BAB III STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1 Khalayak Sasaran

Khalayak merupakan tempat secara geografis domisili atau wilayah dalam media lokal, kelompok masyarakat, jenis media atau saluran yang terlibat, isi dan makna dari pesan yang akan disampaikan dan rentang waktu. McQuail (2011: 44). Berdasarkan pendapat khalayak tersebut dapat diartikan sebagai target pihak yang akan menerima pesan dengan jelas. Khalayak sasaran perancangan ini untuk memberikan informasi mengenai objek wisata dengan memperkenalkan keindahan, fasilitas dan wahana yang tersedia di Pantai Carocok sehingga masyarakat terbayang dan tertarik untuk berkunjung dan makna ini ditunjukkan untuk masyarakat luas.

III.1.1 Target Audiens

a. Demografis merupakan pengaruh golongan usia dan sosial, dari yang sudah mempunyai penghasilan dan masih dalam masa pendidikan terhadap penggunaan media massa. Kedua faktor tersebut menentukan ketersediaan waktu luang dan dana untuk menggunakan media. Usia mempengaruhi ketersediaan isi pada media. Kemudian posisi sosial, yang diwakili penghasilan, mengatur pola penggunaan media. Hafied changara (2013)
    - Usia : 17-21 tahun, Target audiens ini termasuk kriteria masyarakat yang tergolong produktif serta aktif melakukan kegiatan apapun baik di dunia nyata ataupun di dunia maya, internet/sosial media dan juga sering menghabiskan waktu libur untuk jalan-jalan Bersama temen maupun keluarga.
    - Jenis Kelamin : wanita 50% dan pria50%, berdasarkan dari hasil kuisioner online berbanding sama wanita dan pria suka menghabiskan waktu untuk berlibur dan mencari informasi melalui media online.
    - Pendidikan : Mahasiswa, karena lebih menyukai berpergian dan lebih aktif dengan media sosial dan selalu mencari informasi lebih jelas.

- Status Ekonomi : Menengah bawah dan atas, karena objek wisata bisa dinikmati dengan semua kalangan.

b. Psikografis : Menurut Sri Rumini & Siti Sundari (2004: 53) masa remaja adalah Mudah menerima informasi serta dapat menyebarluaskan informasi kepada lingkungan sekitar, teman atau keluarga terdekat, serta mengajaknya. Sesuai dengan khalayak sasaran ke dewasa tingkat akhir, karena mereka suka menghabiskan waktu libur untuk jalan-jalan Bersama teman ataupun keluarga.
c. Geografis : Masyarakat Luas, supaya masyarakat mengetahui keindahan yang ada di Kota Painan, Sumatera Barat. Serta menjadi referensi untuk menjadikan tempat wisata di saat hari libur.

III.2 Strategi Perancangan

Hal yang perlu dilakukan saat memberikan informasi adalah, melakukan strategi perancangan terlebih dahulu. Menurut Rizky (2011:140) strategi adalah proses pembuatan sesuatu yang melibatkan variasi pemecah masalahnya serta menggunakan komponen dan keterbatasan tertentu saat pengerjaannya.

Kurangnya media informasi mengenai objek wisata Pantai Carocok Painan, sehingga membuat masyarakat kurang mengetahui adanya objek wisata Pantai Carocok, dan fasilitas apa saja yang tersedia di Pantai Carocok Painan. Bukan hanya fasilitas tapi wahana, tempat menginap dan tempat makan sehingga pengunjung yang dari luar kota padang punya tujuan jika ingin berkunjung ke Pantai Carocok Painan. Oleh karena itu untuk mencapai hal tersebut perlu adanya strategi perancangan agar menyelesaikan masalah-masalah tersebut melalui ide-ide kreatif agar informasi yang disampaikan tepat kepada masyarakat.

Strategi perancangan yang dilakukan supaya informasi tentang objek wisata Pantai Carocok Painan diketahui dengan masyarakat luas, dengan melakukan observasi langsung ke lokasi dan melakukan wawancara ke beberapa pengunjung serta wawancara juga dan meminta data ke Dinas Pariwisita supaya mengetahui

permasalahan yang ada. Setelah menemukan permasalahan dari data-data yang dikumpulkan ternyata kurangnya media informasi yang dibutuhkan supaya masyarakat luas mengetahui dan mengenal keberadaan Pantai Carocok Painan.

III.2.1 Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi dari perancangan ini untuk mengenalkan nilai positif kepada masyarakat, sehingga masyarakat tidak ragu untuk berkunjung ke objek wisata Pantai Carocok Painan. Ingin memberikan informasi yang jelas dan detail mengenai informasi Pantai Carocok Painan, sehingga dapat menyelesaikan masalah-masalah dan ketidaktahunya masyarakat luas tentang keindahan objek wisata Pantai Carocok Painan.

III.2.2 Pendekatan Komunikasi

Menyampaikan informasi mengenai objek pariwisata Pantai Carocok Painan kepada masyarakat luas, dibutuhkan sebuah komunikasi agar informasi yang disampaikan bisa dimengerti masyarakat luas khususnya generasi remaja akhir sebagai target sasaran.

- Pendekatan Visual

  Pendekatan visual yang digunakan dalam media informasi ini supaya khalayak sasaran tidak merasa bosan, memiliki kemampuan besar untuk menginformasikan objek wisata Pantai Carocok Painan yang akan disampaikan serta lebih memiliki emosi melalui visualnya.

- Pendekatan Verbal

  Komunikasi verbal merupakan komunikasi yang terjadi antara komunikator dengan komunikan melalui lisan ataupun tertulis, karena lebih mudah untuk memahami pesan-pesan yang akan disampaikan (wantysastro.wordpress.com, 1 Juni 2013).

  Bahasa yang akan digunakan untuk memberikan informasi tentang Pantai Carocok Painan menggunakan Bahasa umum dan sederhana, karena Bahasa dapat mempengaruhi perilaku, pemikiran dan pengambilan sikap, karakteristik

Bahasa sangat mempengaruhi adanya proses pemikiran pada manusia supaya mudah di terima dan dipahami.

III.2.3 *Mandatory*

Mandatory merupakan Lembaga yang berhak untuk menerbitkan informasi, Pembuatan media informasi ini bertujuan untuk menginformasikan keberadaan Pantai Carocok Painan yang belum diketahui masyarakat luas. Usaha untuk menginformasikan keberadaan Pantai Carocok Painan telah dilakukan namun hanya sebatas media sosial seperti Instagram.

karena Pantai Carocok Painan dikelola oleh Dinas Pariwisata sejak tahun 2014 dengan adanya informasi yang berhak menerbitkan yaitu Dinas Pariwisata yang telah mengembangkan objek wisata Pantai Carocok painan. Supaya dapat membantu Dinas Pariwisata memberikan informasi mengenai pengembangan Pantai Carocok Painan, sehingga pengunjung yang berdatangan semakin bertambah dan penghasilan bisa digunakan untuk pengembangan Pantai Carocok kedepannya untuk menjadi tujuan wisata masyarakat luas.

III.2.4 Materi Pesan

Materi pesan yang ingin disampaikan ingin memberikan informasi objek wisata Pantai Carocok Painan, supaya masyarakat megetahui keindahan, fasilitas apa saja yang bisa mereka dapat saat berkunjung ke Pantai Carocok Painan. Maka dengan adanya video ini membantu memberikan gambaran dan informasi kepada masyarakat tentang keindahan dan fasilitas yang tersedia di Pantai Carocok Painan.

III.2.5 Gaya Bahasa

Gaya Bahasa merupakan bentuk komunikasi yang sangat di perlukan untuk penyampaian informasi. Perlu diperhatikannya perbedaan gaya bahasa dikarenakan berbahasa disaat berkomunkasi secara langsung dan melalui media cetak bisa jadi berbeda tetapi hal ini dapat menyesuaikan target audiens. Gaya Bahasa yang digunakan

Bahasa verbal menggunakan Bahasa Indonesia dengan menggunakan gaya Bahasa sederhana dan luas, serta 5% ada bahasa daerah Sumatera Barat.

III.2.6 Strategi Kreatif

Penyampaian informasi pada Pantai Carocok Painan kepada masyarakat dengan menggunakan pendekatan melalui media video yang menggambarkan keadaan pantai didukung dengan adanya *tagline*. Sehingga mampu memperkenalkan keberadaan objek wisata Pantai Carocok Painan dan mampu menarik perhatian khalayak untuk melihat, mengerti dan kemudian mengunjungi objek wisata Pantai Carocok Painan.

Menurut Patterson dan Radke (2009), media video banyak disukai masyarakat luas, karena media video bisa lebih dramatis dengan sentuhan efek gambar maupun suara, karena sebagian orang dipengaruhi oleh stimulus visual bisa mengandung informasi dengan tayangan yang singkat. Untuk pengambilan gambar dilakukan dengan sederhana, dengan pengambilan gambar *long shot* supaya semua pemandangan atau keindahan yang ada diobjek wisata tersebut terlihat dan pengambilan gambar zoom shot juga supaya gambaran tersebut jelas seperti pengunjung yang sedang bermain wahana dan mendapatkan emosi pengunjung. Tidak hanya pada pengambilan video saja tetapi alat yang diperlukan untuk membuat video profil perlu adanya kamera DSLR, lensa *wide* 11-16mm, lensa vario 24-70mm, *gopro, drone, dan tripod* sehingga membuat video lebih bagus.

- *Storyline*

  Storyline merupakan gambar yang disusun berurutan sesuai dengan naskah, dengan adanya storyline dapat meyampaikan ide cerita kepada orang lain dengan mudah. Karena bisa mengikuti khayalan seseorang mengikuti gambar-gambar yang sudah di buat, dan menghasilkan persepsi yang sama pada ide cerita yang sudah dibuat (filmmakerrstudio.wordpress.com, 29 September 2014).

  Pembuatan video sangat dibutuhkan cerita terlebih dahulu, karena cerita tersebut nanti akan menjadi media pembawa konten dan pesan yang ingin

disampaikan akan tersampaikan didalam video profil ini. Pesan yang akan disampaikan dalam video ini adalah Pantai Carocok Painan memiliki keindahan yang dapat dikunjungi wisatawan. Video profil ini mampu akan memberikan objek-objek keindahan yang ada di Pantai Carocok Painan sehingga wisata yang berkunjung bisa terbayang apa saja yang dapat dilakukan jika berkunjung ke Pantai Carocok Painan. Adanya *storyline* ini membantu memudahkan proses awal pembuatan video profil.

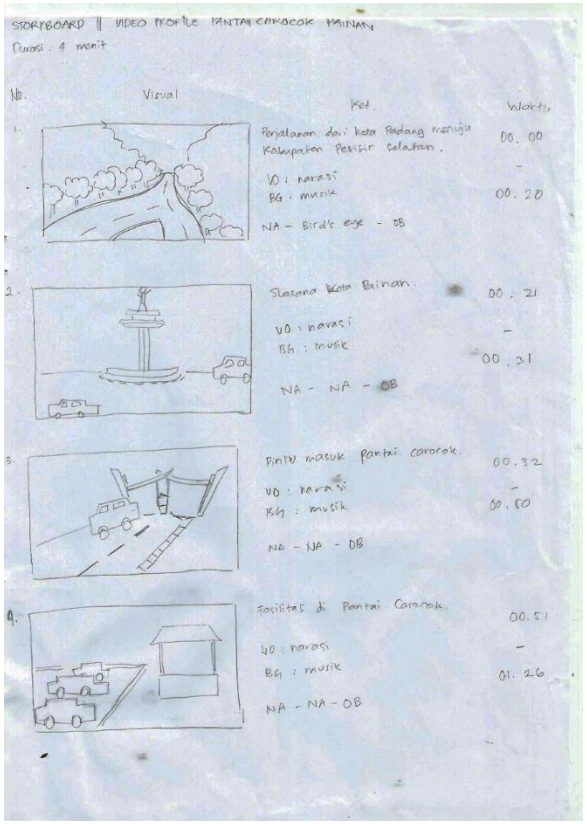
Tabel III.1 *Storyline* Video Profil
Sumber : Dokumentasi Pribadi Tahun 2018

STORYLINE FILM PROFIL **Durasi : 3 menit 47 detik**	
SCENE	**DESCRIPTION**
Perjalanan dari kota padang menuju kabupaten pesisir selatan	*VOICE OVER – Announcer*
Pintu masuk pantai carocok	Narasi : pengendara masuk ke objek wisata
Gazebo yang ada di pantai carocok	Narasi : pengunjung objek wisata
Suasana pantai carocok painan	Narasi : pengunjung menikmati keindahan pantai carocok
Keindahan pantai carocok painan	Narasi : Keindahan dari atas pantai carocok painan
Jembatan yang ada di pantai carocok painan	Narasi : jembatan pantai carocok painan

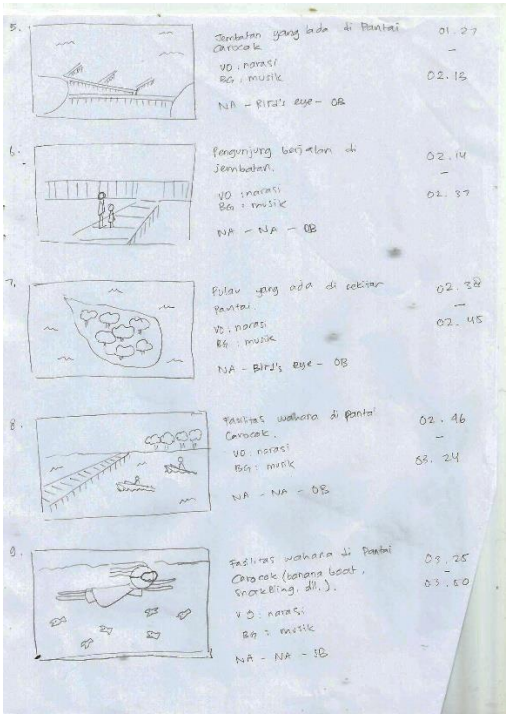
Berjalan di atas jembatan	Narasi : pengunjung berjalan di atas jembatan
Keindahan pulau cingkuak yang ada di panta carocok painan	Narasi : pulau cingkuak
Wahana-wahana yang bisa dinikmati oleh pengunjung	Narasi : wahana yang tersedia
Pengunjung memainkan wahana *banana boat*	Narasi : wahana *banana boat*
Pengunjung menikmati Permainan wahana *snorkelling*	Narasi : wahana *snorkeling*
Pengunjung menikmati Permainan wahana *jetsky*	Narasi : wahana *jetsky*
Pengunjung menikmati Permainan wahana f*lyng fox*	Narasi : wahana *flyng foax*
Suasana pengunjung bermain wahana yang ada di pantai carocok	Narasi : wahana pantai carocok
Keindahan pantai carocok painan, perahu sedang menyebrang	Narasi : keindahan pantai carocok
Terdapat karang di tengah laut pantai disaat menyebrang	Narasi : Karang Laut
Jembatan yang membentang di tengah laut	Narasi : Jembatan patai carocok
Ending	Super : ”Selesai”

- *Storyboard*

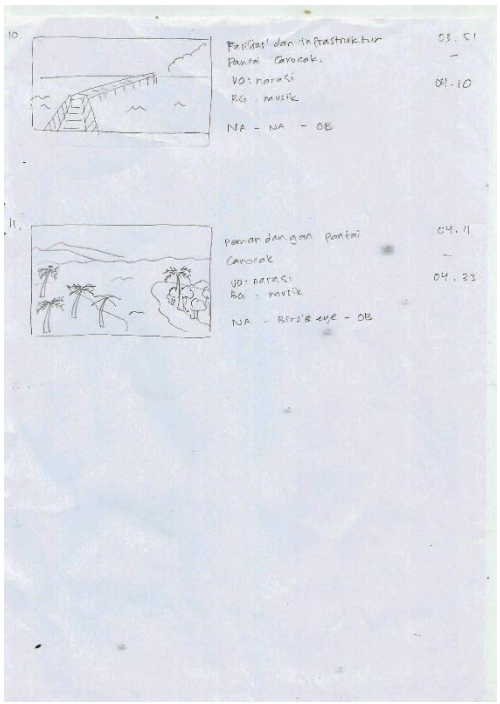
  Storyboard merupakan kelanjutan dari *storyline*, suatu konsep dan cerita melalui ilustrasi terlebih dahulu agar hasil akhir sesuai pengambilan yang diharapkan. Ilustrasi tersebut dapat dijadikan patokan sebagai hasil akhir sebuah media.



Gambar III.1 Ide Cerita 1
Sumber : Dokumentasi Pribadi Tahun 2018



Gambar III.2 Ide Cerita 2
Sumber : Dokumentasi Pribadi Tahun 2018



Gambar III.3 Ide Cerita 3
Sumber : Dokumentasi Pribadi Tahun 2018

- Alat yang digunakan saat pengambilan gambar

  1. Lensa

     Lensa merupakan alat pendukung kamera yang berfungsi menangkap gambar secara fokus. Lensa yang digunakan saat pengambilan gambar yaitu lensa wide 11-16mm dan lensa vario 24-70mm.



Gambar III.4 Lensa Vario 24-70mm
Sumber : www.pondoklensa.com (Diakses pada 07/08/2018)



Gambar III.5 Lensa Wide 11-16mm
Sumber : www.siputro.com (Diakses pada 07/08/2018)

  2. *Drone*

     Drone sudah dilengkapi dengan kamera yang dapat dipakai sebagai mata pilot, sehingga gambar yang di hasilkan lebih luas. *Drone* yang digunakan *DJI Phantom 4* ketinggian 300 dari permukaan tanah, jarak tempuh dari pilot 700 meter.



Gambar III.6 Drone DJI Phantom 4
Sumber : www.dji.com (Diakses pada 07/08/2018)

3. *B-Pro*

   Kamera *B-pro* ini digunakan saat pengambilan pengunjung menikmati wahana yang ada di objek wisata.



Gambar III.7 Kamera B-Pro
Sumber : www.elevenia.co.id (Diakses pada 07/08/2018)

4. *Tripod*

   Penyaggal kamera agar tidak mengalami goyangan saat proses pengambilan gambar.



Gambar III.8 Tripod
Sumber : www.apni-tech.com (Diakses pada 07/08/2018)

5. Editing

   Editing merupakan jiwa dari sebuah video tentu melalui proses editing. Suatu proses memilih, mengatur, dan menyusun shot-shot dalam satu *scene* menjadi *sequence* yang akhirnya merupakan rangkaian shot yang bertutur tentang suatu cerita yang utuh. Proses editing menggunakan Adobe Premiere CS6.

6. Merekam Suara

   Menurut sarwo Nugroho (2014:201). Merekam suara merupakan suatu usaha mendokumentasikan informasi berupa suara, kemudian menyimpan informasi suatu saat kita medengar kembali untuk tujuan tertentu. video profil Pantai Carocok juga menggunakan merekam suara, supaya masyarakat tidak hanya melihat gambar yang ada pada video profil ini tapi mendengar informasi yang di sampaikan pada video profil Pantai Carocok Painan.

7. Durasi

   Durasi dalam video ini 3 menit 52 detik untuk sebuah video profil. Jika menggunakan durasi yang Panjang namun konten tidak seimbang maka masyarakat yang melihat video tersebut akan bosan.

III.2.7 Strategi Media

Penggunaan media yang akan dipilih adalah yang sangat maksimal untuk menginformasikan keberadaan objek wisata Pantai Carocok Painan beserta daya tarik yang dimiliki pada Pantai Carocok Painan, sehingga meningkatkan lagi jumlah pengunjung untuk berwisata ke Pantai Carocok Painan seperti yang diharapkan, untuk pengaplikasikan media harus konsisten agar ketepatan dan kesesuian akan mencapai hasil yang maksimal dan diterima dengan masyarakat luas.

Media dapat dimanfaatkan untuk penyampaian pesan sehingga dapat dikemas dengan semenarik mungkin. Strategi media harus disesuaikan dengan target supaya target tertarik. Untuk pemilihan media sesuai dengan kebutuhan, baik waktu pembuatan maupun visual yang ditampilkan agar mudah di mengerti dengan masyarakat, media-media tersebut adalah :

- Media Utama

  Strategi yang paling diutamakan untuk memberikan pesan yang akan disampaikan ke khalayak sasaran. Media utama yang digunakan dalam perancangan informasi ini melalui video profil, karena masyarakat membutuhkan video profil untuk melihat gambaran fasilitas yang ada pada di Pantai Carocok Painan.

  Menurut Patterson dan Radke (2009), Video profil merupakan jenis promosi yang bisa digunakan untuk mempromosikan tempat wisata, perusahaan. Media video menjadi bentuk baru untuk dalam sebuah presentasi ke publik. Kebanyakan orang lebih suka mendengar dan menonton di banding untuk membaca.

1. Video Profil

   Digunakan sebagai media utama, karena Video Profil memiliki keunggulan untuk menginformasikan keberadaan objek wisata dan keindahan yang ada pada objek wisata Pantai Carocok Painan, dengan adanya Video Profil masyarakat bisa melihat langsung visual keindahan pantai dan fasilitas apa saja

yang disediakan pada pantai tersebut. Video profil ini akan ditampilkan di *youtube* sehingga masyarakat bisa melihat langsung keindahan yang ada di Pantai Carocok Painan melalui video profil.

- Media Pendukung

  Setelah media utama terdapat media lainnya sebagai penambah untuk mengenalkan media utama yaitu media pendukung.

1. Brosur

   Brosur merupakan halaman yang dapat dilipat memuat informasi tertulis secara singkat dan lengkap mengenai perusahaan atau organisasi. Menampilkan informasi secara detail mengenai objek wisata Pantai Carocok Painan, sehingga sasaran dapat membayangkan hal-hal menarik apa saja yang akan di dapatkan saat berkunjung ke objek wisata Pantai Carocok Painan (www.sepengetahuan.com, 18 November 2016).
2. Poster

   Poster merupakan media publikasi yang terdiri dari tulisan gambar atau kombinasi antar keduanya dengan tujuan memberikan informasi. Poster media pendukung yang paling umum ditemui karena poster dinilai lebih efektif untuk mencari perhatian khalayak umum. (http://www.sumberpengertian.co, 13 Juni 2018)
3. X-banner

   X-banner merupakan media untuk menyampaikan informasi berbentu banner dengan konstruksi penyangga berbentuk “X” sehingga bisa berdiri sendiri. Berguna supaya masyarakat melihat keindahan yang ada di x-banner membuat masyarakat semakin penasaran. (www.facebook.com, 15 September 2014)
4. Kalender

   Kalender adalah bagian-bagian yang selalu berulang dalam satu tahun, dan bermanfaat bagi masyarakat atau individu. Karena kalender dapat dirancang dalam berbagai bentuk ukuran misalnya kalender meja, dinding, harian dan

lain-lain. Selain itu desain huruf, tatak letak dan jenis pesan dapat disesuaikan dengan target dari kalender mengenai informasi yang dibuat (spesialiskalender.com, 20 Februari 2015).

5. Sosial Media

   Sosial media merupakan sebuah media online dimana para pengguna bisa saling berkomunikasi. Dengan adanya media sosial audiens dapat dengan mudah mendapatkan informasi mengenai objek wisata Pantai Carocok, beberapa media sosial yang akan dibuat melalui Instagram dan Facebook. (medium.com, 10 Maret 2018)

6. Sticker

   Stiker merupakan lembaran kertas kecil atau plastik yang bisa ditempelkan pada benda, memuat nama, sifat, isi, ataupun asal. Media promosi berbentuk sticker disalurkan melalui penjual tiket masuk Pantai Carocok Painan dan menyampaikannya dengan cara membagikan langsung dengan pengunjung sebagai pegingat dikemudian hari (akrilikexpress.com, 15 September 2015).

7. Gantungan kunci

   Gantungan kunci merupakan benda yang dapat menggantungkan kunci bisa terbuat dari plastic atau yang lainnya. Benda yang banyak sekali digunakan masyarakat baik dikunci rumah maupun kunci kendaraan ataupun pada tas (ivaniameilina.blogspot.com, 26 Februari 2014).

8. T-Shirt

   T-Shirt merupakan pakaian sederhana untuk menutupi tubuh bagian atas. Media yang sangat berguna untuk kehidupan sehari-hari (www.konveksia.com, 12 Desember 2017).

9. Mug

   Mug merupakan sebuah tempat yang digunakan untuk menaruh minuman apapun. Merupakan media pengingat yang sangat cocok untuk memberikan informasi melalui gambar yang ada di mug tersebut (chintyawulan.wordpress.com, 3 Juni 2013).

III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran

Target sasaran untuk memberikan informasi mengenai objek wisata Pantai Carocok Painan yang ada di Kabupaten Pesisir Selatan yang diperuntukkan pada remaja akhir dengan usia 17-21 tahun yang belum mengetahui adanya objek wisata Pantai Carocok Painan maka strategi distribusi akan dilakukan melalui :

- Media *online* : karena remaja akhir saat ini pada zaman yang modern sudah memiliki barang elektronik seperti handphone dan laptop sehingga dengan mudah mendapatkan informasi melalui media online.
- Media cetak : ada jam-jam tertentu untuk memberikan informasi melalui media cetak dan tempat yang tepat untuk melihat media cetak pada disaat perjalanan maupun tempat tertentu lainnya.

Disribusi pada media utama dimana target sasaran sedang melakukan akses internet pada saat pagi ataupun malam hari, biasanya kalau pagi setelah bangun tidur target sasaran mengakses internet pada jam 08.00-09.00 sedangkan pada malam hari jam 21.00-22.00 sebelum tidur.

Distribusi pada media pendukung pada jam beraktifitas dengan kesibukan masing-masing disaat berangkat ke kampus, nongkrong dengan teman-teman, di area parkir atau cafe-cafe tertentu.

Tabel III.2 Jadwal Disribusi Media
Sumber: Dokumentasi pribadi tahun 2018

No	Media	September 2018				Oktober 2018			
1	Brosur								
2	Poster								
3	X-banner								
4	Youtube								
5	Instagram								
6	Facebook								

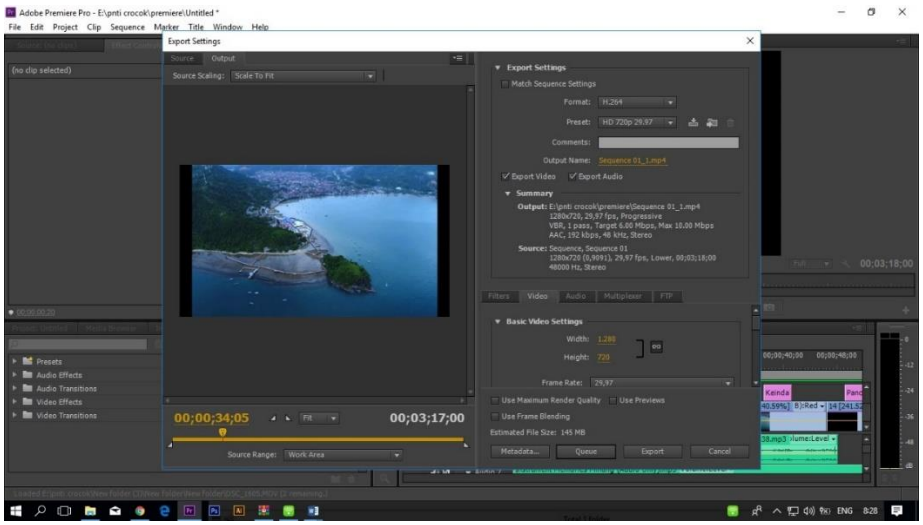
7	sticker								
8	Mug								
9	Baju								
10	kalender								

III.3 Konsep Visual

Konsep visual dalam pembuatan film merupakan elemen yang berupa effect video, music, narasi, efek warna dan Teknik pengambilan gambar seperti video supaya penyampaian informasi tidak terlalu membosankan diliat dengan target sasaran sehingga membuat menarik perhatian target sasaran agar mudah dimengerti informasi yang disampaikan.

III.3.1 Format Desain

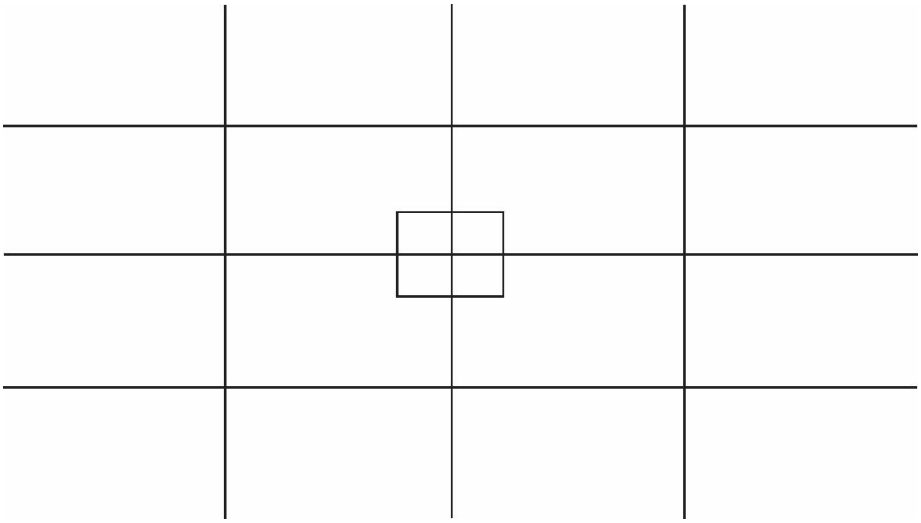
Format desain yang digunakan untuk media adalah ukuran 1280 x 720 dengan durasi film 3 menit 52 detik dan terdapat pada awal video adanya logo dinas pariwisata kabupaten pesisir selatan yang menandakan kalau video ini resmi dapat informasi langsung dari dinas pariwisata. Setelah itu terdapat tagline “keindahan painan nan elok”.



Gambar III.9 Format Desain
Sumber : Dokumentasi pribadi tahun 2018

III.3.2 Tata Letak

Adanya kesederhanaan, hal ini bertujuan agar tampilan video dapat dinikmati dengan adanya visual keindahan yang ada pada objek tersebut sehingga target sasaran tidak bosan melihat video dan tata letak yang digunakan pada tampilan media informasi lainnya yang berjenis *portrait* atau *landscape*. Penggunaan *Grid system* 4x4 dari layer kamera, dengan *resolusi* 1280x720p, ISO 400, *frekuensi* 5,6.



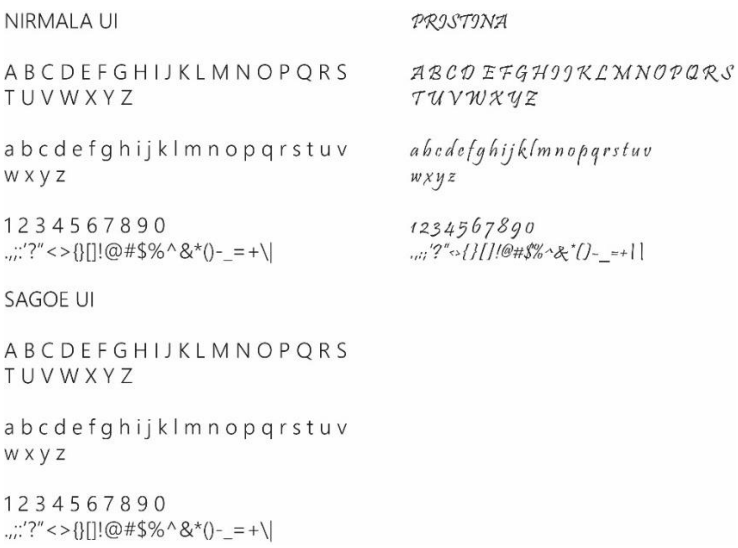
Gambar III.10 *Grid System*
Sumber : Dokumentasi pribadi tahun 2018

III.3.3 Tipografi

Menurut Nurul muslimin (2018:16) Tipografi peran penting dalam setiap karya desain yang berlangsung dari setiap masa ke masa yang bersentuhan dengan peradaban manusia, Tipografi merupakan bagian yang tidak akan lepas dengan desain, ilmu yang berkaitan dengan tulisan dan berfungsi sebagai media untuk berkomunikasi. Tipografi dipilih untuk perancagan informasi ini adalah huruf *sans-serif*, karena huruf *sans-serif* memiliki tampilan yang nyaman dibaca dan dapat dilihat dengan jelas, selain itu pada jenis huruf ini kesan yang ditampilkan adalah kesan kesederhanaan dan santai.

Tagline merupakan ungkapan pendek atau kalimat yang menyoroti pesan. *Tagline* pada media supaya masyarakat mudah diingat dan dapat memperkuat pesan, sehingga

tagline yg digunakan pada video dan media yaitu “Keindahan Painan Nan Elok”. Tipografi pada tagline menggunakan jenis huruf Pristina, supaya masyarakat yang melihat jelas pesan yang ada pada tagline tersebut menampilkan keindahan yang ada di Kota Painan, sedangkan pada judul media menggunakan jenis huruf Nirmala UI karena masyarakat yang melihat jelas dan tipografi ini menyamakan dengan penulisan Pantai Carocok Painan yang ada di Kawasan objek wisata tersebut hanya bedanya judul pada media tampilannya *regular* bukan *bold*.



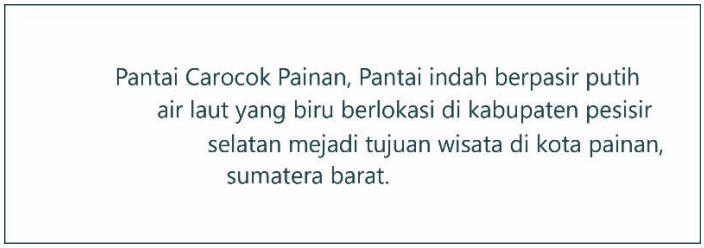
Gambar III.11 Jenis Huruf
Sumber: Dokumentasi Pribadi tahun 2018

- Nirmala UI merupakan jenis huruf *sans serif*, tipografi ini digunakan pada judul media.



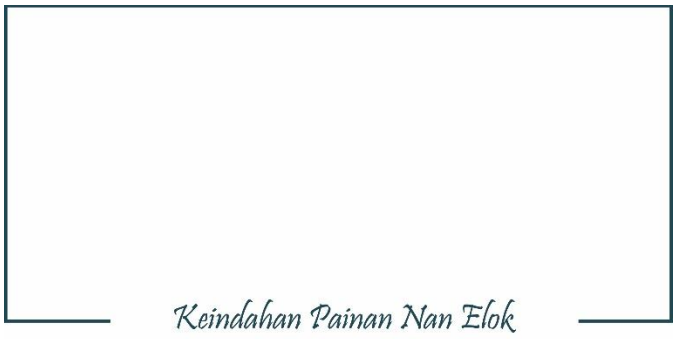
Gambar III.12 Tipografi Judul Media
Sumber: Dokumentasi Pribadi tahun 2018

- Sagoe UI merupakan jenis huruf sans *serif*, tipografi ini digunakan pada isi/pesan yang ada di media.



Gambar III.13 Tipografi Isi pada Media
Sumber: Dokumentasi Pribadi tahun 2018

- Pristina merupakan jenis huruf serif, tipografi ini digunakan pada tagline yang ada di setiap media.



Gambar III.14 Tipografi Tagline
Sumber: Dokumentasi Pribadi tahun 2018

III.3.4 Illustrasi

Illustrasi yang ditampilkan pada perancangan informasi untuk membantu menggambarkan kondisi objek wisata pantai carocok saat ini ke khalayak sasaran menggunakan teknik video. Tempat yang ditargetkan menjadi lokasi untuk pengambilan gambar yaitu wilayah pintu masuk kabupaten pesisir selatan dari padang, kota painan, pintu masuk objek wisata, keindahan objek wisata dan fasilitas yang tersedia di tempat pariwisata tersebut.

Illustrasi yang ditampilkan pada perancangan informasi media pendukung, terdapat bidang yang berbentuk seperti peta sehingga menggambarkan peta Kawasan Pantai Carocok Painan dengan ditambahkan gambaran Kawasan Pantai Carocok Painan. Pengambilan gambar dari sisi atas sehingga menampilkan gambar yang luas akan keindahan yang ada di Pantai Carocok Painan.



Gambar III.15 Peta Kawasan Pantai Carocok Painan
Sumber: orubecan.wordpress.com (Diakses pada 23 Apil 2012)



Gambar III.16 Illustrasi yang ditampilkan Pada Media Pendukung
Sumber: Dokumentasi Pribadi tahun 2018



Gambar III.17 Perjalanan Menuju Kota Painan
Sumber: Dokumentasi Pribadi tahun 2018



Gambar III.18 Pintu Masuk Pantai Carocok
Sumber: Dokumentasi Pribadi tahun 2018



Gambar III.19 Pantai Carocok
Sumber: Dokumentasi Pribadi tahun 2018

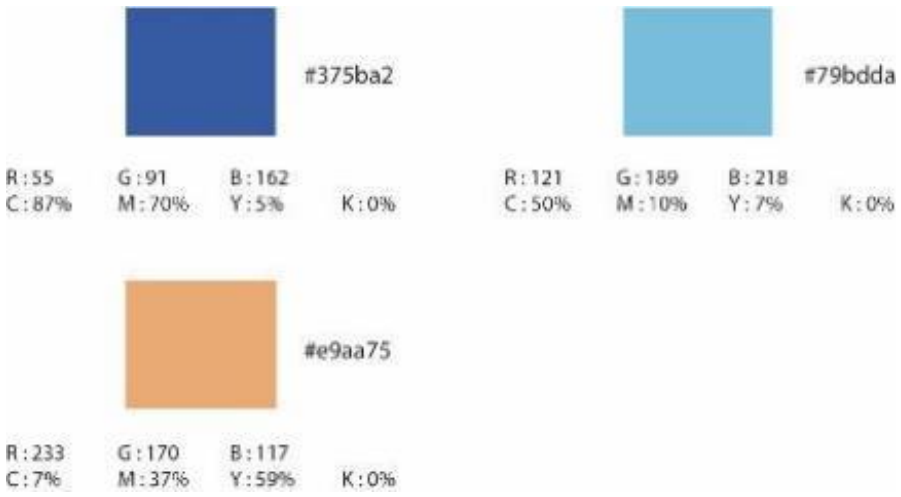


Gambar III.20 Suasana Pantai Carocok
Sumber: Dokumentasi Pribadi tahun 2018

III.3.5 Warna

Variasi warna menyebabkan emosi yang berbeda pada setiap orang, pilihan warna akan mendapatkan efek langsung pada target sasaran untuk perancangan informasi. Karena setiap warna ditentukan positif atau negatif Penting dari emosi yang menghubungkannya, mungkin bisa disebut dengan makna warna. Maksudnya bahwa warna akan mempengaruhi emosional target sasaran. Husna widyani (2016)

Perancangan informasi ini menggunakan tema berwana biru karena biru merupakan warna yang disukai pria maupun wanita dan biru merupakan warna paling sejuk dimata indentik dengan warna air laut yang biru dan langit yang biru pada objek wisata tersebut. Warna biru ini warna paling penting disetiap media yang dibuat. Logo serta *tagline* yang ada pada media menggunakan warna biru, karena mengikuti keindahan air laut Pantai Carocok. warna orange memberi kesan hangat dan semangat, karena warna orange ini identik dengan warna jembatan yang ada di objek wisata Pantai Carocok Painan. Maka perancangan informasi ini membuat nyaman di mata target sasaran yang melihat informasi objek wisata.



Gambar III.21 Jenis Warna
Sumber: Dokumentasi Pribadi tahun 2018