

BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1. Khalayak sasaran

Pengertian dari khalayak adalah masyarakat yang datang ke suatu tempat, waktu tertentu, serta tujuan yang sama, yaitu untuk memperoleh suatu hiburan yang diinginkan. Khalayak dapat diartikan sebagai masyarakat yang menjadi pembaca, pemirsa dan pendengar. Menentukan khalayak sasaran, bertujuan agar target yang dituju dalam penyampaian pesan atau informasi dapat tersampaikan dengan tepat.

1. Demografis

- a. Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan
- b. Usia : 20-25 Tahun
- c. Pekerjaan : Mahasiswa, Pekerja Kantor, Ibu Rumah tangga
- d. Status Sosial Ekonomi : Semua Kalangan Masyarakat

2. Geografis

Secara geografis khalayak sasaran ditujukan kepada masyarakat urban di kota Bandung yang belum mengetahui dan belum pernah mencicipi mi gomak.

3. Psikografis

Psikografis untuk perancangan ini adalah remaja akhir menuju dewasa. Pada tahap ini remaja akhir yang menuju kedewasa. Menurut Jean Piaget, (2018,195) remaja akhir yang menuju kedewasa sudah mampu memikirkan semua kemungkinan secara sistematis (sebab dan akibat) untuk menyelesaikan masalah dan mempunyai ketertarikan terhadap sesuatu yang menarik perhatian.

4. *Consumer Journey*

Dalam penyampaian ide diperlukan bentuk media - media yang akan digunakan serta, diperlukannya perancangan yang baik agar mendapatkan interaksi dan untuk mendapatkan sasaran yang tepat maka perlu adanya daftar aktifitas dari target audiens. maka dari itu *consumer journey* yang akan digunakan untuk menentukan media manakah yang akan dibentuk. Berikut adalah *consumer journey* target audiens:

Tabel III.1 *Consumer Journey*
Sumber: Dokumen Pribadi (2018)

No	Kegiatan	Tempat	<i>Point Of Contact</i>
1	Bangun Pagi	Kamar Tidur	<i>Smartphone</i>
2	Perjalanan ke kampus /kantor	Jalan, Kampus, Tempat Kerja	Poster, Baju, Totebag <i>Smartphone</i> , Instagram.
3	Di Kampus/ Kantor	Di kampus/ Kantor	<i>Smartphone</i> ,baju, Media Sosial, Instagram.
4	Istirahat/ Makan siang	Kantin, <i>Cafe</i> , Warteg	Mug, Piring, sedok, <i>Smartphone</i> , Baju, Buku Menu.
5	Pulang kuliah/kantor	Jalan	Poster, <i>Smartphone</i> , Baju, Totebag, Instagram.
6	Kegiatan setelah pulang dari kantor / kuliah: makan malam, Kumpul bersama teman di kafe	<i>Cafe</i>	Mug, Piring, sedok, <i>Smartphone</i> , Baju, Buku Menu.
7	Sebelum Tidur	Kamar Tidur	<i>Smartphone</i> , Buku.

III.2. Strategi Perancangan

Strategi adalah suatu rencana yang dilakukan untuk mencapai suatu tujuan. Dalam mencapai suatu tujuan, maka di perlukan sebuah perancangan yang dimana terhadap sebuah solusi agar tercapainya tujuan yang di inginkan. Maka dalam hal ini dirancanglah sebuah media berupa poster, yang dimana ditujukan kepada Masyarakat yang mempunyai keingintahuan terhadap sesuatu kuliner yang belum pernah diketahui dan dicicipi sebelumnya.

III.2.1 Tujuan Komunikasi

Dalam menyampaikan suatu informasi, dibutuhkan sebuah komunikasi dimana hal ini diperlukan untuk menarik perhatian khalayak ramai. Tujuan dari pembuatan poster ini adalah untuk menarik perhatian Masyarakat terhadap kuliner yang belum pernah diketahui sebelumnya dan ikut berpartisipasi mengikuti kegiatan yang akan diadakan.

1. Pendekatan Verbal

Pendekatan verbal menggunakan bahasa Indonesia, Penggunaan bahasa dalam perancangan komunikasi verbal menggunakan bahasa sehari-hari dan tidak terlalu baku. Sehingga dapat mudah dimengerti oleh Masyarakat Bandung.

2. Pendekatan Visual

Perancangan yang dilakukan dalam pembuatan poster ini adalah dengan ditonjolkannya dibagian font. Pada *background* terdapat siluet rumah khas batak dan segi warna diambil dari khas ulos batak. *Layout* menggunakan contoh dari karya Aira Lheiz Aquino yang berasal dari *Chicago*



Gambar III.1 Contoh pendektan Visual

Sumber : <https://www.canva.com/templates/posters/MABp85KHJ1k-fall-food-festival-poster/>
(Diakses Pada 02/01/2019)

III.2.2 Mandatory

Untuk melancarkan pendistribusian Media, maka fungsi dari *Mandatory* adalah sebagai hubungan kerja sama dalam media yang akan dibuat. Maka dari itu, *Mandatory* sangatlah penting dalam membangun kerja sama antara satu dengan yang lain demi kelancaran kegiatan atau pun penyebaran media. *Mandatory* akan dibuat di bagian Poster adalah Dinas kota Bandung dan Dinas Sumatera Utara.



Gambar III.2 Logo Dinas Bandung
Sumber : https://wiki/Berkas:Bandung_coa.png
(Diakses pada 2/1/2019)



Gambar III.3 Logo Dinas Sumatera Utara
Sumber : https://wiki/Lambang_Sumatera_Utara
(Diakses pada 2/1/2019)

III.2.3 Materi Pesan

Materi pesan yang akan disampaikan mengenai mi gomak yang termasuk masakan khas dari Sumatra Utara, yaitu untuk memberitahu masyarakat Kota Bandung bahwa mi gomak adalah masakan yang mempunyai rasa dan tekstur yang khas dan kenyal disertai bumbu yang khas yaitu andaliman, serta memberi tahu bahwa memasak mi gomak bisa dikreasikan lewat rasa yang berbeda.

III.2.4 Gaya Bahasa

Gaya bahasa yang digunakan dalam rancangan adalah gaya bahasa denotatif. Denotatif adalah bahasa yang sebenarnya terjadi, sehingga memudahkan pembaca untuk mengerti.

III.2.5 Strategi Kreatif

Strategi kreatif yang dirancang adalah dengan dibuatnya sebuah Poster dengan tema festival Rasa Sumatera Utara. Dalam perancangan poster menggunakan *font* yang berbentuk seperti mi gomak dan terdapat *background* yang berwarna merah dengan siluet rumah adat khas Sumatera Utara.

III.2.6 Strategi Media

Dalam melakukan suatu perancangan dibutuhkan sebuah strategi media untuk menyampaikan sesuatu kepada khalayak yang dituju. Strategi media dibagi menjadi media utama dan media pendukung

a. Media Utama

Pemilihan yang menjadi media utama dalam penyampain Festival rasa Sumatera Utara adalah Poster. Menurut Sudjana dan Rivai Poster merupakan suatu media yang perancangan, kombinasi warna, dan visual yang dapat menarik perhatian dan minat dari orang yang melihat baik di luar atau pun di dalam ruangan.

b. Media Pendukung

- X-Benner
X-Benner mempunyai fungsi dalam penyampaian informasi. Informasi yang disampaikan berupa jadwal kegiatan, tanggal dan tempat pelaksanaan kegiatan.
- Celemek
Celemek merupakan alat dapur yang digunakan saat memasak untuk menghindari bumbu – bumbu saat memasak. Dibuatnya Celemek mempunyai fungsi sebagai atribut atau pun hadiah dalam mengikuti lomba
- Piring
Piring dibuat untuk pengunjung sebagai doorprize dan hadiah saat mengikuti lomba.
- Mug
Mug dibuat sebagai doorprize kepada pengunjung dan hadiah saat mengikuti lomba masak

- Pin
Pin dibuat untuk para pengunjung yang menghadiri acara dan hadiah saat mengikuti lomba
- Gantungan kunci
Gantungan kunci dibuat untuk pengunjung yang menghadiri acara dan hadiah saat mengikuti lomba
- Tiket
Tiket sebagai tanda masuk ke festival
- Stiker
Stiker dibuat sebagai hadiah kepada para pengunjung dan kepada yang mengikuti lomba
- Buku saku
Buku saku berfungsi sebagai hadiah kepada yang mengikuti lomba
- Tote bag
Tote bag berfungsi sebagai cendramata saat mengikuti lomba.
- Baju
Baju berfungsi sebagai doorprize bagi pengunjung dan hadiah bagi pemenang lomba
- Media Sosial Instagram
Media yang menyampaikan tempat,tanggal dan kegiatan diadakan.
- *Frame Photo Booth*
Sebagai media untuk berfoto di dalam kegiatan festival yang diadakan
- *infotainment map*
infotainment map berfungsi sebagai menyampaikan letak lokasi yang ingin dituju.

III.2.7 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

III.2.7.1 Strategi Distribusi

Strategi distribusi merupakan suatu rencana dalam nyebarkan produk kepada Masyarakat supaya diingat ketika dilihat.

Table III.2 Distribusi dan Waktu Penyebaran Media
Sumber : Pribadi

Media	15 April 2019	22 April 2019	29 april 2019	7 Mei 2019	8 Mei 2019
Poster 1	Yellow				Red
Poster 2		Yellow			Red
Poster 3			Yellow		Red
<i>X-Benner</i>				Yellow	Red
Celemek				Yellow	Red
Piring					Red
Mug				Yellow	Red
Pin				Yellow	Red
Gantungan Kunci				Yellow	Red
Tote bag				Yellow	Red
Baju				Yellow	Red
Tiket				Yellow	Red
Stiker				Yellow	Red
Buku Saku				Yellow	Red
Instagram				Yellow	Red
<i>Frame Photo Booth</i>				Yellow	Red
Piagam Juara				Yellow	Red
<i>Infotainment Map</i>				Yellow	Red

Untuk mendapatkan *doorprize*, masyarakat yang mengikuti festival Rasa Sumatera Utara akan mendapatkan sebuah tiket dimana dibelakang tiket terdapat nomer yang akan menjadi undian dan akan mendapatkan *doorprize* berupa mug, piring, baju dan *totebag*.

Pendistribusian akan dilakukan di Lapangan Gasibu Kota Bandung. Pendistribusian akan dilakukan dalam 2 hari baik dalam media utama dan pendukung.

- Media Utama
 - Poster

Fungsi dari poster adalah untuk menginformasikan kegiatan apa saja yang ada di festival rasa Sumatera Utara dan akan di tempatkan sewaktu acara berlangsung pada dua hari berturut-turut.

Menurut Sudjana dan Rivai (2002:51) Poster adalah suatu rancangan yang menggabungkan kombinasi visual yang kuat dan tersusun dari beberapa warna dan pesan yang bertujuan untuk menarik perhatian masyarakat tetapi, hanya sebatas untuk diingat. Jika orang yang melihat sebuah poster lama dalam menangkap pesan dari poster maka akan semakin lama dia mengingatnya.

- Media Pendukung
 - Celemek, piring, mug, pin, gantungan kunci, tote bag, baju, tiket, stiker, buku saku akan di sebarakan sebagai hadiah pemenang lomba atau pun sebagai *doorprize* kepada para pengunjung yang menghadiri festival rasa Sumatera Utara.
 - *X-Benner*
Kegunaan di buatnya *x-benner* adalah sebagai tempat informasi apa saja kegiatan yang akan di adakan dan akan di tempatkan di acara festival rasa sumatera Utara
 - Instagram akan di menginformasikan apa saja kegiatan yang akan diadakan, dan syarat dalam mengikuti kegiatan.

III.3 Konsep Visual

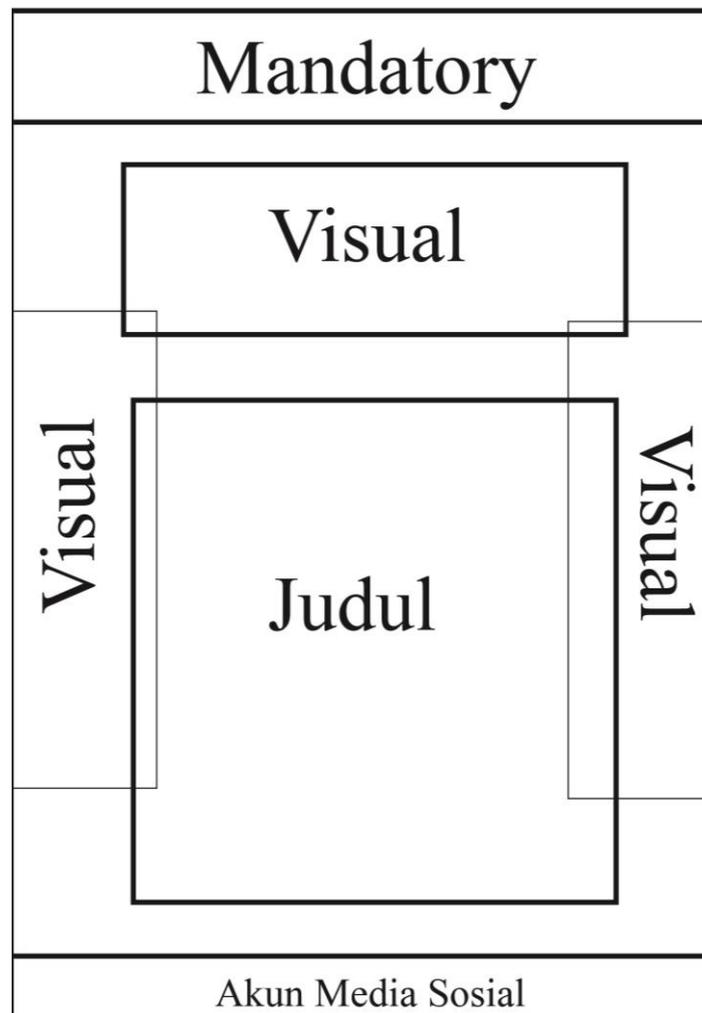
Menurut Hendi (2006) konsep ialah sebuah hasil kerja yang berupa suatu pemikiran yang menentukan tujuan dan segment atau audiens yang dituju. Konsep visual yang akan dibuat dalam perancangan ini adalah lebih menonjolkan font. Font yang digunakan adalah font yang berbentuk dan bewarna seperti Mi gomak dan juga ada kesan visual khas Sumatera Utara.

III.3.1 Format Desain

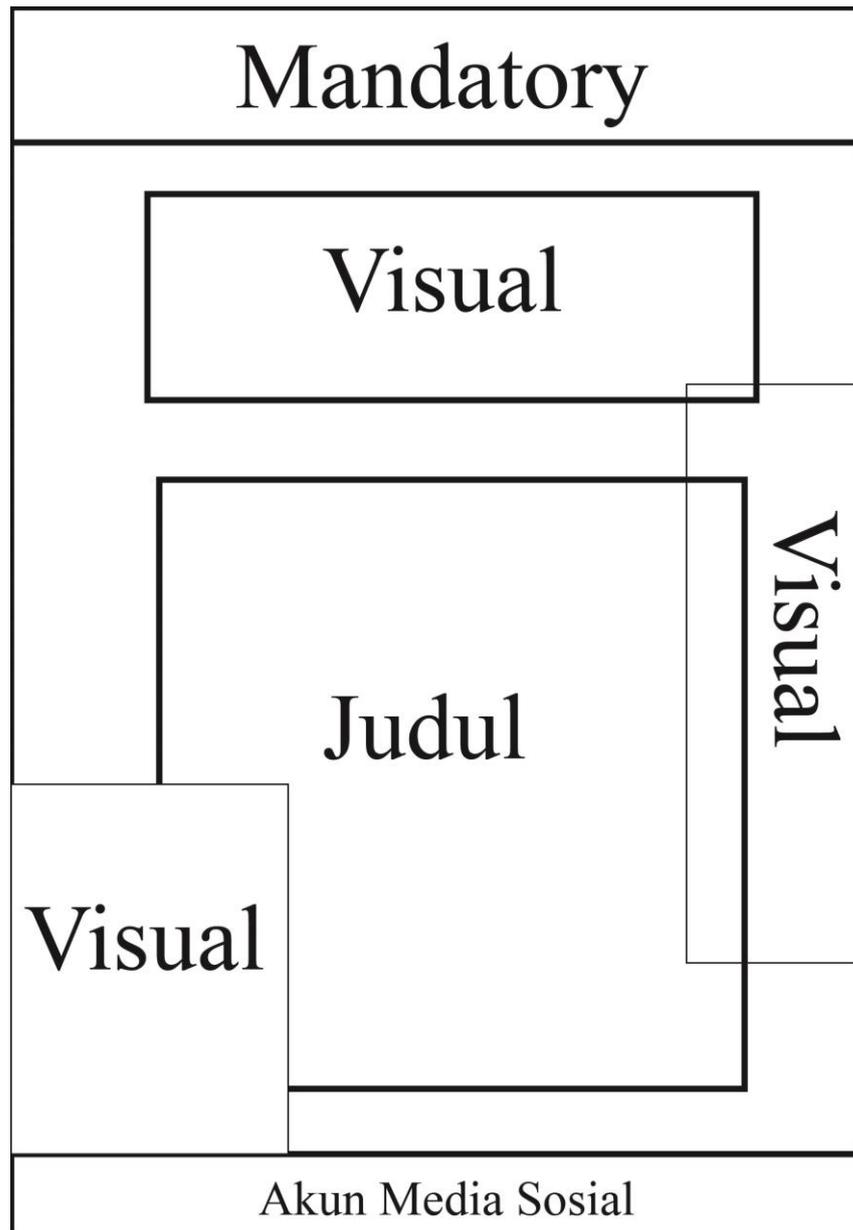
Format ukuran desain yang akan dibuat dalam perancangan poster adalah ukuran A3

III.3.2 Tata letak (*Layout*)

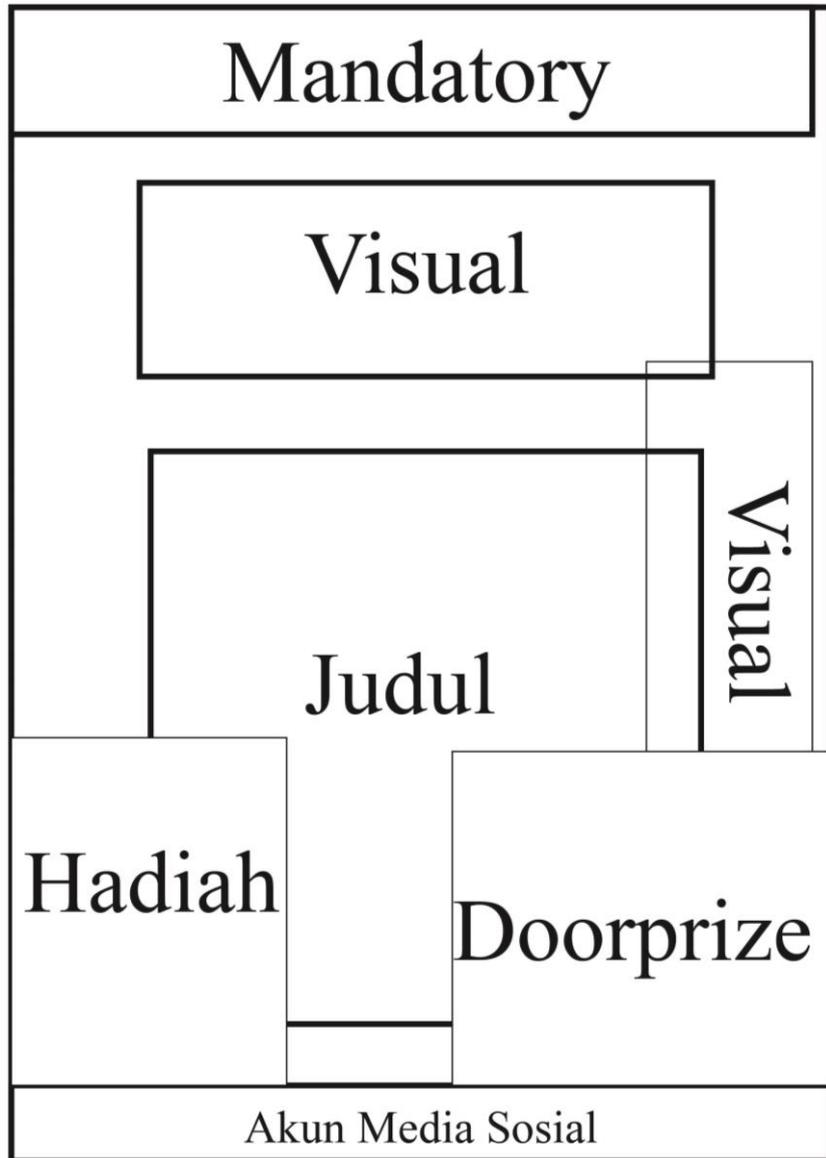
Tata letak atau *layout* menurut Hendratman (2006) yaitu usaha dalam menyusun, menata unsur grafis, teks dan gambar yang akan dijadikan sebuah media komunikasi yang efektif. *layout* yang dibuat dalam perancangan poster ada 3 buah yang berbentuk *portrait*. Pada bagian kiri atas terdapat logo *mandatory* dan pada bagian tengah terdapat judul acara yang akan berlangsung. Pada sekitaran poster terdapat visual dan pada *background* akan terdapat visual. Pada bagian bawah sebelah kiri terdapat visual *doorprize* dan pada bagian bawah poster terdapat akun media sosial.



Gambar III. 4 *layout* Poster pertama
Sumber : Data pribadi (2019)



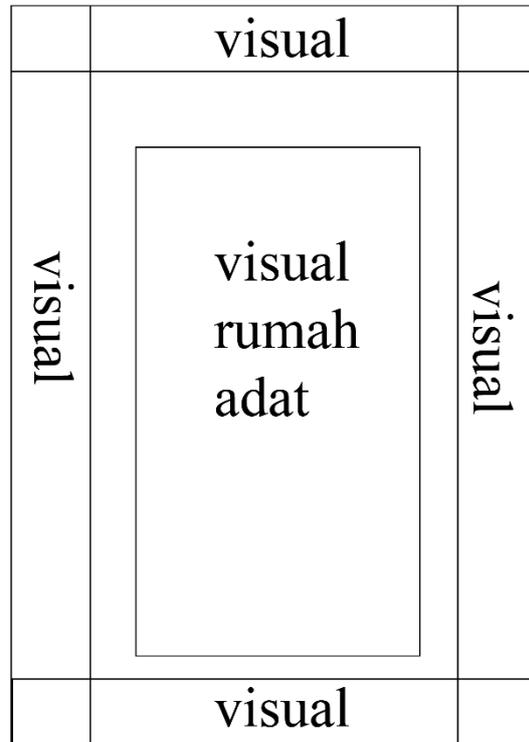
Gambar III. 5 *layout* Poster Kedua
Sumber : Data pribadi (2019)



Gambar III. 6 *layout* Poster ketiga
Sumber : Data pribadi (2019)

III.3.3 Background

Dalam pembuatan poster, dipilih sebuah *background* yang dapat menunjukkan khas dari daerah Sumatera Utara termaksud dari segi visual dan warna. Terdapat siluet dari gambar rumah adat pada *background*.

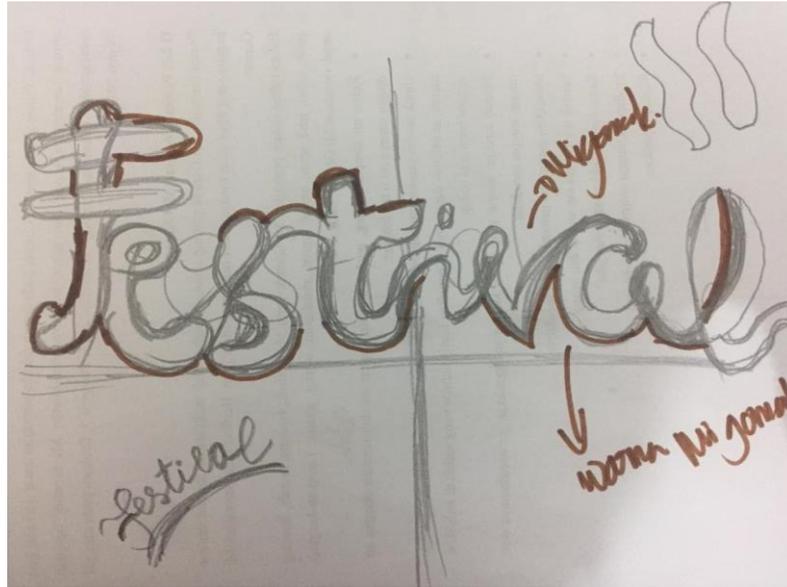


Gambar III.7 *background* Poster
Sumber : Data Pribadi (2019)

III.3.4 Tipografi

Menurut Hendratman, (2006 : 24) tipografi adalah sebuah seni yang memilih dan menata huruf untuk menciptakan kesan kepada yang membaca.

Tipografi yang digunakan untuk membuat media utama berupa poster dan yang dipakai dalam media pendukung adalah data pribadi yang dibuat melalui sketsa dibuat di kertas *Hvs* dan di scan dan setelah itu dibuatnya kebentuk digital melalui *software Adobe Illustrator* menggunakan *Curvature tool*. *Font* ini terinspirasi dari bentuk mi gomak.



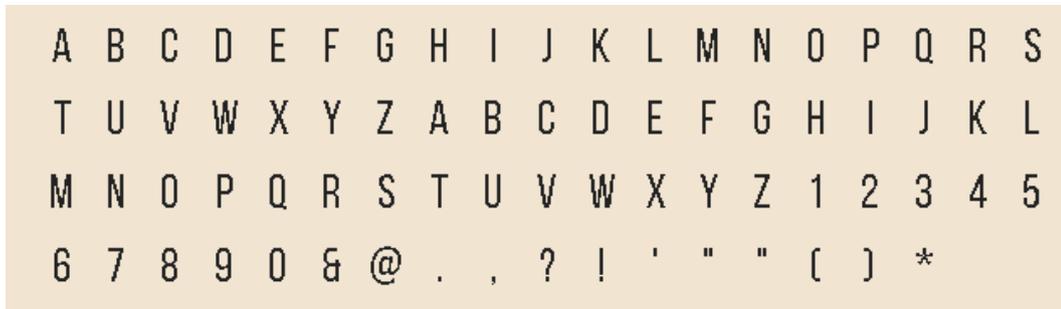
Gambar III.8 *Font Festival*
Sumber : Data Pribadi (2019)

sedangkan untuk tulisan “Rasa Sumatera Utara Mi Gomal” menggunakan *font Thirsty Script Extrabold Demo*. Bentuk dari *font* ini adalah sans serif dimana bentuknya menyerupai bentuk mi dan mudah dibaca oleh target sasaran. *Font Thirsty Script Extrabold Demo* merupakan jenis *font* yang dibuat oleh Ryan Marthinson yang disediakan berlisensi gratis dan dapat digunakan.



Gambar III.9 *Font Rasa Sumatera Utara*
Sumber : Data Pribadi (2019)

Pada tahap berikutnya digunakan font *Bebas Neue Regular*. Font jenis sans serif ini mudah dibaca dan font ini digunakan untuk informasi kegiatan festival. Font ini dibuat oleh Ryoichi Tsunekawa berlisensi gratis dan dapat digunakan.



Gambar III.10 Font Bebas Neue Regular
Sumber : Data Pribadi (2019)

Dan yang terakhir menggunakan font BadaBoom BB. font ini merupakan jenis font sans serif digunakan pada bagian *doorprize* dan menarik perhatian pembacanya dan memberitahu bahwa jika mengikuti kegiatan ini akan mendapatkan hadiah. Font ini dapat di *download* di situs dafont.com.



Gambar III.11 Font BadaBoom BB
Sumber : Data Pribadi (2019)

III.3.5 Ilustrasi

Dalam membuat suatu perancangan dibutuhkan suatu gambaran ilustrasi. Ilustrasi merupakan sebuah seni rupa yang memiliki tujuan dalam menyampaikan suatu maksud tertentu untuk menerangkan peristiwa. Menurut Al- Maqassary (2016) ilustrasi merupakan suatu penggambaran objek, baik dari segi visual, audio dan lainnya. Komunikasi visual, merupakan suatu komunikasi yang dapat dilihat oleh penglihatan. Dalam perancangan media poster dibuat sebuah ilustrasi kegunaanya supaya menambah kesan kepada target bahwa poster ini merupakan suatu acara kuliner yang berasal dari Sumatera Utara.

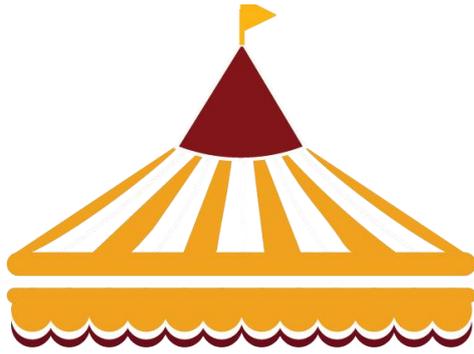
a. Studi karakter

Dalam perancangan ini ada beberapa visual yaitu rumah adat, tenda festival, topi koki, wortel, bulang, ikan salmon, mangkok mi, lobak, mug dan Boom.



Gambar III.12 Rumah Adat

Sumber : <http://rumahadatabatak.blogspot.com/2017/07/rumahadat-batak-jl.html>
(Diakses pada 2/1/2019)



Gambar III.13 Tenda festival

Sumber : <http://actendasarnafilflooringmistyfan.blogspot.com/2014/10/sewa-tenda-kerucut-sarnafil-dekorasi.html>
(Diakses pada 2/1/2019)



Gambar III.14 Topi Koki

Sumber : <https://www.tokopedia.com/pusatkulak/topi-koki-topi-chef-anak-bahan-drill-plus-nama>
(Diakses pada 2/1/2019)



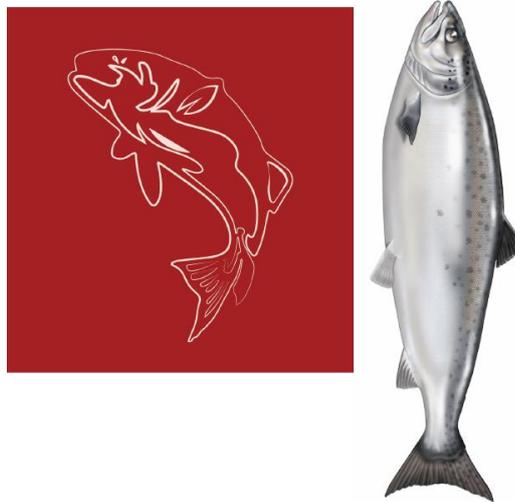
Gambar III.15 wortel

Sumber : <http://style.tribunnews.com/2018/01/05/perhatikan-hal-hal-berikut-ini-sebelum-memilih-wortel-simpel-tapi-penting>
(Diakses pada 2/1/2019)



Gambar III.16 Bulang

Sumber : <https://www.tokopedia.com/lilida/ulos-simalungun-bulang>
(Diakses pada 2/1/2019)



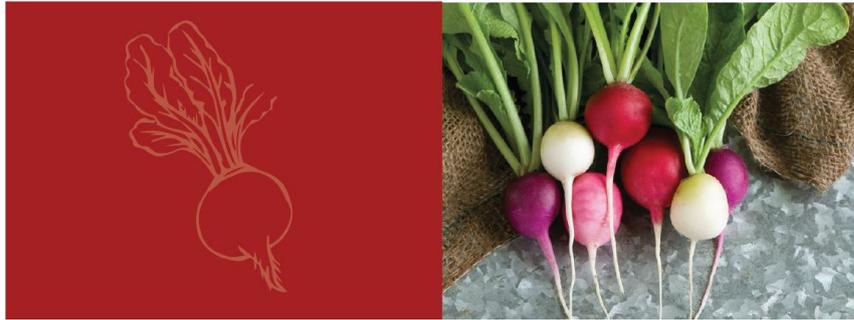
Gambar III.17 ikan salmon

Sumber : <https://www.khasiat.co.id/ikan/salmon-atlantik.html>
(Diakses pada 2/1/2019)



Gambar III.18 Mi

Sumber : http://imglogy.com/media/1973241093286144459_5388886171
(Diakses pada 2/1/2019)



Gambar III.19 Lobak

Sumber : <https://lifestyle.okezone.com/read/2018/09/21/481/1953595/lobak-bisa-mengobati-beragam-penyakit-ini-5-manfaatnya>
(Diakses pada 2/1/2019)



Gambar III.19 Bang

Sumber : https://www.allposters.com/-sp/Boom-Comic-Pop-Art-Art-Print-Poster-Posters_i8828534_.htm
(Diakses pada 2/1/2019)



Gambar III.20 Mug

Sumber : <https://www.printful.com/custom/mugs/personalized/white-glossy-mug>
(Diakses pada 2/1/2019)

III.3. Warna

Warna merupakan perwakilan dari diri seseorang dalam membuat suatu karya. Warna juga dapat menggambarkan suasana hati dari seseorang. Secara fisik, warna dapat dipengaruhi oleh segi material, cahaya dan tekstur (Kusrianto 2007).

Pada konsep, warna yang dipilih dalam perancangan media poster adalah warna yang mencuri perhatian dan target langsung tertarik untuk melihatnya seperti warna merah dan kuning. Pengambilan warna ini karena masakan dari Sumatera Utara terkesan pedas dan warna kuning didapat pada warna mi gomak. Berikut skema warna yang di pilih :



Gambar III.21 Skema Warna
Sumber : Data Pribadi (2019)