

### **BAB III**

## **ANALISA DATA DAN KONSEP PERANCANGAN**

Setelah diperoleh data pada bab sebelumnya maka langkah selanjutnya yaitu analisa data tersebut untuk digunakan sebagai landasan dasar penentuan konsep perancangan pada bab selanjutnya.

#### **A. Analisa Data**

Analisa data merupakan proses penyampaian data secara terperinci untuk menemukan informasi yang akan digunakan sebagai konsep perancangan untuk menentukan keputusan hingga menghasilkan suatu kesimpulan.

##### **1. Segmentasi**

###### **a. Geografis**

Letak Wilayah : Jawa Timur

Ukuran wilayah : Kabupaten dan Desa

###### **b. Demografis**

Jenis kelamin : Laki laki - Perempuan

Usia : 15 - 35 Tahun

Ekonomi : Menengah

Agama : Semua Agama

Pendidikan : SMP - Perguruan Tinggi

**c. Psikologis**

Seseorang dengan rentang usia 15-35 tahun. Suka olahraga outdoor (Pendakian) serta tantangan. Akan tetapi kurangnya pemahaman tentang prosedur pendakian khususnya pendakian Gunung Lawu.

**d. Behavior**

Pendakian gunung lawu sebagai media informasi pendaki adalah masyarakat dengan rentang usia 15-35 tahun yang mulai memiliki keterarikan kegiatan outdoor dan akan melakukan pendakian ke Gunung Lawu.

**2. USP (Unique Selling Proposition)**

USP atau Unique Selling Proposition adalah faktor dari sebuah produk yang membedakan produk tersebut dengan pesaing. Faktor ini tidak selalu merupakan sesuatu yang tidak dimiliki oleh pesaing, bisa jadi pesaing memiliki faktor tersebut namun tidak dikelola dengan maksimal. Wisata Kabupaten Karanganyar sendiri mempunyai beberapa keunikan yang ditonjolkan. Lokasi Karanganyar yang terletak di lereng gunung Lawu menjadikannya penuh dengan potensi wisata alam, seperti air terjun, pekebunan, hutan perkemahan, pendakian, mata air, dan sebagainya. Selain itu terdapat pula situs bersejarah di lereng gunung Lawu yaitu Candi Suku, Candi Cetho, Candi Plangatan, Situs Menggung, dan Situs Watu kandang. Oleh karena itu wisatawan tidak hanya menikmati obyek wisata tujuan saja, namun juga dapat menikmati pemandangan alam yang indah dalam satu perjalanan wisata.

### **3. ESP (Emotional Selling Proposition)**

Manusia mempunyai kondisi kejiwaan yang berbeda antara satu dengan lainnya, terutama ketika seseorang berada di alam bebas melakukan pendakian gunung atau penjelelahan alam. Kondisi kejiwaan yang ada padanya sangat mempengaruhi sikap dan tindakannya, karena kondisi alam bebas yang jauh berbeda dari lingkungan kehidupan masyarakat, maka berbagai sikap seseorang yang semula tak tampak dalam hidup sehari-hari akan muncul. Misalnya seseorang yang semula tampak berani dalam pergaulan, mungkin saja ia berubah menjadi penakut di alam bebas, demikian juga seseorang yang tampak stabil emosinya, mungkin saja akan menjadi labil ketika di alam bebas.

Lantas bagaimana kondisi psikologis yang memungkinkan seseorang melakukan kegiatan penjelajahan alam maupun mendaki gunung sebagai suatu upaya meningkatkan kecerdasan emosional?

Pertama kita kenali tentang perasaan (afeksi) yang terkait dengan masalah emosi ketika seseorang melakukan pendakian dalam kelompok kecil yang merupakan bagian dari proses kesiapan mental.

Perasaan positif, seperti rasa tenteram, damai, riang, atau perasaan solider terhadap kelompok, dan sebagainya.

Perasaan negatif, misalnya rasa takut yang berlebihan karena kondisi alam yang belum dikenal, putus asa, terlalu mengasihani diri sendiri, nekat, egois dan sebagainya.

#### **4. Positioning**

Perancangan ini gaya visual yang digunakan adalah flat design. Gaya visual tersebut lebih mengutamakan bentuk visual yang lebih minimalis, serta memanfaatkan ruang negatif, sehingga pesan yang ingin disampaikan melalui visual tersebut dapat dengan mudah dipahami. Visual dalam media utama berupa sistem tanda ini akan lebih memfokuskan informasi utama yaitu jarak, waktu tempuh, serta lokasi jalan bercabang yang berada pada jalur Cemoro Sewu. Teknis yang digunakan adalah vektor dengan menggunakan warna kontras dengan lingkungan yang berada di gunung. Tujuannya agar informasi mudah dilihat ataupun ditemukan dalam kejauhan sehingga hal tersebut dapat mempermudah audien untuk mencari informasi mengenai jalur Cemoro Sewu ketika melakukan pendakian.

Gaya desain yang dipilih adalah gaya desain modern. Gaya desain ini dipilih karena informasi yang disajikan harus dapat dipahami dengan cepat dan tepat. Ditambah dengan format ukuran buku yang kecil membuat tiap elemen desain yang dipakai di dalam buku harus memiliki fungsi agar buku dapat memberikan informasi yang baik. Perancangan sign system anda menggunakan gaya visual modern.

#### **B. Strategi Kreatif**

Identitas Visual dari Gerakan Keselamatan Pendakian ini dirancang secara kreatif dan komunikatif sehingga pesan yang ingin disampaikan mampu dipahami dan diterapkan oleh siapapun yang melakukan kegiatan mendaki. Adapun proses

kreatif yang dilakukan yaitu merancang ikon untuk gerakan kampanye. Ikon tersebut menampilkan karakteristik dari objek wisata pendakain dan tentu saja juga mampu menggambarkan maksud dan tujuan dari gerakan kampanye ini. Maskot juga dibuat sebagai karakter pendukung dalam program keselamatan pendakian sebagai daya tarik. Infografis dirancang menyesuaikan target audience. Kemudian merancang material desain cetak dan digital sebagai pendukung dari program kampanye ini. yaitu meliputi sign system, infografis, visual post, poster, baliho, roll banner, bendera dan merchandise.

## **1. Konsep Estetis Visual**

### **a. Layout**

Menurut Hendratman (seperti dikutip Rahma Yusfarani, 2016) Layout merupakan sebuah tata letak yang disusun berdasarkan unsur-unsur grafis terhadap suatu bidang dalam sebuah media tertentu agar mendukung pesan yang akan disampaikan. Layout memiliki beberapa jenis seperti Mondrian Layout, Multi Panel Layout, Frame Layout, Silhouette Layout, dan sebagainya. Berdasarkan pengertian diatas, perancangan informasi ini akan menggunakan Silhouette Layout yang dimana jenis tata letak seperti ini akan didominasi oleh bentuk-bentuk ilustrasi yang menggunakan siluet atau bayangan. Diharapkan dengan menggunakan jenis tata letak tersebut, pesan yang ingin disampaikan dapat dengan mudah dimengerti oleh pendaki, sehingga tidak ada lagi kekeliruan yang terjadi dalam menangkap sebuah pesan yang dapat menyebabkan

pendak. Dalam tata letak media utama ini, penempatan informasi utama berada di tengah, berguna agar dapat dengan mudah dilihat oleh khalayak, untuk tulisan berada pada bagian atas dan bawah, pada bagian bawah adalah penjelasan dari informasi utama yang dimana pada bagian ini menjelaskan beberapa informasi pada gambar utama, sehingga pendaki akan lebih mudah menangkap pesan yang akan diberikan, untuk bagian atas lebih didominasi penjelasan-penjelasan mengenai ikon yang terdapat pada informasi utama menjadi tersesat.



Gambar 22. Layout Modern  
(<https://id.pinterest.com/pin/>, 2022)

## b. Warna

Buku yang berjudul Pengantar Desain Komunikasi Visual mengatakan bahwa warna merupakan pelengkap gambar serta mewakili suasana kejiwaan pelukisnya dalam berkomunikasi. Warna juga merupakan unsur yang sangat tajam untuk menyentuh kepekaan penglihatan, sehingga mampu merangsang munculnya rasa haru, sedih, gembira, mood, atau semangat, dan lain-lain. Teori ini menyederhanakan warna-warna yang ada di alam menjadi empat kelompok warna, yaitu warna primer, sekunder, tersier, dan warna netral. Palet warna modern set swatch. Sampel katalog warna yang trendi. Ilustrasi vektor.



Gambar 23. Palet Warna Modern  
(<https://www.google.com/search?q=Palet+Warna+Modern&tbm, 2022>)

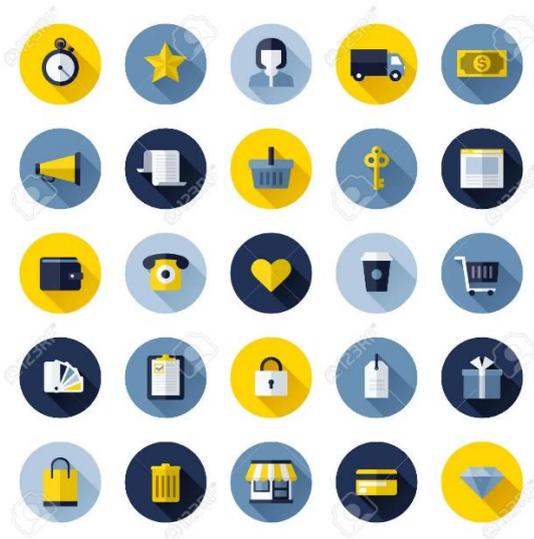
### **c. Ilustrasi**

Ilustrasi pada awalnya berfungsi sebagai pelengkap sebuah teks. Interaksi antarteks dan gambar menciptakan sebuah harmoni. Sejalan dengan perkembangan, ilustrasi berkembang dan memiliki peran yang lebih luas dari sekedar pelengkap. Ilustrasi saat ini mengalami perkembangan, ilustrasi tidak lagi hanya terbatas pada gambar yang mengiringi teks akan tetapi telah berkembang ke dalam makna yang lebih luas. Ilustrasi merupakan alat bantu yang membuat sesuatu menjadi lebih jelas, lebih bermanfaat atau menarik. Berbagai macam ilustrasi yang diadopsi oleh seniman-seniman sekarang juga lebih variatif. Pemilihan ilustrasi yang akan dipilih untuk menunjang keperluan unsur-unsur grafis juga akan berbeda. Zaman dahulu lebih dikenal dengan gaya klasik, desain yang menampilkan gambar dan foto ala kadarnya. Kini era modern banyak berkembang gaya-gaya baru yang lebih mudah dipahami dan sangat sederhana atau bisa juga disebut minimalis. Ilustrasi yang sangat populer saat ini adalah Flat Design. Ilustrasi tersebut menggunakan teknik dasar menghilangkan karakter gaya seakan-akan mengambang di tampilan gambar, yaitu menghilangkan teknik gambar seperti gradasi, tekstur dan karakter desain dimensi lain. Walaupun menghilangkan beberapa karakter dimensi, flat design tidak kalah menariknya dengan teknik desain yang lain, kelebihanannya terdapat pada pemilihan warna yang simple namun

menarik, bentuk yang sederhana, tata letak dan pemilihan font yang khusus sehingga tidak terkesan tua atau retro. Di era sekarang ini banyak digunakan untuk pembuatan tampilan aplikasi, mobile interface, ikon, dan ikon.



Gambar 24. Ilustrasi Modern  
(<https://www.google.com/search?q=+ilustrasi+modern&tbm, 2022>)



Gambar 25. Icon Gaya Modern  
(<https://id.pinterest.com/pin/374221050296261179/, 2022>)

#### d. Tipografi

Tipografi yang digunakan pada menggunakan font jenis Sans Serif. Jenis font tersebut dipilih karena memiliki keterkacaan yang jelas dan karakter yang tegas. Selain itu secara visual juga terlihat modern. Untuk font yang akan diaplikasikan ke sebuah logo kampanye, font sans serif adalah pilihan yang tepat. Jenis huruf yang dipilih adalah huruf sans serif yaitu font Bebas Neue digunakan di keseluruhan infografik karena bentuk typeface tersebut mendukung elemen grafis dan mood yang ada dan karena font ini hanya uppercase sehingga menimbulkan kesan serius di dalamnya.

“Bebas Neue” dengan ketebalan huruf yang berbeda-beda sesuai kebutuhan desainnya nanti.



Gambar 26. Font Bebas Neue Book  
([www.fontsqureel.com](http://www.fontsqureel.com), 2022)



Gambar 27. Font Bebas Neue Bold  
([www.fontsquirrel.com](http://www.fontsquirrel.com), 2022)

## 2. Konsep Estetis Verbal

Estetis verbal merupakan konsep yang terlihat berdasarkan berbagai aspek antara lain-lain :

### a. **Headline**

Headline adalah unsur yang paling terlihat dari aspek lain karena merupakan judul utama dan hendaknya bersifat to the point agar mudah dibaca dan dipahami. Headline dalam buku digital ini yaitu Sign System. Pemilihan judul tersebut karena buku digital ini berisi tentang informasi penting yang semuanya berkaitan dengan Gunung Lawu.

### b. **Bodycopy**

Bodycopy merupakan aspek berupa tulisan yang menjelaskan isi dari buku atau konten yang ada. Bodycopy dalam buku digital ini

berisi tentang informasi lainnya tentang Sign System Gunung Lawu yang disampaikan secara rinci namun singkat, padat, dan jelas.

**c. Baseline**

Baseline merupakan aspek yang biasanya ada untuk dibaca paling akhir sebagai informasi tambahan jika dibutuhkan. Media yang menggunakan baseline seperti poster, roll banner, dan buku. Sedangkan untuk merchandise hanya beberapa yang mencantumkan aspek ini.

**3. Konsep Teknik**

Konsep teknik pada perancangan ini bersisi peralatan yang digunakan untuk pembuatan karya dari awal hingga akhir. Berikut alat yang digunakan :

a. Laptop Asus P1411CJ



Gambar 28. Laptop Asus P1411CJ  
(<https://www.google.com/search?q=laptop+asus+p1411cj>, 2022)

Peralatan yang di gunakan untuk membuat dan mengedit dengan bantuan aplikasi perangkat lunak didalamnya. Laptop ini memiliki spesifikasi antara lain menggunakan Prosesor Intel (R) Core (TM) i3-1005G1 CPU@1.20GHz 1.19GHz

b. HP Xiaomi Redmi Note 7



Gambar 29. HP Xiaomi Redmi Note 7  
(<https://iprice.co.id/harga/xiaomi-redmi-note-7-64gb-4gb-hitam/>, 2022)

Digunakan untuk mengambil gambar dan mendukung keperluan dalam proses perancangan desain.

c. Kamera Canon 750D



Gambar 30. Kamera Canon 750D  
(<https://www.google.com/search?q=canon+750d>, 2022)

Alat ini di gunakan untuk pengambilan gambar pada setiap objek yang di pilih. Kamera sendiri merupakan alat yang menggunakan system cermin otomatis untuk meneruskan cahaya lensa menuju pembidik.

d. Tripod



Gambar 31. Tripot  
(<https://iprice.co.id/kamera-foto/aksesoris/tripod/>, 2022)

Alat yang digunakan untuk jaga keseimbangan agar gambar tetap dapat stabil atau tidak miring, selain itu di gunakan juga untuk mengurangi guncangan pada gambar yang sedang di bidik.

e. Adobe Photoshop CC 2020



Gambar 32. Adobe Photoshop CC 2020  
(<https://blog.skillacademy.com/too3ls-photoshop-dan-fungsinya>, 2022)

Software Photoshop CC 2020 yang ini digunakan sebagai digitalisasi sketsa awal sekaligus pengaplikasian desain ke dalam mockup media yang dibutuhkan

f. Adobe Illustrator CC 2020



Gambar 33. Adobe illustrator 2020  
(<https://rep.alphabetincubator.id/mengenal-menu-dan-tools-adobe-illustrator-cc-2020/>, 2022)

Software Adobe Illustrator CC 2020 yang ini digunakan untuk keperluan desain dan penataan tampilan atau layout dalam media

g. Adobe Lightroom



Gambar 34. Adobe Lightroom  
(<https://fauxsaics.com/2676/fungsi-adobe-lightroom/>, 2022)

Adobe Lightroom adalah bagian dari gambar dan perangkat lunak manipulasi gambar. Kegunaan utamanya termasuk mengimpor, menyimpan, melihat, mengatur, memberi tag, mengedit, dan berbagi gambar digital dalam jumlah besar. Fungsi pengeditan Lightroom meliputi white balance, presence, tone, tone curve, HSL, gradasi warna, detail, koreksi lensa, dan manipulasi kalibrasi, serta transformasi, penghilangan titik, koreksi mata merah, filter gradasi, filter radial, dan penyikatan penyesuaian. Nama perangkat lunak ini didasarkan pada kamar gelap yang digunakan untuk memproses bahan fotografi peka cahaya.

### **C. Media Plan**

Berdasarkan pemilihan strategi media yaitu berupa sign system, dalam hal ini karena pada kawasan pendakian Gunung Lawu memiliki keterbatasan dalam media informasinya. Visual yang dibuat disesuaikan dengan desain yang simpel serta supaya efektif dalam penyampaian informasinya. Media yang digunakan terbagi menjadi dua, yaitu media utama dan media pendukung.

#### **1. Media Utama**

Perancangan yang dibuat pada media utama ini merupakan media yang lebih di prioritaskan dan penting. Media informasi yang terdapat pada kawasan pendakian Gunung Lawu ini adalah sign system. Dalam pengertiannya, Sign system merupakan rangkaian representasi visual dan simbolik grafik yang bertujuan sebagai media interaksi antara manusia dengan ruang publik (Tinarbuko, 2008, h12). Sign system dapat membantu dalam kondisi buta arah, memberi peringatan untuk menjaga keselamatan, mempromosikan suatu produk dan brand, serta hal lainnya. Maka dari itu sign-system juga dapat diartikan sebagai petunjuk bagi mereka yang membutuhkan (Sukmawati E, 2014, h1). Adanya sign system di kawasan Gunung Lawu sangat penting, karena sign system sangat diperlukan bagi wisatawan, terutama wisatawan non-lokal yang tidak mengetahui bagaimana magetan dan rute pendakian di kawasan Gunung Lawu.

## 2. Media Pendukung

Media pendukung sangat berperan dalam kegiatan kampanye keselamatan pendakian, akan tetapi tidak semua media dapat dijadikan sebagai pendukung dalam kegiatan kampanye. Berikut beberapa media pendukung yang telah dipilih sesuai tema dan kegunaannya.

### a. Sign system

Sign system adalah sistem penandaan yang disesuaikan dengan audiensnya sebagai petunjuk, penamaan, penyampaian informasi singkat maupun peraturan yang dipakai pada tempat tertentu dan dapat dimengerti oleh audiensnya.

### b. Kaos

Kaos merupakan media yang paling sering digunakan dalam sebuah event atau kegiatan. Sangat efisien dan mampu mencakup semua kalangan. Desain yang dibuat berupa ikon.

### c. Sticker

Sticker merupakan media pendukung yang sering digunakan dalam sebuah promosi. Selain karena harganya yang relatif murah, media ini sangat efisien untuk menyebarkan kepada khalayak yang lebih luas. Desainnya yaitu dari logo gerakan kampanye itu sendiri.

d. Cangkir enamel

Cangkir enamel merupakan salah satu benda yang biasa dipakai saat melakukan pendakian. Selain itu juga sering dipakai untuk merchandise. Media ini dipilih karena sering dipakai oleh para pendaki saat melakukan perjalanan, sehingga cukup efisien untuk mengenalkan identitas gerakan Sign System kepada khalayak.

e. Gantungan kunci

Gantungan kunci yang akan diwujudkan terbuat dari bahan akrilik, selain dipakai untuk gantungan kunci, media ini juga bisa dipakai di tas dan waistbag. Desainnya sama seperti sticker yaitu mengadaptasi dari ikon

f. Roll Banner

Media cetak yang digunakan untuk menyampaikan informasi produk kepada khalayak, dalam hal ini adalah kampanye keselamatan pendakian. Desain dibuat mengadaptasi dari poster infografis. Teknis pengaplikasiannya diletakkan didepan pintu masuk basecamp pendakian Cemoro Sewu dengan ukuran 60 cm x 160 cm. Roll banner di display selama acara berlangsung.

g. Buku

Buku dibuat dengan ukuran kecil agar mudah dibawa. Buku berisi tentang peraturan pendakian di Gunung Lawu jalur Cemoro Sewu. Setelah

itu berisi catatan kosong yang berfungsi untuk catat mencatat oleh pemiliknya. Desain cover berisi judul, logotype kampanye, dan peta. Selanjutnya daftar isi mengenai isi tiap halaman. Halaman awal berisi prakata, kode etik alam bebas dan kode etik pecinta alam Indonesia. Setelah itu berisi peta jalur Cemoro Sewu, informasi mengenai penggunaan tanda dan jarak dari pintu masuk hingga puncak. Kemudian berisi informasi tentang infografis. Konten peta, sign hingga infografis sama seperti isi poster dan papan petunjuknya, layout tinggal menyesuaikan ukuran buku.

#### h. Poster Infografis

Poster Infografis yang dibuat dalam perancangan ini berupa poster tentang permasalahan yang sering muncul atau berpotensi terjadi saat melakukan pendakian. Permasalahan tersebut meliputi sampah, pendaki yang kelelahan, cedera, hipotermia, hingga tersesat, dan kebakaran. Poster berisi cara untuk mengantisipasi dan menanggulangnya. Isi teks konten diambil pengalaman pribadi dan berbagai sumber yang kemudian di olah menjadi infografis. Ilustrasi menggunakan gaya flat design dan untuk menyelaraskan visual poster dengan identitas visual maka ilustrasi background dibuat dengan mengadaptasi materi visual dari peta yang ada diorientation sign.