

BAB III

KONSEP PERANCANGAN

A. ANALISA SWOT

Berdasarkan identifikasi data yang telah dilakukan sebelumnya maka dapat diketahui letak kelebihan dan kekurangan mengenai kepariwisataan di Kota Solo sebagai berikut :

a. *Strength* (kekuatan)

Dinas pariwisata Kota Surakarta melayani para pendatang dan wisatwan dengan baik. Serta pendukung yang lengkap dengan banyaknya panduan perjalanan wisata di Kota Solo.

b. *Weakness* (kelemahan)

Kekurangan yang dimiliki dinas pariwisata Kota Surakarta adalah kurang lengkap dalam penyajian materi di dalam buku panduan untuk para wisatawan. Serta kurangnya media promosi yang mendukung untuk keperluan wisatawan

c. *Opportunities* (peluang)

Peluang yang dimiliki oleh dinas pariwisata Kota Surakarta menjadikan pilihan dan referensi untuk dinas pariwisata Kota lain

d. *Thread* (serangan)

Dinas pariwisata Kota Surakarta harus menghadapi banyaknya competitor yang telah memiliki perlengkapan dalam menerima wisatawan. Agar para wisatwan dan pengunjung Kota Solo semakin banyak.

B. Target Audience

1. Target Market

a. Target market menurut geografis :

- 1) Daerah sasaran : Seluruh wilayah nasional Republik Indonesia
- 2) Iklim : Tropis

b. Target market menurut demografis :

- 1) Umur : 10 tahun ke atas
- 2) Jenis kelamin : laki-laki dan perempuan
- 3) Agama : semua agama
- 4) Pendidikan : semua tingkat pendidikan
- 5) Pekerjaan : pelajar, mahasiswa, karyawan, dan wiraswasta
- 6) status sosial : semua lapisan masyarakat

2. Target Audience

a. Target *audience* menurut geografis :

- 1) Daerah sasaran : Seluruh wilayah nasional Republik Indonesia
- 2) Iklim : Tropis

b. Target *audience* menurut demografis :

- 1) Umur : Semua umur
- 2) Jenis kelamin : laki-laki dan perempuan
- 3) Agama : semua agama
- 4) Pendidikan : semua tingkat pendidikan
- 5) Pekerjaan : pelajar, mahasiswa, karyawan, dan wiraswasta
- 6) status sosial : semua lapisan masyarakat

c. Target *audience* menurut psikografis :

Semua orang membutuhkan informasi tentang kota Surakarta secara tervisual dan tersaji dengan tata letak, komposisi ruang, komposisi bentuk, komposisi bidang, dan komposisi warna yang menarik

C. Unique Selling Proposition (USP)

USP adalah hal yang membedakan produk atau jasa dari para pesaing lainnya. Berdasarkan hasil identifikasi data, pariwisata di Kota Solo sendiri tidak memiliki yang bisa diunggulkan dari segi produk, karena mengingat banyaknya competitor yang sejenis.

D. Positioning

Positioning dalam promosi Pariwisata Kota Surakarta dengan cara mengkomunikasikan secara visual dan menggunakan gaya desain yang campuran antara klasik dan modern, dan dengan ilustrasi foto-foto menambah kesan komunikatif

E. Konsep Estetik

Suatu perencanaan media komunikasi visual perlu dilaksanakan sebuah konsep perancangan yang meliputi perancangan aspek visual seni rupa seperti garis, bentuk, bidang, tema, warna, ilustrasi, tata letak dan tipografi serta aspek verbal seperti slogan, *headline*, *body copy*, dan *caption*. Dengan adanya konsep

perancangan diharapkan adanya suatu desain yang menyatu dalam pola konsep yang selalu sama dan konsisten di setiap bentuk medianya.

1. Aspek visual

a. Tema

Tema yang digunakan dalam karya visual adalah tradisional Jawa sehingga nuansa khas Solo 'The Spirit Of Java; dapat terasa oleh audience. Tema ini banyak didominasi dengan gaya-gaya, motif tradisional seperti stilasi tanaman maupun binatang seperti pada motif batik tradisional Jawa.

b. Garis

Secara sederhana, garis dimaknai sebagai jejak dari suatu benda. Seperti halnya saat kita menggoreskan alat tulis pada selembar kertas, maka gerakan yang kita lakukan itu meninggalkan jejak yang disebut garis. Garis tidak memiliki kedalaman (depth), hanya memiliki ketebalan dan panjang. Pengertian garis menurut leksikon grafika adalah benda dua dimensi tipis memanjang. Sedangkan lilian gareth mendefinisikan garis sebagai sekumpulan titik yang bila dideretkan maka dimensi panjangnya akan tampak menonjol dan sosoknya disebut dengan garis. Garis memiliki kemampuan untuk mengungkapkan suasana. Wujud garis sangat bervariasi dan dapat dimanfaatkan sesuai kebutuhan dan citra yang diinginkan. Garis lurus member kesan kaku dan formal. Garis lengkung member kesan luwes dan lembut. Garis zig-zag member kesan keras dan dinamis. Garis tidak beraturan member kesan fleksibel dan tidak formal.

c. Bidang

Bidang dalam seni rupa merupakan bagian yang mempunyai sisi lebar dan panjang. Bidang dalam karya seni rupa dapat merupakan bidang yang teratur dan tidak beraturan. Bidang-bidang yang teratur misalnya segitiga, lingkaran, persegi panjang, dan kubus. Pengomposisian antara bidang-bidang tersebut akan menghasilkan suatu bentuk karya seni.

d. Bentuk

Kata bentuk dalam seni rupa diartikan sebagai wujud yang terdapat di alam dan yang tampak nyata. Bentuk hadir sebagai manifestasi fisik objek yang dijiwai dan disebut sebagai sosok (dalam bahasa Inggris disebut form). Misalnya membuat bentuk manusia, binatang, tumbuhan, dsb. Ada juga bentuk yang hadir karena tidak dijiwai atau secara kebetulan (dalam bahasa Inggris disebut shape) yang dipakai juga dengan kata wujud atau raga. Pada karya seni rupa, bentuk diciptakan sesuai dengan kebutuhan praktis. Dalam hal ini bentuk yang diciptakan sesuai dengan nilai kegunaannya (functional form). Selain itu, bentuk juga diciptakan sebagai ungkapan perasaan (ekspresi), seperti pada lukisan dan patung.

e. Tekstur

Pengertian tekstur dalam seni rupa adalah nilai raba suatu permukaan, baik itu nyata atau semu. Suatu permukaan mungkin kasar, halus, lunak, keras dan sebagainya. Penggunaan tekstur dalam seni rupa mungkin tidak begitu penting, tekstur digunakan dalam seni lukis sebagai nilai tambah untuk menciptakan

kesan-kesan tertentu. Tekstur dapat berupa tekstur semu atau nyata, tekstur semu dapat diolah dengan teknik-teknik tertentu dan dengan berbagai media. Pembuatan tekstur semu lebih sulit dibandingkan dengan tekstur nyata. Tekstur nyata dapat dengan mudah dibentuk, dalam seni lukis misalnya kita bisa membuat tekstur kasar dengan menggunakan media kolase atau ersua Sehingga dapat dengan cepat diperoleh tekstur tersebut. Dalam lukisan, tekstur sering dijumpai pada jenis lukisan abstrak.

f. Warna

Warna yang digunakan dalam karya visual ini adalah :

1) Warna primer : biru C100 M 100 Y0 K0

Warna ini melambangkan kewibawaan dan tingkat derajat yang tinggi seperti pada warna Keraton Surakarta.

2) Warna sekunder : hijau C 100 M 0 Y 100 K0

Warna melambangkan kemakmuran dan keindahan. Warna ini juga menjadi warna untuk Keraton Mangkunegaran.

3) Warna tersier : merah C0 M 100 Y 100 K0

Warna ini melambangkan suatu ketegasan dan kekuatan

g. Tata Letak

Tata letak yang digunakan dalam karya visual ini adalah tata letak formal yang bersifat dinamis sehingga audience tidak merasa cepat bosan dalam menyerap pesan informasi yang disampaikan.

h. Tipografi

Tipografi yang digunakan adalah jenis-jenis huruf *sans serif* dengan tujuan sesuai karakteristik font Calibri yang tegas tapi lembut. Sesuai dengan karakter orang Solo yang sebenarnya yang berkarakter lembut. Rancangan untuk tipografi yang digunakan adalah sebagai berikut :

1) **Headline** : Calibri

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm

Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

123456789.,;:'"!?

2) **Bodycopy** : Calibri

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm

Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

123456789.,;:'"!?

3) **Caption** : Calibri

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm

Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

123456789.,;:'"!?

2. Aspek verbal

a. Slogan

Slogan digunakan untuk menambah daya tarik kepada audience terhadap produk yang ditawarkan.

Karya ini menggunakan slogan :

“Solo The Spirit Of Java”

Maksud dari slogan ini adalah menjadikan Kota Surakarta sebagai kota budaya yang memiliki nilai sejarah yang tinggi dan mempunyai banyak pesan arti yang mendalam bagi yang memiliki dan mempunyai kesan tak terlupakan bagi yang mengunjunginya.

b. **Headline**

Headline digunakan sebagai judul suatu paparan. Selain itu juga dipakai sebagai daya tarik bagi pembaca agar membaca paparan yang ditulis. *Headline* disini menjadi kalimat atau kata untuk judul awal suatu bab di dalam buku direktori.

c. **Bodycopy**

Bodycopy digunakan sebagai kalimat paparan penjelasan terhadap suatu pesan informasi yang berhubungan dengan bab-bab pembahasan.

d. **Caption**

Caption digunakan sebagai kalimat penjelasan untuk gambar-gambar yang ada pada halaman.

F. KONSEP PENGAMBILAN GAMBAR

Materi utama dalam karya visual ini adalah fotografi sehingga dalam pelaksanaannya diperlukan persiapan-persiapan peralatan fotografi seperti kamera

dan perlengkapannya. Data teknis dari peralatan yang digunakan dalam pembuatan karya ini adalah :

1. Kamera digital Canon EOS 7D
2. Lensa jenis lebar EF 10 – 22mm f4.0 , lensa 10 – 17mm fish eye, lensa fix 50mm f1.8, lensa zoom L Series 70-200mm f2.8 IS, flash canon speedlite 460EXII, Triger, Tripod
3. Lampu studio untuk keperluan dalam ruangan
4. Komputer untuk pengerjaan karya secara digital

Adapun data teknis karya visual yang akan disajikan dalam beberapa bentuk karya sebagai berikut :

1. Buku Direktori Kota Surakarta

Karya ini berupa buku yang berukuran A5 dengan pertimbangan kemudahannya dalam mobilitas. Bahan dari buku ini adalah kertas art paper baik untuk cover maupun untuk halaman isi. Buku ini bisa didapatkan secara gratis di pusat-pusat informasi pariwisata, *tourism center* dan biro perjalanan. Bisa juga dijual di toko buku dengan bekerja sama dengan salah satu pihak penerbit.

Teknik yang dipakai dalam pembuatan buku direktori ini adlaah teknik fotografi digital untuk foto *landscape*, arsitektural dan *still life*. Foto *landscape* dan arsitektural diambil dengan menggunakan pencahayaan alam seadanya. Foto yang diambil pada malam hari apabla tidak memungkinkan dengan menggunakan cahaya seadanya maka perlu digunakan cahaya tambahan dari lampu kilat. Foto *still life* diambil dengan menggunakan pencahayaan buatan dan dilakukan di

dalam ruangan kamar pengeditan gambar foto dengan ersuasi dilakukan seperlunya sesuai dengan tujuan dan kebutuhan penggunaan gambar tersebut.

Setelah semua materi gambar foto terkumpul maka dilakukan peñata letak dalam halaman buku dengan bantuan imposisi. *Software* yang dipakai adalah CorelDraw mengingat untuk mempermudah proses produksinya karena ada beberapa percetakan yang belum bisa menerima format selain CorelDraw seperti Adobe Pagemaker, Adobe in Design dan sebagainya. Agar dalam proses pembuatan dan *editing* mudah dilakukan maka tiap-tiap halaman dikerjakan dalam satu dokumen terpisah untuk masing-masing halaman karena CorelDraw sering mengalami masalah dalam menangani desain banyak halaman. Proses imposisi halaman tidak penulis lakukan sendiri melainkan diserahkan ke pihak *reprohouse* agar sesuai dengan *final artwork* yang akan dijadikan acuan untuk mesin cetak.

Teknis tata letak yang dipakai adalah jenis formal yang bersifat dinamis. Sebelum dibuat di imposisi perlu dibuat sketsa rancangan tata letak untuk tiap halamannya terlebih dahulu agar mudah dalam pengaturan komposisinya dalam imposisi. Rancangan buku yang dibuat adalah halaman bolak-balik dengan format *landscape*

2. Media promosi pariwisata Kota Surakarta

a. Poster

Karya ini berukuran A3 dengan bahan art paper yang nantinya akan dipasang pada tempat-tempat strategis seperti halte bus, warung makan, stasiun

dan lain-lain. Materi dari poster ini berisi tentang informasi-informasi visual tentang pariwisata Kota Surakarta.

Poster dibuat dengan menggunakan *software* CorelDraw dengan dibuat sketsa kasar dari tata letak materi yang akan digunakan dalam desain poster. Gambar ilustrasi yang dipakai dalam poster ini menampilkan gambar foto acara hiburan khas di Surakarta. Materi verbal yang digunakan merupakan pesan yang bersifat persuasive agar audience tertarik untuk mengunjungi Kota Surakarta.

b. Banner

Karya ini dibuat dengan ukuran standart 60 x 160 cm untuk x-banner atau standing banner, yang nantinya bisa dipasang ditempat – tempat strategis seperti di pusat perbelanjaan atau di lobby hotel – hotel

c. Baliho Pariwisata Kota Surakarta

Karya ini berukuran 3 x 1.5 meter terbuat dari bahan mmt yang nantinya dipasang di titik-titik strategis seperti batas kota maupun persilangan jalur utama transportasi. Materi yang di sajikan berisi tentang informasi visual tentang pariwisata Kota Surakarta.

d. Brosur Pariwisata Kota Surakarta

Karya ini terbuat dari kertas art paper ukuran 40x30cm. Karya ini nantinya dijadikan sebagai panduan pariwisata yang bisa didapatkan di *tourism center*, penginapan maupun di kantor biro wisata. Materi yang disajikan berisi tentang lokasi-lokasi wisata Kota Surakarta.

3. *Merchandise* Pariwisata Kota Surakarta

Karya ini berupa desain kaos, jam dinding, kalender meja, kalender duduk, dan pin yang berisi promosi Kota Surakarta. Bahan dari kaos adalah kain cotton 30s ukuran *all size* dan bahan untuk kalender meja, kalender duduk, adalah kertas art paper masing-masing berukuran 58 mm untuk pin , A3 untuk kartu kalender dinding dan A5 untuk kalender meja. Karya tersebut bisa didapatkan di pusat perbelanjaan seperti *mall*, kios-kios sandang di pasar maupun di lokasi-lokasi wisata di Surakarta.

G. KONKLUSI

Proses pertama yang dilakukan dengan melakukan observasi lapangan tentang spot utama tempat wisata budaya, spot utama tempat wisata kuliner, serta tempat-tempat lain seperti pusat perbelanjaan tradisional dan modern, tempat penginapan. Lalu dengan observasi berbagai macam tempat wisata tersebut diperoleh data yang bias dikembangkan.

Kemudian disusunlah data yang berisi gambaran dan penjelasan singkat yang dituangkan dalam bentuk buku direktori pariwisata yang didukung dengan ilustrasi fotografi dan layout yang menggambarkan tentang segala sesuatu yang ada dan yang menjadi ciri khas Kota Surakarta