

PERANCANGAN MEDIA KOMUNIKASI VISUAL BERTEMA “TRI HITA KARANA” DI ABIAN DESA RICE TERRACE TEGALLALANG GIANYAR

I Wayan Surendra Sapasjaya¹, Gede Bayu Segara Putra², Putu Gde Satria Kharismawan³

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Denpasar, Jln. Nusa Indah, Sumerta, Kec. Denpasar Timur, Kota Denpasar, 80235, Indonesia.

E-mail: 080iwayansurendrasapasjaya@gmail.com

Abstrak

Abian Desa Rice Terrace merupakan salah satu tempat wisata alam yang terletak di Jalan Banjar Pakudui, Kedisan, Tegallalang, Gianyar – Bali dengan menghadirkan suasana hamparan sawah dengan sistem terasering yang begitu indah sehingga dapat menarik para wisatawan yang berkunjung ke tempat tersebut. Walaupun Abian Desa Rice Terrace masih tergolong belum lama beroperasi disana. Terdapat kekurangan - kekurangan yang ada dalam pengoprasian pada tempat wisata tersebut terutama pada media komunikasi visual seperti Billboard, Brosur, Signage dan lain sebagainya membuat tempat wisata Abian Desa Rice Terrace terlihat kurang menarik dibandingkan kompetitor sejenisnya. Dalam perancangan media komunikasi visual ini, penulis menggunakan metode kualitatif dengan mengadaptasi metode Hawkins yang melibatkan tahap eksplorasi, eksperimen, dan perwujudan,. Berdasarkan fenomena tersebut, maka perancangan media komunikasi visual merupakan salah satu hal penting yang harus diperhatikan dalam memasarkan destinasi tempat wisata, Termasuk tempat wisata Abian Desa Rice Terrace. Dikarenakan media visual bukan hanya alat untuk menarik perhatian, tetapi juga menjadi sarana utama dalam membangun dan memperkuat identitas, citra, dan daya tarik sebuah tempat wisata Abian Desa Rice Terrace itu sendiri di mata dunia.

Kata Kunci: Abian Desa Rice Terrace, Media, Media Komunikasi Visual

Abstract

Abian Desa Rice Terrace is one of the natural tourist attractions located on Jalan Banjar Pakudui, Kedisan, Tegallalang, Gianyar - Bali by presenting the atmosphere of rice fields with a terraced system that is so beautiful that it can attract tourists who visit the place. Although Abian Desa Rice Terrace is still relatively new to operating there. There are shortcomings in the operation of the tourist attraction, especially in visual communication media such as Billboards, Brochures, Signage and so on, making the Abian Desa Rice Terrace tourist attraction look less attractive than similar competitors. In designing this visual communication media, the author uses a qualitative method by adapting the Hawkins method which involves the stages of exploration, experimentation, and manifestation. Based on this phenomenon, the design of visual communication media is one of the important things that must be considered in marketing tourist destinations, including the Abian Desa Rice Terrace tourist attraction. Because visual media is not only a tool to attract attention, but also becomes the main means in building and strengthening the identity, image, and appeal of a tourist attraction Abian Desa Rice Terrace itself in the eyes of the world.

Keywords: Abian Rice Terrace Village, Media, Visual Communication

PENDAHULUAN

Sektor pariwisata di Bali merupakan bidang yang cukup strategis dalam menentukan pertumbuhan perekonomian yang menjadikan Bali sangat potensial sebagai daerah kunjungan wisatawan. Perkembangan pariwisata di Bali didukung oleh berbagai daya tarik wisata yang tidak hanya berfokus pada keindahan alam, tetapi juga keunikan budaya dan sosial. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, daya tarik wisata diartikan sebagai segala hal yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai baik berupa kekayaan alam, budaya, maupun hasil karya manusia yang dapat menarik kunjungan wisatawan. Bali memiliki objek wisata yang sangat beragam, baik wisata alam, wisata budaya, dan wisata bahari. Di Bali terdapat sekitar 54 lokasi objek wisata yang tersebar di delapan kabupatennya. Salah satunya yaitu Kabupaten Gianyar

Kabupaten Gianyar merupakan salah satu daerah di Bali yang selalu menjadi tujuan utama para wisatawan, seperti Ubud, Blahbatuh, Tegallalang maupun tempat lainnya. Tegallalang merupakan salah satu kecamatan di Kabupaten Gianyar yang berjarak sekitar 52 km dari Bandara Ngurah Rai. Daerah ini dikenali dengan pemandangan persawahan dengan sistem bertingkat (*terasering*). Secara umum, *Terasering* adalah sebuah teknik bercocok tanam, misalnya pada hamparan sawah, yang dibuat bertingkat-tingkat. Tujuannya untuk memperkecil kemiringan lereng, serta meminimalisir kemungkinan terjadinya erosi (lindungihutan.com) Sistem persawahan ini juga telah mendapatkan pengakuan dari Unesco sebagai salah satu situs warisan dunia, dengan melestarikan teknik pengairan tradisional subak khas Bali. Teras Sawah Tegallalang menawarkan pemandangan yang menakjubkan, sehingga memikat daya tarik wisatawan untuk beramai-ramai mengunjungi untuk melihat keindahan hamparan persawahan di Tegallalang. Salah satu dari sekian banyak objek wisata persawahan yang ada di Tegallalang adalah Abian Desa Rice Terrace.

Abian Desa Rice Terrace merupakan salah satu tempat wisata alam yang terletak di Jalan Banjar Pakudui, Kedisan, Tegallalang, Gianyar – Bali dengan menghadirkan suasana hamparan sawah dengan sistem *terasering* yang begitu indah sehingga dapat menarik para wisatawan yang berkunjung ke tempat tersebut. Selain pemandangan hamparan

sawah, Abian Desa Rice Terrace juga memiliki berbagai wahana yang dapat membuat pengalaman wisata semakin seru dan menyenangkan. Mulai dari Ayunan *Swing*, *Zip Line*, hingga *Sky bike*. Abian Desa Rice Terrace juga memiliki restoran dan coffee shop yang menjadi satu tempat ideal untuk bersantai sambil menikmati hidangan lezat dan pemandangan indah.

Walaupun Abian Desa Rice Terrace masih tergolong belum lama beroperasi disana. Terdapat kekurangan - kekurangan yang ada dalam pengoprasian pada tempat wisata tersebut terutama pada media reklame seperti Baliho, Brosur, Signage dan lain sebagainya membuat tempat wisata Abian Desa Rice Terrace terlihat kurang menarik dibandingkan kompetitor sejenisnya. Dikarenakan berdasarkan artikel dari kumparan.com, media komunikasi visual merupakan media yang dipergunakan untuk memberikan informasi secara singkat tentang suatu produk, Pernyataan tersebut juga didukung oleh KBBI yang menyatakan bahwa media komunikasi ialah pemberitahuan kepada umum tentang barang dagangan (dengan kata-kata yang menarik, gambar) supaya laku. Media komunikasi visual perlu dibuat dengan mencolok agar bisa menarik perhatian. Selain itu, Media komunikasi visual juga harus jelas, singkat, serta mudah dimengerti. Penyampaiannya pun perlu dilakukan secara berulang agar target pasar bisa semakin mengingatnya.



Gambar : Billboard Abian Desa Rice Terrace di Sekitaran Tegallalang (Sumber : Survey 2024)

Berdasarkan Data faktual yang telah diamati pada media publikasi yang ada, memberikan gambaran bahwa desain tersebut kurang cocok diaplikasikan pada papan *billboard*. Walaupun juga desain *billboard* yang berada dikanan masih terlihat sedikit menarik. Tetapi tetap masih ada beberapa hal dirasa kurang pada desain *billboard* tersebut. Dikarenakan, biasanya aset ilustrasi yang terlalu kompleks tidak cocok pada billboard. sehingga desain tersebut tidak terdapat

elemen yang dapat menarik perhatian. Dan juga pesan dari *billboard* diatas tidak dapat tersampaikan secara maksimal. Disamping itu juga, Aset – aset pada papan *billboard* juga terlalu monoton sehingga dikarenakan hanya sekedar tempel saja.

Media komunikasi visual merupakan salah satu hal penting yang memayungi keberhasilan dalam mempromosikan suatu tempat, Jasa, Produk ataupun lain sebagainya. Media yang baik tidak hanya mampu menyampaikan informasi tapi juga mampu menarik secara visual. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain : meningkatkan visibilitas dan brand itu sendiri, menjangkau *audiens* yang lebih luas, menyampaikan pesan dengan sederhana dan cepat tanpa memerlukan waktu lama untuk mencerna informasi.

Berdasarkan fenomena di atas, maka perancangan media komunikasi visual merupakan salah satu hal penting yang harus diperhatikan dalam memasarkan destinasi tempat wisata, Termasuk tempat wisata Abian Desa Rice Terrace. Dikarenakan media visual bukan hanya alat untuk menarik perhatian, tetapi juga menjadi sarana utama dalam membangun dan memperkuat identitas, citra, dan daya tarik sebuah tempat wisata Abian Desa Rice Terrace itu sendiri di mata dunia.

Berdasarkan pemaparan pada latar belakang, dapat dirumuskan berbagai rumusan masalah, yaitu sebagai berikut:

1. Apa saja media komunikasi visual yang informatif dan estetis digunakan dalam mempromosikan Abian Desa Rice Terrace
2. Bagaimana proses perancangan media komunikasi visual Abian Desa Rice Terrace ?

METODE

Dalam proses perancangan ini penulis menerapkan metode kualitatif dengan pendekatan penciptaan desain dalam praktik visual Hawkins yang dimodifikasi oleh Soedarsono. Metode Hawkins merupakan sebuah metode pendekatan sistematis yang dirancang oleh Alma M. Hawkins, yang digunakan dalam proses penciptaan karya seni, salah satunya pada bidang Desain. Metode ini memberikan kerangka kerja kreatif yang membantu seniman mengeksplorasi, bereksperimen, dan mengembangkan ide menjadi karya yang matang dan terstruktur. Metode ini sering digunakan dalam penciptaan seni kontemporer, baik untuk tari

maupun seni visual. Secara garis besar menurut Setiawan (Rizka Aufo Fandiya, 2024 :27) Metode Hawkins dapat diadopsi sebagai berikut :

a) Eksplorasi

Penjelajahan sumber-sumber informasi yang berkaitan dengan tema penciptaan. Pada tahap eksplorasi atau ideasi perancangan, sebelum melakukan observasi lapangan untuk mengenali target, penulis melaksanakan berbagai kegiatan yang dapat mendukung proses pengumpulan data dan informasi untuk perancangan materi dan media.

b) Eksperimentasi

Metode yang lebih menekankan pada eksperimen medium (material, teknik, dan alat). Pada tahap ini penulis menekankan pada eksperimen medium teknik, sketsa, *tracing*, pewarnaan, dan *layouting*, hingga menentukan bentuk ciptaan sesuai dengan hasil eksperimentasi, penguatan konsep melalui kajian pustaka dan kajian empirik.

c) Perwujudan

Perwujudan merupakan tahap untuk memastikan bentuk rancangan sesuai dengan hasil eksperimentasi, penguatan konsep melalui landasan teori dan data empirik. Dalam proses perwujudan pada perancangan ini terdapat tahap yang harus dilaksanakan, yaitu finalisasi.

LANDASAN TEORI

3.1 Desain Komunikasi Visual

Desain Komunikasi Visual terdiri tiga kata yaitu desain, komunikasi, dan visual. Desain mencakup usaha perancangan yang terkait dengan estetika, selera, dan kreativitas. Desain tidak hanya meliputi eksplorasi visual, tetapi juga mencakup aspek kultural-sosial, filosofis, teknis, dan bisnis. Kata komunikasi dapat dipahami dalam berbagai konteks, seperti bahasa, verbal, diskusi, media massa, kode/morse/semaphore, bahasa tubuh, dan tulisan. Namun, secara umum, komunikasi adalah proses pengiriman dan penerimaan pesan antara dua pihak atau lebih. Tujuan komunikasi mencakup identifikasi, informasi, promosi, dan menciptakan suasana tertentu Visual ialah sesuatu yang dapat terlihat dengan melibatkan beberapa tahapan yakni tahapan merasakan, tahapan menseleksi, dan tahapan memahami. Tahap merasakan ialah membiarkan cukup cahaya masuk ke mata agar dapat melihat obyek-obyek sekeliling. Tahap menseleksi ialah mengisolasi dan melihat bagian tertentu suatu adegan atau bagian obyek

sehingga menjadi hasil kombinasi pencahayaan dan fokus mata dengan fungsi otak tingkat tinggi. Sementara tahap memahami ialah mengerti apa yang diseleksi untuk memproses suatu image secara mental pada kesadaran yang lebih mendalam Berdasarkan pernyataan diatas, terdapat juga unsur – unsur elemen pada desain yaitu :

a) Tipografi

Tipografi adalah seni menyusun huruf-huruf sehingga dapat dibaca tetapi masih mempunyai nilai desain. Fungsi bahasa visual ini adalah untuk mengkomunikasikan ide, cerita dan informasi melalui segala bentuk media, Karena itu pekerjaan seorang tipografer (penata huruf) tidak dapat lepas dari semua aspek kehidupan sehari-hari. Menurut tipografi masih dianggap sebagai elemen kunci dalam Desain Komunikasi Visual. Kurangnya perhatian pada pengaruh dan pentingnya elemen tipografi dalam suatu desain akan. (Christine Suharto Cenadi, 1999 : 5)

b) Ilustrasi

Ilustrasi adalah suatu bidang dari seni yang berspesialisasi dalam penggunaan gambar untuk visualisasi. Dengan kata lain, ilustrasi yang dimaksudkan di sini adalah gambar yang dihasilkan secara manual (Christine Suharto Cenadi, 1999 : 6)

c) Warna

Menurut Adi Kusrianto (2007), warna terbagi menjadi 2, yaitu warna Primer (primary colors) dan Warna Sekunder (secondary colors) warna primer adalah warna dasar atau warna pokok yang tidak diperoleh dari campuran warna lain. Warna primer terdiri dari merah, kuning, dan biru. Warna Sekunder (secondary colors) yaitu warna yang diperoleh dari campuran warna primer dengan perbandingan seimbang, misalnya warna orange percampuran dari warna merah dan kuning, warna hijau percampuran kuning dan biru, dan warna ungu percampuran warna biru dan merah. (Surya Tjahyadi, Willy Antonio, 2023:6)

d) Layout

Secara bahasa Layout memiliki arti tata letak. Layout adalah usaha untuk menyusun, menata atau memadukan unsur-unsur komunikasi grafis (teks, gambar, tabel dan lainnya) menjadi media komunikasi visual yang komunikatif, estetik dan menarik. (Khusnul Khotimah 2021 :58 -59)

e) Teks

Teks adalah rangkaian kata atau kalimat yang memiliki struktur dan tata bahasa tertentu serta bisa disusun secara lisan maupun tulisan. Tujuannya, untuk menyampaikan informasi, menjelaskan sesuatu, atau mengungkapkan makna. (Anugradwi, 2023). Pujiriyanto (Arya Janottama 2015:129) menjelaskan, teks terdiri dari bagian – bagian judul (*headline*), subjudul, naskah (*body copy*), logo (*logotype*) dan kata penutup (*closing word*).

3.2 Media

Berdasarkan kutipan sebuah buku yang ditulis Cipi Riyana (2011) Kata “Media” berasal dari bahasa latin yang berawalan dari kata “medium”. Secara harfiah kata tersebut memiliki makna pengantar. Akan tetapi kini kata tersebut dipakai baik sebagai bentuk jamak maupun mufrad. Apapun juga pernyataan beberapa ahli mengenai teori media, antara lain :

1. Media merupakan segala bentuk perantara yang dipergunakan untuk berkomunikasi. (Fatria, 2017)
2. Alat-alat yang digunakan untuk menangkap, memproses, dan menyusun kembali informasi yang visual dan verbal seperti grafis, fotografis, maupun elektonis. (Arsyad, 2014)
3. Media adalah segala bentuk komunikasi baik tercetak maupun audio visual serta peralatannya. Media seharusnya bisa dimanipulasi, didengar, dilihat dan dibaca. (Arief Sadiman, Dkk, 2018)

a) Media Dalam Ruangan

Menurut Kasali (Aulia Agung, 2014:11), Media dalam ruang biasanya untuk mendukung kampanye promosi brand maupun produk, hanya jangkauan target audience pada media ini tidak seluas media luar ruang. Adapun media dalam ruangan ini bisa juga mencakup pendayagunaan benda-benda trafic disekitarnya. Adapun contoh dari media dalam ruang ialah : X banner, Mini banner, Merchandise, Stiker, Pamflet, Brosur, Poster, Kanvas foto, Light box, Roll-up banner, dan lain sebagainya.

b) Media Luar Ruangan

Media luar ruang merupakan sarana penyampai informasi kepada khalayak ramai yang letaknya di ruang terbuka atau ruang publik, seperti di pinggiran jalan, di tengah pusat keramaian, atau

di tempat lain yang mudah terlihat oleh banyak orang. Letaknya yang strategis menjadikan media luar ruang sebagai fokus perhatian masyarakat dalam memperoleh informasi yang ada di sekitar mereka. Media ini tidak jauh berbeda dengan media dalam ruang, karena proses pembuatannya pun adalah dengan dicetak namun peruntukannya di luar ruang. Media luar ruang sangatlah luas cangkupannya, biasanya untuk mendukung iklan suatu brand, promosi suatu produk, dan kampanye caleg, dan lain sebagainya (Aulia Agung, 2014:12). Adapun contoh dari media luar yaitu : Billboard, Baliho, Spanduk, Neon Box .

Berdasarkan penggunaan media, secara garis besar iklan dapat dibagi dalam dua jenis, yaitu: iklan lini atas dan iklan lini bawah.

a) Iklan Lini Atas.

Iklan lini atas adalah iklan yang disampaikan melalui media lini atas (*Above-The-Line*). Media lini atas yang digunakan sebagai saluran pesan iklan, antara lain : surat kabar, majalah, jurnal, radio, televisi, video kaset rekorder (VCR), komputer, bioskop, media luar ruang (videotron/billboard), dan poster. Kampanye iklan melalui media lini atas ditujukan untuk khalayak luas, umumnya meliputi wilayah nasional, regional, dan internasional. (Abdul Harif Siswanto, Nurul Haniza, 2021 :30)

b) Iklan Lini Bawah

Iklan lini bawah adalah iklan yang disampaikan melalui media lini bawah (*Below-TheLine*). Media lini bawah yang digunakan sebagai saluran pesan iklan, antara lain : barang cetakan (leaflet, brosur, alat tulis kantor, agenda, dan kalender), kendaraan umum (bus/taksi), souvenir (tas belanja, kaos, jam dinding, dan bolpen), tempat penjualan (stand penjualan, stand kasa, rak penjualan, dan daftar barang), dan benda di udara (balon dan spanduk). (Abdul Harif Siswanto, Nurul Haniza, 2021 : 31)

Dari semua penjelasan diatas maka billboard, x banner dan brosur, merupakan bagian yang sangat krusial pada pernyataan teori diatas dimana Abian Desa Rice Terrace nanti akan memiliki rancangan yang sesuai dengan landasan baik dari Media Luar atau Media Dalam dan Lini Bawah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Tema Desain

Tema yang penulis ambil pada perancangan media komunikasi visual ini tidak terlalu jauh dari filsafat tradisional Bali yaitu Tri Hita Karana. Menurut Wiana (2004) bahwa hakekat Tri Hita Karana adalah sikap hidup yang seimbang antara memuja Tuhan dengan mengabdikan pada sesama manusia serta mengembangkan kasih sayang pada alam lingkungan. Ajaran tentang keseimbangan hidup sangat penting artinya dalam kehidupan manusia, baik untuk menata kehidupan sekarang maupun untuk menata kehidupan yang akan datang. Ajaran keseimbangan hidup menuntun manusia agar memperoleh kehidupan yang aman, damai dan sejahtera.

4.1.1 Bagian-Bagian Tri Hita Karana

Secara leksikal Tri Hita Karana berarti tiga penyebab kesejahteraan. (Tri = tiga, Hita =sejahtera, Karana = penyebab). Pada hakikatnya Tri Hita Karana mengandung pengertian tiga penyebab kesejahteraan itu bersumber pada keharmonisan hubungan antara:

a) Manusia dengan Tuhannya (Prahyanan)

Kata Prahyanan berasal dari bahasa sansekerta, dari kata "Hyang", yang berarti Ida Sang Hyang Widhi Wasa. Jadi, kata prahyanan berarti hubungan yang harmonis dengan Ida Sang Hyang Widhi Wasa. Dengan demikian kita harus menjalin hubungan yang harmonis dengan Ida Sang Hyang Widhi Wasa, dengan cara menjalankan perintah-NYA dan menjauhi larangan-NYA.

b) Manusia dengan Lingkungan / Alam (Palemahan)

(Kata palemahan berasal dari bahasa sansekerta, dari kata "Lemah", yang berarti lingkungan sekitar/alam semesta. Jadi, kata palemahan berarti hubungan yang harmonis antara manusia dengan lingkungan sekitar/alam semesta. Dengan demikian selain menjalin hubungan yang harmonis dengan Tuhan dan sesama manusia kita juga harus menjalin hubungan yang harmonis dengan lingkungan sekitar/alam semesta dengan cara menjaga lingkungan sekitar dari kerusakan.

c) Manusia dengan sesamanya (Pawongan).

Kata Pawongan berasal dari bahasa sansekerta, dari kata "Wong", yang berarti orang atau manusia. Jadi, kata pawongan berarti

hubungan yang harmonis antara manusia dengansesama manusia. Dengan demikian kita harus menjalin hubungan yang harmonis dengansesama manusia, dengan cara saling menghormati dan saling menghargai satu sama lain.

4.2 . Proses Perancangan

A. Eksplorasi

Pada tahap eksplorasi atau ideasi, sebelum melakukan observasi lapangan untuk mengenali target, penulis melaksanakan berbagai kegiatan yang dapat mendukung proses pengumpulan data dan informasi untuk perancangan materi dan media. Adapun proses yang sudah penulis lakukan antara lain yaitu : pengumpulan refrensi, serta mengumpulkan aset visual yang akan penulis gunakan pada perancangan media komunikasi visual tersebut agar sesuai dengan target yang akan direncanakan.

1) Studi Refrensi

Studi referensi merupakan salah satu bagian penting dari suatu rancangan dan dapat membantu dalam berbagai hal termasuk dalam merancang media komunikasi visual itu sendiri. Penulis telah melakukan, berbagai upaya dalam perancangan Media Komunikasi Visual Abian Desa Rice Terrace, seperti menyesuaikan konsep “Tri Hita Karana” dalam sebuah media komunikasi visual itu sendiri agar terlihat selaras dan tidak melenceng dari konsep awal. Konsep visual dari perancangan media komunikasi visual ini akan menyesuaikan tema dengan mengambil satu kata yang yang dapat mewakili dari bagian – bagian konsep Tri Hita Karana seperti berikut :

a) Keluarga

“*Keluarga*” lebih mengacu pada gagasan bahwa elemen-elemen dalam Perancangan Media komunikasi visual Abian Deca Rice Terrace yang nantinya akan saling berhubungan, selaras, dan menciptakan harmoni baik secara visual maupun fungsional. Seperti sebuah keluarga, setiap elemen memiliki karakteristik dan peran tersendiri, namun tetap bekerja bersama untuk membentuk kesatuan yang harmonis. Pada konsep ini penggunaan font Monsterat sangat direkomendasikan. Dikarenakan sifat dari font Montserrat yang dapat digunakan untuk Headline pada desain dan hampir

sebagian besar desain ,sehingga font tersebut dapat dibilang font yang ramah pada semua desain alias serbaguna.

Montserrat Montserrat

ABCDEFGHIJKLMNPO
QRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnp
qrstuvwxyz
1234567890

Gambar : Font Monsterat
(Sumber : Google)

b) Alam

“*Alam*” dapat dikaitkan dengan bagian Palemahan (Hubungan Manusia Dengan Alam) dengan Parahyangan (Hubungan Manusia Dengan Tuhan) secara umum adalah segala sesuatu yang ada di dunia ini dan terbentuk secara alami, bukan hasil buatan manusia. (seperti hewan, tumbuhan, dan manusia). Konsep visual alam pada desain visual ini akan diperlihatkan pada penggunaan ilustrasi alam seperti bunga atau pohon, serta palet warna yang akan didominasi dengan palet warna yang berhubungan dengan alam pemandangan di Abian Desa Rice Terrace seperti berikut :

1) Warna Hijau

Pada konsep visual ini, warna hijau diidentikan dengan daun. Secara umum warna hijau merupakan warna alam. Dunia psikologis menggunakannya untuk membantu seseorang agar memiliki keseimbangan emosi dan keterbukaan komunikasi karena hijau mampu memberikan efek relaksasi. Selain itu, warna hijau menunjukkan aura kepribadian plegmatis yang mencintai kedamaian dan berperan sebagai penengah dalam perbedaan.



Gambar : Referensi warna hijau
(Sumber : Pexels)

2) Warna Kuning

Warna kuning pada konsep perancangan visual proyek ini lebih identik dengan warna pada sinar matahari. Selain itu secara psikologis, warna kuning mampu merangsang aktivitas otak dan mental, serta memiliki aura kehangatan, optimism, semangat, keceriaan, dan rasa bahagia yang mampu membantu penalaran manusia berjalan logis dan analitis.



Gambar : Referensi warna kuning
(Sumber : Pexels)

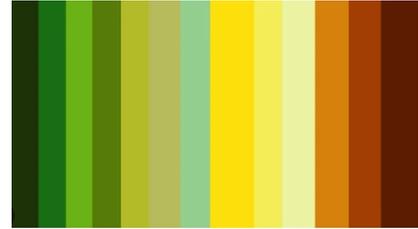
3) Warna Coklat

Selain warna hijau dan warna kuning, warna coklat ikut serta dalam palet warna yang akan digunakan pada proyek perancangan media komunikasi visual ini. Secara umum warna coklat sangat identik dengan warna pada kayu. Secara psikologis Warna coklat mampu melambangkan kesan canggih, mahal, dan moder, serta rasa hangat, nyaman, dan aman. Cokelat identik dengan unsur tanah dan bumi. Dalam dunia psikologi, warna ini digunakan untuk melambangkan arti kuat, mampu diandalkan, serta pondasi kekuatan hidup



Gambar : Referensi warna coklat
(Sumber : Pexels)

Disamping itu juga ketiga warna tersebut juga dapat ditemukan pada siklus padi. Yang tadinya warna hijau pada bibit padi, warna kuning pada padi yang sudah siap dipanen, sedangkan warna coklat pada padi yang sudah layu.



Gambar : Palet warna yang akan digunakan pada perancangan media komunikasi visual
(Sumber : Pinterest)

- c) “Tradisi” secara umum adalah kebiasaan atau adat istiadat yang diwariskan secara turun temurun dari nenek moyang dan masih dijalankan oleh masyarakat. Tradisi dapat berupa seperti upacara adat, tarian, musik, bahasa, pakaian, seni rupa, dan makanan. Pada konsep tradisi, penulis akan merujuk pada pengaplikasian unsur ornament pada media komunikasi visual Abian Desa Rice Terrace. Disamping itu tradisi juga dapat dikaitkan dengan Parahyangan (Hubungan Manusia Dengan Tuhan)



Gambar : Refrensi Ornamen
(Sumber : gungjayack.blogspot.com)

Selain dari penyelarasan konsep visual penulis juga melakukan pencarian refrensi lewat platform online yaitu pinterest dan juga beberapa hasil rancangan yang telah penulis buat sebelumnya seperti agar penulis lebih mudah melakukan perancangan selanjutnya seperti berikut ini :

1) Pengumpulan referensi





Gambar : Kumpulan refrensi utama
(Sumber : Google Deck Taman Safari Bali dan Pinterest)

2) Pengumpulan Aset Visual

Pengumpulan aset visual diperlukan untuk mendukung atau memperkuat suatu rancangan . Aset visual mencakup berbagai jenis elemen yang berfungsi untuk menyampaikan pesan, menunjang tujuan kreatif dari media komunikasi visual Abian Desa Rice Terrace nanti. Beberapa aset yang telah dikumpulkan oleh penulis dengan memfoto langsung produk yang ada di Abian Desa Rice Terrace hingga memakai aset visual dari website freepik dan png tree, seperti berikut :

a) Aset Foto



Gambar : Kumpulan Aset foto langsung.
(Sumber : Surendra, 2024)

b) Aset Online



Gambar : Kumpulan Aset visual
(Sumber : www.freepik.com & www.pngtree.com)

B.Eksperimen

Pada tahap ini penulis lebih menekankan pada eksperimen medium seperti teknik, sketsa kasar, pembuatan serta pengumpulan aset. Berikut beberapa hasil yang penulis lakukan pada tahap eksperimen :

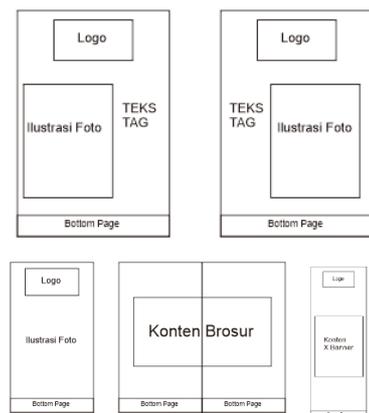
1. Teknik

Ilustrasi yang dibuat pada buku menggunakan teknik *Digital Vector dan Manipulating*. Menurut Swara (2021) Digital vector adalah sebuah teknik gambar yang datanya disimpan dalam bentuk serangkaian instruksi matematis berupa algoritma yang menggambarkan garis, kurva, dan bentuk geometris lainnya sehingga ketika diperbesar tidak akan menjadi pecah. Sedangkan *Manipulating* adalah seni yang membutuhkan pemahaman mendalam tentang keterampilan teknis dan keselarasan merek. Dengan menguasai adaptasi warna dan memastikan bahwa desain selaras dengan identitas visual merek, sehingga dapat menciptakan visual yang berdampak, kreatif, dan konsisten.

Selain teknik, berikut hasil yang penulis lakukan sewaktu masih dalam tahap eksperimen :

3) Perancangan Layout

Perancangan layout merupakan suatu hal penting pada perancangan media komunikasi visual ini. Layout desain bukan hanya soal estetika, tetapi juga tentang bagaimana menyampaikan pesan secara efisien dan menarik. Layout yang dirancang dengan baik dapat menjadi pembeda utama untuk menarik dan mempertahankan perhatian audiens. Dalam perancangan layout penulis telah mendapatkan layout yang sudah sesuai dengan penulis yang sudah disesuaikan dengan referensi serta aset yang telah dikumpulkan oleh penulis itu sendiri.



Gambar : Kumpulan layout desain pada billboard, Brosur,dan X banner
(Sumber : Surendra, 2024)

4) Pembuatan Latar

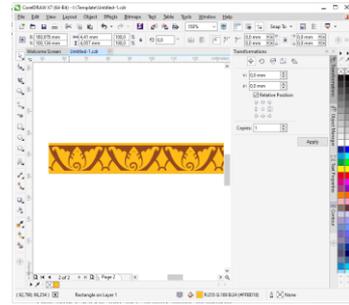
Pada proses pembuatan latar penulis sempat berencana untuk memakai latar yang solid. Akan tetapi setelah melakukan beberapa pertimbangan, penulis pun akhirnya menggunakan latar yang berefek yang mengkombinasikan beberapa warna dengan Gaussian blur dan efek lainnya.



Gambar : Proses Pembuatan Latar
(Sumber : Surendra, 2024)

5) Pembuatan aset Bagian bawah / Bottom Page

Pada pembuatan aset *bottom page*, penulis menentukan untuk memakai elemen ornament Bali, yang lebih tepatnya motif keketusan. Dikarenakan motif keketusan memiliki sifat yang berulang dan biasanya diaplikasikan sebagai tepi bingkai / ataupun lainnya yang bersifat sebagai penegas. Pada desain perancangan media komunikasi visual dari Abian Desa Rice Terrace, penulis menggunakan motif keketusan ganggong (kapu – kapu) sebagai *Bottom Page*, dikarenakan kapu – kapu juga termasuk tumbuhan yang ada persawahan sehingga selaras dengan perancangan media komunikasi visual dari Abian Desa Rice Terrace. Penulis membuat aset *bottom page* software Coreldraw dikarenakan software tersebut mendukung aset vector dengan ukuran yang ringan.



Gambar : Proses pembuatan aset Bottom page
(Sumber : Surendra, 2024)

6) Seleksi Foto Aset

Pada proses seleksi foto aset, penulis hanya melakukan seleksi pada beberapa aset foto yang sudah penulis pilih untuk dijadikan billboard dengan memisahkan subjek dengan latar menggunakan *selection tool* di software photoshop.



Gambar : Proses Seleksi aset foto
(Sumber : Surendra, 2024)

7) Layouting

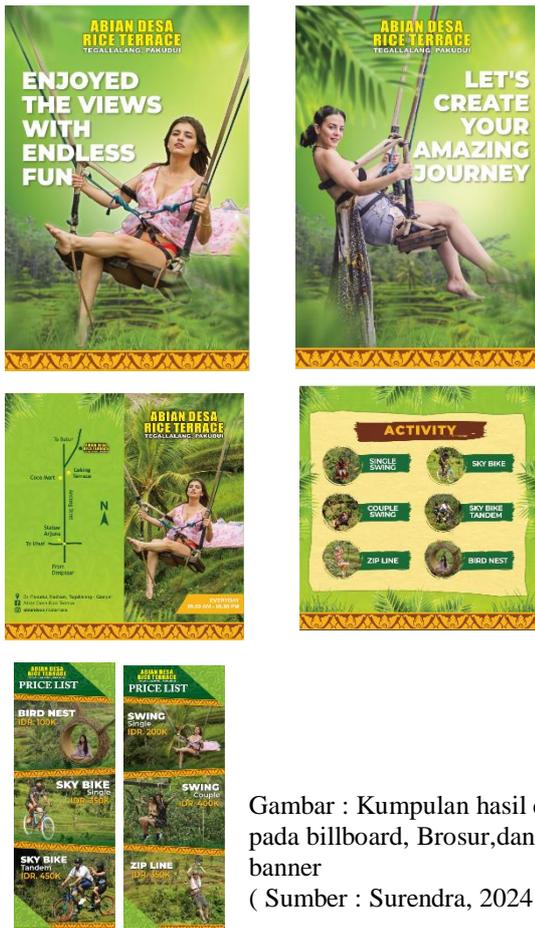
Pada proses layouting pada rancangan media komunikasi visual Abian Desa Rice Terrace ini, penulis hanya mengikuti sketsa layout yang terdapat pada sketsa yang sudah penulis buat sebelumnya. Pada proses ini penulis mengandalkan software affinity designer sebagai software untuk merealisasinya.

C. Perwujudan

Perwujudan merupakan tahap penting guna untuk memastikan bentuk rancangan sudah sesuai dengan hasil eksperimentasi, penguatan konsep

melalui landasan teori dan data empirik. Dalam proses perwujudan pada perancangan ini terdapat beberapa tahap yang harus dilaksanakan yaitu Finalisasi dengan melakukan mockup pada rancangan media komunikasi visual Abian Desa Rice Terrace.

a) Hasil Perwujudan



Gambar : Kumpulan hasil desain pada billboard, Brosur,dan X banner (Sumber : Surendra, 2024)

b) Hasil Mockup



Gambar : Kumpulan Mockup Billboard, Brosur,dan X banner (Sumber : Surendra, 2024)

SIMPULAN

Berdasarkan pembahasan diatas, perancangan media komunikasi visual merupakan salah satu hal penting yang harus diperhatikan dalam memasarkan destinasi tempat wisata, Termasuk tempat wisata Abian Desa Rice Terrace. Dikarenakan media visual bukan hanya alat untuk menarik perhatian, tetapi juga menjadi sarana utama dalam membangun dan memperkuat identitas, citra, dan daya tarik sebuah tempat wisata Abian Desa Rice Terrace itu sendiri di mata dunia . Pada akhirnya penulis hanya memilih satu media luar dan memilih dua media dalam. pemilihan media seperti billboard, brosur, x banner termasuk media yang paling umum, serta merupakan media yang paling krusial digunakan pada perancangan ini.

Dengan menerapkan metode Hawkins, penulis dapat merancang media komunikasi visual tersebut dengan terstruktur sehingga perancangan tersebut dapat berjalan efisien. Selama melaksanakan proyek independen MBKM di Abian Desa Rice Terrace, penulis melakukan identifikasi dan pengumpulan data dengan metode dokumentasi, observasi partisipan, studi kepustakaan mengenai Abian Desa Rice Terrace.

Penulis berterimakasih kepada pihak merancang media komunikasi visual dikarenakan telah memberi kesempatan kepada penulis dalam proses perancangan proyek ini. Dengan adanya pembaharuan pada media komunikasi visual di Abian Desa Rice Terrace, penulis berharap banyak dengan adanya media komunikasi visual tersebut dapat membantu dalam pemasaran dari di Abian Desa Rice Terrace sehingga dapat lebih banyak menarik pengunjung lewat Media Komunikasi Visual telah terbaru.

DAFTAR RUJUKAN

Abdul Harif Siswanto, H (2021). Buku Ajar Periklanan. 30 – 31
 Kusrianto, Adi. (2006). Panduan Desain Komunikasi Visual. Jakarta : Elexmedia Komputindo

Kusrianto, Adi. (2007). Pengantar Desain Komunikasi Visual. Yogyakarta : Andi

Khusnul Khotimah. (2020). Panduan Desain Grafis. Jember : Cerdas Ulet Kreatif

Rudi Susilana Riyana, C. (2011). *Media pembelajaran: Hakikat, pengembangan, pemanfaatan, dan penilaian*. Universitas Pendidikan Indonesia.

Sri Wayuningsih. (2015). Desain Komunikasi Visual. Madura : UTM Press

Wiana, Ketut. 2007. Tri Hita Karana Menurut Konsep Surabaya: PARAMITA.

Agung, A. (2014). Media promosi dan peranannya dalam komunikasi pemasaran. Penerbit Andi. 11-12.

Christine Suharto Cenadi (1999). Elemen-elemen dalam desain komunikasi visual. 1(1), 5-8.

Fandiya, R. A (2024) *Perancangan Buku Cerita Bergambar Sebagai Upaya Pengembangan Media Literasi Anak Dengan Hambatan Pendengaran* Pustaka Seni. 27

I Putu Arya Janottama. (2015) Elemen Desain dan Estetika Media Komunikasi Visual Outdoor di Kota Denpasar.

Prabangkara. 18(22) 129.

Leonardo Putra Wijaya (2020) Perancangan Desain Papan Reklame.

Somantri, Lili. 2012. KEUNGGULAN BALI SEBAGAI DAERAH TUJUAN WISATA ANDALAN INDONESIA. Bandung.

JUR._PEND._GEOGRAFI

Swara, G. Y. (2020). Pemanfaatan visualisasi 3D pada multimedia interaktif dalam pengenalan penyakit demam berdarah. *Jurnal Teknoif Teknik Informatika Institut Teknologi Padang*, 8(1)

<https://www.kompas.com/skola/read/2023/08/15/140000869/pengertian-media-menurut-ahli>.

Magang Alam (2022) Sistem Terasering:

Pengertian, Tujuan dan Manfaatnya.

Lindungihutan. Diakses pada 10 Oktober 2024,

<https://lindungihutan.com/blog/mengenal-sistem-terasering/>

Serafica Gischa. (2023). Pengertian Media Menurut Ahli. Kompas. diakses pada 8 April 2024,

