# BAB III

# STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

Sebelum melakukan perancangan, hal utama yang perlu dilakukan adalah strategi yang baik agar mencapai hasil perancangan yang sesuai dengan harapan. Menurut Craig & Grant (1996), "strategi merupakan penetapan sasaran dan tujuan jangka panjang (*targeting and long-term goals*) sebuah perusahaan dan arah tindakan serta alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai sasaran dan tujuan (*achieve the goals and objectives*)"

Di dalam strategi perancangan dan konsep desain ini diatur untuk merancang sebuah media informasi yang meliputi beberapa tahapan. Berikut adalah tahapan tersebut bersama paparannya.

## III.1 Khalayak Sasaran

Agar strategi perancangan dan konsep visual lebih mudah dibuat maka perlu menetapkan khalayak sasaran terlebih dahulu sebagai acuannya yang terdiri dari beberapa segmentasi yang memengaruhinya.
Berikut di bawah ini adalah segmentasi khalayak sasaran yang ditetapkan:

1. Segmentasi Demografi:
    - Umur: 20 – 40 tahun
      Ditetapkan khalayak yang berumur 20 hingga 40 tahun karena media informasi yang dirancang diperuntukkan kepada orang yang memasuki fase dewasa awal.
    - Gender: Perempuan
      Khalayak yang dipilih adalah bergender perempuan karena media informasinya berupa buku resep dan identik dengan kegiatan memasak yang lebih banyak dilakukan oleh kaum perempuan.
    - Status Ekonomi:
      Semua kalangan dari menengah ke atas.

2. Segmentasi Psikografi:

   Ditujukan kepada ibu rumah tangga karena media informasi yang dirancang berupa buku resep sedangkan salah satu tugas ibu rumah tangga dalam mengelola keluarga adalah menyiapkan makanan/ masakan bagi suami dan anak-anaknya.

3. Segmentasi Geografi:

   Segmentasi geografi yang ditentukan adalah seluruh wilayah perkotaan Indonesia dimana wilayah Indonesia merupakan salah satu daerah tropis sehingga banyak tumbuh tanaman kelapa. Oleh karena itu, media akan dibuat secara masal dan penyebarannya yang luas agar informasi dapat tersampaikan pada berbagai wilayah di Indonesia terutama wilayah perkotaan.

### III.2 Strategi Perancangan

Strategi perancangan yang akan diaplikasikan adalah untuk membuat buku dalam bentuk resep makanan sehingga diperlukan adanya strategi agar buku yang dibuat bisa menjadi referensi bagi ibu rumah tangga dalam memasak. Berikut adalah strategi perancangannya.

#### III.2.1 Tujuan Komunikasi

Dalam hal ini, penyampaian pesan yang dimuat di dalam buku adalah bertujuan untuk memberikan informasi tentang manfaat buah kelapa beserta pengolahannya sebagai makanan.

#### III.2.2 Pendekatan Komunikasi

Untuk mencapai tujuan komunikasi, maka perlu adanya pendekatan komunikasi yang sesuai untuk mempermudah khalayak sasaran dalam menerima informasi yang akan disampaikan dalam media yang akan dirancang. Pendekatan komunikasi terdiri dari dua pendekatan yaitu sebagai berikut:

a. Pendekatan Verbal:

   Pendekatan verbal terdiri dari strategi bahasa dan gaya bahasa yang disesuaikan dengan segmentasi khalayak yaitu bahasa Indonesia dengan gaya bahasa yang ramah.

b. Pendekatan Visual:

   Pendekatan visual yang akan diterapkan adalah menampilkan gambar dengan teknik *food photography*, hal ini untuk memperjelas pesan yang akan disampaikan kepada khalayak.

### III.2.3 Mandatory

Untuk melancarkan pendistribusian media yang dirancang maka dibutuhkan pihak yang dapat mempublikasikan media tersebut. Oleh karena itu, mandatory dalam perancangan media informasi buah kelapa ini adalah CV. SIP (Satria Indra Prasta) sebagai penerbit pertama.




Gambar III.1 CV. SIP

Sumber:
https://pbs.twimg.com/profile_images/555621363709251584/tSuOtdSj_400x400.jpeg

(Diakses pada: 05/07/2017)

### III.2.4 Materi Pesan

Materi pesan yang akan dimuat dalam perancangan buku resep yaitu menyajikan informasi seputar manfaat buah kelapa serta tips mengolahnya dalam bentuk resep makanan.

### III.2.5 Gaya Bahasa

Dalam penyampaian materi pesan, gaya bahasa yang diterapkan adalah secara informatif dan kesan ramah. Hal ini menyesuaikan khalayak perempuan agar pesan yang disampaikan sesuai dengan tujuan dibuatnya buku resep buah kelapa.

### III.2.6 Strategi Kreatif

Strategi kreatif yang diterapkan adalah menyajikan resep buah kelapa dengan menampilkan gambaran hasil akhir dari resep yang disajikan. Resep buah kelapa yang dimuat merupakan resep yang jarang diterapkan oleh khalayak pada umumnya. Sehingga diharapkan bahwa kalender yang akan dirancang dapat menjadi referensi bagi khalayak untuk berkreasi dalam menghidangkan buah kelapa.

- *Copywriting*:
  *Headline*: *Coconut Taste*
  *Coconut Taste* sebagai nama kalender sehingga ditampilkan dengan ukuran huruf lebih besar.
  *Tagline*: *The Recipe Book*
  *The Recipe Book* ditampilkan dibawah nama kalender untuk memperjelas informasi kepada khalayak bahwa kalender *Coconut Taste* merupakan kalender resep.

### III.2.7 Strategi Media

Agar pesan dapat tersampaikan kepada khalayak, maka perlu dibuatnya strategi dalam membuat media yang sesuai dengan khalayak dan informasi yang akan dikemas. Media yang akan dirancang terdiri dari dua media yaitu yang pertama media utama dan yang kedua media pendukung. Media utama merupakan media yang berisi informasi mengenai buah kelapa sedangkan media pendukung adalah penunjang untuk media utama yang disesuaikan dengan khalayak dan objek dalam media utama.

### III.2.7.1 Media Utama

Media utama yang dipilih sebagai media penyampai informasi yaitu berupa kalender resep yang berisi tentang panduan membuat makanan yang ditujukan kepada khalayak ibu rumah tangga.

Kalender resep tersebut akan terdiri dari 3 bagian inti yaitu informasi seputar manfaat buah kelapa bagi kesehatan, kandungan gizi buah kelapa dan yang terakhir adalah resep makanan dan minuman buah kelapa.

### III.2.7.2 Media Pendukung

Media pendukung yang dibuat dalam menunjang media utama dan sebagai sarana promosi ialah sebagai berikut:

1. *X-Banner*

   *X-Banner* dibuat untuk memperkenalkan adanya buku *Coconut Taste* kepada khalayak secara umum.

2. *Flyer*

   *Flyer* yang dibuat berisi tentang gambaran secara umum dari isi buku *Coconut Taste.* Penyebaran *flyer* ini akan diberikan kepada khalayak secara spesifik yaitu perempuan.

3. Celemek & cempal

   Celemek dibuat sebagai *merchandise* menyesuaikan khalayak sasaran sebagai ibu rumah tangga, sehingga celemek diharapkan dapat berguna bagi khalayak dalam kegiatan memasak. Celemek ini akan dikemas menjadi satu dengan media utama di dalam box.

4. Mangkuk Kelapa

   Mangkuk kelapa disajikan sebagai *merchandise* sebagai ciri khas dari media utama. Mangkuk diberikan jika khalayak membeli buku resepnya.

### III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Strategi distribusi dan waktu penyebaran media dibutuhkan untuk mempermudah penyaluran media, dengan disusun jadwal yang baik, sehingga penyebarannya

dapat terarahkan. Penyebaran akan melalui mekanisme tempat dan waktu sehingga untuk pendistribusian media dapat ditentukan.

Berikut adalah strategi distribusi dan waktu penyebaran media:

- Mekanisme tempat dan waktu

Tabel III.1 Mekanisme tempat dan waktu
Sumber : Dokumen Pribadi

| Media | Tempat | Waktu | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
| Pamflet | CV. SIP | | | | | | | | | | | | |
| X-Banner | Depan CV. SIP | | | | | | | | | | | | |
| Celemek & Cempal | Loket tiket | | | | | | | | | | | | |
| Mangkok Kelapa | Loket tiket | | | | | | | | | | | | |

Semua media pendukung akan diadakan selama satu tahun. Untuk media pendukung Celemek dan Mangkok Kelapa di batasi waktunya. Bagi khalayak yang tidak mendapatkan celemek maka diberikan mangkok kelapa sebagai *merchandise*.

- Distribusi media

Tabel III.2 Distribusi Media
Sumber : Dokumen Pribadi

| Media | Distribusi |
|---|---|
| *Flyer* | *Flyer* akan didistribusikan di sekitar toko buku diberikan langsung kepada para pengunjung toko buku |
| *X-Banner* | *X-Banner* didistribusikan langsung di area toko buku |

| | |
|---|---|
| Celemek & Cempal | Akan diberikan di kasir saat pengunjung membeli buku resep buah kelapa |
| Mangkuk Kelapa | Akan diberikan di kasir saat pengunjung membeli buku resep buah kelapa |

### III.3 Konsep Visual

#### III.3.1 Format Desain

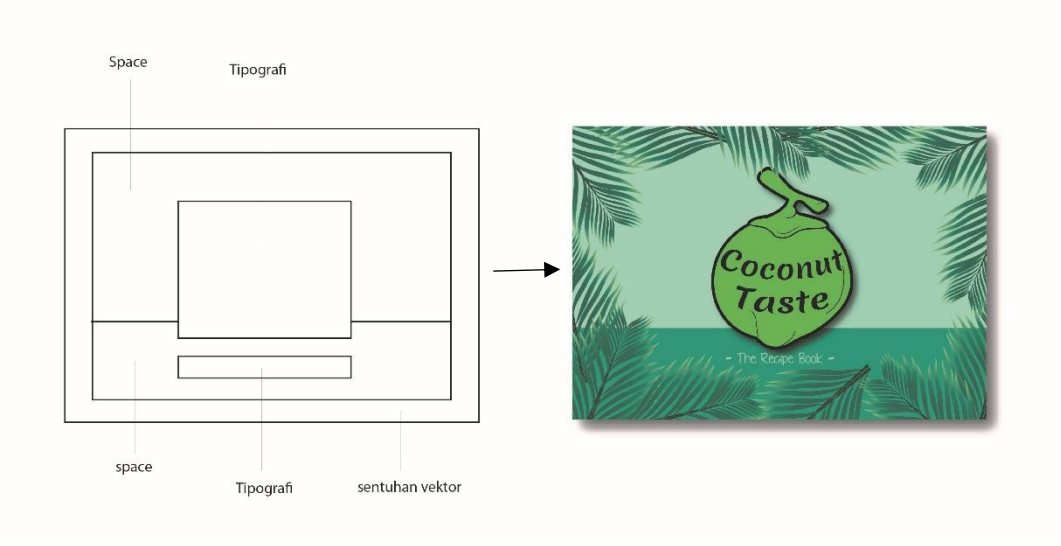
Format desain yang akan diterapkan untuk membuat kalender resep adalah dengan bentuk dasar kotak persegi panjang dan akan disajikan dengan ukuran 24 x 17 cm. Hal ini bertujuan untuk mempermudah khalayak dalam menggunakannya ketika hendak memasak.

#### III.3.2 Tata Letak (*Layout*)

Tata letak ini berfungsi untuk menyusun berbagai elemen desain yang terdiri dari garis, warna, bentuk, skala, tipografi, harmoni dan *space*/ ruang.

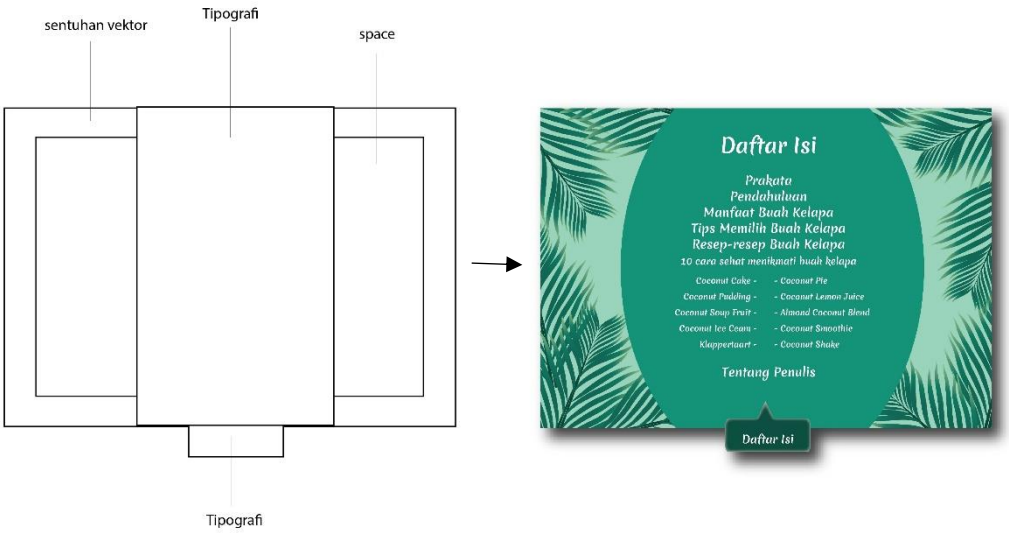
Berikut adalah layout yang akan diterapkan dalam pembuatan desain buku resep:

1. Cover Depan



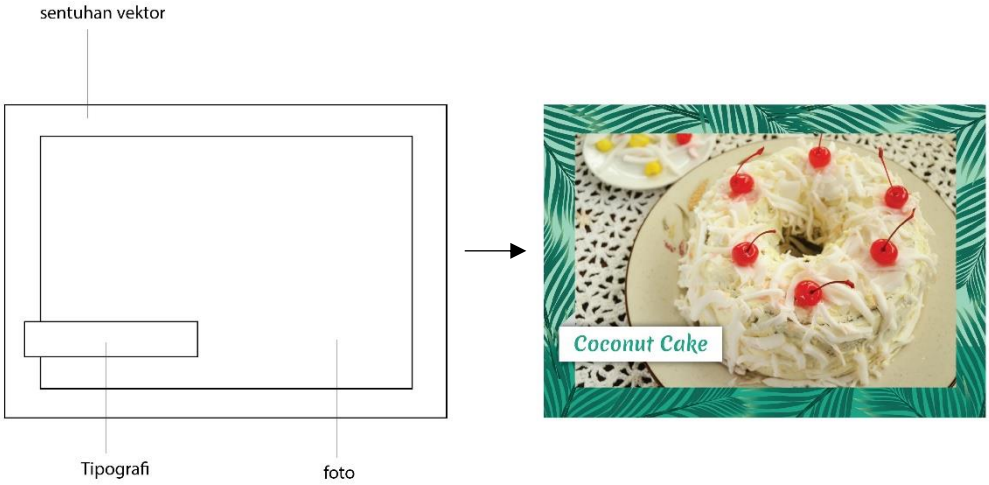

Gambar III.2 Layout cover depan
Sumber: Dokumen pribadi (2017)

2. Daftar Isi

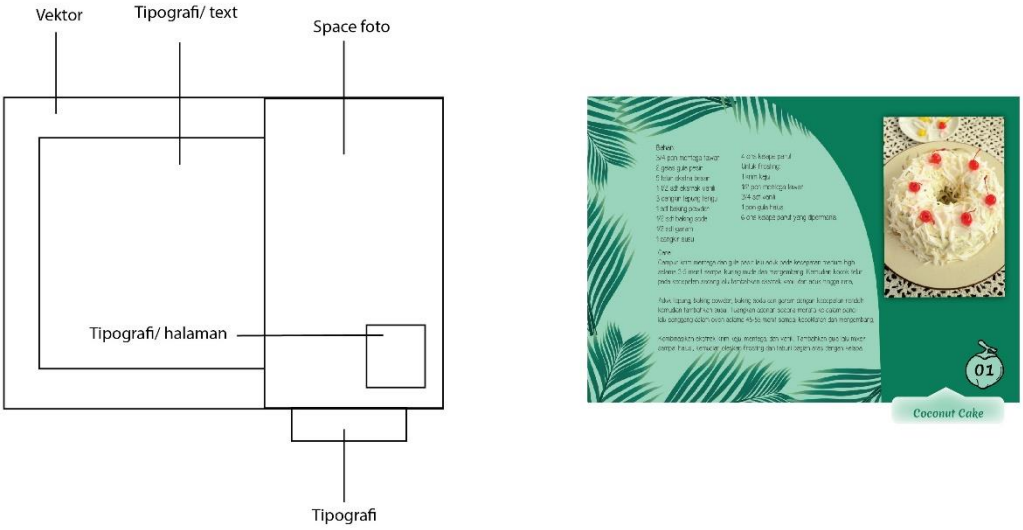



Gambar III.3 Layout daftar isi
Sumber: Dokumen pribadi (2017)

3. Isi




Gambar III.4 Layout isi
Sumber: Dokumen pribadi (2017)




Gambar III.5 Layout Resep
Sumber: Dokumen pribadi (2017)

### III.3.3 Tipografi

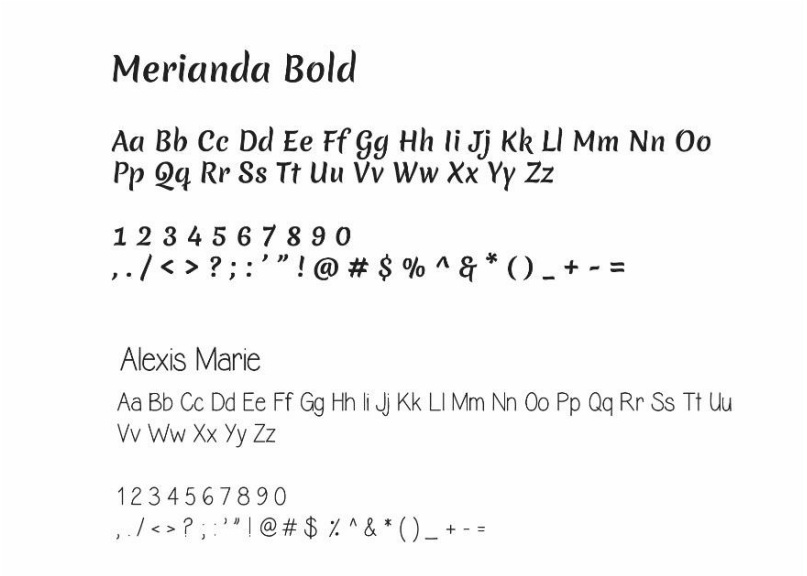
Menurut Kusrianto (2007), “Tipografi didefinisikan sebagai suatu proses seni untuk menyusun bahan publikasi menggunakan huruf cetak” (h.190).

Untuk melengkapi bahan publikasi media ini, penentuan huruf yang akan disusun dipilih sesuai dengan jenis buku yang akan disajikan dan target yang dituju agar dapat menciptakan kesan objek yang dimuat yaitu mengenai buah kelapa.

Dalam perancangan buku resep buah kelapa, huruf yang digunakan yaitu dari *Merianda Bold* untuk digunakan sebagai Judul. Sedangkan untuk *body text* memakai huruf *Alexis Marie*.

*Merianda Bold* dan *Alexis Marie* adalah jenis huruf *Sans Serif* . Perbedaan jenis huruf tersebut dilihat dari kadar ketebalannya. Jenis huruf *Sans Serif* tidak memiliki sirip di ujungnya. Huruf *Merianda Bold* dipilih karena bertujuan untuk menggambarkan buah kelapa. Sedangkan untuk *body text,* dipilih huruf jenis *Alexis Marie* karena menyesuaikan dengan target audiens yaitu wanita. Maka pemilihan huruf yang terlihat lebih tipis.

Berikut adalah gambaran dari huruf *Merianda Bold* dan *Alexis Marie*:




Gambar III.6 Huruf
Sumber: Dokumen pribadi (2017)

### III.3.4 Ilustrasi

Kusrianto (2007) menjelaskan, "ilustrasi adalah seni gambar yang dimanfaatkan untuk memberi penjelasan atas suatu maksud atau tujuan secara visual" (h.140). Oleh karena itu, untuk memperjelas suatu pengertian yang ingin disampaikan dalam suatu media maka perlu ditambahkan adanya ilustrasi yang mampu memberi penjelasan secara visual.

Teknik ilustrasi yang digunakan adala berupa *food photography*. Setiadi (2017) menjelaskan bahwa, "Fotografi (*photography*) berasal dari kata Yunani, yaitu dari kata *photos* (cahaya) dan *graphien* (menggambar). Fotografi secara umum dapat diartikan menggambar dengan cahaya" (h. 2).

Sedangkan *Food Photography* dalam pengertian sederhana adalah teknik memotret sebuah makanan agar makanan tersebut terlihat lebih menggugah selera bagi yang melihatnya.

Berikut adalah beberapa foto makanan yang telah dibuat untuk perancangan media buku resep.

- *Almond Coconut Blend*

  Pengambilan gambar untuk Almond Coconut Blend menggunakan kamera mirrorless dengan teknik auto focus



Gambar III.6 Almond Coconut Blend

Sumber: Dokumen pribadi (2017)

- *Coconut Cake*



Gambar III.7 Coconut Cake

Sumber: Dokumen pribadi (2017)

- *Pandan Pudding Coco*



Gambar III.8 Pudding coco pandan
Sumber: Dokumen pribadi (2017)

### III.3.5 Warna

Menurut Kusrianto (2007), “warna merupakan pelengkap gambar serta mewakili suasana kejiwaan pelukisnya dalam berkomunikasi. Warna juga merupakan unsur yang tajam untuk menyentuh kepada penglihatan sehingga mampu merangsang munculnya rasa haru, sedih, gembira, moood, semangat, dan lain-lain” (h. 46).

Pada perancangan konsep desain ini, warna yang dipilih adalah mode CMYK karena media yang dirancang akan dicetak dan berikut adalah skema warna yang dipilih untuk perancangan konsep desain buku resep buah kelapa.




Gambar III.9 Warna
Sumber: Dokumen pribadi (2017)

- Hitam

  Menurut Kusrianto (2007 : 47), respons psikologis yang mampu ditimbulkan dari warna hitam adalah kekuatan, seksualitas, kemewahan, kematian, misteri, ketakutan, ketidakbahagiaan, dan keanggunan.

  Tujuan digunakannya warna hitam adalah untuk menciptakan kesan kekuatan atau ketegasan.

- Putih

  Menurut Kusrianto (2007 : 47), respons psikologis yang mampu ditimbulkan dari warna putih adalah kemurnian atau suci, bersih, kecermatan, *inocent* (tanpa dosa), steril, dan kematian.

  Tujuan menggunakan warna putih adalah untuk menciptakan kesan steril atau bersih.

- Hijau

  Menurut Kusrianto (2007 : 47), respons psikologis yang mampu ditimbulkan dari warna hijau adalah alam, kesehatan, pandangan yang enak, kecemburuan, dan pembaruan.

  Tujuan menggunakan warna hijau adalah untuk menciptakan kesan sehat agar sesuai dengan yang disajikan yaitu resep dari buah kelapa.