# BAB III
# STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

## III.1 Strategi Perancangan

Berdasarkan permasalahan yang terdapat di dalam jajanan Korea Selatan, maka dengan dibuat sebuah solusi untuk membuat desain karakter berdasarkan jenis makanan jajanan yang ada di Korea Selatan, menggunakan gaya gambar kartun tidak realis sehingga akan lebih mudah dan menarik untuk memperkenalkan dan menarik minat terhadap makanan jajanan Korea Selatan. Kemudian desain karakter tersebut akan diaplikasikan kedalam media untuk oleh-oleh souvenir sebagai bentuk promosi dan pengenalan.

### III.1.1 Target Audien

Target audien utama yang dipilih berdasarkan dari kalangan masyarakat umum khususnya yang senang mencoba makanan jajanan Korea Selatan. Hal tersebut dapat dibagi kedalam beberapa kelompok :

- ***Demografis***

Secara *demografis* target audiens meliputi dua jenis kelamin, yaitu laki-laki dan perempuan, strategi pembuatan desain karakter makanan ditunjukan kepada untuk remaja laki-laki dan perempuan yang termasuk kategori usia remaja 15 hingga 20 tahun yang berstatus sebagai pelajar menengah atas hingga mahasiswa, dengan status sosial perekonomian menengah keatas.

- ***Geografis***

Pemilihan target audien berdasarkan *geografis* ditunjukan kepada remaja yang bertempat tinggal didaerah perkotaan padat penduduk yang telah mengalami perubahan gaya hidup kehususnya dalam sisi budaya dan kuliner yang berasal dari luar negeri. Daerah yang menjadi target dari perancangan ini adalah kota besar diseluruh Indonesia, karena pengaruh dari masyarakat lingkungan hidup yang berbeda-beda.

- ***Psikografis***

Secara *psikografis* target audien yang dituju dari desain karakter makanan Korea Selatan adalah usia remaja yang memiliki pemikiran luas dan senang mencoba hal-hal baru, masih mudah terpengaruh oleh hal-hal asing yang menarik minat remaja, terutama hal-hal yang sedang tren dikalangan remaja lainnya sehingga akan timbul rasa penasaran dan bangga jika dapat mengukuti hal yang sama dengan teman-teman sebayanya, dan juga memiliki rasa keingintahuan yang tinggi terhadap makanan asing, dan memiliki rasa antusias yang tinggi terhadap karya seni.

## III.2 Strategi Komunikasi

Strategi Komunikasi yang dilakukan adalah menyampaikan informasi mengenai makanan jajanan Korea Selatan melalui buku makanan jajanan Korea Selatan yang khas dan perancangan visual dengan penggambaran karakter yang menggunakan ciri khas fisik dan warna dari jenis makanan jajanan Korea Selatan, selain itu informasi tentang makanan jajanan Korea Selatan disampaikan melalui informasi dalam teks san karakteristik dari karakter makanan. Informasi yang disampaikan dalam beberapa tahapan, yaitu :

### 1. Materi pesan

Materi yang akan disampaikan adalah menyampaikan informasi tentang makanan jajanan Korea Selatan dengan cara penyampaian melalui cerita verbal yang menceritakan secara jelas satu persatu memperkenalkan makanan jajanan Korea Selatan dan informasi penting lainnya mengenai kandungan bahan didalam makanan jajanan Korea Selatan.

### 2. Tujuan Komunikasi

Tujuan Komunikasi dari perancangan desain karakter makanan melalui desain karakter yang menggambarkan makanan jajanan Korea Selatan yang khas yang mudah dikenali dan unik.

1. Menyampaikan kepada remaja tentang keunikan dari makanan jajanan Korea Selatan yang lezat dan sangat khas.

2. Menyampaikan kepada remaja mengenai informasi dalam makanan jajanan Korea Selatan.
3. Meningkatkan minat remaja terhadap makanan jajanan terutama makanan jajanan Korea Selatan melalui media yang akrab dengan remaja.
4. Menyampaikan pesan pesan lewat karakter tokoh dari makanan yang bisa menjadi simbol unik dari makanan jajanan Korea Selatan.

**3. Pendekatan Visual**

Berdasarkan dari target audien remaja, maka pendekatan visual berupa media pengenalan bagi remaja untuk memperkenalkan makanan jajanan Korea Selatan dengan visual yang mudah diterima dan dimengerti. Gaya yang digunakan untuk desain karakter adalah karakter berbentuk kartun untuk usia 15 hingga 20 tahun dengan bentuk dan penggunaan warna yang menarik menyerupai bentuk asli dari makanan jajanan Korea Selatan, dari segi gambar mengikuti bentuk asli dari makanan itu sendiri yang memiliki ciri dan karakteristik berbeda setiap makanannya, dibuat semenarik mungkin dengan pendekatan karakter tersebut hidup dan memiliki karakteristik yang unik serta memiliki hobi seperti manusia.

Informasi yang disampaikan mengenai buku perkenalan dengan makanan jajanan khas Korea Selatan dan menjelaskan tentang kandungan bahan-bahan dari makanan tersebut, karakter-karakter diadaptasi sesuai dari karakteristik fisik dari makanan yang digambarkan mirip dengan aslinya, misalnya *kimbab* adalah makanan nasi gulung yang berisi sayur wortel lobak fermentasi dan sayuran lainnya yang digulung menggunakan lembaran rumput laut digambarkan berbentuk tabung berwarna hijau tua dengan berbagai macam sayuran berwarna-warni, *Kim* berarti rumput laut dan *Bab* adalah nasi sehingga namanya *Kimbab*.

Fungsi visual yang digunakan adalah sebagai pendukung dan melengkapi informasi dan mempermudah mengenali makanan jajanan Korea Selatan.

**4. Pendekatan Verbal**

Banyaknya Informasi yang disampaikan mengenai penjelasan dari buku makanan jajanan Korea Selatan dan keunikan dari karakteristik karakter makanan yang ditunjukkan melalui tingkah laku, mimik wajah, dan karakteristik fisik makanan. Penyampaian informasi dilakukan dengan teknik bercerita dan juga persuasi berserta tips-tips saat membeli makanan jajanan tersebut, menggunakan bahasa sehari–hari yang sederhana, dan juga beberapa menggunakan bahasa *inggris* dan bahasa Korea dan tulisan *hanggeul* (tulisan Korea) sebagai bentuk dari informasi tambahan menambah wawasan bahasa asing dan juga tentang makanan.

Cerita didalamnya berdasarkan penelitian saat membeli dan mencoba makanan jajanan Korea Selatan, seperti :

1. Pengantar tentang makanan jajanan Korea Selatan
2. Memperkenalkan jenis makanan jajanan Korea Selatan yang khas
3. Menjelaskan setiap karakter dengan menghubungkan makanan yang dimaksud dengan informasi yang berguna seperti bahan-bahan yang terkandung, tipsnya dan juga pengalaman rasanya dan harga.

**III.3 Strategi Kreatif**

Banyaknya Informasi yang disampaikan mengenai penjelasan dari makanan jajanan Korea Selatan yang setiap karakter dari makanan jajanan khas akan disesuaikan dengan cerita makanan jajanan yang bersangkutan, karakter memiliki warna dan bentuk yang sama dan menarik sesuai dengan makanan aslinya. Setiap karakter mewakili makanan khasnya sendiri, memiliki kekurangan dan keunggulan yang berbeda, sehingga akan mudah membedakan antar satu karakter dengan karakter lainnya sebagai pembantu mempermudah pengenalan makanan jajanan yang populer dan juga sangat khas berasal dari Korea Selatan.

### III.4 Strategi Media

Dalam perancangan karakter dan juga buku pengenalan makanan jajanan Korea Selatan akan digunakan media utama dan beberapa media pendukung untuk memperkenalkan karakter ini kepada target yang dituju.

1. Media utama (buku karakter makanan)

Media utama yang dipilih adalah buku karakter makanan, karena buku dapat menjadi sumber informasi yang luas serta memiliki visual gambar sebagai pembantu dalam menyampaikan informasi tambahan.

2. Media pendukung

Media pendukung dibuat untuk mendukung media utama agar lebih menarik dan mendukung informasi yang akan disampaikan, beberapa media pendukung yang dibuat, yaitu :

- Poster
- Sticker
- Mug
- Kaos berkarakter
- Tumbler
- Topi
- Eco bag
- Hang tag kaos

### III.5 Strategi Distribusi

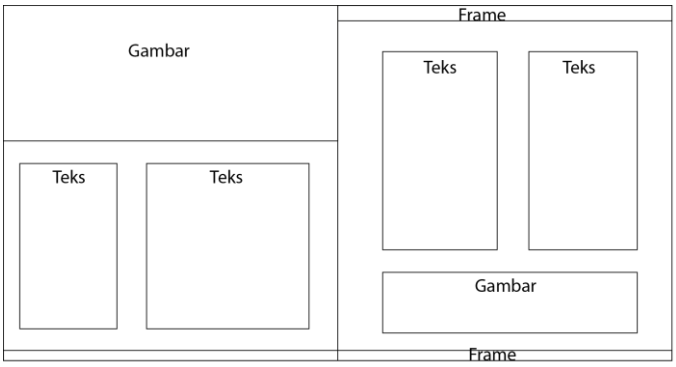
Strategi Distribusi dilakukan untuk menyebarkan atau menyalurkan produk, pendistribusian bekerja sama dengan perusahaan toko buku dan tempat makan restoran yang menjual makanan Korea, hal tersebut dilakukan untuk menarik minat masyarakat dan remaja tentang makanan jajanan Korea Selatan, pengunjung bisa mendapatkan buku dan *merchandise* pada toko buku yang bersangkutan dan pada rumah makan yang sudah bekerja sama sehingga saat membeli makanan Korea dengan paket menu tertentu bisa mendapatkan *merchandise* sesuai yang ditawarkan.

### III.6 Konsep visual

Media yang dipilih untuk mengenalkan makanan jajanan Korea Selatan adalah melalui buku, buku ini dibuat dengan ukuran A4 (21cm x 29cm) *portrait*, jenis kertas yang digunakan *art paper* dengan *cover* mengunakan teknik *dof* sehingga kertas tidak akan gampang rusak dan tahan air, sehingga buku yang berjumlah 35 lembar tidak akan terasa berat.

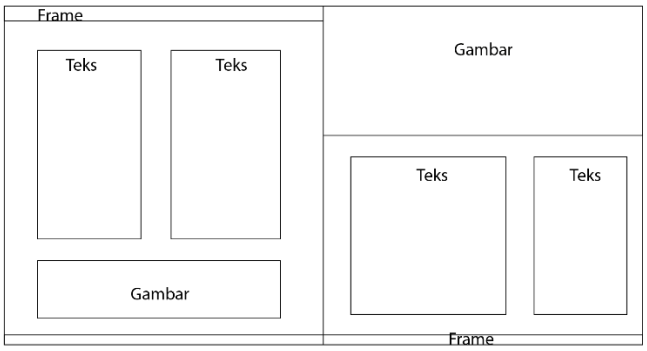
### III.6.1 Tata Letak

Tata letak buku ini dibuat simetris atau seimbang agar alur baca saat membaca buku ini lebih mudah dipahami, penyusunan tata letak *layout* antara teks dan gambar berubah setiap halamannya tetapi secara keseluruhan penempatan gambar tidak akan berubah menyesuaikan teksmya. *Layout* kurang lebih seperti gambar dibawah ini.




**Gambar III.1** *Layout* setiap halaman

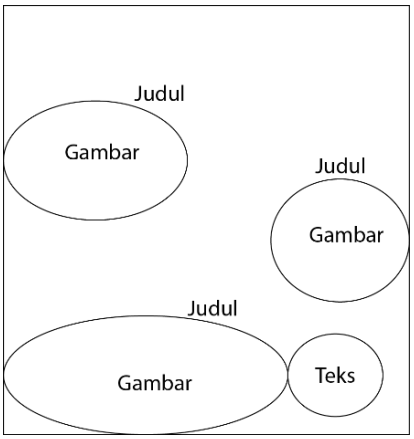
Sumber : Pribadi




**Gambar III.2** *Layout* setiap halaman

Sumber : Pribadi

*Layout* untuk *cover* buku kurang lebih seperti gambar dibawah ini




**Gambar III.3** *Cover* buku

Sumber : Pribadi

### III.6.2 Arah Baca

Arah baca dipakai memakai arah baca Z, yaitu arah baca yang diawali dari kiri menuju kanan, lalu dilanjutkan ke bagian bawah halaman, hal ini digunakan agar pembaca tidak kesulitan membacanya.

### III.6.3 Tipografi

Huruf yang digunakan menggunakan beberapa jenis huruf yang dibedakan sesuai kebutuhannya, pada *body* teks menggunakan huruf yang tegas namun sederhana dan mudah dibaca, diharapkan pesan dapat tersampaikan dengan baik. Huruf yang dipilih adalah jenis *san serif* , Univers LT Std 45 light merupakan huruf yang mudah dibaca, digunakan pada *body* teks pada buku dan media aplikasi lainnya.

Univers LT STD 45 Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

!@#$%^&*()_+~`=-][]{};':"/.,?><\|

Untuk  huruf pada media pendukung lainnya menggunakan huruf *san serif*, jenis huruf ini sangat khas, memiliki kesan menyenangkan, desain huruf yang sederhana dan sedikit tebal dibagian ujungnya menjadikan huruf ini mudah dibaca dan tidak membosankan, sesuai dengan kepribadian makanan yang menyenangkan.

A Year Without Rain

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

!@#$%^&*()_+~`=-][]{};:"/.,?><\|

### III.6.4 Gaya Visual Karakter

Konsep pada gaya desain karakter makanan berupa visual yang menggunakan ciri khas dari makanan yang akan dijadikan karakter dengan dipadukan dengan referensi gaya gambar kartun karena akan lebih menarik dan menghadirkan penampilan simbolik suatu tokoh dari makanan itu sendiri.




**Gambar III.4** Gambar visualisasi yang diadaptasi

Sumber : https://www.behance.net/gallery/1743128/Character-Designs

Konsep visual yang ditampilkan berupa karakter makanan yang dibuat lucu dan ceria, pembuatan gambar menggunakan proses digital sehingga lebih terlihat rapi. Pada buku makanan karakter jajanan Korea Selatan juga menyajikan karakter makanan yang menjadi pelengkap informasi yang bentuknya diadopsi sesuai dengan makanan yang dimaksudkan.

### III.6.5 Tokoh karakter

Berikut ini adalah gambar-gambar karakter makanan :

*1. Kimbab*



**Gambar III.5** *Kimbab*

Sumber : pribadi



**Gambar III.6** Sketsa *Kimbab*

Sumber : pribadi



**Gambar III.7** digital *Kimbab*

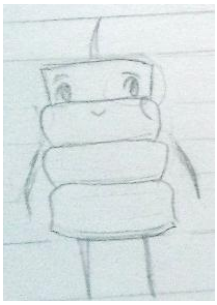
Sumber : pribadi

2. *Odeng*



**Gambar III.8** *Odeng*

Sumber : pribadi



**Gambar III.9** Sketsa *Odeng*

Sumber : pribadi



**Gambar III.10** digital *Odeng*

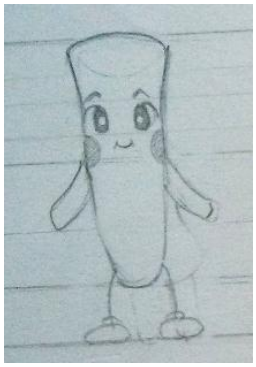
Sumber : pribadi

3. *Tteokbokki*



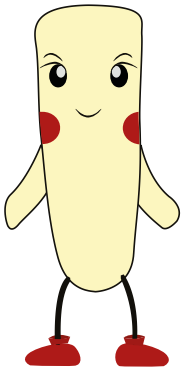
**Gambar III.11** *Tteokbokki*

Sumber : pribadi



**Gambar III.12** Sketsa *Tteokbokki*

Sumber : pribadi



**Gambar III.13** Digital *Tteokbokki*

Sumber : pribadi

*4. Sundae*



**Gambar III.14** *Sundae*

Sumber : pribadi



**Gambar III.15** Sketsa *Sundae*

Sumber : pribadi



**Gambar III.16** digital *Sundae*

Sumber : pribadi

## 5. *Boendegi*



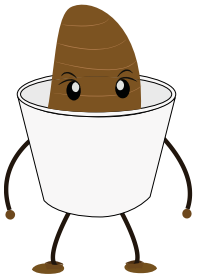
**Gambar III.17** *Boendegi*

Sumber : pribadi



**Gambar III.18** Sketsa *Boendegi*

Sumber : pribadi



**Gambar III.19** Digital *Sundae*

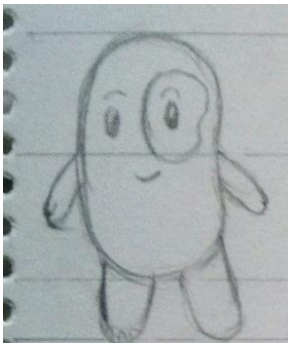
Sumber : pribadi

## 6. *Gyeranppang*



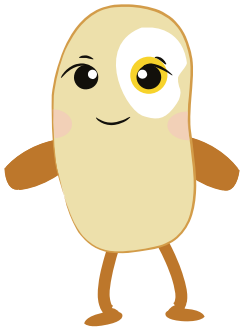
**Gambar III.20** *Gyeranppang*

Sumber : pribadi



**Gambar III.21** Sketsa *Gyeranppang*

Sumber : pribadi



**Gambar III.22** Digital *Gyeranppang*

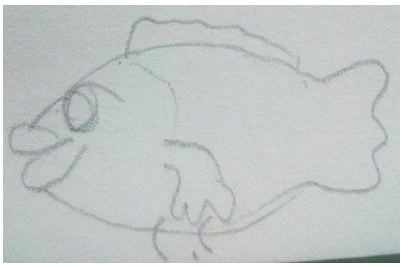
Sumber : pribadi

### *7. Bungeoppang*



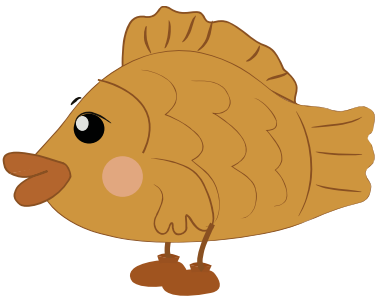
**Gambar III.23** *Bungeoppang*

Sumber : pribadi



**Gambar III.24** Sketsa *Bungeoppang*

Sumber : pribadi



**Gambar III.25** Digital *Bungeoppang*

Sumber : pribadi

*8. Hotteok*



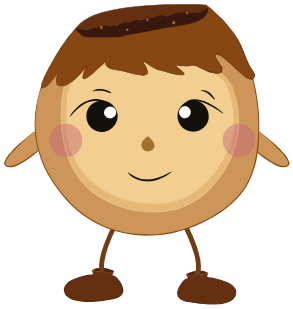
**Gambar III.26** *Hotteok*

Sumber : pribadi



**Gambar III.27** Sketsa *Hotteok*

Sumber : pribadi



**Gambar III.28** Digital *Hotteok*

Sumber : pribadi