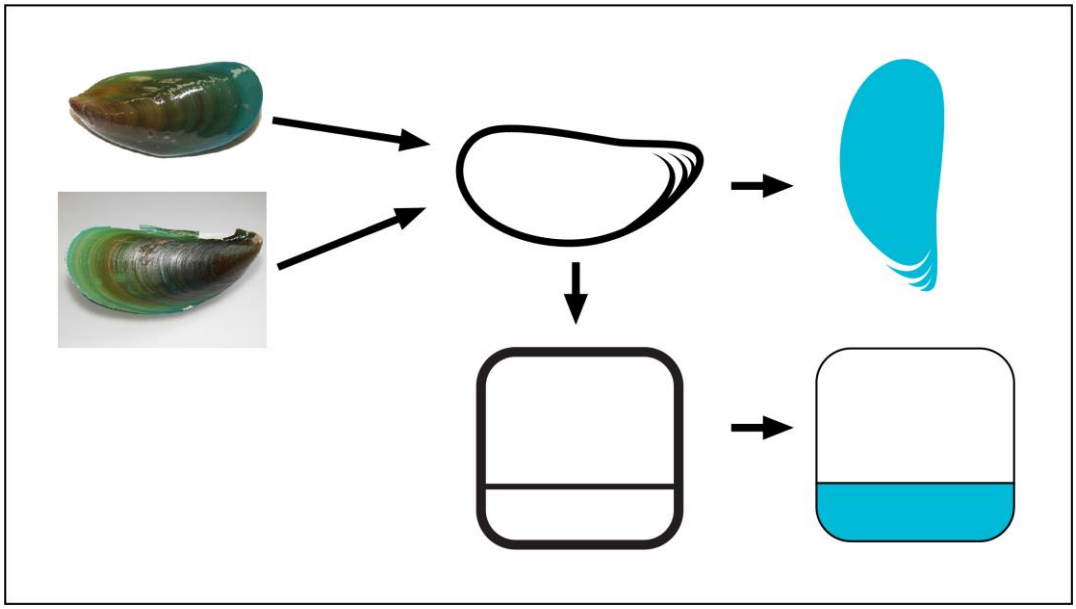
No	Media	Bulan										
		1	2	3	4	6	7	8	9	10	11	12
1.	Kaos	■			■	■	■	■		■	■	■
2.	Totebag	■	■	■				■	■			■
3.	Pin				■	■	■	■	■	■		
4.	Topi	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
5.	Gantungan Kunci		■	■	■	■	■	■				
6.	Mug					■	■	■	■	■	■	■
7.	Botol Minuman	■		■	■	■	■				■	■
8.	Sticker	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
9.	Magnet Kulkas	■	■				■	■	■	■		■

III.3 Konsep Visual

Konsep visual yang digunakan dalam perancangan *sign system* kawasan wisata Telaga Remis ini yaitu dengan menggunakan penyederhanaan visual bentuk dari ilustrasi atau objek yang terdapat di kawasan wisata Telaga Remis. 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 Telaga Remis.

III.3.1 Format Desain

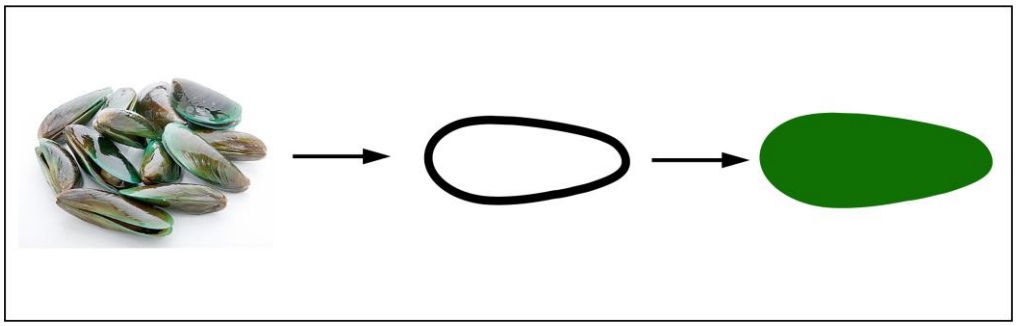
Format Desain yang digunakan dalam perancangan *sign system* yaitu dengan menggunakan posisi *portrait* untuk *sign system identification dan regulation.* Kemudian posisi *landscape* digunakan untuk *sign system direction* dan *infotainment map*. Dalam pembuatan bentuk dasar *sign system*, yaitu dengan mengambil unsur visual dari cangkang remis (kerang) yang mana disesuaikan dengan ciri khas yang dimiliki oleh tempat wisata Telaga Remis ini sendiri. Karena kerang remis ini memiliki nilai sejarah yang berkaitan erat dengan terbentuknya tempat wisata Telaga Remis di Kuningan Jawa Barat.



Gambar III.2 Format Desain *Sign System Identification dan Regulation*

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

Dalam pembuatan bentuk dasar *sign system direction* tetap mengambil unsur dari cangkang remis, akan tetapi perbedaan bentuk cangkang kerang dibuat lebih lonjong dan tumpul di bagian depan guna memberikan kesan petunjuk arah.

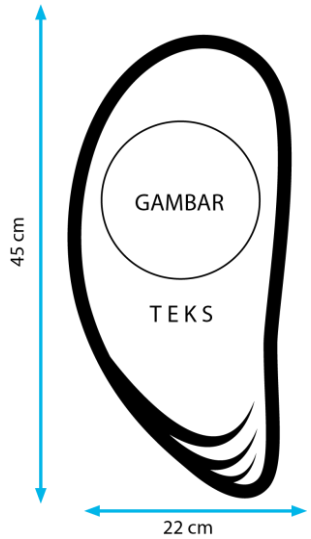


Gambar III.3 Format Desain *Sign System Direction*

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

III.3.2 Tata Letak (*Layout*)

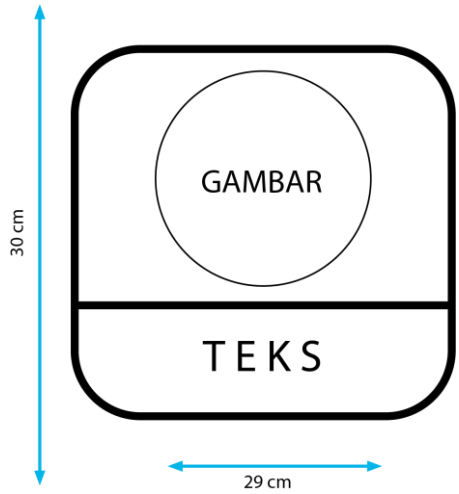
Dalam pembuatan media utama ini yaitu *sign system* dibuat sesuai konsep awal yaitu dengan menampilkan visual yang dibuat agar menarik dan informatif. Kemudian tujuan dari tata letak *layout* ini yaitu menampilkan penempatan elemen visual berupa gambar dan tulisan yang berisi tentang informasi sehingga membuat para wisatawan dengan mudah menerima pesan dan infomasi yang disampaikan dengan baik. Menurut Rustan (2008) "Pada dasarnya tata letak ataupun *layout* dapat dijabarkan sebagai elemen-elemen desain terhadap suatu bidang dalam media tertentu terutama untuk mendukung konsep atau pesan yang dibawanya". Bentuk *sign portrait* dibuat menjadi dua bentuk yaitu berbentuk kerang dan berbentuk kotak, *sign* dengan bentuk kerang menggunakan garis putih sebagai elemen visualnya dan penempatan *sign* ini tepat dibawah *sign* yang berbentuk *landscape*.



Gambar III.4 Layout dan Ukuran *Sign System* Utama

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

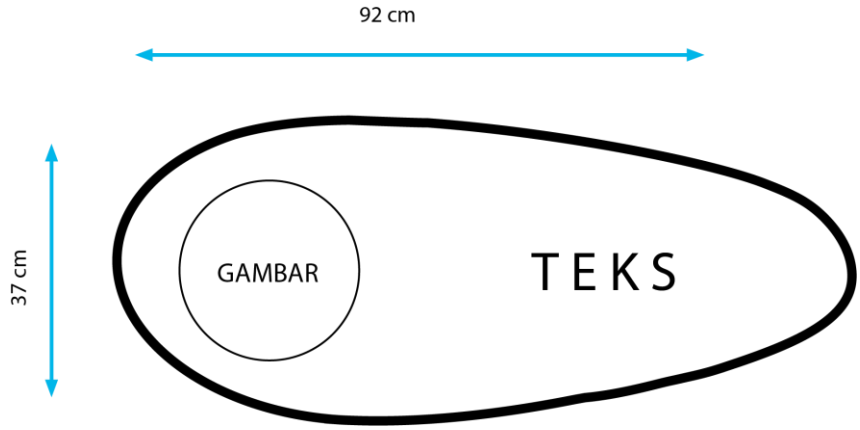
Sedangkan *sign* yang berbentuk kotak tidak memiliki elemen visual dan penempatan *sign* ini berdiri sendiri dengan tujuan untuk membedakan antara *sign system* utama dengan *sign system* pendukung regulasi.



Gambar III.5 Layout dan Ukuran *Sign System* Pendukung

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

Dalam pembuatan bentuk dasar *sign system direction* tetap mengambil unsur dari cangkang remis, akan tetapi perbedaan bentuk cangkang kerang dibuat lebih lonjong dan tumpul di bagian depan guna memberikan kesan petunjuk arah, serta tidak memiliki elemen visual yang berbentuk garis putih.



Gambar III.6 Layout dan Ukuran *Sign System Direction*
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

III.3.3 Tipografi

Penggunaan huruf yang tepat sangat mempengaruhi sekali efektifitas dalam penyampaian pesan yang ingin disampaikan. Menurut pendapat yang di utarakan oleh Sihombing (2001: h.58) bahwa "representasi visual dari bentuk komunikasi adalah sifat verbal dan properti visual dan efektif". Dalam perancangan *sign system* tempat wisata Telaga Remis jenis huruf yang digunakan yaitu:

- *Font Insaniburger Reguler* adalah *font* yang tidak memiliki lisensi yang dibuat oleh Adam Nerland pada tahun 2001, *font* ini 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. *Font Insaniburger Reguler* ini memiliki bentuk yang setiap ujungnya berbentuk bulat, selain itu jenis huruf *Sans Serif* juga memberikan kesan sederhana dan mudah terbaca sehingga informasi yang disampaikan dapat tersampaikan dengan baik dan tepat kepada para pengunjung tempat wisata Telaga Remis serta memberikan kenyamanan dalam membaca.



Gambar III.7 Tampilan *Font Insaniburger Reguler*
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

III.3.4 Ilustrasi

Menurut pendapat Supriyono (2010: h.51) bahwa "Ilustrasi adalah gambar atau foto yang bertujuan menjelaskan *teks* sekaligus menciptakan daya tarik, apapun bentuknya akan membuat potensi besar untuk merebut perhatian pembaca, memperjelas isi yang terkandung dalam *teks*, meyakinkan pembaca terhadap informasi yang disampaikan melalui *teks*, menonjolkan keunikan dan menciptakan kesan terhadap gambar yang dibuat".

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 kawasan wisata Telaga Remis. Kemudian disederhanakan menjadi sebuah ikon yang akan digunakan sebagai ikon pada *sign system*.

a. Proses Sketsa



Gambar III.8 Proses Sketsa

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

b. Referensi Gaya Visual

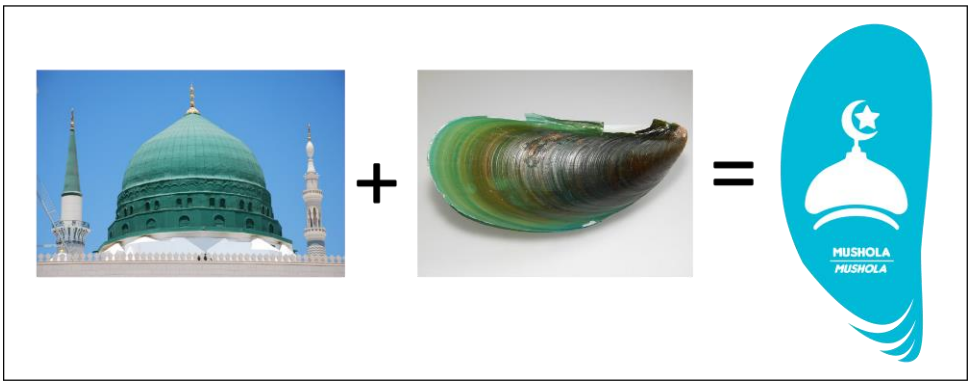


Gambar III.9 Refernsi Visual

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

c. Proses Pembuatan Ikon

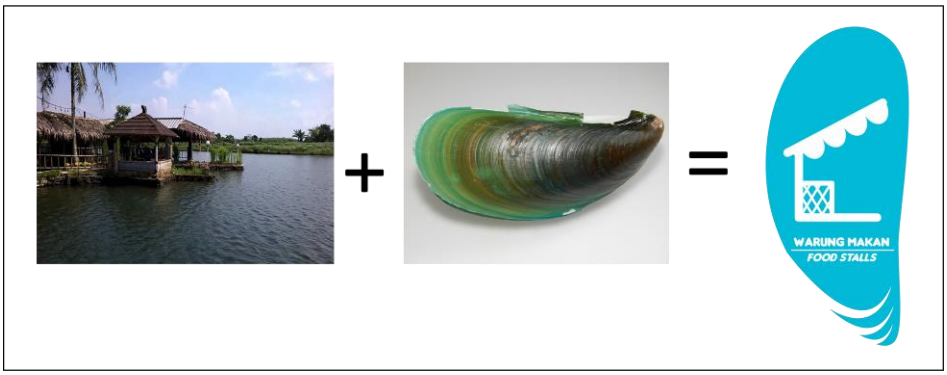
Mushola di kawasan wisata Telaga Remis



Gambar III.10 Mushola Telaga Remis

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

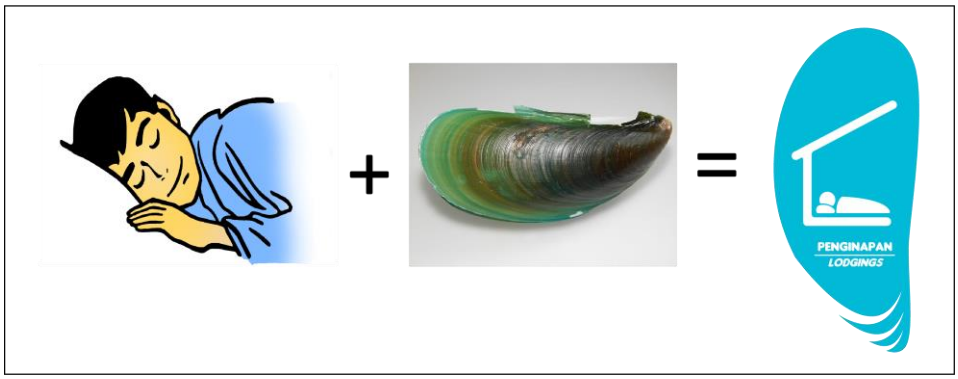
Warung Makan di kawasan wisata Telaga Remis



Gambar III.11 Warung Makan Telaga Remis

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

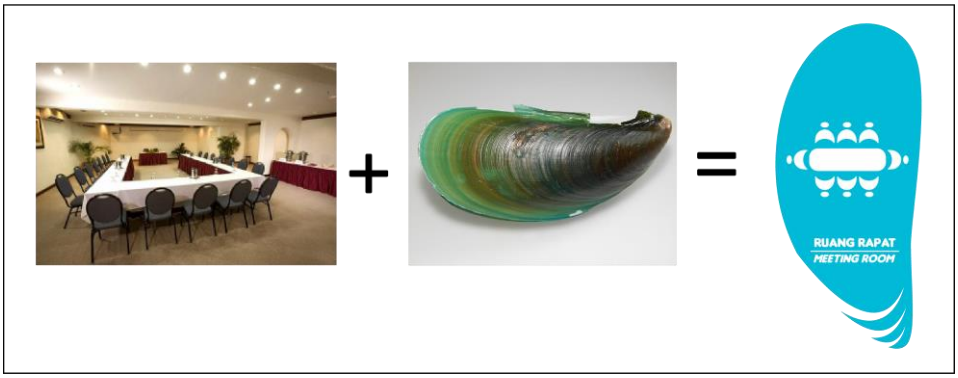
Penginapan di kawasan wisata Telaga Remis



Gambar III.12 Penginapan Telaga Remis

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

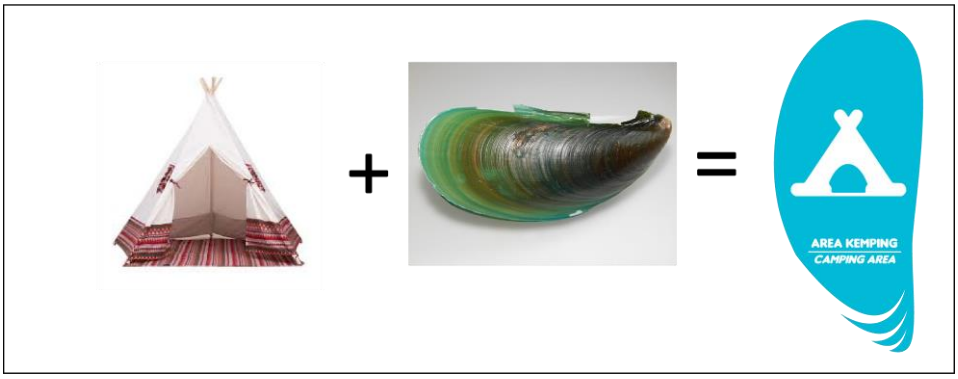
Ruang Rapat di kawasan wisata Telaga Remis



Gambar III.13 Ruang Rapat Telaga Remis

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

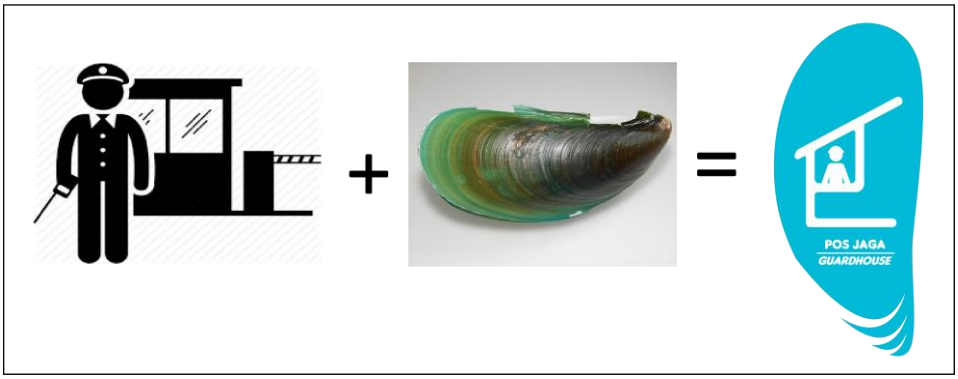
Area Kemping di kawasan wisata Telaga Remis



Gambar III.14 Area Kemping Telaga Remis

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

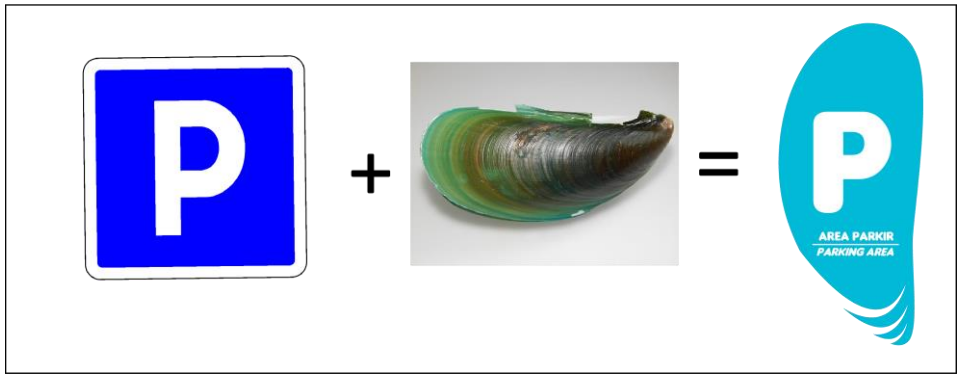
Pos Jaga di kawasan wisata Telaga Remis



Gambar III.15 Pos Jaga Telaga Remis

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

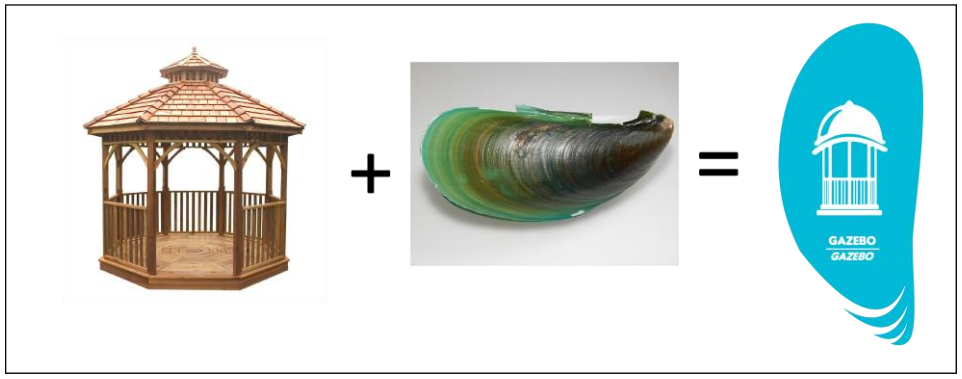
Area Parkir di kawasan wisata Telaga Remis



Gambar III.16 Area Parkir Telaga Remis

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

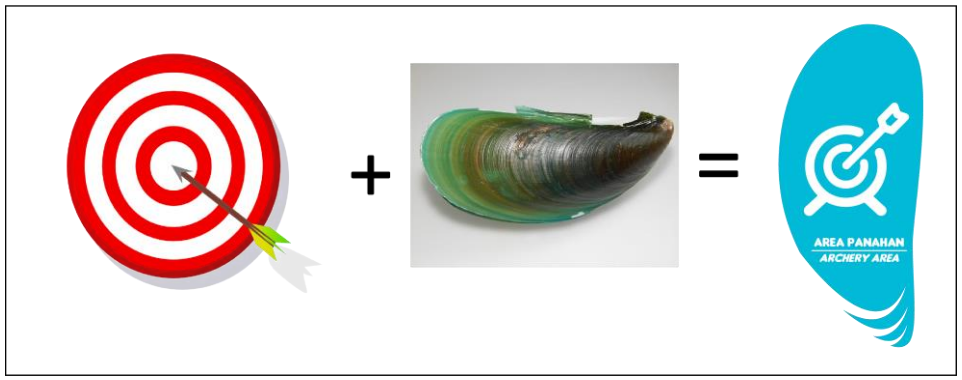
Gazebo di kawasan wisata Telaga Remis



Gambar III.17 Gazebo Telaga Remis

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

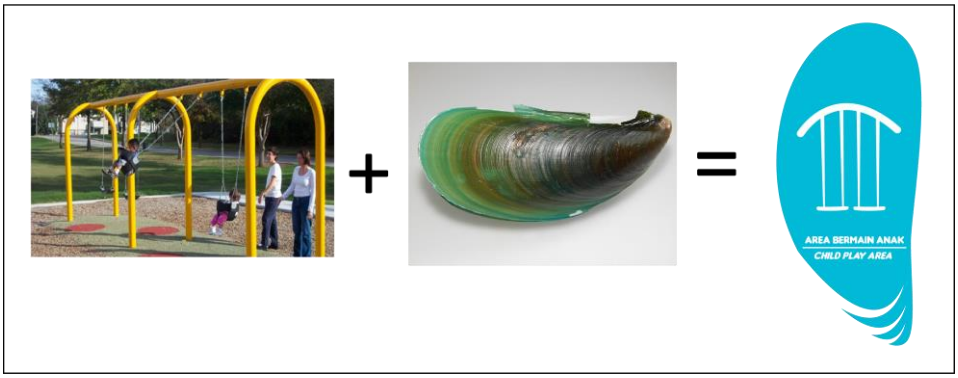
Area Panahan di kawasan wisata Telaga Remis



Gambar III.18 Area Panahan Telaga Remis

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

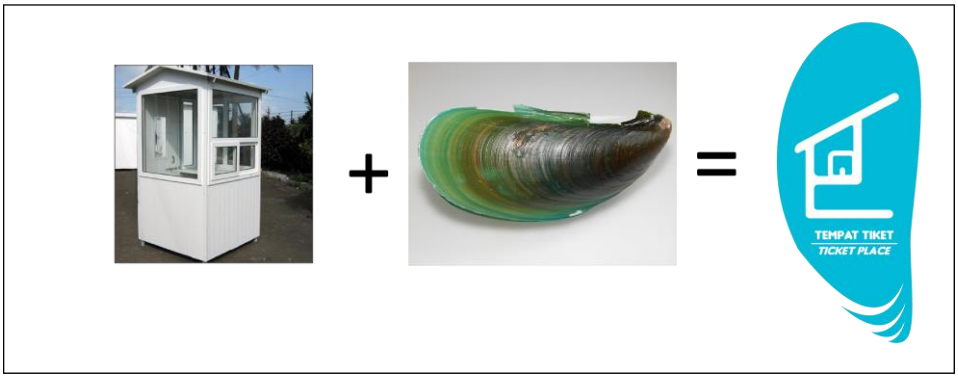
Area Bermain Untuk Anak di kawasan wisata Telaga Remis



Gambar III.19 Area Bermain Anak Telaga Remis

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

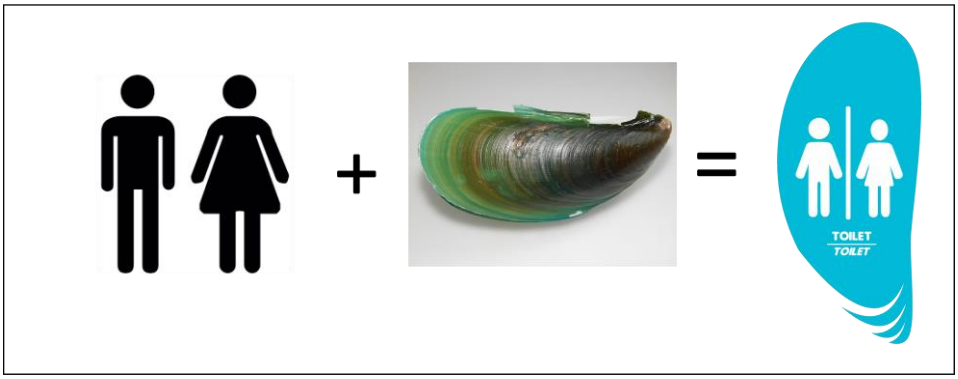
Tempat Pembelian Tiket di kawasan wisata Telaga Remis



Gambar III.20 Tempat Tiket Telaga Remis

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

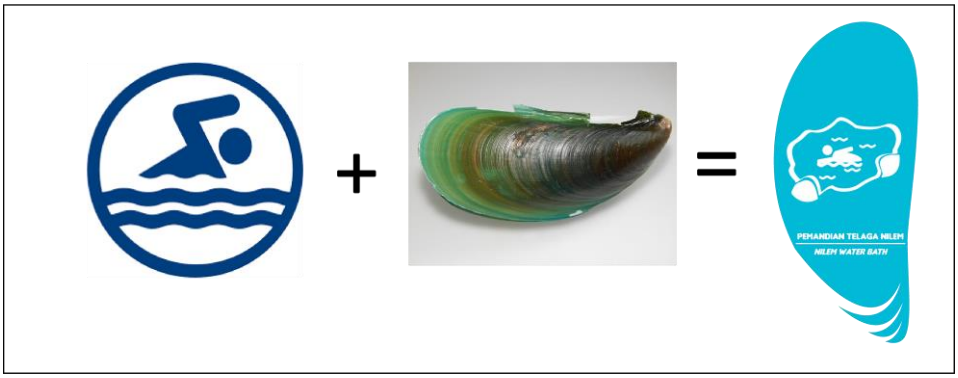
Toilet Umum di kawasan wisata Telaga Remis



Gambar III.21 Toilet Telaga Remis

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

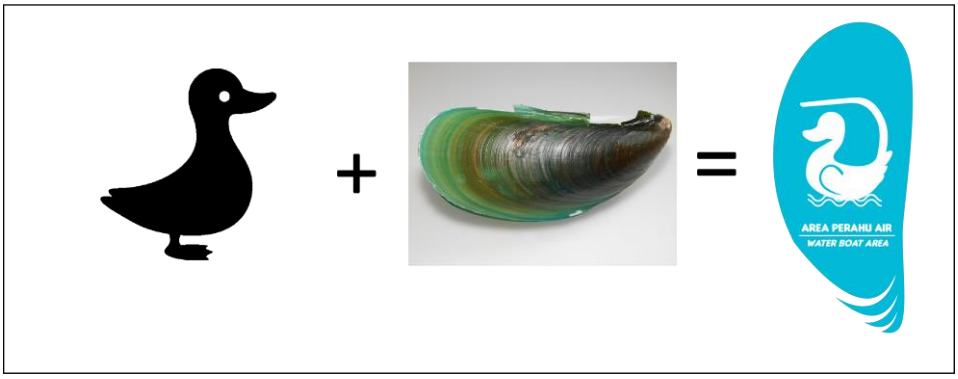
Pemandian Telaga Nilem di kawasan wisata Telaga Remis



Gambar III.22 Pemandian Telaga Nilem Telaga Remis

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

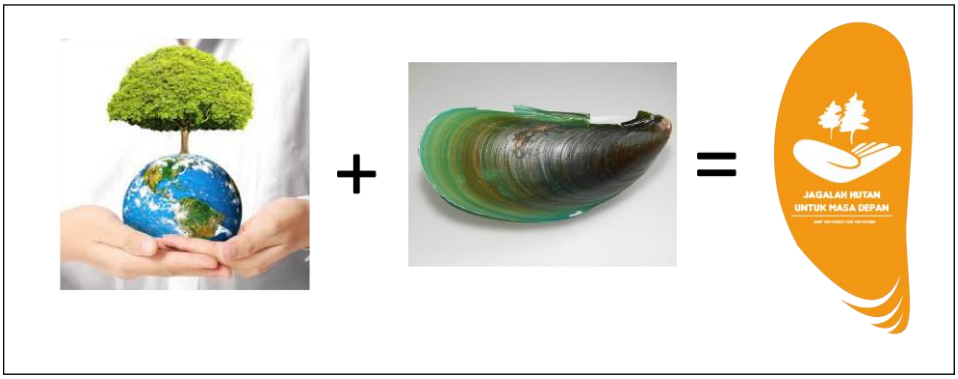
Area Perahu Air di kawasan wisata Telaga Remis



Gambar III.23 Area Perahu Air Telaga Remis

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

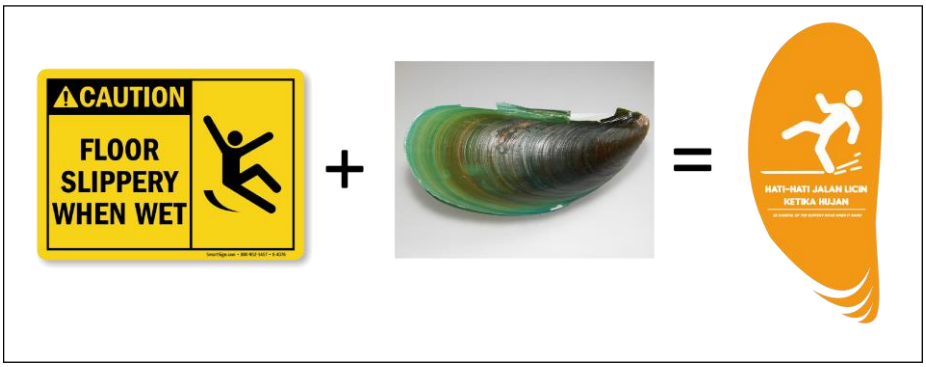
Himbauan Jagalah Hutan Untuk Masa Depan di kawasan wisata Telaga Remis



Gambar III.24 Himbauan Jagalah Hutan

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

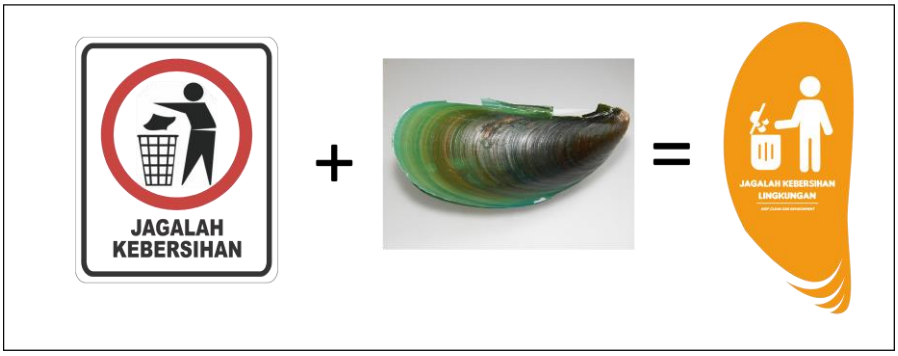
Himbauan Hati-Hati Jalan Licin Ketika Hujan di kawasan wisata Telaga Remis



Gambar III.25 Himbauan Hati-Hati Jalan Licin

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

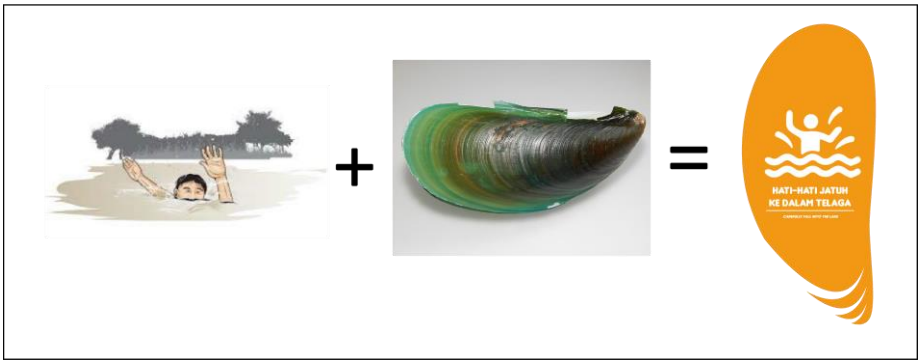
Himbauan Jagalah Kebersihan Lingkungan di kawasan wisata Telaga Remis



Gambar III.26 Himbauan Jagalah Kebersihan

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

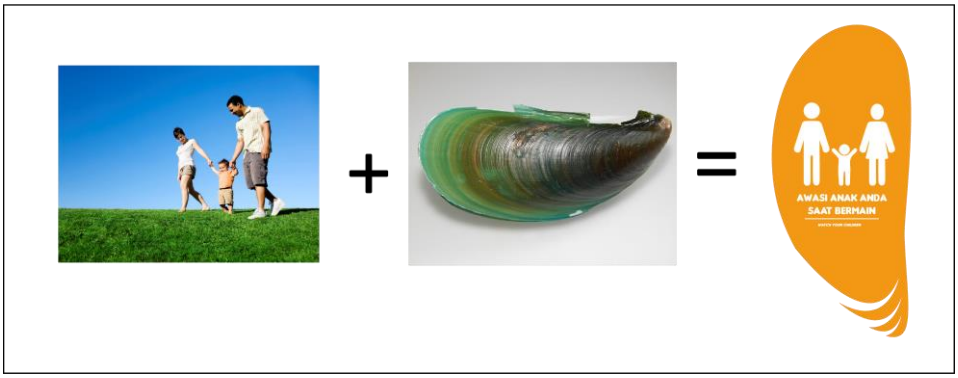
Himbauan Hati-Hati Jatuh Kedalam Telaga di kawasan wisata Telaga Remis



Gambar III.27 Himbauan Hati-Hati Jatuh Ke Telaga

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

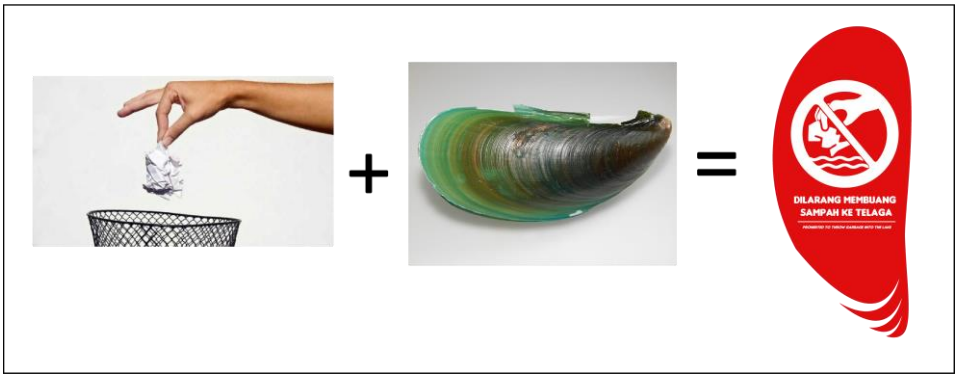
Himbauan Awasi Anak Anda Saat Bermain di kawasan wisata Telaga Remis



Gambar III.28 Himbauan Awasi Anak Anda Saat Bermain

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

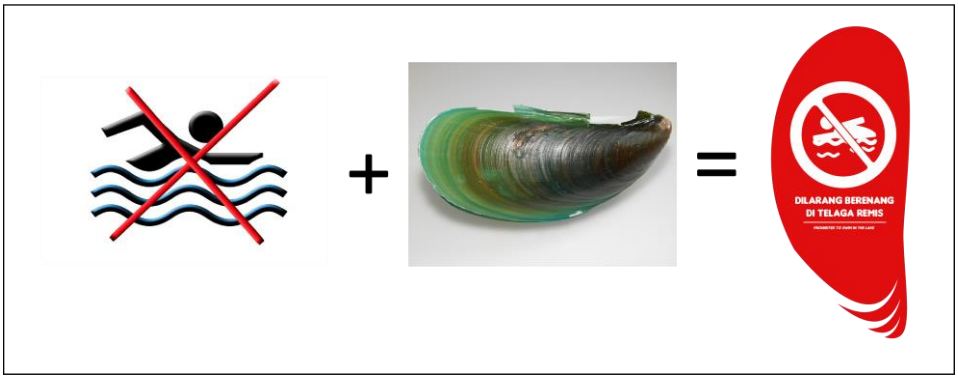
Larangan Dilarang Membuang Sampah Ke Telaga



Gambar III.29 Larangan Membuang Sampah

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

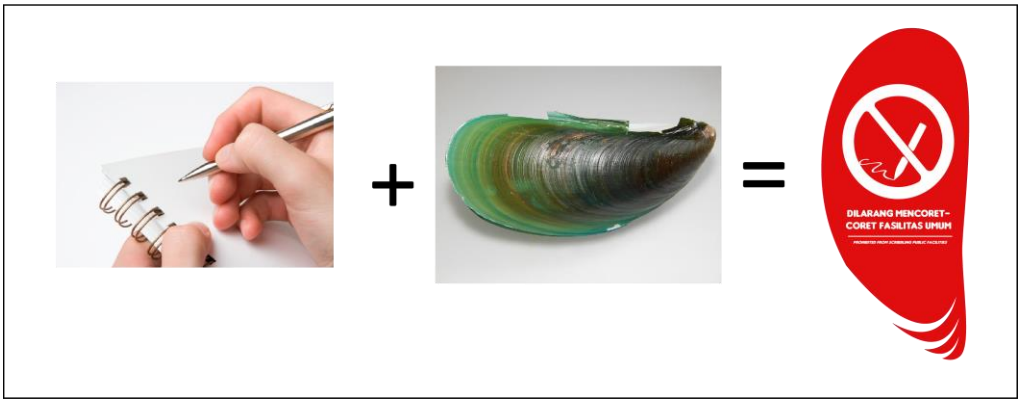
Larangan Dilarang Berenang Di Telaga Remis



Gambar III.30 Larangan Berenang Di Telaga

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

Larangan Dilarang Mencoret-Coret Fasilitas Umum

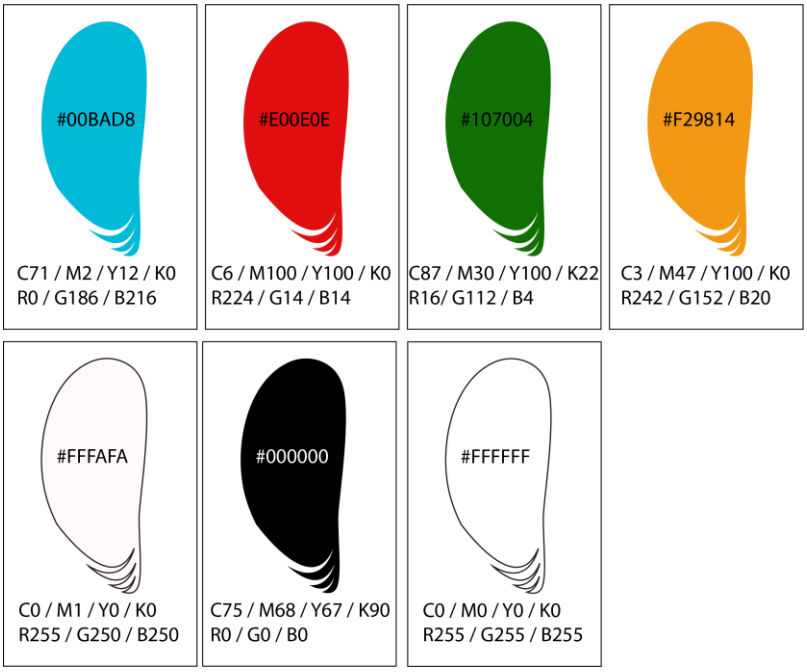


Gambar III.31 Larangan Mencoret Fasilitas Umum

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

III.3.5 Warna

Sanyoto (2010:12) dalam bukunya mengungkapkan 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-warna yang alami, natural, dengan intensitas kecerahan yang nyaman. Rambu yang memiliki arti sebuah petunjuk arah (*direction*) menggunakan warna hijau, rambu yang memiliki arti sebuah larangan (*regulation*) menggunakan warna merah dan kemudian warna rambu himbauan atau anjuran (*regulation*) menggunakan warna orange, sedangkan untuk rambu tanda pengenal lokasi (*identification*) menggunakan warna biru. Pemilihan warna putih pada setiap *teks* dan *icon* dengan maksud, agar sesuai dengan konsep yang dibuat serta memiliki keterbacaan yang jelas. Warna hitam digunakan pada tiang besi agar setiap wisatawan yang melihat *sign system* dapat dengan langsung tertuju pengelihatannya pada warna *sign* yang dibuat. Warna pada setiap background yang di aplikasikan ke dalam material dibuat sedikit gelap agar nilai estetiknya dapat terlihat.



Gambar III.32 Contoh Warna

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)



Gambar III.33 Penempatan Warna Pada *Sign System*

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)