BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Daerah Aceh memiliki objek wisata yang beragam. Setiap daerah di Aceh memiliki keunikan baik dari segi keindahan maupun adat istiadat. Aceh juga memiliki peninggalan sejarah dari Sultan Iskandar Muda yang menarik minat wisatawan untuk berkunjung. Ibukota Aceh terdapat di Banda Aceh, wilayah yang dikenal memiliki objek wisata sejarah.

Objek wisata sejarah merupakan komponen di bidang pengembangan kepariwisataan yang saat ini makin gencar dilakukan karena pertimbangan bahwa setiap daerah memiliki sejarah yang berbeda dan unik yang tidak dimiliki daerah lain (Mackellar. 2006). Wisata sejarah yang ada di Banda Aceh merupakan kekayaan peninggalan leluhur yang patut dilestarikan. Banda Aceh memiliki banyak objek wisata sejarah salah satunya adalah objek wisata *Gunongan*.

Gunongan merupakan simbol dan kekuatan cinta Sultan Iskandar Muda kepada permaisuri. *Gunongan* merupakan bangunan peninggalan peradaban budaya yang bernilai sejarah dan masih dapat kita saksikan dalam keadaan utuh. *Gunongan* ini terletak di pusat kota Banda Aceh, tepatnya berada di desa Sukaramai, Kecamatan Baiturahman. *Gunongan* merupakan bangunan peninggalan pada tahun (1607-1636 M) yang dibuat oleh kerajaan Aceh Darussalam yang dipimpin oleh Sultan Iskandar Muda, *Gunongan* dihubungkan atas simbol kecintaan Sultan kepada seorang permaisuri Sultan yang selalu mengingat kampung halamannya di Negeri Pahang Malaysia, maka sang Sultan memerintahkan untuk membuat replika bukit bermain yang ada di Pahang di dalam Taman Sari agar sang permaisuri dapat menghabiskan hari-harinya di dalam Taman Sari dengan dayang-dayangnya.

Gambar 1.
Objek Wisata *Gunongan* Aceh
(Sumber: https://travelingyuk.com/wisata-wajib-banda-aceh/101818/)

Objek wisata *Gunongan* merupakan situs sejarah yang berharga dan patut dilestarikan, di samping itu *Gunongan* menjadi tempat pergelaran kesenian Aceh sehingga perlu adanya "…pengembangan aset daerah dengan mengupayakan kehadiran karya seni dalam bentuk bahasa rupa melalui penyampaian seniman dalam bentuk karya dan memiliki makna dibalik visual atau sabjektifitas, atau *Gunongan* sebagai rangsang cipta itu sendiri/stimulus" (M. Iqbal Saputra, 2022: 49).

Berdasarkan hasil wawancara Bersama Bapak Rizal Dhani dari bagian pemanfaatan, kantor BPCB (Balai Pelestarian Cagar Budaya Aceh) mengatakan "*Gunongan* belum memiliki sebuah media informasi dalam bentuk desain komunikasi visual secara lengkap, kami baru memulai dari pembuatan film Taman Sari *Gunongan*, beberapa album cagar budaya dan Infografis kebutuhan media sosial, namun untuk media informasi dalam bentuk media cetak memang belum ada. Kami berharap memang ada sebuah media informasi yang terfokus pada *Gunongan* Aceh seperti infografis dan majalah online yang bisa diakses melalui *barcode*, karena dari pihak kami tentu hanya membahas keseluruhan dari objek wisata Taman Putroe Phang dan rata-rata pengunjung khususnya remaja memang belum mengetahui sejarah *Gunongan*" (Wawancara: Rizal Dhani, 22 Februari 2022).

Fenomena yang terjadi pada saat ini yang diambil dari pengkarya melihat objek wisata *Gunongan* yang tidak mampu mencerminkan karakteristik destinasi berdasarkan aspek budaya masyarakat (kepercayaan, tradisi, ritual dll), dan aspek destinasi itu sendiri (situs bersejarah, monumen, situs arkeologi, bangunan tua dll), hal tersebut merupakan esensi sesungguhnya yang mampu menunjukan nilai inti dari objek wisata *Gunongan* itu sendiri.

Dinas Budaya Pariwisata Aceh telah memiliki media informasi yang menggambarkan *Gunongan* Aceh. Namun, belum memberikan hasil secara maksimal karena tidak membahas secara detail mengenai *Gunongan*, infografis yang ada lebih terfokus pada *Taman Putroe Phang* serta penggunaan elemen visual yang kurang komunikatif sehingga tidak tersampaikannya filosofi dan tujuan terbentuknya *Gunongan* kepada masyarakat atau wisatawan.

Gambar 2.
Infografis Objek wisata Gunongan Aceh
(Sumber: https://travelingyuk.com/wisata-wajib-banda-aceh/101818/)

Berdasarkan observasi dan hasil wawancara mengenai kondisi objek wisata *Gunongan*, terdapat masalah yang terindentifikasi yaitu belum adanya media informasi yang terfokus pada objek wisata *Gunongan* dan belum adanya media informasi dalam bentuk media cetak yang bisa pajang dan diletakkan di area *Gunongan*, sehingga pengunjung hanya sekedar berfoto

tanpa mendapat informasi sejarah dan filosofi *Gunongan* Aceh. Oleh karena itu, *Gunongan* memerlukan sebuah media informasi yang sesuai dengan sejarah dan filosofi terbentuknya *Gunongan* yang diaplikasikan melalui keilmuan Desain Komunikasi Visual sehingga dapat menunjukan nilai *Gunongan*.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana merancang media informasi objek wisata *Gunongan* Aceh agar tersampaikannya sejarah dan filosofinya?

C. Tujuan dan Manfaat Penciptaan

1. Tujuan Perancangan

Adapun tujuan dari perancangan tugas akhir ini diantara yaitu:

a. Melalui rancangan media informasi wisata *Gunongan* Aceh dapat menjadi sebuah media informasi dan komunikasi yang efektif untuk memperkenalkan sejarah dan filosofi objek wisata *Gunongan* Aceh

b. Rancangan ini diharapkan dapat meningkatkan wawasan masyarakat terutama remaja tentang sejarah dan filosofi terbentuknya objek wisata *Gunongan* Aceh, sehingga filosofi tersebut dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

2. Manfaat perancangan

Perancangan ini akan bermanfaat bagi objek perancangan, Penulis, dan Institusi Pendidikan.

a. Bagi objek wisata

Sebagai masukan atau bahan pertimbangan bagi pengelola objek wisata untuk menentukan kebijakan yang tepat yaitu dalam memperkenalkan objek wisata *Gunongan* Aceh.

b. Masyarakat

Menambah pengetahuan masyarakat mengenai nilai-nilai dan filosofi objek wisata *Gunongan* Aceh yang kemas melalui media informasi sehingga mampu menarik minat masyarakat untuk menjaga kelestarian objek wisata *Gunongan* Aceh.

c. Bagi Institusi Pendidikan

Bagi lembaga sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya. Penulisan ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan literatur dan referensi studi tentang penulisan yang serupa.

d. Bagi Penulis

Bagi penulis, sebagai sarana untuk mengembangkan keilmuan dalam bidang Desain Komunikasi Visual khususnya media informasi.

D. Tinjuan Karya

Perancangan media informasi *Gunongan* Aceh memilih beberapa contoh karya tentang media informasi, sebagai pembanding dalam perancangan media informasi. Penggarapan karya ini dilihat melalui bentuk visual teknik pembuatannya disesuaikan dengan konsep yang dibangun.

Orisinalitas perancangan menjadi sangat penting. Orisinaslitas menjadi perbandingan dalam menentukan sebuah perancangan agar hasil perancangan bebas dari *plagiarisme* dan

memiliki nilai pembeda sehingga tidak ada isitilah *duplicate*, maka diperlukan perbandingan. Karya untuk media utama yang menjadi nilai tolak ukur tersebut diantaranya ialah:

1. Poster Danau Sentani

Poster ini berisikan informasi seputar Danau Sentani dengan menggabungkan antara foto dengan beberapa elemen desain seperti tipografi dan ikon yang informatif sehingga mudah dipahami oleh target *audience*.

Gambar 3.
Poster Danau Sentani
(Sumber: https://tempatwisata.my.id/contoh-poster-tempat-wisata-alam/)

Tujuan dari poster ini adalah untuk menginformasikan seputar Danau Sentani kepada para wisatawan yang akan berkunjung. Perancangan poster objek wisata *Gunongan* menggunakan elemen visual seperti ikon, karena penggunaan ikon mampu memperjelas informasi dalam bentuk verbal, penggunaan gambar juga diharapkan memudahkan masyarakat dalam memahami dan mengenal *Gunongan*.

Poster ini menjadi karya pembanding untuk karya yang dibuat karena memiliki tujuan dan fungsional yang sama seperti konsep dan teknik pembuatan di dalamnya.

Pembedanya yaitu antara konsep perancangan dari karya pembanding ialah visualnya yang ditujukan untuk pengunjung. Teknik yang dipergunakan sama seperti pada umumnya, namun dengan konsep berbeda.

2. Infografis sejarah wisata Bali

Karya ini menjadi karya pembanding untuk karya yang digarap karena memiliki tujuan dan fungsional yang sama. Pembeda antara konsep dari perancang dengan konsep pembanding ialah informasi yang tidak terpaku dalam satu media dengan dimuatnya semua informasi di dalamnya. Tetapi nantinya media yang dirancang dimuat dan diwujudkan dalam beberapa media.

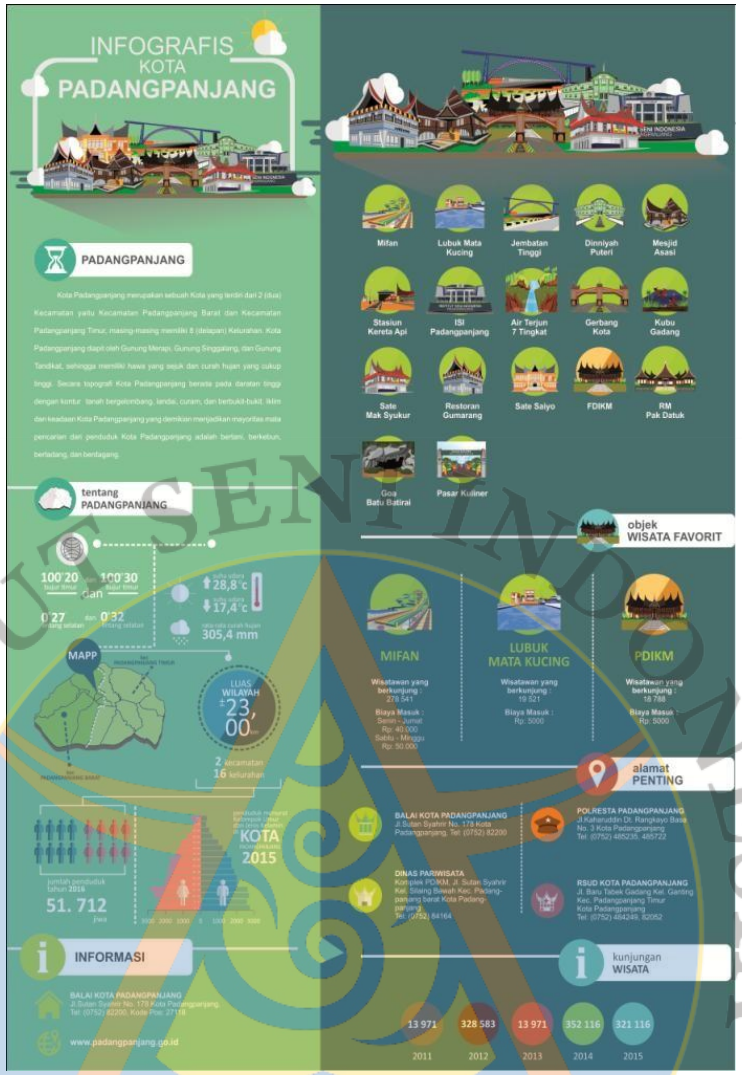
Perancangan infografis *Gunongan* menggunakan teknik desain vector dengan tujuan memberikan kesan kekinian, menggunakan elemen desain ikon dan simbol sebagai upaya mempermudah target audiens dalam menerima informasi dalam bentuk tulisan.

INSTITUT SENI INDONESIA PADANGPANJANG

Gambar 4.
Infografis Sejarah Wisata Bali
(Sumber: https://tirto.id/sejarah-modal-di-balik-kemolekan-pariwisata-bali-cAdE/)

3. Infografis objek wisata Padang Panjang

Karya infografis objek wisata Padang Panjang dipilih sebagai karya pembanding untuk perancangan media informasi objek wisata *Gunongan* Aceh, penggunaan elemen desain pada karya pembanding ini diterapkan pada inforgrafis wisata *Gunongan* Aceh. Penyusunan layout, penggunaan ikon dan ilustrasi pada karya pembanding ini sesuai dengan rencana perancangan infografis wisata *Gunongan* Aceh sehingga infografis wisata Padang panjang sangat cocok dijadikan sebagai karya pembanding untuk perancangan mendatang.



Gambar 5.
Infografis Wisata Padang Panjang
(Sumber: Muhammad Ghifari)

E. Landasan Teori

1. Media Informasi

Media bentuk jamak dari kata medium, berasal dari bahasa Latin yang secara harfiah memiliki arti perantara atau pengantar. Media merupakan perantara atau pengantar pesan dari pengirim ke penerima pesan. Media adalah saluran komunikasi termasuk film, televisi,

diagram, materi tercetak, komputer, dan instruktur. Secara umum, media menunjukkan sebagai alat atau sarana komunikasi seperti televisi, radio, dan surat kabar. Istilah media juga digunakan sebagai suatu agen laporan berita atau pemberitaan. Di dalam dunia komputer, istilah media digunakan sebagai wadah (*collective noun*) yang berfungsi sebagai penyimpan data (Agus, 2012: 16).

Maka dapat dikatakan yang dimaksud dengan media segala bentuk atau alat yang dapat digunakan untuk menyalurkan, dan penyimpan pesan atau informasi dari pengirim ke penerima. Bentuk atau saluran tersebut dapat berbentuk tercetak, maupun noncetak. Media merupakan wadah yang digunakan untuk menyimpan pesan atau informasi.

Informasi secara umum dapat diartikan sebagai suatu pesan, ide, gagasan, yang disampaikan seseorang. Sedangkan dalam ilmu komunikasi, pesan yang ingin disampaikan oleh seorang pengirim dipandang sebagai suatu informasi. Informasi ini dapat berupa numerik atau berupa angka-angka, audio, teks, dan citra atau gambar.

Penyampaian informasi tersebut sebenarnya dapat dilakukan secara langsung dengan lisan. Namun, penyampaian pesan tersebut dapat dilakukan dengan menggunakan suatu media dan saluran tertentu. Saluran atau media ini, selain dapat dipahami sebagai alat penyampai informasi, dapat juga digunakan sebagai alat penyimpan informasi.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia dalam Jaringan/Online (KBBI Daring), media dapat diartikan sebagai alat, Perantara, penghubung, dan komunikasi seperti koran, majalah, radio, televisi, film, poster dan spanduk. Media informasi terus berkembang dan sangat diperlukan setiap saat karena melalui media informasi manusia dapat mengetahui informasi yang sedang berkembang, selain itu manusia juga dapat saling berinteraksi satu sama lain. Melalui media informasi juga sebuah pesan dapat tersampaikan dengan baik jika media yang dibuat tepat kepada sasaran dan informasi yang disampaikan bermanfaat bagi pembuat dan target. Media informasi pada masa ini, dikarenakan melalui media informasi

manusia dapat mengetahui informasi dan dapat bertukar pikiran serta berinteraksi satu sama lainnya.

Pengertian media informasi sebagai alat untuk mengumpulkan dan menyusun kembali sebuah informasi sehingga menjadi bahan yang bermanfaat bagi penerima informasi (Setyowati, 2015: 34) menyatakan bahwa ada beberapa prinsip umum yang perlu diperhatikan dalam prinsip penggunaan dan pemanfaatan media informasi, sebagai berikut:

a. Media non cetak

Media non cetak adalah media yang menggunakan teknologi sebagai alat bantu yang digunakan untuk membantu penyebaran informasi yang dituangkan dalam teknologi non cetak.

1) Radio

Alat yang menggunakan *spectrum* frekuensi radio untuk tujuan pertukaran pesan nonkomersial, eksperimen nirkabel, pelatihan mandiri, rekreasi pribadi, radiosport, dan komunikasi darurat.

Gambar 6.
Radio
(Sumber: https://www.istockphoto.com/id/foto/penerima-radio-transistor-di-atas-meja-kayu-di-interior-rumah-3d-gm1139509180-304594287)

INSTITUT SENI INDONESIA PADANGPANJANG

2) Televisi

Televisi merupakan salah satu media siaran selain radio yang digunakan untuk mentransmisikan gambar bergerak dalam bentuk hitam putih atau monokrom atau berwarna, dan dalam dua atau tiga dimensi serta suara.

Gambar 7.
Televisi
(Sumber: https://www.currys.ie/ieen/tv-and-home-/televisions/televisions/lg-28tn515s-28-smart-hd-ready-led-tv-10209818-pdt.html)

3) Internet

Era digital dalam sejarah perkembangan teknologi komunikasi ditandai dengan kehadiran media baru yaitu internet. Sementara di era globalisasi seperti sekarang, internet telah menjadi sumber utama informasi dari berbagai belahan dunia. Pemanfaatan media internet biasanya digunakan menggunakan *website, media social, e-mail* dan banyak lagi.

Gambar 8.
Telekomunikasi
(Sumber: https://phintraco.com/tren-tantangan-menghadapi-internet /)

b. Media cetak

Media cetak merupakan segala barang cetak yang dipergunakan sebagai sarana penyampaian pesan, media cetak merupakan media tertua yang ada dimuka bumi dan berkembang pesat setelah Johanes Guttenberg menemukan mesin cetak hingga kini sudah beragam bentuknya seperti:

1) Surat

Sarana komunikasi untuk menyampaikan informasi tertulis oleh suatu pihak kepada pihak lain dengan tujuan memberitahukan maksud pesan dari si pengirim. Fungsinya mencakup lima hal: sarana pemberitahuan, permintaan, buah pikiran, dan gagasan; alat bukti tertulis; alat pengingat; bukti historis; dan pedoman kerja.

Gambar 9.
Amplop Surat
(Sumber: https://www.pngegg.com/id/png-wslmv)

2) Majalah

INSTITUT SENI INDONESIA PADANGPANJANG

Publikasi berkala yang dicetak atau dipublikasikan secara elektronik atau daring. Majalah umumnya berisi artikel dan ilustrasi, biasanya mencakup topik atau bidang minat tertentu seperti kesehatan, olahraga, perempuan, pria, anak-anak, teknologi, dan lain-lain.

Gambar 10.
Majalah
(Sumber: https://gatramediagroup.gatra.com/produk/majalah-gatra-review)

3) Brosur

Buku yang diterbitkan secara tidak berkala yang dapat terdiri dari satu hingga sejumlah kecil halaman, tidak terkait dengan terbitan lain, dan selesai dalam sekali terbit.

4) Telegraf

Berita yang dikirim dengan menggunakan telegraf atau disebut juga dengan kabar kawat. Telegraf merupakan pesan tertulis yang dikirimkan dengan menggunakan telegraf dan dimana teks ditulis atau dicetak dan dikirimkan dengan tangan atau teleprinter.

Gambar 11.
Telegraf
(Sumber:https://id.pinterest.com)

5) Spanduk

Kain rentang yang berisi slogan, propaganda, atau berita yang perlu diketahui umum. Spanduk biasanya diperuntukkan sebagai media publikasi dan promosi suatu produk, lembaga, berbagai macam kegiatan, dan lain-lain.

Gambar 12.
Spanduk
(Sumber: http://siwangi.web.id/berita/detail/pesona-wisata-kabupaten-maluku tengah)

2. Infografis

Grafis informasi atau infografis adalah representasi visual yang grafis informasi atau data untuk menyajikan informasi yang kompleks dengan cepat. Infografis berasal dari kata *Infographics* dalam Bahasa Inggris yang merupakan singkatan dari *Information* dan

INSTITUT SENI INDONESIA PADANGPANJANG

Graphics adalah bentuk visualisasi data yang menyampaikan informasi kompleks kepada pembaca agar dapat dipahami dengan lebih mudah dan cepat (Febrianto, 2014:194-195).

Grafik informasi atau lebih dikenal dengan istilah infografis adalah salah satu bidang yang berkembang pesat dalam media massa setelah desainer dapat mengkombinasikan antara informasi dari ranah berita ke piranti lunak komputer yang mutakhir untuk menjelaskan cerita yang tidak dapat diceritakan oleh teks dan foto. Pada infografis terdapat beberapa elemen penting sebagai unsur utama sebagai berikut:

1. Flow dan Style

   Membuat infografis juga memperhatikan flow informasi yang ingin Anda sampaikan kepada pembaca. Pada umumnya, infografis memiliki flow dari atas ke bawah atau dari kiri ke samping dengan format vertikal. Sebuah infografis harus memiliki tampilan visual yang mampu menarik pembaca untuk melihatnya. Oleh sebab itu, gunakan palet warna dan tetap konsisten pada format style yang Anda pilih. Untuk info yang paling penting, letakkan pada bagian atas sendiri dan semakin ke bawah adalah info tambahan saja. Jadi, konsepnya mirip seperti piramid. Dan satu lagi yang penting, buat agar orang bisa paham infografis Anda hanya dengan sekali melihat.

2. Data Story

   Meskipun pada umumnya infografis menyajikan data berupa grafis atau angka-angka yang menunjukkan nilai statistik tertentu, Anda tidak boleh lupa mencantumkan sedikit narasi atau cerita dari data tersebut sebagai prolognya. Tidak mungkin hanya tiba-tiba menyertakan grafis data setelah judul, bukan? Agar lebih mudah dimengerti, sertakan beberapa kata atau kalimat yang mendukung data Anda.

Jangan terlalu panjang karena justru bisa membuat orang malas membacanya. Sesuaikan juga dengan judul dan tema yang Anda pilih.

3. Kemas dalam Bentuk Hirarki

Info yang disajikan dalam bentuk hirarki atau bercabang-cabang layaknya pohon membuatnya mudah dipahami. Pada beberapa poin tertentu, Anda juga bisa mencantumkan warna yang berbeda untuk menunjukkan penekanan. Selain warna, Anda juga bisa bermain dengan spasi, font style, angka, dan ukuran huruf. Ini bertujuan untuk menarik perhatian pembaca. Anda juga bisa menambahkan beberapa efek seperti bold, italic, dan menggunakan huruf kapital asal tidak terlalu berlebihan dan tetap memperhatikan estetika.

4. Jarak Spasi

Dalam membuat infografis, Anda dituntut untuk bisa menyajikan info secara menyeluruh dengan ruang kerja yang minim. Meskipun begitu, perlu diingat bahwa Anda sebaiknya tidak menyertakan terlalu banyak teks untuk penyajian informasi tersebut karena bisa membuat pembaca jenuh. Selain itu, terlalu banyak teks juga berpotensi membuat info tersebut terlewat terbaca oleh orang yang melihatnya. Selalu sisakan ruang kosong atau spasi. Spasi ini berguna untuk menyeimbangkan teks, gambar dengan ukuran besar, dan desain itu sendiri. Spasi ibarat poin jeda untuk pembaca sebelum mereka beralih dari satu elemen ke elemen lainnya dalam mencerna info yang ada.

Perkembangan infografis yang luar biasa ini adalah sederhana, karena infografis seringkali dapat menjelaskan cerita yang terlalu membosankan jika dijelaskan melalui kata-

kata dan tidak lengkap jika dijelaskan melalui foto saja. Penggunaan infografis dapat diaplikasikan dalam presentasi, laporan tahunan, konten penelitian, *blog*, dan *newsletter*. Hal ini membuat orang tertarik karena ia memberi tahu mereka cerita menggunakan elemen visual yang menjaga kepentingan mereka menyediakan mereka dengan informasi yang dapat diserap dalam sekejap. Sebagai konsumen kita ingin angka dan statistik untuk mendukung informasi yang dibaca, tapi konsumen ingin pula angka dan statistik tersebut menjadi visual menarik dan tidak selalu berbasis teks. Sebuah infografis memberikan kemudahan bagi pembaca. Sebagian besar orang adalah pelajar visual, sehingga infografis menguntungkan terhadap pengguna dan manfaat jangka panjang bisnis.

Berdasarkan itu, perlu dipahami *Infographic* merupakan teknik menyajikan informasi secara visual/grafis, sehingga mudah dipahami oleh pembaca. Banyak orang salah mengartikan dengan menyebut kata infografik karena infografis sering terlihat ada grafik (*chart*) apapun itu grafik batang/*pie chart*. Padahal *infographic* masih sangat luas daripada hanya sekedar *chart*. Kemungkinan lainnya adalah orang menyebutkan kata *infographic* (dalam Bahasa Inggris) secara lisan, lalu terdengar sebagai Infografik dalam Bahasa Indonesia.

Kata *graphic* dalam *Infographic* berarti visual, gambar, yang jika diterjemahkan dalam Bahasa Indonesia adalah grafis, bukan grafik. Sama seperti penulisan yang benar adalah desain grafis, bukan desain grafik. Metode estetika yang digunakan untuk mengkaji nilai estetis sebuah infografis dari ragam hias, tema, pola, pengolahan data, komposisi, ilustrasi. Ikonografi juga merupakan persoalan ikon yang memperkatakan mengenai objek dan makna. sebuah infografis dalam data teks yang sudah ada diilustrasikan bentuk simbol yang mempunyai makna. Representasi visual (ilustrasi/fotografi) mempunyai kekuatan menarik atensi secara langsung dan memiliki peran persuasi visual yang besar dalam tampilan suatu infografis.

Gambar 13.
Infografis wisata Jakarta
(Sumber: https://www.nawasis.org/portal/galeri/read/infografis-sampah-jakarta/51059,)

3. Ilustrasi

Ilustrasi berasal dari kata latin *illustrare* yang berarti menerangi atau memurnikan. Ilustrasi mempunyai arti memperjelas atau memberi kejelasan melalui contoh, analogi atau perbandingan, mendekorasi. Menurut museum ilustrasi nasional di Rhode Island, USA, ilustrasi adalah penggabungan ekspresi personal dengan representasi visual untuk menyampaikan sebuah ide atau gagasan.

Ilustrasi adalah sebuah citra yang dibentuk untuk memperjelas sebuah informasi dengan memberi representasi secara visual. Esensi dari ilustrasi adalah pemikiran, ide dan konsep yang melandasi apa yang ingin dikomunikasikan gambar. Menghidupkan atau memberi bentuk visual dari sebuah tulisan adalah peran dari ilustrator. Mengombinasikan pemikiran analitik dan *skill* kemampuan praktis untuk membuat sebuah bentuk visual yang mempunyai pesan. (Joneta, 2012: 660).

Jejak awal ilustrasi dapat terlihat dari catatan visual di gua, manuskrip abad pertengahan sampai buku-buku dan koran diabad ke 15-18 M dengan menggunakan teknik cukil kayu,

cetak tinggi, etsa dan litografi. Ilustrasi mengalami masa keemasan saat masa revolusi industri sekitar tahun 1890-1920, dimana penemuan mesin cetak membuat media cetak menjadi media komunikasi utama saat itu. Tahun 1920-1950 dunia ilustrasi mengalami kemunduran dengan berkembangnya teknologi fotografi. Sementara pada akhir tahun 1990 menuju tahun 2000 dunia ilustrasi kembali menjadi populer di dunia desain dan seni rupa. Ilustrator menemukan peran baru di dunia new media dan animasi. Ilustrator independen yang memiliki ciri khas menjadi seperti selebriti di dunia seni rupa dan desain. Banyak ilustrator tersebut bekerjasama dengan industri menghasilkan produk-produk yang eksklusif. (Joneta, 2012: 661).

Berikut merupakan jenis-jenis ilustrasi:

1. Gambar Ilustrasi Naturalis

   Gambar ilustrasi naturalis merupakan gambar ilustrasi yang mempunyai bentuk dan warna yang sama dengan wujud nyata yang ada pada alam tanpa terdapat pengurangan ataupun penambahan.

2. Gambar Ilustrasi Dekoratif

   Gambar ilustrasi dekoratif merupakan gambar yang fungsinya untuk menghiasi sesuatu dengan bentuk yang disederhanakan atau dilebihkan dengan gaya tertentu.

4. Layout

Layout adalah penyusunan dari elemen-elemen desain yang berhubungan ke dalam sebuah bidang sehingga membentuk susunan artistik. Hal ini bisa juga disebut manajemen bentuk dan bidang (Anggraini.S, 2014: 74). Secara umum *layout* dapat dikatakan sebuah tata letak ruang atau bidang. *layout* menjadi salah satu hal yang utama didalam sebuah desain. Sedangkan dari tatanan elemen yang di pakai menghasilkan sebuah presepsi dan pandangan terhadap makna yang akan disampaikan.

INSTITUT SENI INDONESIA PADANGPANJANG

Selain dari segi tatanan elemen *layout* juga menjadi daya tarik karena memperhatikan tampilan secara estetik dalam kepantasan desain yang diciptakan. Penerapannya terdapat beberapa aturan yang harus dilengkapi sehingga *layout* yang disusun memenuhi standar minimum didunia industri desain. Terdapat 4 (empat) prinsip yang harus dipenuhi di dalam perancangan *layout* sehingga komposisi setiap elemen sesuai dengan aturan yang berlaku.

Sequance yaitu urutan perhatian dalam *layout* atau aliran pandangan mata ketika melihat *layout*. Susunan *layout* harus mampu diatur sesuai prioritas sehingga keterbacaan benar-benar sampai pada *audiens*. *Emphasis* yaitu penekanan terhadap bagian-bagian tertentu *layout* bertujuan agar pembaca lebih terarah pada bagian-bagian informasi terpenting. Keseimbangan *(balance)* merupakan teknik mengatur keseimbangan terhadap elemen *layout*. *Unity* yaitu menciptakan kesatuan pada desain keseluruhan. Semua elemen yang dihadirkan dalam desain harus berkaitan dan saling menjelaskan satu dengan yang lainnya.

5. Warna

Warna merupakan cahaya yang dipantulkan oleh elektronik magnetik sehingga terjadinya biasan cahaya (Rustan, 2019: 14). Maksudnya sebuah cahaya yang dipantulkan karena adanya pertemuan beberapa unsur sehingga menghasilkan cahaya yang berbeda. Terdapat fungsi yang mendasar warna dalam kehidupan yaitu untuk menandakan sesuatu hal sehingga dapat dipahami fungsi, maksud dan peruntukan objek tersebut.

Terdapat fisiologi dan psikologi warna. Fisiologi warna mempelajari interaksi warna dengan tubuh fisik manusia/makhluk hidup. Sedangkan psikologi mempelajari interaksi warna dengan presepsi, emosi, *mood*/suasana hati, dan prilaku (Rustan. 2019:40).

Secara visual, warna memiliki kekuatan yang mampu memengaruhi citra orang yang melihatnya. Masing-masing warna mampu memberikan respon secara psikologis. *Molly E.*

Holzschlag, seorang pakar warna, dalam tulisannya "*Creating Color Scheme*" membuat daftar mengenai kemampuan masing-masing warna ketika memberikan respons secara psikologis kepada pemirsanya sebagai berikut:

a. Merah : kekuatan, bertenaga, kehangatan, nafsu, cinta , agresifitas, bahaya.
b. Biru : kepercayaan, konservatif, keamanan, teknologi, Kebersihan, perintah.
c. Hijau : alami, kesehatan, pandangan yang enak, kecemburuan dan pembaruan.
d. Kuning : Optimis, harapan, filosofi, ketidakjujuran atau kecurangan, pengecut, pengkhianatan.
e. Ungu : Spiritual, misteri, keagungan, perubahan bentuk, galak, arogan.
f. Orange : energi, keseimbangan, kehangatan.
g. Coklat : bumi, dapat dipercaya, nyaman, bertahan.
h. Abu-abu : intelek, faturistik, modis, kesenduan, merusak
i. Putih : kemurnian atau suci, bersih, kecermatan, *innocent* (tanpa dosa), steril, kematian
j. Hitam : kekuatan, seksualitas, kemewahan, kematian, misteri, ketakutan, ketidakbahagiaan, keanggunan.

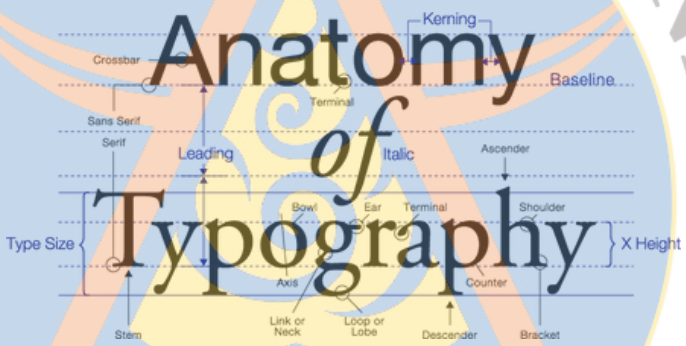
Meskipun psikologi warna berperan dan menentukan bagaimana seseorang melihat, perlu diingat bahwa tidak ada warna yang salah untuk dipergunakan. Keberhasilan skema warna tergantung pada harmoni yang ada di antara warna yang dipilih.

Media Informasi dirancang menggunakan warna berdasarkan respon psikologis yang ditimbulkan. Warna tersebut dalam bentuk warna lembut yaitu warna pastel agar

nyaman untuk dibaca dan dapat menarik perhatian pembacanya melalui ilustrasi yang menarik.

6. Tipografi

Tipografi adalah bidang keilmuan yang membahas dan mengupas seluk beluk huruf. Studi tipografi sangat penting untuk perancangan ini karena efektif tidaknya sebuah rancangan, tergantung pada tipografi yang ada didalamnya. Pemilihan jenis huruf yang tepat akan memudahkan masyarakat memperoleh dan menangkap informasi yang disampaikan. Juga dapat memudahkan masyarakat mengidentifikasi maksud dari maskot yang di rancang. Sedangkan hal ini tentu mendapatkan hasil efektif dari huruf, maka harus dipertimbangkan tingkat keterbacaannya (legibility).



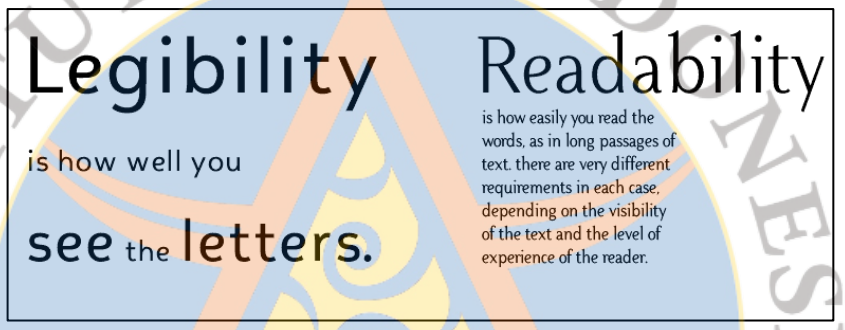
Gambar 14.
Anatomi Huruf
(Sumber: https://wvdsgn.wordpress.com/2018/02/12/1131/)

Legibility merupakan kualitas huruf atau naskah dalam tingkat kemudahannya untuk dibaca. Tingkat keterbacaan ini tergantung pada tampilan bentuk fisik huruf itu sendiri, ukuran, serta penataannya dalam suatu naskah (Sihombing, 2003: 58).

Teori yang dikutip dari buku Mendesain Logo juga dikatakan *Legibility* berhubungan dengan kemudahan mengenali dan membedakan huruf/karakter. *Readibility* berhubungan dengan tingkat keterbacaan suatu teks. Teks yang *readable* berarti keseluruhan mudah dibaca. (Surianto Rustan, 2011: 74-75).

Sementara desain komunikasi visual tipografi dikatakan sebagai '*visual language*', yang berarti bahasa yang dapat dilihat. Tipografi merupakan sarana untuk

menterjemahkan kata-kata yang terucap ke halaman yang dapat dibaca. Peran tipografi untuk mengkomunikasikan ide atau informasi dari halaman tersebut ke pengamat. Secara tidak sadar manusia selalu berhubungan dengan tipografi setiap hari dan setiap saat seperti merek dagang, komputer yang digunakan, koran atau majalah yang dibaca, label pakaian yang dikenakan, dan masih banyak lagi. Hal-hal yang berhubungan dengan desain komunikasi visual mempunyai unsur tipografi didalamnya. Sementara kurangnya perhatian pada tipografi dapat mempengaruhi desain yang indah menjadi tidak komunikatif.



Gambar 15.
Legibility dan *Readibility*
(Sumber: https://chunaik.medium.com/typography-legibility-readability-25a22dcf525c,)

Membuat desain yang indah dan berkomunikasi, tipografi tidak dapat dipisahkan dari elemen desain. Membuat perencanaan suatu karya desain, keberadaan elemen tipografi selalu diperhitungkan, hal ini dapat mempengaruhi susunan hirarki dan keseimbangan karya desain tersebut. Pengertian tipografi yang sebenarnya adalah ilmu yang mempelajari bentuk huruf dimana huruf, angka, tanda baca, dan sebagainya tidak hanya dilihat sebagai simbol dari suara tetapi dilihat sebagai suatu bentuk desain. Huruf ‘O’, contohnya, tidak hanya terbaca sebagai huruf ‘O’, tetapi juga terbaca sebagai bentuk lingkaran yang mempengaruhi bidang suatu karya desain. Dimana dan bagaimana seorang desainer meletakan huruf ‘O’ tersebut dapat mempengaruhi legibilitas dan keseimbangan karya desain tersebut. Tipografi merupakan representasi visual dari sebuah bentuk

komunikasi adalah sifat verbal dan properti visual dan efektif. (Danton Sihombing, 2001: 58).

7. Semiotika

Alex Sobur mendefinisikan semiotika sebagai suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Tanda adalah perangkat yang dipakai dalam upaya berusaha mencari jalan di dunia ini, di tengah-tengah manusia dan bersama-sama manusia. Semiotika Barthes dalam (Sobur, 2003: 156) semiologi pada dasarnya hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan *(humanity)* memaknai hal-hal *(things)*. Memaknai *(to signify)* dalam hal ini tidak dapat dicampuradukkan dengan mengkomunikasikan *(to communicate)*. Memaknai berarti bahwa objek-objek tidak hanya membawa informasi, tetapi juga mengkonstitusi sistem terstruktur dari tanda. Simbol yang diartikan Pierce sebagai tanda yang mengacu pada objek itu sendiri, melibatkan tiga unsur mendasar dalam teori segi tiga makna: simbol itu sendiri, satu rujukan atau lebih dan hubungan antara simbol dengan rujukan.

Hubungan antara simbol sebagai penanda dengan sesuatu yang ditandakan (petanda) sifatnya konfensional. Berdasarkan konvesi tersebut, (Sobur, 2003: 156) memaparkan, masyarakat pemakainya menafsirkan ciri hubungan antara simbol dengan objek yang diacu dan menafsirkan maknanya. Walaupun simbol/lambang merupakan salah satu kategori tanda (*sign*). Pierce menyatakan bahwa tanda (*signs*) terdiri atas ikon, indeks dan simbol, akan tetapi simbol dan tanda adalah dua hal yang berbeda. Perbedaan itu terletak pada pemaknaan keduanya terhadap objek-objek yang ada di sekelilingnya. Tanda berkaitan langsung dengan objek dan tanda dapat berupa benda-benda serta tanda-tanda yang merupakan keadaan. Sedangkan simbol, seperti yang dikutip (Sobur, 2003: 160-62), memerlukan proses pemaknaan yang lebih intensif setelah menghubungkan simbol dengan objek, simbol pun lebih sustensif dari pada tanda. Sedangkan Saussur berpendapat, simbol merupakan diagram yang mampu menampilkan gambaran suatu objek meskipun objek itu

tidak dihadirkan. Sebuah simbol, dalam perspektif Saussuren, adalah jenis tanda di mana hubungan antara penanda dan petanda seakan-akan bersifat arbitrer. Konsekuensinya, hubungan antara kesejarahan mempengaruhi pemahaman pelaku komunikasi, yaitu individu/masyarakat (Sobur, 2003: 158-62).

Tanda merupakan unsur dasar dalam semiotika dan komunikasi adalah segala sesuatu yang mengadung makna. Keberadaannya mempunyai dua unsur penanda (bentuk) dan petanda (makna). Sebagian besar yang dimanfaatkan dalam karya desain komunikasi visual adalah tanda (bentuk) yang merujuk dari teori ikon, index, dan simbol yang diuraikan dalam buku teori komunikasi visual oleh Sumbo Tinarbuko.

Menurut Pierce, tanda (*representament*) ialah suatu yang dapat mewakili suatu yang lain dalam batas-batas tertentu. Tanda akan selalu mengacu kepada sesuatu yang lain, oleh Pierce disebut objek (denotatum). Mengacu berarti mewakili atau menggantikan tanda melalui interpretant. Menurut teori pierce, tanda-tanda dalam gambar dapat digolongkan kedalam ikon, indeks, dan simbol.

8. *Gunongan* Aceh

Gunongan merupakan salah satu peninggalan kejayaan Kerajaan Aceh, setelah kraton (dalam) tidak terselamatkan karena Belanda menyerbu Aceh. *Gunongan* dibangun pada masa pemerintahan Sultan Iskandar Muda yang memerintah tahun 1607-1636. Sultan Iskandar Muda berhasil menaklukkan Kerajaan Johor dan Kerajaan Pahang di Semenanjung Malaka. Putri boyongan dari Pahang yang sangat cantik parasnya dan halus budi bahasan yang membuat Sultan Iskandar Muda jatuh cinta dan menjadikannya sebagai permaisuri.

Gambar 16.
Objek *Gunongan* Aceh
(Sumber: Reid. Sumatera Tempoe Doeloe.2014)

Demi cintanya yang sangat besar, Sultan Iskandar Muda bersedia memenuhi permintaan permaisurinya untuk membangun sebuah taman sari yang sangat indah, lengkap dengan *Gunongan* sebagai tempat untuk menghibur diri agar kerinduan sang permaisuri pada suasana pegunungan ditempat asalnya terpenuhi. Selain sebagai tempat bercengkrama, *Gunongan* juga digunakan sebagai tempat berganti pakaian permaisuri setelah mandi di sungai Isyiki yang mengalir di tengah-tengah istana.

Peninggalan *Gunongan* ini menjadi salah satu bukti sejarah Kerajaan Aceh dan menyimpan berbagai kisah sejarah seputar putri pahang, oleh sebab itu sepantasnya *Gunongan* ini dilestarikan dan dipugar menjadi tempat wisata bagi masyarakat Aceh maupun luar Aceh, supaya keturunan Aceh selanjutnya dapat mengetahui sejarah *Gunongan* dan melihat secara nyata

Berikut ini adalah identitas resmi dari Taman Sari *Gunongan* sebagai cagar budaya yang dilindungi oleh negara :

1. Nama Resmi : Taman Sari *Gunongan*

2.	Nama Asli	:	Taman Ghairah (saat masih utuh di era Kesultanan Aceh)
3.	Alamat	:	Kecamatan Baiturrahman, Jalan Teuku Umar Nomor 1
4.	Kelurahan	:	Sukaramai
5.	Kecamatan	:	Baiturrahman
6.	Kota	:	Banda Aceh
7.	Provinsi	:	Daerah Istimewa Aceh
8.	Koordinat		46N 756534 613471
9.	Luas	:	Bangunan 400 m2 (*Gunongan* : 128m2, Kandang Baginda : 92m2
10.	Lahan	:	12.487 m2

F. Metode Penciptaan

1. Metode Pengumpulan data

Perancangan media informasi *Gunongan* Aceh memilih beberapa metode pengumpulan data. Metode yang digunakan ini bertujuan untuk memperkuat argumen dan referensi dalam membuat karya (Deddy, 2010: 95-97), metode yang dipilih sebagai berikut:

a) Observasi

Metode observasi suatu cara pengumpulan data dengan mengadakan pengamatan langsung ke lokasi wisata *Gunongan* Aceh dalam satu waktu tertentu dan

INSTITUT SENI INDONESIA PADANGPANJANG

mengadakan pencatatan secara sistematis tentang hal-hal tertentu yang diamati. Observasi juga dilakukan secara online pada beberapa situs web yang berkenaan dengan objek wisata *Gunongan* Aceh, dengan demikian data yang dikumpulkan menjadi lebih akurat.

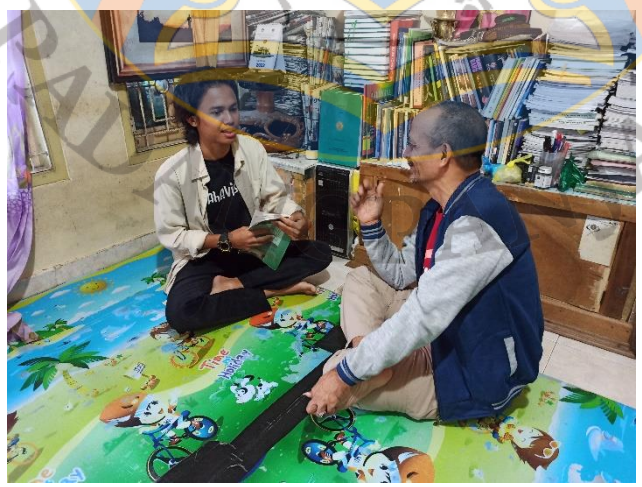
b) Wawancara

Wawancara dimaksudkan untuk mendapatkan informasi mengenai permasalahan yang di angkat. wawancara dilakukan oleh penulis kepada narsumber secara langsung. Hasil wawancara Bersama Rizal Dhani dari bagian pemanfaatan, kantor BPCB (Balai Pelestarian Cagar Budaya Aceh) mengatakan "*Gunongan* belum memiliki sebuah media informasi dalam bentuk desain komunikasi visual, kami baru memulai dari pembuatan film taman sari *Gunongan* dan beberapa album cagar budaya, namun untuk media informasi dalam bentuk desain grafis memang belum ada. Kami berharap memang ada sebuah media informasi yang terfokus pada *Gunongan* Aceh salah satunya seperti majalah online yang bisa diakses melalui *barcode*, karena dari pihak kami tentu hanya membahas keseluruhan dari objek wisata taman Putroe Phang. karena rata-rata pengunjung memang belum mengetahui sejarah *Gunongan*, berbentuk sebuah." (Wawancara: 22 Februari 2022, pukul 10.00 WIB).

Gambar 17.
Wawancara
(Sumber: Muhammad Furqan alfarizi, 2022)

Wawancara juga dilakukan kepada salah satu pengurus *Gunongan* yaitu ibu Dahlia beliau berpendapat “saya berpendapat sangat bagus jika ada penggarapan media informasi *Gunongan* dalam bentuk media info grafis. Tidak hanya dalam bentuk film pendek, mungkin dengan media infografis ini informasi dapat disajikan dalam bentuk teks, serta dipadukan dengan beberapa elemen visual seperti gambar, poster, ilustrasi, grafik dll, tentu lebih menarik. Masyarakat akan memperoleh informasi secara singkat dan jelas dapat melalui satu poster atau satu gambar saja”. (Wawancara: Dahlia, 15 Maret 2022, pukul 09.00 WIB).

Bersama budayawan Aceh Sulaiman Juned mempertegas *Gunongan* merupakan bukti cinta yang diciptakan khusus untuk Putroe Phang dan merupakan peninggalan kerajan Aceh Darussalam yang sepantasnya dilestarikan. Mengingat *Gunongan* digunakan sebagai tempat pergelaran kesenian Aceh, sehingga akan sangat menarik jika ada kerja akademis yang mampu menggarap sebuah media informasi yang menarik untuk dibaca dan mudah untuk disebarluaskan”. (Wawancara: Sulaiman Juned, 20 April 2022 pukul 20.00 WIB).



Gambar 17.
Wawancara
(Sumber: Soerya, 2022)

c) Studi Pustaka

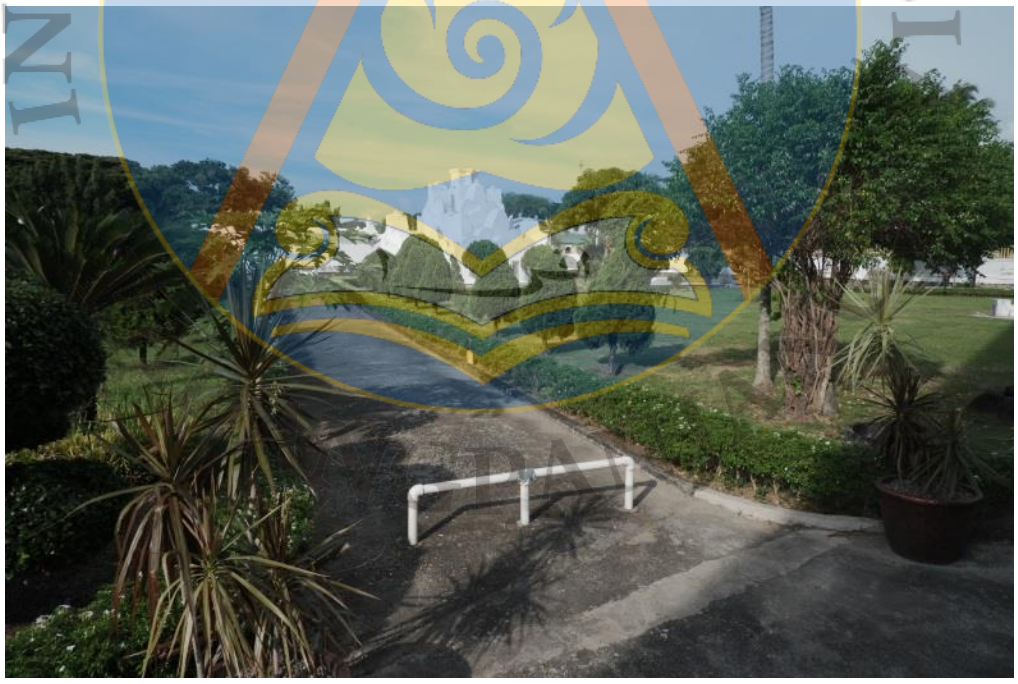
Metode pengumpulan data dengan mengambil dari berbagai media. Media ini meliputi buku, majalah, jurnal, artikel, surat kabar dan internet. Dokumen-dokumen dari berbagai media akan mendapat berbagai data yang diperlukan, tentunya media-media tersebut dapat dipertanggung jawabkan atas kebenaran datanya.

Sedangkan dalam penggarapan ini, melalui studi Pustaka sebagai referensi penggarapan dan pengumpulan data dalam perancangan media informasi *Gunongan* Aceh. Atas dasar tersebut perlu disiasati dengan cara menggabungkan berbagai referensi, baik yang berasal dari buku media cetak maupun media *online.*

Data mengenai *Gunongan* Aceh juga didapatkan pada lima jurnal yaitu: jurnal "Situs Cagar Budaya Taman Sari *Gunongan* di Banda Aceh Tahun 1990-2000" yang terfokus pada penetapan *Gunongan* sebagai situs cagar budaya di Banda Aceh. Kemudian jurnal kedua dengan judul "*The Gunongan in* Banda Aceh, Indonesia: *Agni's Fire in Allah's Paradise*" dengan fokus utama keindahan arsitektur dari bangunan *Gunongan.* Jurnal ketiga yang diperoleh yaitu "Pencitraan Masyarakat Terhadap Bangunan dan Kota Peninggalan Sejarah" pada jurnal ini mengulas tentang bagaimana citra dan sejarah *Gunongan* dimata masyarakat dan jurnal terakhir yaitu "Peran Dinas Pariwisata Terhadap Wisata Sejarah *Gunongan* di Kota Banda Aceh" dengan fokus terhadap pengelolaan dan pelestarian *Gunongan* Aceh.

d) Dokumentasi

Gambar 18.
Gunongan Aceh
(Sumber: Mursidiq)



Gambar 19.
Gunongan Aceh
(Sumber: M. Furqan Alfarizi, 2022)

Gambar 20.
Gunongan Aceh
(Sumber: M. Furqan Alfarizi)

Gambar 21.
Gunongan Aceh
(Sumber: M. Furqan Alfarizi)

2. Metode Analisis Data

Perancangan media informasi wisata *Gunongan* Aceh terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi minat dan strategi perancangan. Perlunya analisis untuk meningkatkan perancangan. Perancangan media informasi memilih faktor-faktor yang mempengaruhi minat dan strategi perancangan. Atas dasar itu, di perlukan analisis untuk meningkatkan perancangan.

a. Segmentasi Target *Audience*

Segmentasi merupakan pengelompokan masyarakat berdasar kriteria tertentu. Segmentasi ini merupakan bentuk keseluruhan dari target segmen, dari segmentasi inilah muncul target segmen sebagai berikut:

1) Demografis

Jenis kelamin	:	Laki-laki dan Perempuan
Umur	:	Remaja 15 tahun $^{s}/_{d}$ Dewasa 30 Tahun dan *Secondary* target audiens yaitu orang tua umur 40 – 60 tahun
Tingkat Pendidikan	:	Tamatan Sekolah Dasar
Pekerjaan	:	Untuk semua kalangan pekerjaan

2) Psikologis

1) Suka mencari pengalaman baru.
2) Menyukai *traveling* dengan hal yang berbau sejarah

3) Termasuk kategori orang yang aktif

3) Geografis

Wisatawan dan masyarakat yang berasal dari daerah Aceh terutama Banda Aceh dan Aceh Besar

b. Analisis Objek

Perancangan yang dilakukan berdasarkan pertimbangan objek yang dilakukan oleh penulis:

1) Analisis SWOT

a) Kekuatan *(Strength)*

1. Memiliki letak strategis dipusat Kota Banda Aceh
2. Memiliki bentuk bangunan yang unik dan indah
3. Menjadi salah satu tempat pilihan untuk melakukan kegiatan sejarah atau event yang berbau sejarah

b) Kelemahan *(Weaknesses)*

1. Tidak adanya media informasi yang menerapkan keilmuan desain komunikasi visual yang diletakkan disekitar objek wisata *Gunongan*

c) Peluang *(Opportunity)*

1. Media informasi, sangat berpengaruh terhadap *Gunongan*, dikarenakan kemudahan dalam membuat media promosi serta lebih mudah mencermikan karakteristik *Gunongan*.
2. Mampu menjadi objek wisata sejarah yang lebih dikenal filosofinya

d) Ancaman *(Threats)*

INSTITUT SENI INDONESIA PADANGPANJANG

1. Rendahnya wawasan masyarakat mengenai makna sebenarnya dari *Gunongan* sehingga membuat *Gunongan* mulai dilupakan.

3. Analisis 5W 1H

Teknik analisis data berhubungan erat dengan metode pengumpulan data. Setelah menemukan dan mengumpulkan data dari observasi dan dokumentasi selanjutnya dilakukan teknik analisis untuk memperkuat sebuah rancangan menurut data yang dikumpulkan. Data yang pengkarya peroleh metode analisis yang sesuai digunakan dalam perancangan media informasi wisata *Gunongan* Aceh ini adalah 5W+1H:

a. What

Gunongan merupakan suatu bangunan peninggalan pada tahun (1607-1636 M) yang dibuat oleh kerajaan Aceh Darussalam yang dipimpin oleh Sultan Iskandar muda, *Gunongan* dihubungkan atas simbol kecintaan Sultan kepada seorang permaisuri Sultan yang selalu mengingat kampung halamannya di negeri Pahang Malaysia, maka sang Sultan memerintahkan untuk membuat replika bukit bermain yang ada di Pahang di dalam taman sari agar sang permaisuri bisa menghabiskan hari-harinya di dalam taman sari dengan dayang-dayangnya.

b. Who

Target dari perancangan media informasi ini adalah seluruh wisatawan terkhusus masyarakat Aceh

c. Why

Berdasarkan hasil observasi hal ini disebabkan karena tidak adanya media informasi sehingga objek wisata *Gunongan* Aceh tak mampu mencerminkan nilai-nilai filosofi dan karakteristiknya.

d. Where

Jl. Merapi No.37, Sukaramai, Kecamatan. Baiturrahman, Kota Banda Aceh, Aceh 23116

e. When

Saat pengunjung datang ke objek wisata *Gunongan* Aceh tidak adanya penjelasan detail tentang *Gunongan* hanya sekedar menikmati objek wisata sebagai tempat berfoto dan rekreasi tanpa memahami makna sebenarnya dari *Gunongan*.

f. How

Melalui perancangan media informasi mampu membuat pengunjung memahami dangan baik makna *Gunongan* sehingga timbul rasa kepedulian dan semangat menjaga kelestarian objek wisata *Gunongan* Aceh.

Berdasarkan analisis 5W+1H di atas dapat disimpulkan makna *Gunongan*, lokasi, dan bentuk arsitekturnya yang unik mengandung nilai filosofi namun, rendahnya wawasan masyarakat maka dibutuhkan sebuah perancangan media informasi yang sangat bermanfaat bagi masyarakat juga bagi objek wisata tersebut.

4. Perancangan

a. Strategi Verbal

Menggunakan bahasa yang mudah dipahami serta informatif yang mampu membuat target audien tidak kebingungan dalam memahami media informasi *Gunongan* Aceh

INSTITUT SENI INDONESIA PADANGPANJANG

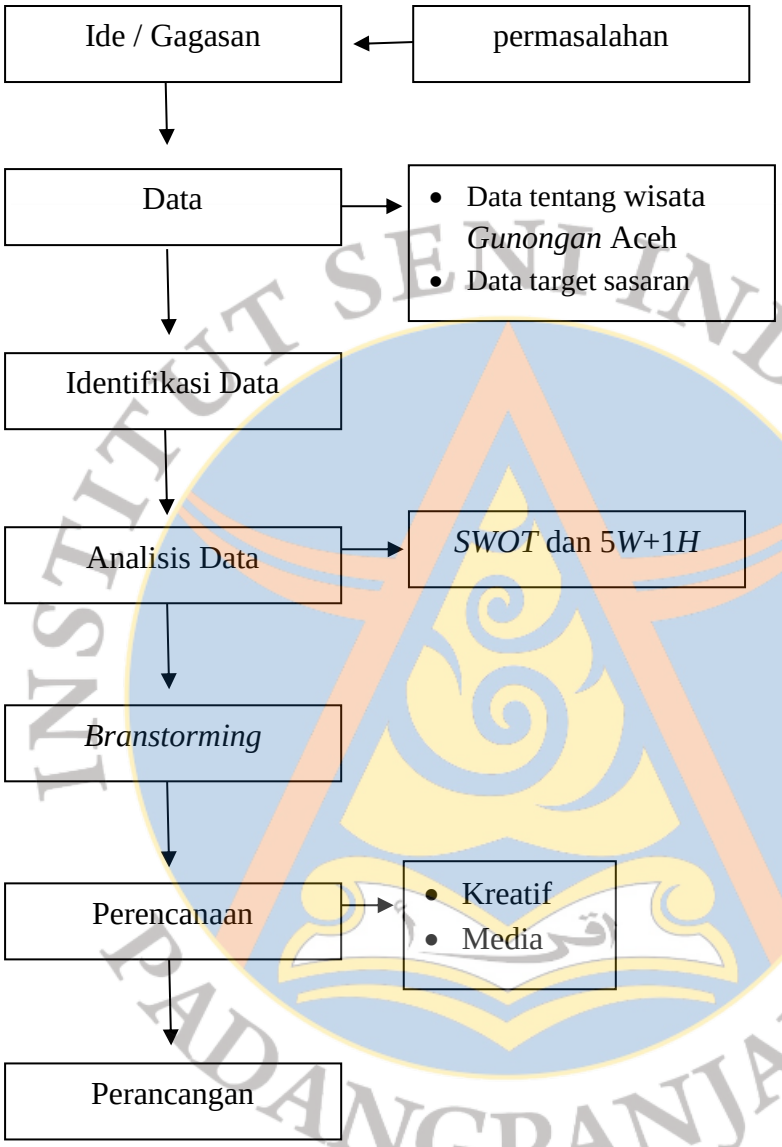
b. Strategi Visual

Perancangan media informasi objek wisata *Gunongan* Aceh menggunakan konsep desain kekinian dengan *style* flat desain atau vector namun, tidak menghilangkan nilai-nilai sejarah *Gunongan* Aceh dengan menampilkan bentuk dan warna yang mampu mencerminkan karakteristik *Gunongan* sehingga pengunjung lebih mudah mengingat makna dan filosofi *Gunongan*.

INSTITUT SENI INDONESIA PADANGPANJANG

5. Struktur Perancangan

Srtuktur perancangan merupakan alur dalam proses berkarya. Struktur perancangan di mulai dari masalah yang ada, sampai kepada eksekusi desain.



Bagan 1.
Struktur perancangan
(Sumber: Mursidiq)

INSTITUT SENI INDONESIA PADANGPANJANG

6. Perwujudan

Perancangan media informasi *Gunongan* Aceh, pengkarya membuat sebuah bauran media yang isinya memberikan informasi seputar sejarah dan filosofi *Gunongan* Aceh. Tujuan perancangan bauran media ini untuk memberikan kemudahan dan daya tarik target *audiens* dalam memahami dan memperhatikan informasi yang disajikan oleh pengkarya.

a) Infografis

Infografis sangat bermanfaat karena memuat secara detail mengenai objek perancangan seperti sejarah,karakteristik dan arsitektur sehingga pengunjung lebih mudah memahaminya.

b) Kalender

Kalender dibuat untuk memberikan informasi secara utuh kepada target *audiens*. Target *audiens* yang sasar selalu bergelut dengan tanggal dan selalu berhubungan secara intens dengan tanggal. Hal ini mempermudah pengkarya dalam menyampaikan informasi. Sebab disela target *audiens* mencari tanggal atau pun hari secara otomatis terlihat informasi yang tertera di atas tanggal tersebut.

c) *Feed* Media Sosial

Perancangan informasi melalui media sosial sangat efektif dan cepat penyampaian informasi. Dibalik percepatan tersebut maka pengkarya melalui media sosial dihadirkan informasi seputar *Gunongan* melalui *feed*.

d) Poster

Poster dibuat bertujuan untuk memberikan informasi pada *audiens* di tempat-tempat tertentu. Poster ini ditempatkan pada lokasi objek wisata *Gunongan* sebagai informasi mengenai *Gunongan* Aceh

e) *Merchandise*

Perancangan *merchandise* menjadi buah tangan untuk setiap pengunjung, sehingga pengunjung akan tetap mengingat objek wisata *Gunongan* Aceh. Merchandise yang dipilih yaitu gantungan kunci, stiker, baju dan *totebag.*

f) Penyajian Karya

Bentuk penyajian karya adalah pameran. Pada pameran skripsi karya menampilkan media-media yang digunakan pada perancangan media wisata *Gunongan* Aceh. Bauran Media informasi ditampilkan pada pameran. Media cetak berupa poster dicetak dengan ukuran 140 x 80 cm, Kalender, *Merchandise*, *e-katalog*, dan media pajang yang ditata sedemikian rupa sehingga terlihat jelas dan rapi saat pameran berlangsung.

INSTITUT SENI INDONESIA PADANGPANJANG