

BAB III STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1 Khalayak Sasaran

Untuk mendapatkan pesan yang efektif dan efisien dari sebuah perancangan, maka sebaiknya menentukan dahulu khalayak sasaran yang akan dituju dan menertima rancangan tersebut dan cara seperti apa yang tepat untuk menyampaikan pesan kepada khalayak sasaran agar pesan tersampaikan dengan baik dan benar.

Menurut Sholihah (2013) menjelaskan bahwa “segmentasi khalayak adalah proses membagi dan mengatur khalayak menjadi beberapa kelompok kecil orang yang memiliki kebutuhan, kecenderungan, dan karakteristik yang sama sehubungan dengan aspek-aspek komunikasi.” Berdasarkan penjelasan tersebut, khalayak sasaran harus ditentukan dan dipertimbangkan supaya tidak menjadi salah sasaran dan kegiatan serta masalah apa saja yang terjadi pada golongan khalayak sasaran.

III.1.1 Segmentasi

- **Demografis**

Segmentasi demografis menurut Suyanto (2005) adalah pengelompokan pasar berdasarkan variabel-variabel pendapatan, jenis kelamin, pendidikan, jumlah penduduk, usia, ukuran keluarga, siklus hidup keluarga, pekerjaan, agama, ras, generasi, kewarganegaraan, dan kelas sosial (h.7). Berikut adalah demografis dari perancangan makanan khas Banten saat Ramadhan, yaitu :

- Sasaran : Dewasa
- Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan
- Usia : 17 Tahun – 25 Tahun
- Pendidikan : SMA, Sarjana
- Agama : Semua Agama
- Kelas sosial : Menengah ke bawah dan menengah ke atas
- Target Primer : Penikmat Kuliner
- Target Sekunder : Masyarakat Luas

Pemilihan khalayak sasaran untuk perancangan ini adalah dewasa awal berusia 17 tahun–25 tahun. Karena pada usia dewasa awal sudah memiliki tanggung jawab atas segala sesuatu yang diperbuatnya dan diharapkan pada usia tersebut, kematangan dalam berfikir untuk memiliki keinginan belajar mengetahui hal baru, terlebih dibidang kuliner.

- **Geografis**

Segmentasi geografis menurut Rangkuti (2011) adalah segmentasi yang membagi pasar menjadi beberapa unit secara geografis, seperti negara, regional, negara bagian, provinsi, kota, atau kompleks perumahan (h.1).

Wilayah : DKI Jakarta

Tempat : Urban

Iklim : Tropis

Dari segi Geografis, khalayak sasaran perancangan ini ditujukan kepada seluruh penikmat kuliner dan masyarakat di Indonesia dengan dikhususkan di DKI Jakarta. Karena DKI Jakarta merupakan pusat ibu kota Indonesia. Perancangan dilakukan di Kota Bandung sedangkan penelitian dilakukan di Kota Serang.

- **Psikografis**

Segmentasi psikografis menurut Suyanto (2005) adalah pengelompokan pasar dalam variabel gaya hidup, nilai, dan kepribadian. Minat terhadap suatu produk dipengaruhi oleh gaya hidup, sehingga barang yang dibeli oleh orang–orang tersebut menunjukkan gaya hidupnya (h.13).

Dari segi Psikografis, perancangan ini ditujukan kepada seluruh dewasa awal umur 17 – dewasa akhir umur 25 tahun yang menyukai segala hal dalam bidang kuliner mulai dari sejarah, cara pembuatan dan cara menyajikannya. Karena pada usia dewasa sudah memiliki tanggung jawab atas segala sesuatu yang diperbuatnya dan diharapkan pada usia tersebut, kematangan dalam berfikir untuk memiliki keinginan belajar mengetahui hal baru, terlebih dibidang kuliner.

III.1.2 Consumer Journey

Consumer Journey merupakan sebuah presentasi visual yang menggambarkan hubungan serta interaksi antara pelanggan dengan organisasi atau *brand* tertentu (Sarah, 2016). Berikut ini adalah *Consumer Journey* dari target khalayak yang ditentukan, Untuk mencapai dan menentukan komunikasi yang baik, maka *Consumer Journey* ini lah yang menjadi patokan dari media yang akan dibuat, dengan mengetahui semua aktifitas dari Khalayak sasaran proses komunikasi akan lebih mudah dan efektif kepada khalayak sasaran yaitu penikmat kuliner dan dewasa usia 21 sampai dengan umur 50 tahun yang biasanya berstatus Sarjana dan Pegawai.

Tabel III.1 *Consumer Journey Dewasa*
Sumber: Data Pribadi

Suasana	Jam	Kegiatan	Tempat	<i>Point Of Contact</i>
Pagi	04.30	Bangun tidur	Kamar tidur	Jam dinding, gawai
	04.45	Mandi, Berpakaian	Kamar mandi, kamar tidur	Alat mandi, jam dinding, gawai
	05.00	Sholat Subuh	Masjid	Jam dinding
	06.00	Bermain gawai	Kamar tidur	iklan sosial media
	06.15	Sarapan	Ruang makan	Tempat makan, botol air minum, clemek, Talenan
	06.30	Berangkat kerja	Jalan raya	Gantungan kunci, poster
	07.00	Kerja	Kantor	Buku catatan
Siang	12.00	Istirahat, Sholat, Makan siang, Bermain gawai	Masjid, Kantin	Botol minum, tempat makan, iklan sosial media Instagram

	12.30	Berkumpul dengan teman, membaca buku	Taman, Kafe	Buku, Poster, gelas, botol minum
	16.00	Pulang Kerja	Jalan raya	Gantungan kunci, poster, billboard, stiker
Sore	17.00	Santai, bermain gawai, membaca buku	Ruang tamu, kamar tidur,	Iklan sosial media, Kalender, jam dinding, buku
	17.30	Mandi	Kamar mandi	Alat mandi
	17.45	berpakaian	Kamar tidur	Pakaian, aksesoris
	18.00	Sholat	Masjid	Jam dinding
Malam	18.30	Mempersiapkan makan malam	Dapur	Gelas Mug, tempat makan, Talenan, Clemek
	19.00	Makan malam	Ruang makan	Gelas Mug, tempat makan, Piring
	20.00	Membaca buku, Jalan – jalan bersama keluarga / Teman-teman	Rumah, Mall, Restoran	Buku, Gawai ,Iklan sosial media, Gantungan kunci, poster, billboard, stiker
	21.30	Tidur	Kamar tidur	Gawai, jam dinding, kalender

III.1.3 Consumer Insight

Consumer insight merupakan kemampuan produsen dalam mempelajari kebutuhan khalayak sasaran sehingga diharapkan mampu tercipta interaksi yang saling menguntungkan serta konsisten antara khalayak sasaran dan produsen dalam hal pemasaran, penjualan, dan pelayanan yang terintegrasi (Warni, 2016). *Consumer Insight* dalam perancangan media informasi makanan khas Banten saat Ramadhan adalah sebagai berikut :

- Menyukai makanan khas tradisional di Indonesia.
- Mengetahui hal-hal seputar makanan khas tradisional.
- Mengetahui makanan khas pada bulan Ramadhan di kota Serang.

III.2 Strategi Perancangan

Strategi perancangan dalam pembuatan konsep perancangan media informasi makanan khas Banten saat Ramadhan digunakan agar pesan dan tujuan yang disampaikan kepada para penikmat kuliner dan masyarakat luas dapat dimengerti dengan baik dan efektif, strategi perancangan berdasarkan dari analisa dan riset yang dilakukan.

III.2.1 Tujuan Komunikasi

Komunikasi merupakan suatu proses tindakan atau peristiwa yang terjadi secara berurutan serta berkaitan satu sama lainnya dalam kurun waktu tertentu yang dilakukan secara sadar, disengaja, serta sesuai dengan tujuan dari pelakunya (Oktarina, Abdullah, 2017: h.3).

Tujuan komunikasi yang dilakukan dalam perancangan media informasi makanan khas Banten saat Ramadhan adalah agar makanan–makanan khas di Banten dapat diketahui oleh para penikmat kuliner dan masyarakat luas mulai dari sejarah, cara pembuatan serta cara menyajikannya.

III.2.2 Pendekatan Komunikasi

Pendekatan komunikasi dilakukan dengan dua cara yaitu dengan cara pendekatan visual dan pendekatan verbal. Secara visual dengan berbentuk *layout*, warna, dan ilustrasi sedangkan secara verbal adalah dengan berbentuk teks.

III.2.2.1 Komunikasi Verbal

Komunikasi verbal adalah komunikasi yang menggunakan kata-kata, entah lisan maupun tertulis. Komunikasi ini sering dipakai dalam hubungan antar manusia. Melalui kata-kata, mereka mengungkapkan perasaan, emosi, pemikiran dan gagasan. Menyampaikan fakta, data dan informasi serta menjelaskannya (Hardjana, 2003: h.22).

Komunikasi verbal yang digunakan pada perancangan informasi makanan khas Banten saat Ramadhan ini adalah dengan menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan tidak kasar. Menggunakan kosakata yang mudah untuk dipahami oleh para penikmat kuliner dan dewasa sebagai khalayak sasaran.

III.2.2.2 Komunikasi Visual

Komunikasi visual adalah media komunikasi yang ditangkap, dilihat dan dipahami oleh indra penglihatan. Misalnya surat, surat kabar, faksimili, majalah, buku, buletin, dan sejenisnya (Asriel, Armiati, Frista, 2016: h.77).



Gambar III.1 Visual Ilustrasi Foto Makanan
Sumber: <https://www.jlfuoco.ca/3458136-food-photography>
(Diakses pada 10/07/2018)

Komunikasi visual yang digunakan pada perancangan informasi makanan khas Banten saat Ramadhan ini adalah menggunakan teknik fotografi dari setiap makanan khas Banten saat Ramadhan dengan cara pengambilan *close up*, *medium shoot angle*, *bride shoot angle* dan ilustrasi dari sejarah makanan khas tersebut.



Gambar III.2 Visual Ilustrasi Penempatan Objek
Sumber: <http://www.indesignskills.com/inspiration/magazine-layout-design/>
(Diakses pada: 10/07/2018)

Penempatan objek sangat penting supaya visual yang disampaikan dapat dimengerti oleh khalayak sasaran. Didalam foto tersebut terdapat penjelasan tentang tradisi dari makanan khas tersebut, cara membuatnya makanannya serta cara menyajikan makanan khas tersebut.



Gambar III.3 Visual Ilustrasi Novel Grafis

Sumber: <http://kartun-indonesia.blogspot.com/2014/07/konspirasi-pembunuhan-munir-dalam.html> (Diakses pada: 16/07/2018)

Perancangan ini juga memakai ilustrasi komik sebagai media yang ditampilkan dalam buku “Kuliner Ramadhan Khas Banten” jenis komik yang dipakai adalah jenis komik novel grafis yaitu komik yang berisi cerita–cerita putus sesuai dengan sejarah makanan yang disampaikan.

III.2.3 Mandatory

Dalam perancangan informasi makanan khas Banten saat Ramadhan ini bekerja sama dengan Dinas Pariwisata Provinsi Banten karena berperan dalam memberikan data–data tentang makanan khas Banten. Dinas Pariwisata Provinsi Banten juga menyimpan serta menjaga data–data tentang makanan khas Banten sehingga pemilihan Dinas Pariwisata Provinsi Banten dianggap pantas sebagai *mandatory* perancangan informasi makanan khas Banten saat Ramadhan.



Gambar III.4 Dinas Pariwisata Provinsi Banten
Sumber: <https://dispar.bantenprov.go.id/>
(Diakses pada: 05/06/2018)

Dinas Pariwisata Provinsi Banten memiliki ASIPA (Asosiasi Industri Kreatif dan Pelaku Usaha). ASIPA adalah salah satu organisasi pelaku usaha yang difasilitasi oleh Dinas Pariwisata Provinsi Banten, dan makanan khas masuk di dalamnya. Pelaku kuliner di dalam organisasi ASIPA sangat banyak mulai dari makanan utama, kue–kue sampai dengan lauk pauknya mudah didapatkan dengan adanya organisasi ekonomi kreatif tersebut. sebelum adanya organisasi ekonomi kreatif, pemerintah Provinsi Banten cukup sulit untuk mendapatkan data–data berupa jenis makanan khas Banten karena hanya dari lisan masyarakat satu dengan yang lainnya.



Gambar III.5 Logo Penerbit PT Gramedia Pustaka Media
Sumber: <https://dispar.bantenprov.go.id/>
(Diakses pada: 05/06/2018)

Dalam perancangan media informasi mengenai makanan khas Banten saat Ramadhan bekerja sama dengan penerbit PT Gramedia Pustaka Media dalam mencetak dan menerbitkan buku makanan khas Banten saat Ramadhan. PT

Gramedia Pustaka Media dipilih karena cocok untuk menerbitkan buku tentang informasi makanan–makanan khas Banten.

III.2.4 Materi Pesan

Dalam perancangan media informasi makanan khas Banten saat Ramadhan, terdapat beberapa pesan yang akan disampaikan, yaitu :

1. Sejarah adanya makanan khas Banten saat bulan Ramadhan.
2. Menjelaskan komposisi makanan khas supaya khalayak sasaran mengetahui cara pembuatannya.
3. Cara menyajikan makanan khas Banten saat Ramadhan.
4. Tradisi apa saja yang ada pada setiap makanan khas Banten saat Ramadhan.

III.2.5 Gaya Bahasa

Gaya bahasa yang dipakai adalah gaya bahasa yang lugas. Menggunakan bahasa Indonesia yang singkat, padat, dan jelas kepada inti pesan dan sejarah serta cara pembuatan dari makanan khas Banten tersebut. Tidak menggunakan makna ganda atau kiasan, agar khalayak sasaran dapat memahami dan mengartikannya dengan baik. Sehingga pesan yang tersampaikan dalam perancangan ini mudah diterima oleh khalayak sasaran.

III.2.6 Strategi Kreatif

Strategi kreatif dalam perancangan ini meliputi *Copywriting*, *Storyline*, dan Visualisasi

- *Copywriting*

Dengan penulisan judul berupa “Makanan Khas Banten saat Ramadhan”, dapat diartikan bahwa dalam informasi ini berisikan segala informasi tentang makanan khas Banten pada bulan Ramadhan.

- *Storyline*

Konten dalam perancangan ini berisi sejarah makanan khas Banten saat Ramadhan, tradisi makanan khas Banten saat Ramadhan, foto dari makanan

khass tersebut, ilustrasi dari sejarah makanan khas tersebut serta bagaimana pembuatan dari makanan khas saat Ramadhan tersebut. Berikut adalah tabel *storyline* dari isi buku media informasi makanan khas Banten saat Ramadhan :

Tabel III.2 *Storyline Konten*
 Sumber: Data Pribadi
 (Dibuat pada 03/07/2018)

No	Konten
	Cover Depan
	Cover Isi Penerbit
	Kata Pengantar
	Daftar Isi
1	Foto Makanan Apem Putih + Teks “Apem Putih Khas Pandeglang”
2	Ilustrasi Sejarah Kue Apem Putih Pandeglang
3	Ilustrasi Sejarah Kue Apem Putih Pandeglang
4	Foto Makanan Kue Apem Putih + Cara Pembuatan (Komposisi)
5	Foto Makanan Kue Apem Putih + Cara Pembuatan (Komposisi)
6	Foto Makanan Kue Apem Putih + Cara menyajikan + Tradisi pada makanan khas tersebut
7	Foto Makanan Bontot + Teks “Si Bontot Khas Pontang”
8	Ilustrasi Sejarah Bontot Pontang
9	Ilustrasi Sejarah Bontot Pontang
10	Foto Makanan Bontot Pontang + Cara Pembuatan (Komposisi)
11	Foto Makanan Bontot Pontang + Cara Pembuatan (Komposisi)
12	Foto Makanan Bontot Pontang + Cara menyajikan + Tradisi pada makanan khas tersebut
13	Foto Makanan Cucuwer + Teks “Cucuwer Teman Berbuka”
14	Ilustrasi Sejarah Cucuwer
15	Ilustrasi Sejarah Cucuwer
16	Foto Makanan Cucuwer + Cara Pembuatan (Komposisi)
17	Foto Makanan Cucuwer + Cara Pembuatan (Komposisi)

18	Foto Makanan Cucuwer + Cara menyajikan + Tradisi pada makanan khas tersebut
19	Foto Makanan Kue Jojorong + Teks “Jojorong Khas Pasar Lama”
20	Ilustrasi Sejarah Kue Jojorong
21	Ilustrasi Sejarah Kue Jojorong
22	Foto Makanan Kue Jojorong + Cara Pembuatan (Komposisi)
23	Foto Makanan Kue Jojorong + Cara Pembuatan (Komposisi)
24	Foto Makanan Kue Jojorong + Cara menyajikan + Tradisi pada makanan khas tersebut
25	Foto Makanan Ketan Bintul + Teks “Ketan Bintul : Cemilan Para Sultan”
26	Ilustrasi Sejarah Ketan Bintul
27	Ilustrasi Sejarah Ketan Bintul
28	Foto Makanan Ketan Bintul + Cara Pembuatan (Komposisi)
29	Foto Makanan Ketan Bintul + Cara Pembuatan (Komposisi)
30	Foto Makanan Ketan Bintul + Cara menyajikan + Tradisi pada makanan khas tersebut
31	Foto Makanan Ketan Bintul + Teks “Ketan Bintul : Cemilan Para Sultan”
32	Ilustrasi Sejarah Balok Menes
33	Ilustrasi Sejarah Balok Menes
34	Foto Makanan Balok Menes + Cara Pembuatan (Komposisi)
35	Foto Makanan Balok Menes + Cara Pembuatan (Komposisi)
36	Foto Makanan Balok Menes + Cara menyajikan + Tradisi pada makanan khas tersebut
37	Pembatas cover isi
38	Cover Belakang

- *Storyboard*

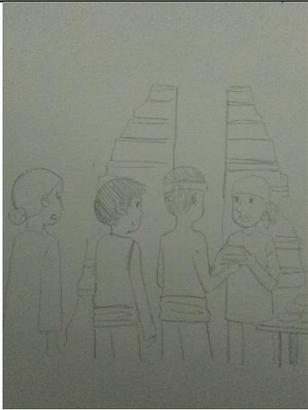
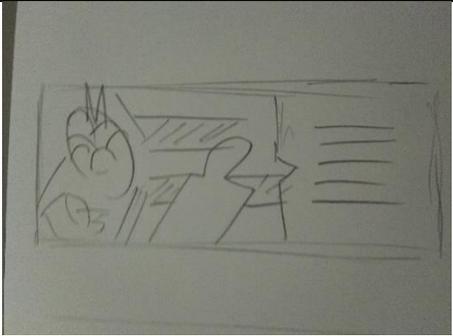
Storyboard digunakan agar mempermudah dalam membuat buku media informasi yang berisi tentang makanan khas Banten saat Ramadhan, mulai dari foto makanan, ilustrasi sejarah, bahan-bahan, cara membuat serta

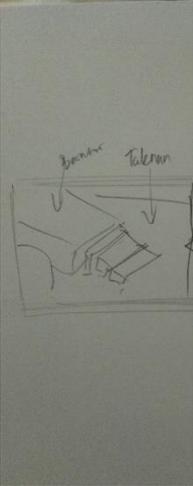
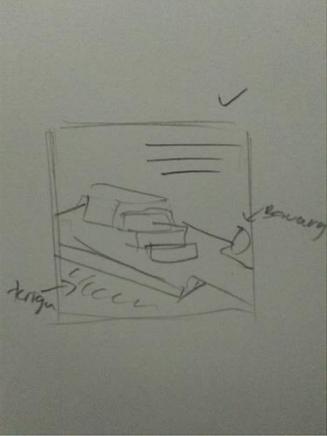
menyajikannya dirangkum dalam *storyboard*. Berikut adalah *storyboard* dari pembuatan buku media informasi makanan khas Banten saat Ramadhan :

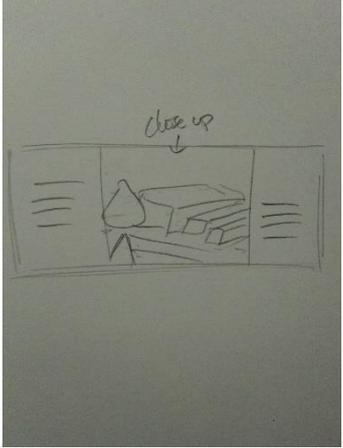
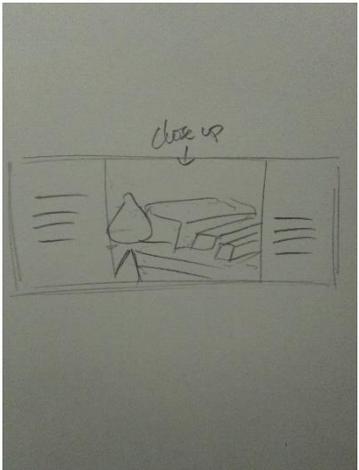
Tabel III.3 *Storyboard* isi Konten
 Sumber: Data Pribadi
 (Dibuat pada 03/07/2018)

<i>Cover</i>		
Judul : Makanan Ramadhan Khas Banten		
<i>Background</i>		
Cover Penerbit		
<i>Background</i>		
Kata Pengantar		
<i>Background</i>		
Daftar Isi		
<i>Background</i>		
Hal	Gambar	Isi Konten
1		Judul : Kue Apem Putih Makanan Khas Pandeglang

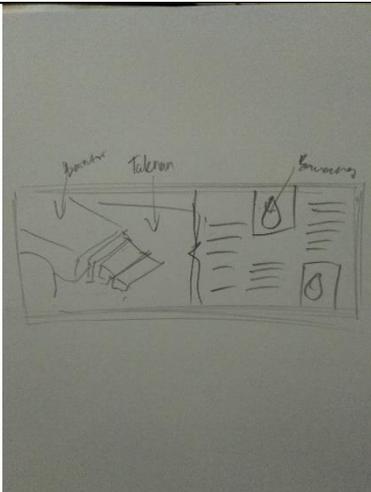
2		-
3	-	<p>Kue Apem Putih adalah makanan khas dari daerah Pandeglang tepatnya di daerah Cimanuk. Kue Apem Putih terbuat dari olahan beras yang telah digiling menjadi tepung beras dan tape yang telah difermentasi.</p>
4		<p>Sejarah : Pada jaman dahulu, Kesultanan Banten dan Kesultanan Cirebon memiliki hubungan erat sehingga terjadinya pertukaran budaya.</p>

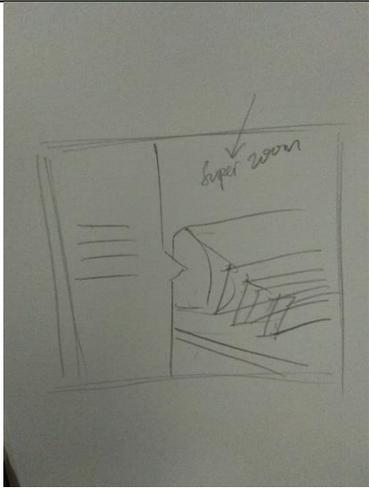
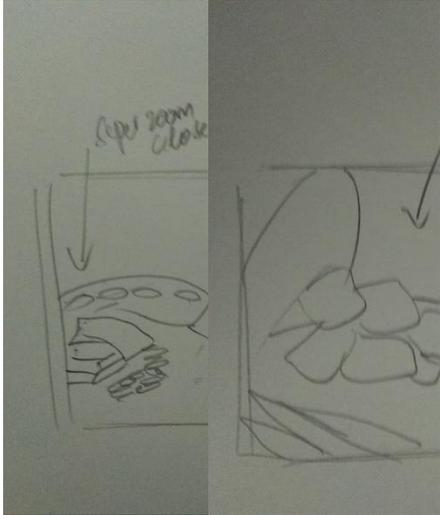
5		<p>Sejarah :</p> <p>Apem Putih dalam kesultanan Banten memiliki tradisi "ngapem" berasal dari keraton yang sering membagi – bagikan Apem Putih pada saat bulan Ramadhan.</p>
6		-
7	-	<p>Komposisi dari Kue Apem Putih + Langkah–langkah cara membuat Kue Apem Putih.</p>
8	-	<p>Cara Menyajikan Kue Apem Putih : Kue Apem Putih khas Pandeglang biasa disajikan oleh masyarakat Pandeglang yaitu dengan secangkir teh atau kopi. Kue Apem Putih ini juga biasa</p>

		disajikan saat hangat ataupun dingin.
9		-
10		-
11		Judul : Si Bontot Khas Pontang

<p>12</p>		<p>Bontot merupakan makanan khas Banten yang berasal dari daerah Pontang. Ikan Payus merupakan bahan utama pembuatan Bontot.</p>
<p>13</p>		<p>Jenis Ikan Payus di beberapa daerah memiliki nama berbeda-beda seperti ikan bandeng laki, borjon, burjun, seperen, kacangan dan ubi jurjun. Ikan payus juga menjadi daftar hewan yang dibudidayakan oleh beberapa negara di Asia karena ikan payus mengandung banyak kalsium di dalam tulang ikannya.</p>

<p>14</p>		<p>Pada suatu hari di desa Pontang terdapat sebuah keluarga dan keluarga tersebut memiliki anak bunsu yang menangis karena ingin meminta suatu makanan. Namun keluarganya bingung apa makanan yang ia inginkan.</p>
<p>15</p>		<p>Setelah berdiskusi dengan ibu, si ayah pun mempunyai inisiatif untuk membuat suatu makanan yang baru, ia segera bergegas pergi ke sungai untuk mencari ikan untuk diolah menjadi suatu yang mungkin akan disukai oleh anak bungsunya tersebut</p>

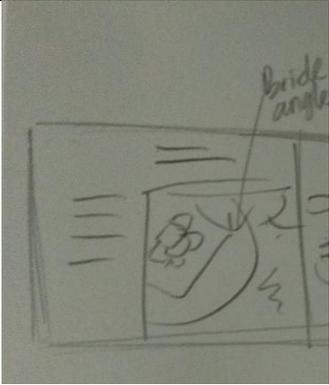
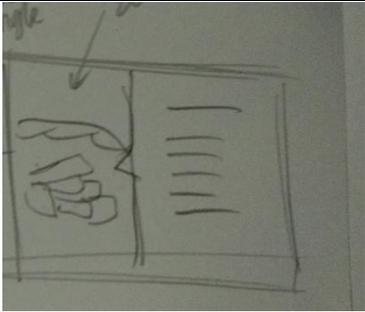
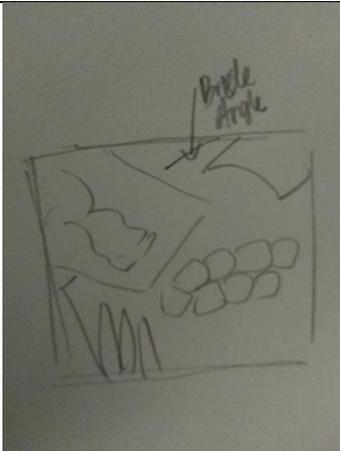
		Setelah makanan itu jadi, si bungsu pun dengan lahap menyantapnya dan menghentikan tangisan panjangnya itu. Sejak saat itu, makanan ini diberi nama bontot, sesuai dengan sebutan anak bungsu.
17		Komposisi dari Bontot + Langkah-langkah cara membuat Bontot.
18	-	Cara Menyajikan : Bontot Khas Pontang biasa disajikan sebagai cemilan dan saat berbuka puasa. Bontot pontang juga biasa ditambahkan dengan bumbu kacang sebagai pelengkap rasa.
19	-	-

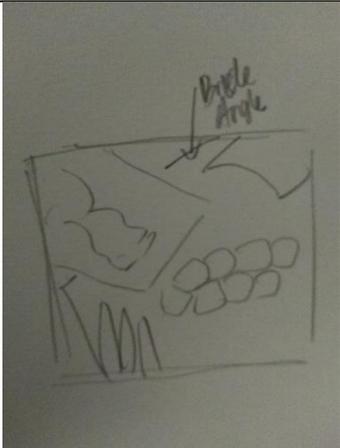
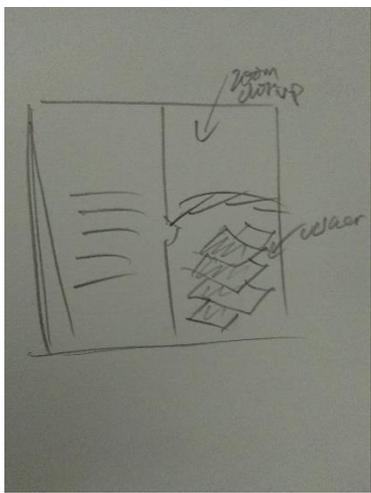
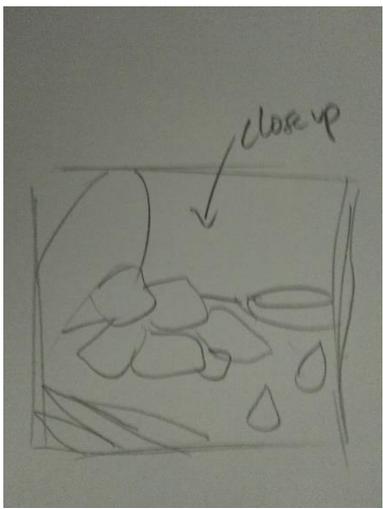
		
20		-
21	-	Judul : Kue Cucuwer dan Ketan Bintul Makanan Khas Para Sultan
22	-	Kue Cucuwer : Makanan khas Kota Serang yang terbuat dari tepung beras dengan bahan pewarna alami dari daun suji. Cucuwer terkenal hanya ada saat bulan puasa

		<p>sebagai teman berbuka. Cumer memiliki tekstur yang lembut serta pulen, ditambah dengan rasa gurih dari parutan kelapa.</p>
23		
24		-
25	-	<p>Judul : Ketan Bintul, Makanan Sultan Untuk Berbuka Puasa Ketan Bintul merupakan makanan</p>

		<p>khas Kota Serang. Ketan Bintul sudah ada sejak abad ke-16 pada saat jaman kerajaan sultan Maulana Hasanudin. Teksturnya yang pulen serta memiliki rasa yang gurih dan ditambah dengan kuah daging empal ini menjadi salah satu makanan favorit kesultanan Banten.</p>
<p>26 - 27</p>		<p>Sejarah : Sultan Maulana Hasanudin merupakan salah satu Raja yang dihormati oleh rakyatnya.</p>

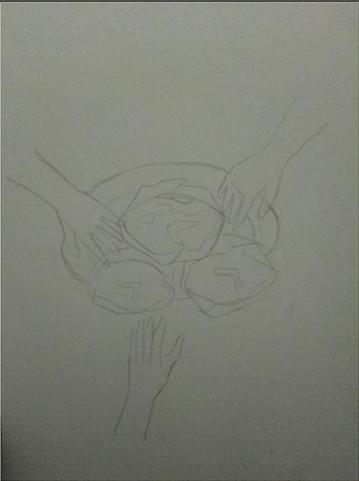
		<p>Sejarah :</p> <p>Makanan Ketan Bintul merupakan makanan khas rakyat biasa pada jaman kesultanan Banten. Namun Ketan Bintul juga merupakan makanan kegemaran Sultan Maulana Hasanuddin.</p>
28		<p>Sejarah :</p> <p>Sejak saat itu, pada bulan Ramadhan rakyat Banten menjadikan Ketan Bintul sebagai tradisi untuk berbuka puasa dan tanda penghormatan kepada kesultanan Banten.</p>
29		<p>Sejarah :</p> <p>Kue Cucuwer juga dijadikan sebagai makanan penghormatan kepada kesultanan dan tradisi saat berbuka puasa oleh rakyat Banten karena Sultan Maulana Hasanuddin</p>

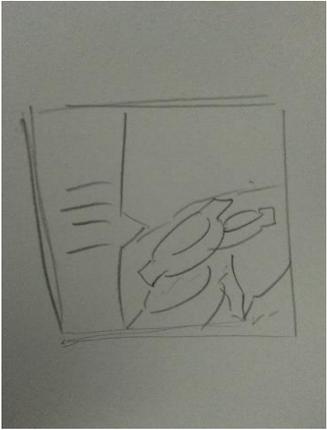
		juga menyukai Kue Cucuwer.
30		Komposisi dari Kue Cucuwer.
31		Langkah-langkah cara membuat Kue Cucuwer.
32		Komposisi dari Ketan Bintul

33		Langkah-langkah cara membuat Ketan Bintul.
34		<p>Cara Menyajikan Cucuwer :</p> <p>Cuwer khas serang biasa disajikan dengan secangkir teh sebagai cemilan pembuka saat bulan puasa. Cuwer juga menjadi santapan favorit masyarakat Banten saat bulan puasa.</p>
35		<p>Cara Menyajikan Ketan Bintul :</p> <p>Ketan Bintul khas Banten ini biasa disajikan saat berbuka puasa. Ketan bintul juga biasa ditambahkan dengan kuah emping; daging dan ditaburi serundeng kelapa sebagai rasa gurihnya.</p>

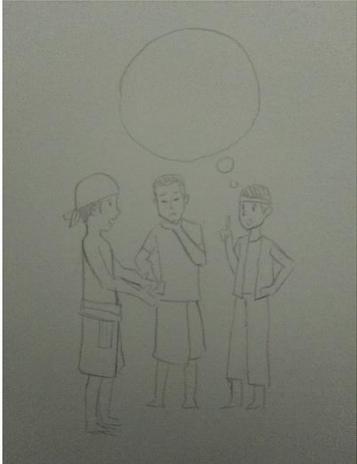
		Ketan Bintul bisa disajikan saat panas ataupun dingin dengan secangkir teh manis dingin.
36		-
37		Judul : Kue Jojorong Si Legit khas Pandeglang
38	-	Kue Jojorong Si Legit Khas Pandeglang : Jojorong, kue yang berasal dari Pandeglang ini berbentuk bulat dengan wadah daun pisang. Daun pisang dibuat bulat dengan pengikat tusukan lidi. Jojorong berbahan

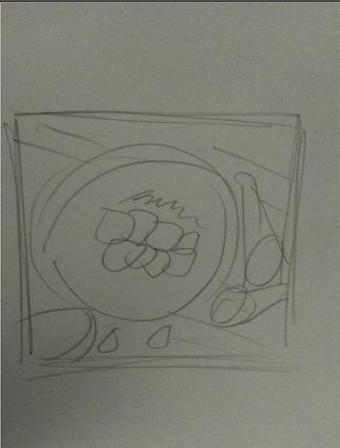
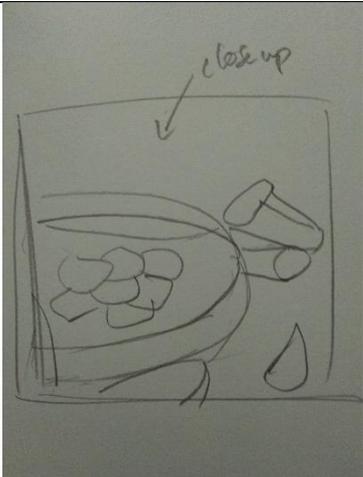
		<p>dasar tepung beras dan santan kelapa. Adonan dimasukkan ke dalam cetakan daun kelapa. Bagian dalam adonan diberi gula aren atau gula merah.</p>
39		-
40		<p>Kue Jojorong pada jaman Kesultanan sering dijadikan sebagai acara Maulid Nabi hingga sekarang dan juga ada pada saat bulan Ramadhan sebagai menu berbuka.</p>

41		<p>Setelah acara Maulid Nabi selesai, masyarakat biasanya bersama-sama memakan hidangan yang sudah disajikan oleh kesultanan dan salah satunya Kue Jojorong.</p>
42 - 43		-
43	-	<p>Komposisi dari Kue Jojorong + Langkah-langkah cara membuat Kue Jojorong.</p>

44		<p>Cara Menyajikan Kue Jojorong :</p> <p>Ketika bulan puasa atau Ramadhan, Kue jojorong selalu menjadi makanan berbuka yang wajib ada. Kue jojorong biasa disajikan dengan secangkir teh atau kopi. Ketika kue jojorong dimakan lelehan campuran gula aren terasa di dalam mulut.</p>
45		<p>Judul :</p> <p>Balok Menes Khas Pandeglang</p>
46	-	<p>Kue Balok Menes khas Pandeglang ini berbentuk pipih dan biasa diwadahi dengan daun pisang sebagai alasnya. Kue Balok yang terbuat dari singkong ini ditumbuk dan memiliki tekstur</p>

		yang pulen, biasanya kue balok ditambahkan dengan serundeng kelapa dan ditaburi bawang goreng supaya terasa gurih.
47		-
48 - 49		Pada jaman penjajahan oleh Belanda di Pandeglang, semua persawahan dibakar oleh tentara belanda sehingga menyebabkan masyarakat Pandeglang bingung makanan pokok tidak ada.

		<p>Masyarakat Pandeglang saat itu mengungsi dari kekuasaan Belanda dan berdiskusi untuk makan apa sebagai pengganti makanan pokok. Dan singkong menjadi makanan pokok sementara masyarakat Pandeglang.</p>
		<p>Masyarakat Pandeglang mencoba mengolah singkong agar mudah dimakan dan tidak keras. Lalu singkong direbus dan ditambahkan rempah-rempah dan dinamakan Balok Menes yang berasal dari Desa Menes.</p>
<p>50</p>		<p>Komposisi dari Balok Menes + Langkah-langkah cara membuat Balok Menes.</p>

51		
52		<p>Cara Menyajikan Balok Menes : Balok Menes biasa disajikan dengan teh hangat saat waktu berbuka puasa. Balok Menes juga menjadi makanan yang wajib ada saat lebaran tiba.</p>
53	Daftar Pustaka	
54	Riwayat Hidup	
55	Cover Belakang	

- Visualisasi

Dalam perancangan informasi makanan khas Banten saat Ramadhan ini terdapat beberapa halaman berisikan tentang profil makanan, ilustrasi makanan dan juga teks sejarah beserta ilustrasinya dan foto dari makanan khas Banten saat Ramadhan. Menggunakan bahan *Art Paper* 250gr untuk sampulnya dan *Art Paper* 150gr untuk isi dari media informasi tersebut.

III.2.7 Strategi Media

Dengan pemilihan media buku sebagai media utama, disertai beberapa media pendukung, dan tentang strategi pendistribusian agar mendapatkan target pasar yang luas bagi media utama.

- Media Utama

Media utama yaitu dalam bentuk buku informasi, didalam buku informasi ini berisikan profil dari makanan khas Banten saat Ramadhan, ilustrasi foto dari makanan khas Banten saat Ramadhan, serta teks sejarah beserta ilustrasinya dan cara pembuatan dari makanan khas Banten saat Ramadhan.

- Media Pendukung

Media pendukung disini berguna untuk memberitahu eksistensi buku tersebut, ataupun sebagai penarik minat para para penikmat kuliner maupun masyarakat luas untuk membeli dan membaca media utama. Media pendukung pada perancangan ini dipilih sesuai data dari *Consumer Journey* dan dipilih dari kesesuaian dengan jenis tema dari perancangan ini yaitu tentang makanan, media tersebut adalah:

- a. Media Informasi

Media pendukung informasi adalah sebagai sarana yang digunakan untuk menginformasikan tentang buku makanan khas Banten saat Ramadhan kepada khalayak sasaran. Berikut media informasi yang digunakan :

- *X-Banner*

X-banner yang akan digunakan adalah ukuran 60 cm x 160 cm dan memiliki penyangganya. Saat buku ditampilkan dalam acara, media informasi ini digunakan saat mengikuti acara festival kuliner Banten oleh Dinas Pariwisata Provinsi Banten.

- Poster

Poster merupakan media penyampaian pesan yang berisi gambar dan teks dalam ukuran tertentu. Pembuatan poster dalam media pendukung ini

bertujuan untuk memperkenalkan makanan khas Banten, melalui media sosial yaitu instagram.

b. *Merchandise*

Merchandise diberikan ketika khalayak sasaran membeli buku media utama makanan khas Banten saat Ramadhan sebagai souvenir yang sekilas bertujuan untuk mengetahui maksud dari media utama. Berikut adalah *merchandise* dari buku makanan khas Banten saat Ramadhan :

- Buku catatan

Media buku catatan dapat berguna sebagai alat menulis resep makanan ataupun menuliskan hal-hal yang penting. Dengan media ini khalayak sasaran dapat sekilas mengetahui maksud dari media utama.

- *Tumbler*

Media *tumbler* atau tempat penyimpanan air dapat berguna sebagai alat untuk minum dan juga dengan media ini khalayak sasaran dapat lebih mudah mengingat media utamanya.

- Kotak Makanan

Kotak makanan menjadi media pendukung berguna sebagai tempat menyimpan makanan dan dengan media ini khalayak sasaran dapat sekilas mengetahui maksud dan tujuan dari media utama yang dibuta.

- *Totebag*

Totebag menjadi media pendukung dalam pembuatan buku visual makanan khas Banten ini, *Totebag* dapat digunakan oleh khalayak sasaran sebagai tempat penyimpanan buku atau bahan belanjaan. Media ini dapat dibawa dimanapun seperti perkantoran atau pasar.

- Apron / Celemek

Celemek dapat berguna sebagai alat yang dipakai untuk memasak di dapur. Dengan media ini khalayak sasaran dapat sekilas mengetahui maksud dari media utama.

- Gantungan Kunci

Media gantungan kunci dapat berguna sebagai hiasan untuk tas, kunci dan lain-lain. Dengan media ini khalayak sasaran dapat sekilas mengetahui maksud dan tujuan dari media utamanya.

- Talenan

Talenan dapat berguna sebagai alas jika memotong bahan-bahan untuk makanan. Dengan media ini khalayak sasaran dapat sekilas mengetahui maksud dan tujuan dari media utamanya.

III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Strategi Distribusi merupakan cara untuk mengatur waktu dan tempat untuk mempermudah penyampaian suatu media. Penyampaian media dilakukan dengan dua cara yaitu dengan media *online* dan media *offline*. Penyebaran media *online* dilakukan dengan menggunakan media sosial berupa instagram. Sedangkan penyebaran secara *offline* dilakukan secara langsung dengan mengikuti kegiatan yang diadakan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Banten yaitu festival kuliner khas Banten. Distribusi media utama “Kuliner Ramadhan Khas Banten” ini akan diperjualbelikan pada acara festival kuliner Banten yang dilakukan pada tanggal 2 oktober 2018 dengan harga Rp.85.000. Pada acara tersebut strategi pendistribusian diharapkan dapat sampai kepada khalayak sasaran.

Tabel III.3 Distribusi Waktu
Sumber: Data Pribadi
(Dibuat pada 03/07/2018)

Media	2018											
	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agt	Sep	Okt	Nov	Des
Buku		■		■		■		■		■	■	■
Poster	■		■		■		■		■		■	
Talenan		■		■		■		■		■	■	■
Buku Catatan				■			■			■	■	
<i>Tumbler</i>				■				■		■	■	■
<i>Clemek</i>			■				■			■	■	
Gantungan Kunci		■		■		■		■		■	■	
<i>Kotak Makanan</i>			■		■		■			■	■	

Totebag												
---------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Tabel III.4 Distribusi Cara Mendapatkan dan Tempat Distribusi
 Sumber: Data Pribadi
 (Dibuat pada 03/07/2018)

Media	Distribusi
Buku	Buku informasi mengenai makanan khas Banten saat Ramadhan dipasarkan pada saat acara festival kuliner yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Banten
Poster	Poster didistribusikan melalui akun instagram @kulineramadhan
Talenan	Talenan didistribusikan sebagai <i>souvenir</i> pada saat acara festival kuliner yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Banten
Buku catatan	Buku catatan didistribusikan sebagai <i>souvenir</i> pada saat acara festival kuliner yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Banten
<i>Tumbler</i>	<i>Tumbler</i> didistribusikan pada saat acara festival kuliner yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Banten jika membeli buku makanan khas Banten saat Ramadhan
Apron / Clemek	Apron / Clemek didistribusikan pada saat acara festival kuliner yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Banten jika membeli buku makanan khas Banten saat Ramadhan
Gantungan Kunci	Gantungan Kunci didistribusikan sebagai <i>souvenir</i> pada saat acara festival kuliner yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Banten
Kotak Makanan	Kotak Makanan didistribusikan pada saat acara festival kuliner yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Banten jika membeli buku makanan khas Banten saat Ramadhan

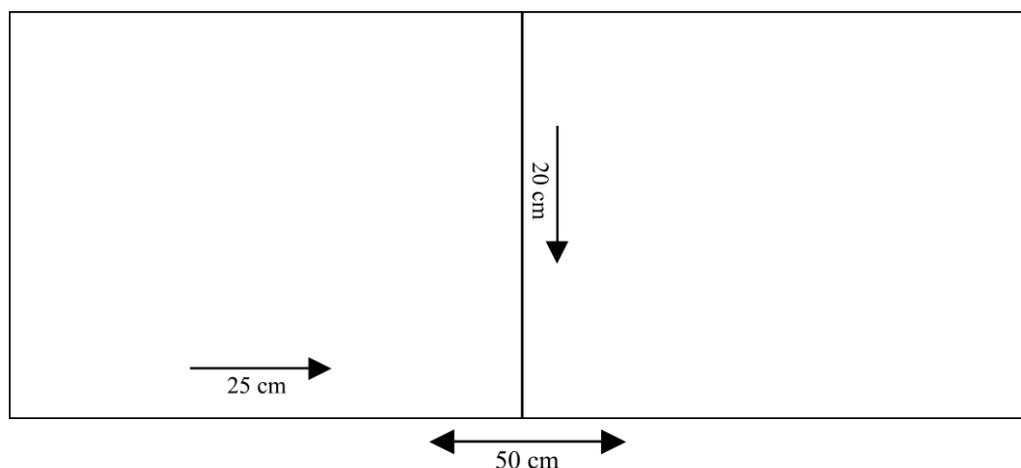
<i>Totebag</i>	<i>Totebag</i> didistribusikan pada saat acara festival kuliner yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Banten jika membeli buku makanan khas Banten saat Ramadhan
----------------	--

III.3 Konsep Visual

Konsep Visual dari buku media informasi ini adalah berisi tentang foto–foto makanan khas Banten saat Ramadhan menggunakan teknik fotografi, informasi singkat tentang makanan khas Banten saat Ramadhan, sejarah dari makanan khas Banten saat Ramadhan melalui ilustrasi, bahan–bahan dari makanan–makanan tersebut, cara membuat makanannya serta cara penyajian dari makanan khas Banten saat Ramadhan. Buku berisi informasi ini dibuat sedemikian rupa untuk menyampaikan pesan informasi secara menarik dan tersampaikan kepada khalayak sasaran.

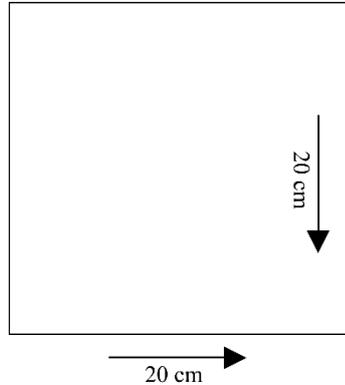
III.3.1 Format Desain

Buku berisi media informasi makanan khas Banten saat Ramadhan ini dibuat dengan format PDF dengan ukuran 25 cm x 20 cm dengan panjang buku media yaitu 50 cm. Pembuatan buku media informasi makanan khas Banten saat Ramadhan menggunakan kertas *art paper* 150gram dengan resolusi menggunakan 300 dpi dan *color mode* menggunakan CMYK.



Gambar III.6 Format Ukuran Buku
Sumber: Dokumentasi Pribadi (Dibuat pada: 08/07/2018)

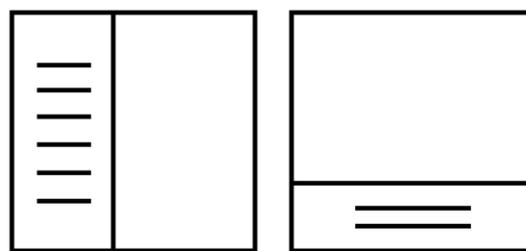
Format desain untuk poster pada sosial media instagram makanan khas Banten saat Ramadhan dibuat dengan format JPG dengan ukuran 20 cm x 20 cm menggunakan resolusi 300dpi dan *color mode* menggunakan RGB.



Gambar III.7 Format Ukuran Poster
Sumber: Dokumentasi Pribadi
(Dibuat pada: 08/07/2018)

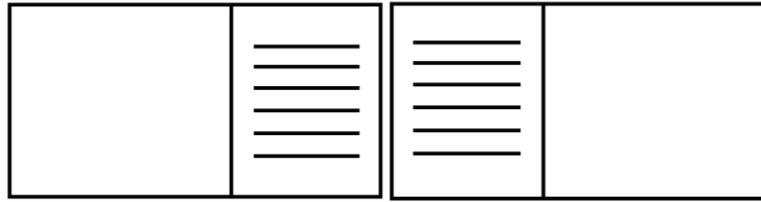
III.3.2 Tata Letak (*Layout*)

Penentuan jenis tata letak dalam pembuatan sebuah buku sangat penting karena hal ini bertujuan untuk memberikan kenyamanan dalam membaca kepada khalayak sasaran sehingga pesan tersampaikan dengan baik. Berikut adalah jenis-jenis tata letak yang dipakai dalam pembuatan buku media informasi makanan khas Banten saat Ramadhan :



Gambar III.8 Jenis Tata Letak *Picture Window Layout*
Sumber: Dokumentasi Pribadi
(Dibuat pada: 08/07/2018)

Pada bagian awal halaman buku, tata letak yang dipakai adalah jenis *Picture Window Layout*. Tampilan gambar yang besar di sisi kanan ataupun kiri dan di tambah dengan *Headline* dari gambar tersebut serta penjelasan tentang gambarnya.



Gambar III.9 Penggabungan Dua Halaman
 Sumber: Dokumentasi Pribadi
 (Dibuat pada: 08/07/2018)

Pemakaian jenis tata letak *Picture Window Layout* juga ditampilkan pada halaman selanjutnya. gambar dibuat *close up* ataupun *medium* untuk memberikan variasi halaman berbeda disetiap buku. Dua halaman sekaligus dipakai menjadi satu konten untuk memberikan kejelasan pada gambar serta *headline* dan keterangan dari isi gambar yang mengikutinya.

III.3.3 Tipografi

Menurut Kusrianto (2010) tipografi merupakan seni dan teknik dalam merancang maupun menata aksara dalam kaitannya untuk menyusun visual, baik cetak maupun non-cetak. Dalam perancangan buku media informasi makanan khas Banten saat Ramadhan pemakaian *headline* menggunakan jenis font *script* yaitu “*BillyOhio*” yang dirancang oleh ‘Alitdesign’ dan diunggah pada *website* dafont.com pada tahun 2017. Dengan legalites *free personal use* pada *website* dafont.com dan membayar pada *website* alitdesign.com. Pemakaian font berbayar ini bertujuan untuk kebutuhan akademis.



Gambar III.10 Font *Billyohio*
 Sumber: Dokumentasi Pribadi
 (Dibuat pada: 08/07/2018)

Sedangkan untuk isi konten pada makanan ataupun ilustrasi pada buku media informasi makanan khas Banten saat Ramadhan menggunakan jenis font sans serif yaitu “*coolvetica*” yang dirancang oleh ‘Typodermic Fonts’ dan diunggah pada *website* dafont.com tahun 2010 dengan legalitas *free personal use*.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890
The Quick Brown Fox
Jumped Over The Lazy Dog.
.,;”(!?)+#\$^{&*}[%/

Gambar III.11 *Font Coolvetica*
Sumber: Dokumentasi Pribadi
(Dibuat pada: 08/07/2018)

III.3.4 Ilustrasi

Ilustrasi yang digunakan pada perancangan buku makanan khas Banten saat Ramadhan menggunakan beberapa karakter yang bertujuan untuk memvisualisasikan sejarah dari makanan–makanan saat Ramadhan di Banten. Fungsi dari ilustrasi ini juga sebagai pendukung dari teks sejarah yang ada sehingga khalayak sasaran dapat mengerti asal–usul makanan tersebut. Referensi gaya visual dalam pembuatan media informasi pada buku makanan khas Banten saat Ramadhan sangat penting karena dapat memudahkan perancangan yang sudah dibuat dalam *storyboard*. Referensi gaya visual ilustrasi yang dipakai adalah berjenis kartun, berikut adalah referensi yang dipakai dalam perancangan ini.



Gambar III.12 Referensi Gaya Visual Kartun
Sumber: https://www.instagram.com/p/BZiztUOhNiJ/?taken-by=galih_adiw
(Diakses Pada: 08/07/2018)

A. Studi Karakter

Studi karakter adalah dasar dari referensi yang digunakan pada pembuatan ilustrasi dari sejarah–sejarah makanan khas Banten saat Ramadhan.

- **Sultan Banten**

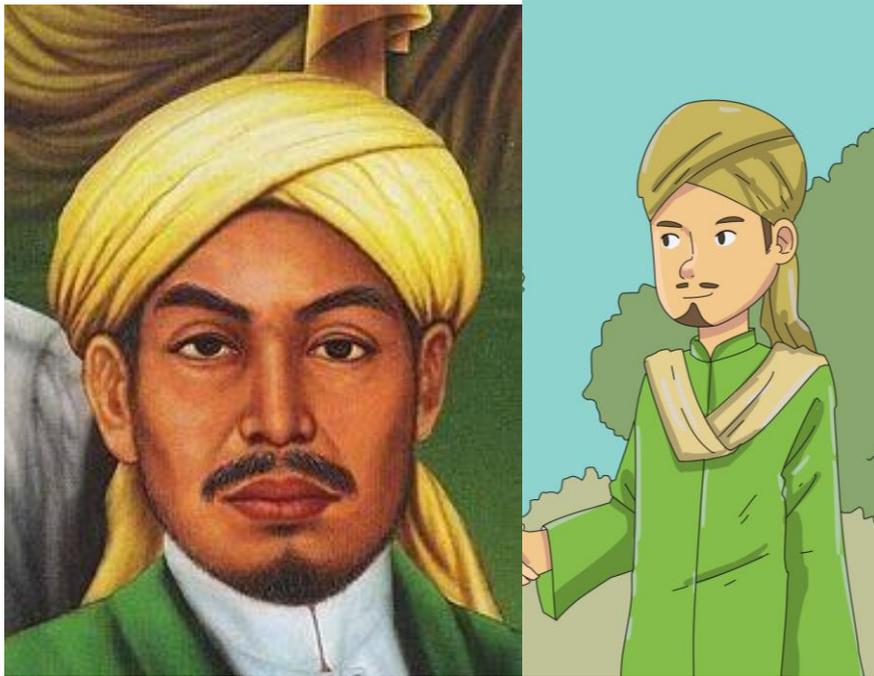
Referensi Sultan Banten terinspirasi dari karakter Sultan Maulana Hasanudin. Ilustrasi dari topi hingga pakaiannya dibuat sedemikian rupa agar mirip dengan yang aslinya dalam jenis kartun.



Gambar III.13 Ilustrasi Sultan Hasanudin
Sumber: Dokumentasi Pribadi
(Dibuat pada: 14/07/2018)

- **Sultan Cirebon**

Referensi Sultan Cirebon terinspirasi dari karakter Sunan Gunung Jati atau nama lainnya yaitu Syarif Hidayatullah. Ilustrasi dari kepala hingga pakaiannya dibuat sedemikian rupa agar mirip dengan yang aslinya dalam jenis kartun.



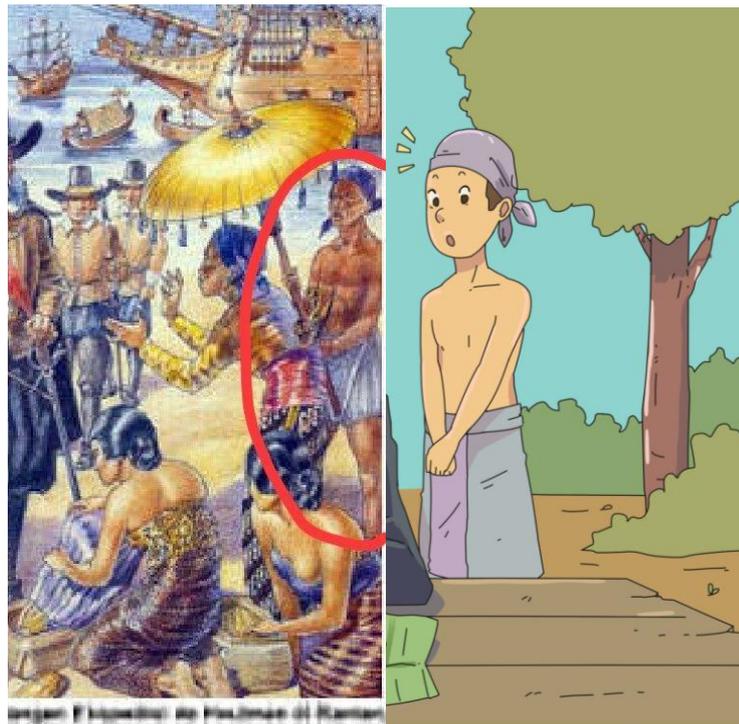
Gambar III.14 Ilustrasi Sultan Cirebon

Sumber: Dokumentasi Pribadi

(Dibuat pada: 14/07/2018)

- **Rakyat Banten**

Referensi dari masyarakat Banten diambil dari foto pada saat Belanda pertama kali datang ke Banten dan berdagang di Banten. Penggambaran masyarakat Banten yaitu dengan memakai kain dari pinggang sampai lutut. Ilustrasi dari kepala hingga pakaiannya dibuat sedemikian rupa agar mirip dengan yang aslinya dalam jenis kartun.



Gambar III.15 Ilustrasi Rakyat Banten
Sumber: Dokumentasi Pribadi
(Dibuat pada: 14/07/2018)

- **Suasana Kerajaan Banten**

Referensi yang dipakai untuk menggambarkan suasana dalam ilustrasi sejarah makanan khas Banten saat Ramadhan adalah dengan memilih gapura kerajaan pada saat jaman kesultanan Banten. Penggambaran ilustrasi dari suasana kerajaan Banten dibuat sedemikian rupa agar menyerupai dengan yang aslinya dalam jenis kartun.



Gambar III.16 Ilustrasi Suasana Kerajaan Banten
Sumber: Dokumentasi Pribadi
(Dibuat pada: 14/07/2018)

- **Makanan Khas Banten**

Referensi yang dipakai untuk menggambarkan untuk makanan khas Banten yaitu menggunakan gambar makanan yang asli dari masing–masing makanan khas tersebut. Penggambaran ilustrasi dari makanan–makanan khas Banten dibuat sedemikian rupa agar menyerupai dengan yang aslinya dalam jenis kartun.



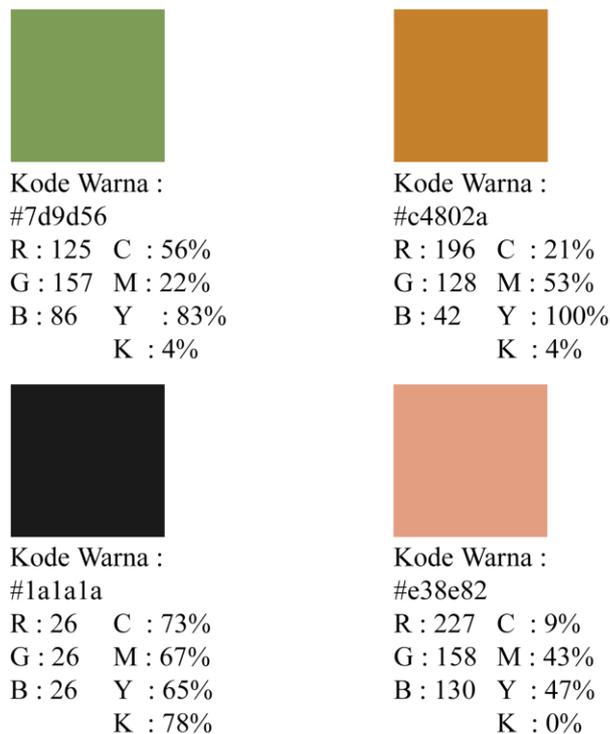
Gambar III.17 Ilustrasi Makanan Khas Banten

Sumber: Dokumentasi Pribadi

(Dibuat pada: 14/07/2018)

III.3.5 Warna

Warna menurut Hendratman (2017) adalah suatu komponen desain yang membentuk keindahan sekaligus menumbulkan persepsi psikologis, sugesti, dan suasana tertentu. Pemakaian warna dalam perancangan sebuah desain sangat penting karena dapat mewakili tujuan desain yang ingin disampaikan kepada khalayak sasaran. Dalam perancangan buku media informasi mengenai makanan khas Banten saat Ramadhan, digunakan warna tersier atau warna campuran. Berikut warna yang dipakai pada perancangan media informasi makanan khas Banten saat Ramadhan adalah sebagai berikut :



Gambar III.18 Warna – warna yang Digunakan untuk Perancangan Buku
Sumber: Dokumentasi Pribadi
(Dibuat pada: 08/07/2018)

Warna–warna yang digunakan yaitu warna campuran antara lain hijau, oranye, hitam, dan pink. Warna–warna ini juga menyesuaikan dengan hasil gambar dari makanan tersebut contoh seperti makanan Bontot yang berwarna pink, *headline*, dan keterangan gambar mengikuti warna pink. *Color mode* yang pakai dalam pembuatan medianya adalah jenis CMYK. Menurut situs daring intisari.grid.id yang ditulis oleh Ajeng (2017) warna–warna memiliki arti dan maknanya yaitu:

1. Warna hijau memiliki arti alam, lingkungan, sehat, harapan sukses, pembaruan, muda, bersemi, murah hati, kesuburan, kecemburuan, tidak matang, cemburu, malang, tenaga. Pemberian warna hijau pada *headline* yaitu mengikuti jenis warna makanan cucuwer.
2. Warna oranye memiliki arti energi, keseimbangan, antusiasme, kehangatan, semangat, sifat ekspansif, flamboyan, minta perhatian. Pemakaian warna oranye yaitu pada *headline* makanan Ketan Bintul yang mengikuti dari warna makanannya.
3. Warna hitam memiliki arti Kekuatan, formalitas, keelokan, dan kekayaan. Warna hitam dipakai pada isi konten setiap halaman sebagai keterangan dari gambar ataupun ilustrasi.
4. Warna pink memiliki arti simbol perhatian, kelembutan, penerimaan, dan suasana kalem. Pemakaian warna pink pada buku media informasi adalah pada makanan Bontot karena menyesuaikan dengan warna makanannya pink dan *headline* serta isi konten mengikuti warna pink tersebut.

III.3.6 Elemen Grafis

Elemen grafis menurut Putri (2013) dalam situs idseducation.com menjelaskan bahwa elemen desain adalah satu hal yang penting dalam desain grafis. Karena akan mewujudkan prinsip desain itu sendiri. Dari teori diatas makan elemen grafis yang dipakai adalah berjenis *teksture*, *teksture* dapat diartikan juga sebagai corak dari benda. *Teksture* yang dipakai dalam perancangan ini adalah jenis *teksture* pada kuas atau biasa disebut *brush*. Pemakaian jenis *brush* ini dalam perancangan adalah pada *background* pada setiap media utama.



Gambar III.19 Elemen Grafis *Brush* pada *Background*
Sumber: Dokumentasi Pribadi
(Dibuat pada 08/07/2018)

Tujuan dari pemakaian tekstur jenis *brush* untuk *background* karena bentuk dari *brush* tersebut menyerupai daun pisang yang panjang ke bawah dan ditambah dengan warna hijau sehingga menyerupai daun pisang yang biasanya sebagai alas pada makanan khas Banten saat Ramadhan.