BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III.1. Khalayak Sasaran

Strategi perancangan ini diperuntukkan laki-laki dan perempuan di kota Bandung. Maka dari itu target segmentasinya adalah sebagai berikut :

- Demografis

  Target sasaran : Pencinta atau penikmat kuliner Indonesia
  Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan
  Umur : 18 - 30 tahun
  Pekerjaan : Mahasiswa, Pegawai Swasta dan Negeri

- Geografis

  Secara geografis, wilayah yang dituju adalah Kota Bandung sebagai sasaran utama.

- Psikografis

  Secara psikografis, ini ditujukan kepada laki-laki dan perempuan yang ingin menambah pengetahuan dan informasi tentang kuliner terutama jenis-jenis pempek dan sejarah pempek.

III.2. Strategi Perancangan

Strategi perancangan merupakan penyampaian pesan secara informatif dan komunikatif sehingga mudah untuk diterima dengan baik oleh target sasaran. Sebagai pendukung dalam memenuhi tujuan perancangan dibutuhkan strategi perancangan yang meliputi:

III.2.1. Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi dari perancangan media informasi ini adalah bermaksud untuk memberikan informasi kepada target audien tentang pengenalan jenis-jenis pempek dan sejarah pempek.

III.2.2. Pendekatan Komunikasi

Pendekatan komunikasi merupakan suatu perencanaan untuk mengkomunikasikan suatu informasi agar tepat sasaran dengan bahasa yang sesuai dan dapat diterima dengan baik oleh penerima. Media yang dikomunikasikan kepada khalayak sasaran harus menarik, komunikatif, dan informatif. Sehingga pendekatan komunikasi yang dilakukan adalah dengan cara pendekatan verbal dan pendekatan visual. Dalam perancangan media informasi ini, gambar dan narasi visual disesuaikan dengan khalayak sasaran.

III.2.2.1. Pendekatan Visual

Pendekatan visual yang digunakan dalam media informasi ini adalah menggunakan teknik fotografi yang menggambarkan langsung bentuk dari jenis-jenis pempek dan *vector* yang diterapkan pada *framing* buku yang terinspirasi dari motif dan warna songket Palembang agar menarik perhatian dari khalayak sasaran.



Gambar III.1 Songket Palembang

Sumber : www.songketpalembangcekna.blogspot.com (21 April 2015)

III.2.2.2. Pendekatan Verbal

Pendekatan verbal yang digunakan dalam media informasi ini adalah dengan menggunakan bahasa Indonesia yang tidak baku yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari yang berguna untuk menjelaskan jenis-jenis pempek yang ada di dalam foto.

III.2.3. Materi Pesan

Dalam perancangan media informasi ini diperlukan materi yang memadai, sesuai dan dibutuhkan oleh khalayak sasaran dalam memenuhi kebutuhan keingintahuannya terhadap sesuatu, terutama tentang kuliner di Indonesia. Pesan utama yang akan disampaikan pada media informasi ini adalah pembahasan mengenai pengenalan jenis-jenis pempek dan sejarah dari pempek.

III.2.4. Gaya Bahasa

Gaya bahasa yang digunakan dalam perancangan media informasi ini adalah bahasa Indonesia yang tidak baku, sederhana dan mudah dipahami oleh target *audience*. Kebutuhan target *audience* harus disesuaikan dengan penggunaan bahasa yang tepat. Tujuannya agar pesan yang ingin disampaikan lebih mudah dimengerti dan dipahami oleh target *audience*.

III.2.5. Khalayak Sasaran Perancangan

- *Consumer Journey*

Tabel III.1 Consumer Journey

Waktu	Aktifitas Konsumen	Tempat	Point Of Contact
05.00	Bangun Tidur	Kamar Tidur	Kasur, Bantal, Guling, Selimut, Meja, Lemari Baju, Jam, Televisi
05.30	Mandi	Kamar Mandi	Bak mandi, gayung, air, sabun, sikat gigi, pasta gigi, cermin, handuk.
05.45	Siap-siap	Kamar Tidur	Cermin, baju,

			tas, minyak wangi, sepatu
06.00	Sarapan	Meja Makan	Gelas, piring, nasi, roti, meja makan, kursi, serbet, sendok, garpu
06.20	Berangkat	Jalan	Mobil, motor, jalanan , angkot, radio
07.30	Tiba di Kantor/Tempat Kerja	Kantor	Komputer, laptop, meja kerja, kursi, alat tulis kantor, telepon, gelas minum
12.00	Istirahat	Kantin	Makanan, minuman, meja, kursi, toilet, penjaga kantin
13.00	Masuk Kerja Lagi	Kantor	Komputer, laptop, berkas/ arsip, kopi/ teh, telepon
16.00	Pulang Kerja	Jalanan	Mobil, motor,

			jalanan , angkot, lampu merah, pedagang
17.30	Sampai di Rumah	Rumah	Sofa, televisi, kopi/teh manis, *gadget*, keluarga
18.00	Santai bersama Keluarga	Ruang Keluarga	Sofa, Televisi, Handphone
19.00	Makan malam	Meja Makan	Gelas, piring, meja makan, lauk pauk, nasi, kursi, serbet, sendok, garpu
21.00	Siap-siap tidur	Kamar mandi	Pencuci muka
20.00	Tidur	Kamar	Kasur, bantal, guling, selimut, lampu, AC

III.2.6. Strategi Kreatif

Strategi kreatif yang dilakukan adalah dengan memberikan informasi berupa kumpulan materi yang faktual, dalam hal ini dengan memberikan penjelasan tentang pengenalan jenis pempek. Kemudian dikemas dalam bentuk media dan penggunaan bahasa dalam bentuk narasi yang sudah disesuaikan dengan usia khalayak sasaran tersebut, lengkap dengan ilustrasi foto sebagai pendukung materi.

III.2.7. Strategi Media

Strategi media berfungsi sebagai pembatasan media-media yang akan digunakan dalam perancangan buku informasi tentang pempek Palembang sesuai dengan target yang dituju. Dalam perancangan buku informasi pempek ini akan digunakan media utama dan beberapa media pendukung lainnya, diantaranya.

- Media utama

  Media utama yang akan dibuat berupa buku. Pemilihan media buku dipilih karena buku mudah untuk ditemui dan praktis dalam penggunaanya. Disamping itu, buku tetap dijadikan pedoman untuk mengetahui informasi yang lebih informatif.
- Media Pendukung

  Media pendukung berfungsi sebagai pelengkap media utama dengan tujuan agar penyampaian dari media utama dapat diaplikasikan dengan media pendukung. Media pendukung yang dipilih adalah sebagai berikut :
- Poster

  Poster merupakan media luar ruang yang informasinya mudah tersampaikan. Poster digunakan sebagai media pendukung utama dan akan diletakkan di dekat toko-toko buku untuk menarik perhatian orang.
- Flyer

  Flyer diberikan secara langsung kepada target sasaran, pemilihan lokasi ditempat yang banyak didatangi target sasaran.
- *X-banner*

  Media ini digunakan untuk memberikan informasi atau promosi saat peluncuran buku Pempek Palembang Sejarah dan Jenis-Jenis Pempek. *X-banner* diletakkan di toko-toko buku.
- *Voucher* Makan

  Voucher makan dibagikan secara gratis saat buku dijual.
- Pembatas Buku

  Pembatas buku dibagikan secara gratis kepada pembeli buku pada saat launching buku. Pembatas buku dijadikan media pendukung agar mempermudah pembaca mencari halaman yang sudah ditandai.

- Stiker

  Stiker berguna sebagai media yang dapat menarik target sasaran.
- Kalender

  Kalender dibagian secara gratis kepada pembeli buku pada saat launching buku. Kalender ditujukan sebagai media pendukung yang berisikan foto beberapa jenis-jenis pempek.

III.2.8. Strategi Distribusi dan waktu Penyebaran Media

Target utama dalam pendistribusian buku informasi ini yaitu dengan cara ditempatkan di toko-toko besar seperti toko buku Gramedia, sehingga buku Pempek Palembang ini bisa dibeli dan dibaca oleh target *audience* yang sudah ditetapkan. Penerbit yang akan dipilih yaitu Bhuana Ilmu Populer. Bhuana Ilmu Populer merupakan penerbit yang berada dalam kelompok Gramedia yang sudah cukup banyak dalam menerbitkan buku informasi, baik tentang pengetahuan maupun buku informasi lainnya.

Jadwal penyebaran media dilakukan selama kurang lebih 4 sampai 5 bulan terhitung dari awal Agustus 2015 sampai dengan akhir Desember 2015. Penyebaran dibagi menjadi 2 periode. Penyebaran dilakukan dengan tahapan penyebaran rincian sebagai berikut :

Tabel III.2 Jadwal Penyebaran Media

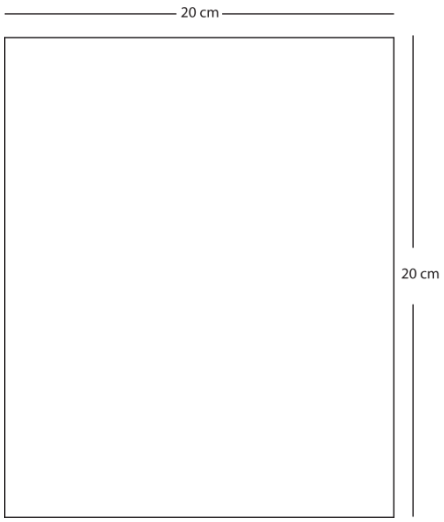
Jadwal Penyebaran Media	Media	Penempatan Media
Periode Pertama Agustus - Oktober 2015	Media Utama, Poster, *Flyer*, *X-banner*, Voucher Makan, Pembatas Buku, Stiker	Toko Buku Gramedia, Toko Gunung Agung, dan lain-lain
Periode Kedua Oktober - Desember 2015	Media Utama, Poster, *X-banner*, Pembatas Buku, Kalender	Toko Buku Gramedia, Toko Gunung Agung, dan lain-lain

III.3.1. Konsep Visual

Konsep visual yang akan ditampilkan dalam pembuatan buku ini yaitu, penggambaran langsung dari pempek dengan menggunakan teknik fotografi agar khalayak sasaran dapat membedakan dan mengenal jenis-jenis pempek. Pemilihan warna yang diaplikasikan pada media ini yaitu menggunakan warna dan motif pada songket yang menggambarkan kota Palembang secara tidak langsung.

III.3.1.1. Format Desain

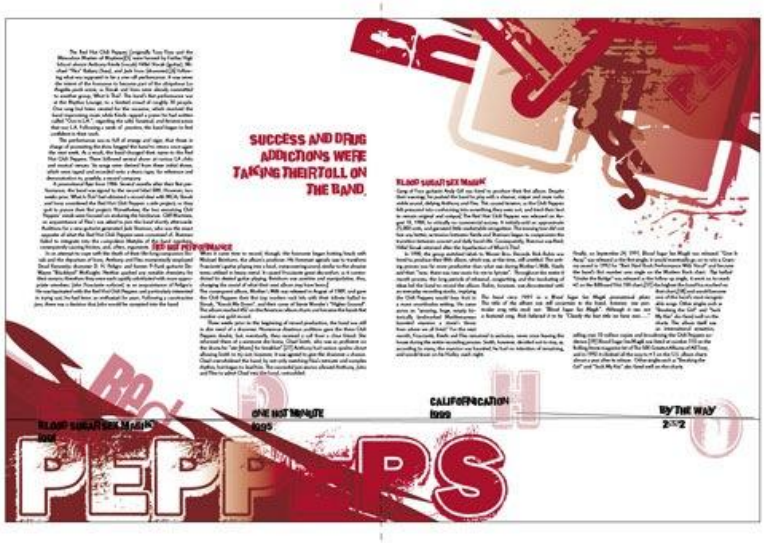
Format desain yang diterapkan pada buku mengenai Sejarah dan Jenis-Jenis Pempek palembang dengan ukuran 17 x 21 cm. Pemilihan format buku dengan ukuran 17 x 21 cm bertujuan agar buku mudah dibawa ke mana-mana.



Gambar III.2 Format Desain Buku

III.3.1.2. Tata Letak (*Layout)*

Menurut Tom Lincy seperti yang dikutip oleh Adi Kusrianto (2006) ada 5 prinsip utama desain yaitu proporsi, keseimbangan, kontras, irama, dan kesatuan. Maka untuk buku informasi ini menggunakan *Layout* yang asimetris, tiap halaman buku memiliki layout yang tidak beraturan dan hanya sedikit perubahan untuk disesuaikan dengan tata letak teks dan visual.



Gambar III.3 Tata Letak Asimetris

Sumber : desainews.blogspot.com (1 Juli 2015)

III.3.1.3. Huruf

Jenis huruf yang akan diaplikasikan pada buku ini berbeda-bedaHal ini menyesuaikan dengan kebutuhan dan tingkat keterbacaan huruf itu sendiri.

Penggunaan huruf yang jelas dalam media informasi ini bermaksud untuk mempermudah dalam menangkap informasi yang diberikan. Berikut ini adalah jenis huruf yang akan diaplikasikan pada media-media yang digunakan:

- **Gnuolane**

  ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

  abcdefghijklmnopqrstuvwxys

  1234567890 .,?!@#$%&()

  Pemilihan huruf ini digunakan sebagai judul pada isi buku karena karena bentuk dari huruf yang tidak terlalu formal tapi tetap terbaca dengan jelas.

- **Calibri**

  ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

  abcdefghijklmnopqrstuvwxys

  1234567890 .,?!@#$%&()

  Calibri merupakan huruf yang tidak berkait. Huruf ini digunakan pada judul *cover buku*, isi buku, penomoran halaman dan sinopsis pada bagian *cover*

belakang buku karena dirasa cocok untuk menjelaskan keterangan. Selain itu bentuknya juga sesuai dengan karakteristik dari pempek.

III.3.1.4. Ilustrasi

Ilustrasi menurut definisinya adalah seni gambar yang dimanfaatkan untuk memberi penjelasan atas suatu maksud atau tujuan secara visual (Kusrianto, 2006:140). Ilustrasi yang ditampilkan dalam pembuatan buku ini dengan menggunakan fotografi dengan beberapa hasil foto di *cropping* agar visual yang ditampilkan tidak terlalu kaku dan juga hasil foto diatur *brightnest* dan *contrastnya* agar hasil foto ketika dicetak sesuai dengan yang ingin disampaikan. Penggunaan fotografi bermaksud agar informasi yang akan disampaikan bisa diterima dengan baik oleh khalayak sasaran. Pada *framing* buku menggunakan motif dari songket Palembang yang di *tracing* terlebih dahulu baru diaplikasikan. Penambahan *framing* ini untuk memunculkan kesan kota Palembang.



Gambar III.5 Referensi Ilustrasi Pempek
Sumber : www. audreywidyanata.wordpress.com (12 Agustus 2015)



Gambar III.5 Motif Songket Bintang Nampan Perak

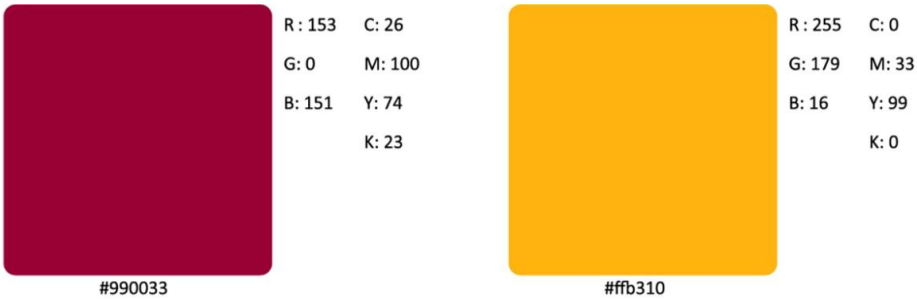
Sumber : www.songketpalembangcekna.blogspot.com (21 April 2015)



Gambar III.6 Motif yang sudah di *tracing*

III.3.1.5. Warna

Warna merupakan unsur yang sangat tajam untuk menyentuh kepekaan penglihatan sehingga mampu merangsang munculnya rasa haru, sedih, gembira, *mood* atau semangat, dan lain-lain. Secara visual, warna memiliki kekuatan yang mampu memengaruhi citra orang yang melihatnya (Kusrianto, 2006:46-47). Warna yang diterapkan dalam buku ini adalah warna dari Songket Palembang yaitu merah marun dan emas yang diaplikasikan pada *framing* buku. Contoh warna yang dipakai adalah sebagai berikut:



Gambar III.7 Warna yang dipakais

Sumber : Dokumentasi Pribadi (1 Juli 2015)