

BAB III

STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

3.1. Strategi Perancangan

3.1.1. Khalayak Sasaran

Pada perancangan fotografi produk ini melalui media foto produk pada UMKM Peyek Kriuk Mak Koles untuk meningkatkan kualitas foto, menambah daya tarik konsumen, dan meningkatkan nilai jual terhadap produk makanan Peyek Mak Koles. Unsur-unsur khalayak sasaran yaitu sebagai berikut:

3.1.1.1 Demografis

Jenis kelamin : laki- laki dan perempuan
Usia : 10-55 tahun
Pendidikan : Segala tingkatan Pendidikan
Status Ekonomi : Kalangan bawah, Menengah, Atas.

3.1.1.2 Geografis

Secara geografis sasaran dari UMKM Peyek Kriuk Mak Koles ini adalah seluruh masyarakat kota Bandar Lampung.

3.1.1.3 Psikografis

Psikografis target pasar produk ini adalah masyarakat yang sedang ingin memakan cemilan yang gurih dan enak di setiap kondisi apapun.

3.1.1.4 Consumer Journey

Consumer Journey dari perancangan fotografi produk memiliki media foto merupakan dari target konsumen yang melihat foto produk dari UMKM ini sehingga dapat membuat calon konsumen merasa tertarik dan bisa merasakan kenikmatan dari sebuah foto produk dan ingin membelinya.

3.1.1.5 Consumer Insight

Merupakan teori untuk mengetahui serta memahami keinginan dari target pasar. Sehingga dapat membentuk komunikasi dan interaksi dengan baik.

3.1.2 Tujuan Komunikasi

Tujuan perancangan fotografi produk pada UMKM Peyek Kriuk Mak Koles ini untuk memperkuat media promosi dan memiliki foto produk yang baik menarik dan bisa menyampaikan informasi terkait proyek tersebut. Sehingga dapat bersaing dengan produk proyek lainnya dan dapat di diingat dengan mudah oleh konsumen.

3.1.3 Pendekatan Komunikasi

Pendekatan komunikasi adalah salah satu metode komunikasi yang disampaikan sesuai dengan apa yang ingin dituju dan memakai metode pendekatan verbal dan pendekatan visual.

3.1.3.1 Pendekatan Verbal

Pendekatan verbal target pasar yang ditujukan oleh masyarakat Indonesia sehingga penulis menggunakan bahasa Indonesia sebagai pendekatan melalui verbal. Penggunaan bahasa Indonesia masyarakat atau calon konsumen dengan mudah mengerti apa yang disampaikan melalui media yang dipilih.

3.1.3.2 Pendekatan Visual

Pendekatan visual pendekatan komunikasi menggunakan pendekatan visual dengan menggunakan tampilan foto produk yang sederhana dan menarik tetapi dapat menyampaikan informasi dan menjadi daya tarik konsumen yang melihat foto produk tersebut dan dapat dengan mudah dipahami informasi yang terkandung di dalam foto produk tersebut. Sehingga konsumen atau masyarakat dapat merasakan kenikmatan yang terdapat di foto tersebut.

3.1.4 Strategi Kreatif

Strategi kreatif adalah langkah dan perencanaan yang dilakukan untuk mencapai suatu tujuan yang sudah ditunjukkan tujuan strategi kreatif pada penelitian ini untuk menciptakan sebuah perancangan fotografi produk dalam meningkatkan nilai jual pada UMKM Peyek Kriuk Mak Koles.

3.1.4.1 Isi Pesan (*What To Say*)

Dalam rancangan fotografi produk ini untuk memberikan kontribusi pada UMKM dan untuk membuat fotografi produk

supaya menambah nilai jual dari produk tersebut, dan dapat bersaing dengan UMKM yang sama di luaran sana dengan menggunakan media promosi foto produk yang menarik dan dapat menambah nilai jual UMKM Peyek Kriuk Mak Koles.

3.1.4.2 Bentuk Pesan (*How To Say*)

Bentuk Pesan yang disampaikan dalam perancangan fotografi produk ini yaitu untuk dapat bersaing dan mengikuti zaman pada saat ini di dunia usaha, dan dapat menjadi daya tarik konsumen, Memikat, dan menambah nilai jual terhadap produk UMKM peyek kriuk Mak Koles.

3.1.5. Strategi Media

3.1.5.1 Media Utama

Media Utama pada perancangan ini adalah foto produk mengenai UMKM Peyek Kriuk Mak Koles. Hal ini dilakukan karena foto produk menjadi tolak ukur untuk calon konsumen membeli suatu produk melalui media visual sehingga penulis membuat foto produk yang menarik, informatif, mudah dipahami, dan dapat menambah nilai jual.

3.1.5.2 Media Pendukung

Media pendukung media pendukung yang akan digunakan untuk menunjang media utama menyampaikan informasi secara efektif adalah sebagai berikut:

1. Poster

Poster yang dibuat berisi gambaran poin-poin tentang keunggulan dari UMKM Peyek kriuk Mak Koles.



Gambar 3. 1 Contoh Desain Poster

Sumber : *id pinteres.com*

2. X-Banner

X-Banner yang dibuat berisi tentang nama UMKM, foto produk serta dilengkapi dengan kontak nomor Untuk pemesanan. Dengan ukuran.



Gambar 3. 2 Contoh X-Banner

Sumber : *id pinteres.com*

3. Buku Menu

Buku menu yang dibuat berisi tentang aneka varian rasa yang ada pada UMKM Peyek Kriuk Mak Koles.



Gambar 3. 3. Contoh Buku Menu

Sumber : *id pinteres.com*

4. Kartu Nama

Kartu Nama ini dibuat untuk memberikan kontak kita pada saat pertama bertemu dengan seseorang.



Gambar 3. 4 Contoh Kartu Nama

Sumber : *id pinteres.com*

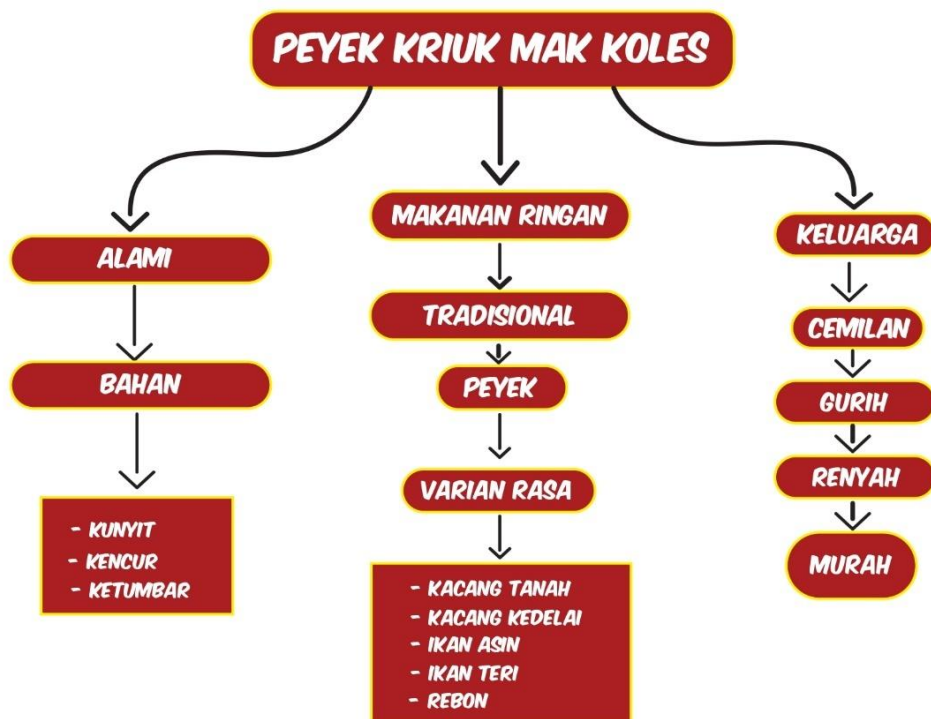
3.1.6 Strategi Distribusi

Strategi distribusi Pada perancangan fotografi produk ini menggunakan media utama dan media pendukung untuk mempromosikan atau memperkenalkan produk UMKM Peyek Kriuk Mak Koles supaya menambah nilai jual dan daya tarik konsumen terhadap produk yang di tawarkan.

3.2. Konsep Visual

3.2.1 Mindmapping

Merupakan sebuah Teknik penyusunan metode perancangan dengan cara memetakan informasi, ide yang dapat berkaitan dengan objek perancangan. Proses ini dapat mempermudah mencari kata kunci atau ide yang telah di dapatkan dan perancangan foto produk UMKM Peyek Kriuk Mak Koles ini dapat dibuat sesuai dengan ide/konsep yang telah di rancang.

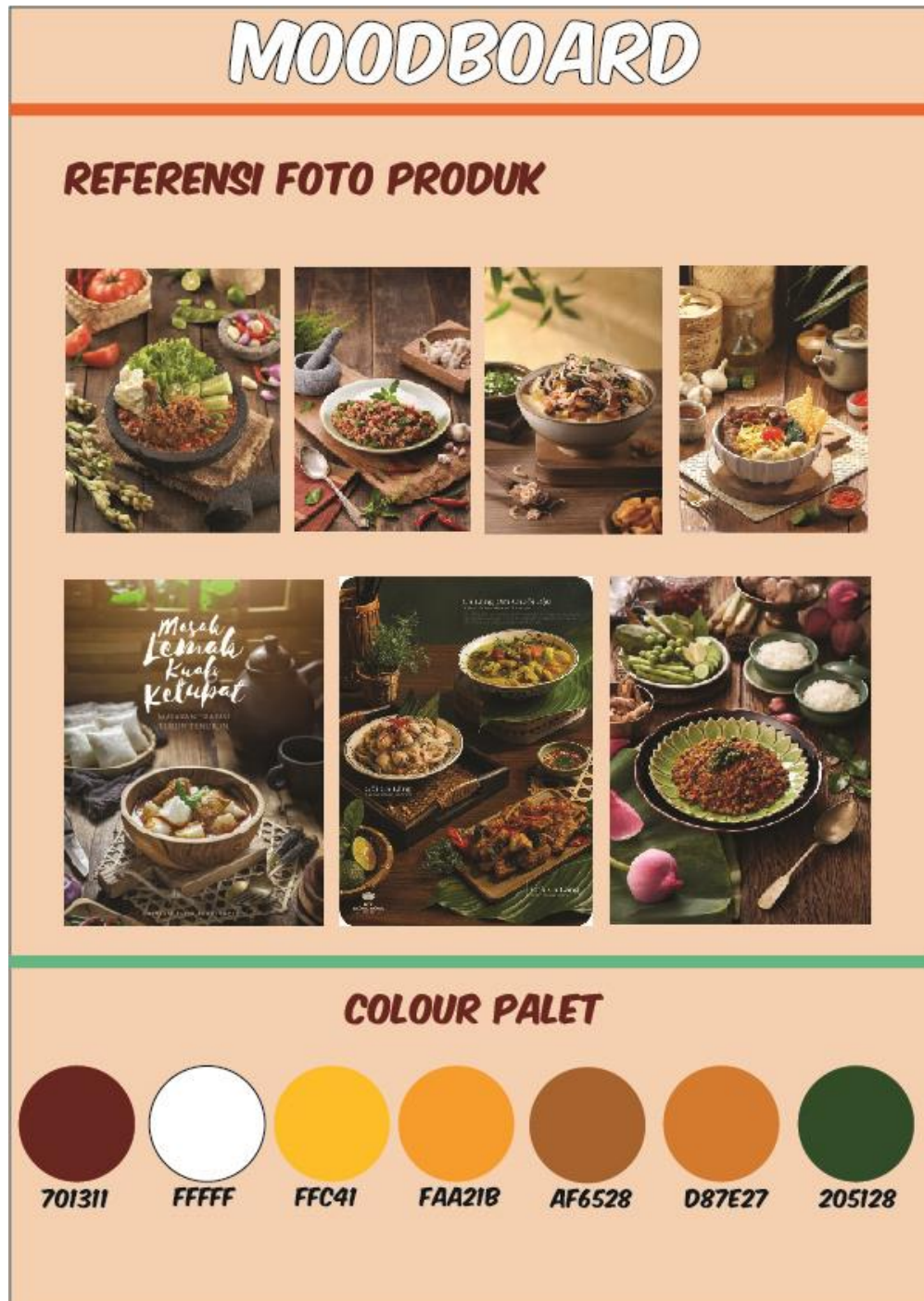


Gambar 3. 5 Mindmapping

Sumber : Penulis

3.2.2. Moodboard

Merupakan sebagai alat bantu dalam mengumpulkan referensi sebagai acuan dalam menciptakan perancangan foto produk.



Gambar 3. 6 Moodboard

Sumber : Penulis

3.2.3. Format Desain

Merupakan format bentuk yang berasal dari perancangan desain yang diinginkan. Format desain yang digunakan oleh perancangan foto produk UMKM Peyek Kriuk Mak Koles ini menggunakan format JPEG.

3.2.4. Tata Letak

Merupakan komposisi *layout*/tataletak elemen-elemen pada suatu perancangan foto produk untuk mendukung konsep yang telah dirancang.

3.2.5. Tipografi

Tipografi yang akan digunakan yakni Sans Serif, karena dapat membuat teks lebih mudah dibaca dan dipahami, Komika Axis digunakan untuk mempertegas judul pada foto produk, Coffe Fills dan Coffe Spark, digunakan untuk menjelaskan mengenai bahan pokok yang digunakan oleh produk Peyek Kriuk Mak Koles ini. 4 font ini juga digunakan didalam penguplikasian media pendukung seeprtti, X-Banner, Buku Menu, Poster, Kartu Nama.

KOMIKA AXIS
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789

Coffee Fills
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Coffee Spark
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Sans Serif
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Gambar 3. 7 Jenis Huruf

Sumber : Penulis

3.2.6. Gambar

Gambar adalah suatu elemen visual yang di rancang untuk memberikan informasi suatu produk. Gambar sangat penting pada perancangan ini yang dapat membantu pemasaran atau promosi usaha UMKM Peyek Kriuk Mak Koles.



Gambar 3. 8 Contoh Foto Produk

Sumber : *id pinteres.com*

3.2.7. Warna

Warna adalah salah satu media yang sangat penting dan mampu menarik perhatian calon konsumen untuk mengunjungi dan membeli produk dari UMKM Peyek Kriuk Mak Koles. Pemilihan warna pada konsep perancangan ini adalah warna warna yang dapat mendeskripsikan elemen-elemen yang terdapat didalam penguplikasian foto produk dan digunakan untuk pembuatan media pendukung.



Gambar 3. 9 Palet Warna

Sumber : Penulis