

BAB III

STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

3.1 Strategi Perancangan

Strategi perancangan yang akan dilakukan dan diuraikan dari peta desa interaktif sebagai media penyebaran informasi dan promosi adalah dengan memberikan informasi melalui visualisasi dan tipografi yang dipadukan dengan minat dari target utama yaitu masyarakat Desa Sukajaya.

3.1.1 Khalayak Sasaran

Khalayak adalah subjek sasaran komunikasi. Sasaran adalah target yang akan dicapai secara spesifik dan terukur. Khalayak sasaran dibutuhkan sebagai sumber informasi yang tepat mengarah kepada objek utama yang dituju. Adapun segmentasi dari perancangan ini adalah:

3.1.1.1 Demografis

Usia	:18-40 Tahun
Jenis Kelamin	:Laki-Laki dan Perempuan
Status Ekonomi	:Menengah

3.1.1.2 Geografis

Wilayah geografis yang menjadi khalayak sasaran utama perancangan ini adalah masyarakat dan calon pembeli dari seluruh Provinsi Lampung, terutama dari Kota Bandarlampung.

3.1.1.3 Psikografis

Masyarakat yang berada dalam usia produktif, yang memiliki jadwal yang cukup padat dan sedang aktif bekerja biasanya memiliki ketertarikan khusus pada camilan dan makanan ringan dan tempat wisata tradisional sebagai pelarian dari sibuknya aktifitas di perkotaan.

3.1.1.4 Customer Journey

Consumer Journey adalah perjalanan seorang pelanggan mulai dari mengetahui atau menemukan informasi tentang produk, kemudian mengunjungi sampai pada tahap melakukan mengunjungi berulang-ulang. Juga kebiasaan yang sering dilakukan seseorang setiap harinya di mulai dari bangun tidur melakukan aktifitas sehari hari, melakukan refreshing, sampai tidur lagi.

Nama : Andrian Rizki Saputra

Umur : 29 Tahun

Pekerjaan : PNS

Waktu	Kegiatan
05.00	Bangun Tidur
05.00 – 05.30	Sholat Subuh
05.30 – 06.00	Membuka Sosmed (Whatsapp/ Facebook)
06.00 – 06.30	Mandi
06.30 – 06.45	Sarapan + Minum Kopi
07.00 – 07.30	Berangkat ke Kantor
07.30	Mulai Bekerja di Kantor
10.00 – 10.30	Istirahat + Membuka Sosmed (Whatsapp, Facebook)
10.30 – 12.00	Lanjut Bekerja di Kantor
12.00 – 12.30	Sholat Dzuhur

12.30 – 13.00	Makan Siang
13.00 – 16.00	Lanjut Bekerja di Kantor
16.00 – 16.30	Sholat Ashar
16.30 – 17.00	Pulang Kerumah
17.00 – 18.00	Mandi
18.00 – 18.30	Sholat Magrib
18.30 – 19.00	Makan Malam / Membuka Sosmed (Whatsapp, Facebook)
19.00 – 19.30	Sholat Isya
19.30 – 23.30	Mengobrol dengan Warga Lain
23.30	Tidur

Tabel 3.1. *Customer Journey* salah satu sample target pasar
(sumber : Dokumentasi Pribadi, 2023)

3.1.1.5 Customer Insight

Perancangan *consumer insight* perlu dilakukan agar mengetahui target audiens untuk mendekati secara perilaku atau kebiasaan. *Consumer insight* (seperti ditulis Amalia E. Maulana, 2019) adalah “Proses mencari tahu secara lebih mendalam dan *holistic*, tentang latar belakang perbuatan, pemikiran dan perilaku seorang konsumen yang berhubungan dengan produk dan komunikasi iklannya”.

Perancangan informasi ini memilih remaja sampai Dewasa (18-40 tahun) sebagai target audiens. Perkembangan sosial pada masa produktif merupakan puncak dari perkembangan sosial dari fase-fase perkembangan. Bahkan, terkadang, perkembangan sosial masyarakat di usia produktif lebih mementingkan kehidupan sosialnya di luar ikatan

sosialnya dalam keluarga. Perkembangan sosial pada masa produktif pada fase ini merupakan titik balik pusat perhatian. Lingkungan sosialnya sebagai perhatian utama. Dalam kehidupan sehari-harinya, masyarakat usia produktif memiliki perilaku sebagai berikut:

- a. Ketergantungan masyarakat di usia produktif kepada orangtua mulai berkurang dan lebih sering berkumpul dengan dengan temannya diluar rumah

Kegiatan sosial masyarakat di usia produktif yang cenderung berinteraksi menggunakan permainan untuk lebih mengakrabkan suasana

Masyarakat di usia produktif cenderung menyukai tantangan dalam interaksi sosial

Masyarakat di usia produktif memiliki rasa keingintahuan yang tinggi terhadap sesuatu yang baru

3.1.2 Tujuan Komunikasi

Tujuan dari perancangan ini adalah untuk memberikan informasi agar audiens mengetahui tentang apa saja bentuk dan rupa fasilitas dan UMKM yang terdapat di Desa Sukajaya, sehingga mempermudah proses pengenalan dan promosi bagi pihak perangkat dan UMKM desa kepada masyarakat desa, sekaligus sebagai perwujudan rasa estetika dalam bentuk visual.

3.1.3 Pendekatan Komunikasi

Pendekatan komunikasi yang dilakukan adalah dengan cara komunikasi informatif, dengan mencari relevansi dan minat serta keseharian utama masyarakat desa. Pendekatan juga dilakukan dengan menyisipkan unsur kebudayaan dan mata pencaharian masyarakat sehingga memunculkan identitas unik dari Desa Sukajaya, agar target audiens dapat memahami perancangan peta desa dengan lebih efektif dan sederhana.

3.1.3.1 Pendekatan Komunikasi Verbal

Pada perancangan peta interaktif desa ini, pendekatan verbal dilakukan melalui penggunaan Bahasa Indonesia sederhana dengan disertai penggunaan Bahasa ilmiah yang disesuaikan untuk target audiens guna menunjukkan data-data yang sesuai dan lebih mudah dipahami.

3.1.3.2 Pendekatan Komunikasi Visual

Pada perancangan peta interaktif desa ini, pendekatan visual yang dilakukan antara lain:

a. Ilustrasi

Perancangan peta interaktif desa menggunakan ilustrasi sebagai bentuk visualisasi dari pemetaan desa sukajaya, mulai dari wilayah sampai spot-spot fasilitas dan UMKM desa, yang ditandai dengan ikon yang mewakilinya, sehingga bisa lebih mudah dipahami oleh masyarakat di desa.

b. Tipografi

Peran tipografi pada perancangan peta desa interaktif adalah sebagai unsur pendukung visual ilustrasi, tipografi digunakan sebagai headline utama judul perancangan dan sebagai penjelasan data yang terdapat dalam peta desa interaktif

c. Warna

Pada perancangan peta desa interaktif Desa Sukajaya, warna dominan yang dipakai adalah warna hijau dan cokelat pastel. Warna ini disesuaikan dengan identitas desa yang berada di daerah dataran rendah dan di kelilingi oleh perkebunan kakao dan persawahan.

3.1.4 Strategi Kreatif

Strategi Kreatif yang digunakan dalam perancangan peta interaktif desa adalah melalui Informasi visual dan verbal yang mewakili setiap fasilitas dan UMKM yang ada di Desa Sukajaya beserta spot-spot uniknya yang ditampilkan dengan ilustrasi ikon sesuai dengan identitas fasilitas atau UMKM nya.

3.1.4.1 Isi Pesan (What To Say)

Rancangan peta interaktif desa berisi pesan berupa visual ikon fasilitas dan UMKM desa disertai dengan teks nama. Peta interaktif desa juga dirancang dengan memberikan penjelasan berupa legenda dan arah mata angin dari desa tersebut sehingga masyarakat bisa memperkirakan lokasi dari fasilitas dan UMKM yang akan di tuju.

3.1.4.2 Bentuk Pesan (How To Say)

Penjelasan tentang UMKM dan fasilitas desa disampaikan melalui visualisasi ikon dan teks pada bagian legenda peta yang masing masing ikon dapat di-klik yang kemudian dapat memunculkan penjelasan tentang fasilitas ataupun UMKM.

3.1.5 Strategi Media

3.1.5.1 Media Utama

Media utama yang akan digunakan dalam perancangan peta interaktif desa adalah berupa media interaktif seperti aplikasi sederhana ataupun web yang dapat diakses melalui *Handphone* sehingga dapat digunakan oleh sebagian besar masyarakat.

3.1.5.2 Media Pendukung

Media pendukung merupakan media tambahan yang dapat memaksimalkan dan sebagai data simbolis desa. Pada perancangan peta interaktif desa, media pendukungnya merupakan sebuah banner yang akan di cetak dengan ukuran 4x3 m yang kemudian akan di pasang di balai Desa Sukajaya.

3.1.6 Strategi Distribusi

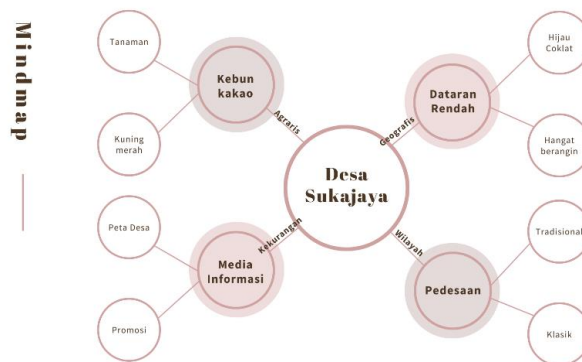
Strategi distribusi dengan media utama dan media pendukung diaplikasikan dengan cara memberikan aplikasi interaktif ke pihak

perangkat desa yang semudian akan di sebar luaskan melalui perangkat desa kepada masyarakat. Peta interaktif desa juga akan di masukkan ke dalam web desa sehingga masyarakat juga bisa mengaksesnya melalui web desa.

3.2 Konsep Visual

3.2.1 Mind Mapping

Mind map adalah ekspresi dari berpikir dan merupakan fungsi alami dari pikiran manusia. Ini adalah teknik grafis yang kuat yang memberikan sebuah kunci universal untuk membuka potensi otak. Mind map dapat diterapkan untuk setiap aspek kehidupan di mana belajar ditingkatkan dan berpikir jelas akan meningkatkan kinerja manusia. Berikut adalah *mind mapping* dari perancangan peta desa interaktif:



Gambar 3.1. *Mind Mapping* Perancangan Peta Desa Interaktif

(sumber : Dokumentasi Pribadi, 2023)

3.2.2 Moodboard

Mood board adalah salah satu alat yang dapat membantu dalam proses tersebut. Pada dasarnya mood board adalah mekanisme yang dipakai oleh mahasiswa dan desainer untuk merespon persepsi tentang brief, masalah yang muncul dan ide yang dikembangkan.



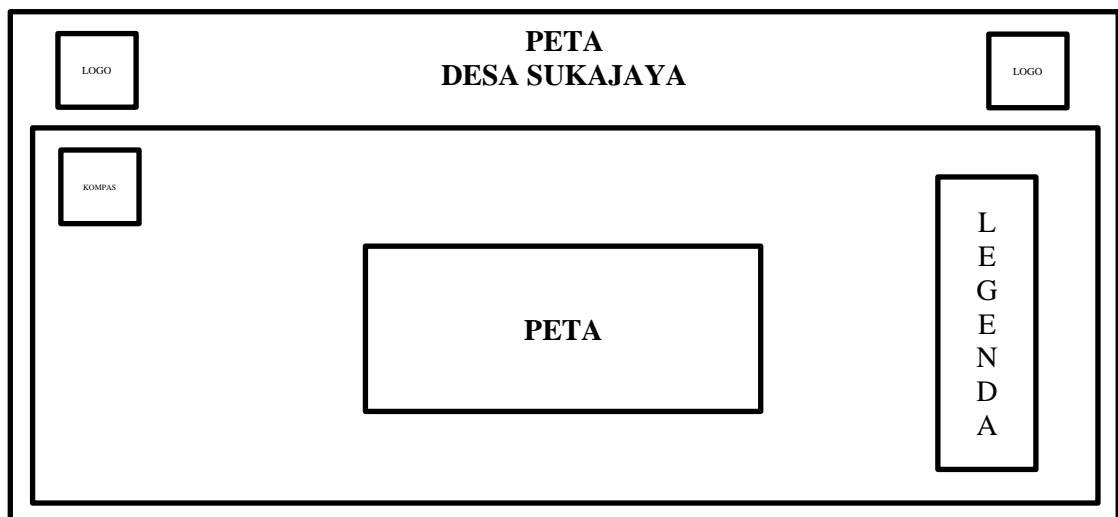
Gambar 3.2. *Moodboard* Perancangan Peta Desa Interaktif

3.2.3 Format Desain

Rancangan peta desa dibuat menggunakan komposisi yang seimbang, dengan proposi warna kontras sehingga mudah dibaca dan pesan yang akan disampaikan dapat tersampaikan dengan baik dan menggunakan ilustrasi yang sederhana namun informatif agar mudah dipahami oleh masyarakat pedesaan. Perancangan media pembelajaran ini akan memiliki ukuran 4x3 M *Landscape*.

3.2.4 Komposisi / Tata Letak

Layout atau tata letak merupakan susunan rangkaian unsur-unsur tertentu seperti gambar, tulisan, warna dan unsur-unsur lainnya menjadi susunan yang menarik sehingga mencapai tujuan.



Gambar 3.3. Tata Letak Perancangan Peta Desa Interaktif

(sumber : Dokumentasi Pribadi, 2023)

3.2.5 Jenis Huruf / Tipografi

Tipografi yang dipilih disesuaikan dengan tema, dikarenakan *font* yang dipilih berpengaruh pada keselarasan dan kecocokan desain. *Font* yang dipilih adalah *Oswald* sebagai headline dan *Ahsing* sebagai body text.

OSWALD
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Gambar 5. *Font Oswald*

AHSING
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Gambar 3.4. *Font Ahsing*

3.2.6 Ilustrasi Gambar

Gambar yang digunakan sebagai referensi utama dalam perancangan peta interaktif desa ini adalah gambar atau ilustrasi dari beberapa peta fantasi yang dibuat dengan menampilkan detail kontur dan *landscape* dengan ikon sederhana tetapi tetap bisa memunculkan bentuk dan kesan dari wilayah yang diwakilkan. Visual yang digunakan merupakan hasil dari teknik vektor.



Gambar 3.5. Referensi Perancangan Peta Interaktif

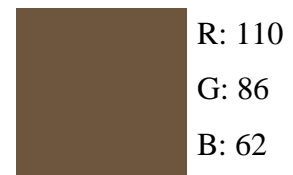
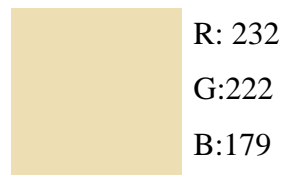
(sumber : Incarnate Fantasy Map, 2023)

3.2.7 Pemilihan Warna

Warna merupakan sebuah subjek yang menjadi salah satu hal yang terpenting dalam mempengaruhi daya tarik sebuah benda atau karya atau desain. Warna memberikan vibrasi tertentu di dalam sebuah desain. Sebagai desainer, harus mempertimbangkan dari segi pewarnaan dalam membuat suatu karya, karena warna menambah keefektifan penyampaian pesan yang klien inginkan untuk dikomunikasikan kepada audiens.

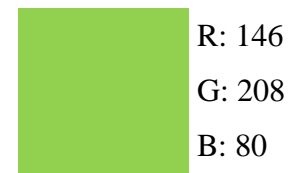
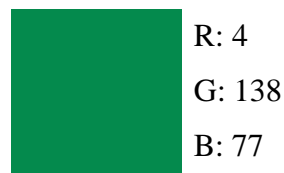
1. Warna Primer

Warna coklat pada perancangan peta interaktif desa digunakan sebagai warna dasar pada peta yang melambangkan unsur bumi atau tanah. Warna coklat juga mewakili mata pencaharian utama masyarakat Desa Sukajaya yang merupakan petani kakao.



2. Warna Sekunder

Penerapan warna hijau pada perancangan peta desa digunakan pada bagian utama dari peta. Warna ini digunakan mewakili daerah Desa Sukajaya yang merupakan daerah dataran rendah yang dikelilingi oleh perkebunan dan persawahan.



3. Warna lain

Warna lain yang digunakan pada perancangan peta interaktif desa antara lain adalah warna pendukung seperti hitam dan putih

yang merupakan warna dasar. Warna warn aini digunakan pada tulisan dan jalan pada peta desa.