BAB III. STRATEGI PERANCANGAN & KONSEP DESAIN

Strategi perancangan yang akan dilaksanakan di objek wisata "Dayeuh Wisata" yaitu berkaitan dengan kurangnya perhatian pengelola terhadap media informasi berupa *sign system* (petunjuk arah, tanda, dan rambu-rambu) ditujukan kepada wisatawan yang berkunjung, sebagai pemecahan masalah penulis melakukan perancangan media informasi berupa *sign system.* Dengan tujuan untuk mempermudah wisatawan memahami zona wisata yang ada di objek wisata "Dayeuh Wisata" dan juga memudahkan wisatawan menemukan fasilitas-fasilitas yang ada di objek wisata "Dayeuh Wisata". Diharapkan dapat memberikan kenyamanan pada para pengunjung dalam menikmati fasilitas yang ada pada area wisata "Dayeuh Wisata". Strategi pemecahan masalah yang dilakukan yaitu dengan cara menyampaikan informasi melalui media *sign system* yang didalamnya terdapat hal-hal mengenai petunjuk arah, himbauan, dan juga larangan yang ada pada zona wisata tersebut.

III.1 Khalayak Sasaran

Menurut Prisgunanto (2006) khalayak sasaran adalah pihak yang terlibat dalam satu organisasi, baik dalam proses komunikasi atau mereka yang berada diluar organisasi itu sendiri. Jadi dapat disimpulkan khalayak sasaran adalah target *audience* atau objek yang ditentukan kepada siapa karya ini akan tujukan. Adapun untuk faktor-faktor didalamnya meliputi:

III.1.1 Segmentasi Demografis

Segmentasi demografis adalah pembagian kelompok berdasarkan beberapa variabel diantaranya usia, jenis kelamin, pendidikan, status ekonomi dan lain-lain.

- Usia : 18-30 tahun
- Jenis kelamin : Laki-laki dan Perempuan

  Gender khalayak ini ditujukan untuk jenis kelamin laki-laki dan perempuan karena wisatawan yang mengunjungi objek wisata "Dayeuh Wisata"

umumnya berjenis kelamin laki-laki dan perempuan.

- Pendidikan : SMA (Sekolah Menegah Atas)
- Status ekonomi : Kalangan menegah kebawah

  Status ekonomi khalayak ini ditujukan kepada semua kalangan, namun dikhususkan kepada kalangan menengah kebawah.

Khalayak sasaran dengan rentang usia 18-40 tahun berada digolongan dewasa dini adalah sasaran yang tepat untuk mendapatkan edukasi berupa informasi jenis tanaman dari tanaman herbal sampai dengan tanaman hias. Alasan penulis mengambil sasaran khalayak dengan rentang usia 18-40 tahun dikarenakan pada rentang usia dewasa dini individu sudah bisa berpikir dengan objektif, berfikir logis dan bisa mencerna dengan baik nilai-nilai edukasi sebagai hal yang penting (Hurlock, 2002). Pada sasaran khalayak ini diharapkan individu mendapatkan informasi yang mengandung unsur edukasi mengenai tanaman.

III.1.2 Segmentasi Geografis

Segmentasi Geografis adalah pembagian pasar berdasarkan jangkauan wilayah. Dikarnakan media informasi akan digunakan apabila ada seseorang yang berkunjung maka target sasaran yang dituju adalah wisatawan yang berada di objek wisata "Dayeuh Wisata" mulai dari wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara.

III.1.3 Psikologis

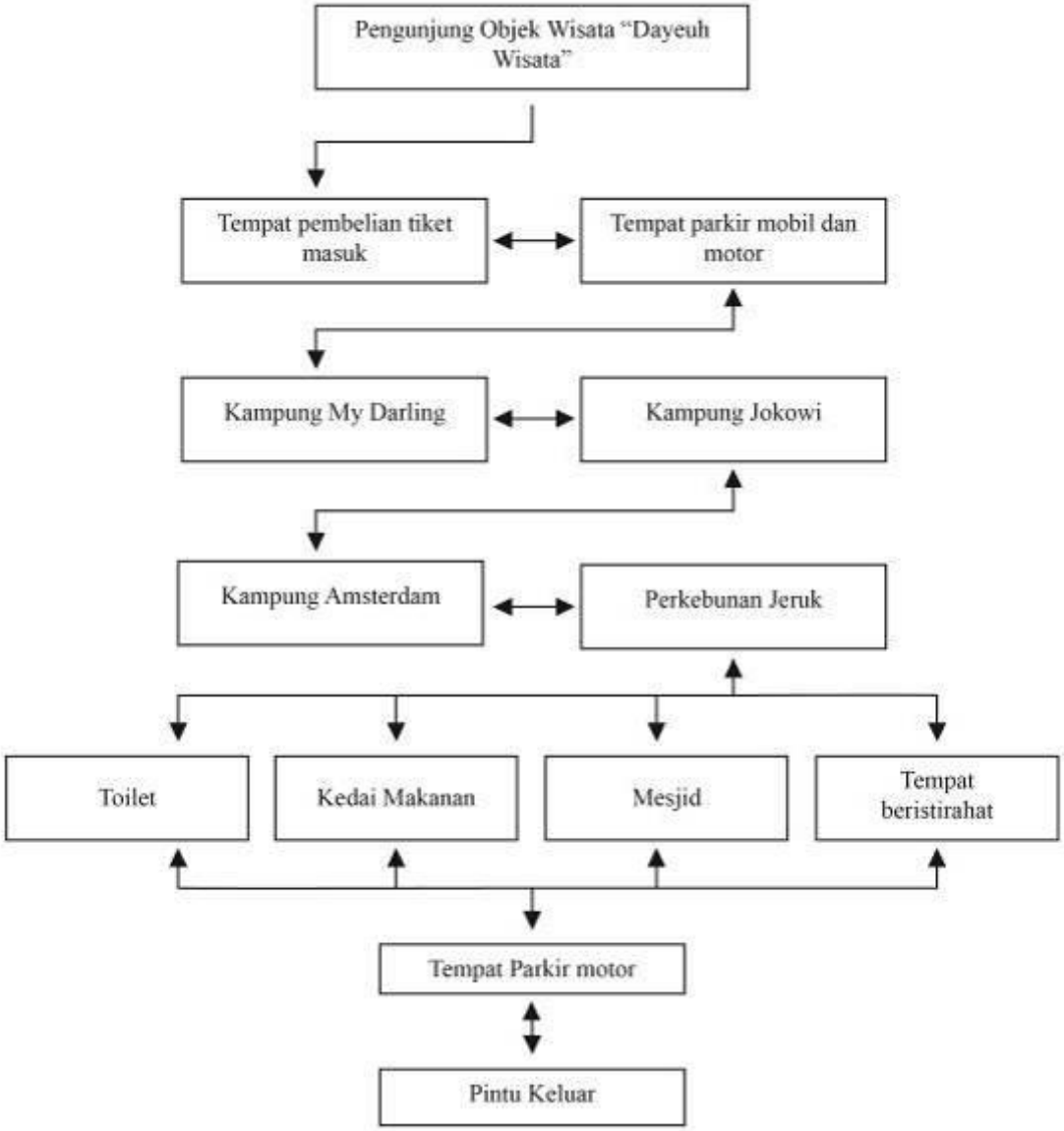
Segmentasi psikologis dewasa dini adalah masa peralihan dari masa remaja. Masa ini ditandai dengan pencarian identitas diri. Identitas diri ini didapat sedikit demi sedikit sesuai dengan umur kronologis (Hardiansah, 2018)

III.1.4 *Costumer Journey*

Tujuan penulis dalam melakukan riset *costumer journey* untuk mengupayakan kemudahan penyampaian pesan dalam proses komunikasi. Dalam hal ini penulis

mengambil kebiasaan pengunjung pada saat berkunjung ke objek wisata "Dayeuh Wisata", dibuat dalam bentuk tabel yang menggambarkan arus yang sering terjadi di objek wisata "Dayeuh Wisata"

Tabel III.3 *Costumer Journey*
Sumber: Dokumen Pribadi



Dari uraian tabel diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa target sasaran dari perancangan informasi objek wisata "Dayeuh Wisata" adalah dewasa dini dengan rentang usia 18-40 tahun, berjenis kelamin laki-laki maupun perempuan yang sedang berkunjung ke objek wisata "Dayeuh Wisata" termasuk wisatawan

domestik maupun wisatawan mancanegara yang ingin dengan mudah menemukan beberapa zona wisata yang ada di objek wisata “Dayeuh Wisata” tanpa kebingungan.

III.2 Strategi Perancangan

Setelah penulis melakukan observasi, riset, wawancara dan penyebaran kuesioner penulis menemukan beberapa fenomena yang nantinya dijadikan bahan untuk melakukan perancangan. Pengumpulan data dilakukan di kawasan objek wisata “Dayeuh Wisata” yang berada di desa Sukatani, kecamatan Cilawu, kabupaten Garut, Provinsi Jawa Barat, setelah mengamati perilaku pengunjung penulis menarik kesimpulan permasalahan yang terjadi di objek wisata “Dayeuh Wisata”.

Objek wisata “Dayeuh Wisata” merupakan objek wisata yang saat ini sedang berkembang pada tahun kedua dari awal mula didirikannya, memiliki daya tarik dengan zona wisata yang dibentuk oleh semangat masyarakat desa Sukatani. Objek wisata “Dayeuh wisata” ini didalamnya terdapat banyak fasilitas yang mendukung bagi wisatawan, untuk menunjang dan memberikan pelayanan yang lebih baik maka dari itu harus ada media yang mampu memberikan informasi berupa letak, arah, dan regulasi dari masing-masing zona wisata dan fasilitas tersebut.

Strategi perancangan yang akan dilakukan yaitu membuat informasi sistem tanda. Dalam merancang sistem tanda yang baik membutuhkan strategi perancangan yang matang, agar karya yang dihasilkan dapat berguna dan juga bermanfaat bagi pihak manapun.

III.2.1 Tujuan Komunikasi

Tujuan Komunikasi merupakan proses interaksi antara dua orang atau lebih baik itu verbal atau non-verbal yang dilakukan lansung ataupun dengan media sebagai perantaranya yang didalamnya harus terdapat pesan yang memiliki tujuan tertentu.

Tujuan komunikasi dari perancangan ini memuat pesan yang berarti bagi target sasaran, berikut tujuan utama komunikasi yaitu:

- Memberikan informasi terkait fasilitas yang ada di objek wisata "Dayeuh Wisata"
- Memberikan informasi jalur menuju zona wisata yang ada di objek wisata "Dayeuh Wisata"

III.2.2 Pendekatan Komunikasi

Dalam strategi perancangan ini menggunakan pendekatan komunikasi yang memiliki 2 poin utama yang akan menjelaskan maksud dari tujuan perancangan ini dibuat yaitu:

III.2.2.1 Pendekatan Verbal

Pendekatan verbal yang digunakan yaitu dengan Bahasa Indonesia karena objek wisata "Dayeuh Wisata" ini berada di negara Indonesia dan pada umumnya wisatawan didominasi oleh masyarakat Indonesia.

III.2.2.2 Pendekatan Visual

Pendekatan visual yang akan disampaikan menggunakan pendekatan simbolik. Pendekatan simbolik yang digunakan menggunakan bentuk visual yaitu gaya visual *outline* simbol, gaya visual ini dapat mempermudah pengunjung untuk memahami informasi dengan baik, dengan gaya visual *outline* simbol, menampilkan ciri khas dari berbagai kampung yang ada, sehingga diharapkan wisatawan yang berkunjung ke objek wisata "Dayeuh Wisata" dengan mudah untuk memahami visual yang ada.

Skema warna yang digunakan diambil dari skema warna yang berasal dari logo "Dayeuh Wisata" dimaksudkan untuk tidak menghilangkan identitas dari "Dayeuh Wisata".

III.2.3 Mandatory

Perancangan ini melibatkan objek wisata "Dayeuh Wisata" yang berada di desa Sukatani, kecamatan Cilawu, kabupaten Garut, provinsi Jawa Barat sebagai lokasi dimana media informasi akan ditempatkan.



Gambar III.25 Logo "Dayeuh Wisata"
Sumber: Data lapangan (2018)

III.2.4 Materi Pesan

Materi berupa pesan yang akan disampaikan melalui perancangan sistem tanda antara lain:

- Menampilkan visual dari berbagai ciri khas dari masing-masing kampung yang ada di objek wisata "Dayeuh Wisata"
- Memberikan informasi berupa filosofi dari setiap kampung dengan keunikannya
- Memberikan informasi mengenai fasilitas yang ada seperti tempat parkir, mesjid, kedai makanan, toilet, lapangan bola, dan lapangan tenis
- Memberikan informasi berupa peta kreatif
- Menampilkan logo atau slogan dibeberapa desainnya
- Memberikan informasi larangan
- Memberikan informasi berupa arah untuk mempermudah wisatawan menemukan fasilitas yang ada.

III.2.5 Gaya Bahasa

Gaya bahasa yang digunakan dalam perancangan media informasi objek wisata "Dayeuh Wisata" adalah bahasa tidak resmi karena melihat keseharian khalayak sasaran, tujuannya agar pesan tersampaikan dan mudah untuk dimengerti.

Bahasa yang digunakan gaya bahasa dengan nada sederhana, karena gaya bahasa ini bisa dipakai untuk memberi pelajaran, intruksi dan sebagainya kepada sasaran khalayak. Berdasarkan jenisnya perancangan ini menggunakan gaya bahasa deskriptif yang bersifat jelas dan detail, tujuannya untuk memberikan informasi sedetail mungkin kepada pengunjung objek wisata "Dayeuh Wisata".

III.2.6 Strategi Kreatif

Teknis penyajian informasi yang digunakan yaitu dengan cara memberikan informasi zona wisata yang ada.

III.2.7 Strategi Media

Strategi untuk membuat media di objek wisata "Dayeuh Wisata" yang dapat menginformasikan mengenai zona wisata, fasilitas, dan juga regulasi yang ada di zona wisata membutuhkan media informasi dan juga media pendukung lainnya.

III.2.7.1 Media Utama

Media utama yang digunakan untuk perancangan informasi objek wisata "Dayeuh Wisata" disesuaikan berdasarkan permasalahan yang telah disimpulkan berdasarkan hasil dari observasi yaitu kurangnya media informasi yang dapat memberikan informasi tentang zona wisata dan fasilitas yang terdapat dikawasan objek wisata "Dayeuh Wisata". Dengan demikian penulis mengambil media utamanya adalah *sign system* (sistem tanda).

Menurut Susiyo Guntur (2013) kriteria dari *sign system* yang baik yaitu mudah dipahami, mudah dibaca, tidak ada ambiguitas, penempatanya benar, bersifat jangka panjang, dan lain sebagainya. Dapat disimpulkan bahwa sebuah tanda yang

memiliki suatu pesan didalamnya harus benar-benar tersampaikan yang didukung oleh kriteria-kriteria tersebut.

Pemilihan *sign system* sebagai media utama adalah sebagai cara untuk mengatasi permasalahan yang ada di objek wisata "Dayeuh Wisata" seperti kurangnya media informasi yang mampu menjelaskan secara deskriptif mengenai zona wisata serta berbagai fasilitas dan tata tertib yang berlaku di objek wisata "Dayeuh Wisata"

Menurut Gibson (2009) *Sign system* dibagi kedalam 4 jenis yaitu tanda identifikasi (*identification sign*), tanda petunjuk arah (*directional sign*), tanda orientasi (*orientation sign*), dan tanda regulasi (*regulatory sign*).

Berdasarkan permasalahan yang ada, perancangan informasi objek wisata "Dayeuh Wisata" ini menggunakan tiga jenis *sign system* sebagai media utama antara lain:

1. Tanda Pengenal (*Identification Sign*)

   Sign system jenis ini digunakan untuk menandakan zona wisata yang ada di objek wisata "Dayeuh Wisata". Tanda Pengenal (*identification sign*) objek wisata "Dayeuh Wisata" ini terdiri dari empat zona wisata yang merupakan daya tarik utama dari objek wisata, yaitu diantaranya:

   - Kampung My Darling
   - Kampung Jokowi
   - Kampung Amsterdam

   Tanda Pengenal (*Identification Sign*) di bawah ini merupakan beberapa fasilitas yang berada di objek wisata "Dayeuh Wisata" diantaranya:

   - Tempat loket tiket
   - Tempat parkir
   - Lapangan Tenis
   - Lapangan Bola
   - Tempat Makan
   - Mesjid

- Pabrik pengelolaan teh
- Toilet Pria
- Toilet Wanita
- Tempat wudu
- Perkebunan Jeruk

2. Tanda Petunjuk Arah (*Directional Sign*)

   Sign system jenis ini dibutuhkan karena dari hasil observasi yang penulis lakukan dengan meninjau permasalah yang ada. Dimana permasalahan yang didapatkan yaitu wisatawan kesulitan pada saat mencari zona wisata begitu juga dengan fasilitas yang ada. Oleh karena itu objek wisata "Dayueh Wisata" membutuhkan tanda petunjuk arah (*directional sign*) agar menjaga sirkulasi pengunjung tetap terkendali ketika pengunjung datang berkelompok.

   Tanda petunjuk arah (*directional sign*) yang dibuat tujuannya membantu wisatawan dalam menemukan zona wisata dengan mudah dan praktis, maka diperlukan:

   - Petunjuk arah kampung My Darling
   - Petunjuk arah kampung Jokowi
   - Petunjuk arah kampung Amsterdam

3. Tanda Larangan dan Peringatan (*Regulatory sign*)

   Sign system ini dibuat untuk menginformasikan kepada pengunjung tentang tata tertib, larangan, dan peraturan pada saat mengunjungi objek wisata "Dayeuh Wisata". Bisa juga memberikan informasi seperti tindakan apa saja yang tidak boleh dilakukan atau anjuran hal apa saja yang seharusnya diperhatikan di kawasan objek wisata "Dayeuh Wisata".

   Ada beberapa peraturan yang berlaku di objek wisata "Dayeuh Wisata" antara lain:

- Dilarang merusak tanaman
- Dilarang masuk
- Dilarang buang sampah di area ini.

Ada beberapa anjuran yang seharusnya diperhatikan di objek wisata "Dayeuh Wisata" antara lain:

- Buang sampah pada tempatnya
- Kunci ganda kendaraan
- Simpan kembali alat shalat
- Gunakan sandal ketika berwudu
- Batas Suci
- Pastikan Kendaraan terkunci
- Bergantian ketika berwudu
- Arah kiblat
- Matikan suara *handphone.*

III.2.7.2 Media Pendukung

Sebuah media utama kurang lengkap apabila tidak diiringi oleh media pendukung, media ini bersifat sebagai pelengkap media utama, beberapa media pendukung antara lain:

1. Peta Kreatif (*Infotaiment Map*)

Infotaiment map atau peta kreatif adalah informasi berupa visual yang menggambarkan keseluruhan tempat dalam skala kecil, tetapi terdapat unsur visual yang menarik didalamnya, sehingga membuat seseorang yang melihat tertarik untuk melihatnya. *Infotaiment map* berbeda dengan map, *infotaiment map* lebih menonjolkan unsur estetika sehingga lebih dimengerti oleh sasaran khalayak. Media peta kreatif digunakan sebagai panduan untuk mengetahui keseluruhan dari objek wisata "Dayeuh Wisata" didalamnya terdapat informasi beserta letak denahnya. Media ini diletakkan didekat pintu masuk agar pada saat pengunjung datang dapat mengetahui tata letak objek wisata "Dayeuh Wisata" ini dengan jelas.



Gambar III.26 Peta Kreatif
Sumber: https://www.behance.net/gallery/44615875/Legoland-Florida-map-2016 (2018)

Alasan penulis menggunakan media ini adalah karena dengan media ini pengunjung yang baru datang ke objek wisata "Dayeuh Wisata" bisa mengenal secara ringkas berbagai zona wisata dan juga fasilitas yang ada dengan hanya melihat peta kreatif yang ada, hal ini sangat mempermudah wisatawan dalam berkunjung.

2. Tanda infomasi zona wisata

Media tanda infomasi zona wisata digunakan sebagai tanda identifikasi sekaligus informasi mengenai zona wisata yang ada, tanda ini diletakkan di masing-masing zona wisata, terdapat 3 zona wisata yang tentunya berbeda-beda dari segi desainnya maupun informasi yang ada didalamnya.



Gambar III.27 Tanda informasi zona wisata
Sumber: https://www.tes.com/lessons/UOwATsSr6YA9hQ/writing-quarter-2-exhibit-sign-science-connection (2018)

Alasan penulis menggunakan media ini adalah karena dengan media ini pengunjung yang baru datang ke objek wisata “Dayeuh Wisata” bisa mengetahui informasi mengenai kampung yang ada, diharapkan pengunjung tidak hanya menikmatinya saja, melainkan mengetahui informasi yang ada di zona wisata tersebut.

3. Brosur Map

Media brosur map ini hampir sama dengan *infotaiment map* digunakan sebagai panduan untuk mengetahui keseluruhan dari objek wisata “Dayeuh Wisata” akan tetapi media ini penggunaannya lebih *simple*, dengan ukuran yang kecil memudahkan pengunjung untuk mencari zona wisata dan fasilitas yang ada di objek wisata “Dayeuh Wisata” karena media ini mudah untuk dibawa kemana saja. Media ini ditempatkan dibawah *infotaiment map* untuk pegangan para pengunjung yang ingin mengunjungi objek wisata “Dayeuh Wisata”.



Gambar III.28 Brosur map
Sumber: https://www.behance.net/gallery/44615875/Legoland-Florida-map-2016 (2018)

Alasan penulis menggunakan media ini adalah karena dengan media ini pengunjung akan mudah menemukan tempat yang di cari, tanpa harus balik lagi ke tempat *infotaiment map* yang berada di pintu masuk objek wisata “Dayeuh Wisata”.

4. Brosur Foto

Media brosur foto ini menggambarkan kawasan yang ada di objek wisata "Dayeuh Wisata" dari mulai *spot* foto sampai taman bermain, dilengkapi juga dengan foto yang menggambarkan keadaan ditempat, jadi diharapkan pengunjung memiliki ketertaikan pada saat melihat foto yang ada di brosur foto. Media ini di tempatkan dibawah *infotaiment map* untuk pegangan para pengunjung yang ingin mengunjungi objek wisata "Dayeuh Wisata".

Alasan penulis menggunakan media ini adalah karena dengan media ini pengunjung akan mudah menemunkan tempat yang dicari dan juga dapat mengetahui keadaan di tempat yang akan didatanginya.

5. *Leaflet* Informasi

Media *Leaflet* informasi ini menginformasikan para pengunjung terkait filosofi dan juga sejarah tembentuknya kampung di objek wisata "Dayeuh Wisata", karena setiap kampung disini meiliki informasi yang berbeda-beda maka dari itu dibuatlah media informasi berbentuk *leaflet* yang ukurannya memungkinkan untuk dibawa kemana-mana. Media ini di tempatkan dibawah tanda informasi zona wisata untuk pegangan para pengunjung yang ingin mengunjungi objek wisata "Dayeuh Wisata"

Alasan penulis menggunakan media ini adalah karena dengan media ini pengunjung yang baru datang ke objek wisata "Dayeuh Wisata" bisa mengetahui informasi mengenai kampung yang ada, diharapkan pengunjung tidak hanya menikmatinya saja , melainkan mengetahui informasi yang ada di zona wisata tersebut.

6. Tanda kawasan wisata

Media ini adalah tanda yang menujukan bahwa pengunjung telah memasuki kawasan wisata yang dicari di map, media ini membantu para pengunjung merasa sudah menemukan tempat yang dicari, media ini diaplikasikan dengan cara

ditempel di tembok. Media ini diletakkan di kawasan wisata sesuai dengan yang tertera di map.



Gambar III.29 Tanda kawasan wisata
https://pxhere.com/en/photo/790427 (2018)

Alasan penulis menggunakan media ini adalah karena dengan adanya media ini, pengunjung merasa telah menemukan tempat yang dicari, selain untuk kepuasan pengunjung media ini juga mempermudah pengunjung dalam memahami informasi yang ada.

7. Spanduk petunjuk arah

Media ini adalah tanda yang mengarahkan pengunjung untuk menemukan objek wisata "Dayeuh Wisata", media ini diletakkan di luar objek wisata "Dayeuh Wisata", jadi diharapkan para pengunjung dapat dengan mudah menemukan objek wisata "Dayeuh Wisata" dengan akurat, maka dari itu diberi jarak tempuh supaya pengunjung memiliki bayangan untuk bisa sampai.

Alasan penulis menggunakan media ini adalah karena dengan adanya media ini, pengunjung dapat dengan mudah untuk mengetahui keberadaan objek wisata "Dayeuh Wisata" dari luar.

8. Tanda gerbang masuk (*entrance gate*)

Media ini adalah tanda yang menujukan bahwa pengunjung telah memasuki objek wisata "Dayeuh Wisata", media ini membantu para pengunjung merasa sudah

menemukan tempat yang dicari, Media ini diaplikasikan dengan cara ditempel di portal pintu masuk.

Alasan penulis menggunakan media ini adalah karena dengan adanya media ini, pengunjung merasa telah menemukan tempat yang dicari, selain untuk kepuasan pengunjung media ini juga mempermudah pengunjung mengetahui keberadaan objek wisata "Dayeuh Wisata" dengan mudah.

III.2.8 Strategi Distribusi

Distribusi media di objek wisata "Dayeuh Wisata" menggunakan distribusi *offline* yang hanya dilakukan di kawasan objek wisata "Dayeuh Wisata". Semua media yang akan dirancang ini hanya ditemukan di kawasan objek wisata "Dayeuh Wisata" saja. Strategi distribusi perancangan ini terbagi menjadi dua distribusi yaitu:

III.2.8.1 Strategi Distribusi Media Utama

Distribusi media utama yang dibuat sebagai media informasi objek wisata "Dayeuh Wisata" adalah berupa tanda identifikasi (*identification sign*), tanda petunjuk arah (*directional sign*), dan tanda larangan atau peringatan (*regulatory sign*). Ketiga media tersebut adalah media permanen, artinya digunakan dalam waktu panjang yang akan diletakkan diberbagai tempat di objek wisata "Dayeuh Wisata"

1. Strategi Distribusi Waktu

   Ditribusi waktu media utama akan diletakkan setiap hari, 24 jam 7 hari dalam seminggu. Media akan diganti apabila mengalami kerusakan atau pembaharuan, selanjutnya akan ditempatkan pada tempatnya dan digunakan sesuai fungsinya.

2. Strategi Distribusi Tempat

   Distribusi tempat media utama akan ditempatkan susai dengan funsinya, tanda identifikasi (*identification sign*) akan ditempatkan di kawasan zona wisata,

lalu tanda petunjuk arah (*directional sign*) akan ditempatkan diperjalanan menuju kampung supaya pengunjung tidak tersesat, dan tanda larangan atau peringatan (*regulatory sign*) akan ditempatkan pada tempat yang semestinya apabila tempat tersebut memiliki larangan atau peringatan.

3. Mekanisme Distribusi Media

   Mekanisme distribusi media utama yaitu dengan cara meletakkan *sign system* diberbagai tempat yang sudah ditentukan, teknis peletakkannya tergantung dengan *sign system* tersebut, ada yang dipasang dengan cara digantung pada tiang penyanggah ditempelkan pada dinding.

III.2.8.2 Strategi Distribusi Media Pendukung

Media pendukung disini sebagai pelengkap media utama, masing-masing media pendukung memiliki strategi yang berbeda, berikut adalah strategi media pendukung

1. Strategi Distribusi Waktu

   Strategi distribusi waktu dari media pendukung berbeda-beda setiap medianya, strategi distribusi waktu dibagi kedalam dua belas bulan.

Tabel III.4 Strategi Distribusi Waktu
Sumber: Dokumen Pribadi

No	Media Pendukung	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agu	Sep	Okt	Nov	Des
1	Peta Kreatif												
2	Tanda Informasi zona wisata												
3	Brosur Map												
4	Brosur Foto												
5	Leaflet Informasi												
6	Tanda Kawasan Wisata												
7	Spanduk Direksi												
8	Tanda Gerbang Masuk												

Media pendukung yang bersifat permanen seperti peta kreatif tanda informasi zona wisata, brosur map brosur foto, *leaflet* informasi,tanda kawasan wisata, tanda gerbang masuk didistribusikan 12 bulan dari bulan Januari sampai

Desember, selain itu seperti spanduk petunjuk arah didistribusikan hanya pada bulan liburan seperti November-Februari, Juni-Juli.

2. Strategi Distribusi Tempat

   Media pendukung didistribusikan dikawasan objek wisata "Dayeuh Wisata" sesuai dengan fungsinya. Berikut adalah tabel distribusi tempat media pendukung.

Tabel III.5 Strategi Distribusi Tempat
Sumber: Dokumen Pribadi

No	Media Pendukung	Distribusi tempat
1	Peta Kreatif	Dekat pintu gerbang utama objek wisata "Dayeuh Wisata"
2	Tanda Informasi zona wisata	Dimasing-masing zona wisata (kampung)
3	Brosur Map	Dekat pintu gerbang utama objek wisata "Dayeuh Wisata"
4	Brosur Foto	Dekat pintu gerbang utama objek wisata "Dayeuh Wisata"
5	Leaflet Informasi	Dimasing-masing zona wisata (kampung)
6	Tanda Kawasan Wisata	Dimasing-masing kawasan wisata
7	Spanduk Direksi	Di jalan menuju objek wisata "Dayeuh Wisata"
8	Tanda Gerbang Masuk	Di pintu gerbang utama objek wisata "Dayeuh Wisata"

   Masing-masing media ditempatkan di tempat yang berbeda sesuai dengan fungsinya, seperti media pendukung peta kreatif, brosur foto dan brosur map ditempatkan di dekat pintu gerbang utama sebagai petunjuk arah yang dapat dilihat pertama kali oleh pengunjung pada saat berkunjung.

3. Mekanisme Distribusi Media

   Media pendukung memiliki mekanisme yang berbeda tentunya sesuai dengan fungsinya, berikut adalah tabel mekanisme distribusi media:

Tabel III.6 Mekanisme Distribusi Media
Sumber: Dokumen Pribadi

No	Media Pendukung	Mekanisme Distribusi
1	Peta Kreatif	Dekat pintu gerbang utama objek wisata “Dayeuh Wisata”, diharapkan wisatawan dapat melihat denah objek wisata “Dayeuh Wisata”
2	Tanda Informasi zona wisata	Dimasing-masing zona wisata (kampung), diharapkan wisatawan yang mengunjungi zona wisata dapat mengetahui informasi kampung tersebut
3	Brosur Map	Dekat pintu gerbang utama objek wisata “Dayeuh Wisata”, diharapkan wisatawan dapat melihat denah objek wisata “Dayeuh Wisata”
4	Brosur Foto	Dekat pintu gerbang utama objek wisata “Dayeuh Wisata” diharapkan pengunjung mengetahui kawasan objek wisata “Dayeuh Wisata”
5	Leaflet Informasi	Dimasing-masing zona wisata (kampung), diharapkan wisatawan yang mengunjungi zona wisata dapat mengetahui informasi kampung tersebut
6	Tanda Kawasan Wisata	Dimasing-masing kawasan wisata, diharapkan pengunjung menemukan letak kawasan wisata objek wisata “Dayeuh Wisata”
7	Spanduk Direksi	Di jalan menuju objek wisata “Dayeuh Wisata”, diharapkan pengunjung mengetahui keberadaan objek wisata “Dayeuh Wisata”
8	Tanda Gerbang Masuk	Di pintu gerbang utama objek wisata “Dayeuh Wisata”, diharapkan pengunjung menemukan objek wisata “Dayeuh Wisata”

III.3 Konsep Visual

Konsep visual ini sebagai acuan utama dalam perancangan informasi objek wisata “Dayeuh Wisata” berupa visual yang tentunya menjaga konsistensi dari identitas objek wisata tersebut. Jadi perancangan ini berpegangan pada identitas objek wisata “Dayeuh Wisata” yang sudah ada dari segi bentuk logo dan warna.

III.3.1 Format Desain

Format yang digunakan dalam perancangan *sign system* objek wisata “Dayeuh Wisata” ini memiliki ciri khas menyesuaikan dari identitas objek wisata. Media yang akan dibuat menggunakan format berdiri (*potrait*) dan memanjang (*landscape*). Format ukuran dari masing-masing media tentunya berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan. Berikut adalah format ukuran media akan dirancang

Tabel III.7 Format Desain
Sumber: Dokumen Pribadi

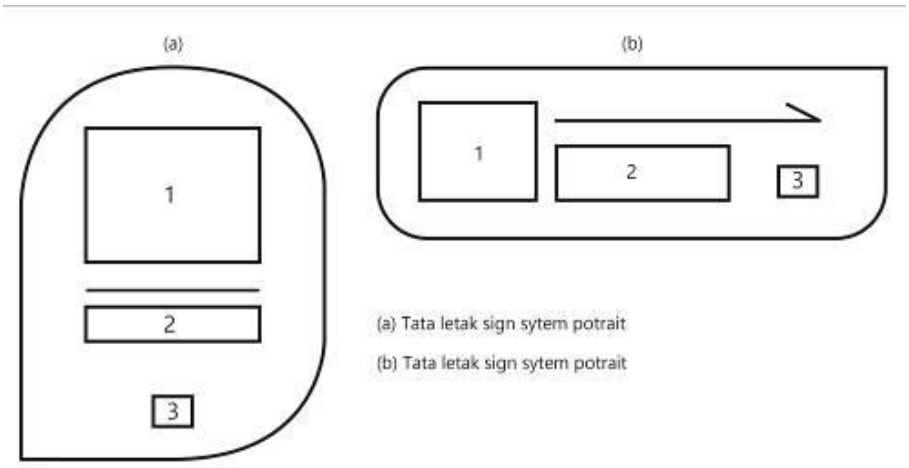
No	Media Pendukung	Ukuran (t x l)
1	Peta Kreatif	59,4 x 42 cm
2	Tanda Informasi zona wisata	54,1 x 42 cm
3	Brosur Map	29,7 x 21 cm
4	Brosur Foto	29,7 x 21 cm
5	Leaflet Informasi	21 x 29,7 cm
6	Tanda Kawasan Wisata	13,5 x 25 cm
7	Spanduk Direksi	50 x 50 cm
8	Tanda Gerbang Masuk	23 x 100 cm

Selain media utama media pendukung juga memiliki format yang berbeda sesuai dengan kebutuhannya.

III.3.2 Tata Letak *(layout)*

Menurut Rustan (2010) *layout* dapat katakan sebagai tata letak elemen-elemen desain terhadap suatu bidang dalam media tertentu untuk mendukung konsep atau pesan dibawahnya.

Berikut adalah konsep visual bentuk dari *frame sign system* objek wisata "Dayeuh Wisata":



Gambar III.30 Konsep visual
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

Zona 1 akan diisi dengan ikon, zona 2 akan diisi dengan tulisan, sedangkan zona 3 akan diisi dengan logo objek wisata "Dayeuh Wisata".

III.3.3 Huruf (*font*)

Perancangan media informasi objek wisata "Dayeuh Wisata" untuk *headline* mengunakan jenis huruf *Serif* dengan nama *Evergreen*, font yang dibuat oleh Maria Grønlund ini bisa diunduh secara gratis untuk penggunaan personal, font ini berkesan berpetualang, alam , masa kini, dan memiliki keterbacaan yang jelas. Untuk *bodytext* menggunakan jenis huruf *San Serif* dengan nama *Gadugi*, font yang dibuat oleh Lucas de Groot dari Microsoft ini bisa diunduh secara gratis untuk penggunaan personal maupun komersial, font ini memiliki keterbacaan yang jelas, perbedaannya jika huruf *Serif* memiliki sirif diujungnya, sedangkan *San Serif* tidak memiliki sirif diujungnya. Berikut merupakan contoh huruf yang akan dipakai antara lain:

Headline

- Evergreen (normal)

  ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
  Abcdefghíjklmnopqrstuvwxyz
  1234567890!@#$%^&()–+{}|:"<>?/.,;'[]\=-

- *Evergreen (italic)*

  ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
  Abcdefghíjklmnopqrstuvwxyz
  1234567890!@#$%^&()–+{}|:"<>?/.,;'[]\=-

- **Evergreen (bold)**

  ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
  Abcdefghíjklmnopqrstuvwxyz
  1234567890!@#$%^&()–+{}|:"<>?/.,;'[]\=-

Gambar III.31 *Evergreen font*
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

Bodytext

- Gadugi (normal)

  ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

  Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

  1234567890!@#$%^&()_+{}|:"<>?/.,;'[]\=-

- Gadugi (italic)

  ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

  Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

  1234567890!@#$%^&()_+{}|:"<>?/.,;'[]\=-

- Gadugi (bold)

  ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

  Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

  1234567890!@#$%^&()_+{}|:"<>?/.,;'[]\=-

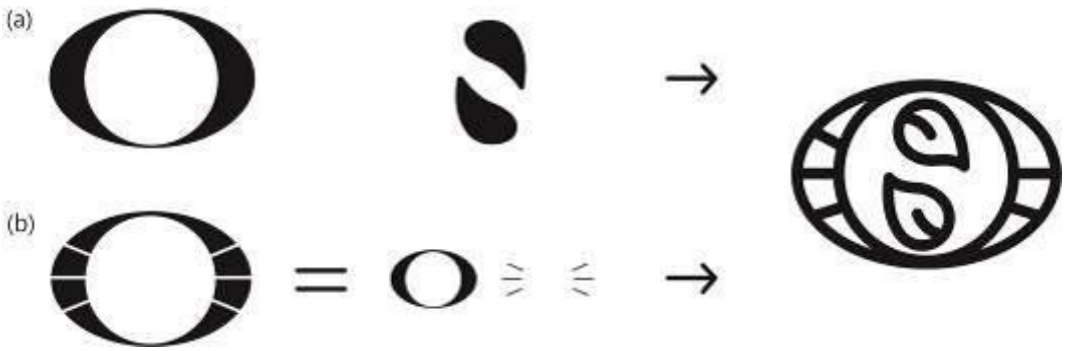
Gambar III.32 *Gadugi font*
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

Alasan penulis menggunakan kedua jenis huruf tersebut bertujuan untuk mempermudah wisatawan membaca tulisan pada *sign system*. Dikarena jenis huruf tersebut mudah untuk dibaca oleh semua kalangan, selain itu kedua jenis huruf tersebut ini rapih dan teratur, memudahkan pengunjung memahami tulisan *sign system* yang diharapkan mampu memberikan kenyamanan serta informasi yang berguna untuk wisatawan yang berkunjung ke objek wisata "Dayeuh Wisata"

III.3.4 Illustrasi (*illustration*)

Kusmiati, Pudjiastuti & Suptandar (1999) menjelaskan bahwa ilustrasi digunakan untuk membantu mengkomunikasikan pesan dengan tepat, cepat, tegas, dan

merupakan terjemahan dari sebuah judul. Jadi dapat disimpulkan illustrasi adalah gambaran objek secara visual yang bertujuan untuk menyampaikan informasi atau pesan agar lebih menarik sehingga membuat orang mudah mengingatnya. Berikut adalah konsep illustrasi yang akan dirancang pada *sign system* objek wisata "Dayeuh Wisata":



Gambar III.33 Konsep visual
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

(a) Bentuk keseluruhan dari logo Dayeuh Wisata berbentuk *rounded*, tidak ada unsur visual berupa garis keras atau sudut yang lancip pada bentuk logo
(b) Unsur visual seperti ini merupakan potongan dari garis, maka dari ini simbol yang dirancang mengambil referensi dari bentuk *outline* simbol.



Gambar III.34 Referensi ikon
Sumber: https://freebiesbug.com/psd-freebies/40-free-stroke-icons-sympletts-pack/ (2018)

Visual secara keseluruhan mengacu kepada referensi seperti gambar diatas nama dari gaya visual ini disebut *outline* simbol, namun perancangan ini tentunya tidak

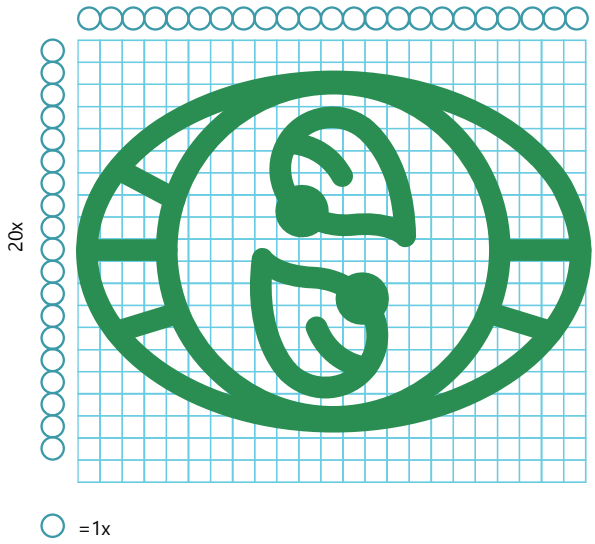
menghilangkan identitas dari logo “Dayeuh Wisata”, maka gaya visual *outline* simbol ini dipadukan dengan bentuk dari logo “Dayeuh Wisata” yang sudah ada. Berikut adalah gambaran visual yang sudah disederhanakan:



Gambar III.35 Konsep visual
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

Gambar diatas adalah gaya visual yang digunakan dalam perancangan *sign system* objek wisata “Dayeuh Wisata” yang mengacu kepada *outline* simbol.

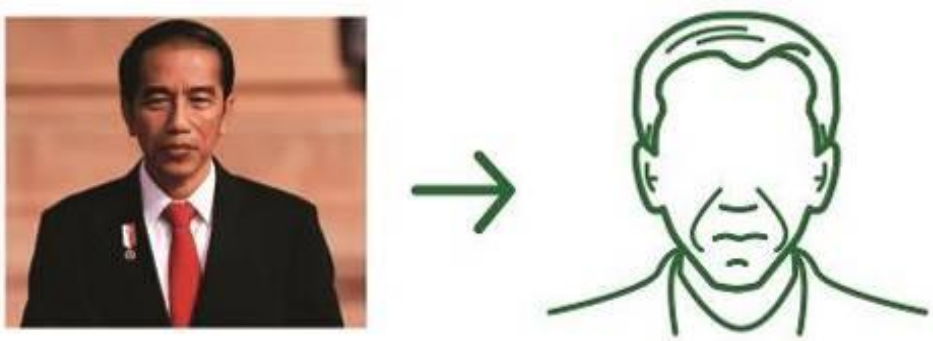
Proses pembutan ikon-ikon yang akan dirancang menggunakan sistem *grid* supaya bentuk dari visualnya teratur, selain itu juga ikon dibuat dengan garis dan skala supaya ikon yang dibuat tetap konsisten. Berikut ini adalah contoh cara membuat ikon menggunakan *grid* sebagai patokannya:



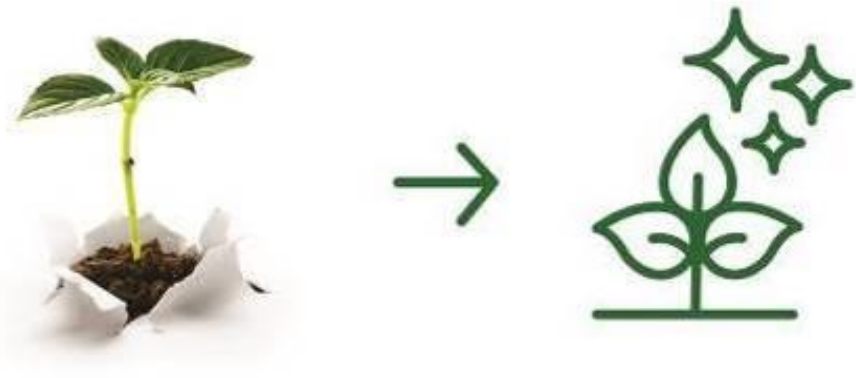
Gambar III.36 *Grid System*
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

Ikon yang dibuat menggunakan elemen-elemen yang sama agar ikon yang dibuat teratur, penulis menggunakan ikon panjang dan lebar 20x ikon, satuan “x” diambil dari lebar garis utama ikon. Unsur bentuk dari ikon berupa *rounded*, sesuai dengan referensi yang dipadukan dengan logo dari “Dayeuh Wisata” yang ada.

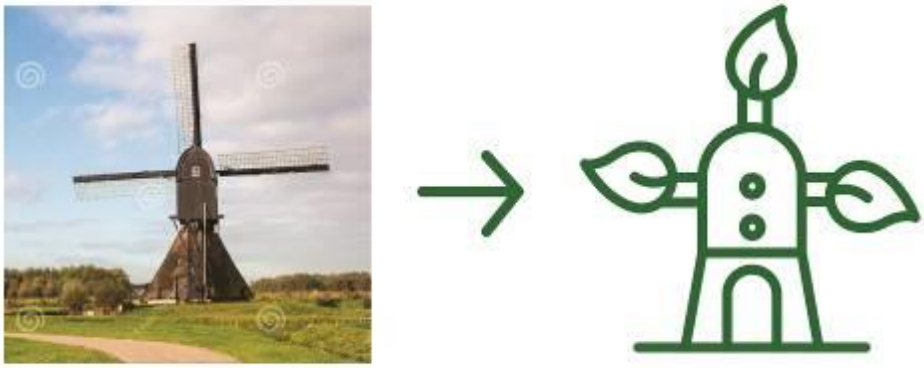
Illustrasi menjadi salah satu elemen visual dalam tanda pengenal (*identification sign*), berdasarkan referensi yang ada penulis membuat illutrasi untuk tanda pengenal (*identification sign*) yang nantinya akan digunakan. Berikut gambar illusrasi:



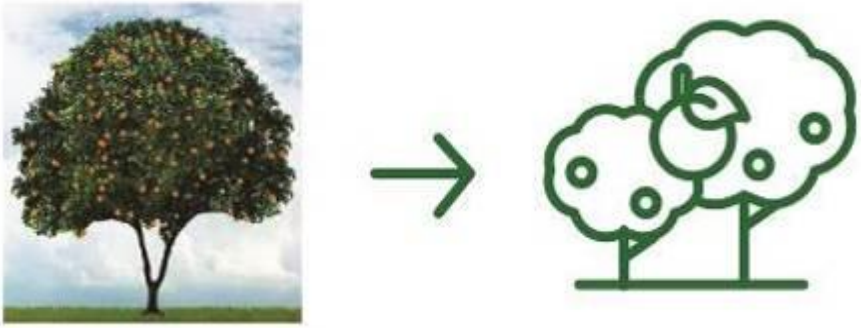
Gambar III.37 Ikon Kampung Jokowi
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)



Gambar III.38 Ikon Kampung My Darling
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

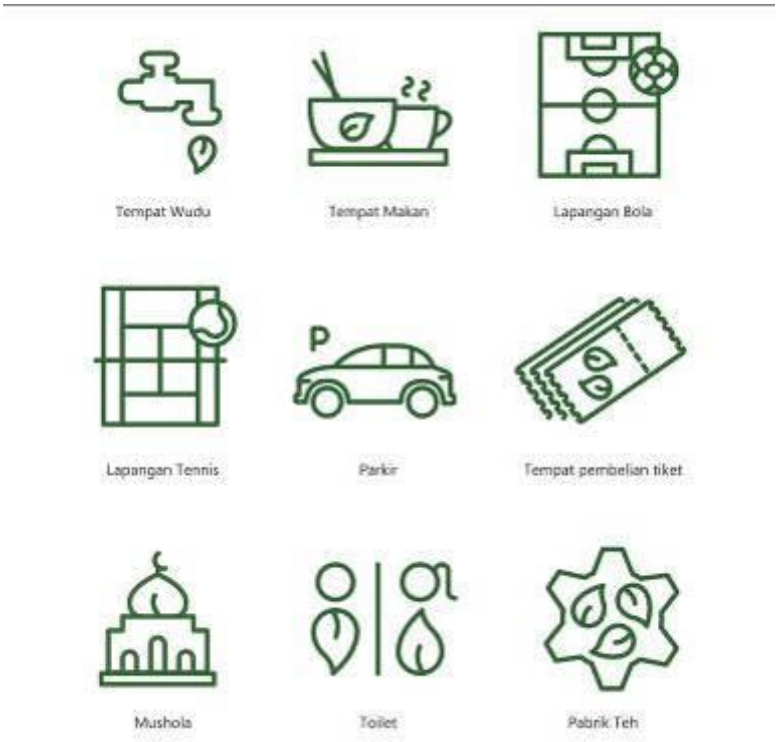


Gambar III.39 Ikon Kampung Amsterdam
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)



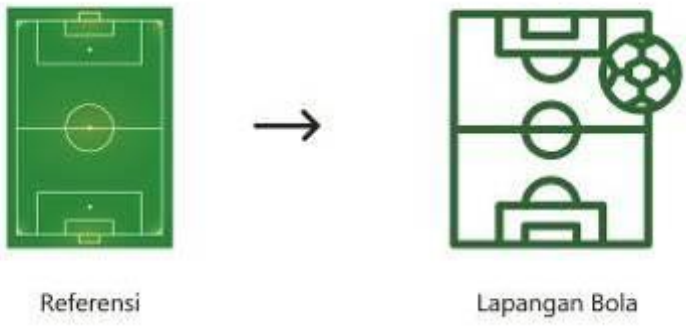
Gambar III.40 Ikon Perkebunan Jeruk
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

Selain beberapa illustrasi tanda pengenal (*identification sign*) zona wisata, adapun tanda pengenal (*identification sign*) yang lain, yaitu ikon tanda yang mewakili fasilitas yang ada, berikut beberapa ikon diantaranya:

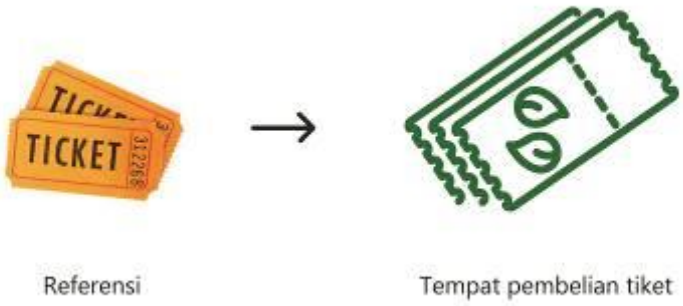


Gambar III.41 Ikon Tanda Pengenal *(identification sign*)
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

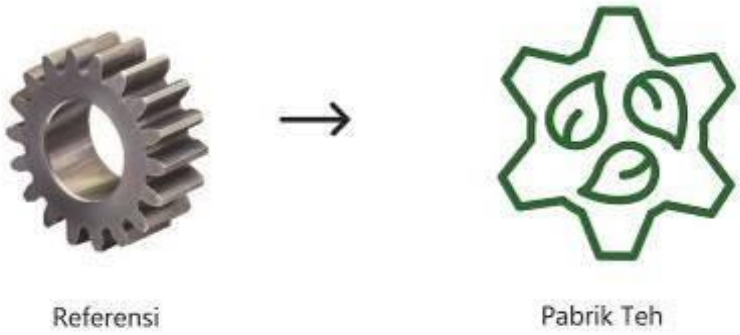
Berikut adalah proses ikon tanda pengenal *(identification sign)* yang dirancang menurut referensi gambar yang ada:



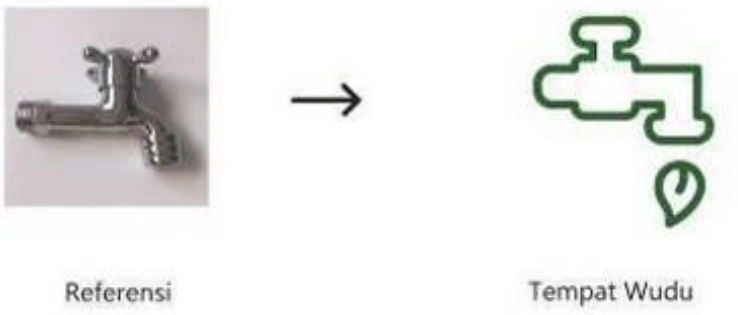
Gambar III.42 Ikon Lapangan bola
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)



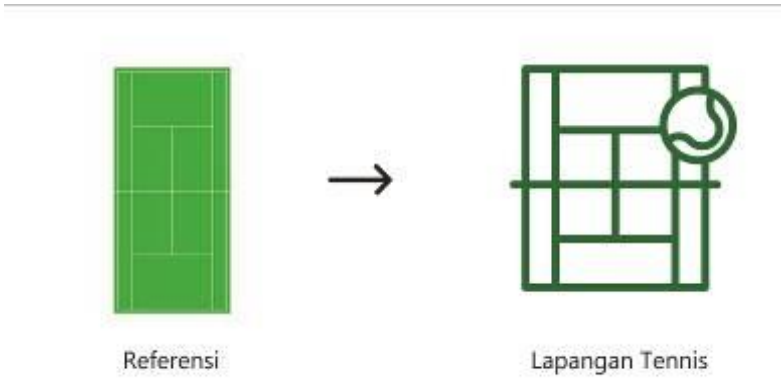
Gambar III.43 Ikon Pembelian tiket
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)



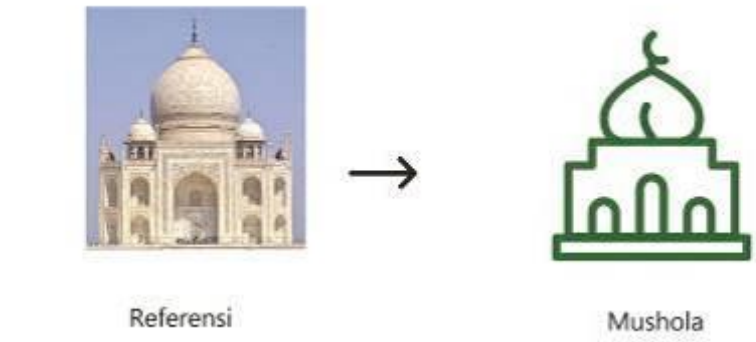
Gambar III.44 Ikon Pabrik teh
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)



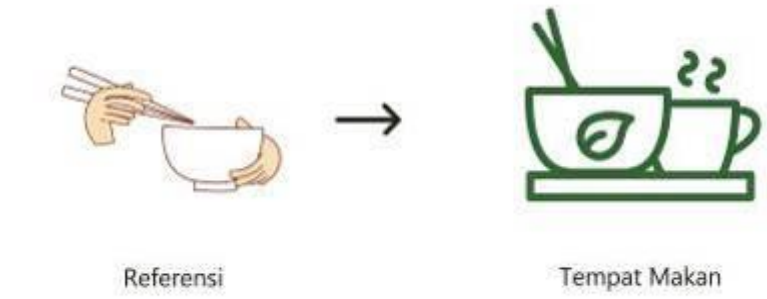
Gambar III.45 Ikon Tempat wudhu
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)



Gambar III.46 Ikon Lapang tenis
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)



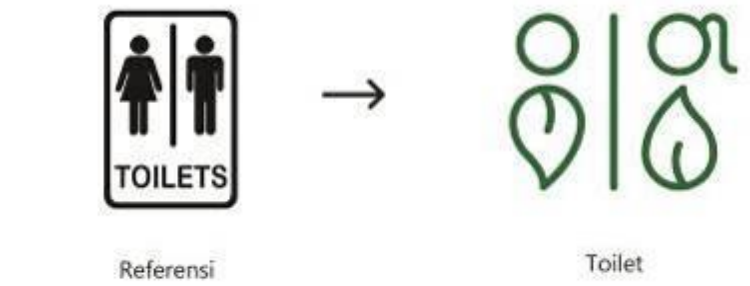
Gambar III.47 Ikon Mushola
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)



Gambar III.48 Ikon Tempat makan
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)



Gambar III.49 Ikon Parkir
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)



Gambar III.50 Ikon Toilet
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

Selanjutnya tanda larangan dan peringatan (*regulation sign*) adalah sistem tanda yang sifatnya memperingati atau memberikan suatu larangan. Berikut adalah illustrasi sistem tanda larangan (*regulation sign*) yang akan digunakan:



Gambar III.51 Ikon Larangan (*regulation sign*)
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

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



Gambar III.52 Ikon Dilarang merusak tanaman
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)



Gambar III.53 Ikon Selain petugas dilarang masuk
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)



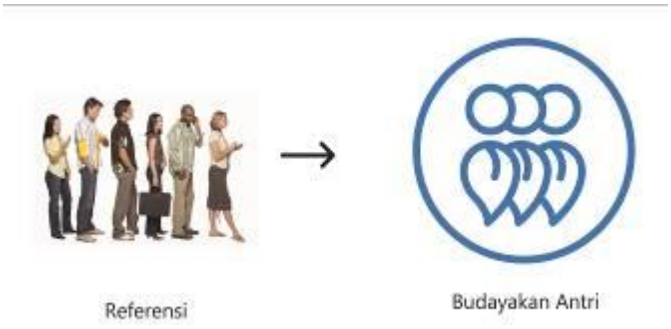
Gambar III.54 Dilarang membuang sampah di area ini
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

Selain beberapa illustrasi tanda larangan (*regulation sign*) adapun illustrasi tanda pringatan (*regulation sign*). Berikut adalah illustrasi sistem tanda peringatan (*regulation sign*) yang akan digunakan:



Gambar III.55 Ikon peringatan (*regulation sign*)
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

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



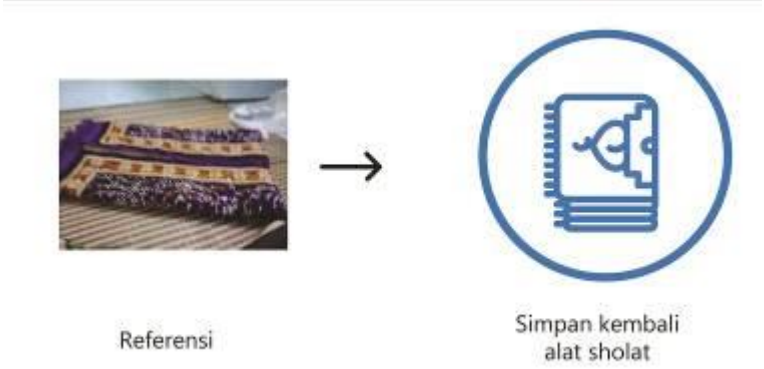
Gambar III.56 Budayakan antri
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)



Gambar III.57 Gunakan sendal ketika berwudhu
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)
)



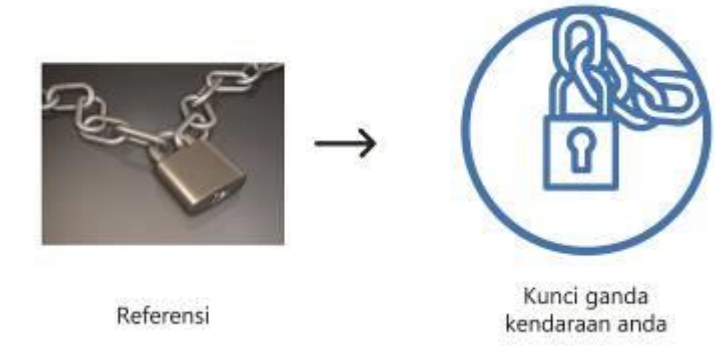
Gambar III.58 Ikon Matikan suara handphone
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)



Gambar III.59 Ikon Simpan kembali alat shalat
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)



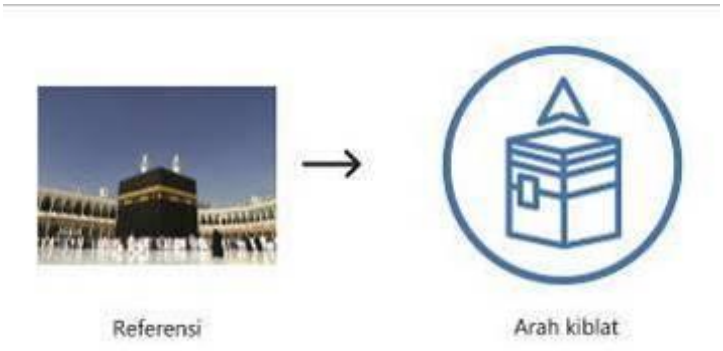
Gambar III.60 Ikon Buang sampah pada tempatnya
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)



Gambar III.61 Ikon Kunci ganda Kendaraan anda
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)



Gambar III.62 Ikon pastikan kendaraan anda terkunci
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

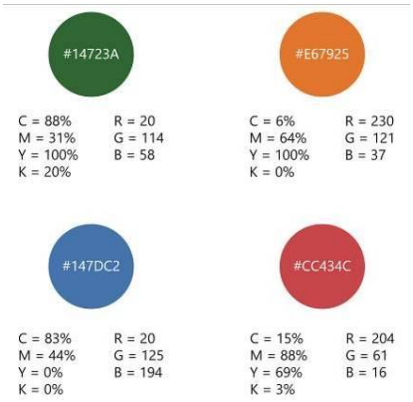


Gambar III.63 Ikon arah kiblat
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

III.3.5 Warna (*color*)

Menurut Aminudin (2009) warna merupakan unsur yang terbuat dari pigmen (zat warna). Warna merupakan elemen desain yang paling penting, warna dapat membuat suasana hati atau emosi menjadi berubah, selain itu warna dapat menjadikan suatu karya memiliki arti dan makna. Dalam psikologi warna yang cerah akan membuat suasana emosi atau hati menjadi gairah, semangat, ceria, dan senang sesuai dengan emosi target *audience* remaja (Hendi Hendratman, 2008).

Warna yang dipilih untuk perancangan *sign system* objek wisata "Dayeuh Wisata" adalah warna hijau, jingga, biru, dan merah. Pemilihan warna tersebut berdasarkan warna yang digunakan oleh logo dari "Dayeuh Wisata". Dengan begitu *sign system* yang akan dirancang masih memiliki identitas visual yang sudah ada.



Gambar III.64 Warna
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

- Hijau

  Menurut Horward Bear (2008) makna psikologis dari warna hijau yaitu sesuatu yang berbau lingkungan, kesegaran, harmoni, pertumbuhan, pembaharuan, keseimbangan, dan keindahan alam. Tujuan penulis menggunakan warna hijau yaitu untuk memberikan kesan alam, lingkungan, dan juga menenangkan emosional seseorang pada saat melihat visual tersebut

- Jingga

  Menurut Marian L.David (1980) pada umumnya sifat dan emosional manusia dari pribadi seseorang pada saat melihat warna jingga adalah warna yang memberikan kesan hangat, semangat muda dan menarik". Tujuan penulis menggunakan warna jingga untuk memberikan semangat muda pada saat melihat visual tersebut.

- Biru

  Menurut Marian L.David (1980) pada umumnya sifat dan emosional manusia dari pribadi seseorang pada saat melihat warna jingga adalah warna yang memberikan kesan kepercayaan, konservatif, keamanan, teknologi, kebersihan, keteraturan. Tujuan penulis mengambil warna biru supaya pengunjung memberikan kesan kebersihan dan keamanan pada saat melihat visual tersebut.

- Merah

  Menurut Dian Salama (2017) pisikologis seseorang ketika melihat warna merah pada umumnya menimbulkan rasa keberanian, kekuatan, energi, gairah, semangat, nafsu dan adrenalin. Tujuan penulis memberikan warna merah agar memberikan kesan larangan pada saat melihat visual tersebut.

- Putih

  Menurut Marian L.David (1980) karakter dari warna putih ini yaitu positif, cemerlang, sederhana, ringan, merangsang. Selain itu warna putih juga melambangkan murni, jujur, polos. Tujuan penulis menggunakan warna putih untuk menciptakan kesan positif pada saat melihat visual tersebut.

III3.5.1 Penggunaan Warna

Untuk mengkategorikan *sign system* dibuat dengan warna yang berbeda-beda, dengan tujuan untuk mempermudah pengunjung dalam hal membedakan tanda (*sign*) dengan (*sign*) lainnya.

Penggunaan warna pada *sign system* sebagai berikut

- Tanda pengenal *(identification sign)* menggunakan warna hijau
- Tanda petunjuk arah (*directional sign*) menggunakan warna jingga
- dan tanda regulasi (*regulatory sign*) menggunakan warna merah dan biru.