

BAB III

STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

3.1 Strategi Perancangan

Strategi perancangan adalah pendekatan sistematis dalam merencanakan dan merancang suatu sistem, produk, atau layanan untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam konteks perencanaan strategis, istilah ini sering digunakan untuk menggambarkan proses perencanaan jangka panjang yang melibatkan analisis mendalam terhadap faktor internal dan eksternal, serta penyusunan langkah-langkah strategis untuk mencapai visi dan misi organisasi. Menurut Muallimah, H. (2021) strategi perancangan adalah proses penentuan rencana yang berfokus pada tujuan jangka panjang, disertai penyusunan cara atau upaya untuk mencapai tujuan tersebut. Dalam konteks desain, ini mencakup pemilihan pendekatan yang sesuai dengan audiens sasaran dan media yang digunakan.

3.1.1 Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran sebagai kelompok konsumen spesifik yang menjadi target dari produk, layanan, dan upaya pemasaran suatu merek. Kelompok ini biasanya ditentukan berdasarkan karakteristik demografis, perilaku, minat, dan kebutuhan. Memahami khalayak sasaran memungkinkan merek untuk menciptakan pengalaman yang lebih relevan dan personal (Kristanti, A. I. S., & Buntaran, L. C. K. 2023).

1. Demografis

Aspek demografis adalah sebuah penelitian terhadap populasi masyarakat berdasarkan beberapa faktor seperti jenis kelamin, usia, hingga kelas sosial. Pada Wisata Kampung Eco Taman Sari mempengaruhi aspek demografis yaitu:

Jenis Kelamin : Laki-Laki & Perempuan

Usia : Dewasa awal (18-40)

Kelas sosial : Masyarakat Umum

2. Geografis

Wilayah asal pengunjung sebagian besar berasal dari Kabupaten Pringsewu, Bandar Lampung, dan sekitarnya. Dengan jarak tempuh ± 51 km dari pusat

kota, Eco Taman Sari menjadi destinasi alternatif wisata alam yang mudah dijangkau baik menggunakan kendaraan pribadi maupun umum.

3. Psikografis

Khalayak memiliki minat terhadap aktivitas wisata berbasis alam, edukatif, dan rekreatif. Mereka memiliki kecenderungan untuk mendokumentasikan pengalaman melalui media sosial dan mencari destinasi wisata yang tidak hanya menarik tetapi juga memiliki nilai edukasi dan visual yang unik. Mereka juga responsif terhadap teknologi digital seperti media interaktif dan peta online.

3.1.2 Tujuan Komunikasi

Tujuan dari perancangan Infotainment Map Interaktif ini adalah untuk:

1. Memberikan informasi yang terstruktur dan visual mengenai lokasi-lokasi penting di Eco Taman Sari.
2. Meningkatkan kenyamanan dan pengalaman wisata pengunjung dengan bantuan navigasi visual.
3. Mendorong ketertarikan pengunjung untuk mengeksplorasi seluruh area wisata.
4. Menjadi media pendukung promosi visual melalui integrasi dengan media sosial.

Dampak yang diharapkan:

1. Pengunjung dapat mengetahui lokasi fasilitas tanpa bertanya langsung kepada pengelola.
2. Pengalaman kunjungan yang lebih efisien, informatif, dan menyenangkan.
3. Meningkatkan jumlah kunjungan berulang melalui kesan positif.

3.1.3 Strategi Kreatif

Strategi kreatif merupakan proses mengirimkan pesan yang akan disampaikan melalui pendekatan visual atau verbal yaitu isi pesan dan bentuk pesan.

1, Isi Pesan

Isi pesan yang ingin disampaikan yaitu “Eco Taman Sari kini hadir dengan media peta digital interaktif yang akan memudahkan pengalaman wisata Anda. Jelajahi semua fasilitas dengan sekali klik.”

2. Bentuk Pesan

Bentuk pesan yang ingin disampaikan melalui visual dan verbal yaitu:

1. Verbal

Menggunakan kalimat pendek, lugas, dengan kata-kata ajakan seperti "Yuk, jelajahi", "Temukan wahana seru di sini", "Klik untuk info selengkapnya".

2. Visual

Infografik berupa ikon, simbol, warna-warna alami, disertai animasi atau transisi ringan agar peta tampak hidup dan menyenangkan.

3.1.4 Strategi Media

Strategi media adalah rencana sistematis yang dirancang untuk menyampaikan pesan komunikasi atau pemasaran kepada audiens target melalui saluran media yang paling efektif. Tujuan utamanya adalah memaksimalkan jangkauan, frekuensi, dan dampak pesan dengan memanfaatkan berbagai jenis media secara optimal. Menurut Naibaho, N. A., & Ritonga, M. H. (2024) Strategi media mencakup identifikasi karakteristik audiens target dan pemilihan media yang sesuai untuk menyampaikan pesan. Pendekatan ini sering kali diterapkan dalam Integrated Marketing Communications (IMC), yang menggabungkan berbagai saluran media seperti iklan, hubungan masyarakat, dan media sosial untuk mencapai tujuan komunikasi yang holistik. Strategi media yang digunakan untuk Wisata Kampung Eco Taman Sari yaitu:

1. Media Utama

Infotainment Map Interaktif yang kompatibel dengan desktop dan perangkat mobile. Akses bisa melalui link yang tersedia di lokasi. Dengan desain responsif dan ringan agar dapat diakses dengan koneksi internet standar.

2. Media Pendukung

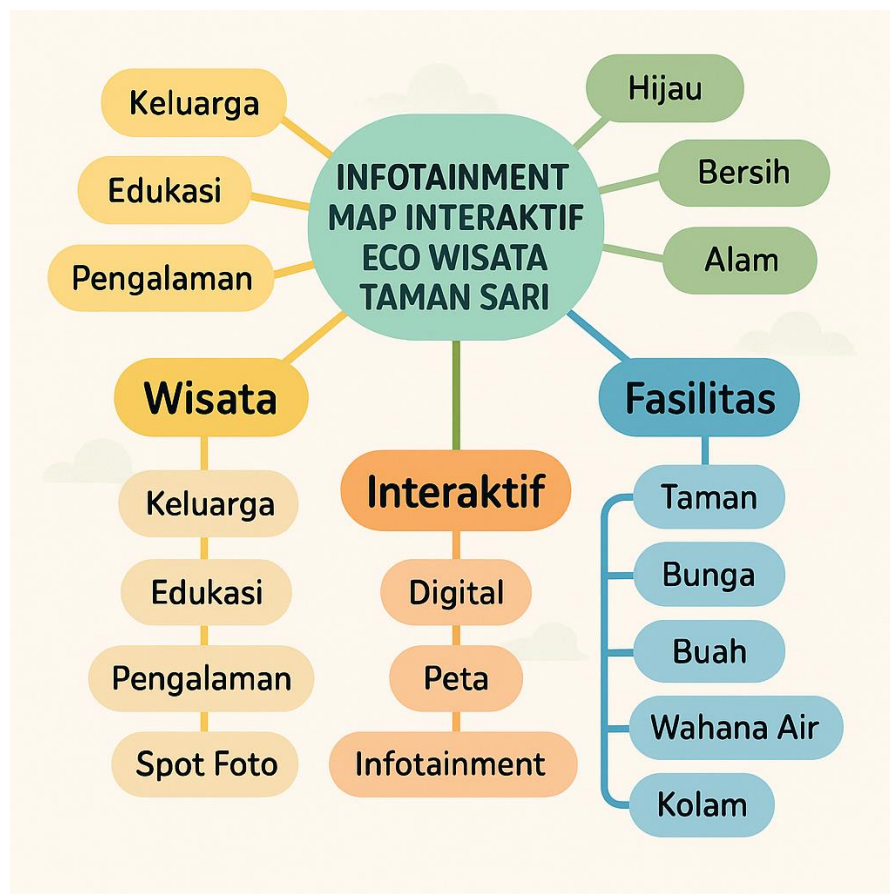
Poster digital tentang informasi infotainment map wisata kampung eco Taman Sari.

3.2 Konsep Visual

Konsep visual yang digunakan dalam perancangan Infotainment Map Interaktif untuk wisata kampung eco Taman Sari mengusung tema “Eco-Friendly Family Tourism” yang selaras dengan identitas tempat wisata tersebut.

3.2.1 Konsep Kreatif

1. Mind Mapping



Gambar 3.1 Mind Mapping Perancangan Infotainment Map Interaktif Wisata Kampung Eco Taman Sari

Sumber: Penulis. 2025

2. Moodboard

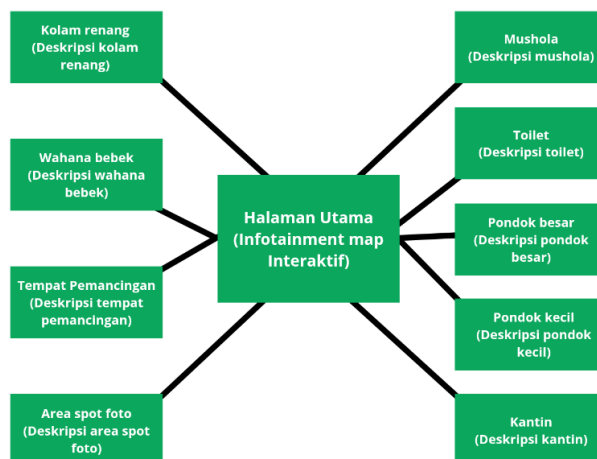
Moodboard Infotainment map interaktif
Wisata Kampung Eco Taman Sari



Gambar 3.2 Moodboard Perancangan Infotainment Map Interaktif Wisata
Kampung Eco Taman Sari

Sumber: Penulis. 2025

3.2.2 Konsep Interaktif



Gambar 3.3 Konsep Interaktif Perancangan Infotainment Map
Interaktif Wisata Kampung Eco Taman Sari

Sumber: Penulis. 2025

3.2.3 Format Halaman

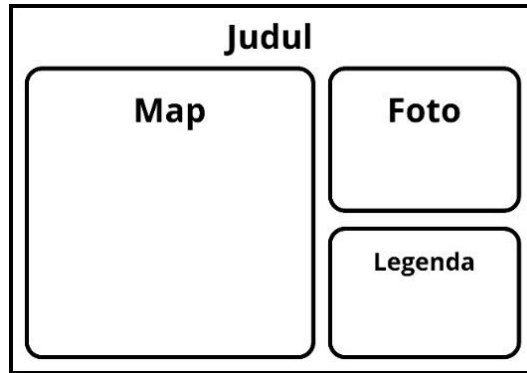
Format halaman dari infotainment map interaktif dirancang dalam bentuk multi-halaman (multi-page interface) dengan navigasi yang konsisten. Berikut adalah estimasi jumlah dan jenis halaman (page) yang dirancang:

Tabel 3.1 Format Halaman

No.	Nama Halaman	Deskripsi Singkat
1.	Peta Interaktif	Halaman utama yang menampilkan peta dengan seluruh ikon dan titik wisata.
2.	Spot Foto	Menampilkan informasi spot foto.
3.	Wahana Bebek	Menampilkan informasi wahana bebek air.
4.	Kolam Renang	Menampilkan informasi kolam renang.
5.	Kantin	Menampilkan informasi kantin.
6.	Pondok Kecil	Menampilkan informasi pondok kecil.
7.	Pondok Besar	Menampilkan informasi pondok besar.
8.	Tempat Pemancingan	Menampilkan informasi tempat pemancingan.
9.	Mushola	Menampilkan informasi mushola.
10.	Toilet	Menampilkan informasi toilet.

3.2.4 Komposisi/Tata Letak

Layout peta dirancang secara horizontal dengan titik-titik lokasi terstruktur dari pintu masuk ke seluruh fasilitas. Menggunakan sistem navigasi interaktif seperti tombol klik, ikon, dan efek hover. Judul utama dan petunjuk umum diletakkan di bagian atas atau pojok layar, dengan sistem tab untuk memilih kategori lokasi (wahana, fasilitas, spot foto).



Gambar 3.4 Komposisi Perancangan Infotainment Map Interaktif Wisata
Kampung Eco Taman Sari
Sumber. Penulis. 2025

3.2.5 Gaya Visual

Gaya visual yang digunakan adalah flat design dengan elemen visual 2D dengan bertemakan alam yang atraktif. Setiap spot ditandai dengan angka yang bisa diklik dan memunculkan informasi dari spot tersebut.

3.2.6 Jenis Huruf/Tipografi

Font utama: League Spartan – digunakan untuk judul dan informasi utama.
Font sekunder: Bree Serif – digunakan untuk deskripsi tambahan. Alasan pemilihan ini ramah digital, mudah dibaca, dan konsisten dalam tampilan digital.

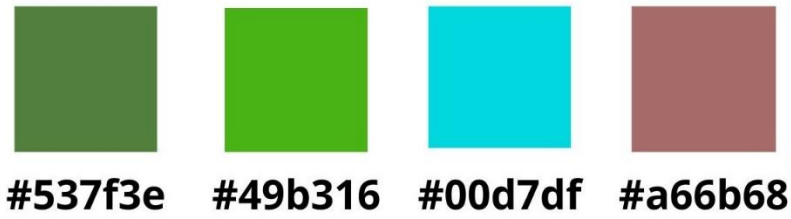
League Spartan
Bree Serif

Gambar 3.5 Jenis Huruf Perancangan Infotainment Map Interaktif
Wisata Kampung Eco Taman Sari
Sumber. Penulis. 2025

3.2.7 Pemilihan Warna

1. Hijau daun (#537f3e): Warna utama, mewakili konsep alam dan eco-friendly.
2. Hijau muda (#49b316): Background elemen ringan dan tidak mencolok.
3. Biru muda (#00d7df): Menandai fasilitas air dan kenyamanan.

4. Coklat tanah (#a66b68): Memberi kesan alami dan membumi.



Gambar 3.6 Pemilihan Warna Perancangan Infotainment Map Interaktif
Wisata Kampung Eco Taman Sari

Sumber. Penulis. 2025