

## BAB IV

### STRATEGI KREATIF

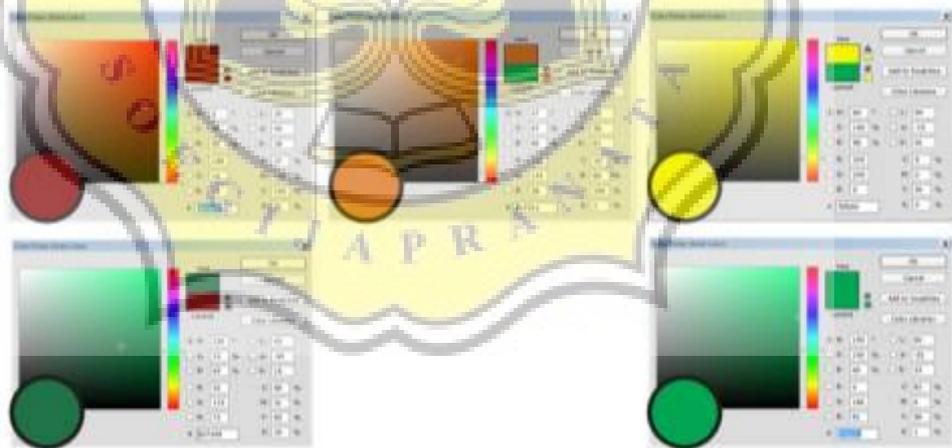
#### 4.1 Konsep Visual

Keseluruhan konsep visual perancangan memberikan suasana di pedesaan yang menenangkan serta memberikan informasi – informasi seputar desa wisata Tlogoweru. Pemakaian ilustrasi dari suasana asli dan kegiatan di desa wisata Tlogoweru ditampilkan untuk menarik perhatian target segmentasi.

##### 4.1.1 Warna

Warna yang digunakan adalah perpaduan antara warna panas dan dingin warna untuk mewakili konsep suasana desa dari segi alam maupun sifat sosial warga desa Tlogoweru. Warna dingin yang dipilih adalah hijau, mewakili warna alam

Yang memberikan kesan pertumbuhan, dan warna panas yang menggunakan warna merah, oranye, dan kuning memberikan kesan hangat dan semangat yang terpancar dari masyarakat desa tersebut, warna panas tersebut juga menggambarkan kondisi desa wisata Tlogoweru.



Gambar

r 4.1 Warna

##### 4.1.2 Tipografi

Tipografi yang digunakan terdiri dari 2 font, yaitu font yang digunakan adalah *Narkisim Regular*, untuk penulisan kata “ TLOGOWERU “ dan *Miraculous Christmas Regular* untuk penulisan kata “ Desa Wisata “. Kedua

jenis font tersebut terdiri dari font *Serif*, dan font dekoratif berbasis latin, font dekoratif memberi nuansa ramah, luwes, terbuka dan mudah bersosialisasi, sedangkan *font semi san sherif* memberikan nuansa yang elegan, tegas, jelas, dan berwawasan sedangkan. di kalangan wisatawan, terutama kalangan mahasiswa.

### *Miraculous Christmas Regular*

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxy

1234567890

-=[\];',./!@#\$%^&\*()\_+{|}:''<>?

### **Narkisim Regular**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxy

1234567890

-=[\];',./!@#\$%^&\*()\_+{|}:''<>?

Gambar 4.2 Typeface

#### 4.1.3 Bentuk

Bentuk dasar yang digunakan adalah stilasi yang diambil dari alam di desa wisata Tlogoweru yang sebagian besar adalah sawah. Unsur-unsur yang terkandung didalamnya terdiri dari stilasi:

- Padi siap panen = menggambarkan hasil bumi pendapatan warga yang sangat berharga
- Tunas dan padi berwarna hijau = menggambarkan pertumbuhan desa Tlogoweru dari sektor pertanian
- Burung hantu Tyto Alba = Solusi dari masalah yang dihadapi desa Tlogoweru
- Sawah, dan daun padi = ladang profesi mayoritas warga Tlogoweru

- Matahari petang = semangat harapan, kegiatan malam sang burung hantu.

#### 4.1.4 Penerapan *Brand Identity* pada Desa Wisata Tlogoweru

##### 4.1.4.1 Logo

Logo yang dirancang bertujuan untuk membuat masyarakat mudah mengingat dan mengenali desa wisata Tlogoweru, maka digunakan stilasi penyederhanaan bentuk pada logo. Logo terbagi menjadi 2 bagian yaitu logogram dan logotype.

##### 4.1.4.2 Logogram

Logogram yang dirancang disesuaikan dengan kondisi di desa wisata Tlogoweru yang sebagian besar adalah sawah. Selain itu yang diandalkan dari desa wisata ini burung hantu Tyto Alba sebagai solusi masalah yang dihadapi desa Tlogoweru pada waktu itu, maka pembuatan logo ini menggambarkan sebuah ilustrasi perkembangan kondisi desa Tlogoweru dari saat terpuruk, hingga berbalik 180 derajat menjadi desa yang makmur



Gambar 4.3 Logogram

##### 4.1.4.3 Logotype

Logotype DESA WISATA TLOGOWERU diletakkan di bawah rata kiri, yang terdiri dari 2 font yaitu, *Narkisim Regular*, untuk penulisan kata

“ TLOGOWERU “ dan *Miraculous Christmas Regular* untuk penulisan kata “ Desa Wisata ”. jenis font tersebut adalah font dekoratif berbasis latin, memberi suasana ramah luwes, mudah bergaul dan bersosialisasi, dan semi *San Serif*, yang memberikan kesan tegas jelas, sehingga yang di harapkan para wisatawan mendapatkan pengalaman baru dan informasi yang jelas seputar pelatihan dan pengembangan burung hantu *Tyto Alba* serta seputar pertanian dan peternakan.



Gambar 4.4 Logotype

## 4.2 Konsep Verbal

### 4.2.1 Konsep Dasar *Destination Branding* Desa Wisata Tlogoweru sebagai Tujuan Wisata Edukasi

Perancangan *branding* desa wisata Tlogoweru dilatarbelakangi dari kebutuhan ekonomi masyarakat desa Tlogoweru yang saat ini mengandalkan pemasukan dari desa wisata tetapi jumlah pengunjung yang hadir sangat kurang. Kondisi tersebut disebabkan karena belum adanya elemen - elemen visual dan brand di desa wisata Tlogoweru yang kemudian mengakibatkan masyarakat dan pengunjung tidak mengetahui keberadaan desa sebagai desa wisata. Pemberian brand beserta elemen-elemen visual yang efektif sangat dibutuhkan untuk memperkenalkan desa wisata Tlogoweru ke masyarakat luas. Konsep wisata edukasi dipakai untuk membedakan dengan desa wisata lainnya sehingga desa wisata Tlogoweru terlihat lebih menonjol. Edukasi tentang pelatihan dan pengembangan burung hantu *Tyto Alba* di desa wisata Tlogoweru diharapkan bisa meningkatkan wawasan kalangan masyarakat dalam penggunaannya sebagai hewan peliharaan yang dikembangkan dan sekaligus predator hama tikus. Bahasa yang digunakan adalah bahasa Indonesia, hal tersebut bertujuan agar lebih mudah dipahami masyarakat dari dalam maupun luar negeri. Dilain sisi juga membiasakan warga

setempat untuk membiasakan menggunakan bahasa Indonesia, sehingga rasa *pluralisme* tetap terasa.

#### **4.2.2 Strategi Promosi**

Proses promosi akan dibagi menjadi 2 bagian yaitu sebelum dan setelah *launching*. Sebelum *launching* dibutuhkan media iklan berdurasi 2 – 3 menit, poster, souvenir dan website. Sesaat dan setelah *launching* dibutuhkan media berupa , facebook, instagram, website, brosur dan video.

##### **4.2.2.1 Sebelum Launching**

Promosi sebelum *launching* menggunakan media poster dan video berisi konten suasana desa Tlogoweru. Sedangkan dalam poster berisi informasi tentang kegiatan yang bisa diikuti oleh pengunjung. Dicantumkan juga nomor telepon dan alamat website untuk mencari informasi terkait dengan acara dan desa wisata Tlogoweru. Poster akan disebar di kampus – kampus dan video berdurasi 60 detik diunggah dan di share melalui media sosial.

##### **4.2.2.2 Launching**

*Launching brand* baru desa wisata Tlogoweru diadakan bersamaan dengan acara tahunan sehingga nantinya juga akan menambah antusias wisatawan untuk berbondong – bondong ke desa wisata Tlogoweru. Dilaksanakan pada hari Sabtu, 5 Mei 2018, bertepatan dengan hari LSD. Acara dimulai pukul 08.00 hingga berakhir pada pukul 17.00.

Acara akan diramaikan dengan kesenian khas desa wisata Tlogoweru, lomba *fotografi*, lomba membuat Rubuha dan lomba seputar pertanian lainnya. Acara diawali dengan upacara adat desa tersebut dan bisa diikuti oleh seluruh pengunjung. Proses upacara dikelola oleh penggiat dan warga desa Tlogoweru sendiri. Setelah upacara adat selesai, maka akan dilaksanakan *launching brand* baru desa wisata Tlogoweru di lapangan Dusun Tlogoweru. Kemudian lomba-lomba dengan tema Tlogoweru dimulai dan pengumuman pemenang akan diumumkan sore hari.

#### 4.2.3.3 Setelah Launching

- Website Setelah proses launching, website desa wisata Tlogoweru akan diperbaharui secara berkala untuk memberitakan tentang kegiatan terkini di desa wisata Tlogoweru. Di website juga ditampilkan tentang sejarah, galeri foto, kontak serta kegiatan yang akan diadakan.
- Facebook dan Instagram Facebook berisi kegiatan sehari-hari di desa wisata Tlogoweru. Instagram berisi foto-foto terbaru kegiatan di desa wisata Tlogoweru. Hashtag yang dipakai adalah #desawisatatlogoweru. Pengunjung yang telah datang ke desa wisata Tlogoweru bisa mencantumkan hashtag ini dan yang menarik kemudian akan di-repost oleh admin.
- Brosur Brosur dibuat dengan sistem *open gate* yang jarang dipakai sehingga memberi kesan unik. Brosur berisi tentang ajakan untuk berkunjung dan pilihan-pilihan kegiatan yang bisa dinikmati di desa wisata Tlogoweru. Di dalam brosur juga ditampilkan ilustrasi kegiatan dan suasana desa wisata Tlogoweru untuk menarik perhatian.

#### 4.2.4 Visualisasi Desain

##### 4.2.4.1 Stationery



Gambar 4.5 Kartu nama



Gambar 4.6 Kop surat dan amplop



Gambar 4.7 Stempel



Gambar 4.8 Merchandise

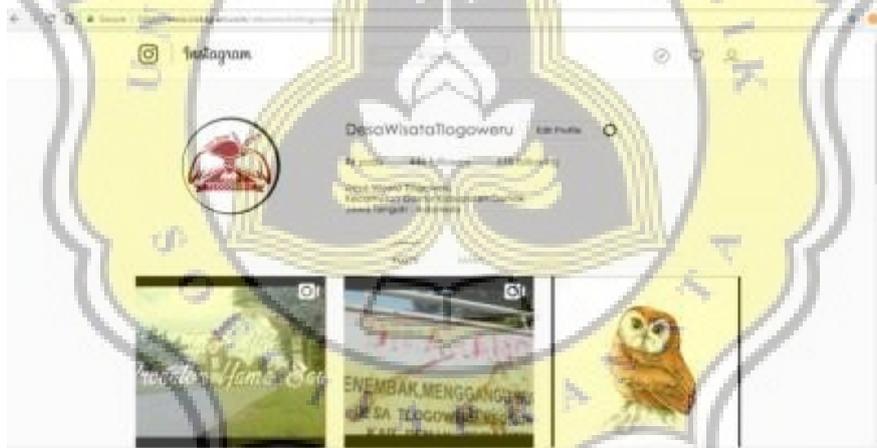


Selain kerajinan khas desa wisata Tlogoweru, pengunjung juga dapat membeli merchandise berupa topi, kaos, dan asesoris lainnya. Penggunaan warna diambil dari warna logo untuk meningkatkan *brand awareness*.

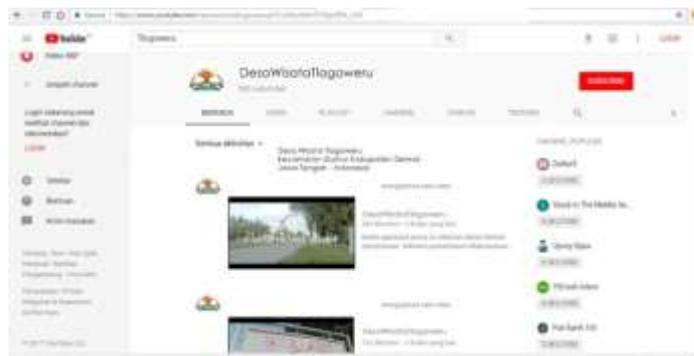
#### 4.2.4.2 Media Utama dan Media Promosi



Gambar 4.9 Tampilan Facebook



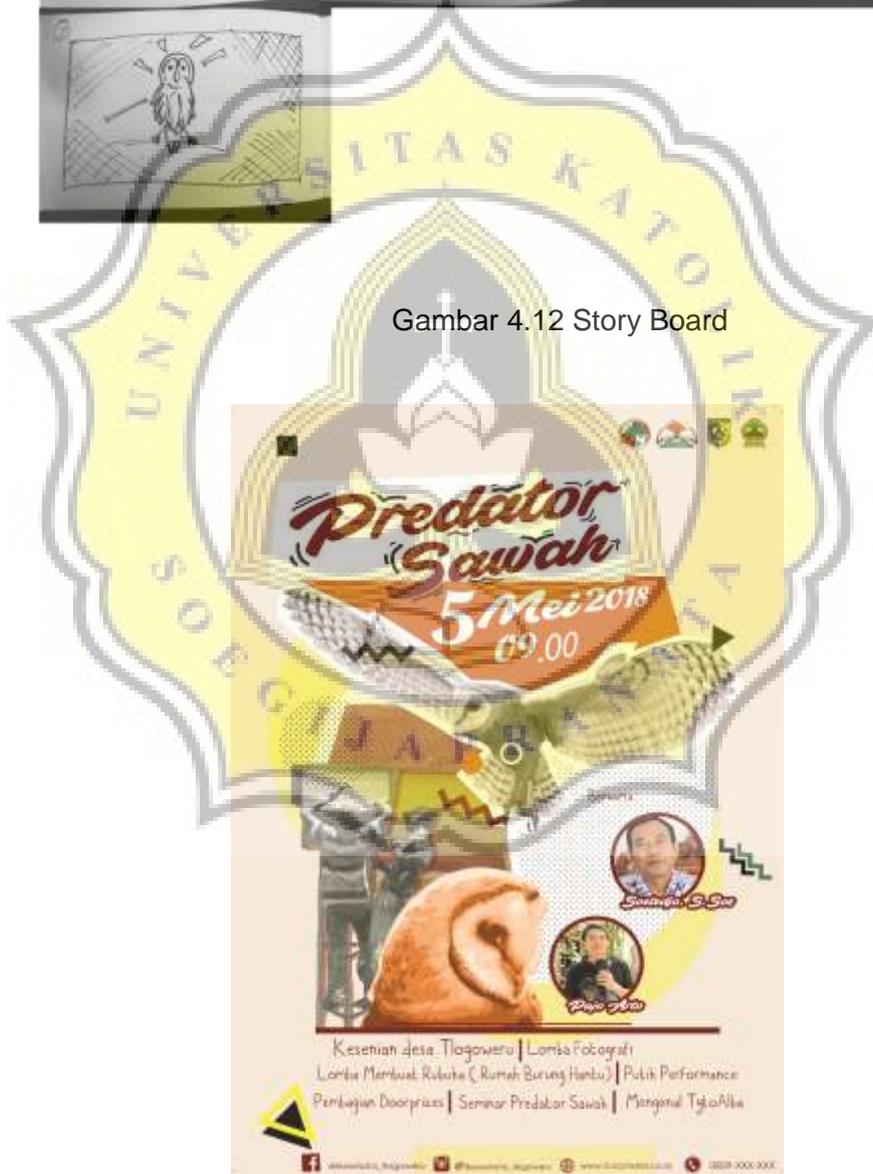
Gambar 4.10 Tampilan Instagram



Gambar 4.11 Tampilan Youtube



Gambar 4.12 Story Board



Gambar 4.13 Poster



Gambar 4.14 Brosur



Gambar 4.15 Banner