

DESAIN BROSUR KAWASAN AGROEDUWISATA WARU FARM LAND

Hasna Zukhruf Nurfadhilah¹, Yulianto Hadiprawiro², Saeful Imam³

*Program Studi Desain Grafis, Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan, Politeknik Negeri Jakarta
Jl. Prof. DR. G.A. Siwabessy, Kampus Baru UI, Depok 16424
hasnazukhrufn@gmail.com*

ABSTRAK

Waru Farm Land merupakan kawasan Agroeduwisata yang terintegrasi perumahan dengan mengusung konsep islami dan alami serta tema *learning from nature*. *Spot area* dan fasilitas yang disediakan oleh Waru Farm Land cukup lengkap untuk dapat dinikmati oleh pengunjung, namun tidak didukung oleh adanya media promosi dan informasi berupa brosur kawasan sebagai panduan untuk membantu pengunjung dalam mengakses dan mengetahui informasi terkait *spot area* yang ada. Dengan begitu, tujuan penelitian ini ialah merancang brosur dengan spesifikasi *travel guide* yang memiliki konsep desain dengan penggambaran ciri khas kawasan dengan baik. Tujuan tersebut berangkat dari adanya keluhan pengunjung yang merasa sulit dalam mengakses serta mengetahui informasi seputar kawasan. Metode yang digunakan dalam perancangan ini adalah metode kualitatif deskriptif dengan melakukan wawancara, observasi dan studi literatur. Setelah data terkumpul, kemudian data-data tersebut diolah melalui proses *brainstorming* sehingga mendapatkan kata kunci untuk mencari referensi pada *moodboard* sebagai acuan pembuatan sketsa dan desain komprehensif. Hasil dari penelitian ini yaitu konsep desain bertema *fun* yang didominasi dengan warna *orange*, dan alami yang direpresentasikan dengan objek daun. Pada brosur juga dilengkapi dengan *site map* kawasan. Diharapkan desain brosur ini dapat memudahkan pengunjung dalam mengakses dan mendapatkan informasi pada Kawasan Agroeduwisata Waru Farm Land.

Kata kunci: Brosur, *Travel Guide*, *Fun* and alami, Agroeduwisata

ABSTRACT

Waru Farm Land is an agroedutourism area that is integrated with housing by carrying Islamic and natural concepts and the theme of learning from nature. Spot areas and facilities provided by Waru Farm Land are complete enough to be enjoyed by visitors, but are not supported by promotional media and information in the form of regional brochures as a guide to assist visitors in accessing and knowing information related to existing spot areas. Thus, the purpose of this study is to design a brochure with travel guide specifications that have a design concept with a good description of the characteristics of the area. This goal departs from the complaints of visitors who find it difficult to access and find out information about the area. The method used in this design is descriptive qualitative method by conducting interviews, observations and literature studies. After the data is collected, then the data is processed through a brainstorming process so as to get keywords to find references on the moodboard as a reference for making sketches and comprehensive designs. The result of this research is a fun themed design concept which is dominated by orange color, and natural which is represented by a leaf object. The brochure is also equipped with a site map of the area. It is hoped that this brochure design can make it easier for visitors to access and get information on the Waru Farm Land Agroedutourism Area.

Keywords: *Brochure, Travel Guide, Fun and natural, Agroedutourism*

PENDAHULUAN

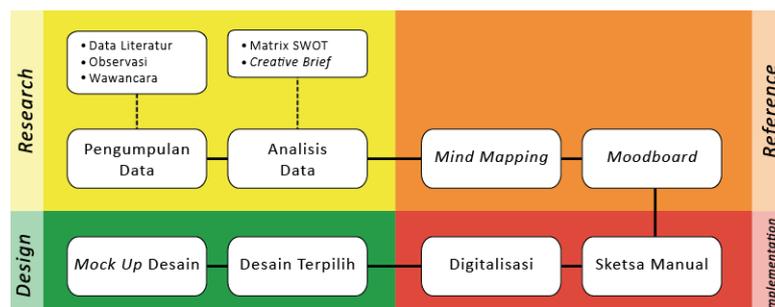
Kawasan Agroeduwisata Waru Farm Land menjadi kawasan yang mulai ramai dikunjungi yang memiliki geografis strategis di Desa Tegal Waru, Ciampea, Bogor. Kawasan tersebut mulai dikembangkan pada tahun 2019 sebagai divisi pengelola

serta pengurus aset-aset dari perusahaan properti dengan orientasi perumahan yaitu PT. Mitra Buana Asri Sentosa. Perusahaan tersebut berdiri pada tahun 2016 dan telah banyak mengalami peningkatan, namun peningkatan tersebut belum meliputi kebutuhan media promosi dan informasi berupa brosur kawasan dengan spesifikasi *travel guide* sebagai panduan untuk pengunjung, sementara brosur merupakan media promosi yang memuat data lengkap dengan disertai gambar-gambar pendukung sehingga mampu menarik konsumen [1]. Ketidakadaan brosur dengan spesifikasi *travel guide* pada kawasan tersebut menjadikan pengunjung kesulitan dalam mengakses setiap *spot area* yang ada, sehingga mempengaruhi keteraturan mobilitas yang mengakibatkan penumpukan di beberapa titik. Hal tersebut jika terus dibiarkan, maka bisa memungkinkan calon pengunjung merasa kesal karena kesulitan yang dialami dan enggan berkunjung kembali.

Berdasarkan latar belakang yang ada, maka terbentuklah tujuan yaitu merancang Brosur Kawasan Agroeduwisata Waru Farm Land dengan spesifikasi *travel guide* sehingga memberi kemudahan bagi pengunjung dalam mengakses *spot area* yang ada di kawasan. Dalam mendesain sebuah brosur dibutuhkan pemilihan elemen desain berupa tipografi, warna, dan layout sebagai format brosur yang sesuai dengan tujuan pembuatan sehingga memberikan kenyamanan bagi pembaca [2]. Di samping itu, spesifikasi *travel guide* yang digunakan tersebut dapat membantu pengunjung dalam mengeksplorasi kawasan dalam memberikan informasi yang lebih optimal, efisien, dan komunikatif [3]. Untuk memenuhi aspek tersebut, maka diperlukan teori media promosi khususnya *travel guide* dan data terkait Kawasan Agroeduwisata Waru Farm Land.

METODE PENELITIAN

Pada perancangan brosur Kawasan Agroeduwisata Waru *Farm Land* ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Adapun beberapa tahap penelitian dan perancangan yang digambarkan pada bagan berikut:



Gambar 1. Flowchart Metode Penelitian

Pemodelan riset desain pada kerangka kerja yang dikemukakan di atas menguraikan langkah desain secara sederhana dan memudahkan dalam desain brosur Kawasan Agroeduwisata Waru Farm Land yang secara garis besar terdiri dari 4 tahap yaitu *research*, *reference*, *design*, dan *implementation* [4]. *Research* merupakan tahap pertama yaitu mengumpulkan data dengan cara menyerap dan mengasimilasi sebanyak mungkin informasi terkait proyek. Pengumpulan data tersebut didapat melalui data literatur dan data penelitian karya visual yang terbagi menjadi 3 aspek yaitu aspek imaji, aspek pembuat dan aspek pemirsa [5]. Masih

dalam tahap *research*, yaitu analisis data berupa matrix SWOT yang merupakan metode penggambaran kondisi dan mengevaluasi suatu masalah menggunakan berbagai faktor secara sistematis sehingga mampu menghadirkan strategi yang efektif yang jika diterapkan secara akurat akan memiliki dampak positif yang sangat besar [6]. Analisis data selanjutnya yaitu *creative brief* yang digunakan untuk memudahkan dalam memahami konteks yang diperlukan dalam perancangan sebagai pedoman dari landasan proses desain yang akan dirancang [7]. Untuk tahap *reference* diterapkan dalam bentuk *mind mapping* dan diteruskan dengan *moodboard* sebagai bentuk pengkategorian visual. Dari *key visual* yang sudah ditentukan menjadi acuan dalam tahap *design* mulai dari sketsa hingga tahap *implementation*.

HASIL dan PEMBAHASAN

Product Knowledge

Waru Farm Land merupakan divisi pengurus dan pengelola kawasan Agroeduwisata yang hadir sejak tahun 2019 yang kini memiliki kawasan seluas 17ha. Dengan kawasan seluas itu, Waru Farm Land menyediakan berbagai layanan yang memanjakan pengunjung saat berwisata di kawasan tersebut. Layanan tersebut di antaranya yaitu program edukasi, layanan wisata, layanan fasilitas, perumahan Tasnim Group, dan Sentra UMKM Tegal Waru.

Consumer Insight

Dari survei yang telah dilakukan, diketahui bahwa konsumen yang biasa mengunjungi Waru Farm Land memiliki kepentingan untuk menikmati pemandangan alam dan berwisata bersama keluarga. Suasana tersebut sangat melekat untuk di representasikan pada kawasan yang akhirnya mempengaruhi kebutuhan visual media promosi berupa brosur Kawasan Agroeduwisata Waru Farm Land. Selain konsep visual yang ‘alami’, berdasarkan wawancara, pengunjung akan lebih nyaman melihat *travel guide* dengan simbol serta tulisan sebagai keterangan pelengkap.

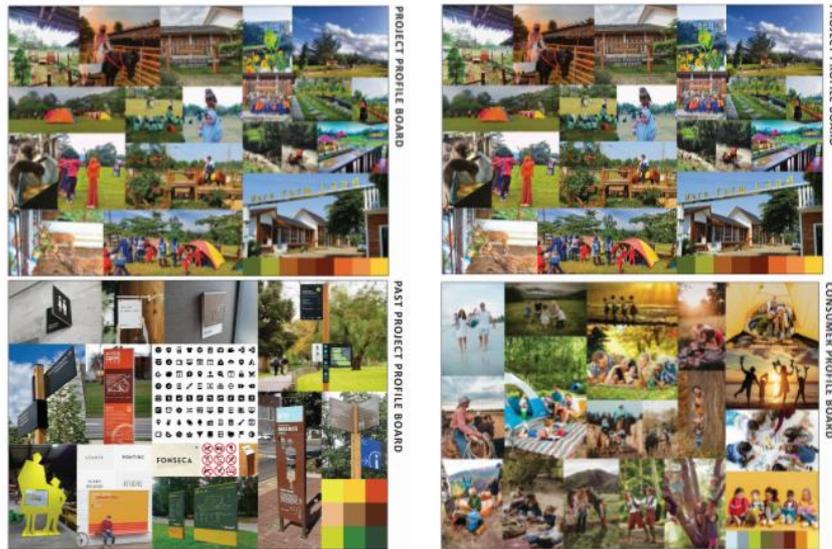
Analisis SWOT

Berdasarkan analisa terhadap data Waru Farm Land didapatkan hasil analisis dalam bentuk matriks SWOT seperti pada tabel berikut:

Tabel 1. Analisis Matriks SWOT

	<i>Strengths</i>	<i>Weakness</i>
<i>Opportunities</i>	Merancang brosur yang mempermudah dan memberikan kenyamanan pengunjung saat berada di kawasan	<ul style="list-style-type: none"> - Menyediakan brosur dengan spesifikasi <i>travel guide</i> - Mendisiplinkan kawasan dengan menyediakan brosur peraturan yang diperlukan

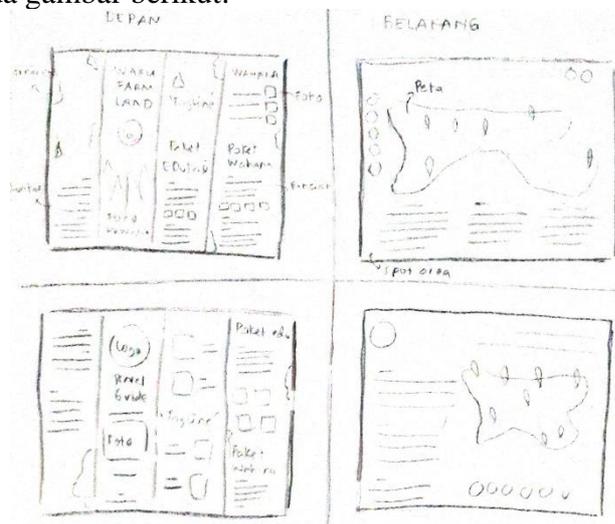
Kawasan Agroeduwisata Waru Farm Land. Berikut ini merupakan 4 *moodboard* yang digunakan sebagai rujukan dalam proses perancangan.



Gambar 3. Moodboard

Sketsa Manual

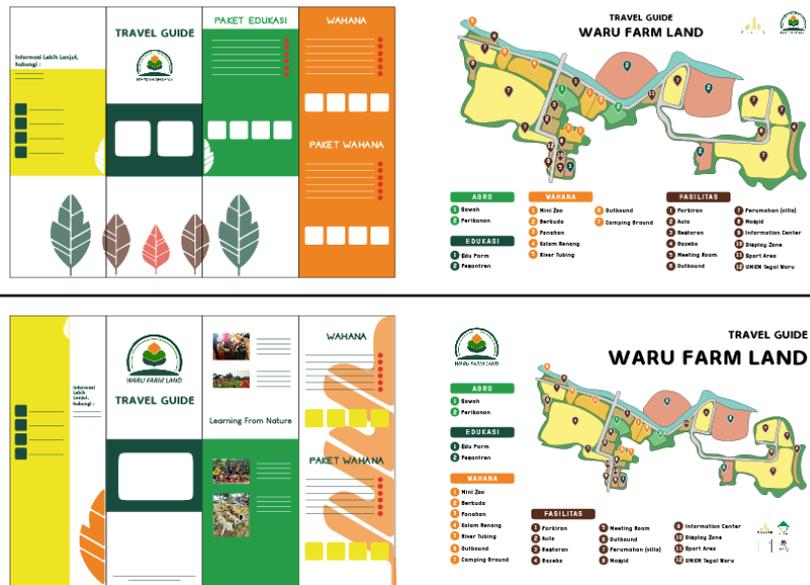
Sketsa manual yang dilakukan dalam merancang brosur dengan spesifikasi *travel guide* pada Kawasan Agroeduwisata Waru Farm Land ditentukan berdasarkan *keyword* dan *moodboard* yang ada. Sketsa manual pertama adalah sketsa-sketsa kasar dibuat dengan tujuan untuk membuat *layout* pada brosur. Setelah menentukan beberapa alternatif sketsa kasar maka dilanjutkan ke dalam 4 alternatif sketsa halus seperti pada gambar berikut:



Gambar 4. Sketsa Manual

Desain Komprehensif

Setelah terpilihnya sketsa manual, maka dilanjutkan dengan proses digitalisasi sketsa halus yang kemudian dikembangkan menjadi desain dengan tambahan warna dan efek grafis agar konsep visual yang diinginkan dapat ditampilkan dengan jelas. Berikut desain komprehensif yang diolah pada proses digitalisasi:



Gambar 5. Desain Komprehensif

Desain terpilih

Dari visualisasi desain komprehensif yang ada, maka dapat dipilih desain akhir yang sesuai dengan *tone and manner* serta *key message* yang ditentukan sebelumnya. Desain komprehensif pertama menjadi desain akhir yang terpilih berdasarkan konsep visual brosur Waru Farm Land karena dapat mencerminkan *tone and manner* dan *key visual* yang ditentukan, sehingga dapat mewakili dan menyampaikan informasi yang tepat kepada target yang dituju. Berikut hasil akhir dari desain brosur dengan spesifikasi *travel guide* pada Kawasan Agroeduwisata Waru Farm Land:



Gambar 6. Desain akhir brosur Waru Farm Land

Implementasi

Implementasi juga dapat dikatakan sebagai pengaplikasian desain terhadap media yang mendukung keberlangsungan kegiatan wisata pada Kawasan Agroeduwisata Waru Farm Land. Penerapan desain brosur yang terpilih akan mampu menciptakan rasa dan suasana yang timbul dari *key visual* yang sebelumnya ditentukan khususnya kepada pengunjung yang ada.



Gambar 7. Mock up brosur Waru Farm Land

SIMPULAN

Berdasarkan hasil riset, pembuatan brosur dengan spesifikasi *travel guide* pada Kawasan Agroeduwisata Waru Farm Land sangat dibutuhkan untuk mobilitas pengunjung. Hal tersebut membuktikan bahwa peran media promosi dan informasi pada bidang pariwisata sangatlah krusial dalam keberlangsungan suatu kawasan wisata. Sebagai upaya untuk memberikan pelayanan terbaik yang memudahkan pengunjung, maka dibutuhkan sebuah media informasi berupa brosur dengan spesifikasi *travel guide*. Brosur telah dirancang sesuai dengan tema Waru Farm Land yaitu "*Learning From Nature*" yang juga merupakan *tagline* dari Waru Farm Land. *Key element visual* utama pada brosur ini adalah ilustrasi dari objek daun yang menggambarkan suasana alami dan didominasi dengan warna *orange* yang menunjukkan kesan *fun*.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji Syukur saya panjatkan kehadiran Allah SWT atas berkah dan rahmatNya sehingga artikel ini dapat diselesaikan dengan baik. Tidak lupa, ucapan terimakasih kepada Orangtua yang telah mendukung dan mendoakan, serta Ibu Nopi Elida selaku manejer operasional PT. Mitra Buana Asri Sentosa yang telah memberikan kehormatan untuk ikut merancang desain brosur ini. Terimakasih kepada Bapak Yulianto Hadiprawiro dan Saeful Imam yang telah memberikan bimbingan selama penulisan artikel dan perancangan brosur ini serta teman-teman seperjuangan yang juga ikut memberi dukungan selama penelitian berlangsung.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] H. Kusumo, "Pemanfaatan Brosur Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Pada Duta Islamic School (DIS) Semarang," *J. Nusant. Apl. Manaj. BISNIS*, vol. 3, no. 1, Art. no. 1, Apr. 2018, doi: 10.29407/nusamba.v3i1.11916.
- [2] T. K. Estherlita, "Perancangan Brosur Sebagai Media Promosi NIN3 Space Berbasis Vektor," 2015.
- [3] R. Hudriani, H. Ariwan, S.Sn, M. S. D. Ariusmedi, and M.Sn, "Perancangan Katalog Panduan Wisata Seribu Rumah Gadang Di Kabupaten Solok Selatan," *DEKAVE J. Desain Komun. Vis.*, vol. 8, no. 3, Art. no. 3, Feb. 2019, Accessed: Jul. 21, 2022. [Online]. Available: <http://ejournal.unp.ac.id/index.php/dkv/article/view/103686>

- [4] B. A. Hananto, “Tahapan Desain Sistem Tanda Interior Mini Mart (Studi Kasus: Wayfinding & Placemaking Signage Fmx Mart),” *J. Dimensi DKV Seni Rupa Dan Desain*, vol. 2, no. 2, pp. 135–150, Oct. 2017, doi: 10.25105/jdd.v2i2.2185.
- [5] D. D. W. S. Soewardikoen, *Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual*. 2019.
- [6] A. Mayang and S. Ratnawati, “Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus di Kantor Pos Kota Magelang 56100),” *J. ILMU Manaj.*, vol. 17, no. 2, Art. no. 2, Oct. 2020, doi: 10.21831/jim.v17i2.34175.
- [7] P. Evans and A. Sherin, *The Graphic Design Reference Specification Book Everything Graphic Designers Need to Know Every Day* by Aaris Sherin, Irina Lee, Poppy Evans. 2013.