BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1 Strategi Perancangan

Strategi adalah perencanaan dan metode yang dipilih untuk mencapai suatu tujuan. Perencanaan dan metode yang dirangkum kedalam sebuah perancangan tersebut ditentukan berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang sudah dipaparkan di bab sebelumnya.

Berdasarkan keterangan pada bab sebelumnya dirumuskan masalah mengenai keanekaragaman pangan di kampung adat Cireundeu, yaitu kurangnya masyarakat mengenal keanekaragaman pangan di kampung adat Cireundeu yang notabenenya berbahan dasar singkong. Perancangan dilakukan dengan tujuan untuk menginformasikan dan memperkenalkan kembali ragam pangan khas kampung adat Cireundeu ke masyarakat dalam sebuah media informasi berupa buku beserta beberapa media pilihan sebagai media pendukung.

III.1.1 Tujuan Komunikasi

Perancangan ini bertujuan untuk memperkenalkan kembali ragam pangan khas kampung adat Cireundeu sebagai salah satu budaya warisan Indonesia. Pembaca diharapkan dapat mengenal lebih banyak mengenai keanekaragaman pangan khas kampung adat Cireundeu yang unik karena seluruh bahannya berbahan dasar dari singkong.

III.1.2 Pendekatan Komunikasi

- Pendekatan Verbal

  Isi tulisan didalam buku menjelaskan keanekaragaman pangan khas kampung adat Cireundeu satu-persatu mulai dari beras singkong hingga kue kering berbahan-dasar singkong dengan menggunakan bahasa baku. Tulisan dibagi menjadi tiga bagian, yaitu tulisan pendahuluan untuk memperkenalkan pangan yang dimaksud, kedua suasana yang tepat untuk mengkonsumsinya, dan ketiga adalah cara membuatnya.

- Pendekatan Visual

  Sebagai pendekatan komunikasi secara visual, buku ini disajikan dengan foto-foto kuliner yang disajikan menarik seperti lazimnya buku-buku kuliner yang ada di pasaran.

III.1.3 Materi Pesan

Materi pesan berupa informasi yang ingin disampaikan meliputi kampung adat Cireundeu, ketela singkong, dan keanekaragaman pangan di kampung adat Cireundeu lengkap dengan cara membuat dan harga yang ditawarkan, disertai gambar yang menunjukan ciri fisik makanan tersebut.

III.1.4 Gaya Bahasa

Gaya bahasa yang dipakai adalah gaya bahasa baku, dengan pola bahasa yang baku maka akan mudah dibaca oleh seluruh masyarakat Indonesia.

III.1.5 Khalayak Sasaran Perancangan

Khalayak yang akan menjadi sasaran perancangan buku Ragam Pangan Khas Cireundeu dibagi menjadi dua, yaitu yang menjadi sasaran utama adalah masyarakat kota Cimahi, dan yang kedua adalah masyarakat sekitar kota Cimahi.
Berikut segmentasi khalayak yang akan menjadi sasaran perancangan:

- Demografis

  Usia remaja hingga dewasa atau 15 hingga 60 tahun, atau bisa dikatakan semua kalangan usia.

  Pada usia remaja mereka masih diberi materi mengenai budaya lokal termasuk budaya lain atau budaya asli yang ada di kotanya, melihat banyak yang berkunjung ke kampung adat Cireundeu untuk keperluan studi sekolah maupun kuliahnya.

  Di usia dewasa juga masyarakat perlu diperkenalkan atau diperkenalkan kembali mengenai keanekaragaman pangan kampung adat Cireundeu, karena sesuai survei yang dilakukan mengenai keanekaragaman pangan

Cireundeu, beberapa mengetahui tentang kampung adat Cireundeu, namun tidak banyak yang mengetahui tentang keanekaragaman pangannya.

- Psikografis

  Perancangan ditujukan kepada seluruh warga kota Cimahi dan sekitarnya yang gemar berwisata kuliner.

- Geografis

  Khalayak yang disasar adalah mereka yang berdomisili di kota Cimahi dan sekitarnya. Kota Cimahi dipilih karena akan menjadi kota yang menjadi lokasi pendistribusian buku, mengingat lokasi penerbit berada di kota Cimahi.

III.1.6 Strategi Kreatif

Hal yang utama dilakukan dalam strategi kreatif adalah menentukan dan mencari data mengenai jenis dan apa saja ragam pangan di kampung adat Cireundeu dengan menginformasikan karakteristik dan rasa masing-masing makanan serta menginformasikan sedikit bahan dan cara membuatnya sehingga menjadi sebuah informasi, menentukan Target *audience*, perencanaan media, perencanaan pesan, dan proses produksi. Hal – hal yang ada pada informasi tersebut didasari dari sumber-sumber yang berkaitan dengan kuliner baik tulisan maupun gambar. Informasi ini diharapkan dapat membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan informasi mengenai ragam pangan khas Cireundeu. Untuk mendukung informasi tersebut dibuat sebuah media sehingga menjadi media informasi.

Media informasi ini terdiri dari suatu media yang dapat mendukung dan memperkuat informasi yang akan disampaikan. Informasi mengenai keanekaragaman pangan adalah sesuatu hal yang dapat memberikan kesan rasa pada makanan. Untuk lebih menarik atau mendukung informasi tersebut ditambah beberapa sentuhan visual kuliner.

Sentuhan visual kuliner menjadi kata kunci dalam strategi kreatif untuk merancang media informasi agar dapat memperkuat atau mendukung informasi mengenai keanekaragaman pangan khas Cireundeu. Sesuai dengan uraian diatas, informasi ini memiliki konsep fotografi kuliner yang ingin memperlihatkan sesuatu yang lebih mendukung kesan yang diharapkan.

III.1.7 Strategi Media

Sebagai solusi dari permasalahan yang terdapat pada buku kuliner Ragam Pangan Khas Cireundeu, maka ditentukanlah media informasi sebagai berikut.

- Media Utama

  Buku kuliner merupakan media utama yang akan digunakan sebagai solusi dari permasalahan ragam pangan khas Cireundeu.
- Media Pendukung

  Berikut merupakan media yang akan menyertai media utama agar audiens dapat semakin mengenal media utama.

III.1.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Buku akan didistribusikan di tiga tempat *landmark* di kota Cimahi pada sebuah acara peluncuran buku dimana diadakan di akhir bulan September 2016 hingga tanggal 2 Oktober 2016. Tanggal ini dipilih karena pada tanggal 2 Oktober 2016 bertepatan dengan tanggal 1 Muharram, yaitu ketika etnis Sunda Wiwitan di kampung adat Cireundeu mengadakan upacara Seren Taun. Diharapkan warga yang mengunjungi tempat peluncuran buku ini dapat tertarik dengan upacara yang sedang diadakan di kampung adat Cireundeu, sehingga selain menarik masyarakat tentang keanekaragaman pangan di kampung adat Cireundeu, masyarakat juga akan semakin mengenal apa saja keunikan kampung adat Cireundeu sebagai salah satu etnis Sunda asli yang berada di kota Cimahi.

Tiga tempat yang dirasa cocok untuk dijadikan tempat pendistribusian buku adalah:

- Alun-alun kota Cimahi

  Alun-alun kota Cimahi adalah tempat paling strategis untuk pendistribusian buku, karena alun-alun kota Cimahi dilalui oleh jalur arteri Bandung - Jakarta via Puncak. Jadi selain warga Cimahi yang sedang bersantai ria di alun-alun atau sedang berbelanja di sekitaran Ramayana, juga warga dari luar kota yang melalui alun-alun Cimahi bisa hadir di tempat peluncuran buku.



Gambar III.1 Alun-alun kota Cimahi

(Sumber: http://kotacimahi.com/medias/2014/02/alun-alun-kota-cimahi-2-300xjpg)

- Cimahi Mall

  Cimahi Mall adalah tempat strategis kedua setelah alun-alun kota Cimahi karena selain Cimahi Mall adalah tempat warga Cimahi berbelanja, juga dilalui oleh jalur arteri Bandung - Jakarta, di Cimahi Mall juga terdapat toko buku Tisera yang mana toko buku ini sering melakukan bazaar, promo, dan peluncuran buku.



Gambar III.2 Cimahi Mall

(Sumber: http://ae7629c7aa5075a2d01c-3f7482a05eaa8ee7e32a45f52190246...)

- Perpustakaan kota Cimahi

  Perpustakaan kota Cimahi sering dikunjungi oleh para penggemar buku

dan pelajar, mulai dari anak-anak hingga usia tua. Tempat ini dirasa cocok karena



Gambar III.3 Perpustakaan kota Cimahi
(Sumber: https://andriyoci.files.wordpress.com/2015/04/wpid-wp-1427842744989.jpg)

III.2 Konsep Visual

Dalam merancang media yang menjadi solusi suatu permasalahan, dipersiapkan konsep visual yang diantaranya meliputi hal-hal sebagai berikut.

III.2.1 Format Desain

Format perancangan buku kuliner yang dibuat akan berbentuk portrait dan halaman isi dicetak pada kertas *book paper* berukuran A5 (14.8 x 21cm), berwarna dan dicetak bolak-balik. Bagian sampul dicetak pada *art paper* 260gr dengan laminasi *doff* dingin sehingga sampul tidak mudah rusak dan memiliki permukaan yang lembut dan tidak memantulkan refleksi lampu jika suatu saat dilihat dari satu sisi berpantulan dengan refleksi lampu sehingga menyebabkan konten pada *cover* tidak akan terlihat. Buku juga akan di *softcover* dengan halaman yang dibuka dari kanan kekiri.

III.2.2 Tata Letak (*layout*)

Dalam membuat sebuah buku, tentu memerlukan pengaturan tata letak yang baik agar dapat menyampaikan informasi dengan baik dan dapat dinikmati oleh pembaca.

- Cover

  Sampul buku disajikan berwarna, terdiri dari beberapa potongan koleksi foto kuliner khas Cireundeu, judul, sub-judul, penerbit, nomor seri, dan abstrak isi buku dibelakangnya.
- Halaman-halaman Umum

  Halaman-halaman umum seperti pendahuluan, daftar isi, dan tentang penulis dibuat berbeda dengan halaman isi, tentu saja untuk memudahkan pembaca dalam membedakan pokok isi halaman tersebut.
- Sub-Bab

  Sub-Bab merupakan halaman pembatas untuk membedakan bab yang satu dengan bab yang lainnya, pada bagian ini hanya berisi judul bab, disertakan dengan aksara sunda kaganga dibawahnya, yang artinya sama dengan judul.
- Isi

  Pada halaman isi terdiri dari judul, konten, dan gambar.

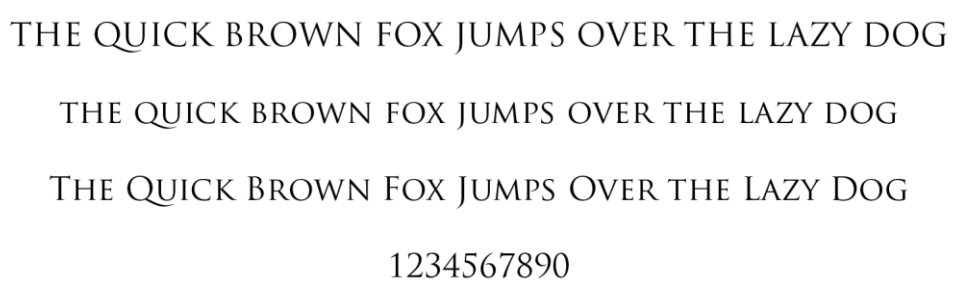
III.2.3 Huruf

Huruf menjadi elemen penting pada perancangan sebuah media berupa buku beserta media pendukung lainnya dalam memperjelas pesan dan informasi. Berikut ini merupakan penjabaran mengenai huruf yang dipakai dalam perancangan.

- Judul

  Pada bagian Judul digunakan *font face; Trajan Pro.*

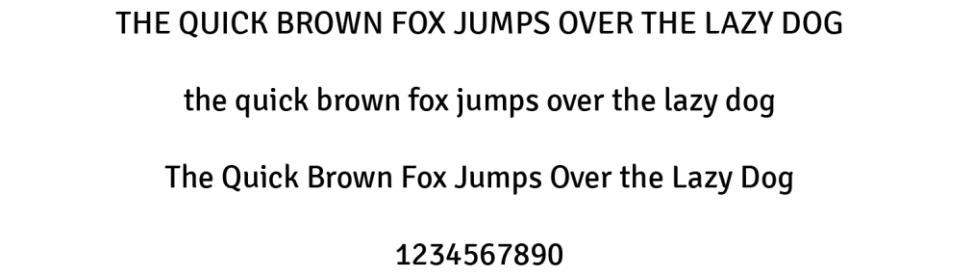
  Trajan Pro dipilih karena karakternya yang sesuai dengan font-font kebudayaan masa lampau seperti budaya Sunda.



Gambar III.4 Font Trajan Pro
(Sumber: Dokumen Pribadi)

- Sub-Judul dan Isi

  Pada bagian Sub-Judul dan Isi digunakan *font face; Signika.*



Gambar III.5 Font Signika
(Sumber: Dokumen Pribadi)

- Ekstra

  Selain huruf-huruf yang umum dan wajib digunakan yaitu judul, sub-judul dan isi, pada perancangan buku ini juga digunakan aksara Sunda Kaganga untuk memperkuat kesan Sunda dan membuat buku menjadi lebih menarik.

  Penggunaan aksara Sunda ini juga mengikuti warga kampung adat Cireundeu yang sudah mengajarkan aksara Sunda Kaganga kepada anak-anak disana sebagai salah satu sarana mewarisi budaya nenek moyang mereka.



Gambar III.6 Aksara Sunda Kaganga

(Sumber: Dokumen Pribadi)

III.2.4 Ilustrasi

Nuansa budaya Sunda digambarkan dalam buku ini ditunjukkan ornamen-ornamen Sunda-nya yang diaplikasikan pada cover dan layout buku.

Ornamen Sunda yang digunakan adalah ornamen bunga, bunga digambarkan sebagai bunga tanaman singkong yang hanya mekar ketika tanaman singkong berusia tua. Usia tua menggambarkan kampung adat Cireundeu yang masih melestarikan kebiasaan leluhur hingga sekarang.

III.2.5 Warna

Warna merupakan salah satu unsur yang terdapat pada buku. Adapun pewarnaan pada buku mengambil warna coklat dan kuning yang diaplikasikan pada cover dan layout buku menimbulkan kesan Sunda kuno yang diambil referensi dari warna batik. Kesan ini menginformasikan pembaca bahwa buku ini berisi tentang keanekaragaman pangan asli dari budaya Sunda.

Dalam kepercayaan Sunda Wiwitan, warna kuning mewakili bumi atau tanah. Tanah adalah tempat tanaman singkong yang merupakan panganan pokok penduduk kampung adat Cireundeu tumbuh.

III.2.6 Fotografi Kuliner

Dalam merancang sebuah buku kuliner pastilah diperlukan teknik fotografi kuliner, makanan atau minuman yang hendak difoto harus ditata sebaik mungkin dengan tujuan untuk menarik minat konsumen agar para konsumen yang melihatnya tertarik untuk membelinya.

Teknik fotografi dipilih untuk mengisi gambar pada buku kuliner karena dengan fotografi gambar akan tampak sesuai dengan aslinya.