

## BAB III

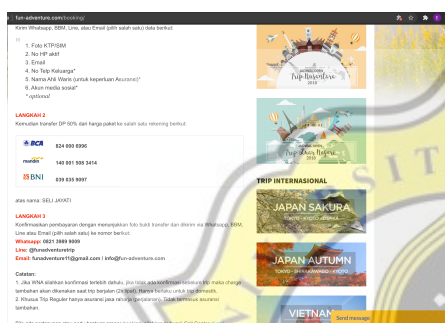
### STRATEGI KOMUNIKASI

#### 3.1 Metode Penelitian

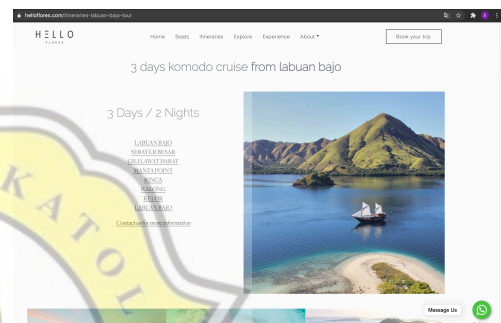
##### 3.1.1 Studi Pustaka

Perancangan komunikasi visual desain visual aplikasi wisata Nusa Tenggara Timur ini di dasari dari Visi dan Misi Pemprov Nusa Tenggara Timur mengenai Pengembangan Pariwisata Nusa Tenggara Timur dan di dukung dengan artikel, "*Labuan Bajo Ditetapkan Sebagai Pintu Gerbang Wisata NTT*" dimana Provinsi ini memiliki daya tarik yang luar biasa dari sisi pariwisata yang mengagumkan sehingga mampu menarik banyak wisatawan domestik maupun mancanegara setiap tahunnya, tidak heran jika semua media yang berhubungan dengan pariwisata menyorot Provinsi Nusa Tenggara Timur sebagai destinasi wisata yang mengagumkan setelah Bali. Beberapa tempat wisata di Nusa Tenggara Timur dapat dikatakan masih asri dikarenakan belum sering di kunjungi oleh wisatawan, sehingga keasriannya pun masih terjaga dengan baik. Selain itu, tempat wisata di Provinsi Nusa Tenggara Timur yang ikonik dan selalu menjadi tujuan utama para wisatawan, yang biasa masyarakat kenal dengan Labuan Bajo, daerah ini memang terkenal dengan selalu menyuguhi masyarakat melalui kunjungan ke objek wisata Taman Nasional Komodo, Pantai Pink, Pulau Padar dan lainnya. Namun yang perlu kita ketahui bersama, Nusa Tenggara Timur merupakan Provinsi kepulauan, dimana terdapat banyak destinasi wisata yang menarik yang masih jarang sekali diperkenalkan kepada masyarakat. Provinsi yang memiliki 4 pulau besar ini, memiliki berbagai macam destinasi wisata, tidak hanya wisata bahari, melainkan wisata alam, budaya, sejarah pun bisa di temui di provinsi Nusa Tenggara Timur ini dimana memiliki berbagai etnis di dalamnya yang berbeda bahasa maupun adat-istiadatnya sehingga mampu memikat banyak wisatawan datang untuk mengunjungi berbagai festival budaya dan menyaksikan atraksi maupun tari-tarian yang memiliki keunikan tersendiri dari berbagai suku dan adat. Pariwisata merupakan kegiatan perjalanan atau kunjungan wisata dari suatu tempat menuju ke tempat lainnya, dimana sifatnya hanya sementara saja, kegiatan ini merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia terutama menyangkut kegiatan sosial dan ekonomi yang kini telah menjadi bagian dari hak manusia. Indonesia sebagai negara yang sedang berkembang dalam tahap pembangunannya, berusaha membangun industri pariwisata sebagai salah satu cara untuk mencapai target perdagangan wisata yang seimbang.

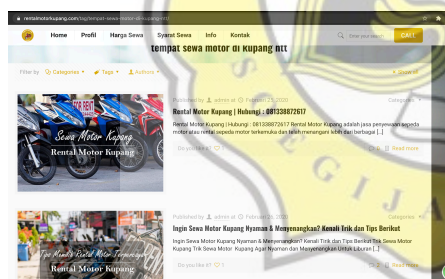
Sebagaimana diketahui bahwa sektor pariwisata di Indonesia masih menduduki peranan yang sangat penting dalam menunjang pembangunan nasional sekaligus merupakan salah satu faktor yang sangat baik untuk meningkatkan pendapatan masyarakat setempat dan devisa negara. Pengunjung merupakan seseorang atau sekelompok masyarakat yang memiliki waktu luang, dana dan mobilitas yang akan melakukan perjalanan ketika mendapat sebuah motivasi maupun dorongan untuk bepergian ke suatu tempat tertentu. Seiring dengan berjalannya waktu di Provinsi Nusa Tenggara Timur telah di temukan berbagai jasa penyedia layanan wisata yang di promosikan melalui jejaring sosial Web, Instagram dan Facebook. Disana



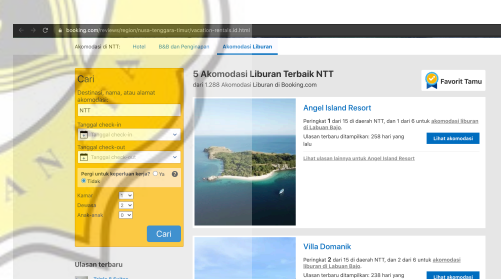
Gambar 3.1: web fun adventure



Gambar 3.2: web hello flores, labuan bajo tour



Gambar 3.3: web rental motor



Gambar 3.4: Web akomodasi NTT

mereka menjual berbagai produk wisata, namun melalui hasil observasi pada penyedia layanan wisata, desain visual yang disuguhkan kepada pembaca kurang menarik perhatian pembaca dikarenakan beberapa faktor elemen desain yang tidak seimbang, seperti layout, warna, dan cara kerja sebuah platform layanan wisata yang kurang menarik perhatian pembaca untuk mengulik berbagai fasilitas yang disediakan dan yang menjadi hambatan calon wisatawan dalam melakukan kunjungan yaitu kurangnya tampilan desain visual yang memberi fitur pelengkap penunjang kegiatan wisata meliputi akomodasi dan aksesibilitas yang disediakan dalam satu web/aplikasi wisata.

### 3.1.2 Wawancara Mendalam

Peneliti melakukan wawancara mendalam dengan Bapak Sakarias Lodu (Ari, 37) penduduk asli Provinsi Nusa Tenggara Timur yang tinggal di Kota Ruteng, dan bekerja sebagai Pegawai Pemerintahan di sektor Pariwisata. Beliau mengatakan bahwa layanan wisata yang selama ini sering di suguhkan biro wisata maupun dari Pemerintah Provinsi NTT hanya seputar lingkup wisata Sailing Komodo. Disisi lain yang menjadi kekurangan dalam kunjungan



Gambar 3.5: Bp. Sakarias Lodu

destinasi wisata NTT yaitu kurangnya wadah maupun platform wisata yang memberikan informasi yang vital misalnya informasi mengenai aksesibilitas serta akomodasi. Tampilan Web penyedia layanan wisata NTT juga kurang menarik perhatian masyarakat, dimana desain dan tatanan layout terlalu rumit sehingga terkesan penuh dan membingungkan. Sementara masyarakat saat ini hampir semuanya merupakan pengguna Smartphone, yang dimana ketika mereka melakukan penelusuran melalui browser, mereka kebingungan untuk memilih web penyedia layanan wisata yang tepat dikarenakan banyaknya penyedia layanan wisata dan isi dari konten web tersebut semua sama saja, hanya memberikan info mengenai destinasi wisata. Maka dari itu di butuhkan sebuah desain visual platform Aplikasi wisata yang dapat di akses melalui smartphone, dimana didalamnya mencakup semua kebutuhan wisata yang telah di kategorikan dalam berbagai bidang. Menurut Bp. Wilfridus Buto (Fridus, 40) warga kelahiran



*Gambar 3.6: Bp. Wilfridus Buto*

Manggarai Nusa Tenggara Timur yang bekerja di Jakarta, mengatakan bahwa penyedia layanan wisata yang disediakan oleh Pemprov NTT maupun biro wisata kurang variatif, kurang memfokuskan promosi mengenai penunjang kegiatan wisata. Platform Web maupun Aplikasi juga tidak memberikan informasi yang jelas, semua berisikan tulisan, work flow yang tidak ringkas sehingga membuat pengguna harus keluar dari portal web tersebut dan melakukan pencarian lebih banyak lagi mengenai kebutuhan wisata di web lainnya.



*Gambar 3.7: Noverio Adi Prabowo*

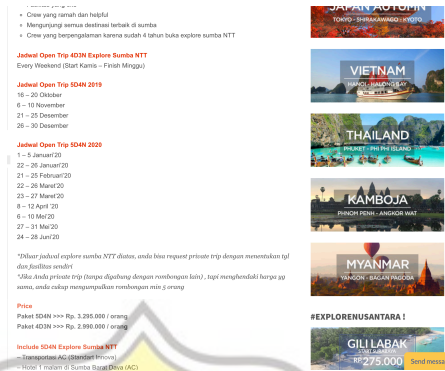


*Gambar 3.8: Hardian*

Dan menurut Noverio Adi Prabowo (Nopek, 27) dan sahabatnya Hardian (Ardi, 26) yang memiliki hobi dengan melakukan kunjungan wisata mengatakan bahwa sangat minimnya informasi mengenai akomodasi dan aksesibilitas yang tersedia di berbagai tujuan destinasi wisata Provinsi Nusa Tenggara Timur. Penelusuran penunjang layanan wisata sangat susah di temukan melalui jejaring sosial, dimana web maupun aplikasi penyedia layanan wisata tidak memberikan solusi mengenai kebutuhan kami, disisi lain visual yang di sajikan kurang meyakinkan pengguna dan isi konten yang kurang menarik perhatian untuk di ulik lebih dalam mengenai fasilitas yang di berikan.

### 3.1.3 Observasi

Peneliti melakukan observasi mengenai platform penyedia layanan wisata Provinsi Nusa Tenggara Timur yang banyak di jumpai melalui halaman browser dan beberapa aplikasi di playstore kurang memberikan kesan yang ramah pada tampilan visual.

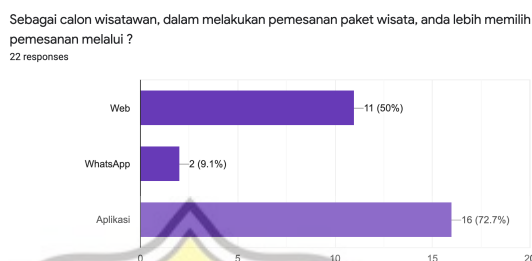


Gambar 3.9: web penyedia layanan wisata NTT

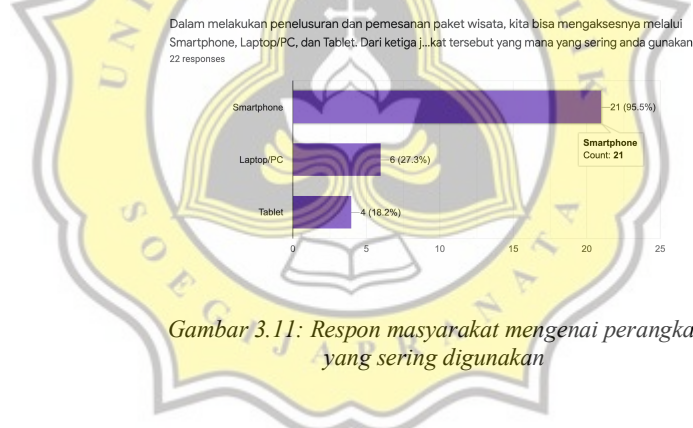
Melalui berbagai layanan wisata yang menjadi andalan di Provinsi ini yaitu Taman Nasional Komodo yang berada di Labuan Bajo, Manggarai Barat, yang terkenal dengan 'Sailing Komodo' observasi ini dilakukan untuk mengetahui lebih dalam mengenai beragam penyedia layanan wisata dan desain visual penyedia layanan wisata yang ada di Provinsi Nusa Tenggara Timur. Melalui observasi ini mendapatkan hasil berupa beberapa Web dan Aplikasi yang dimana desain visualnya kurang menarik perhatian pengguna, sehingga pengguna kurang dimanjakan saat melakukan penelusuran pada Web maupun Aplikasi. Sedangkan untuk menunjang segala kebutuhan wisata tersebut dibutuhkan sebuah layanan wisata yang efektif, mulai dari penelusuran hingga pembayaran, maka dari itu di butuhkan sebuah desain visual Aplikasi wisata Provinsi Nusa Tenggara Timur pada penggunaan Ponsel pintar guna memenuhi kebutuhan pengguna selaku calon wisatawan yang dimana hampir semuanya menggunakan ponsel pintar dalam melakukan penelusuran terkait kegiatan wisata. Dengan merancang desain visual Aplikasi wisata diharapkan dapat memenuhi kebutuhan calon wisatawan dalam melakukan penelusuran terkait kegiatan wisata yang dapat di akses dalam satu platform wisata dengan menyuguhkan desain visual yang ramah, informatif, dan mudah di pahami pengguna.

### 3.1.4 Kuisisioner

Banyak masyarakat yang kurang minat dalam melakukan penelusuran dan pembayaran paket wisata melalui Web maupun WhatsApp, dikarenakan berbagai faktor dan fitur yang tidak efisien seperti ketika calon wisatawan mengakses Web wisata melalui halaman browser dan



Gambar 3.10: respon masyarakat mengenai penggunaan aplikasi



Gambar 3.11: Respon masyarakat mengenai perangkat yang sering digunakan

ketika calon wisatawan kurang minat dengan destinasi dan paket wisata yang di tawarkan, calon wisatawan harus keluar dari portal Web dan mencari kembali melalui sosial media atau Web lainnya. Cara seperti itu membuang banyak waktu dalam melakukan penelusuran wisata, masyarakat sekarang ini lebih memilih cara yang praktis dalam melakukan penelusuran dan pembayaran sehingga mendapat berbagai informasi yang bervariasi melalui sebuah aplikasi wisata. Melalui hasil riset kuesioner penggunaan perangkat yang banyak di minati Masyarakat sekarang ini yaitu menggunakan Ponsel Pintar mereka. Dalam melakukan aktivitas penelusuran paket dan destinasi wisata mereka lebih sering menggunakan Ponsel pintar dikarenakan lebih

praktis dan mudah untuk digunakan dimana saja yang di dukung dengan jaringan Internet.

### **3.1.5 Hasil Analisa Data**

Melalui permasalahan tentang potensi wisata yang kurang variatif maka dirancanglah sebuah komunikasi visual berupa desain visual Aplikasi wisata yang dikembangkan untuk memenuhi kebutuhan calon wisatawan dalam mengakses dan melakukan pencarian terkait berbagai destinasi maupun akomodasi dan sarana pendukung wisata Provinsi Nusa Tenggara Timur. Desain Visual Aplikasi wisata ini dirancang khusus agar mudah di pahami oleh pengguna yang dirancang dengan beberapa aspek desain, mulai dari layout, gambar logo, pemilihan warna yang sesuai, typography yang mudah dipahami keterbacaannya.

#### **Media Utama :**

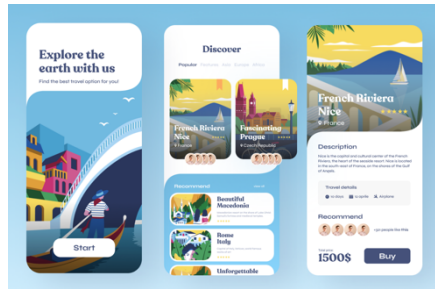
1. Merancang sebuah logo yang di dalamnya mengandung ciri khas dari Provinsi Nusa Tenggara Timur melalui pendekatan binatang Purba terkenal yaitu Komodo.
2. Desain Visual Aplikasi wisata meliputi:
  1. Desain latar
  2. Ukuran dan penataan Icon
  3. Ukuran dan penataan Layout
  4. Alur kerja sebuah aplikasi Wisata.

#### **Media Pendukung :**

Media sosial yang digunakan adalah instagram yang digunakan untuk memperkenalkan sebuah platform wisata NTT berupa Aplikasi wisata yang menyediakan berbagai fitur yang telah di kategorikan dalam kebutuhan layanan wisata dan keanekaragaman destinasi wisata Provinsi NTT, dan iklan Youtube untuk memperkenalkan sebuah Platform wisata dengan desain yang menarik dengan penjelasan yang singkat padat dan jelas.

### **3.1.6 Prototype**

Prototype adalah model desain visual pertama dari produk yang digunakan untuk men-testing konsep atau gambaran dari sebuah ide. Prototype digunakan sebagai acuan cara kerja sebuah produk Aplikasi wisata Provinsi Nusa Tenggara Timur.



Gambar 3.12: Contoh desain visual prototype wisata

## 3.2 Strategi Komunikasi

### 3.2.1 Target Audiens

1. **Geografis:** Wisatawan Domestik
2. **Demografis Target:** Remaja 18 - 35 Tahun
3. **Psikografis target audiens yang memiliki kecenderungan:**
  1. Paham Digital dan memiliki smartphone
  2. Pengguna media sosial
  3. Suka berlibur

Melalui perilaku audiens yang seperti ini, diharapkan dapat melancarkan perancangan desain Visual Aplikasi Wisata sehingga dapat memberikan perubahan dalam menyediakan layanan wisata Provinsi Nusa Tenggara Timur.

### 3.2.2 Creative Brief

**What:** Pesan apa yang disampaikan?

Merancang desain visual Aplikasi Wisata melalui pendekatan komunikasi visual untuk mengenalkan sebuah platform aplikasi wisata yang efektif yang mencakup semua kebutuhan wisata dengan menyuguhkan desain yang menarik perhatian pengguna dan layout konten yang ringkas sehingga memanjakan mata pengguna untuk melakukan penelusuran lebih dalam.

**Who:** Kepada siapa pesan disampaikan?

Masyarakat umum mulai remaja hingga yang telah berkeluarga, dimana aktif menggunakan media sosial, senang berlibur, dan yang telah atau hendak mengadakan kunjungan wisata ke Provinsi Nusa Tenggara Timur.



**Where:** Dimana pesan disampaikan?

Perancangan desain visual Aplikasi wisata ini akan disampaikan melalui akun media sosial Instagram yang digunakan sebagai wadah Promosi dan dokumentasi berbagai macam destinasi wisata, Youtube ads dan melalui promosi digital (Web/Facebook/Instagram) milik Pemprov Nusa Tenggara Timur.

**When:** Kapan pesan harus disampaikan?

Perancangan desain visual Aplikasi wisata ini akan disampaikan secepat mungkin dengan tujuan agar lebih cepat dikenal oleh masyarakat umum dan calon wisatawan.

**Why:** Kenapa pesan harus disampaikan?

Perancangan desain visual Aplikasi wisata ini dilakukan untuk mengenalkan fasilitas penyedia layanan wisata yang ada di Provinsi Nusa Tenggara Timur.

**How:** Bagaimana cara menyampaikan pesan tersebut?

Pada perancangan ini akan dirancang sebuah desain visual aplikasi yang dipromosikan melalui media sosial.

### 3.2.3 Penyampaian Pesan

#### **Konsep**

Merancang sebuah desain visual Aplikasi wisata dimana didalamnya mengandung informasi dan instruksi kebutuhan kegiatan wisata meliputi, destinasi, akomodasi dan aksesibilitas yang dirancang melalui pendekatan Komunikasi Visual dengan menyuguhkan layout dan desain visual yang memudahkan pengguna dalam mengoperasikan.

#### **Tema Perancangan**

Tema perancangan ini adalah Pengembangan penyediaan layanan wisata Nusa Tenggara Timur melalui pendekatan Desain Komunikasi Visual berupa bentuk Visual Aplikasi Wisata.

### **Judul Perancangan**

Judul dari perancangan ini adalah “Flobamora” kata Flobamora berasal dari 4 nama pulau besar di Provinsi Nusa Tenggara Timur yaitu, Flores, Sumba, Timur, Alor.

### **Positioning**

Desain Visual aplikasi wisata Provinsi Nusa Tenggara Timur dirancang khusus untuk menyediakan berbagai kebutuhan yang menunjang kegiatan wisata.

### **Big Idea**

Perancangan komunikasi, desain visual Aplikasi Wisata Nusa Tenggara Timur meliputi desain identitas, desain visual aplikasi, konten kreatif sebagai bahan promosi.

### **Tagline**

Tagline yang digunakan pada perancangan ini adalah “Pesona Alam Nusa Tenggara Timur”. Tagline menggunakan kata “Pesona” yang memiliki arti daya tarik dan diharapkan calon wisatawan terpesona, dimana bukan hanya destinasinya saja yang mengagumkan melainkan pelayanan wisata juga diharapkan dapat membuat pembaca menjadi kagum melalui sebuah desain visual yang ramah dan informatif.

## **3.3 Strategi Visual dan Verbal**

Melalui perancangan desain visual Aplikasi wisata ini, strategi visual yang dirancang pada perancangan ini menghadirkan kesan modern dan sederhana dengan menggunakan flat desain sehingga mudah di pahami oleh audiens.

### **3.3.1 Logo**

Logo yang digunakan pada perancangan ini adalah gabungan dari logogram dan logotype. Logogram menggunakan pendekatan flat desain yang diharapkan memberikan kesan modern sehingga mudah dipahami dan dapat diaplikasikan pada media, yang didalamnya mengandung ciri khas dari Provinsi Nusa Tenggara Timur yaitu binatang purba Komodo.

### 3.3.2 Tipografi

Tipografi Pemilihan font pada perancangan ini yaitu sans serif “Century Gothic” dengan tujuan memberikan kesan lebih bersih, modern, dan bersifat fungsional.

### 3.3.3 Warna

Dengan menggunakan pendekatan flat desain sederhana dengan nuansa latar berwarna:

1. **Biru**, memberikan nuansa laut Provinsi Nusa Tenggara Timur yang dimana merupakan Provinsi Kepulauan.
2. **Kuning**, memberikan nuansa Tropis
3. **Putih**, Memberikan nuansa bersih

### 3.3.4 Ikon

Ikon yang digunakan pada perancangan ini menggunakan pendekatan minimalis yang memberi kesan dinamis dengan warna solid.

### 3.3.5 Layout

Layout yang digunakan menggunakan ratio android 9:16, dimana ukuran ini sering di aplikasikan pada perangkat berbasis android dengan latar Putih bersih.

### 3.3.6 Konten

Konten yang disuguhkan menggunakan bentuk geometris dengan kesan dinamis yang di harapkan mampu memberi kesan modern dan ramah.

### 3.3.7 Verbal

Gaya bahasa yang digunakan berupa persuasif dan komunikatif, yang bertujuan untuk berbaur dengan calon wisatawan dengan mengenalkan produk layanan wisata Provinsi Nusa Tenggara Timur dengan menggunakan bahasa Indonesia yang non formal agar terkesan lebih santai, sederhana sehingga mudah dipahami oleh kalangan masyarakat umum sebagai target audiens.

## 3.4 Strategi Media

Desain Visual Aplikasi Wisata Nusa Tenggara Timur akan di perkenalkan dan di promosikan melalui media sosial Instagram dan Youtube, dengan menjelaskan

keunggulan aplikasi hingga penjelasan singkat penggunaan aplikasi dengan jelas melalui pendekatan desain komunikasi visual, berupa foto maupun video singkat yang dapat menarik perhatian masyarakat.

### **3.5 Rencana Anggaran**

Rencana anggaran akan dilakukan kerjasama dengan Pemerintah Provinsi khususnya di sektor Pariwisata. Dimana bertujuan untuk meningkatkan visi misi Provinsi NTT dalam Bidang Pariwisata.

