

## BAB 4

### STRATEGI PERANCANGAN VISUAL

#### 4.1 DATA

Selama proses perancangan karya eksibisi ini , penulis telah mengumpulkan data-data yang dibutuhkan sebagai bahan referensi dalam perancangan. Data tersebut terdiri dari verbal berupa data tertulis dan visual berupa gambar atau dokumentasi. Data dicari dan dikumpulkan guna dapat menjadi referensi desain yang akan dibuat sehingga mampu mengenai target sasaran. Dari data yang ada penulis mampu mempelajari gaya desain dan karakteristik desain pada acara eksibisi dalam bentuk *food bazar* sebelumnya yang pernah diadakan sebelumnya. Hal ini dilakukan untuk tidak menghilangkan citra *food bazar* itu sendiri, kemudian memadukan padangkannya dengan desain Tumpuk Tengah yang telah dirancangan.



Gambar 4.1 Poster Food Festival 2018

( Sumber : <https://jadwalevent.web.id/tag/acara-kuliner-semarang> )

## 4.2 DATA VERBAL

Dalam perancangan eksibisi ini, penulis akan menggunakan data dari teori-teori yang sudah dikumpulkan sebelumnya. Pada perancangan ini akan menggunakan Bahasa Indonesia formal yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini bertujuan agar penyampaian pesan dapat dengan mudah dimengerti oleh target sasaran. Penyampaian pesan didominasi melalui tulisan yang akan diletakkan pada beberapa media yang telah dirancang, oleh karena itu penggunaan dan pemilihan font juga akan sangat diperhatikan demi memperhatikan terbacanya tulisan oleh target dengan baik. Pemilihan font memadukan ketiga jenis font yang ada sesuai dengan kebutuhan yaitu serif, san serif, dan dekoratif. Penggunaan warna pada font juga akan diperhatikan sesuai dengan teori warna yang telah dikumpulkan. Warna pada font akan menggunakan permainan warna jingga dan rona warna yang ada di sekitar warna jingga, hal ini untuk mendukung teori warna yang ada bahwa jingga adalah warna hangat yang berfungsi untuk melambungkan kehangatan dalam keluarga, mengingat target dalam perancangan ini adalah keluarga.

## 4.3 DATA VISUAL

Berdasarkan pada strategi komunikasi yang telah dibuat, keseluruhan konsep visual dari perancangan eksibisi ini adalah sesuatu yang mencerminkan pada kesan kehangatan keluarga. Sehingga pada karya perancangan eksibisi ini akan menggunakan warna-warna dominan jingga dan warna cerah lainnya yang penerapannya akan memperhatikan keestetikaan pada karya yang diciptakan. Pemilihan konsep ini dilakukan berdasarkan hasil riset khalayak sasaran yang dituju. Oleh karena itu diharapkan tujuan dari perancangan dapat tercapai dan dapat menarik minat target sasaran itu sendiri, sehingga penyampaian pesan mampu lebih mudah dipahami.

### 4.3.1 Konsep Logo

Penggunaan logo pada perancangan ini adalah sebagai identitas dari eksibisi *food bazar* yang akan dilakukan itu sendiri. Diharapkan dengan adanya logo ini target dapat dengan mudah mengingat gerakan tumpuk tengah yang disuarakan dalam kegiatan eksibisi ini. Konsep logo diambil dari visualisasi peralatan makan yang pada umumnya digunakan ketika sedang makan di tempat makan umum, seperti piring dan gelas. Logogram berbentuk peralatan makan yang disusun menjadi satu tumpukan di tengah, hal ini untuk memperjelas bahwa ini merupakan logo tumpuk tengah, sehingga target

*audience* dapat mengetahui pesan dan makna logo dengan sangat mudah. Penggunaan warna masih didominasi warna jingga karena untuk menekankan kesan 'hangat' itu sendiri, selain itu juga memunculkan kesan 'fun' mengingat target nya adalah keluarga. Berdasarkan riset yang telah dilakukan target lebih menyukai segala sesuatu yang terkesan sederhana dan mudah, baik mudah dikenali maupun diingat. Oleh karena itu logo tumpuk tengah mengambil visualisasi peralatan makanan yang berada dalam satu tumpukan dan menggunakan font Beachday karena font tersebut mudah dibaca, namun tetap memiliki kesan 'fun' itu sendiri.



#### 4.3.2 Konsep Desain

Pada perancangan ini desain yang dibuat tidak jauh dari teori-teori yang sudah ada, penggunaan warna jingga masih mendominasi, untuk mengangkat kesan kehangatan keluarga. Peletakan objek lain seperti foto, logo, ilustrasi lain yang dibutuhkan, juga beberapa tulisan memperhatikan keestetikaan objek apa yang dibuat. Tentu saja penataan antara satu objek dengan objek lainnya berbeda, seperti *baliho*, *one vision sticker* dan objek lainnya. Selain menggunakan teori warna perancangan ini juga menerapkan teori tipografi, dimana membutuhkan beberapa jenis font baik dekoratif, serif, maupun san serif. Salah satu font yang digunakan dan mendominasi karya ini adalah font Lobster 1.3 (dekoratif), font Downtown Elegance (serif), font Beachday (dekoratif), dan juga font Blogger Sans (san serif).

A	B	C	D	E	F	G	H	I
<i>A</i>	<i>B</i>	<i>C</i>	<i>D</i>	<i>E</i>	<i>F</i>	<i>G</i>	<i>H</i>	<i>I</i>
J	K	L	M	N	O	P	Q	R
<i>J</i>	<i>K</i>	<i>L</i>	<i>M</i>	<i>N</i>	<i>O</i>	<i>P</i>	<i>Q</i>	<i>R</i>
S	T	U	V	W	X	Y	Z	
<i>S</i>	<i>T</i>	<i>U</i>	<i>V</i>	<i>W</i>	<i>X</i>	<i>Y</i>	<i>Z</i>	

a	b	c	d	e	f	g	h	i
<i>a</i>	<i>b</i>	<i>c</i>	<i>d</i>	<i>e</i>	<i>f</i>	<i>g</i>	<i>h</i>	<i>i</i>
j	k	l	m	n	o	p	q	r
<i>j</i>	<i>k</i>	<i>l</i>	<i>m</i>	<i>n</i>	<i>o</i>	<i>p</i>	<i>q</i>	<i>r</i>
s	t	u	v	w	x	y	z	
<i>s</i>	<i>t</i>	<i>u</i>	<i>v</i>	<i>w</i>	<i>x</i>	<i>y</i>	<i>z</i>	

0	1	2	3	4	5	6	7	8
<i>0</i>	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	<i>8</i>
9								
<i>9</i>								

.	,	;	:	@	#	'	!	"
<i>.</i>	<i>,</i>	<i>;</i>	<i>:</i>	<i>@</i>	<i>#</i>	<i>'</i>	<i>!</i>	<i>"</i>
/	?	<	>	%	&	*	(	)
<i>/</i>	<i>?</i>	<i>&lt;</i>	<i>&gt;</i>	<i>%</i>	<i>&amp;</i>	<i>*</i>	<i>(</i>	<i>)</i>
\$								
<i>\$</i>								

Gambar 4.3 Font Lobster 1.3

( Sumber : [http://font2s.com/fonts/52667/lobster\\_1.3.html#.XtjnFTozblU](http://font2s.com/fonts/52667/lobster_1.3.html#.XtjnFTozblU) )

!	"	#	\$	%	&	'	(	)	
<i>!</i>	<i>"</i>	<i>#</i>	<i>\$</i>	<i>%</i>	<i>&amp;</i>	<i>'</i>	<i>(</i>	<i>)</i>	
*	+	,	-	.	/	0	1	2	3
<i>*</i>	<i>+</i>	<i>,</i>	<i>-</i>	<i>.</i>	<i>/</i>	<i>0</i>	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
4	5	6	7	8	9	:	;	<	=
<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	<i>8</i>	<i>9</i>	<i>:</i>	<i>;</i>	<i>&lt;</i>	<i>=</i>
>	?	@	A	B	C	D	E	F	G
<i>&gt;</i>	<i>?</i>	<i>@</i>	<i>A</i>	<i>B</i>	<i>C</i>	<i>D</i>	<i>E</i>	<i>F</i>	<i>G</i>
H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q
<i>H</i>	<i>I</i>	<i>J</i>	<i>K</i>	<i>L</i>	<i>M</i>	<i>N</i>	<i>O</i>	<i>P</i>	<i>Q</i>
R	S	T	U	V	W	X	Y	Z	^
<i>R</i>	<i>S</i>	<i>T</i>	<i>U</i>	<i>V</i>	<i>W</i>	<i>X</i>	<i>Y</i>	<i>Z</i>	<i>^</i>
_	`	A	B	C	D	E	F	G	H
<i>_</i>	<i>`</i>	<i>A</i>	<i>B</i>	<i>C</i>	<i>D</i>	<i>E</i>	<i>F</i>	<i>G</i>	<i>H</i>
I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R
<i>I</i>	<i>J</i>	<i>K</i>	<i>L</i>	<i>M</i>	<i>N</i>	<i>O</i>	<i>P</i>	<i>Q</i>	<i>R</i>
S	T	U	V	W	X	Y	Z		
<i>S</i>	<i>T</i>	<i>U</i>	<i>V</i>	<i>W</i>	<i>X</i>	<i>Y</i>	<i>Z</i>		

Gambar 4.4 Font Beachday

( Sumber : <https://fonts2u.com/beachday.font> )

! " # \$ % & ' ( )  
 \* + , - . / 0 1 2 3  
 4 5 6 7 8 9 : ; < =  
 > ? @ 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  
 z { | } ~

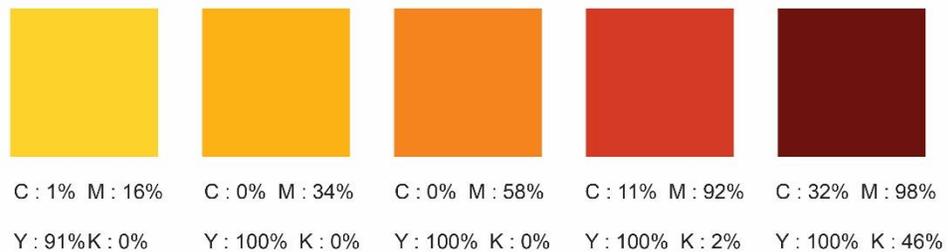
Gambar 4.5 Font Blogger Sans

( Sumber : <https://www.dafontfree.net/freefonts-blogger-sans-f77891.htm> )

J 74 0x4A	K 75 0x4B	L 76 0x4C	M 77 0x4D	N 78 0x4E	O 79 0x4F	P 80 0x50	Q 81 0x51
R 82 0x52	S 83 0x53	T 84 0x54	U 85 0x55	V 86 0x56	W 87 0x57	X 88 0x58	Y 89 0x59
Z 90 0x5A	{ 91 0x5B	\ 92 0x5C	} 93 0x5D	^ 94 0x5E	_ 95 0x5F	` 96 0x60	a 97 0x61
b 98 0x62	c 99 0x63	d 100 0x64	e 101 0x65	f 102 0x66	g 103 0x67	h 104 0x68	i 105 0x69
j 106 0x6A	k 107 0x6B	l 108 0x6C	m 109 0x6D	n 110 0x6E	o 111 0x6F	p 112 0x70	q 113 0x71
r 114 0x72	s 115 0x73	t 116 0x74					

Gambar 4.6 Font Downtown Elegance

( Sumber : <https://www.dafontfree.net/freefonts-downtown-elegance-f11712.htm> )



Gambar 4.7 Rona Warna Jingga yang Digunakan

( Sumber : Dokumentasi Pribadi )

### 4.3.3 Konsep Eksibisi

Pada perancangan eksibisi ini akan berbentuk food bazar dimana para target dapat melakukan dan mempelajari apa itu tumpuk tengah pada area food bazar itu sendiri. Pelaksanaan food bazar ini sendiri akan diadakan pada lobby Paragon Mall kota Semarang, karena memiliki target yang mayoritas berdomisili di kota Semarang dengan SES A-B. Paragon Mall dipilih sebagai tempat pelaksanaan karena dirasa cocok dengan keluarga ber SES A-B karena tempatnya yang nyaman dan indoor serta memiliki pendingin ruangan menjadikan mall ini banyak dikunjungi keluarga yang tinggal di kota Semarang. Food bazar ini akan dilakukan dalam kurun waktu tujuh hari saja, seperti food bazar yang pada umumnya sudah biasa diadakan di kota Semarang. Dalam kegiatan perancangan eksibisi ini penulis memperhatikan beberapa hal diantaranya :

1. Media Promosi dalam Bentuk Baliho, One Vision Sticker, dan Akun Instagram

Ketiga media ini dirancang dengan tujuan untuk mempromosikan kegiatan food bazar yang akan dipadu padankan dengan kegiatan tumpuk tengah sebelum hari H pelaksanaan kegiatan. Hal ini dilakukan dengan harapan akan ada banyak orang yang mengetahui bahwa akan ada kegiatan food bazar di lobby Mall Paragon kota Semarang, dan menarik minat mereka untuk mengunjungi acara ini. Semakin banyak orang yang datang pada acara food bazar ini, tentu saja akan semakin banyak juga orang yang mengetahui apa itu gerakan tumpuk tengah.

Promosi menggunakan baliho dapat dilakukan dengan cara memasang baliho di sudut-sudut kota yang menjadi titik strategis kota Semarang. Pemasangan baliho akan mempertimbangkan letaknya sehingga dapat terlihat oleh target. Pemasangan baliho akan dilakukan pada beberapa titik yang ada di kota Semarang, diantaranya : perempatan jalan Gajahmada dan Pemuda (sebrang Ace Hardware Gajahmada – perempatan petek) dikarenakan dekat dengan lokasi diadakannya bazar yaitu di Mall Paragon, juga dapat menginformasi target sasaran yang tinggal di daerah Semarang Timur (Telogosari – Pedurungan) , dan Utara (Tanah Mas – Brotojoyo – Hasanudin). Lalu titik kedua akan berada di perempatan jalan Pahlawan, titik ini dipilih untuk menjangkau masyarakat yang tinggal di daerah Gajahmungkur dan sekitarnya, mengingat disana banyak target menengah keatas. Titik ketiga akan dipasang pada Kalibanteng Kulon mengingat banyak juga masyarakat kota Semarang dengan SES A-B yang tinggal di daerah Semarang Barat (Semarang Indah – Puri – Puri Eksekutif – Graha Padma – Abdul Rahman Saleh). Baliho ini berukuran 4 x 6 m, dengan tampak satu sisi.

Sticker one vision akan diletakkan pada kaca bagian belakang kendaraan umum seperti angkot maupun BRT sebanyak 100pcs. Diharapkan dengan adanya banyak kendaraan umum yang berlalu lalang mampu membantu proses promosi acara ini, dikarenakan kebanyakan dari keluarga dengan SES AB di kota Semarang sering sekali berpergian entah mengantarkan anak sekolah atau pergi kerja dan keperluan harian lainnya.

Promosi dengan menggunakan akun Instagram bisa dilakukan dengan cara memasang paid promote pada akun-akun kuliner yang memiliki konten makanan khas Semarang yang mayoritas follower nya adalah orang Semarang. Selain melalui pai promote promosi bisa dilakukan dengan cara memasang iklan sponsor pada Instagram, dengan cara menentukan target audience pada kuisioner pemasangan iklan yang telah disediakan oleh Instagram, lalu Instagram sendiri yang akan menyebar luaskan iklan yang telah dibuat.

## 2. Gate dan Alur Jalan Pengunjung

Gate dalam pameran ini merupakan salah satu hal yang penting, karena dari gate ini kita mampu mengatur alur masuk dan keluarnya pengunjung. Pada pameran ini gate akan diletakkan menghadap pintu masuk utama lobby Mall Paragon di antara store J.co dan Starbucks, hal ini dilakukan untuk menarik perhatian pengunjung yang datang ke mall tersebut, sehingga memiliki minat untuk mengunjungi pameran yang sedang diadakan. Alur jalan pengunjung dimulai dari gate, dan mengitari aneka booth makanan yang ada hingga area makan, kemudian keluar melalui gate yang sama pembagian alur masuk dan keluar dapat dilakukan pada gate yang sama karena gate cukup lebar.

## 3. Sign “2 Cara Melakukan Tumpuk Tengah”

Sign ini adalah salah satu media yang menunjukkan kepada para pengunjung tentang bagaimana caranya melakukan gerakan tumpuk tengah. Sign akan berisi ilustrasi dua jenis cara menumpuk peralatan makan, sehingga pengunjung bisa menggunakan cara menumpuk peralatan makan sesuai dengan kebutuhan mereka. Cara menumpuk peralatan makan dibagi menjadi dua yaitu ketika peralatan makan yang digunakan sedikit dan banyak, sehingga harus menumpuk peralatan makan menjadi beberapa tumpukan makan di tengah dan satu tumpukan di tengah.

Sign pada area pameran akan diletakkan di sudut-sudut area bazar sehingga tidak mengganggu area jalan pengunjung dan menutupi booth yang ada. Peletakan sign akan sangat diperhatikan sehingga meskipun terletak di sudut namun akan tetap terlihat oleh pengunjung. Peletakan sign cara melakukan tumpuk tengah selain pada area bazar juga akan diletakkan pada area makan, sehingga mampu menjadi petunjuk bagi pengunjung yang sudah selesai makan.

## 4. Minni X-Banner dalam Masing-masing Booth

Minni X-Banner akan diletakkan pada masing-masing booth dan bersifat wajib bagi booth peserta bazar. Hal ini dilakukan untuk memperkecil kemungkinan pengunjung tidak mengetahui akan adanya gerakan tumpuk tengah ini. X-banner akan berisi sedikit penjelasan mengenai apa itu gerakan

tumpuk tengah, dan adanya keuntungan jika melakukan tumpuk tengah pada area bazar ini, yaitu sebagai apresiasi karena sudah melakukan tumpuk tengah maka pengunjung akan mendapatkan voucher yang dapat digunakan pada area bazar dengan nominal tertentu.

5. Sign Reminder untuk Melakukan Tumpuk Tengah

Sign ini berfungsi untuk mengingatkan pengunjung untuk melakukan tumpuk tengah setelah selesai makan. Sign ini akan diletakkan pada setiap meja pada area makan pengunjung. Sign akan berbentuk papan kecil dengan tongkat dibawahnya supaya lebih tinggi daripada permukaan meja, bentuknya akan menyerupai nomor meja pada umumnya. Sign ini akan diletakkan tepat berada di tengah meja dan akan bertuliskan “tumpuk disini” dengan tujuan menunjukkan kepada pengunjung titik tumpuk tengah pada meja.

6. Gift berupa Voucher

Voucher pada area bazar ini akan diberikan pada pengunjung yang telah melakukan tumpuk di tengah dan serangkaian syarat untuk mendapatkan voucher ini. Voucher pada area bazar ini berfungsi sebagai hadiah tanda apresiasi pengunjung telah bersedia melakukan kegiatan tumpuk tengah. Selain itu pengunjung juga harus *upload* foto bahwa mereka telah melakukan tumpuk tengah pada Instagram, dengan tujuan untuk menyebarkan gerakan ini dan acara *food bazar* yang ada. Pemberitahuan adanya pembagian voucher ini juga akan dicantumkan pada mini x-banner yang ada pada masing-masing booth makanan peserta bazar.

7. Merchandise

Merchandise akan dijual pada salah satu booth pada area bazar. Merchandise disini berfungsi sebagai kenang-kenangan yang dapat dibeli oleh para pengunjung. Merchandise juga dapat berfungsi sebagai pengingat untuk tetap melakukan tumpuk tengah. Merchandise yang dijual ini berbentuk peralatan makan yang pada umumnya akan ditumpuk setelah makan seperti piring, gelas, dan nampan.