BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1 Strategi Perancangan

Strategi didefiniskan sebagai cara atau upaya yang dilakukan untuk mencapai suatu tujuan secara khusus, dan untuk mencapai tujuan tersebut dibutuhkan suatu proses atau cara yang disebut perancangan. Dapat diartikan bahwa strategi perancangan adalah *metode* ataupun cara yang digunakan untuk mencapai sebuah solusi atau tujuan yang baik. Dalam keterangan sebelumnya diperoleh beberapa masalah yang terjadi terkait dengan manfaat ceker ayam sebagai makanan bergizi bagi balita, salah satunya adalah kurangnya media Informasi yang tertulis maupun visual yang ada di masyarakat secara umum dan para orang tua secara khusus. Dari hal tersebut maka dibutuhkan sebuah solusi, diantaranya melalui pendekatan visual yang didalamnya bermuatan nilai informasi dan bersifat persuasi, yaitu video infografis yang mudah diterima oleh para orang tua khususnya para ibu, yang berfungsi sebagai bahan pengetahuan dan pengingat pentingnya memberikan asupan gizi yang baik kepada balita.

III.1.1 Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi perancangan informasi mengenai manfaat ceker ayam sebagai makanan bergizi bagi balita ini yaitu untuk memberikan informasi mengenai manfaat atau kelebihan ceker ayam dibandingkan dengan MP-ASI lainnya dalam hal merangsang sistem motorik balita.

III.1.2 Pendekatan Komunikasi

Pendekatan komunikasi yang digunakan dalam perancangan media informasi manfaat ceker ayam ini adalah video infografis, dimana yang di dalamnya berisi diantarnya mengenai informasi manfaat ceker ayam secara umum, dan ceker ayam secara khusus bagaimana manfaatnya bagi balita dalam hal merangsang motorik kasar seperti mengunyah, menelan, *babbling* dan lain-lain.

III.1.3 Materi Pesan

Materi pesan yang disampaikan pada perancangan video infografis ini terdiri dari beberapa tahapan. Pada awal memperkenalkan karakter yang berperan dalam video infografis ini untuk memudahkan audiens menerima pesan. Lalu menyampaikan informasi mengenai informasi manfaat dan kandungan ceker ayam dapat melatih rangsangan motorik atau melatih fase oral pada balita dan pembelajaran bagi para ibu dalam hal memberikan asupan gizi untuk balitanya. Setelah itu diakhiri dengan ajakan untuk selalu memperhatikan asupan gizi yang baik untuk balita.

III.1.4 Gaya Bahasa

Gaya bahasa perancangan ini menggunakan bahasa Indonesia tidak baku atau keseharian, dimana menggunakan cara tutur bahasa seperti cerita (*storytelling*). Tujuan menggunakan pendekatan verbal seperti ini agar menarik perhatian para ibu dan lebih mudah memahaminya.

III.1.5 Khalayak Sasaran Perancangan

Pentingnya memberikan asupan gizi yang baik untuk balita perlu ditingkatkan guna untuk menciptakan sumber daya manusia yang berkualitas. Peran orang tua sangat penting dalam memberikan makanan pendamping ASI yang baik untuk balitanya. Dari hal tersebut, maka target audiens akan ditentukan berdasarkan segi demografis, psikografis dan geografis sebagai berikut.

a. Demografis

   Usia : Para ibu usia 25-30 tahun

   Pemilihan target pada fase dewasa awal ini berdasarkan tugas perkembangan dewasa awal adalah menikah atau membangun suatu keluarga, mengelola rumah tangga, mendidik atau mengasuh anak, memikul tangung jawab sebagai warga negara, membuat hubungan dengan suatu kelompok sosial tertentu, dan melakukan suatu pekerjaan. Dewasa awal merupakan masa permulaan dimana seseorang mulai menjalin hubungan secara intim dengan lawan jenisnya.

Hurlock (1993) dalam hal ini telah mengemukakan beberapa karakteristik dewasa awal dan pada salah satu intinya dikatakan bahwa dewasa awal merupakan suatu masa penyesuaian diri dengan cara hidup baru dan memanfaatkan kebebasan yang diperolehnya.

Status ekonomi sosial : Menengah-atas, Hal ini dilihat dari mayoritas penduduk di wilayah penyebaran media informasi ini mayoritas para ibu yang menggunakan media sosial (ibu-ibu sosialita).

Jenis Kelamin : Perempuan
Pendidikan : SMA – Mahasiswi

b. *Consumer insight*

Dalam perancangan informasi ini, perancangan mepertimbangan 3 aspek yang mendasari *Consumer insight*:

- *Want* : Semua orang tua selalu menginginkan yang terbaik untuk tumbuh kembang anaknya. Maka informasi kesehatan seperti ini sangat penting diketahui oleh seorang ibu yang memiliki balita.
- *Need* : Isu kesehatan menjadi isu yang selalu berkembang dan harus dipahami dengan teliti, hal ini bukan menjadi kewajiban namun sudah menjadi kebutuhan. Begitu juga dengan informasi kesehatan seperti ini yangs sangat dibutuhkan oleh seorang ibu dalam merawat anaknya.
- *Expectation* : Untuk memenuhi harapan dari target audiens, perancang mengemas informasi sebaik mungkin agar menarik perhatian mudah dimengerti oleh target audiens.

c. *Journey*

Perancang mempertimbangkan media apa yang mungkin digunakan oleh target audiens dalam perjalanan kesehariannya. Target audiens yang merupakan ibu yang memiliki anak balita, pada pagi hari pasti akan menggunakan handuk untuk memandikan anaknya, dan penggunaan gelas

untuk minum. Selain itu juga, jam dinding yang akan dilihatnya setiap waktu. Setelah itu ibu akan pergi ke pasar dnegan menggunakan kantong belanja, selanjutnya pada pagi menuju siang hari adalah waktu perkiraan seorang ibu membersihkan rumah dan pada saat itu ibu akan melihat gantungan baju saat merapikan baju. Semua media pendukung akan dilihat oleh target audiens setiap hari secara berulang, hal ini diharapkan dapat tersampaikannya informasi secara efektif yang akan memberikan dampak signifikan terhadap tujuan dibuatnya perancangan informasi ini.

d. Indikator konsumen
   - Wanita / pengasuh balita di usia dewasa awal hingga dewasa madya
   - Wanita yang memiliki balita

III.1.6 Strategi Kreatif

Pada perancangan informasi ini pendekatan kreatif dilakukan dengan membuat gambar ilustrasi dan video dalam bentuk infografis yang didalamnya terdapat cerita, dimana gambar dan video tersebut merupakan penguat konten informasi secara umum untuk menambah wawasan dan pengetahuan serta menjadi sebuah *reminder* untuk target audiens.

Terdapat ilustrasi yang berbentuk ikon yang merupakan tanda yang memiliki kemiripan "rupa". sebagai mana yang telah ada wujud nyatanya. Penggambaran ikon ada dengan dua cara, yaitu ilustratif (sesuai bentuk aslinya) dan diagramattik (dalam bentuk penyederhanaan). Penyederhanaan dari karakter anak kecil digunakan agar target audiens mampu menangkap informasi secara suka rela, dan tidak mudah lupa. Penyederhanaan bentuk organ karakterpun disesuaikan agar mempertahankan *tone and manner* yang konsisten seperti bentuk tangan yang hanya ada 4 jari (tidak realistis). Diharapkan dengan strategi ini informasi yang diterima dapat dengan mudah diterima oleh target audiens. Dilakukan juga strategi *backsound* dan *sound effect* untuk mempertegas setiap informasi yang disampaikan. Tokoh utama dan tokoh pendukung sedekat mungkin dibuat agar sesuai dengan media utama, antara lain melalui pendekatan karakter dengan pekerjaan yang

berhubungan dengan keahlian bicara dan nama karakterpun disesuaikan dengan nama plesetan dari "ceker" yaitu Cakra.

Adapun strategi *copywriting* yang dilakukan seperti judul utama perancangan ini adalah "Semangkuk Sup untuk Balita". Penggunaan kata dalam perancangan ini diadaptasi dari kebiasaan dan budaya masyarakat Indonesia, khususnya kaum Ibu saat memberikan makanan pada anaknya. Biasanya alat makan yang digunakan untuk memakan sup adalah mangkuk, maka semangkuk sup ini dinilai merupakan hal yang sederhana dan mudah diterima oleh target audiens.

Pendekatan sapaan "mom's" di Indonesia banyak kata yang digunakan untuk memanggil seorang Ibu seperti Mamah, momy, bunda, umi, mamih, dan lainnya. Namun, penggunaan sapaan mom's untuk target audiens disini dapat dianggap sebagai sapaan yang tidak kaku dan lebih '*friendly*'. Kata mom's digunakan agar target audiens dapat merasakan bahwa informasi yang disampaikan oleh perancang seakan-akan disampaikan oleh rekan sebayanya sendiri, dalam perancangan ini rekan sebaya untuk mom's adalah dr. tiwi yang merupakan karakter ibu dari Cakra.

III.1.7 Strategi Media

Berdasarkan pada objek perancangan yang akan dibuat, maka dalam pemilihan suatu media diharapkan dapat menjadi solusi dan menjawab permasalahan. Media yang digunakan terbagi pada tiga jenis yaitu media utama, media informasi dan media pendukung serta bagaimana mekanisme dan penempatan media-media tersebut.

- Media Utama

  Media utama dari perancangan Informasi Ceker Ayam sebagai Makanan bergizi bagi Balita ini diaplikasikan dalam Video Infografis. Video infografis ini dianggap sebagai salah satu media yang dianggap cukup efektif untuk penyampaian informasi. Informasi grafis atau infografis adalah representasi visual informasi, data atau ilmu pengetahuan secara grafis. Grafis ini memperlihatkan informasi rumit dengan singkat dan jelas (Doug Newsom and Jim Haynes, 2004:236).

Dikutip dari situs alboardman.com (Situs resmi milik seorang *motion designer* dari Chicago, UK), video infografis adalah teknik digital yang mengkombinasikan gambar, kata, suara, dan video. Video infografis juga merupakan kombinasi dari bahasa film, animasi, dan desain grafis dan menyatukan beberapa elemen kreatif seperti tipografi, ilustrasi, logo, bentuk, dan video. Elemen-elemen tersebut kemudian digerakan sehingga membentuk sebuah cerita. Kemasan informasi yang dinamis ini dianggap cukup atraktif karna melibatkan proses audiovisual yang memungkinkan penyampaian informasi kepada target *audiens* akan lebih efektif.

- Media Informasi

  Perancang menggunakan media tambahan untuk memperkuat media utama yaitu dengan membuat Poster, *sticker,* x-banner, mini x-banner dan *postcard*. Media informasi ini berbentuk cetak dan digital. Hal ini dipercaya akan lebih memaksimalkan penyebaran informasi, dengan didukung oleh penyebaran distribusi yang tepat sasaran.

- Media Pendukung (*Merchandise*)

  Media pendukung dalam perancangan ini berbentuk *merchandise* berupa jam dinding, kalender, mug, gantungan baju, handuk, tas belanja, dan *notebook*. Dengan diaplikasikannya ke dalam berbagai jenis barang yang sering dilihat dan digunakan dalam kehidupan sehari-hari, diharapkan informasi yang disampaikan oleh perancang dapat diterima dengan baik oleh target *audiens*.

III.1.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Pertimbangan dasar distribusi informasi ini adalah bagaimana informasi atau pesan yang disampaikan akan efektif dan mampu diterima oleh target audiens. Dalam

proses pendistribusian, selain melalui optimalisasi media sosial, penyebaran akan melibatkan pihak-pihak yang terkait erat dengan objek penelitian dibawah KEMENKES RI seperti Rumah sakit, Puskesmas, dan instansi kesehatan lainnya. Pendistribusiaan ini dilakukan ketika akan menyambut hari Anak Balita Nasional yang jatuh pada tanggal 8 april.

Table III.1 Jadwal penyebaran media

Media	Bulan		
	Maret	April	Mei
Media Utama (Video Infografis)			
Media Informasi (Poster, Sticker, Postcard)			
Media Pendukung (jam dinding, kalender, mug, gantungan baju, handuk, tas belanja, dan notebook)			

III.2 Konsep Visual

Bentuk pola visual akan disesuaikan dengan target audiens yang dituju, yang didalamnya diantaranya sedekat mungkin memuat bentuk-bentuk visual yang merepresentasikan karakter-karakter yang layak untuk menyampaikan pesan yang terkandung dalam perancangan informasi ini.

Konsep visual yang akan digambarkan antara lain akan dikhususkan kepada karakter utama dan karakter pendukung, aset yang menggambarkan lokasi tertentu, seperti studio siaran, studio di stasiun televisi, rumah, dapur dan kamar. Juga aset tanaman yang merupakan mayoritas hobi ibu di Indonesia yang gemar memelihara tanaman hias.

Konsep visual meliputi gaya adaptasi gambar dan pendekatan warna yang dikenal dengan *Flat Design*. Ada yang menganggap *flat design* adalah implementasi dari

gaya minimalis dan mengaitkannya dengan *The Swiss Style* yang terkenal pada tahun1940-an sampai 1950-an

III.2.1 Format Desain

Format video infografis ini menggunakan resolusi *widescreen* 16:9 mempertimbangkan pandangan mata seseorang yang bersifat *horizontal*, sehingga akan mendapatkan kenyamanan saat menonton, dengan spesifikasi format sebagai berikut :

- *Custom video for windows*
- *Frame size* : 1920 x 1080 px
- *Frame rate* : 25 fps
- *Aspect ratio* : PAL *widescreen square pixel* 16 : 9
- *Channel* : RGB
- *Color* : *Millions of Colors+*
- *Format video* : quicktime (.mov)
- *Video Codec* : *Animation*
- *Duration* : 00:02:00 - 00:03:00
- *Audio sample rate* : 48 kHz
- *Audio channels* : *Stereo*
- *Format audio* : mp3
- *Compressor* : *Uncompressed*

III.2.2 *Layout*

Menurut Lia (2014) secara umum, *layout* merupakan tata letak ruang atau bidang. Layout dapat kita lihat pada majalah, website, iklan televisi, bahkan susunan furniture di salah satu ruangan di rumah kita. Dalam sebuah *layout*, terdapat beberapa elemen seperti elemen teks, elemen visual, dan elemen lainnya. Tujuan utama *layout* adalah menampilkan elemen gambar dan teks agar menjadi komunikatif dan dapat memudahkan pembaca menerima informasi yang disajikan.

Penyusunan dari elemen-elemen pada media perancangan ini menggunakan prinsip penekanan *center of interest* dan *symmetrical balance*. Tujuannya untuk

menitikberatkan perhatian target audiens terhadap objek yang sedang dibahas dan menyeimbangkan komposisi antara kiri dan kanan. Dengan penggunaan bidang kosong yang cukup luas untuk menciptakan fokus, akan menampilkan elemen gambar bergerak dan teks yang dapat memudahkan target audiens menerima informasi yang disajikan.

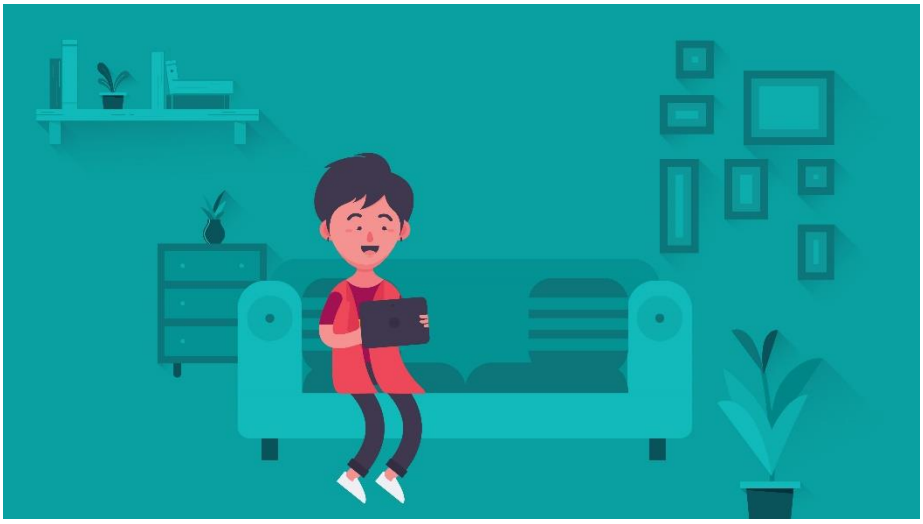


Gambar III.1 Referensi Layout untuk video infografis
(Sumber : kezzler.com Diakses pada 1/6/2016)



Gambar III.2 Referensi Layout untuk infografis
(Sumber : pinterest.com Diakses pada 1/6/2016)

Berikut merupakan contoh *screenshot* tata letak yang digunakan pada perancangan media utama video infografis, berdasarkan konsep dan referensi yang telah ditentukan:

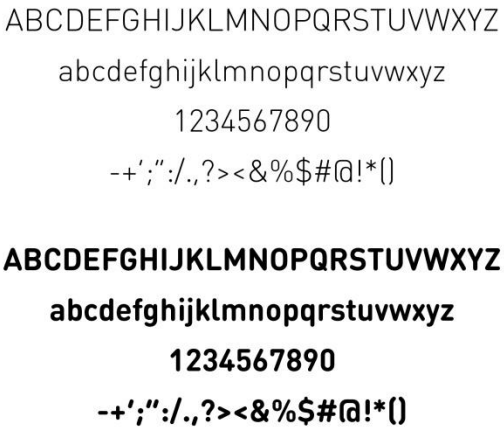


Gambar III.3 Layout video infografis
(Sumber: Dokumentasi pribadi
Diakses pada 1/6/2016)

III.2.3 Tipografi

Menurut Lazlo dalam buku pengantar desain komunikasi visual (2010) berpendapat bahwa tipografi adalah alat komunikasi, oleh karena itu tipografi yang digunakan harus bisa berkomunikasi dalam bentuknya yang paling kuat, jelas (*clarity*), dan terbaca (*legibility*). Eksekusi terhadap desain tipografi dalam rancangan grafis pada aspek *legibility* akan mencapai hasil yang baik bila melalui proses investigasi terhadap makna naskah, alasan-alasan kenapa naskah harus dibaca, serta siapa target audiensnya.

Untuk menyesuaikan dengan gaya visual, maka jenis tipografi yang digunakan untuk media aplikasi perancangan informasi ini adalah font yang memiliki bentuk simpel. Mengutamakan keterbacaan agar target audiens dapat menerima informasi dengan baik dan nyaman. Tipografi yang digunakan untuk *body text*, *typeface* adalah Din Round Pro dari keluarga Sans-serif. Tujuannya agar tipografi nyaman dibaca di layar monitor dengan baik.



Gambar III.4 Tipografi
(Sumber: Dokumentasi pribadi diakses pada 1/6/2016)

Adapun *decorative text* yang digunakan adalah *typeface* Krinkes Décor PERSONAL USE Penggunaan yang konsisten dari jenis *font* ini akan membuat audiens menangkap kesan ceria dan *homey*.

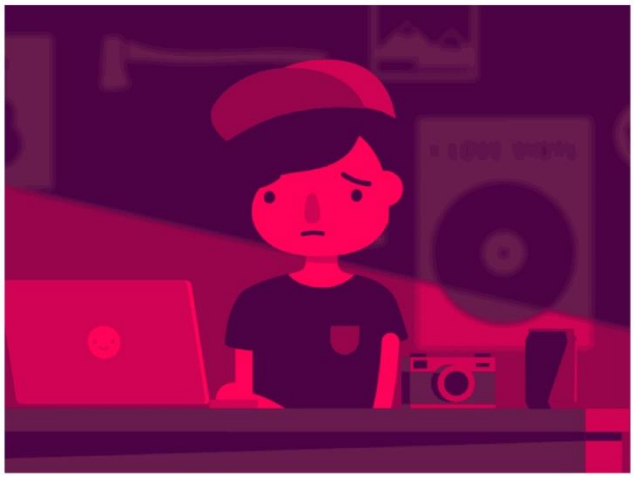


Gambar III.5 tipografi pada logo utama
(Sumber: Dokumentasi pribadi diakses pada 1/6/2016)

III.2.4 Ilustrasi

Menurut Rahkmat (2010) pengertian ilustrasi secara umum adalah gambar atau foto yang bertujuan menjelaskan teks dan sekaligus menciptakan daya tarik. Illustrasi yang berhasil menarik perhatian pembaca atau target audiens pada umumnya mempuyai kriteria komunikatif, informative, mudah dipahami dan menggugah perasaan. Saat ini di computer banyak tersedia illustrasi yang siap pakai seperti *clip art*, *texture*, dan *pattern*. Namun penggunaan ilustrasi yang berlebihan justru dapat membingungkan dan mengurangi nilai keterbacaan.

Gaya ilustrasi yang digunakan untuk video infografis Perancangan Informasi ini adalah desain datar atau lebih sering disebut *flat design*, dengan gaya yang minimalis, menghindari tekstur dan efek pencahayaan serta menggunakan warna yang datar.



Gambar III.6 Referensi Ilustrasi untuk video infografis
(Sumber : mtv-dribbble.com diakses pada 21/3/2016)



Gambar III.7 Ilustrasi video infografis "Manfaat Ceker Ayam"
(Sumber : dokumentasi pribadi diakses pada 1/6/2016)

a. Tokoh Utama

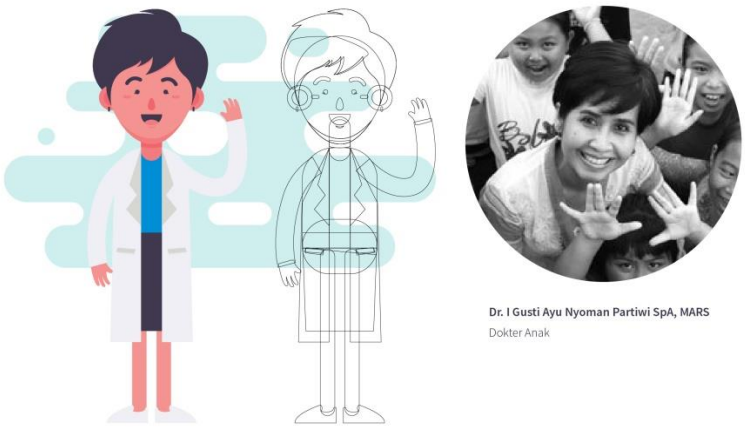
Dalam perancangan Informasi ini, perancang memunculkan 2 karakter yaitu Cakra dan dr. Tiwi yang mendukung sebagai penyampai informasi kepada target audien.



Gambar III.8 Ilustrasi Tokoh Utama "Cakra"
(Sumber : Dokumentasi pribadi diakses pada 1/6/2016)

Cakra Aprilio adalah seorang anak laki-laki yang sangat cerdas, memakai kaca mata mencirikan bahwa dia mempunyai rasa ingin tahu yang tinggi dan dia merupakan seorang announcer radio terkenal di Bandung. Rasa penasarannya tentang pola makan saat ia kecil yang telah membuatnya menjadi pintar, jago ngomong, dan cerewet.

Studi karakter ini mengacu pada tampilan seorang yang ahli dalam bidang broadcasting, yaitu charming, good looking, & berwawasan luas. Penggunaan nama Cakra Aprilo yaitu berdasarkan dari plesetan dari "Ceker" menjadi "Cakra" namun jika diartikan yakni Cakra dalam bahasa Jawa, artinya Yang melindungi. Nama belakang yang digunakan adalah Aprlio, karena untuk menyambut dan memperingati hari Anak Balita Nasional yang jatuh pada tanggal 8 April.



Gambar III.9 Ilustrasi Tokoh dr. Tiwi
(Sumber : Dokumentasi pribadi diakses pada 1/6/2016)

- dr. Tiwi adalah ibu Cakra, berusia 40 tahun. Ia menjalani profesi sebagai Dokter anak yang sangat memahami ilmu gizi, maka dari itu ia merawat Cakra dengan baik dari sejak kecil hingga sekarang.

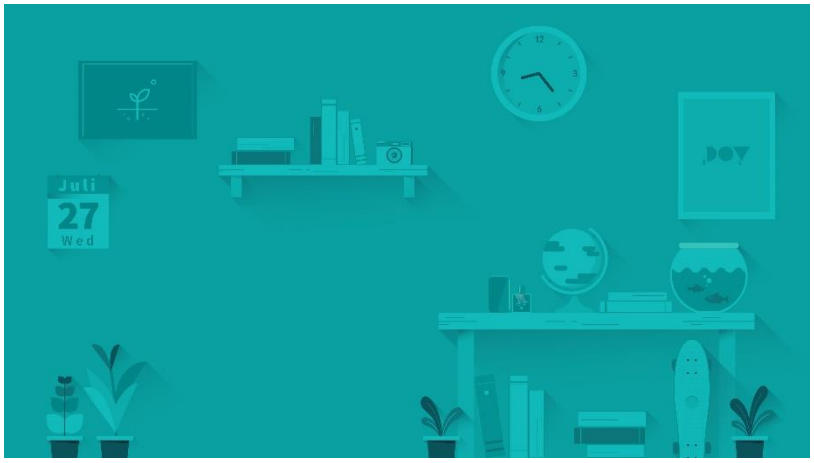
b. Background

Background yang digunakan dalam perancangan informasi ini menggunakan pola atau *pattern* yang memiliki tema yang selaras dengan informasi yang disampaikan.

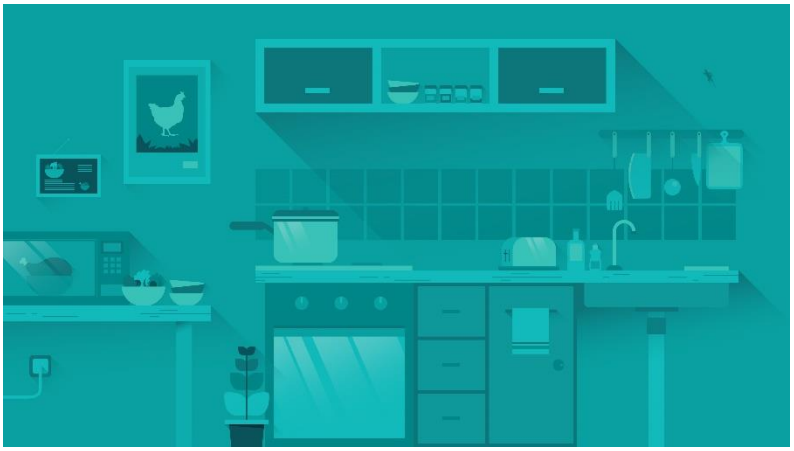


Gambar III.10 Ilustrasi *Pattern*
(Sumber: Dokumentasi pribadi diakses: 2/6/2016)

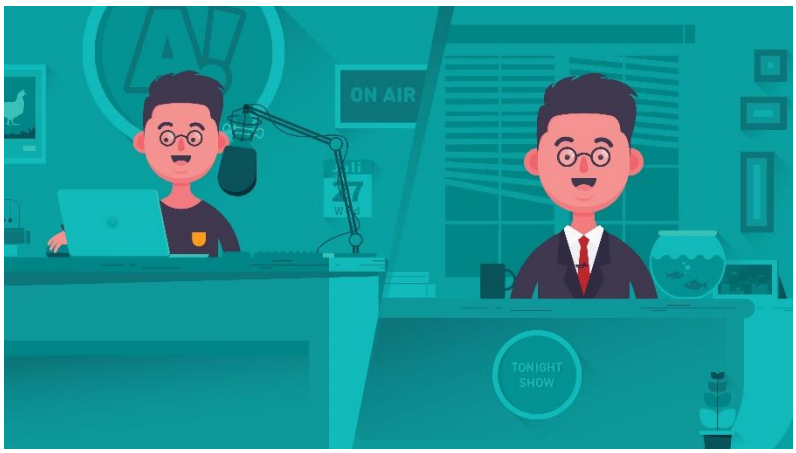
Selain itu, dibuat juga *background* lokasi dimana penyapaian informasi terjadi. Antara lain: Studio siaran dan berbagai sudut di rumah Cakra.



Gambar III.11 Ilustrasi Ilustrasi *Background* kamar Cakra
(Sumber : Dokumentasi pribadi diakses pada 1/6/2016)



Gambar III.12 Ilustrasi *Background* dapur
(Sumber : Dokumentasi pribadi diakses pada 1/6/2016)



Gambar III.13 Ilustrasi *Background* studio siaran radio dan studio acara televisi
(Sumber : Dokumentasi pribadi diakses pada 1/6/2016)



Gambar III.14 Ilustrasi *Background* ruang tamu
(Sumber : Dokumentasi pribadi diakses pada 1/6/2016)

III.2.5 Warna

Warna merupakan salah satu elemen yang dapat menarik perhatian, meningkatkan *mood*, menggambarkan citra sebuah perusahaan, dan lainnya (Lia, 2014). Dalam penggunaan warna kita perlu memperhatikan kesan apa yang ingin kita bangun dalam desain tersebut. Pemilihan warna akan dipusatkan kepada warna 41 warna hangat dan dingin. seperti warna hangat merah muda, kuning orange dan warna-warna dingin seperti biru hijau dan beberapa warna coklat muda ataupun krem. pada dasarnya warna dapat mempengaruhi psikologi seseorang, seperti membuat rileks dan meningkatkan adrenalin (Zelanski & Fisher, 2010).

Atas dasar tersebut maka dipilihlah warna-warna yang lembut tersebut seperti pemilihan beberapa warna hangat dan dominansi warna dingin agar pembaca ataupun target audien merasa nyaman dalam membaca dan memperhatikan isi dari informasi yang disampaikan.



Gambar III. 15 *Color Guide*
(Sumber: Dokumentasi pribadi diakses: 2/7/2016)

III.2.6 *Backsound*

Musik yang digunakan sebagai latar belakang untuk perancangan video infografis ini adalah musik instrumental ber-*genre* pop yang berjudul *Pink Ukulele*. Untuk membangun *mood* santai dan ceria, maka musik yang dipakai bergaya *easy listening*. Ciri-cirinya, musik nyaman didengar, tidak agresif, menciptakan suasana hangat, dan memiliki tempo sedang.