BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1 Strategi Perancangan

Berdasarkan solusi yang telah dijelaskan, bahwa diperlukannya sebuah media yang memuat pengetahuan tentang jenis - jenis pasta yang ada di Indonesia. Solusi ini muncul dikarenakan pengetahuan atau wawasan masyarakat Indonesia tentang jenis - jenis pasta masih rendah. Strategi yang akan dilakukan berupa membuat sebuah media informasi yang berisi pengetahuan tentang jenis - jenis pasta.

III.1.1 Khalayak Sasaran

Dalam khalayak sasaran terdapat beberapa pengelompokan yang terbagi menjadi beberapa bagian seperti berikut :

1. Berdasarkan Demografis

- Usia : Tidak ditentukan, dikarenakan penikmat kuliner tidak dibatasi oleh umur,
- Jenis kelamin : Laki - laki dan Perempuan,
- Pendidikan : Tidak ditentukan, namun dianjurkan pendidikan minimal berada pada tingkat SMA/K dan sederajat.

2. Berdasarkan Geografis

Kota - kota besar di Indonesia yang terdapat beberapa toko, minimarket, supermarket atau pusat perbelanjaan yang menyediakan pasta mentah dan terdapat restoran atau kafe yang menyediakan menu pasta. Selain itu terdapat pula toko buku atau perpustakaan yang menyediakan buku masakan.

3. Berdasarkan Psikografis

Memiliki ketertarikan terhadap kuliner, baik dalam menyantap makanan hingga memasak. Kriteria penikmat kulinernya seperti menyukai makanan atau masakan yang berbahan dasar pasta atau sejenis dengan mie, baik itu vegetarian maupun tidak vegetarian.

Consumer Journey

Khalayak sasaran umumnya memiliki kebiasaan membaca buku dikesehariannya.

Target *audience* untuk pengetahuan tentang jenis - jenis pasta lebih menitikberatkan pada individu yang memiliki minat membaca, memasak dan menyukai kuliner.

III.1.2 Tujuan Komunikasi

Tujuan dari perancangan media informasi mengenai pengetahuan tentang jenis - jenis pasta adalah membuat masyarakat Indonesia mengetahui jenis - jenis pasta.

III.1.3 Pendekatan Komunikasi

- Pendekatan Verbal

  Pendekatan verbal yang dilakukan agar pesan ataupun tujuan yang ingin disampaikan dimengerti oleh pembaca adalah melakukan perancangan media informasi dengan menggunakan bahasa Indonesia formal. Terdapat pula beberapa kata - kata asing yang berkaitan dengan objek seperti *Al Dente, Al Forno, Pastasciutta, Pasta In Brodo* dan lainnya. Namun dicantumkan pula arti dari kata - kata asing tersebut.

- Pendekatan Visual

  Pendekatan visual pada perancangan ini, menggunakan beberapa elemen seperti foto - foto pasta dan teks. Visualisasi antara foto - foto dengan teks dibuat menjadi sebuah kesatuan *spread* yang terdiri dari dua halaman. Fungsi teks dan foto sangat berkaitan antara satu dengan yang lainnya. Misalnya seperti sebuah penjelasan tentang bentuk dari salah satu pasta memerlukan foto yang menjelaskan bahwa bentuknya seperti itu dan teks berfungsi untuk mempertegas informasi dari foto tersebut.



Gambar III.1 Referensi Visual
Sumber : http://www.designinfographics.com/infographics-images/pasta-love-infographic.png
(Diakses 12/6/2016)



Gambar III.2 Referensi Visual
Sumber : http://cdn5.feeldesain.com/feel/wp-content/uploads/2014/05/The-geometry-of-pasta-feeldesain13.jpg
(Diakses pada 12/06/2016)

III.1.4 Materi Pesan

Dalam perancangan media informasi ini, materi pesan yang akan disampaikan adalah :

- Penjelasan mengenai sejarah, arti dari nama, bentuk mentah dan matang dari jenis - jenis pasta, cara pengolahan secara umum dan cara menyajikan,
- Foto - foto berbagai jenis pasta.

III.1.5 Mandatory

Warung Pasta adalah pemberi mandat dari perancangan ini. Hal ini dilakukan dengan tujuan agar masyarakat mengetahui jenis - jenis pasta yang ada di Indonesia. Selain itu Warung Pasta memiliki tujuan lainnya yaitu ingin memperkenalkan pasta asli dari Indonesia, maksudnya adalah memperkenalkan masakan berbahan dasar pasta dengan cita rasa khas Indonesia.



Gambar III.3 Logo

Sumber : Warung Pasta (Diakses pada 12/06/2016)

III.1.6. Strategi Kreatif

Penetapan strategi kreatif pada perancangan media informasi ini ialah dengan memberikan informasi mengenai pengetahuan tentang jenis - jenis pasta yang membahas beberapa materi seperti, penjelasan mengenai sejarah, arti dari nama, bentuk mentah dan matang dari jenis - jenis pasta, cara pengolahan secara umum

dan cara menyajikan. Pada perancangan ini akan diperlihatkan beberapa foto yang berfungsi sebagai salah satu konten penjelas materi yang bersifat teks.

Tabel III.1 Strategi Kreatif Menurut Teori Laswell

Who	Say What	In Which Channel	To Whom	Effect
Mandatory (Warung Pasta)	Memperkenalkan Jenis - jenis Pasta yang ada di Indonesia	Buku	Target Audience	Memahami pengetahuan tentang jenis - jenis Pasta
				Mengkonsumsi pasta
				Mempelajari cara memasak pasta ala Indonesia

III.1.7 Strategi Media

Dalam menginformasikan pengetahuan tentang jenis - jenis pasta, dibutuhkan sebuah media informasi yang tepat dan sesuai dengan solusi permasalahan. Media - media tersebut terdiri dari media utama yang telah ditentukan yaitu sebuah buku dan media pendukung yang berperan sebagai media pembantu.

a. Media Utama

Buku referensi adalah suatu tulisan ilmiah dalam bentuk buku yang substansi pembahasannya fokus pada satu bidang ilmu. Buku referensi membahas topik cukup luas (satu bidang ilmu). Urutan materi dan struktur buku teks disusun berdasarkan logika bidang ilmu. Buku referensi diterbitkan secara umum dan dipasarkan. Kumpulan monograf untuk satu bidang ilmu dapat menjadi buku referensi. (Kurniawan, 2014)

Media utama yang digunakan untuk perancangan media informasi mengenai pengetahuan tentang jenis - jenis pasta adalah sebuah buku referensi yang berisikan tentang penjelasan mengenai sejarah, arti dari nama, bentuk mentah dan matang dari jenis - jenis pasta, cara pengolahan secara umum, cara menyajikan dan foto - foto berbagai jenis pasta. Pemilihan media buku tersebut dilatar belakangi oleh penyelesaian masalah yang telah diuraikan sebelumnya.

Selain itu buku merupakan media komunikasi yang memiliki banyak kelebihan, antara lain :

- Buku kaya akan imajinasi dan merangsang pemikiran untuk mengembangkan ide-ide kreatif.
- Buku memiliki bahasan yang lengkap, dalam sebuah buku biasanya membahas suatu topik yang menyeluruh.
- Buku merupakan sarana informasi yang mudah didapat, karena banyaknya toko-toko yang menjual buku (toko buku).
- Buku merupakan sumber pengetahuan.
- Buku merupakan sarana informasi yang dapat dibaca kapan saja, dimana saja, dan dapat dibaca berulang-ulang.
- Semakin tua buku maka informasi di dalamnya akan dibutuhkan untuk mengetahui perkembangan yang ada pada saat itu.

b. Media Pendukung

Media pendukung yang akan digunakan berfungsi sebagai pendukung dan penguat media utama. Media pendukung yang digunakan antara lain :

- Pembatas buku

  Berguna untuk menandai halaman yang terakhir dibaca.
- Kantung kertas

  Kantung kertas adalah media komunikasi yang terbuat dari kertas dan berbentuk seperti tas. Kantung kertas dijadikan sebagai media penyimpanan buku setelah dibeli oleh konsumen.
- Poster

  Poster adalah media penyampaian informasi yang pengaplikasiannya dilakukan dengan cara ditempel pada dinding atau permukaan datar lainnya. Umumnya poster terdiri dari teks dan elemen visual yang dirancang untuk menarik perhatian masyarakat yang melihatnya.
- X-Banner

  X-banner berfungsi sebagai media informasi dan promosi bahwa buku ini telah tersedia di Warung Pasta.

- E-Flyer

  E-Flyer berfungsi sebagai media informasi dan promosi bahwa buku ini akan segera terbit. *E-Flyer* berbentuk digital dan diunggah di Instagram.

III.1.8 Strategi Distribusi

Buku ini akan dijual di toko buku Gramedia dan Warung Pasta. Jika buku ini dibeli di Warung Pasta, maka harganya akan dikenakan diskon namun dengan syarat tertentu. Pada saat dijual, buku ini berisikan 1 buah pembatas buku. Jika buku ini dibeli di Warung Pasta, maka buku ini akan dimasukkan ke dalam kantung kertas.

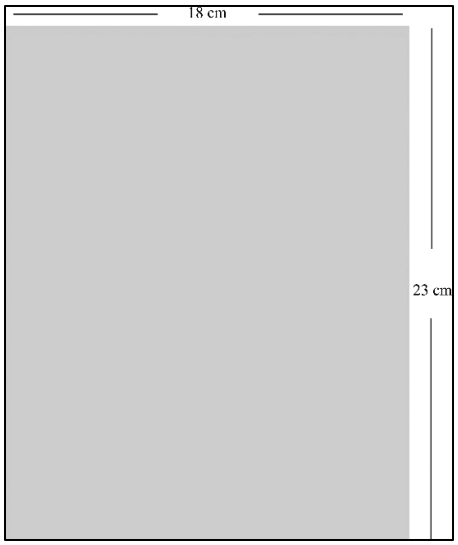
III.2 Konsep Visual

Konsep visual ini dibutuhkan untuk menghasilkan visual yang baik maka dibutuhkan konsep visual yang matang untuk menghindari kesalahan dalam perancangan.

III.2.1 Format Desain

Format desain buku ini adalah sebagai berikut :

- Buku berbentuk persegi panjang atau (18 cm x 23 cm).
- Jenis kertas pada isi buku adalah *art paper* 150 gram.
- Buku di *softcover*



Gambar III.4 Format Desain Buku
Sumber : Dok. Pribadi (2016)

III.2.2 Tata Letak

Konsep layout pada perancangan buku dibikin dengan bentuk *layout* yang modern dan mengacu pada teori prinsip *layout* dari buku Layout, menurut Surianto Rustan, S.Sn. Prinsip dasar *layout* adalah juga prinsip dasar desain grafis, dan mengemukanan beberapa patokan dasar pada saat merancang sebuah *layout*, antara lain:

a. Sequence (Urutan)
b. Emphasis (Penekanan)
c. Balance (Keseimbangan)
d. Unity (Kesatuan)

III.2.3 Huruf

Menurut Dendi Sudiana (Sudiana,2001, h.1) tipografi adalah elemen grafis yang paling mudah dibaca. Tetapi melalui kata-kata yang terdiri dari huruf oleh huruflah memandu pemahaman pembaca pesan atau ide. Pada perancangan media informasi ini menggunakan beberapa jenis huruf atau *font*, antara lain :

Font Metal Spaghetti digunakan pada judul dan *headline*.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Font Sentico Sans DT-Thin digunakan pada *subheadline* dan teks.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

III.2.4 Warna

Penggunaan warna dilakukan untuk mempertegas objek yang dijelaskan dan sebagai penarik perhatian pembaca.



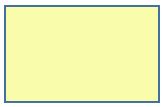
R : 106, G : 73, B : 49

Warna ini digunakan sebagai warna latar untuk teks dan foto, warna ini diambil dari warna kayu dari meja.



R : 222, G : 222, B : 220

Warna ini digunakan sebagai warna latar dari warna coklat (warna kayu).



R : 205, G : 212, B : 79

Warna ini adalah warna dari pasta itu sendiri. Namun pada warna dari pasta terdapat beberapa perbedaan dikarenakan cara pengolahannya yang berbeda maka akan memunculkan warna yang berbeda.