BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1 Strategi Perancangan

Strategi perancangan merupakan acuan untuk memecahkan suatu masalah secara kreatif yang bertujuan untuk mencapai solusi yang tepat dan efektif. Untuk mencapai hasil perancangan yang dapat memecahkan masalah yang ada pada masakan Manado terutama di kota Bandung, maka strategi pendekatan secara visual maupun verbal mempunyai peranan yang sangat penting dalam proses penyampaian pesan yang ingin disampaikan kepada target sasaran, agar pesan yang disampaikan dapat dimengerti dan mudah diterima oleh masyarakat di kota Bandung.

Dalam hal ini, strategi yang akan dilakukan adalah merancang sebuah buku fotografi makanan yang memuat informasi mengenai masakan Manado. Berdasarkan fokus permasalahan, maka konten ataupun pesan yang nantinya akan disajikan dalam buku lebih di tujukan untuk masyarakat di kota Bandung.

III.1.1 Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi yang ingin disampaikan dalam perancangan buku fotografi makanan ini adalah, membuat masyarakat di kota Bandung dapat menerima adanya masakan Manado dan dapat juga membuat sendiri hidangan khas Manado, dengan ini masyarakat diharapkan dapat lebih dekat dan menerima adanya masakan ini.

Target keadaan yang diharapkan dari perancangan ini adalah :

- Masyarakat di kota Bandung dapat menerima adanya masakan Manado.
- Masyarakat di kota Bandung dapat mengetahui bagaimana cara pembuatan masakan Manado, dan bisa membuat makanan Manado.

III.1.2 Pendekatan Komunikasi

Dalam perancangan buku ini diperlukan strategi pendekatan komunikasi yang sesuai dengan karakteristik target khalayak, agar pesan ataupun informasi tentang masakan Manado yang nantinya disampaikan melalui buku ini dapat dengan

mudah diterima dan dimengerti oleh khalayak sasaran. Maka dari itu perlu dilakukan strategi pendekatan secara visual maupun verbal.

III.1.2.1 Pendekatan Visual

Strategi pendekatan visual merupakan salah satu cara untuk menyampaikan informasi yang ditampilkan dalam sebuah bentuk visual atau gambar. Pendekatan visual yang digunakan dalam perancangan buku fotografi makanan ini tentunya menggunakan gaya visual yang modern dan penyampaian materi pesan dalam bentuk fotografi atau fotografi makanan.



Gambar III.1 Gambar fotografi makanan Manado
Sumber: foto pribadi (6 oktober 2015)

Pemilihan gaya modern pada visual fotografi makanan ini disesuaikan dengan target khalayak sasaran yaitu usia muda 25 tahun sampai dengan orangtua usia 40 tahun. Penggunaan visual fotografi makanan dimaksudkan untuk memudahkan penalaran khalayak sasaran dalam menangkap setiap pesan yang akan disampaikan.

III.1.2.2 Pendekatan Verbal

Pendekatan verbal yang dilakukan menggunakan pendekatan bahasa yang bersifat informatif, persuasif, dan mudah dimengerti oleh target khalayak. Maksud dari pendekatan verbal ini, selain dapat memberikan informasi langsung tentang masakan Manado, tetapi juga mengajak masyarakat di kota Bandung agar dapat membuat sendiri masakan Manado. Seperti yang terdapat pada jaket buku yaitu,

“Rasa Asli Manado” juga pada Pembatas Halaman “Manado Punya Rasa” dan pada resep “Rahasia Rasa Manado”, dan “Rasa Manado pada stading brosur.

Dengan strategi komunikasi ini diharapkan masakan Manado dapat lebih mendekatkan kepada masyarakat kota Bandung dengan, sehingga pada akhirnya dapat menerima adanya masakan Manado.

III.1.3 Materi Pesan

Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, materi pesan yang akan disampaikan dalam buku fotografi masakan ini lebih di tujukan kepada usia muda 25 tahun sampai dengan orangtua usia 40 tahun. Karena konten yang ada pada buku fotografi makanan Manado adalah mengenai masakan Manado dan cara pembuatan masakan Manado.

III.1.4 Gaya Bahasa

Bahasa yang akan digunakan adalah Bahasa Indonesia dengan penyampaian komunikasi yang ringan, agar khalayak sasaran dapat dengan mudah mencerna apa yang dituliskan dalam buku.

III.1.5 Khalayak Sasaran Perancangan

- ***Consumer Insight***

Consumer Insight adalah menganalisa individu berdasarkan perasaan, dan keinginan konsumen yang mengarahkan pada tingkah laku. Dalam hal ini, khalayak sasaran yang ingin dituju berdasarkan segmentasi target primer dan sekunder yaitu:

a. Target *primary*

   Masyarakat yang berada di wilayah kota Bandung dan sekitarnya dan ditujukan kepada usia muda 25 tahun sampai dengan orangtua usia 40 tahun.

b. Target *secondary*

   Masyarakat yang berada di wilayah kota-kota besar di Indonesia.

- ***Consumer Journey***

a. Target *primary*

   Target menyukai hal-hal yang baru terutama dalam dunia kuliner dengan cita rasa pedas dan cita rasa khas dari makanan tradisional.

b. Target *secondary*

   Target mempunyai rasa keingintahuan atau rasa penasaran dengan setiap adanya makanan tradisional.

III.1.6 Strategi kreatif

Strategi kreatif adalah ide yang dimunculkan untuk menunjang perancangan yang telah direncanakan. Konsep kreatif yang akan digunakan dalam perancangan buku ini berupa buku fotografi dengan penggayaan fotografi makanan *modern* dalam penyajiannya, buku akan diatur tata letak atau *layout* buku agar terlihat lebih menarik. Buku akan dikemas secara ekslusif yaitu dimasukan ke dalam bingkai lalu untuk pembelian 1 buku akan mendapatkan beberapa souvenir dan resep pembuatan masakan Manado.

Salah satu souvenir dari setiap pembelian 1 buku adalah resep pembuatan masakan Manado yang terdapat dalam sebuah toples hingga dapat memudahkan khalayak sasaran ketika ingin mencoba memasak masakan Manado di dapur.

III.1.7 Strategi Media

Media merupakan sarana yang penting bagi penyebaran informasi. Selain sangat berpengaruh dalam penyampaian informasi. Media juga sebagai alat perantara dan komunikasi untuk menyampaikan pesan kepada target *audience*/sasaran. Untuk menyampaikan isi pesan tersebut kepada khalayak sasaran dan mencapai tujuan seperti yang diinginkan, haruslah mempertimbangkan sistem strategi media yang tepat.

Maka, untuk menunjang perancangan ini, pemilihan media yang akan digunakan terbagi menjadi dua bagian yaitu media primer dan sekunder. Media primer adalah media utama yang berisi informasi lengkap untuk disampaikan, sedangkan media sekunder adalah sebagai media pelengkap yang menunjang keberadaan

media utama. Dalam hal ini pertimbangan untuk pemilihan media sekunder dibagi menjadi dua kategori yaitu, media pendukung & media promosi.

III.1.7.1 Media Utama

Media utama yang akan dirancang adalah buku fotografi makanan"Bingkai Rasa Manado". Konsep judul buku sendiri berasal dari media yang akan digunakan yaitu media fotografi yang memotret masakan Manado. Penyampaian pesan maupun informasi dalam bentuk fotografi tentunya lebih mudah untuk memperlihatkan bentuk visual kepada khalayak sasaran. Buku dipilih sebagai media utama karena informasi yang ingin disampaikan, bisa langsung diterima dan dilihat oleh target *audience*/khalayak sasaran. Selain itu, buku juga memiliki kelebihan dibandingkan dengan media penyampaian informasi secara audio visual, dimana buku dapat dimiliki oleh siapapun secara nyata, dan juga dapat dibaca dimana saja dan kapan saja. Buku ini juga diberi pengemasan khusus agar nantinya dapat menarik perhatian khalayak sasaran karena pengemasan buku yang dimasukan kedalam sebuah bingkai kayu.

III.1.7.2 Media Pendukung

Media Pendukung digunakan sebagai souvenir dari setiap pembelian buku setelah buku ini nantinya dipublikasikan kepasaran/ khalayak ramai. Selain bersifat informasi, pada media ini juga berfungsi untuk mengingatkan kembali (*reminding*) pesan berupa foto yang sudah disampaikan dalam buku. Adapun media pendukung tersebut adalah :

- Buku *Memo*

  1. Latar belakang pemilihan media

     Buku ini juga dapat berfungsi sebagai media pencatatan apapun yang ingin dituliskan, tujuan utamanya adalah bagi pemilik buku ini nantinya dapat menggunakan buku ini salah satunya untuk mencatat.

  2. Bentuk dan visual

     Visual utama yang akan ditampilkan dalam media ini adalah berupa fotografi makanan dan juga halaman kosong yang disediakan untuk mencatat juga dilengkapi dengan kalender tahun 2016.

- Pembatas Halaman

1. Latar belakang pemilihan media

Media ini dipilih berdasarkan kegunaan media ini sendiri yaitu sebagai pembatas halaman yang mempunyai fungsi untuk membatas halaman dimana pembaca terkakhir membaca buku ini.

2. Bentuk dan visual

Visual utama yang akan ditampilkan dalam media ini adalah beberapa fotografi makanan pada tampak depan dan tipografi bertuliskan Manado punya rasa pada tambak belakang.

- Toples Resep

1. Latar belakang pemilihan media

Media ini merupakan salah satu media yang akan mempermudah khalayak sasaran ketika ingin mencoba memasak sendiri masakan Manado, media ini dipilih karena dari segi ukuran dapat dibawa kemana saja, selain itu khalayak sasaran tidak perlu repot untuk membawa buku ke dapur jika ingin membuat masakan Manado cukup dengan membawa toples ini yang didalam nya terdapat beberapa resep yang ada pada buku.

2. Bentuk dan visual

Visual utama yang akan ditampilkan dalam media ini adalah toples yang didalamnya terdapat resep berukuran A6 yang

- *Voucher*

1. Latar belakang pemilihan media

Media ini dipilih agar dapat menarik perhatian khalayak sasaran untuk mencoba langsung masakan Manado, media ini berisi mengenai informasi diskon yang didapat untuk digunakan pada saat berkunjung ke rumah makan *rica-rica* masakan khas Manado.

2. Bentuk dan visual

Visual utama yang akan ditampilkan dalam media ini adalah voucher diskon dengan bentuk yang kecil agar dapat dengan mudah dimasukan ke dalam dompet.

- Kalender

1. Latar belakang pemilihan media

Media ini juga dipilih sebagai media *souvenir* atau juga media pendukung yang mempunyai fungsi utama yaitu untuk melihat tanggal bulan dan tahun. Juga sebagai media pengingat akan masakan Manado.

2. Bentuk dan visual

Visual utama yang akan ditampilkan dalam media ini adalah tanggal bulan dan tahun 2016 dan juga beberapa foto makanan Manado.

III.1.7.3 Media Promosi

Media promosi ini digunakan pada saat buku telah dipublikasikan kepasaran atau khalayak ramai agar nantinya buku ini dapat diketahui oleh masyarakat pada umumnya. Pemilihan sarana untuk media promosi ini antara lain:

- Poster

Merupakan media informasi yang dapat menampung banyak informasi singkat dan mudah dipahami. Pemilihan poster karena informasinya mudah dijangkau oleh masyarakat. Poster dirancang untuk menarik perhatian sekaligus menyampaikan informasi langsung ketempat dimana target sasaran berada.

- Photoblok/kanvas

Sama halnya dengan media poster, photoblok digunakan sebagai media pendukung dan promosi yang akan menarik perhatian dari khalayak sasaran karena bentuknya yang jarang ditemui di toko buku dan juga pesan yang ditampilkan berupa fotografi makanan dalam bentuk kolase dan beberapa konten untuk menarik khalayak sasaran. Penempatan photoblok ditempatkan

didepan toko buku atau juga dapat ditempatkan berdekatan dengan tangga di toko buku.

- *Flyer*

  Flyer juga merupakan salah satu media promosi yang akan dipakai, Visual yang terdapat dalam flyer yaitu berisi informasi mengenai buku "Bingkai Rasa Manado" beserta informasi dan konten pelengkap lainnya.

- *Standing* Brosur

  Merupakan sebuah media yang digunakan untuk promosi dan ditempatkan di dekat buku"Bingkai Rasa Manado" ketika dipajang nantinya.

- *Photoframe*

  Media ini juga dilipih sebagai media promosi yang juga sebagai elemen pemanis ketika buku "Bingkai Rasa Manado" dipajang di toko buku, terdapat dua *photoframe* ukuran 8r 20cm x 25cm dan 19cm x 10cm.

III.1.8 Strategi Distribusi

Agar informasi tentang fotografi makanan Manado ini sampai pada target sasaran, maka perlu adanya strategi dalam mendistribusikan buku fotografi yang dibuat. Untuk itu, strategi pendistribusian buku fotografi ini akan dilakukan dengan cara bertahap, dengan diberi adanya souvenir pada edisi promo yang akan diberlakukan selama 3 bulan lalu harga buku akan diturunkan seiring berakhirnya waktu edisi promo dan setelah berakhir masa promo maka souvenir dan media pendukung tidak akan disertakan dalam setiap pembelian buku. Dan diprioritaskan disebar di wilayah kota Bandung khususnya ditoko buku dikota Bandung. Hal ini bertujuan agar masyarakat mengetahui dimana buku ini tersedia dan lebih terorganisir dalam penempatan medianya.

- **Waktu Penyebaran Media**

  Berikut merupakan tabel dari lokasi-lokasi strategis yang menjadi target penyebaran dan penempatan media beserta waktu penyebarannya:

Tabel III.1 Distribusi Penyebaran Media
(sumber: dokumentasi pribadi, 2016)

Media	Tempat/Lokasi Penyebaran	Waktu Penyebaran Media											
		2016											
		Januari				Februari				Maret			
		Minggu ke				Minggu ke				Minggu ke			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Buku + Media Pendukung	Toko buku Gramedia & Toko Buku lainnya di Bandung												

Media	Tempat/Lokasi Penyebaran	Waktu Penyebaran Media											
		2016											
		Januari				Februari				Maret			
		Minggu ke				Minggu ke				Minggu ke			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Poster	Toko buku Gramedia & Toko Buku lainnya di Bandung												
Photoblok	Pintu Masuk/Tangga												
Flyer	Kasir												
Photorame	Di tempat buku dipajang/Kasir												
Standing brosur	Di tempat buku dipajang												

III.2 Konsep Visual

Visual yang akan dibuat dalam perancangan buku fotografi makanan ini mengacu kepada judul konten ataupun tema informasi yang disampaikan dalam setiap halaman buku. Informasi yang disampaikan berupa masakan Manado, beserta penjelasan mengenai beberapa makanan Manado dan cara pembuatannya.

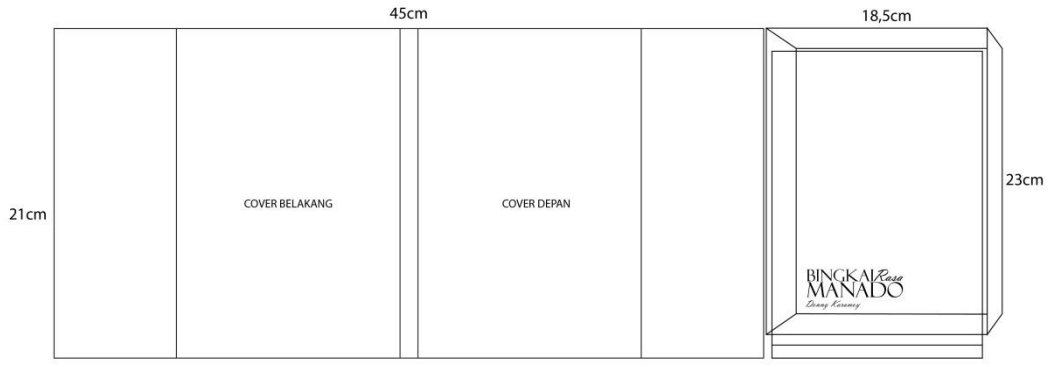
Setiap informasi yang disampaikan dalam buku akan disajikan dengan menggabungkan beberapa unsur elemen grafis didalamnya agar tidak membosankan dan menarik perhatian khalayak sasaran, agar mudah dimengerti. Maka untuk menghasilkan visual buku fotografi makanan yang baik, dibutuhkan konsep visual yang matang untuk menghindari kesalahan dalam penyampaian pesan. Konsep visual yang dibuat meliputi lima hal, yaitu:

1. Format desain
2. Tata letak atau *layout*
3. Tipografi
4. Fotografi
5. Warna

III.2.1 Format Desain

A. Ukuran Buku

Format desain yang akan dibuat dalam perancangan buku fotografi makanan ini berukuran A5, Pada bagian *cover* atau sampul halaman, bahan yang digunakan yaitu *hardcover* dan untuk jaket buku menggunakan bahan kertas art paper dengan laminasi *glossy*. Dengan ukuran yang standar, buku ini diharapkan lebih efektif untuk bisa dibawa kemana-mana.



Gambar III.2 Format ukuran buku
14,8 cm x 21,0 cm
(sumber: dokumentasi pribadi, 2016)

B. Material

Jenis kertas yang digunakan untuk cover ataupun sampul pada buku menggunakan kertas *art paper* 210 gram, dengan laminasi *glossy*. Sedangkan untuk jaket buku menggunakan kertas art paper 210 gram dengan laminasi *glossy* dan untuk isi buku, jenis kertas yang akan dipakai adalah kertas *art paper* dengan ketebalan kertas 150 gram. Pemilihan kertas *art paper* dimaksudkan agar warna yang digunakan lebih timbul atau cerah dan bahannya pun lebih halus.

C. Kemasan buku

Kemasan pada buku "Bingkai Rasa Manado adalah dengan memberi sentuhan fotografi yaitu bingkai yang menjadi sebuah tempat untuk penyimpanan buku. Buku dikemas agar terlihat lebih menarik perhatian khalayak sasaran. Untuk pengemasan buku menggunakan bahan kayu multiplek dan akrilik.

III.2.2 *Layout*

Karena buku fotografi makanan ini mempunyai elemen utama yaitu foto yang dapat bercerita maka itu perlu adanya layout atau tata letak yang dapat membuat buku fotografi makanan ini terlihat lebih menarik, serta juga perlu mempertimbangkan adanya proporsi, keseimbangan juga kontras, irama dan kesatuan.

Buku fotografi makanan ini menggunakan beberapa tehnik tata letak foto dan teks, menurut Katie Nielsen dalam (Photobook Layouts, 2008 h.39) yaitu dalam sebuah buku fotografi tata letak foto dan teks harus menggunakan beberapa tehnik agar tata letak foto dan teks lebih terlihat menarik, beberapa tehnik tersebut adalah:

- *Full page photo* : Halaman yang diisi foto penuh.
- *Half page photo* : Halaman yang diisi dengan foto yang berukuran setengah halaman.
- *Inframe photo* : Halaman yang diisi dengan foto yang dibuatkan bingkai agar mata tertuju pada foto
- *Collage* : Halaman yang diisi dengan foto yang dapat diatur tata

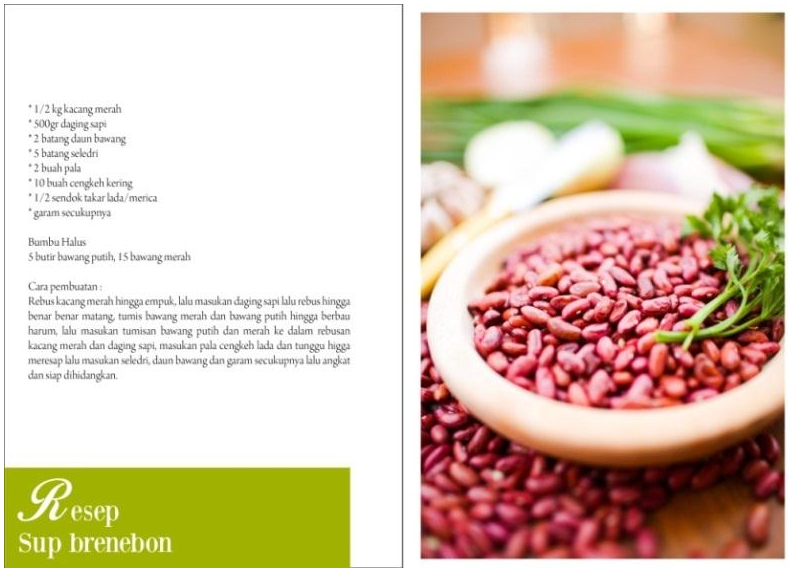
letaknya sehingga tata letak foto dan teks berbentuk seperti kolase.



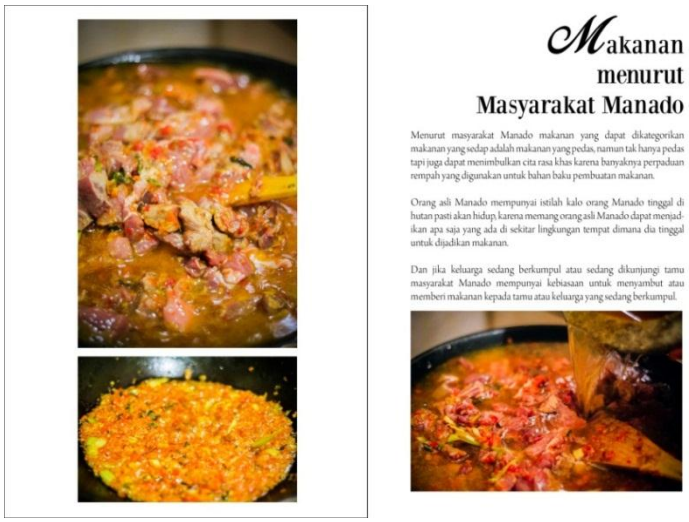
Gambar III.4 Format *layout full page photo*
(sumber: dokumentasi pribadi, 2016)



Gambar III.5 Format *layout half page photo*
(sumber: dokumentasi pribadi, 2016)



Gambar III.6 Format *layout in frame page photo*
(sumber: dokumentasi pribadi, 2016)



Gambar III.7 Format *layout collage photo*
(sumber: dokumentasi pribadi, 2016)

Maka, pengembangan tata letak disetiap halaman akan bervariasi, agar tidak jenuh dilihat dan terkesan dinamis. *Layout* dibuat dengan memadukan berbagai macam unsur grafis, yang meliputi foto,warna dan tipografi sehingga menjadi satu kesatuan *layout* yang disesuaikan dengan tema informasi yang disampaikan.

III.2.3 Tipografi

Jenis huruf atau *font* yang baik mengacu pada tingkat keterbacaan dan kemenarikan, jenis huruf tertentu bisa menciptakan kesan dan memberi karakter dari subjek atau pesan yang disampaikan, adapun jenis tipografi (*font*) yang penulis gunakan adalah:

- Arno pro

  Font ini digunakan kerena tingkat keterbacaannya jelas dan formal namun terlihat elegan, hal ini sesuai dengan target sasaran yaitu usia 25 tahun sampai dengan usia 40 tahun. Penggunaan *font* ini lebih difungsikan sebagai *body teks* pada konten atau isi buku berukuran 12pt pada buku.

  Aa Bb Cc Dd Ee FfGg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn

  Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

  1234567890

  !@#$%^&*()_+=

- Bodoni XT

  Penggunaan *font* ini lebih difungsikan sebagai *headline* atau judul, karena karakternya yang mencerminkan kesan tegas. Berukuran 21pt pada buku juga pada halaman buku berkuran 9pt.

  Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
  Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
  1234567890
  !@#$%^&*()_+=

- Vladimir script

  Penggunaan *font* ini lebih difungsikan sebagai *initial caps* pada judul dan *headline* pada *cover* , *font* ini juga memberi kesan keindahan yang berhubungan dengan makanan yang difoto berukuran 60pt pada buku.

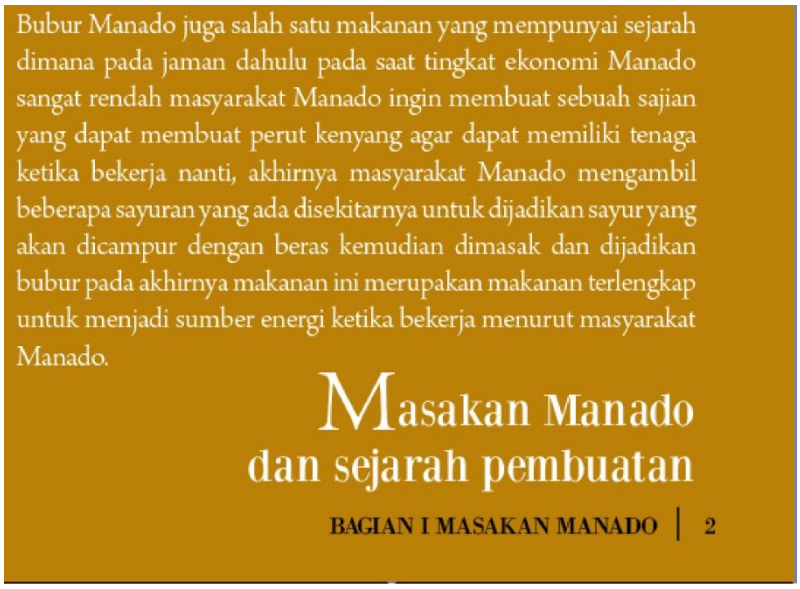
  Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
  Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
  1234567890

*!@#$%^& */)_+=*

- Centaur

  Penggunaan *font* ini lebih difungsikan sebagai *headline* pada *cover* buku, *font* ini digunakan karena mempunyai kesan yang tegas dan berukuran 21pt pada buku dan pada *cover* berukuran 60pt.

  Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
  Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
  1234567890
  !@#$%^&*()_+=



Gambar III.8 Penggunaan *font* pada *body* teks, *headline & initial caps*
(sumber: dokumentasi pribadi, 2015)



Gambar III.9 Penggunaan *font* pada *cover* buku
(sumber: dokumentasi pribadi, 2015)

Penggunaan *font* pada cover buku menggunakan 2 jenis *font* yaitu jenis *font serif* dan *font script*, penggunaan kedua *font* ini pun memiliki karakter dimana *font serif* mempunyai karakter tegas yang sesuai dengan watak asli orang Manado dan *font script* mempunyai karakter keindahan juga kenikmatan yang dalam hal ini sebuah makanan adalah suatu keindahan yang diabadikan dalam sebuah potret di dalam buku.

III.2.4 Fotografi Makanan

Fotografi makanan yang diterapkan pada buku ini bukan hanya memotret sebuah makanan saja namun bagaimana makanan tersebut dapat memberi ketertarikan serta foto tersebut dapat bercerita mengenai unsur-unsur yang terdapat pada makanan serta cara pembuatan juga sejarah dan kebudayaan yang menyangkut dengan fotografi makanan Manado.



Gambar III.10 Pengambilan gambar foto makanan
(sumber: dokumentasi pribadi, 2016)



Gambar III.11 Hasil foto setelah proses *editing*
(sumber: dokumentasi pribadi, 2016)

III.2.5 Warna

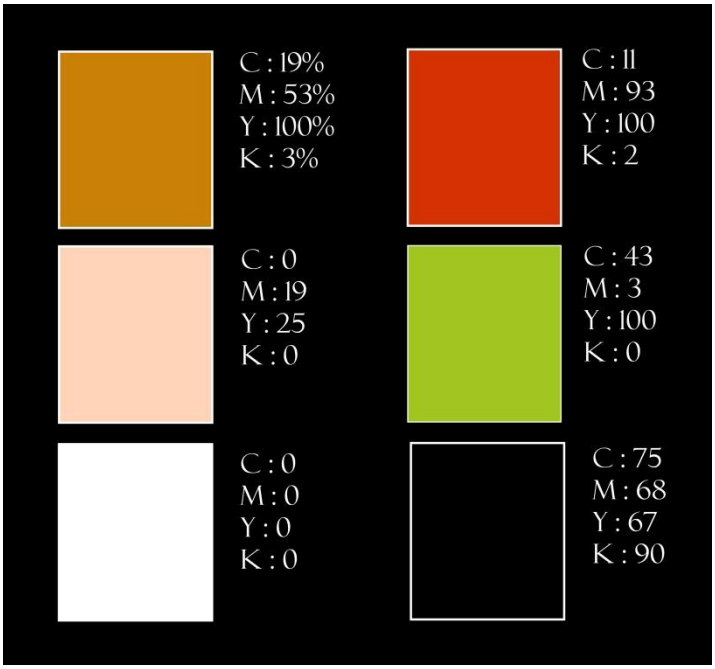
Warna yang ditampilan pada buku adalah warna yang berasal dari makanan yang difoto lalu digabungkan dengan *layout* atau tata letak. Penggunaan warna yang berasal dari foto memiliki kesan natural yang memberikan kesinambungan terhadap foto.

Warna yang digunakan berasal dari rempah dan juga *background* yang kontras dan elemen estetis, fungsi dari warna yang digunakan adalah untuk memberi keindahan serta keterbacaan pada teks. Berikut susunan warna yang digunakan pada buku bingkai rasa Manado:

- Merah: Warna ini memiliki peranan penting dan juga sebagain identitas dalam buku ini, merah melambangkan kesan keberanian yang juga merupakan ciri khas dari masyarakat Manado yang berani dalam memadukan rempah sehingga menciptakan cita rasa yang khas dan juga merah dalam buku ini mempunyai makna bahwa masakan Manado mempunyai cita rasa yang khas yaitu pedas.
- Hijau: Dalam buku ini warna hijau memiliki makna kelimpahan akan rempah-rempah masakan Manado maka itu penggunaan warna ini

diterapkan pada bagian III pada buku yang membahas resep pembuatan masakan Manado.

- Hitam: Warna hitam juga mempunyai peranan penting dalam buku ini yang diterapkan pada halaman makanan ekstrem Manado dimana pada halaman ini dibahas bagaimana sebuah makanan yang mungkin tak lazim namun menjadi sebuah keunikan tersendiri bagi masyarakat Manado.
- Putih: Warna ini mempunyai makna kesederhanaan dan juga kebersihan dan warna ini mempunyai fungsi sebagai *background* yang juga diterapkan pada setiap halaman.
- Oranye : Warna oranye diterapkan pada halaman pertama yang juga mempunyai fungsi sebagai *background* dan mempunyai kesan kehangatan yang memiliki makna ke akraban yang ditujukan kepada khalayak sasaran.
- Krem: krem mempunyai warna yang mempresentasikan kelembutan juga klasik dan dalam buku ini penggunaan nya adalah sebagai *background* yang diterapkan pada halaman cita rasa masakan Manado yang merupakan resep dari jaman dulu dan masih terjaga hingga kini.



Gambar III.12 Skema warna yang digunakan dalam perancangan buku
(sumber: dokumentasi pribadi, 2015)