BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

Strategi perancangan ini mengenai kurangnya perhatian pengelola terhadap media informasi *sign system* di pulau Pahawang untuk wisatawan yang datang, dengan kurangnya media informasi ini wisatawan jadi merasa sulit menemukan sarana dan prasarana yang ada di pulau Pahawang. Merancang sebuah media informasi seperti *sign system* dirasa sebagai pemecah salah satu masalah yang ada di pulau Pahawang. Perancangan ini diharapkan membantu wisatawan menemukan fasilitas sarana dan prasarana yang ada di pulau Pahawang, media *sign system* ini terdapat hal-hal yang mengenai petunjuk arah, himbauan dan juga larangan pada objek wisata pulau Pahawang.

III.1 Khalayak sasaran

Khalayak sasaran dapat diartikan sebagai seseorang yang terlibat dalam proses komunikasi antar kelompok atau seseorang yang ada diluar kelompok itu sendiri (Prisgunanto, 2006: h.8). Dengan ini khalayak yang dituju ialah :

III.1.1 Demografis

- Sasaran : Remaja akhir
- Usia : 17 sampai 21 tahun
- Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan
- Pendidikan : Sekolah menengah atas
- Status Ekonomi : Semua kalangan

  Status ekonomi sasaran ini dipilih dari semua kalangan dimana pengunjung yang dapat menikmati objek wisata pulau Pahawang ini dari kalangan apapun dapat menikmatinya dengan melakukan kegiatan *snorkeling*.

Dilihat dari uraian diatas bahwa rata-rata pengunjung di wisata pulau Pahawang termasuk pengunjung dalam kategori remaja akhir yang berstatus sosial kalangan menengah atas dan bawah hal ini dikarenakan tempat wisata pulau Pahawang ini memfasilitasi pengunjung untuk berkegiatan *snorkeling* membuat pengunjung remaja lebih dominan mengunjungi wisata pulau Pahawang.

III.1.2 Psikografis

Berikut ciri-ciri psikografis dari remaja usia 17 – 21 tahun menurut Ali, M & Asrori, M (2004: h.18)

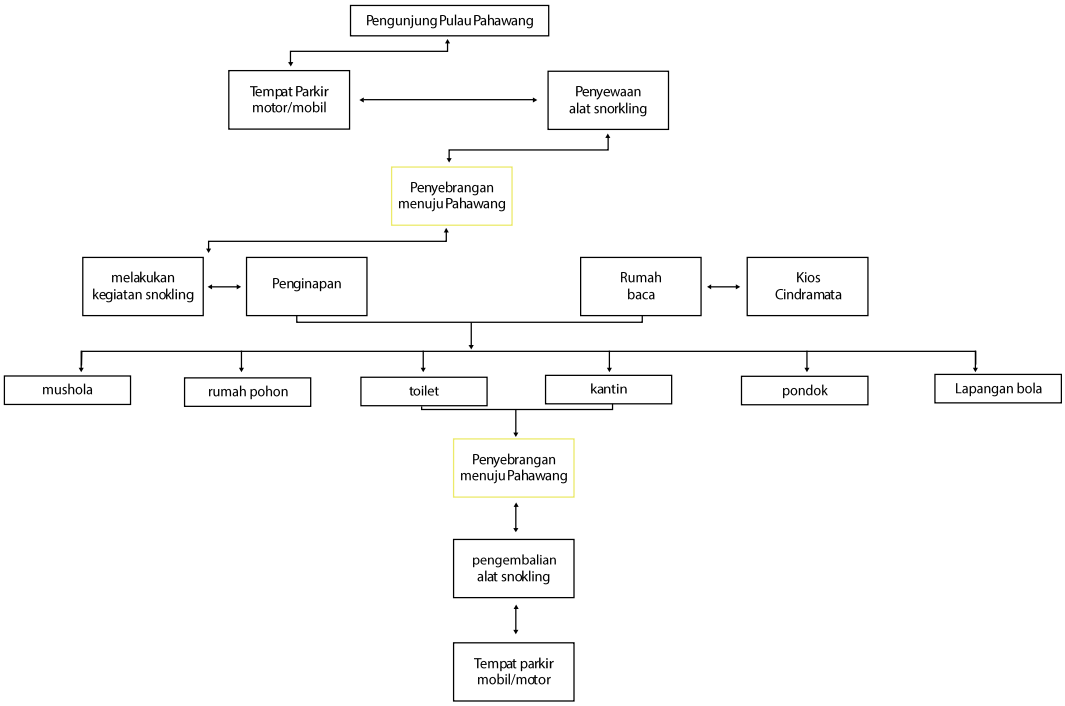
- Remaja umumnya memiliki rasa ingin tahu yang tinggi
- Remaja sering kali ingin mencoba-coba, menghayal dan merasa gelisah
- Remaja mulai berani melakukan pertentangan jika disepelekan atau tidak dianggap

III.1.3 Geografis

Pengunjung yang datang dari Provinsi Lampung maupun luar Provinsi Lampung yang baru pertama kali mengunjungi objek wisata pulau Pahawang.

III.1.4 *Costumer Journey*

Dalam proses komunikasi agar mempermudah penyampain pesan, dalam hal ini dilakukan juga dengan riset *costumer journey* dilihat dari kebiasaan pengunjung saat berada di objek wisata pulau Pahawang. *Costumer journey* dimasukan dalam sebuah tabel yang menggambarkan kegiatan yang biasanya dilakukan oleh pengunjung di pulau Pahawang.



Gambar III.1 *Costumer Journey*
Sumber: Dokumen Pribadi

Kesimpulan dari uraian diatas adalah dari perancangan informasi objek wisata pulau Pahawang bahwa target sasaran berjenis kelamin laki-laki dan perempuan yang berusia 17 sampai 21 tahun yang sedang berkunjung di pulau Pahawang dari domestik maupun mancanegara dengan berkepribadian yang ingin mencari tempat fasilitas sarana dan prasana dengan mudah dan dimengerti.

III.2 Strategi Perancangan

Setelah melakukan penelitian diantaranya observasi, wawancara dan juga penyebaran kuesioner, ada beberapa fakta yang ditemukan yang akan menjadi bahan dalam perancangan. Data yang dikumpulkan dilakukan di kawasan objek wisata pulau Pahawang yang berada di Marga Punduh, Kabupaten Pasawaran, Lampung. Permasalahan yang terjadi di objek wisata pulau Pahawang perlu diselesaikan, hal ini dilihat berdasarkan analisa pada penelitian lapangan dan juga mengamati pengunjung.

Pulau Pahawang memiliki objek wisata yang begitu indah dan juga mempunyai potensi sebagai objek wisata yang unggul di provinsi Lampung, kurangnya sebuah sistem informasi membuat pengunjung merasa sulit menemukan sarana dan prasarana yang ada di pulau Pahawang, dengan itu pulau Pahawang memerlukan media yang mampu memberikan informasi berupa letak, arah dan juga regulasi yang ada di tempat tersebut.

III.2.1 Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi merupakan mengubah persepsi, mengubah prilaku dan menciptakan pemahaman bersama (Nugroho, 2004: h.75). Tujuan komunikasi dalam perancangan sistem informasi adalah membantu wisatawan mencari lokasi – lokasi yang ada di pulau Pahawang, dengan demikian tujuan komunikasi dalam perancangan ini adalah untuk membantu wisatawan dengan mudah menemukan fasilitas sarana dan prasarana yang ada di pulau Pahawang.

III.2.2 Pendekatan Komunikasi

Dalam strategi perancangan ini dilihat dari khalayak sasaran dan permasalahan yang ada, maka menggunakan pendekatan komunikasi berupa pendekatan verbal dan juga pendekatan visual. Pendekatan tersebut dilakukan agar khalayak sasaran dapat menerima pesan yang disampaikan. Berikut dibawah ini penjabaran dari pendekatan verbal dan pendekatan visual pada perancangan ini:

1. Pendekatan Verbal

   Objek wisata pulau Pahawang ini berada di negara Indonesia, pengunjung yang datang pada umumnya adalah masyarakat dengan berkenegaraan Indonesia maka dengan itu pendekatan verbal yang dilakukan menggunakan Bahasa Indonesia.

2. Pendekatan Visual

   Pendekatan visual yang akan digunakan pada perancangan di objek wisata pulau Pahawang menggunakan pendekatan simbolik,

pendekatan simbolik menggunakan bentuk visual dari sebuah kerajinan tangan Lampung yang bernama kain Tapis. Bentuk visual ini menggunakan gaya visual *outline* simbol.

III.2.3 *Mandatory*

Perancangan ini melibatkan Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) Cinta Bahari selaku kelompok pengelola pulau Pahawang dan juga dinas kebudayaan dan pariwisata yang ikut membantu membangun pulau Pahawang.



Gambar III.2 logo dinas pariwisata Pasawaran Lampung
Sumber: http://www.wikiwand.com/ms/Kabupaten_Pesawaran

III.2.4 Materi Pesan

Materi pesan yang disampaikan dalam perancangan sistem informasi di objek pulau Pahawang, memiliki beberapa materi diantaranya yaitu :

- Memberikan informasi berupa arah agar mempermudah pengunjung dalam menemukan sarana dan prasarana yang ada.
- Memberikan informasi peraturan saat berada di pulau Pahawang.
- Memberikan informasi mengenai fasilitas yang ada seperti tempat parkir, penyewaan alat *snorkling*, penyeberangan menuju Pahawang, *toilet*, kantin, mushola, penginapan, rumah pohon, rumah baca, kios cinderamata, lapangan bola, saung dan lain-lain.

III.2.5 Gaya Bahasa

Gaya bahasa merupakan cara penyampaian pesan secara tertulis yang dapat menimbulkan kesan terhadap pembaca, dengan itu gaya bahasa yang digunakan dalam perancangan ini adalah memakai gaya bahasa denotatif. Bahasa denotatif merupakan gaya bahasa yang bermakna kata sebenarnya, makna denotatif dipilih untuk suatu perancangan sistem tanda, agar lebih mumudahkan target *audience* mencari segala fasilitas yang ada di pulau Pahawang.

III.2.6 Strategi Kreatif

Melihat khalayak sasaran ini adalah remaja akhir, dengan itu perlu media informasi yang dibuat secara menarik. Agar pesan yang disampaikan mudah tersampaikan dan dimengerti oleh khalayak sasaran, visual yang akan digunakan adalah visual yang sederhana dan mudah dimengerti, serta membuat visual yang bisa mewakili pada objek wisata pulau Pahawang dengan menggunakan *ornament* Tapis Kapal Lampung, dimana Tapis Kapal merupakan salah satu kerajinan tangan yang berasal dari provinsi Lampung. Agar perancangan ini mempunyai daya tarik maka pada *sign sytem* ini akan menggunakan *icon* dengan bentuk yang sederhana serta menggunakan warna yang enak dilihat oleh khalayak sasaran pada *sign system.* Untuk media informasi ini akan menggunakan tata letak serta huruf dan gambar yang memiliki karakteristik modern dengan penggunaan yang tidak terlalu dominan sehingga informasi yang diberikan dapat terlihat dengan jelas.

Media informasi ini akan dikemas pada perancangan media yang direpresentasikan dengan *icon*, pengenal, petunjuk arah, himbauan, dan juga larangan. Konsep yang dibuat ini diharapkan dapat membantu pengunjung menemukan dan mengetahui fasilitas-fasilitas yang ada pada objek wisata pulau Pahawang Lampung.

III.2.7 Strategi Media

Untuk membuat media pada objek wisata pulau Pahawang ini perlu strategi yang mampu menginformasikan mengenai tempat wisata, fasilitas yang ada, dan juga tentunya regulasi yang membutuhkan media utama, media pendukung dan lain nya.

III.2.7.1 Media utama

Media utama yang akan digunakan dalam perancangan informasi pada objek wisata pulau Pahawang ini disesuiakan dari permasalahan yang terjadi, yaitu kurangnya media informasi yang menunjukan tentang tempat wisata dan juga fasilitas yang berada di pulau Pahawang, maka dari itu media utama yang dipilih adalah media sistem tanda atau *sign system.*

Menurut Tinarbuko (2009) sistem tanda pada desain komunikasi visual yang terpenting adalah fungsi dari tanda saat menyampaikan pesan dari pengirim ke penerima, berdasarkan ketentuan tertentu yang dimediasi oleh media tertentu.

Pemilihan sistem tanda atau *sign system* sebagai media utama merupakan media yang tepat untuk mengatasi permasalah di objek wisata pulau Pahawang yaitu kurangnya media informasi yang bisa menjelaskan kepada pengunjung mengenai suatu tempat di objek wisata serta menjelaskan fasilitas dan himbauan atau tata tertib yang ada di objek wisata pulau Pahawang.

Dilihat dari permasalahan yang ada di objek wisata pulau Pahawang ini memerlukan perancangan informasi yang menggunakan tiga jenis *sign system* sebagai media utama diantaranya adalah:

1. Tanda pengenal *(identification)*

   Jenis *sign system* ini digunakan sebagai tanda pada wilayah yang ada di objek wisata pulau Pahawang. Tanda pengenal di objek wisata ini terdiri dari wilayah wisata diantaranya :

   - Parkir motor
   - Parkir mobil

- Penyewaan alat *snorkling*
- Penyewaan perahu
- Penginapan Dilla
- Rumah baca
- Kios cinderamata
- Mushola
- Rumah pohon
- *Toilet* pria
- *Toilet* wanita
- Area jajanan
- Area Pondokan
- Lapangan bola
- Darmaga penyebrangan
- Area kumpul evakuasi

2. Tanda petunjuk arah *(direction)*

   Sign system ini digunakan sebagai tanda petunjuk arah yang mengarahkan pengunjung ke wilayah yang dituju. Petunjuk arah ini diantaranya:

   - Parkir motor
   - Parkir mobil
   - Penyewaan alat *snorkling*
   - Penyewaan perahu
   - Area Penginapan
   - Kios cinderamata
   - Rumah pohon
   - Mushola
   - *Toilet* pria
   - *Toilet* wanita
   - Darmaga penyebrangan
   - Jalur evakuasi stunami

3. Tanda larangan dan peringatan *(regulation)*

   Sign system ini digunakan untuk menginformasikan kepada pengunjung tentang tata tertib, larangan dan peraturan saat berada di objek wisata pulau Pahawang.

   Tanda larangan yang berlaku di objek wisata pulau Pahawang ini diantaranya:

   - Dilarang buang sampah sembarangan
   - Dilarang menyentuh terumbu karang
   - Dilarang parkir dikawasan ini
   - Dilarang hanya memakai pakaian bikini
   - Dilarang membawa minuman ber alkohol
   - Dilarang memancing di area ini
   - Dilarang berenang melebihi batas bendera
   - Dilarang berenang sendiri
   - Dilarang berenang saat ombak besar

   Tanda peringatan yang perlu diperhatikan saat berada di kawasan objek wisata pulau Pahawang, diantaranya :

   - Kunci ganda kendaraan
   - Jaga dan periksa kembali bawaan anda
   - Tempat buang sampah
   - Arah kiblat
   - Awasi anak-anak anda
   - Gunakan air dengan bijak
   - Gunakan pelampung saat berenang

III.2.7.2 Media Pendukung

Media utama dirasa tidak lengkap apabila tidak di dampingi oleh media pendukungnya, media ini sebagai pelengkap media utama, beberapa media pendukung ini diantaranya :

1. Peta kreatif *(infotaiment map)*

   Peta kreatif adalah informasi yang berupa visual yang memberikan informasi pada lokasi yang ada dipulau Pahawang sehingga wisatawan dapat dengan mudah menemukan lokasi-lokasi yang dicari.

2. *Brosur Map*

   Dalam penggunaaannya *brosur map* memiliki manfaat yang sama seperti peta kreatif namun dengan ukuran yang sangat kecil layaknya sebuah *brosur* pada umumnya. Alasan menggunakan media *brosur map* agar pengunjung tidak perlu kembali melihat peta kreatif yang berada di pintu masuk objek wisata pulau Pahawang.

3. *T-shirt*

   T-shirt merupakan pakaian yang dapat menutupi sebagian lengan ,bahu, perut dan seluruh dada, *T-shirt* merupakan pakaian yang digunakan seseorang setiap harinya. Alasan menggunakan media ini karena *T-shirt* bisa dijadikan sebagai media promosi disaat seseorang memakainya orang lain bisa melihatnya, karena didesain dari unsur visual yang menandakan pulau Pahawang.

4. Handuk

   Handuk merupakan kain yang dapat menyerap air, handuk biasanya digunakan setelah seseorang melakukan kegiatan mandi. Alasan menggunakan media ini karena umumnya handuk cukup dibutuhkan ketika kita berada dilokasi pantai.

5. Topi

   Topi merupakan alat dengan kegunaan sebagai penutup kepala, topi juga bisa dikatakan sebagai aksesoris. Alasan menggunakan media ini karena topi dapat menutupi kepala dari sinar terik matahari saat berada di pulau Pahawang.

6. Gantungan kunci

   Gantungan kunci merupakan bagian aksesoris yang biasa digunakan sebagai aksesoris tambahan pada kunci. Alasan menggunakan media ini karena gantungan kunci merupakan aksesoris yang dapat membantu dalam promosi secara tidak langsung.

7. *Sticker*

   Sticker merupakan media promosi yang dapat ditempelkan dimanapun. Alasan menggunakan media promosi dimana ketika seseorang menempelkan *sticker* dan dilihat orang lain.

8. *Totebag*

   Totebag termasuk dalam kategori tas yang bisa digunakan untuk membawa apa saja dengan ukuran kecil. Alasan menggunakan media ini karena *totebag* dapat membantu wisatawan untuk membawa barang-kecil yang diperlukannya.

9. *Waterproof Case*

   Waterproof Case merupakan alat untuk menghindari *gadget* terkena air, media ini merupakan salah satu media pendukung karena dapat membantu pengunjung untuk mengabadikan momen saat melakukan kegiatan *snorkeling.*

10. Tongsis

    Tongsis merupakan alat yang dapat membantu seseorang untuk berfoto, media ini merupakan salah satu media pendukung karena objek wisata adalah tempat seseorang yang senang mengabadikan momennya.

III.2.8 Strategi Distribusi

Dalam strategi distribusi objek wisata pulau Pahawang menggunakan distribusi *offline* yaitu cukup dilakukan dikawasan objek wisata pulau Pahawang. Dari semua media yang akan dirancang hanya dapat ditemukan di objek wisata pulau Pahawang. Dalam perancangan ini strategi distribusi terbagi menjadi dua diantaranya :

III.2.8.1 Strategi Distribusi Media Utama

Dalam distribusi media utama yaitu dibuatkannya media informasi objek wisata pulau Pahawang berupa tanda identifikasi *(identification sign)*, tanda petunjuk arah *(direction sign)* dan juga tanda larangan peringatan *(regulation sign).* Dari media-media tersebut merupakan media permanen yaitu digunakan dalam kurun waktu panjang dan tentunya diletakan diberbagai sarana prasarana di pulau Pahawang.

1. Strategi Distribusi Waktu

   Dalam distribusi waktu pada media utama nantinya akan diletakan setiap hari atau tetap pada tempat yang sudah ditetapkan sesuai fungsinya. Media akan diganti apabila media terjadi kerusakan.

2. Strategi Distribusi Tempat

   Dalam distribusi tempat pada media akan ditempatkan sesuai fungsinya, seperti hal nya tanda identifikasi *(identifacation sign)* akan ditempatkan diwilayah wisata, tanda petunjuk arah *(direction sign)* yang nantinya akan ditempatkan pada wilayah diperjalan yang menuju lokasi, dan tanda peringatan *(regulation sign)* yang nantinya kan ditempatkan pada wilayah yang memiliki larangan atau peringatan.

3. Mekanisme Distribusi Media

   Dalam mekanisme distribusi media merupakan sebuah cara meletakan *sign system* diberbagai wilayah yang sudah ditentukan. Dalam teknis peletakannya dikondisikan dengan *sign system* tersebut, ada yang

digantung ditiang penyanggah, dan ada juga yang ditempelkan pada dinding.

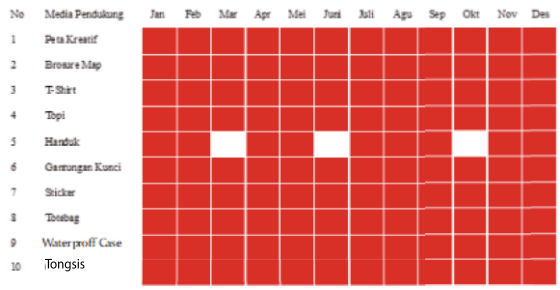
III.2.8.2 Strategi Distribusi Media Pendukung

Dalam media pendukung ini bisa dikatakan sebagai pelengkap media utama, dari masing-masing media pendukung tersebut terdiri dari strategi yang berbeda-beda berikut dibawah ini merupakan strategi distribusi media pendukung.

1. Strategi Distribusi Waktu

   Adapun strategi waktu pada media pendukung yang berbeda-beda disetiap medianya, strategi waktu yang terbagi dalam jangka satu tahun .

Tabel III.1 Strategi Distribusi Waktu
Sumber: Dokumen Pribadi



No	Media Pendukung	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Juni	Juli	Agu	Sep	Okt	Nov	Des
1	Peta Kreatif	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
2	Brosure Map	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
3	T-Shirt	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
4	Topi	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
5	Handuk	■	■		■	■		■	■	■		■	■
6	Gantungan Kunci	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
7	Sticker	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
8	Totebag	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
9	Waterproff Case	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
10	Tongsis	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

Media pendukung yang bersifat permanen yang sama hal nya seperti peta kreatif di distribusikan selama satu tahun selain itu juga *merchandise* yang seperti *brosur map*, *t-shirt*, topi, gantungan kunci, *totebag* dan yang lainnya juga distribusikan selama satu tahun penuh. Namun untuk handuk tersedia hanya dibulan Januari, Februari, April, Mei, Juli, Agustus, September, Oktober dan juga Desember hal ini dikarenakan sebagian pengunjung biasanya telah membawa dari rumah.

2. Strategi Distribusi Tempat

   Adapun media pendukung didistribusikan di wilayah objek wisata pulau Pahawang sesuai dengan fungsinya. Berikut tabel mengenai distribusi tempat media pendukung.

Tabel III.2 Strategi Distribusi Tempat
Sumber: Dokumen Pribadi

No	Media Pendukung	Deskripsi Tempat
1	Peta Kreatif	Depan Pintu Gerbang Masuk Objek Wisata
2	Brosure Map	Depan Pintu Gerbang Masuk Objek Wisata
3	T-Shirt	Kios Cindramata
4	Topi	Kios Cindramata
5	Handuk	Kios Cindramata
6	Gantungan Kunci	Kios Cindramata
7	Sticker	Tempat Parkir
8	Totebag	Kios Cindramata
9	Waterproff Case	Kios Cindramata
10	Tongsis	Kios Cindramata

Masing-masing media akan ditempatkan tempat yang berbeda sesuai dengan kegunaannya. Hal yang bersifar *merchandise* ditempatkan di kios cinderamata.

3. Mekanisme Distribusi Media

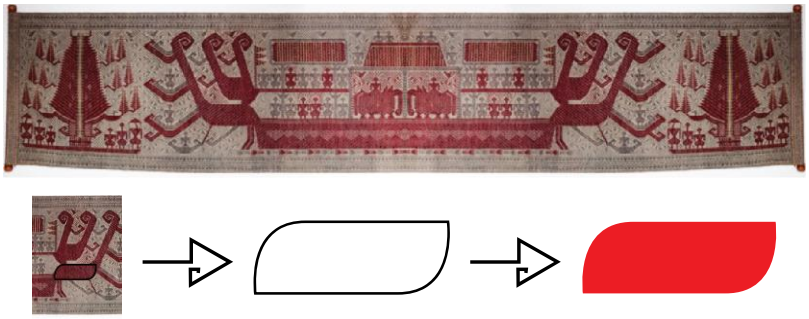
Media pendukung terdiri dari mekanisme yang berbeda sesuai dengan manfaatnya, berikut tabel mekanisme distribusi media :

Tabel III.3 Mekanisme Distribusi Media
Sumber: Dokumen Pribadi

No	Media Pendukung	Mekanis Distribusi
1	Peta Kreatif	Di Letakan di depan Pintu Gerbang
2	Brosure Map	Di Letakan di depan Pintu Gerbang
3	T-Shirt	Di Perjual Belikan
4	Topi	Di Perjual Belikan
5	Handuk	Di Perjual Belikan
6	Gantungan Kunci	Di Perjual Belikan
7	Sticker	Gratis
8	Totebag	Di Perjual Belikan
9	Waterproff Case	Di Perjual Belikan
10	Tongsis	Di Perjual Belikan

III.3 Konsep Visual

Dalam perancangan format yang digunakan untuk *frame* dan visual utama *sign system* di objek wisata Pahawang diambil dari *ornament* kerajinan yang bernama Tapis, dimana Tapis memiliki banyak beraneka ragam, namun untuk perancangan ini Tapis yang digunakan adalah Tapis Kapal. *Ornament* Tapis Kapal dipilih sebagai *frame* pada perancangan dikarenakan pulau Pahawang merupakan pulau yang berusaha mengenalkan dan mengembangkan kerajinan kain Tapis Lampung. Ornamen Tapis Kapal ini juga dipilih sebagai *frame* pada perancangan ini agar perancangan ini dapat mengintifikasikan bahwa pulau Pahawang berasal dari provinsi Lampung. Berikut dibawah ini contoh *frame* dan visual utama yang diambil dari Tapis Kapal.



Gambar III.3 *Frame*
Sumber: Dokumen Pribadi

III.3.1 Format Desain

Dalam format desain untuk perancangan *sign system* objek pulau Pahawang ini diambil dari *ornament* Tapis Kapal sesuai dengan konsep visual yang sudah dibahas. Maka media yang akan dibuat menggunakan dengan format *portrait* dan juga *landscape*. Format tersebut memiliki ukuran yang berbeda-beda dikondisikan dengan kebutuhan, berikut dibawah ini format ukuran pada *sign system* yang akan di rancang.

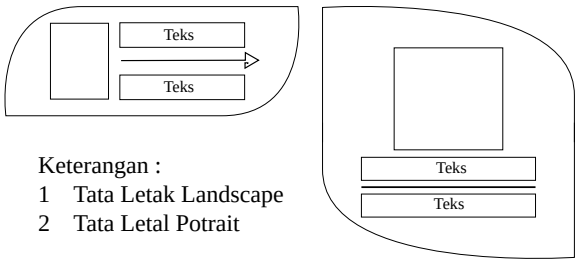
Tabel III.4 Format Desain
Sumber: Dokumen Pribadi

MEDIA	UKURAN
Sign System Identifiaction	35cm x 35cm
Sign System Direction	60cm x 23 cm
Sign System Regulation	37.5 cm x 50 cm

Selain media utama juga memiliki format yang berbeda-beda seperti halnya media pendukung dimana format menyesuaikan kebutuhannya

III.3.2 Tata Letak *(layout)*

Tata letak adalah halaman bidang yang harus diisi dari sebuah elemen-elemen grafis agar pesan informasi yang disampaikan tersampaikan kepada pembacanya (Kusrianto, 2007, h.268). Berikut dibawah ini konsep visual dari tata letak dan *layout sign system* pada objek wisata pulau Pahawang yang diambil dari *ornament* Tapis Kapal.



Keterangan :
1 Tata Letak Landscape
2 Tata Letal Potrait

Gambar III.4 Tata Letak
Sumber: Dokumen Pribadi

III.3.3 Tipografi *(font)*

Tipografi adalah reprensentasi visual dari bentuk komunikasi verbal yang merupakan properti visual yang utama dan juga efektif (Sihombing, 2001: h.58), Perancangan media informasi pada objek wisata pulau Pahawang ini menggunakan jenis *font serif* dan *san serif* , jenis *serif* digunakan untuk *headline* yang bernama Constantia, huruf jenis *serif* adalah huruf yang memiliki garis-garis kecil yang berdiri horizontal pada badan huruf. Jenis huruf *serif* memiliki kesan klasik , anggun dan untuk *bodytekt* menggunakan *san serif* yang bernama Corbel , *sans serif* adalah huruf yang tidak memiliki garis-garis kecil yang berdiri horizontal pada badan huruf. *Sans serif* memiliki kesan modern dan juga effisien. Berikut contoh huruf yang telah disebutkan diatas.

Headline

- Constantia (normal)

  A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

  A b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

  1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # $ % ^ & ( ) _ + { } | : " < > ? / . , ; ' [ ] \ = -

- *Constantia (italic)*

  A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

  A b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

  1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # $ % ^ & ( ) _ + { } | : " < > ? / . , ; ' [ ] \ = -

- **Constantia (bold)**

  A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

  A b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

  1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # $ % ^ & ( ) _ + { } | : " < > ? / . , ; ' [ ] \ = -

Bodytext

- Corbel (normal)

  A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

  A b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

  1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # $ % ^ & ( ) _ + { } | : " < > ? / . , ; ' [ ] \ = -

- *Corbel (italic)*

  A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

  A b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

  1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # $ % ^ & ( ) _ + { } | : " < > ? / . , ; ' [ ] \ = -

- Corbel (bold)

  A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

  A b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

  1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # $ % ^ & ( ) _ + { } | : " < > ? / . , ; ' [ ] \ = -

Alasan menggunakan jenis huruf *sans serif* yang bernama Corbel ini, bertujuan agar dapat menampilkan informasi dengan jelas. Hal tersebut dikarenakan jenis *font* ini memiliki karakteristik yang modern dengan penggunaan yang tidak terlalu dominan sehingga informasi yang diberikan bisa terlihat dengan jelas.

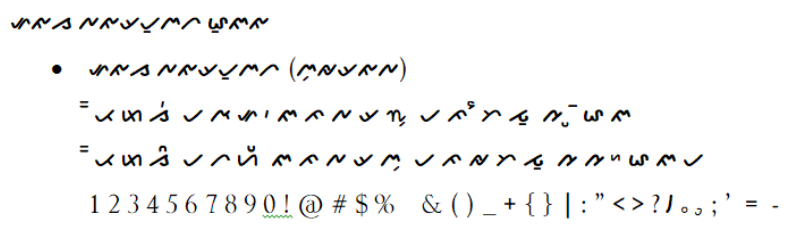
Font ini didapatkan secara gratis dengan cara mengunduh disitus https://www.wfonts.com/font/corbel dengan ketentuan lisensi gratis dan diperkenankan untuk dipergunakan personal maupun komersial.

Selain *font* corbel pada media *sign systen* ini juga menggunakan *font* dengan jenis huruf *serif* yang bernama Constantia penggunaan *font* ini bertujuan agar mampu menyelaraskan dengan ornamen media *sign system*, karena karakteristik dari *serif* sangat cocok untuk memperlihatkan kesan ciri khas pada perancangan media ini.

Font ini didapatkan secara gratis dengan cara mengunduh disitus http://www. fontpalace.com/font-details/Constantia/ dengan ketentuan lisensi gratis, diperkenankan untuk dipergunakan personal maupun komersial.

Untuk menambah kesan ciri khas pengunaan dalam Perancangan *sign system* ini juga menggunakan huruf Aksara Lampung atau Had Lampung. Aksara Lampung merupakan bentuk tulisan yang berlaku di daerah Lampung. Maka dari itu huruf Aksara Lampung dibutuhkan untuk menambah ciri khas bahwa perancangan *sign system* di objek wisata pulau Pahawang ini berasal dari provinsi Lampung.

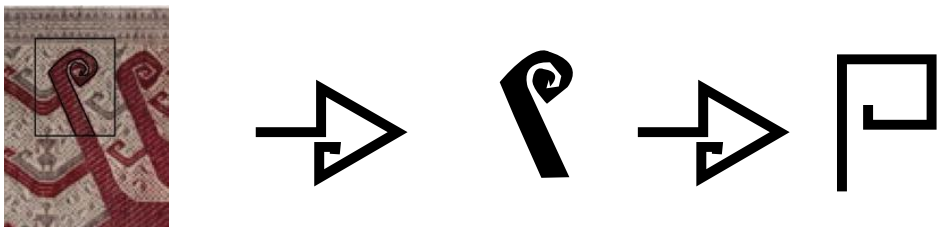
Font ini didapatkan dengan cara mengunduh dan memiliki ketentuan lisensi gratis, dapat diperkenankan untuk dipergunakan personal maupun komersial. Font ini diunduh dalam situs https://drive.google.com/file/d/0Bw0orTUgJWZ7an NrZlJyQl9TbW8/view *font* ini dirancang oleh Mohammad Yuzariyadi. Adapun contoh huruf aksara Lampung sebagai berikut :



- ꦲꦤ꧀ꦱ ꦤꦤ꧀ꦱꦸꦭꦤ꧀ ꦱꦤ꧀ꦠꦤ꧀(ꦔꦤ꧀ꦝꦺꦴꦤ)
  ꦄꦔꦤ꧀ꦱ ꦌꦤ꧀ꦲꦶꦤ꧀ꦤ꧀ꦤꦺꦴꦁ ꦌꦱ꧀ꦠꦂꦒ ꦔ꧀ꦮꦤ꧀
  ꦄꦔꦤ꧀ꦱ ꦌꦭꦶ꧀ ꦤ꧀ꦤꦺꦴꦁꦔ꧀ ꦌꦤꦺꦴꦠꦂꦒ ꦲꦲ"ꦮꦤ꧀ꦌ
  1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # $ % & ( ) _ + { } | : " < > ? / ꦀ ; ' = -
- ꦲꦤ꧀ꦱ ꦤꦤ꧀ꦱꦸꦭꦤ꧀ (ꦤꦤ꧀ꦱ)
  ꦄꦔꦤ꧀ꦱ ꦌꦤ꧀ꦲꦶꦤ꧀ꦤ꧀ꦤꦺꦴꦁ ꦌꦱ꧀ꦠꦂꦒ ꦔ꧀ꦮꦤ꧀
  ꦄꦔꦤ꧀ꦱ ꦌꦭꦶ꧀ ꦤ꧀ꦤꦺꦴꦁꦔ꧀ ꦌꦤꦺꦴꦠꦂꦒ ꦲꦲ"ꦮꦤ꧀ꦌ
  1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # $ % & ( ) _ + { } | : " < > ? / ꦀ ; ' = -

III.3.4 Ilustrasi

Ilustrasi ialah seni gambar yang mempunyai maksut dan tujuan yang memberikan penjelasan secara visual sehingga dapat berguna sebagai informasi (Kusrianto, 2007: h.140). Dapat disimpulkan bahwa ilustrasi merupakan seni gambar yang bisa memberikan penjelasan atau suatu informasi kepada orang lain. Ilustrasi dalam perancangan ini juga menggunakan Tapis Kapal dikarenakan pulau Pahawang berusaha mengenalkan dan mengembangkan kerajinan kain Tapis Lampung. Berikut adalah konsep ilustrasi yang dirancang pada *sign system* objek wisata pulau Pahawang yang diambil dari ornamen Tapis Kapal.



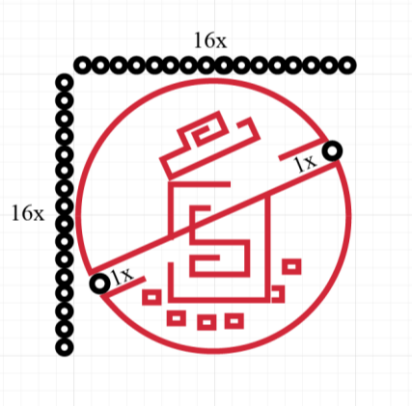
Gambar III.5 konsep visual
Sumber: Dokumen Pribadi

Bentuk diatas merupakan ornamen dari Tapis Kapal yang telah disederhakan menjadi potongan garis, maka dari itu *symbol* yang dirancang mengambil referensi bentuk dari simbol *outline*.



Gambar III.6 Referensi ikon
Sumber: https://id.pinterest.com/pin/580964420650496638/

Proses perancangan ikon-ikon yang dirancang ini menggunakan *system grid,* agar bentuk visualnya teratur dan enak dilihat, ikon ini juga akan dibuat dengan garis dan sekala, dengan itu ikon yang dibuat tetap konsisten. Berikut dibawah ini contoh cara membuat ikon menggunakan *system grid*.



Gambar III.7 *Grid system*
Sumber: Dokumen Pribadi

Agar ikon yang dibuat menjadi teratur maka ikon yang dibuat akan menggunakan *element-element* yang sama, dengan menggunakan ukuran ikon panjang dan lebar 16x ikon satuan X yang diambil dari lebar garis utama ikon. Bentuk dari ikon dirancang berupa *rounded.* Terdapat pembatas antara garis yang berukuran 1x atau sama dengan lebar garis.

Dalam tanda pengenal *(identification sign) element* Tapis adalah salah satu ilustrasi yang akan menjadi tanda pengenal ini dengan berdasarkan referensi.

Adapun gambar ilustrasi untuk tanda pengenal *(identifiaction sign)* seperti dibawah ini :

Gambar III.8 ikon tanda pengenal *(identification sign)*
Sumber: Dokumen Pribadi

Berikut dibawah ini adalah proses ikon tanda pengenal *(identification sign)* yang dirancang menurut referensi gambar yang ada:



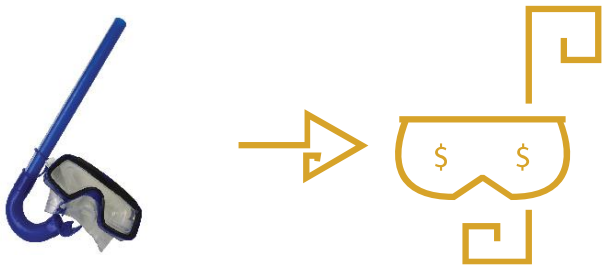
(a) (b) (c)

Gambar III.9 (a) Reperensi parkir. (b) reperensi motor (c) ikon parkir motor
Sumber: (a) https://www.bentengpos.com/2015/06/30/harga-parkir-tinggi-pengelolanya-dituntut/ (b) https://www.google.co.id/search?safe=strict&biw=1163&bih=559&tbm=isch&sa=1&ei=1VtrW8aCFZqd9QP_kICwAg&q=motor+vespa+matic&oq=motor+ves&gs_l=img.3.1.0l10.78594.81449.0.82652.11.10.1.0.0.0.80.547.10.10.0....0...1c.1.64.img..0.11.550...35i39k1j0i67k1j0i30k1.0.RT8ON4Mdi9s#imgrc=FtdeNwgb5RGk6M: (c) dokumen pribadi



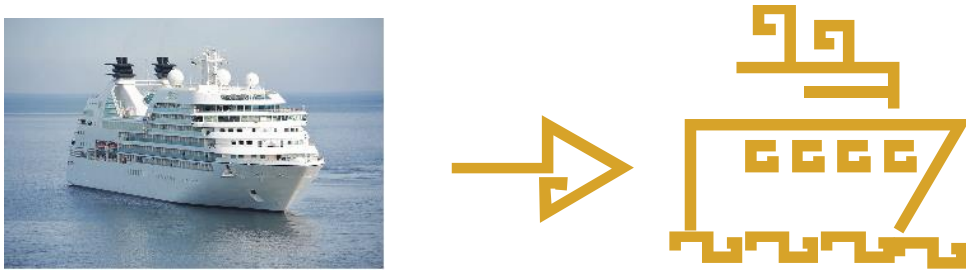
(a) (b) (c)

Gambar III.10 (a) Reperensi parkir. (b) reperensi mobil (c) ikon parkir mobil
Sumber: (a) https://www.bentengpos.com/2015/06/30/harga-parkir-tinggi-pengelolanya-dituntut/ (b) https://www.gettel.com/new-Sarasota-2018-Nissan-Versa+Sedan-SV-3N1CN7AP2JL882282 (c) dokumen pribadi



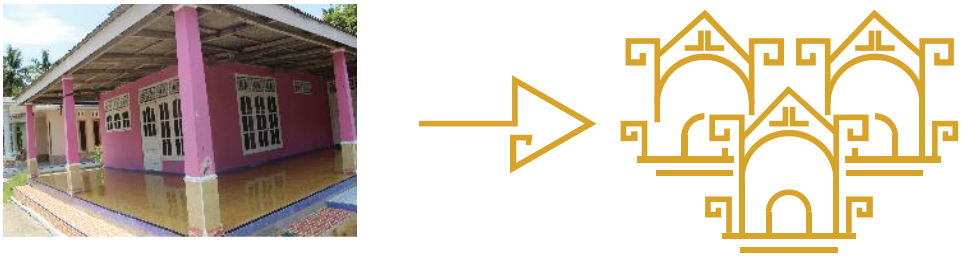
Gambar (a) reperensi alat *snorkling*. (b) ikon Penyewaaan alat *snorkling*.

Gambar III.11 (a) reperensi alat *snorkling*. (b) ikon Penyewaaan alat *snorkling*.
Sumber: (a) https://www.google.co.id/search?q=alat+snorkling&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjtzefro43cAhVSZt4KHaEEDhcQ_AUICigB&biw=1280&bih=566#imgrc=rAvMUdeF9XtDpM: (diakses pada 7/7/2018) (b) Dokumen Pribadi



(a) (b)

Gambar III.12 (a) reperensi perahu (b) ikon Penyewaaan perahu
Sumber: (a) http://blog.darmawisataindonesia.co.id/rute-kapal-laut-pelni/ (diakses pada 7/7/2018) (b) Dokumen Pribadi



(a) (b)

Gambar III.13 (a) Reperensi rumah penginapan. (b) Ikon penginapan.
Sumber: Dokumen pribadi

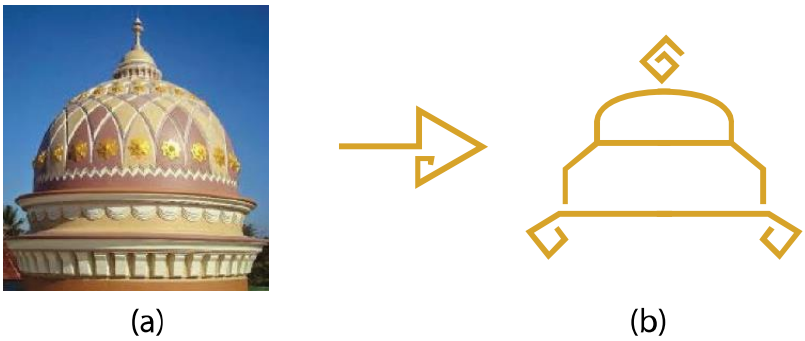


(a) (b)

Gambar III.14 (a) Reperensi rumah baca. (b) Ikon Rumah baca.
Sumber: (a) http://www.metropolitan.id/2018/04/pt-kci-bangun-rumah-baca-di-tenjo/ (diakses pada 7/7/2018) (b) Dokumen Pribadi



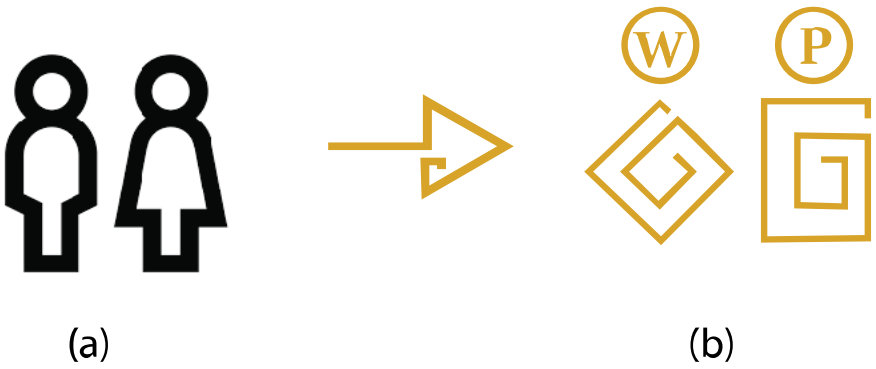
Gambar III.15 (a) Reperensi kios. (b) Referensi troli. (c) Ikon kios cinderamata
Sumber: (a) Dokumen pribadi (b) https://www.google.co.id/search?q=troli&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwi4hMDi-4zcAhVVWH0KHR0jBVUQ_AUICigB&biw=1280&bih=566#imgrc=Lv2GJ_AAPjxn5M: diakses pada (7/7/2018) (c) Dokumen Pribadi



Gambar III.16 (a) Reperensi mushola . (b) Ikon mushola
Sumber: (a) http://kubahmasjid.com/kubah-grc (diakses pada 7/7/2018) (b) Dokumen Pribadi



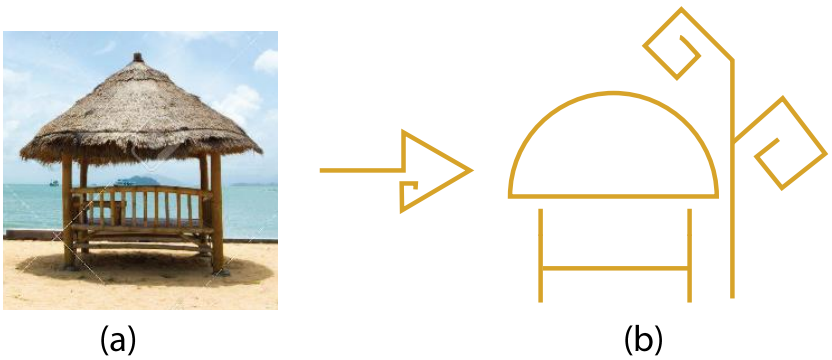
Gambar III.17 (a) Reperensi Rumah pohon . (b) Ikon Rumah pohon
Sumber: (a) https://merahputih.com/post/read/rumah-pohon-pulau-leebong-incaran-turis-di-belitung (diakses pada 7/7/2018) (b) Dokumen Pribadi



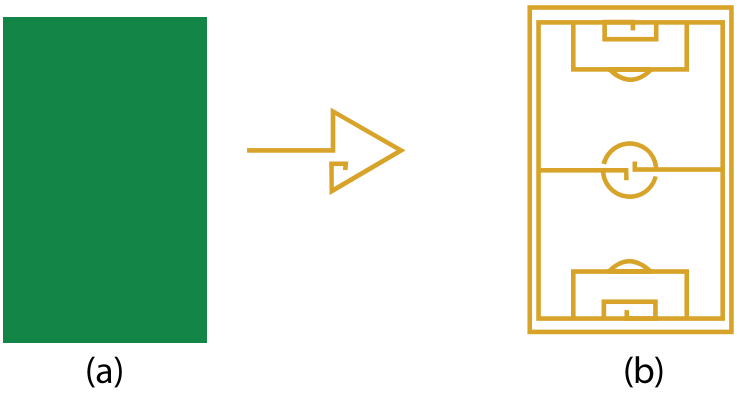
Gambar III.18 (a) Reperensi toilet . (b) Ikon toilet.
Sumber: (a) https://visualpharm.com/free-icons/toilet-595b40b65ba036ed117d2618 (diakses pada 7/7/2018) (b) Dokumen Pribadi



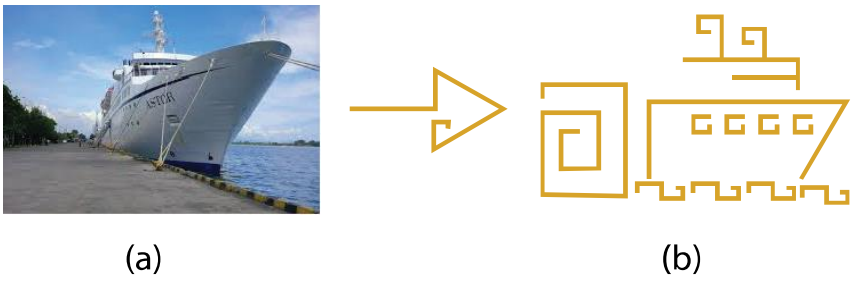
Gambar III.19 (a) Reperensi Kantin . (b) ikon Area jajanan
Sumber: (a) https://hubud.org/kantin-ubud/ (diakses pada 7/7/2018) (b) Dokumen Pribadi



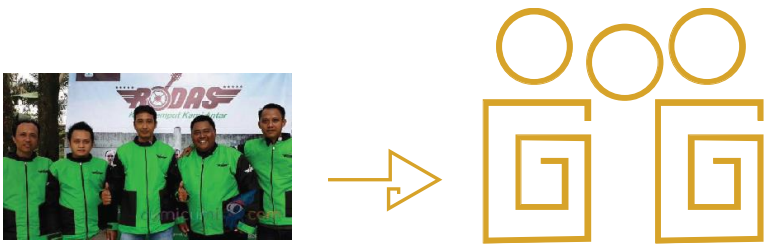
Gambar III.20 (a) Referensi pondok . (b) ikon area pondokan
Sumber: (a) https://www.123rf.com/photo_14795879_tropical-gazebo-with-chairs-on-amazing-beach-and-palm-tree.html (pada 7/7/2018) (b) Dokumen Pribadi



Gambar III.21 (a) Reperensi lapangan bola. (b) Ikon lapangan bola
Sumber: (a) https://pixabay.com/en/soccer-soccer-field-football-145794/ (diakses pada 7/7/2018) (b) Dokumen Pribadi



Gambar III.22 (a) Darmaga . (b) ikon darmaga penyebrangan
Sumber: (a) https://www.google.co.id/search?q=dermaga+kapal&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjSncqsgY3cAhUMIIgKHZLtAf8Q_AUICigB&biw=1280&bih=566#imgrc=jai0V2jfALZQlM: (pada 7/7/2018) (b) Dokumen Pribadi



Gambar III.23 (a) kumpulan orang . (b) ikon area kumpul evakuasi
Sumber: (a) http://www.cumicumi.com/news/cumi-music/140656/berawal-dari-iseng-rodas-band-bisa-bertahan-setahun (pada 7/7/2018) (b) Dokumen Pribadi

Ikon selanjutnya yang dibuat juga tanda larangan dan peringatan (*regulation sign*) Berikut adalah beberapa ilustrasi sistem tanda larangan (*regulation sign*) yang akan digunakan:



Gambar III.24 Ikon Larangan *(regulation sign)*
Sumber: Dokumen Pribadi

Berikut dibawah ini adalah proses ikon tanda larangan *(regulation sign*) yang dirancang menurut referensi gambar yang ada:



(a) (b) (c)

Gambar III.25 (a) Reperensi wadah sampah (b) reperensi Sampah Berserakan (c) Ikon dilarang buang sampah sembarangan
Sumber: (a) https://www.bukalapak.com/p/rumah-tangga/perlengkapan-kebersihan/eg3fjc-jual-krisbow-tempat-sampah-pedal-6-liter-lapak-hardware (pada 7/7/2018) (b) http://riaupotenza.com/berita/13486/tumpukan-sampah-menjadi-pemandangan-lumrah. (pada 7/7/2018)
(b) Dokumen Pribadi



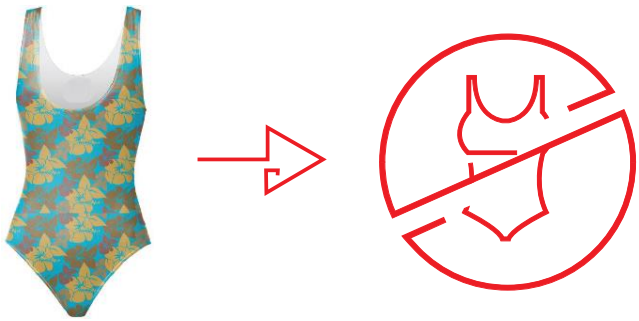
(a) (b) (c)

Gambar III.26 (a) Reperensi tangan . (b) Reperensi terumbu karang (c) Ikon Larangan menyentuh terumbu karang
Sumber: (a) https://petuaviral.com/2018/02/09/jika-anda-mempunyai-benjolan-di-tangan-anda-segeralah-berjumpa-doktor-sebelum-terlambat-kerana-ini-adalah-salah-satu-tanda-tanda/ (pada 7/7/2018)
(b)
https://www.google.co.id/search?q=terumbu+karang&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwiHpcKEvY3cAhXL7WEKHWqQB5sQ_AUICigB&biw=1280&bih=566#imgrc=TN2dy1Y-TIvKoM: (pada 7/7/2018) (c) dokumen pribadi



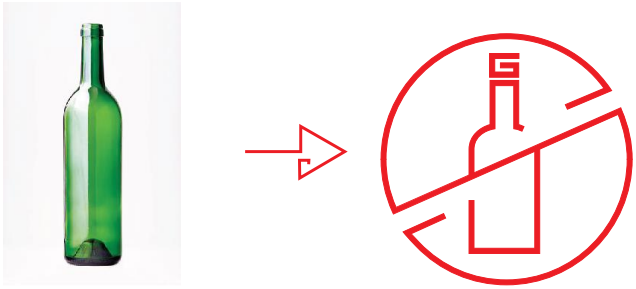
(a) (b) (c) (d)

Gambar III.27 (a) Reperensi parkir . (b) Reperensi motor (c) reperensi mobil (d) ikon dilarang parker sembarangan
Sumber: (a) https://www.bentengpos.com/2015/06/30/harga-parkir-tinggi-pengelolanya-dituntut/ (pada 7/7/2018) (b) https://www.google.co.id/search?safe=strict&biw=1163&bih=559&tbm=isch&sa=1&ei=1VtrW8aCFZqd9QP_kICwAg&q=motor+vespa+matic&oq=motor+ves&gs_l=img.3.1.0l10.78594.81449.0.82652.11.10.1.0.0.0.80.547.10.10.0....0...1c.1.64.img..0.11.550...35i39k1j0i67k1j0i30k1.0.RT8ON4Mdi9s#imgrc=FtdeNwgb5RGk6M: (pada 7/7/2018) (c) https://www.gettel.com/new-Sarasota-2018-Nissan-Versa+Sedan-SV-3N1CN7AP2JL882282 (d) Dokumen Pribadi



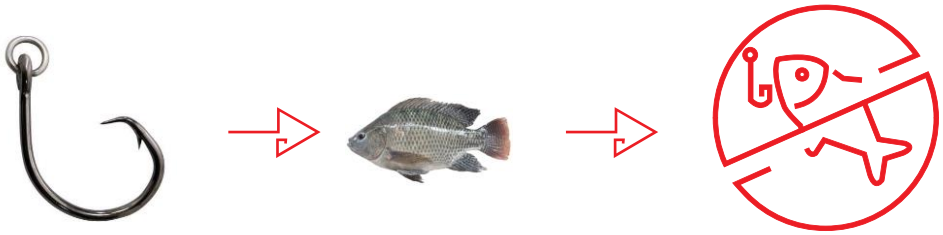
(a) (b)

Gambar III.28 (a) Reperensi *swimwere*. (b) Ikon larangan hanya memakai pakaian bikini
Sumber: (a) https://www.pinterest.co.uk/pin/118360296434769360/ (pada 7/7/2018) (b) Dokumen Pribadi



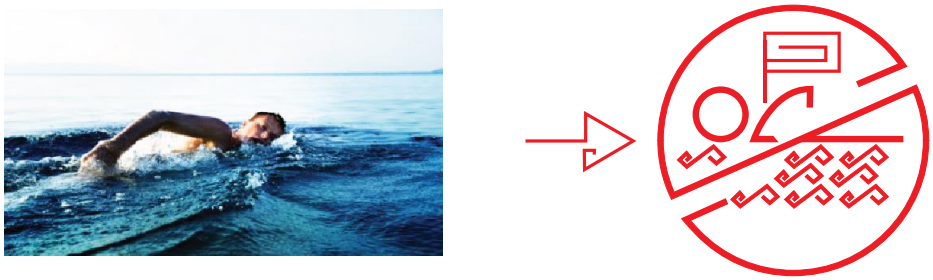
(a) (b)

Gambar III.29 (a) Reperensi botol . (b) Ikon larangan membawa minuman beralkohol
Sumber: (a) https://id.wikipedia.org/wiki/Botol (pada 7/7/2018)
(b) Dokumen Pribadi



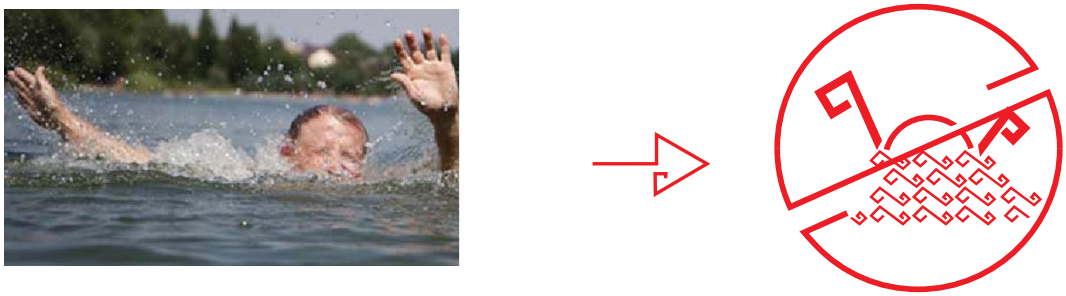
(a) (b) (c)

Gambar III.30 (a) Reperensi mata pancing . (b) Reperensi ikan (c) Ikon Larangan memancing
Sumber: (a) http://tempatmancing.info/macam-macam-jenis-mata-kail-pancing/circle-hooks-1/ (pada 7/7/2018)
(b) http://www.masakandapurku.com/2016/10/manfaat-dan-kandungan-gizi-dari-ikan_3.html: (pada 7/7/2018) (c) dokumen pribadi



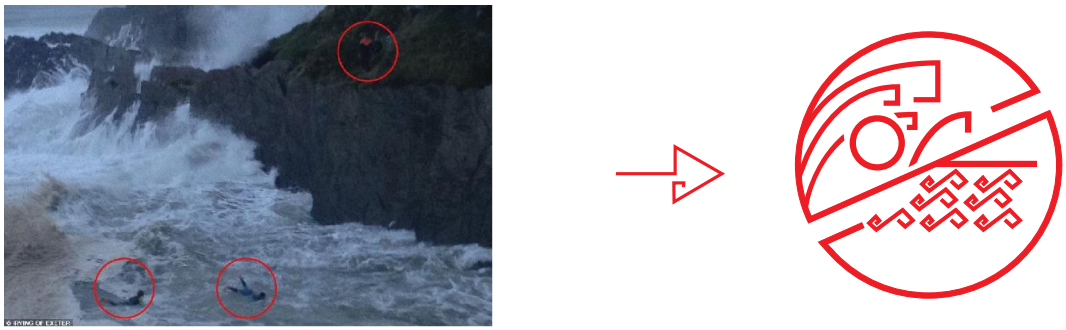
(a) (b)

Gambar III.31 (a) Reperensi orang berenang . (b) Ikon larangan berenang melewati batas bendera
Sumber: (a)
https://www.kompasiana.com/xaniaweno/563c1bf10523bd5107864bc1/berenang-di-laut (pada 7/7/2018) (b) dokumen pribadi



(a) (b)

Gambar III.32 (a) Reperensi orang tenggelam . (b) Ikon larangan berenang sendiri
Sumber: (a) http://www.tahupedia.com/content/show/178/Kenali-Tanda-Tenggelam-yang-Sebenarnya (pada 7/7/2018) (b) dokumen pribadi



(a) (b)

Gambar III.33 (a) Reperensi orang berenang saat ombak besar . (b) Ikon larangan berenang saat ombak besar
Sumber: (a) https://travelingyuk.com/remaja-menantang-maut/19412/ (pada 7/7/2018) (b) dokumen pribadi

Ikon selanjutnya yang dibuat selain tanda larangan (*regulation sign*) dibuat juga tanda peringatan. Berikut adalah beberapa ilustrasi sistem tanda peringatan (*regulation sign*) yang akan digunakan:



Gambar III.34 Ikon Peringatan
Sumber: dokumen pribadi

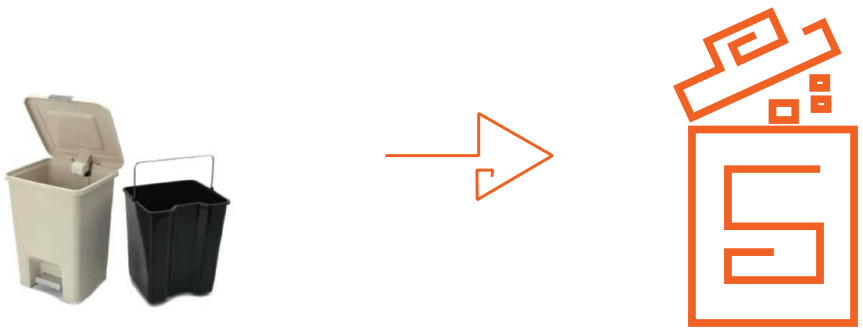
Berikut dibawah ini adalah proses ikon tanda tanda peringatan *(regulation sign*) yang dirancang menurut referensi gambar yang ada:



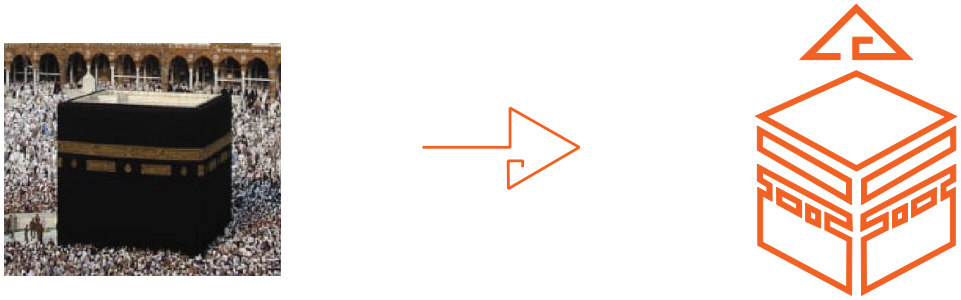
Gambar III.35 (a) Reperensi roda . (b) referensi ikon gembok (c) ikon peringatan kunci ganda kendaraan
Sumber: (a) https://www.google.co.id/search?q=roda+motor&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjMx-iopY_cAhWQT30KHRGfD30Q_AUICigB&biw=1280&bih=566#imgrc=QedDPTwg2Y_mdM: (pada 7/7/2018)
(b) https://pixabay.com/en/padlock-silver-lock-security-147915/ (c) dokumen pribadi



Gambar III.36 (a) Reperensi koper . (b) Reperensi orang melihat (c) jaga dan periksa bawaan anda
Sumber: (a) https://www.google.co.id/search?biw=1280&bih=615&tbm=isch&sa=1&ei=WORBW7vCI4ydhwOExIOYCg&q=koper&oq=koper&gs_l=img.3..0i67k1j0j0i67k1l2j0l4j0i67k1j0.30643.31284.0.31888.5.5.0.0.0.0.123.501.4j1.5.0....0...1c.1.64.img..0.5.499...35i39k1.0.5ZlVCCutl9Y#imgrc=eXfCMNmK_ayeYM: (pada 7/7/2018)
(b) https://kabarinews.com/kepala-orang-amerika-lebih-besar/46319: (pada 7/7/2018)
(c) dokumen pribadi

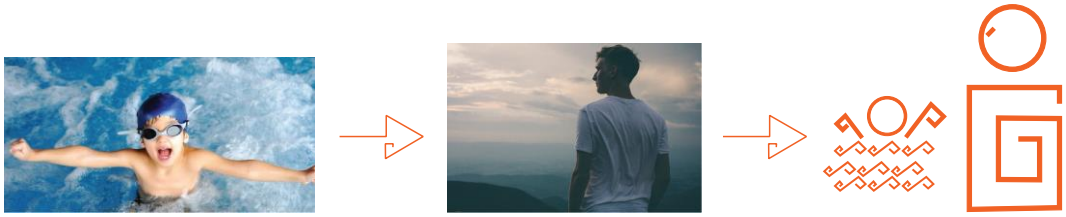


Gambar III.37 (a) Reperensi tempat sampah . (b) ikon Tempat buang sampah
Sumber: (a) https://www.bukalapak.com/p/rumah-tangga/perlengkapan-kebersihan/eg3fjc-jual-krisbow-tempat-sampah-pedal-6-liter-lapak-hardware
(b) dokumen pribadi



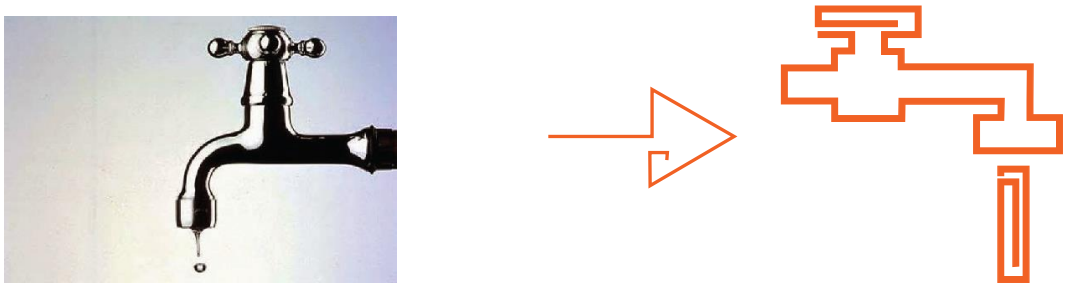
(a) b)

Gambar III.38 (a) Reperensi kabah . (b) ikon menujukan arah kiblat solat
Sumber: (a) https://kumparan.com/@kumparannews/seorang-pria-coba-bakar-diri-di-samping-kabah (pada 7/7/2018)
(b) dokumen pribadi



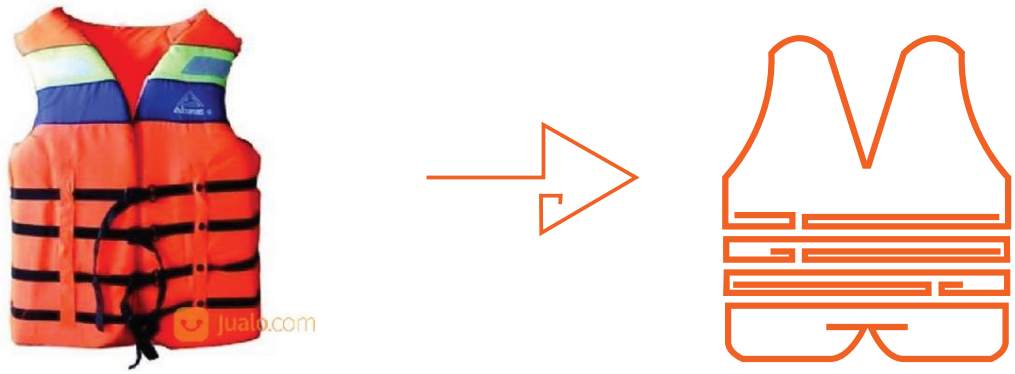
(a) b) (c)

Gambar III.39 (a) Reperensi anak kecil berenang . (b) referensi orang melihat (c) ikon awasi anak-anak anda
Sumber: (a) http://artikelbersama2.blogspot.com/2011/10/bahaya-menelan-air-kolam-renang.html?m=0 (pada 7/7/2018) (b) https://www.google.co.id/search?safe=strict&biw=1280&bih=566&tbm=isch&sa=1&ei=nsloW_HUNMz4rQHO4Zxw&q=orang+tampak+belakang&oq=orang+tampak+&gs_l=img.3.0.0l3j0i5i30k1l7.9490.10407.0.11602.7.6.0.1.1.0.85.397.6.6.0....0...1c.1.64.img..0.7.402...35i39k1j0i67k1.0.kB0_KSjuYKY#imgrc=xbnoKaE-tNM5fM: (pada 7/7/2018) (c) dokumen pribadi



(a) (b)

Gambar III.40 (a) Reperensi keran . (b) ikon gunakan air dengan bijak
Sumber: (a) http://beritakok.blogspot.com/2015/01/penyebab-dan-cara-mengatasi-air-tidak-keual-dari-keran-dan-shower.html (pada 7/7/2018)
(b) dokumen pribadi



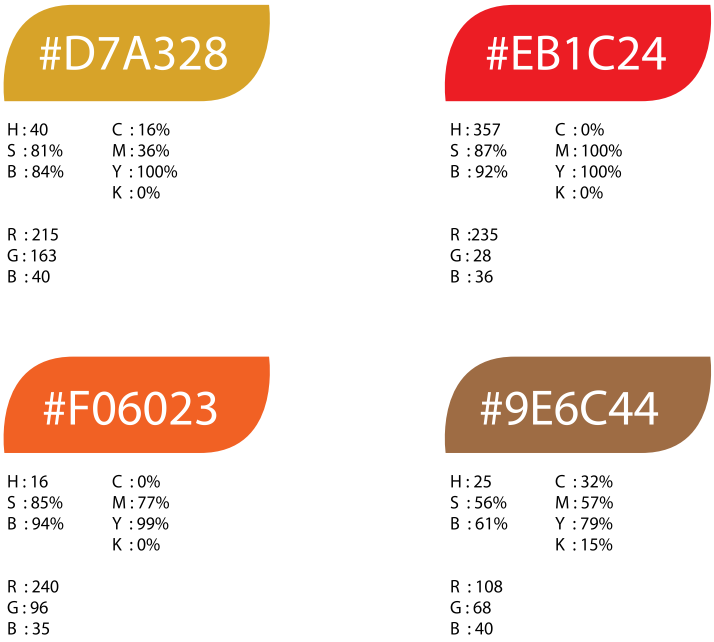
(a) (b)

Gambar III.41 (a) Reperensi pelampung . (b) ikon gunakan pelampung saat berenang
Sumber: (a) http://beritakok.blogspot.com/2015/01/penyebab-dan-cara-mengatasi-air-tidak-keual-dari-keran-dan-shower.html (pada 7/7/2018)
(b) dokumen pribadi

III.3.5 Warna

Warna adalah suatu pelengkap gambar yang dapat mewakili suasana kejiwaan dalam berkomunikasi. Warna juga menggambarkan suatu unsur yang sangat tajam dalam kepekaan dan penglihatan sehingga membuat rangsangan dan memunculkan rasa semangat atau *mood,* sedih, gembira, haru dan lain-lain (Kusrianto, 2007: h.46). Dapat disimpulkan warna merupakan pelengkap gambar yang dapat mewakili kejiwaan seseorang, warna juga membuat seseorang memiliki rasa kepekaan dan penglihatan yang menghasilkan rangsangan.

Adapun warna yang dipilih dalam perancangan *sign system* di objek wisata pulau Pahawang adalah merah, kuning, *orange* dan juga coklat. Pemilihan warna diatas seperti merah kuning dan juga cokelat merupakan warna dari kain Tapis Kapal itu sendiri yang telah disederhanakan. Warna *orange* dipilih sebagai warna pendukung baik dalam media utama maupun media pendukung. Pemilihan warna keempatnya dipilih agar mudah dilihat oleh pengunjung saat berada di objek wisata pulau Pahawang.



Gambar III.42 warna *sign system*
Sumber: dokumen pribadi

Dalam perancangan ini warna yang digunakan memakai *mode* warna CMYK. Penggunaan *mode* warna CMYK ini dipilih karena pada umumnya media yang akan dibuat adalah media cetak yang akan melalui proses percetakan.

III.3.6 Penggunaan Warna

Dalam perancangan *sign system* dibuat warna yang berbeda-beda agar mempermudah pengunjung dalam membedakan tanda satu dengan tanda yang lainnya.

Penggunakan warna pada *sign system* di objek wisata Pahawang diantaranya adalah :

- Tanda identifikasi *(identification sign)* menggunakan warna kuning
- Tanda petunjuk arah *(direction sign)* menggunkan warna cokelat
- Tanda regulasi *(regulation sign)* menggunakan warna merah dan *orange.*