

BAB III

KONSEP PERANCANGAN

A. SEGMENTASI

1. Demografi

Target media promosi *landscape* fotografi pantai di Kabupaten Pacitan adalah semua kalangan dimana target *audience* dalam hal ini adalah anak-anak hingga orang tua. Mengingat objek wisata merupakan tempat wisata umum yang bisa di nikmati oleh semua kalangan misalnya untuk rekreasi keluarga dan bersama pasangan.

Jenis Kelamin	: Laki-laki dan perempuan
Usia	: 18 sampai 35 tahun
Tingkat Pendidikan	: SMA sampai Perguruan Tinggi
Jenis Pekerjaan	: Pelajar, Mahasiswa dan Karyawan

2. Geografi

Wilayah Khusus	: Jawa timur dan Jawa tengah
Wilayah Umum	: Indonesia

3. Psikografi

Berdasarkan pada penjelasan segmentasi demografi diatas dapat di simpulkan bahwa target *audience landscape* fotografi sebagai media promosi pantai di Kabupaten Pacitan adalah semua kalangan baik dari anak-anak, remaja dan orang tua yang ingin mengunjungi objek wisata khususnya Pantai di Kabupaten Pacitan. Dengan rentan usia 15 tahun sampai dengan 60 tahun, dengan tingkat pendidikan mulai dari anak Sekolah Menengah Pertama, Mahasiswa dan

Karyawan Swasta maupun Negeri. Dengan segmentasi pasar ini diharapkan mampu meningkatkan wisatawan yang datang ke objek wisata Pacitan.

Sedangkan untuk segmentasi geografis dipusatkan untuk masyarakat di Jawa Tengah yaitu Karisedanan Solo, Daerah Isimewa Jogyakarta dan Jawa Timur sendiri termasuk Kabupaten Pacitan, Surabaya dan daerah yang berdekatan dengan Kabupaten Pacitan. Setelah itu baru dikembangkan kepada seluruh masyarakat Indonesia.

4. Behavior

Belum banyak yang mengetahui tentang keindahan alam di Kabupaten Pacitan dan serta kurangnya media promosi yang mempromosikan wisata di Kabupaten Pacitan khususnya wisata pantai.

B. USP (*Unique Selling Proposition*)

USP (*Unique Selling Proposition*) merupakan strategi untuk menciptakan keunikan dan keunggulan produk ataupun jasa yang diproduksi yang tidak dimiliki produk maupun jasa sejenis yang sudah ada, sehingga produk maupun jasa tersebut mempunyai daya beda dan lebih unggul.

USP dalam penelitian ini mencenderungkan tentang formasi batu kapur dengan perpaduan pasir putih nan indah dan menambahkan *ROL* pada sela – sela awan yang membuat foto tersebut menjadi lebih dramatis.

C. ESP

ESP adalah proporsional pembelian terhadap produk lebih disebabkan oleh emosional antara produk dengan konsumen.

ESP yang akan diterapkan dalam desain ini karena masyarakat Indonesia sebagian besar mereka enggan untuk membaca, penulis menggunakan hanya sedikit penjelasan tentang desain tersebut, dan lebih mengutamakan dari visualisasi karya. Pada sebagian besar anak di usia remaja mereka lebih banyak akrab dengan gadget mereka, oleh karena itu penulis lebih mengutamakan untuk mengangkat media promosi tersebut dengan media sosial dan menggunakan dengan sedikit typografi untuk menjelaskan nama pantai dan letak lokasinya.

D. POSITIONING

Positioning adalah suatu proses atau upaya untuk menempatkan suatu produk merk, perusahaan, individu atau apa saja dalam alam pikir mereka yang dianggap sasaran atau konsumennya (Kasali, 1995:157). *Positioning* dalam *landscape photography* Kabupaten Pacitan ini menggunakan desain yang simple agar memudahkan memahami isi dari foto tersebut dan mengedepankan ekspresi alam agar para penglihat menikmati keindahannya.

E. STRATEGI KREATIF

1. Konsep Estetik

Saat ini motivasi bisnis di bidang kesenian tampak begitu nyata. Banyak kesenian dan keindahan alam di jadikan sebuah bisnis yang mempunyai nilai keuntungan yang menggiurkan, apalagi kesenian mempunyai fleksibilitas dan bersifat universal sehingga stabilitas di bidang kesenian lebih terjaga. Hal itu juga menyebabkan penulis ingin mengangkat salah satu keindahan alam untuk menyelesaikan tugas akhir di jurusan desain komunikasi visual universitas sahid surakarta. Dari berbagai macam kesenian dan kemampuan jangkauannya dengan memilih keindahan pantai di kabupaten pacitan.

Adapun berbagai macam objek wisata yang ada di kabupaten pacitan membuat para penikmat seni memunculkan karya seninya. Dari situlah penulis ingin memunculkan suatu karya seni. Kesenian itu mempunyai karakteristik dan keindahan tersendiri dari berbagai sudut seni. Karena itu di pilih lah objek wisata pantai yang di wujudkan dalam sebuah karya landscape fotografi sebagai materi utama. Dalam hal itu fotografi sebagai media promosi yang tepat untuk menampilkan dan mengenalkan kepada masyarakat atau wisatawan.

Untuk itu diperlukan strategi promosi dalam mewujudkan suatu karyaseni yang kita buat. Strategi promosi yang penulis targetkan adalah remaja, dewasa, orang tua yang sering menggunakan media sosial.

A. Konsep Perancangan

1. Strategi visual secara umum

Konsep perancangan yang di buat penulis lebih menekankan kepada karya landscape fotografi desain dengan teknik yang penulis kuasai. Penulis menentukan penyesuaian pasar yang di tunjukan untuk semua kalangan masyarakat dengan tingkat pendidikan dan kultur sosial yang berbeda sehingga dapat menentukan kreatifitas dan desain dapat bervariasi.

2. Strategi visual verbal

a) *Typografi*

Typografi sangat berkaitan erat dengan perancangan media komunikasi visual sehingga mampu tampil menarik dan mudah menyampaikan pesan dan gagasan. Typografi digunakan sebagai pendukung foto dalam sebuah poster. Huruf-huruf yang akan di gunakan antara lain :

1) *Javacom*

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTU

WXYZ

Abcdefghijklmnopq rstuvwxyz

1234567890

Alasan pemilihan huruf Javacom yaitu bentuk huruf ini memiliki karakter yang lentur. Warna yang di pakai adalah putih.

2) Century gothic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

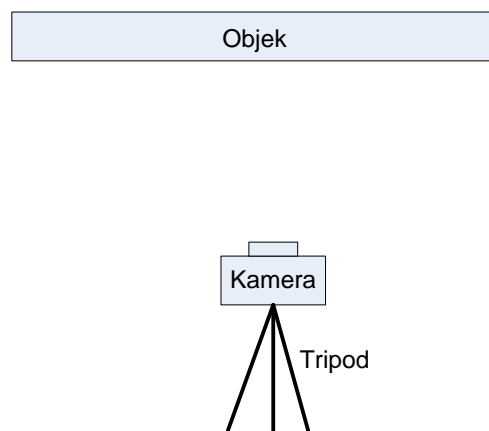
1234567890

Alasan pemilihan huruf Century Gothic yaitu bentuk huruf ini memiliki sifat yang sederhana tapi mempunyai karakter yang unik. Warna yang dipakai putih. serta digunakan sebagai penulisan alamat pada media pendukung. Warna yang dipakai putih.

F. TEKNIK PELAKSANAAN

1. Sudut Pengambilan Gambar

Sudut pengambilan gambar adalah pengambilan posisi kamera pada sebuah gambar yang memiliki *angle* atau sudut gambar yang bagus.



Gambar 1. Sudut Pegambilan Gambar

Gambar 1. Sudut Pengambilan Gambar, menerangkan bahwa fotografer mengambil foto dari depan sejajar dengan objek wisata yang dipilih dengan bantuan tripod untuk alat fotografi. Penggunaan Tripod bertujuan untuk komposisi *angle* atau aturan *rule of third*, serta untuk menahan guncangan serta membantu untuk memotret tempat-tempat yang tidak dapat dijangkau oleh fotografer.

2. Cahaya

Cahaya merupakan unsur penting dalam fotografi, perbedaan yang kita lihat dari suatu tempat yang lain adalah cahaya. Cahaya yang digunakan dalam karya *landscape* fotografi ini adalah cahaya alam

dimana cahaya alam berasal dari alam seperti cahaya matahari langsung, sinar matahari yang cerah, untuk menghasilkan gambar yang baik, penulis memanfaatkan cahaya matahari pagi sehingga menimbulkan byangan yang pekat dan kontras yang kuat.

3. Setting

Setting pemotretan *landscape* fotografi mengambil beberapa lokasi di pantai yang terbilang masih baru dan belum banyak wisatawan yang datang. Hal ini dimaksudkan untuk menarik wisatawan mengunjungi pantai-pantai baru di Kabupaten Pacitan sehingga bisa lebih dikenal oleh wisatawan. Selain itu juga pantai yang dipilih juga harus mempunyai karakter dan memiliki sisi keindahan dan keunikan terhadap pantai-pantai sebelumnya sehingga dapat ditonjolkan melalui karya *landscape* fotografi.

a) Pantai Soge

Lokasinya berada di pinggir jalan raya sehingga menjadi daya tarik bagi siapapun yang melintasi pantai Soge dari jalur lintas selatan Kabupaten Pacitan.

Selain lokasinya yang berada di pinggir jalan raya, hamparan pasir pantai yang berwarna putih dan lembut serta deburan ombak biru kehijauan dengan perpaduan warna biru dari langit seakan memperjelas keindahan semesta.

b) Pantai Srau

Berada di Dusun Srau, Desa Candi, Kecamatan Pringkulu, Kabupaten Pacitan, Jawa Timur. Lokasi pantai cukup tersembunyi sehingga belum banyak dikunjungi oleh para pengunjung. Namun, itulah yang menjadi salah satu keistimewaannya. Saat ingin menenangkan pikiran dari keramaian, pantai Srau menjadi pilihan yang tepat.

Deburan ombak yang seperti mengucapkan selamat datang pada pengunjung. Air pantai yang jernih, pasir putih yang membentang serta ombak yang cocok untuk olahraga *surfing* dengan menikmati udara pesisir pantai yang menenangkan dan alami.

c) Pantai Buyutan

Pantai Buyutan yang terkenal dengan Dongeng Mahkota Dewa Narada. Pantai dengan karang mahkota yang terletak tidak jauh dengan bibir pantai, hamparan pasir putih yang luas dan eksotis.

Di pantai Buyutan terdapat area *camping* dan sumber air tawar yang berasal dari mata air alami. Selain itu pantai Buyutan juga cocok untuk berenang, *diving* dan *surfing* karena ombak pantai Buyutan cukup besar.

d) Pantai Watu Bale

Pantai bale berasal dari bahasa jawa, Bale memiliki arti balai yaitu merupakan tempat istirahat dimana tak jauh dari bibir pantai. Terdapat karang besar dipermukaan atas yang cukup imbang dan halus sehingga dijadikan spot bersantai, duduk hingga ajang selfi dan fotografi.

Berlokasi tidak jauh dari pelabuhan nelayan yang hadir membawa hasil laut segar sehingga ketika pulang dapat mampir. Fasilitas alam seperti batu karang, biru laut dan hadirnya ribuan pepohonan pandan serta bukit yang mengelilingi seperti film animasi Moana ini tampak asri, sejuk dan eksotis dengan hamparan pasir yang luas serta indah.

4. Konsep Tehnik

- a. Kamera, kamera yang digunakan adalah Kamera DSLR Canon EOS 60D.
- b. Lensa, lensa yang digunakan adalah lensa dengan ukuran 18-55mm yang merupakan standar bawaan dari kamera Canon EOS 60D.
- c. Filter, filter yang digunakan untuk membuat karya *landscape* fotografi ini adalah ND 1000 dan GND *Soft* 0.9. Sehingga hasil foto yang dihasilkan bisa lebih dramatis.

G. MEDIA PLAN

Media plan adalah mengembangkan perencanaan untuk memberikan pesan kreatif secara efektif dan efisien. Selain juga untuk menentukan target pasar, memilih media yang akan digunakan, kapan media tersebut akan dipasang dan berapa ukuran yang akan digunakan.

Media plan yang dipilih pada penelitian *Landscape* fotografi sebagai Media Promosi Pantai di Kabupaten Pacitan terdiri dari poster, feed *instagram* dan konten *facebook*. Menganalisis persaingan media atau kompetitor, menghitung total anggaran yang digunakan untuk media promosi yang akan dilakukan, pemilihan media strategi promosi. Berikut adalah media plan yang dipilih untuk menunjang promosi objek wisata Pantai di Kabupaten Pacitan adalah media sosial yaitu *instagram* dan *facebook*.

Untuk media sosial *instagram*, material iklan yang dipilih yaitu poster dan *feed instagram* yang mampu menggambarkan keindahan pantai di Kabupaten Pacitan dengan menarik. Sedangkan untuk media sosial *facebook*, material iklan yang dipilih yaitu poster dan konten *facebook* yang kreatif dan mampu menyampaikan pesan melalui *landscape* fotografi Kabupaten Pacitan supaya tertarik untuk mengunjungi Objek wisata khususnya pantai yang ada di Kabupaten Pacitan.