BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1 Strategi Perancangan

Untuk memberikan sosialisasi atau kampanye sosial yang dapat mengatasi masalah, yaitu memberikan informasi makanan sehat dan pola makan seimbang untuk balita melalui buku.Buku-buku tersebut di sebarluaskan melalui bentuk kegiatan sosialisasi.

III.1.1 Khalayak Sasaran Perancangan

- *Consumer Insight*

Suatu kebutuhuan Ibu, yang Ibu butuhkan untuk mendapatkan informasi tentang cara mengolah makanan dengan sehat untuk balita serta cara mengatur takaran gizi dalam mengolah makanan melalui media yang mudah dipelajari dan dipraktekan oleh Ibu.

- *Consumer Journey*

Tabel III.1 *Consumer journey*

Waktu	Tempat	Kegiatan
Pagi	Rumah	Mandi, Sarapan, Baca Majalah
Siang	Rumah	Beres-beres, istirahat, makan siang
Sore	Taman	Jalan-jalan,ngemil, bermain bersama anak.
Malam	Kamar	Nonton TV, ngemil, main *handphone*, istirahat.

Dipilihnya informasi secara persuasi untuk mengatasi permasalahan tersebut dikarenakan ibu saat ini kurang pengetahuan tentang mengolah makanan secara sehat dan lebih banyak memilih membeli makanan cepat saji untuk anaknya dibandingkan memasak sendiri,dan juga memasak dengan kemauan ibu mengikuti

menu keluarga tanpa tahu kandungan nutrisi hasil olahan memasak yang benar itu seperti apa, selain itu buku dinilai media yang efektif diberikan kepada ibu untuk membantu ibu saat ingin memasak makanan yang sehat dan mencukupi nutrisi balita. Adapun pemilihan target audiens dari buku menu sehat ini yang dipandang dari segi demografis, psikografis dan geografisnya adalah sebagai berikut :

III.1.2 Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi dalam buku menu makanan sehat balita dengan pola makan seimbang adalah untukmembangun kesadaran *(awakeness)* dan memberikan pengetahuan tentang jenis makanan, kekeliruan dalam cara pengolahan makanan dan pola makanyang benar dan sehat dengan gizi seimbang bagi masyarakat khususnya itu yang memiliki anak pertama usia balita.

III.1.3 Pendekatan Komunikasi

Dalam menyampaikan sebuah informasi kepada masyarakat khususnya Ibu Balita dibutuhkan pendekatan komunikasi agar informasi yang disampaikan dapat dengan mudah diterima dan dipahami.Sehingga dibuat lah strategi komunikasi visual dan strategi komunikasi verbal untuk menyampaikan informasi yang berupa ajakan mengenai pentingnya makanan sehat dengan pola seimbang untuk balita.

- **Pendekatan Komunikasi Secara Visual**

Pendekatan visual yang akan digunakan adalah menggunakan gaya gambar *shabby chicillustration,*yaitu menggunakan gambar ilustrasi yang berupa langkah-langkah memasak dengan gaya gambar manual menggunakan cat air agar mudah dimengerti serta menarik perhatian balita sehingga orang tua berperan penting dalam mengajarkan anak balitanya.



Gambar III.1 Referensi Visual

Sumber:

http://www.happinessisblog.com/.a/6a0120a5c8d9a9970c01901ea66a2e970b-800wi) (30/08/13)

- **Pendekatan Komunikasi Secara Verbal**

Pendekatan secara verbal adalah bahasa Indonesia, karena target audiens merupakan warga negara Indonesia.

III.1.4 Materi Pesan

Materi pesan yang akan disampaikan adalah sebagai berikut :

- Mengajak orang tua untuk bisa memasak sendiri dirumah dengan mudah.
- Mengajak orang tua agarmudah mengolah makanan balita yang sehat
- Mengajak orang tua agar mengatur takaran gizi dalam mengolah makanan balita.

III.1.5 Gaya Bahasa

Gayabahasa yang digunakan berupa persuasif agar khalayak sasaran mampu terpengaruh oleh ajakan yang bersifat menarik perhatian dan bisa menginformasikan sesuatu yang penting dan untuk merubah kebiasaan buruk menjadi baik.

III.1.6 Strategi Kreatif

Konsep kreatif untuk promosimedia "Perancangan Kampanye Sosial Makanan Sehat Balita dengan Pola Seimbang untuk Balita"ini dengan memperhatikan pendekatan AIDA, yaitu sebagai berikut:

a. *Awareness* (Kesadaran)

Membuat media buku resep agar orang tua sadar bahwa memasak dirumah itu mudah dan pengolahannya terjamin kesehatannya juga takaran makanan yang akan diberikan kepada balita sesuai dengan usianya, buku resep disini dengan ilustrasi langkah-langkah membuat makanan sehat balita yang mudah yang akanmengajak khalayak sasaran agar memudahkan khalayak sasarandalam memasak dan menarik perhatian balita agar peran orang tua dalam memberikan pengetahuan tentang memasak dapat dengan mudah tersampaikankepada balita.

b. *Interest* (Pehatian)

Setelah khalayak sasaran merasa tertarik maka akan muncul perhatian dan minat untuk mengetahui lebih jauh lagi mengenai "Kampanye Sosial Makanan Sehat Balita dengan Pola Seimbang untuk Balita". Maka diadakan acara *happy healthy cooking* pada saat pemberian vitamin A berlangsung di posyandu, yaitu pada bulan agustus, karena pada bulan agustus merupakan bulan pemberian rutin vitamin A dari program pemerintah setiap tahunnya. Isi acara yang diadakan antara lain; demo memasak dari beberapa resep yang ada di buku resep tersebut, yang disajikan oleh Sisca Soewitomo yang merupakan ahli dibidang memasak, agar khalayak sasaran mampu membuat makanan sehat balita dengan pola seimbang melalui cara dan pengolahan makanan yang tepat yang mempunyai takaran sesuai kebutuhannya. Kemudian setelah itu acara penyuluhan gizi oleh dr. Wiji Lestari, Mgizi, SpGK.

c. *Desire* (Keinginan)

Pada tahap ini khalayak sasaranakan mulai berkeinginan untuk mendatangi acara tersebut karena acara yangakan dilaksanakan memberikan hadiah menarik serta mendatangkan dr gizi yang bagus serta mendatangkan chef yang sudah

terkenal.Juga diberikannya buku menu sehat untuk balita di dalam acara tersebut sebagai doorprize untuk para khalayak yang akan mendatangi acara tersebut.

d. Action (Tindakan)

Lalu ditahap ini mediaakan dibagikan kepada setiap ibu yang sudah menghadiri acara ini melewati *doorprize*.Karena media ini merupakan hadiah utama.Selanjutnya setelah acara selesai ibu bisa membeli buku di toko-toko buku terdekat dengan dibandrol harga Rp 350.000 per paket nya, harga demikian juga telah dibantu subsidi dari pemerintah kesehatan agar bisa membantu menanggulangi balita yang bermasalah mengenai gizi.

III.1.7 Strategi Media

Adapun strategi media yang dirancang adalah sebagai berikut:

a. Media Utama

Media yang akan digunakan adalah buku menu masakan sehat, berupa menu sarapan pagi dan menu makan siang & malam.Dalam buku resep itu terdapat resep selama 1 minggu dengan berbeda-beda resep sehingga balita tidak bosan untuk makan dan khalayak sasaran mengetahui takaran yang baik untuk kebutuhan balita. Resep dalam buku menu masakan sehat inibersumber dari dokter spesialis gizi yaitu dari dr. Wiji Lestari, Mgizi, SpGK.

Dibuat dua buku agar memudahkan khalayak sasaran saat memasak, dua buku tersebut merupakan satu paket dan *variant* dengan di *package* satu kesatuan yang menarik.Buku ini berfungsi sebagai media untuk mengajak khalayak sasaran mengaplikasikan resepnya agar khalayak sasaran mau mencoba memasak dirumah, karena di dalam buku resep nya terdapat cara mudah dan cara sehat mengolah makanan balita dengan sehat dan juga terdapat takaran gizi yang sesuai dengan kebutuhan balita agar gizi balita seimbang. Sehingga khalayak sasaran mampu dan mengerti cara mengolah makanan balita yang sehat itu seperti apa. Dengan materi pesan yang sederhana karena tidak banyak kalimat yang harus dicerna karena visual yang lebih menjelaskancara membuat suatu makanan sehat itu sendiri, dari situlah khalayak sasaran bisa memasak makanan sehat dan

mengolahnya dengan benar dirumah tanpa harus membeli makanan yang cepat saji.Serta dengan itu pula khalayak sasaran sekunder yaitu anak balita bisa juga mendapatkan edukasi tentang memasak, tentang makanan apa saja yang sehat dan mengenalkan anak dengan kegiatan yang positif namun tak luput juga dari bimbingan orang tua dan mempunyai *quality time* bersama ibu. Karena pada umur balita anak selalu ingin tahu apa yang ibu nya lakukan dan selalu ingin mencoba hal yang baru.

b. Media Pendukung

- Tahap Informasi

  1. Brosur

  Media ini merupakan media yang cocok untuk memberikan ajakan informasi tentang makanan sehat balita dengan pola seimbang.Media ini bisa luas penyebaran nya dan diberikan kepada setiap target audiens, yang dibagikan pada saat penimbangan rutin dilakukan di posyandu.

- Tahap Persuasif

  1. Poster

  Poster digunakan sebagai media promosi agar media informasi tentang makanan sehat balita dengan pola seimbang dapat diketahui langsung oleh target audiens. Poster bersifat mengajak, Poster juga sering digunakan sebagai media promosi.Dengan demikian, poster dinilai tepat untuk mempromosikan buku resep dalam acara *event* memasak tersebut.

  2. X-Banner

  Media yang dapat memberi informasi yang panjang dan lebih jelas yang bersifat mengajak.

- Tahap R*eminding*

  Souvenir menjadi sebagai symbol untuk mengingat kan dalam media. Karena biasanya orang-orang menyukai hadiah.*Souvenir* yang akan digunakan yaitu :

  - Tempat makan dan minum balita

Media ini bisa menjadi media pengingat untuk target audiens sekunder, dengan memberikan media ini, balita akan selalu ingat waktu jam makan dan bisa mempergunakannya saat pergi kesekolah, karena tempat makan yang diberikan terdapat bagian-bagian untuk beberapa makanan, sehingga bisa melengkapi makanan balita secara komplit dan seimbang setiap harinya.

Gimmick :

1. Apron

Apron ini menjadi media yang efektif untuk mengingatkan bahwa masakan yang dibuat sendiri itu lebih baik, pada saat target audiens akan memasak.

2. Magnet Lemari Es

Magnet ini bisa menjadi media pengingat dirumah saat ingin memasak dan membuka lemari es.

3. Stiker

Stiker dapat menjadi kontak poin balita saat ditempatkan diruang bermain balita atau di barang milik balita.Stiker diberikan sebagai bonus yang diberikan pada saat *event.*

4. Tempat Rempah-Rempah

Media ini digunakan untuk membantu mempermudah ibu dalam menaruh bahan masakan. Agar selalu ingat saat memasak akan makanan sehat itu seperti apa.

5. *Paper Bag*

Paper bag ini digunakan untuk tempat semua *gimmick* yang dimasukan ke dalam *paper bag* ini, sehingga pembagian *gimmick* dapat dengan mudah diberikan.

Merchandise:

1. Kaos

Kaos bisa menjadi bonus saat acarapromosi buku dan penyuluhan tentang gizi di posyandu.Namun setelah acara itu selesai kaos menjadi *merchandise.*

2. Tas Ransel Untuk Balita

Tas untuk anak ini bisa menjadi bonus sama seperti kaos saat acara promosi buku dan penyuluhan tentang gizi di posyandu. Namun setelah acara selesai tas ini bisa menjadi *merchandise*saat pembelian buku.

3. *Stand Book*

Media ini membantu target audiens saat memasak untuk memudahkan target audiens melihat buku resep pada saat memasak.

4. Bendera

Media ini untuk memeriahkan acara *Happy Healthy Cooking*

5. Mini Banner

Media ini diletakan di meja display untuk menarik perhatian untuk mempromosikan buku pada saat acara berlangsung.

6. *SmartCard*

Media ini berfungsi untuk menambah wawasan anak sekaligus media permainan anak yang menarik dan menjadikan bahan edukasi anak.

7. *Flyer Coupon*

Media ini berfungsi untuk penukaran *Goodie Bag* agar pemberian *gimmick* mudah diberikan serta tertata rapih.

8. Gantungan Kunci

Media ini dirasa sangat mudah untuk media promosi karena sangat mudah dilihat dan mudah dipakai.

9. Buku Catatan

Media ini bisa digunakan untuk mencatat bahan-bahan memasak yang akan di beli atau sebagai catatan kecil seputar gizi yang akan di sampaikan oleh dr gizi.

III.1.8 Strategi Distribusi

Produksi dan distribusi buku resep akan bekerjasama dengan Gramedia Penerbit Buku Utama, buku akan diberikan kepada masyarakat yang mendapatkan *doorprize*di *event happy healthy cooking* khusus nya ibu rumah tangga. Namun setelah itu buku akan di jual belikan pada toko-toko buku dengan satu *package box* yang menarik dibungkus menggunakan plastik yang padat agar *packaging* tidak rusak pada saat di distribusi ke seluruh kota. Buku jika diperjual belikan dibandrol dengan harga Rp 350.000 bonus dengan *merchandise* yang menarik perhatian. Dibandrol dengan harga murah karena sebagian produksi mendapat bantuan dana dari pemerintah, karena dalam buku itu terdapat manfaat-manfaat yang bisa membantu pemerintah dalam masalah gizi anak balita.

- Lokasi distribusi

  Lokasi penyebaran diarahkan ke posyandu-posyandu Kota Bandung yang akan di datangi *event happy healhy cooking* dengan di berbagai posyandu di Kota Bandung, minggu pertama yaitu Bandung Barat dan Bandung Selatan, minggu kedua yaitu Bandung Tengah, Minggu ketiga yaitu Bandung Timur dan Minggu terakhir yaitu Bandung Utara.Setelah distribusi dalam acara tersebut, buku di distribusikan ke kota-kota di Indonesia.

- Jadwal distribusi

  Jadwal distibusi buku pada saat *event* yaitu mulai dari bulan juli hingga bulan agustus, karena pada bulan agustus adanya program pemerintah di posyandu yaitu pemberian vitamin A, sedangkan pada bulan juli disebarkan ajakan untuk menghadiri acara pada saat bulan agustus, agar khalayak sasaran menghadiri acara tersebut dengan ajakan yang terdapat didalam poster, dan *flyer* yang disebar luaskan sebulan sebelumnya. Sedangkan buku akan di dibustrikan pada toko-toko buku pada saat selesai acara *happy healthy cooking*.

Tabel III.2 Jadwal istribusi media promosi

No	Media	Juli 2015				Agustus 2015			
		1	2	3	4	1	2	3	4
1	Poster								
2	X-Banner								
3	Brosur								
4	Tempatmakandanminumbalitav								
6	*Apron*								
7	Kaos								
8	Magnet LemariEs								
10	Stiker								
12	Tempat rempah-rempah								
13	*Paper Bag*								
14	Tas Ransel Balita								
15	*Mini Banner*								
16	Bendera								
17	*Standbook*								
18	Smartcard								
19	Flyer Coupon								
20	Buku catatan								
21	Gantungan Kunci								

III.2 Konsep Visual

Konsep Visual yang ditampilkan menggunakan gaya ilustrasi sketsa dengan pewarnaan menggunakan car air. Digunakannya gaya gambar seperti gambaran seorang anak balita, agar lebih dekat dengan balita dan memudahkan ibu saat memasak. Warna di dominasi dengan warna-warna pastel karena warna pastel yang cerah identik dengan anak-anak dan juga bahan makanan . Menggunakan gaya*Shabby Chic* karena ingin menarik perhatian pada khalayak sasaran. Gaya ini lebih mengarah pada keindahan *furniture dalam cottage* tradisional, terdapat furniture antik dan lusuh namun tetap menarik. Hal ini lah yang menjadikan

shabby chic sangat unik dan menarik perhatian, yakni pada orisinalitas “lusuh” dan “ kuno” nya seperti pada *cottage* tradisional di Inggris.



Gambar III.2 referensi visual alat-alat dapur

Sumber: http://marcellakriebel.com/wp-content/uploads/2012/04/kitchen-tools-270x270.jpg

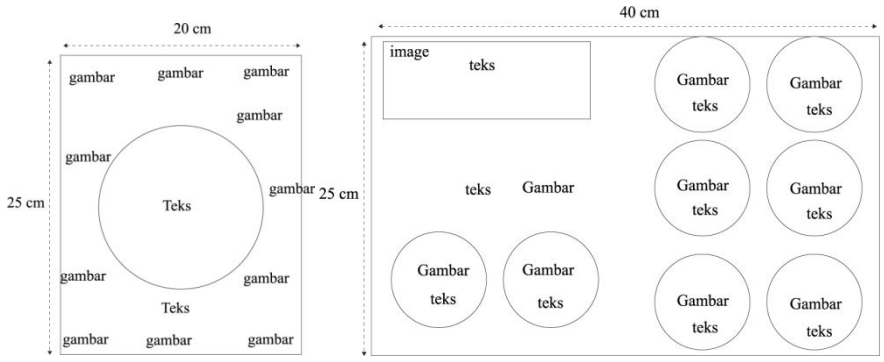
(28/04/15)

III.2.1 Format Desain

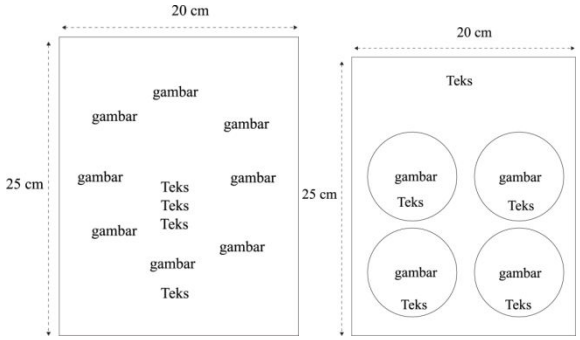
Format desain buku dibuat *potrait*, agar ilustrasi dapat dengan mudah divisualkan. Dengan ukuran 20 x 25 cm, menggunakan *hardcover*, dibaca dengan arah kiri ke kanan, agar lebih memudahkan target audiens membaca buku.

III.2.2 Tata Letak (*Lay Out*)

Lay Out merupakan salah satu unsur yang penting dan berpengaruh dalam mengatur penempatan seperti posisi visual, tipografi, dan sebagainya.*Lay Out* pada media ini menggambarkan suasana yang cerah dan langkah-langkah cara membuat resep dengan visual yang lebih di tonjolkan agar menarik perhatian dan memudahkan target audiens pada saat memasak dan dibantu juga dengan huruf untuk memperjelas visual.Arah baca nya yaitu dari kiri ke kanan.



Gambar III.3 Tata Letak/ *Lay Out*1



Gambar III.4 Tata Letak/ *Lay Out* 2

III.2.3 Huruf

Menurut Lazlo Moholy seperti yang dikutip oleh Adi Kusrianto (2006) bahwa tipografi adalah alat komunikasi.Oleh karena itu, tipografi harus bisa berkomunikasi dalam bentuknya yang paling kuat, jelas dan terbaca. Pemilihan font pada buku menu ini disesuaikan dengan tema dan konsep buku menu , maka untuk buku menu mengenai sarapan sehat dan makan siang malam sehat untuk balita dipilih jenis-jenis font yang memiliki karakter *handmade* agar disesuaikan dengan gambar visual yang dibuat manual.

Huruf yang digunakan di media ini antara lain:

- Lobster 1.4 ini mempunyai karakter yang bisa diberikan kepada ibu ataupun balita, karena font ini seperti huruf sambung yang lucu, font ini tidak formal dan juga tidak mempunyai sudut yang tajam.

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y x
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Gambar III.5 font “Lobster 1.4”

- DK Crayon Crumble ini sesuai namanya, seperti tulisan crayon, yang disesuaikan dengan ilustrasi pada buku menu.

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y x
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Gambar III.6 Font “DK Crayon Crumble”



Gambar III.7 Font dan penempatan 1

Sumber : dokumen pribadi

DK Crayon Crumble



Gambar III.8 Font dan penempatan 2

III.2.4 Ilustrasi

Gaya ilustrasi yang digunakan pada buku menu ini lebih kepada gaya gambar manual yang memperkuat karakter garis seperti gambar seorang balita pra-sekolah. Gaya gambar ini dinilai cocok untuk dijadikan panduan ketika saat memasak, gambar yang sederhana dan mudah dimengerti karena tidak bersifat formal dan lebih menyenangkan.

Studi karakter :

- Studi Karakter Ibu dan anak yang sedang makan



(a) (b)

Gambar III.9 Gambar Studi karakter anak dan ibu yang sedang makan

Sumber a: http://www.pesona.co.id/images/article/08/003/001/83/400/P (12/08/2012)

Sumber b: Dokumen Pribadi

- Studi Karakter anak balita




(a) (b)

Gambar III.10Studi Karakter anak balita

Gambar a: Dokumen pribadi

Gambar b: Dokumen Pribadi

- Studi Karakter dokter




(a) (b)

Gambar III.11Studi Karakter Dokter

Sumber a:http://cdn.klimg.com/kapanlagi.com/p/headline/476x238/medical-top-team-minho-shinee-berlumura-397b80.jpg (01/08/2013)

Sumber b: Dokumen Pribadi

- Studi Karakter Tupai




(a) (b)

Gambar III.12 Studi Karakter Tupai

Sumber a: cdn.klimg.com/merdeka.com/i/w/news/2012/10/10/100985/670x335/ada-lomba-memasak-daging-tupai-di-arkansas.jpg (10/10/2012)

Sumber b: Dokumen Pribadi

- Studi Karakter kangguru



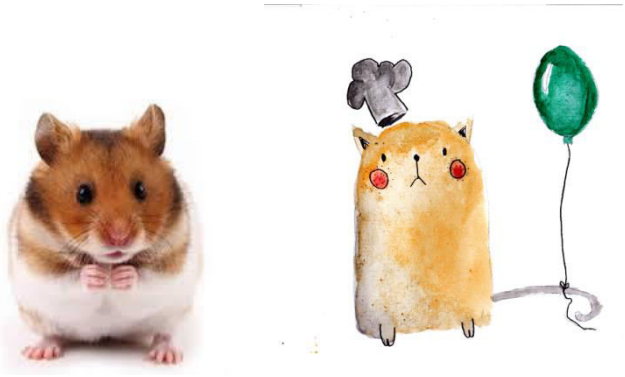
(a) (b)

Gambar III.13 Studi Karakter Kangguru

Sumber a: https://c1.staticflickr.com/5/4005/4591153447_112e537fd4.jpg (9/05/2010)

Sumber b: Dokumen Pribadi

- Studi karakter hamster



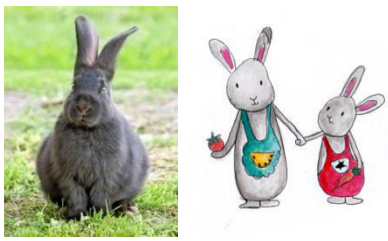
(a) (b)

Gambar III.14 Studi Karakter Hamster

Sumber a: http://www.hamsters.co.uk/hamsters_images/syrian-hamster_000008437184.jpg (20/03/2007)

Sumber b: Dokumen Pribadi

- Studi karakter Kelinci



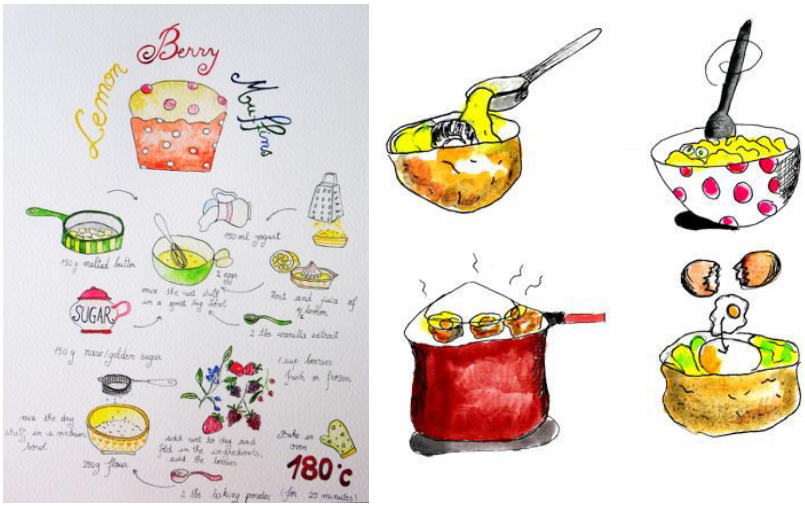
(a) (b)

Gambar III.15 Studi karakter kelinci

Sumber a: https://rameramejualan.files.wordpress.com/2012/12/kelinci-lop1.jpg (18/12/2012)\

Sumber b: Dokumen Pribadi

Karakter-karakter diatas terdapat pada pembukaan buku, yang memberikan informasi menarik dan penting tentang anak yang susah makan, tentang cara makan yang menyenangkan dan sebagainya. Dilibatkannya karakter binatang pada buku agar menarik perhatian balita dan juga memberikan suasana menyenangkan saat memasak dengan karakter-karakter yang lucu dan menggemaskan. Selain studi karakter didalam buku terdapat ilustrasi langkah langkah memasak seperti :



(a) (b)

Gambar III.16 Ilustrasi langkah-langkah memasak

Sumber a:https://kittenhood.files.wordpress.com/2013/07/illustrated-muffins-recipe31.jpg?w=443&h=598 (8/09/2012)

Sumber b: Dokumen Pribadi



Gambar III.17 Ilustrasi Logo *event Happy Healthy Cooking*
Sumber : Dokumen Pribadi

Ilustrasi Logo *eventHappy Healthy Cooking* diambil dari gambar perabotan rumah tangga dan juga sayuran yang di susun agar lebih menarik dan mudah diingat bahwa itu merupakan sebuah acara memasak yang menyenangkan dan juga sehat.Perabotan diantaranya yaitu wajan, sendok dan pisau, wortel, bawang bombai dan lain-lain.Dengan warna yang sehat juga menarik perhatian.



Gambar III.18 Ilustrasi pada bendera
Sumber: Dokumen Pribadi

Ilustrasi pada bendera ini merupakan beberapa gambar masakan dan langkah-langkah memasak yang ada pada buku, yang berfungsi agar memeriahkan interior dalam acara *event healthy cooking* sehingga acara meriah dan mudah

tersampaikan kepada masyarakat.Ilustrasi ini diantaranya berupa gambar hasil masakan yang ada pada buku menu resep sehat balita, gambar langkah-langkah cara mengolah masakan yang benar, dengan gaya ilustrasi yang menarik dan warna yang cerah mengajak para khalayaak untuk mendapatkan suasana yang menyenangkan.

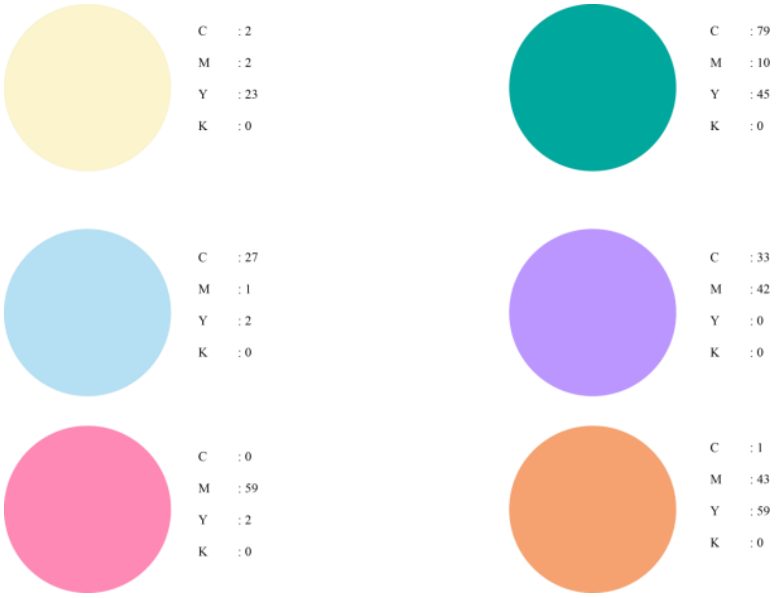
*Background*ini yaitu berupa background polkadot yang berwarna cerah, agar menyenangkan untuk anak balita dan terkesan unik, sehingga background polkadot ini disukai anak-anak balita.

Gambar III.19 *Background* ilustrasi
Sumber: Dokumen Pribadi

III.2.5 Warna

Warna merupakan unsur yang sangat tajam untuk menyentuh kepekaan penglihatan sehingga mampu merangsang munculnya rasa haru, sedih gembira, mood atau semangat. (Adi Kusrianto,2006,h.46).

Warna yang dipakai adalah warna-warna pastel atau disebut juga warna *baby,* warna-warna ini cerah dan sangat halus diambil juga dari warna bahan-bahan makanan sehat yang akan di buat. Adapun teknik pewarnaan yang dilakukan yaitu pewarnaan menggunakan cat air untuk ilustrasi nya. Contoh warna yang dipakai adalah sebagai berikut :



Gambar III.20 Warna dominan

Sumber : Dokumen Pribadi