BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1 Khalayak Sasaran

khalayak sasaran utama ditentukan berdasarkan pengembangan dari profil target pasar yaitu dewasa (usia 30-40) sebagai target pasar utama. Informas mengenai penggunaan MSG yang ideal merujuk pada ahli gizi dan Pengetahuan mengenai MSG yang akan disampaikan dalam bentuk komunikasi visual, diberikan pada khalayak sasaran masyarakat khususnya ibu rumah tangga di kota Bandung. Pilihan ibu rumah tangga karena memiliki peranan penting dalam keluarga sebagai penyedia masakan dirumah.

Berikut khalayak sasaran berdasarkan :

- Demografis
  - Usia : 30-40 Tahun
  - Jenis Kelamin : Perempuan
  - Pendidikan : SMA/K dan sederajat
  - Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
  - Status Ekonomi : Menengah

  Khalayak sasaran dipilih dengan rentang usia 30-40 tahun karena usia produktif, pendidikan SMA/K dan Sederajat karena tingkat pengetahuan yang cukup untuk dapat memahami pesan, status ekonomi menengah karena memiliki akses yang cukup luas dalam mendapatkan informasi.

- Psikografis

  Secara psikologi, jiwa keibuan mendorong seorang ibu untuk selalu memberikan yang terbaik untuk keluarga dan melakukan aktivitas sehari-hari khususnya dalam menyediakan berbagai masakan dirumah. Menurut Kotler dan Amstrong (dalam Johan, 2011) menjelaskan bahwa dalam bentukan yang paling umum, studi psikografis mengenai kegiatan, minat dan pendapat menggunakan serangkaian pernyataan yang dirancang untuk mengenali berbagai aspek yang *relevan* mengenai kepribadian, motif membeli, minat, sikap, kepercayaan, dan nilai-nilai konsumen. Salah satu

unsur psikografis yang paling sering digunakan oleh para pemasar adalah gaya hidup pelanggan (h.292).

- Geografis

  Di kota Bandung karena penelitian dilakukan di kota Bandung. Didapatkan ibu rumah tangga yang berada di kota Bandung masih banyak menggunakan MSG secara berlebih.

III.2 Strategi Perancangan

Berdasarkan permasalahan pada bab sebelumnya didapatkan solusi berupa perancangan informasi mengenai penggunaan MSG sesuai takaran yang ideal, untuk hal ini merujuk pada anjuran yang digunakan oleh ahli gizi yaitu 4 gram atau setara 1 sendok teh untuk 1 hari untuk 1 orang. Serta memberikan pengetahuan mengenai MSG seperti jenis penyedap rasa yang mengandung MSG, memberikan pengetahuan mengenai gejala konsumsi MSG berlebih seperti adanya rasa panas dan kaku diwajah sakit kepala, mual, menjadikan informasi tersebut dalam bentuk media komunikasi visual seperti media *motion graphic* dan media cetak sebagai pendukung.

Strategi perancangan yang dibuat untuk informasi tersebut terdiri dari tujuan komunikasi, pendekatan komunikasi, materi pesan, gaya bahasa dan strategi kreatif.

III.2.1 Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi disampaikan untuk memudahkan para ibu dalam memahami pesan yang disampaikan dalam bentuk informasi mengenai penggunaan MSG sesuai anjuran ahli gizi yaitu 1 sendok teh 1 hari untuk 1 orang. Tujuan berikutnya agar informasi tersebut mudah untuk diikuti oleh ibu rumah tangga, selain itu juga memudahkan ibu rumah tangga untuk memahami pengetahuan mengenai MSG.

III.2.2 Pendekatan Komunikasi

Rogers dalam Rustan dan Haki (2017) menjelaskan bahwa dalam komunikasi yaitu suatu proses pengalihan sebuah ide dari sumber ke penerima yang dapat mempengaruhi tingkah laku. Untuk menyampaikan sebuah informasi dibutuhkan suatu komunikasi yang mampu menyampaikan informasi agar mudah dimengerti

oleh khalayak sasaran. Informasi mengenai penggunaan MSG sesuai anjuran ahli gizi Ali Khomsan dalam artikel yang ditulis di healt.liputan6.com (Syarifah, 2013) yaitu 1 sendok teh MSG untuk 1 hari untuk 1 orang dan pengetahuan mengenai MSG akan disampaikan dengan pendekatan komunikasi secara *verbal* dan visual. Secara *verbal* disampaikan untuk memberikan informasi mengenai MSG dengan teks dan secara visual, dengan visual yang keduanya saling melengkapi agar pesan komunikasinya tersampaikan dengan jelas. Disampaikan dalam media utama berupa *motion graphic* dan media cetak lainnya sebagai pendukung.

III.2.2.1 Pendekatan Visual

Pendekatan visual yang akan digunakan pada perancangan informasi mengenai penggunaan MSG adalah berupa *vector* bergaya *flat design* bentuknya lebih sederhana untuk memfokuskan perhatian ibu rumah tangga terhadap informasi yang disampaikan. Lebih ringan secara visual.

III.2.2.2 Pendekatan Verbal

Pendekatan verbal yang akan digunakan pada perancangan informasi mengenai penggunaan MSG yang akan disampaikan dalam bentuk *motion graphic* yaitu mengutamakan informasi teks sesuai dengan pendapat seorang ahli gizi, yang berbunyi 1 sendok teh untuk 1 hari untuk 1 orang sebagai informasi utama dalam penggunaan MSG yang sesuai dengan ahli gizi pesan teks tersebut akan muncul di *motion graphic* dan hampir disemua media cetak. Selain itu pengetahuan mengenai MSG *motion graphic* dibeberapa *scene.* Dalam penyampaian informasi ini pendekatan komunikasi verbal bahasa yang digunakan adalah berupa bahasa Indonesia yang baku dan sering dipakai sehari – hari. Dan Bertujuan agar informasi yang disampaikan tidak terdengar terlalu berat, mudah dipahami.

III.2.2.3 Pendekatan Audio

Pada perancangan informasi ini pendekatan audio yang digunakan hanya berupa narasi suara yang mengutamakan informasi yang berbunyi cukup dengan 4 gram atau setara dengan 1 sendok teh dalam 1 hari untuk 1 orang yang mesti ditambahkan pada masakan sebagai informasi utama dalam penggunaan MSG dan menggunakan bahasa Indonesia yang mudah dimengerti. Alasan penggunaan narasi agar khalayak sasaran mudah memahami, sehingga informasi yang disampaikan dapat diterima.

III.2.3 *Mandatory*

Perancangan media informasi mengenai penggunaan MSG (*Monosodium Glutamat*) ini, bekerja sama dengan dinas kesehatan kota Bandung dalam rangka memperingati hari gizi nasional yang jatuh pada 28 Februari 2019 dan memilih media sosial berupa *Facebook, Twitter, Instagram* dan *Website* dinas kesehatan kota Bandung sebagai sarana penyebaran media utama yang diharapkan mampu mengajak masyarakat khususnya ibu rumah tangga di kota Bandung agar lebih memperhatikan dan lebih memahami saat penggunaan MSG (*Monosodium Glutamat*) pada masakan yang sesuai takaran.

III.2.4 Materi Pesan

Materi pesan yang disampaikan pada media informasi *motion graphic* yaitu penggunaan MSG 1 sendok teh MSG untuk 1 hari untuk 1 orang. Juga informasi pengetahuan mengenai MSG seperti jenis penyedap rasa yang mengandung MSG, pengetahuan mengenai gejala konsumsi MSG berlebih seperti adanya rasa panas dan kaku diwajah, sakit kepala, mual. Informasi mengenai data jumlah pengguna MSG berlebih di kota Bandung.

Materi pesan yang terdapat dimedia cetak sebagai media pendukung yaitu berupa penggunaan MSG 1 sendok teh MSG untuk1 hari untuk 1 orang.

III.2.5 Gaya Bahasa

Menurut Muljana (dalam Waridah, 2009) gaya bahasa adalah "susunan perkataan yang terjadi karena perasaan yang timbul atau hidup dalam hati penulis, yang menimbulkan suatu perasaan hati tertentu dalam hati pembaca". Gaya bahasa yang diaplikasikan pada perancangan informasi ini adalah gaya pemaparan. Gaya ini dipakai agar informasi yang disampaikan mudah diterima serta dimengerti oleh khalayak sasaran. Gaya pemaparan yang singkat padat dan jelas dirasa sangat cocok untuk menyampaikan informasi tentang penggunaan MSG (*Monosodium Glutamat*) 1 sendok teh MSG untuk 1 hari untuk 1 orang. Juga informasi pengetahuan mengenai MSG seperti jenis penyedap rasa yang mengandung MSG, pengetahuan mengenai gejala konsumsi MSG berlebih seperti adanya rasa panas dan kaku diwajah, sakit kepala, mual. Informasi mengenai data jumlah pengguna MSG berlebih di kota Bandung.

III.2.6 Strategi Kreatif

Strategi kreatif merupakan ide yang muncul untuk mendukung perancangan yang telah direncanakan. Pada perancangan media informasi ini, strategi kreatif sangat diperlukan agar informasi yang disampaikan dapat diterima oleh khalayak sasaran dengan baik. Strategi kreatif yang dipakai dalam *motion graphic* adalah penyampaiaan informasi melalui animasi elemen *grafis* seperti *vector* bergaya *flat design* yang menginformasikan tentang penggunaan MSG 1 sendok teh MSG untuk 1 hari untuk 1 orang, jenis penyedap rasa yang mengandung MSG, pengetahuan mengenai gejala konsumsi MSG berlebih seperti adanya rasa panas dan kaku diwajah, sakit kepala, mual. Informasi mengenai data jumlah pengguna MSG berlebih di kota Bandung.

Tujuan dari strategi kreatif ini memberikan kesan penyampaian secara sederhana dan pengetahun menjadi bertambah mengenai jumlah takaran MSG (*Monosodium Glutamat*) yang sesuai pada masakan yaitu 1 sendok teh MSG untuk 1 hari untuk 1 orang yaitu perancangan media informasi penggunaan MSG (*Monosodium Glutamat*). Strategi kreatif yang digunakan adalah teori dari ilmuwan asal Amerika Serikat yaitu Harold D.Lasswell.

Tabel III.1 Strategi Kreatif Menurut Teori Lasswell

Sumber : Dokumen pribadi

Who	Say What	In Which Channel	To Whom	Effect
Mandatory Dinas Kesehatan Kota Bandung	Menginformasikan penggunaan MSG yang sesuai takaran.	Melalui media informasi *motion graphic*	Kepada target *audience*	Mengetahui penggunaan MSG yang sesuai takaran, untuk lebih sehat.

III.2.6.2 *Storyline*

Tabel III.2 *StoryLine*

Dokumentasi Pribadi (2017)

No	Scene	Narasi
1	*Scene* 1	Penggunaan MSG yang baik pada masakan
2	*Scene* 2	MSG (*Monosodium Glutamat*) merupakan bahan tambahan sebagai penguat rasa pada masakan sehingga masakan akan terasa lebih lezat dan gurih.
3	*Scene* 3	Jenis-jenis penyedap rasa yang mengandung MSG diantaranya berupa serbuk, kristal, kental dan berbentuk balok.

4	*Scene* 4	Jenis penyedap rasa yang mengandung MSG, yang sering digunakan ibu rumah tangga pada masakan yaitu berupa serbuk dan kristal.
5	*Scene* 5	Dari hasil survei
6	*Scene* 6	50 ibu rumah tangga di Kota Bandung
7	*Scene* 7	43 diantaranya menggunakan MSG secara berlebih.
8	*Scene* 8	Namun sebagian besar ibu rumah tangga di Kota Bandung kurang menyadari jika penggunaan MSG pada masakan secara berlebih akan menimbulkan dampak negatif seperti
9	*Scene* 9	Adanya rasa panas dan kaku diwajah, sakit kepala, mual.
10	*Scene* 10	Garam *natrium* dari MSG mampu memenuhi kebutuhan garam sebanyak 20-30% sehingga dalam penggunaan MSG yang berlebihan menyebabkan kenaikan kadar garam darah pada tubuh yang dapat menyebabkan resiko *hipertensi*.
11	*Scene* 11	Lalu bagaimana solusi agar tubuh kita aman jika menggunakan MSG yang ditambahkan pada masakan ? berikut penggunaan MSG yang baik sesuai takaran.

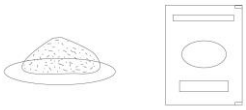
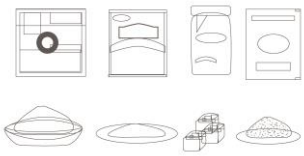
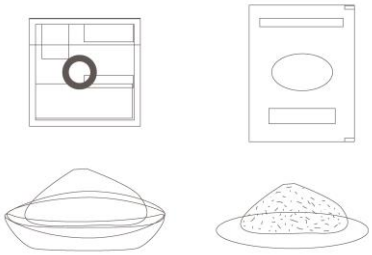
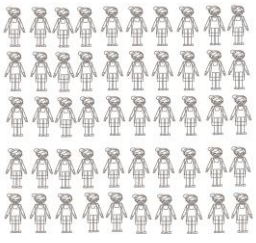
12	*Scene* 12	Cukup dengan 4 gram atau setara dengan 1 sendok teh dalam 1 hari untuk 1 orang yang mesti ditambahkan pada masakan.
13	*Scene* 13	Jadi sebaiknya hindarilah penggunaan MSG yang berlebihan demi menjaga kesehatan tubuh.
14	*Scene* 14	Pesan ini dipersembahkan oleh Dinas Kesehatan Kota Bandung.

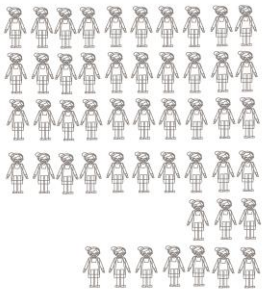
III.2.6.3 *Storyboard*

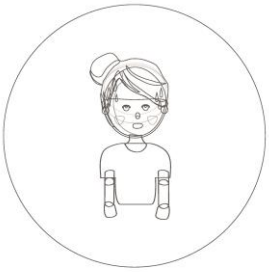
Tabel III.3 *Storyboard*

Dokumentasi Pribadi (2017)

No	Gambar	Keterangan
1		Penggunaan MSG yang baik pada masakan

2		MSG (*Monosodium Glutamat*) merupakan bahan tambahan sebagai penguat rasa pada masakan sehingga masakan akan terasa lebih lezat dan gurih.
3		Jenis-jenis penyedap rasa yang mengandung MSG diantaranya berupa serbuk, kristal, kental dan berbentuk balok.
4		Jenis penyedap rasa yang mengandung MSG, yang sering digunakan ibu rumah tangga pada masakan yaitu berupa serbuk dan kristal.
4		Dari hasil survei 50 ibu rumah tangga di Kota Bandung 43 diantaranya menggunakan MSG secara berlebih.

		
5		Namun sebagian besar ibu rumah tangga di Kota Bandung kurang menyadari jika penggunaan MSG pada masakan secara berlebih akan menimbulkan dampak negatif seperti
6		Adanya rasa panas dan kaku diwajah, sakit kepala, mual.
7		Garam *natrium* dari MSG mampu memenuhi kebutuhan garam sebanyak 20-30% sehingga dalam penggunaan MSG yang berlebihan

		menyebabkan kenaikan kadar garam darah pada tubuh yang dapat menyebabkan resiko *hipertensi*.
8		Lalu bagaimana solusi agar tubuh kita aman jika menggunakan MSG yang baik sesuai takaran.
9		Cukup dengan 4 gram atau setara dengan 1 sendok teh dalam 1 hari untuk 1 orang yang mesti ditambahkan pada masakan.

10		Jadi sebaiknya hindarilah penggunaan MSG yang berlebihan demi menjaga kesehatan tubuh.
11		Pesan ini dipersembahkan oleh Dinas Kesehatan Kota Bandung.

III.2.7 Strategi Media

Dalam perancangan media informasi dibutuhkan strategi media agar media yang akan diproduksi biasa lebih terfokus. Strategi pemanfaatan digunakan dan disesuaikan dengan prilaku khalayak sasaran untuk tercapainya target dan tujuan. Dalam proses perancangan informasi mengenai penggunaan MSG (*Monosodium Glutamat*) yang sesuai takaran pada masakan, strategi perancangan yang digunakan adalah sebagai berikut.

1. Media Utama

   Media utama yang digunakan pada penyampaian informasi ini adalah *motion graphic*, melalui paparan yang berisi tentang penggunaan MSG (*Monosodium Glutamat*) yang sesuai takaran pada masakan, jenis-jenis penyedap rasa yang mengandung MSG (*Monosodium Glutamat*), jenis-jenis penyedap rasa yang mengandung MSG (*Monosodium Glutamat*) yang lebih banyak digunakan. Di awal *motion graphic* akan ditampilkan animasi elemen *gra*fis *vector* bergaya *flat design* dengan visual yang menjelaskan tentang MSG (*Monosodium Glutamat*).

2. Media Pendukung

Media pendukung terdapat dua tahapan media pendukung sesuai fungsinya yaitu :

a. Tahap informasi

Pada tahap ini media yang memiliki fungsi menyampaikan informasi kepada target *audience*. Medianya sebagai berikut :

- Poster

  Poster adalah media informasi yang dapat menampung banyak informasi singkat serta lebih mudah dipahami. Pemilihan poster lebih menginformasikan singkat dan sederhan. Pada perancangan ini akan dibuat satu poster yaitu poster yang menginformasikan penggunaan MSG (*Monosodium Glutamat*).

- *X-Banner* ukuran 60 x 169

  X-Banner Digunakan sebagai media penyampaian pesan *verbal* mengenai penggunaan MSG (*Monosodium Glutamat*) yang sesuai takaran yang pada masakan.

b. Tahap Pengingat

Pada tahap pengingat media pendukung yang dipilih adalah media-media yang dekat keberadaannya dengan target audiens didalam keseharian. Media yang akan digunakan adalah :

- *Tote Bag/Goodie Bag*

  Digunakan sebagai media *reminder* yang bertujuan untuk menerapkan pesan *verbal* yang ingin disampaikan dalam informasi sosial serta menarik perhatian *audience*.

- Talenan

  Talenan adalah alat yang digunakan sebagai alas untuk memotong bahan masakan. Oleh karena itu talenan dipilih untuk menarik minat khalayak sasaran, dalam menginformasikan penggunaan MSG (*Monosodium Glutamat*) pada masakan sebagai identitas untuk media *reminder* kepada masyarakat khususnya ibu rumah tangga yang akan dibagikan dalam kegiatan peringatan hari gizi nasional untuk menginformasikan berdasarkan mandat dari Dinas Kesehatan Kota Bandung.

- *Sticker*

  Digunakan sebagai media penyampaian pesan informasi serta sebagai identitas untuk media *reminder* kepada masyarakat khususnya ibu rumah tangga yang akan dibagikan dalam kegiatan peringatan hari gizi nasional.
- Mangkuk

  (Peralatan Rumah Tangga) Digunakan sebagai media *reminder* serta untuk peralatan sehari-hari.
- *T-Shirt*

  Merchandise berupa *T-shirt* berfungsi sebagai media *reminder* serta untuk digunakan sehari-hari.
- Tempat Bumbu

  Peralatan rumah tangga digunakan sebagai media *reminder* serta untuk peralatan sehari-hari.
- Mug

  Peralatan rumah tangga digunakan sebagai media *reminder* serta untuk peralatan sehari-hari.

III.2.8 Strategi Distribusi

Strategi distribusi media utama akan disebarkan melalui akun sosial media yaitu *Facebook, Twitter, Instagram* dan *Website* Dinas Kesehatan Kota Bandung, nantinya akan diterapkan ke dalam berbagai macam media pendukung khususnya poster sebagai sarana untuk memudahkan khalayak sasaran. Serta media pendukung akan disebarkan pada acara peringatan Hari Gizi Nasional pada tanggal 28 Februari 2019.

Tabel III.4 Daftar Tabel Pendistribusian
Sumber : Dokumen Pribadi

MEDIA	November 2018				Desember 2018				Januari 2019				Februari 2019			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Video *Motion Graphic*																
Poster																
X-Banner																
Tote Bag																
T-Shirt																
Mangkuk																
Tempat Bumbu Dapur																
Talenan																
Sticker																
Mug																

Penyelenggaraan hari gizi nasional merupakan program kerja yang dilakukan oleh Dinas Kesehatan Kota Bandung.

III.3 Konsep Visual

Dalam sebuah media informasi, konsep visual sangat penting. Perancangan ini memperlihatkan tentang penggunaan MSG (*Monosodium Glutamat*) yang sesuai takaran pada masakan dan gejala-gejala yang timbul dikarenakan berlebihan menggunakan MSG . Keselarasan format desain, ilustrasi, *layout*, dan pemilihan warna yang sesuai, yang membuat target audiens tertarik untuk melihatnya dan dapat mengerti dengan isi pesan informasi yang disampaikan dalam video ini. Berikut referensi *motion graphic* :



Gambar III.1 Referensi media utama 1

Sumber : https://www.youtube.com/watch?v=dTLmtHlT9VI (15 Januari 2018)

III.3.1 Format Desain

Pada perancangan informasi ini menggunakan *motion graphic* pada sebuah media utama yang berisi tentang penggunaan MSG pada masakan. Dengan ukuran layar ber-resolusi 1280 x 720 *pixel* agar khalayak sasaran dapat menonton dengan jelas dimedia sosial Facebook, Twitter, Instagram. Adobe After Effect merupakan *software* yang digunakan dalam proses pembuatan *motion graphic*. Kemudian untuk format hasil akhir video akan menggunakan format *file mp4.*

III.3.2 Tata Letak (*Layout*)

Menurut Rustan (2008 : 5) " *Layout* adalah tata letak elemen-elemen desain terhadap suatu bidang dalam media tertentu untuk mendukung konsep atau pesan yang dibawanya". Tata letak yang baik berfungsi sebagai salah satu kenyamanan dalam melihat video yang ditampilkan, serta membuat elemen visual dan verbal menjadi lebih komunikatif. Penyusunan dari elemen-elemen pada media perancangan ini menggunakan prinsip penekanan *symmetrical balance*. Tujuannya untuk menitikberatkan perhatian khalayak sasaran terhadap objek yang sedang dibahas dan menyeimbangkan komposisi antara kiri dan kanan.



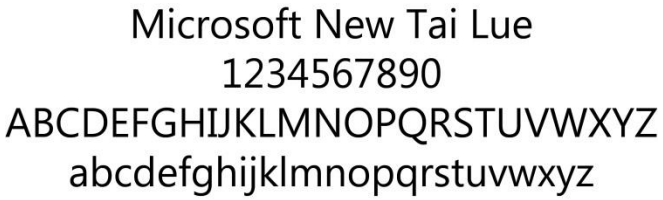
Gambar III.2 Gambar Tata Letak Pada Video
Sumber : Dokumen Pribadi (2018)

III.3.3 Tipografi

Menurut Rustan (2001:16) menjelaskan "Tipografi segala disiplin yang berkenaan dengan huruf". Jenis huruf dan tipografi merupakan salah satu elemen penting dalam sebuah desain. Untuk pemilihan tipografi harus dipilih dengan seksama karena sangat mempengaruhi kenyamanan pembaca dalam membaca pesan yang disampaikan. Tipografi yang digunakan dalam video *motion graphic* ini disesuaikan dengan karakteristik dan tema yang berkaitan dengan kesehatan dengan tetap mempertimbangkan unsur keterbacaan yang baik. Berikut jenis huruf atau *font* yang digunakan pada perancangan informasi :

- *Font* Microsoft New Tai Lue

  Font ini berasal dari Microsoft dengan lisensi gratis dapat digunakan komersil. *Font* yang digunakan dalam perancangan informasi disesuaikan dengan khalayak sasaran serta mempertimbangkan unsur keterbacaan yang baik agar mudah dipahami.



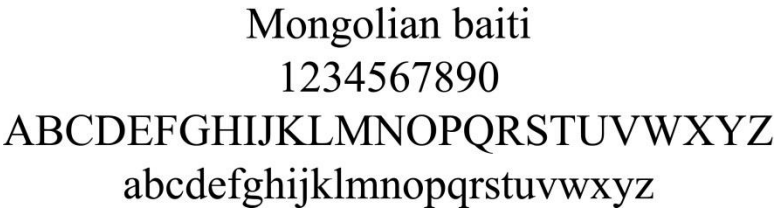
Gambar III.3 *Font* Microsoft New Tai Lue
Sumber: Dokumen Pribadi

- DK Lemon Yellow Sun
  Font ini didesain oleh Hanoded dengan lisensi demo, *Font* yang digunakan dalam perancangan informasi memberi kesan elegan lembut sehingga sangat mewakili pada tema *motion graphic*.



Gambar III.4 *Font* DK Lemon Yellow Sun
Sumber: Dokumen Pribadi

- Mongolian Baiti
  Font ini berasal dari Microsoft Corporation atau bawaan dari Microsoft dengan tipe lisensi *Open Type Fonts* yaitu dapat digunakan komersil, *Font* yang digunakan dalam perancangan informasi disesuaikan dengan khalayak sasaran serta mempertimbangkan unsur keterbacaan yang baik agar mudah dipahami.



Gambar III.5 *Font* Mongolia Baiti
Sumber: Dokumen Pribadi

III.3.4 Ilustrasi

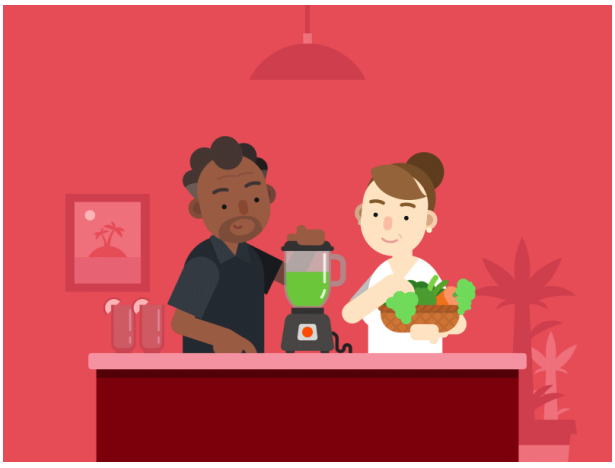
Menurut Kusmiati (1999) menjelaskan bahwa “Ilustrasi gambar adalah gambaran singkat alur cerita suatu cerita guna lebih menjelaskan salah satu adegan”. (h.46) Secara umum ilustrasi selalu dikaitkan kepada gambaran sebuah cerita. Perancangan media informasi ini memakai teknik penggambaran digital dan lebih

menyederhanakan dari gambar sebelumnya. Teknik ilustrasi yang dipakai yaitu berupa elemen *grafis* seperti *vector*. *Vector* merupakan elemen grafis yang terbentuk melalui sejumlah garis yang saling dihubungkan satu sama lain dan jika diperbesar kualitas gambarnya masih cukup baik. *Vector* dipilih karena memiliki unsur *simplicity* yaitu kesederhanaan serta agar mudah dipahami oleh khalayak sasaran. Maka dari itu pada perancangan informasi penggunaan MSG ini memilih elemen *grafis* seperti *flat design*. *Flat design* merupakan jenis desain yang lebih menekankan pada pendekatan minimalis serta kegunaan desain tanpa adanya *bevel*, tekstur, *long shadow* serta memiliki warna-warna yang cerah.

- ***Flat Design***

Flat design menurut Bagoes (2017) menjelaskan bahwa "*flat design* adalah sebuah gaya desain dimana penggunaan tekniknya menghilangkan karakter gaya gradasi, tekstur, ruang dan lain lain". Ilustrasi bergaya *flat design* inilah yang kemudian dipilih menjadi gaya ilustrasi dalam perancangan media utama.

- Karakter



Gambar III.6 Referensi karakter utama

Sumber : https://www.pinterest.es/pin/449304500305545450/



Gambar III.7 Visualisasi karakter utama

Sumber : Dokumentasi Pribadi (2018)

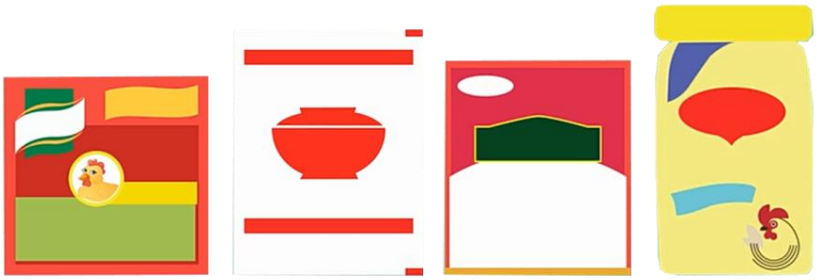
- Referensi visual



Gambar III. 8 Referensi penyedap rasa mengandung MSG

Sumber : Dokumentasi Pribadi (2018)

Referensi visual penyedap rasa yang mengandung MSG yang berupa serbuk, Kristal, kental dan berbentuk balok.



Gambar III.9 Visualisasi *vector* penyedap rasa mengandung MSG

Sumber : Dokumentasi Pribadi (2018)

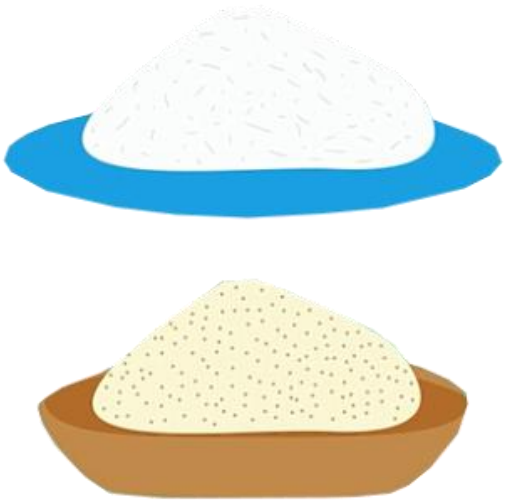
visualisasi penyedap rasa berupa *vector* yang mengandung MSG yang berupa serbuk, Kristal, kental dan berbentuk balok.



Gambar III. 10 Referensi bumbu

https://www.pinterest.es/pin/241013017542790366/(03 Januari 2018)

Referensi visual bumbu yang berupa serbuk dan kristal.

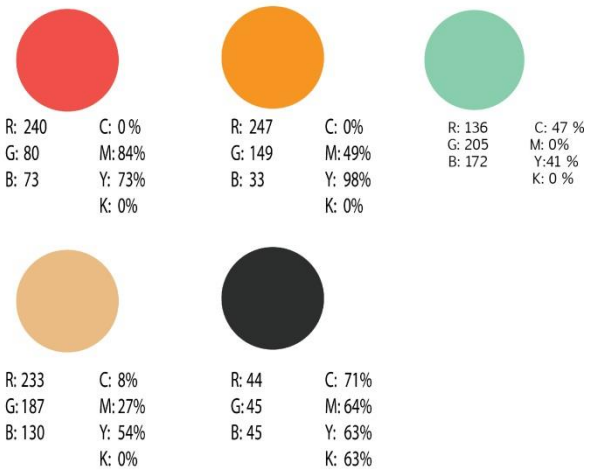


Gambar III.11 Visualisasi *vector* bumbu penyedap rasa yang mengandung MSG
Sumber : Dokumentasi Pribadi (2018)

visualisasi berupa *vector* penyedap rasa yang mengandung MSG yang berupa serbuk dan Kristal untuk *motion graphic*.

III.3.5 Warna

Warna pada media utama menggunakan warna dengan unsur yang memiliki keterkaitan dengan warna yang merujuk pada warna kemasan-kemasan pada penyedap rasa yang mengandung MSG dan warna lainya yaitu merah yang termasuk kedalam warna primer serta warna sekunder yaitu seperti *orange*, hijau, coklat serta warna netral seperti hitam.



Gambar III. 12 Warna

Sumber : Dokumen pribadi

III.3.6 Audio

Menurut Sora (2014) menjelaskan "Audio adalah Suara Bunyi yang dihasilkan oleh getaran suatu benda, agar dapat tertangkap oleh telinga manusia getaran tersebut harus kuat minimal 20 kali/detik". Audio yang digunakan Pada perancangan informasi ini hanya berupa narasi suara agar khalayak sasaran lebih mudah memahami dan memudahkan mengingat pesan informasi yang akan disampaikan, mengutamakan informasi yang berbunyi cukup dengan 4 gram atau setara dengan 1 sendok teh dalam 1 hari untuk 1 orang yang mesti ditambahkan pada masakan sebagai informasi utama dalam penggunaan MSG.