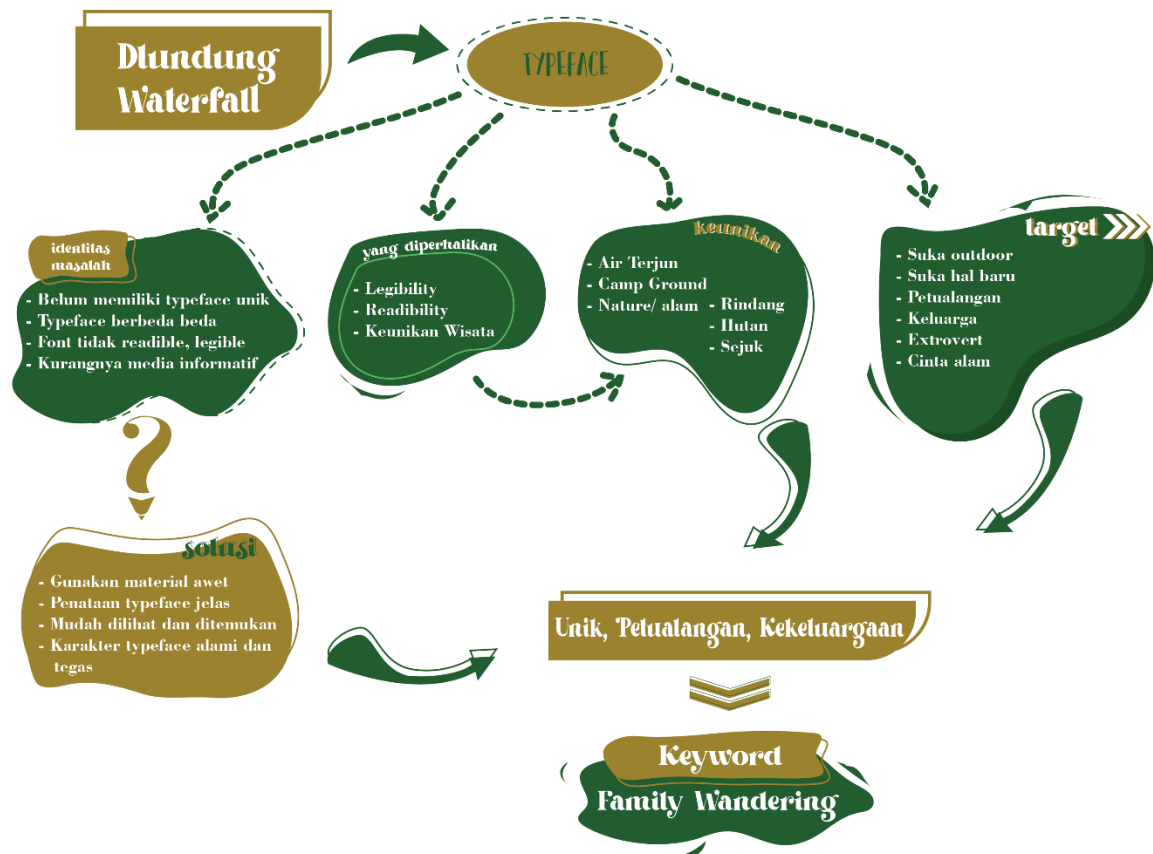


BAB V
KONSEP PERANCANGAN

5.1 Keyword



Gambar 5. 1 Perumusan *Keyword*

(Sumber: Dokumen Pribadi)

5.2 Definisi Keyword

Keyword dalam penerjemahan Bahasa Indonesia mengartikan kata kunci. Kata kunci bersifat penting dikarenakan adalah sebuah landasan untuk merancang bentuk visual yang didapat dari cara *brainstorming* perancang melalui identifikasi masalah, wawancara, observasi, ataupun kuisisioner. Dalam permasalahan ini, perancang menemukan kata kunci “Family Wandering”. Penemuan dari kata kunci tersebut merupakan hasil dari *brainstorming*. Makna dari kata kunci tersebut berarti Petualangan Keluarga, dimana

terdapat hal yang menarik untuk keluarga di dalam kawasan Wisata Dlundung *Waterfall*. Hal yang sama berupa lokasi kawasan wisata yang muda dijangkau oleh keluarga-keluarga yang ingin menyegarkan pikiran dan petualangan alam yang santai, gemuruh air terjun, hijaunya pepohonan, dan pengalaman bersama keluarga yang menjadikannya sangat relevan menggunakan kata kunci “Family Wandering”.

a. Makna Denotasi

Dalam perancangan ini memiliki makna denotasi yang menyampaikan tentang *keyword* “*Family Wandering*” yang merupakan titik temu dari penjabaran identifikasi masalah, Target audiens dan keunikan yang di miliki oleh Wisata Dlundung *Waterfall*. Kata “Family” dapat diartikan ke dalam Bahasa Indonesia ialah keluarga, dalam KBBI mengatakan anggota seisi rumah meliputi ibu dan bapak beserta anak-anaknya, bisa jadi kerabat dekat atau masih hubungan darah. Dan arti “Wandering” jika diartikan ke dalam Bahasa Indonesia merupakan petualangan, arti sebenarnya dalam KBBI adalah orang yang bertualang, mengembara, selalu kemana-mana, tidak berdiam atau tinggal di rumah, jiwa yang bebas.

b. Makna Konotasi

Makna konotasi merupakan makna penafsiran, makna yang tersirat secara tidak langsung, *intrepretasi* dari suatu hal. “Petualangan Keluarga” di dasari oleh tempat wisata yang berada di dalam hutan alamiah namun masih memiliki akses masuk yang mudah untuk keluarga, sehingga keluarga inti maupun keluarga besar dapat menikmati hijaunya pemandangan dan hutan alamiah tanpa bersusah susah berwisata di alam. Karena alam yang sejuk dan tempat yang dapat dijadikan petualangan yang menarik untuk keluarga, maka dari itu sangat selaras dengan *keyword* yang dipilih.

Dalam hal ini makna konotasi mengajak para pengunjung untuk dapat berwisata alam dengan tenang, santai, akses yang mudah di jangkau, fasilitas yang baik sehingga para pengunjung dapat menikmati petualangan keluarga yang mengesankan dan tak terlupakan, bahkan akan diceritakan kepada sanak saudara maupun anak-cucu. Dengan kata lain, makna konotasi menyampaikan pengalaman berharga saat berwisata di dalam Wisata Dlundung *Waterfall* Trawas. Maka dari itu mengenai *typeface*, sign, poster dan papan pengumuman lainnya harus di terapkan secara efisien dan menyeluruh agar di setiap sudut tempat Wisata Dlundung *Waterfall* memiliki kesan yang sama terhadap para pengunjung.

5.3 Konsep Verbal

Dalam perancangan ini menggunakan strategi komunikasi yang santai, seperti bercengkerama dan mengobrol dengan keluarga, kerabat, teman sampai sahabat. Melalui data observasi yang sudah dilakukan bahwa letak geografis yang berada di Provinsi Jawa Timur, dan masyarakat cenderung menggunakan Bahasa Jawa Surabaya, maka dari itu strategi komunikasi yang digunakan merupakan Bahasa Indonesia dengan khas masyarakat sekitar Surabaya, Mojokerto, Sidoarjo yang lebih santai, namun tidak menghilangkan budaya sopan santun. Dalam hal ini bisa menggunakan kata “rek, pakde, cak, mas, mbak, ning, dan sebagainya” sebagai kata sapaan yang hangat dan santai.

5.4 Konsep Visual

Konsep visual berfokus pada karakter *typeface* yang akan dirancang. Dimana akan disesuaikan dengan analisis kuisisioner serta kata kunci yang sudah didapatkan. Sehingga elemen visual yang dirancang akan memiliki otentik yang akan dapat digunakan secara konsisten. Dalam perancangan *typeface* ada beberapa hal yang menjadi patokan atau standart merancang *typeface*, sehingga *typeface* yang dirancang dapat dibaca dengan baik, *legibility* yang baik, juga memperhatikan kerning di setiap huruf, *Crossbar*, *Stem*, *X height*, *Baseline*, dan masih banyak yang perlu diperhatikan. Dalam perancangan *typeface* ini berdasarkan analisis hasil kuisisioner mendapatkan karakter *typeface* yang alamiah, memiliki ketegasan alam, dan memiliki kesan santai mengimplementasikan keluarga yang bahagia



Gambar 5. 2 Contoh *Typeface*

(Sumber : <https://id.pinterest.com/pin/531143349817098145/>)

Kemudian konsep visual untuk media-media yang diperlukan di dalam dan menuju kawasan Wisata Dlundung *Waterfall*. Seperti sign, berdasarkan hasil observasi menyimpulkan bahwa ada beberapa media-media informasi yang kurang, material yang digunakan untuk sign yang tidak tahan lama terhadap kelembaban alam menjadikannya

cepat rusak, tidak terbaca dan bahkan tidak terpakai. Berdasarkan analisis dan kata kunci yang sudah ditentukan, konsep visual pada media-media harus menggunakan material yang awet dan tahan lama terhadap cuaca dan kelembaban udara, material dapat berupa ACP (*Alluminium Compossite Panel*) yang berbahan dasar aluminium tahan terhadap korosif, kelembaban serta perawatan yang mudah. Serta prinsip sign yang diperlukan berupa pengaturan objek kepada jangkauan pandang seseorang, ukuran, *visibility*, *readability*, *legibility* dan kerning font. Dalam segi warna akan disesuaikan warna yang cerah, karena berada disekitar wisata alam yang natural, dan rindang. Maka dari itu akan menggunakan warna yang terang, seperti kuning, merah ataupun biru.

5.5 Konsep Media

5.5.1 Media Utama

Media utama perancangan ini merupakan karakter *typeface* yang akan di dirancang. Perancangan *typeface* akan mengikuti hasil kuisisioner serta kombinasi kata kunci yang sudah melalui proses kreatif. Sehingga *typeface* yang dirancang dapat menggambarkan keunikan yang ada di Wisata Dlundung *Waterfall*. Berikut adalah hasil perancangan utama/media utama, yaitu:

1. *Display Type* sebagai font khusus yang dimiliki oleh Wisata Dlundung *Waterfall* yang unik. *Display Type* yang unik bertujuan untuk sebagai *font headlines* informasi. Yang dapat dikategorikan sebagai fokus utama pembaca.

5.5.2 Media Pendukung

Media pendukung merupakan media yang berperan sebagai pendukung media utama, seperti tidak penting namun disisi lain memiliki peran penting sebagai *brand awareness* Wisata Dlundung *Waterfall* sehingga memiliki kesan kepada wisatawan. Beberapa sign yang akan dirancang adalah, sebagai berikut:

1. Sign Identitas merupakan sign yang lokasinya tepat di depan gerbang masuk Wisata Dlundung *Waterfall*. Dengan menggunakan *typeface* yang sudah dirancang.
2. Papan petunjuk berupa sign yang berada diluar menuju arah Wisata Dlundung *Waterfall*, sebagai papan pemberi petunjuk arah menuju lokasi. Di tempatkan di beberapa titik strategis, media menggunakan ukuran 150 x 50 cm

3. Papan peringatan merupakan papan larangan guna untuk keselamatan pengunjung, menggunakan warna merah menyala serta material yang kuat. Di tempatkan di kawasan berbahaya di dalam kawasan wisata dlundung *waterfall*. Media berukuran 50 x 60 cm
4. Poster *Typeface* merupakan salah satu informasi yang sederhana yang dapat merangkum seluruh aspek informasi Wisata Dlundung *Waterfall* untuk sebuah informasi cepat, dan di desain dengan menarik agar para pengunjung, calon pengunjung melihat dan tertarik untuk datang ke Wisata Dlundung *Waterfall*
5. Media informasi, mengenai papan informasi yang harus diperhatikan oleh pengunjung, ditempatkan pada kawasan wisata yang menjadi titik kumpul pengunjung sehingga mudah pembacaan oleh pengunjung, ukuran media dapat disesuaikan dengan isi informasi yang ada.

Serta beberapa *merch* untuk kelengkapan brand. seperti

1. Mug
2. Goodie Bag
3. Gelang tiket
4. Stiker