

## BAB III

### Metode Perancangan

#### 3.1 Strategi Perancangan

Dalam buku *Graphic Design Solutions* karya Robin Landa, tertulis strategi perancangan untuk pembuatan suatu karya desain, yang disebut dengan *The Design Process*. Proses ini terdiri dari lima tahapan, yaitu tahap 1 *Orientation* (Orientasi), tahap 2 *Analysis* (Analisa), tahap 3 *Conception* (Penentuan Konsep), tahap 4 *Design* (Desain), dan tahap 5 *Implementation* (Implementasi). Setelah kelima tahapan tersebut selesai, terdapat *debriefing*, yaitu bagian untuk mengulas kembali hasil akhir yang telah dibuat. Berikut ini akan membahas kelima tahapan tersebut secara lebih terperinci.

##### 1. *Orientation* (Orientasi)

Tahap ini merupakan tahapan paling awal dimana desainer mempelajari proyek yang harus dilakukan, seperti masalah desain grafisnya, serta informasi-informasi seputar ranah proyek tersebut. Terdapat beberapa pertanyaan penting yang perlu diketahui pada tahap ini, yaitu;

- a. Apa saja sifat atau ketentuan untuk proyek ini? Apakah ini merupakan proyek individu, atau bagian dari sesuatu yang lebih luas?
- b. Apa saja yang dibutuhkan proyek ini? Apakah peranan yang dimiliki dalam skema yang lebih luas?
- c. Siapakah audiens untuk proyek ini?
- d. Bagaimana agar proyek ini dapat relevan dengan audiens yang dimiliki?

- e. Apakah penggunaan solusi yang serupa sudah pernah ada?
- f. Apakah perencanaan untuk penggunaan media, anggaran, tenggat waktu, dan parameter lainnya?

Selain enam pertanyaan tersebut, terdapat lima pertanyaan tambahan untuk proyek yang berupa desain editorial.

- a. Apakah proyek ini merupakan suatu terbitan baru, atau terbitan yang sudah pernah ada? Apakah ini merupakan publikasi pelengkap?
- b. Apakah fungsi yang dimiliki proyek ini?
- c. Apakah konteks yang dimiliki? Dimana, kapan, dan bagaimana publikasi ini akan dilihat, dan media serta *platform* apa yang akan digunakan?
- d. Apakah subjek dari konten editorial ini? Siapakah penulis serta editornya?
- e. Apa sajakah batasan-batasan yang ada untuk para audiens (penglihatan, bahasa, tingkat membaca)?

Melalui pertanyaan-pertanyaan tersebut, dapat dilihat betapa pentingnya untuk mempelajari ranah dari proyek tersebut beserta audiens untuk proyek yang hendak dikerjakan. Untuk dapat memecahkan masalah-masalah komunikasi visual, sangat penting bagi desainer untuk menyelesaikan tahap ini.

## 2. *Analysis* (Analisa)

Tahap ini merupakan tahapan dimana seorang desainer melihat kembali, menilai, menemukan, dan merencanakan. Desainer harus melihat kembali serta menganalisa seluruh informasi yang telah dikumpulkan, dalam upaya untuk dapat lebih lagi memahami, menilai, dan membuat suatu perencanaan bagi pengerjaan proyek

tersebut kedepannya. Saat menganalisa informasi yang telah diperoleh, desainer harus melihat kembali setiap *detail* kecil yang menjadi permasalahannya, mendefinisikan setiap elemen yang digunakan secara singkat dan akurat, mengorganisir informasi yang telah diperoleh menjadi beberapa bagian agar dapat dianalisa dengan lebih mudah, serta membuat kesimpulan berdasarkan analisa yang telah dibuat untuk dapat berlanjut ke tahap pengerjaan selanjutnya.

Pembuatan *design brief* juga dilakukan pada tahap ini. *Design brief* adalah perencanaan yang strategis mengenai garis besar dan strategi secara tertulis, untuk proyek yang akan dibuat. *Design brief* dibuat berdasarkan kesepakatan antara klien dengan desainer yang membuat proyek tersebut. *Design brief* disebut juga *brief*, *creative brief*, dan atau *creative work plan*. Selain secara tertulis, terdapat *visual brief collage board*, yaitu suatu cara untuk menentukan strategi dengan cara visualisasi. *Visual brief collage board* pada umumnya digunakan untuk mencari palet warna, penggunaan ilustrasi (penggambaran), *style* fotografi, dan pendekatan grafis lainnya.

### 3. **Conception** (Penentuan Konsep)

Pembuatan konsep dasar yang kuat akan sangat mempermudah suatu pengerjaan proyek desain kedepannya. Pada umumnya, tahap pembuatan konsep dasar ini merupakan bagian yang paling menantang bagi seorang desainer. Mengatur elemen grafis hingga menjadi suatu karya yang indah tidaklah cukup. Suatu karya yang dibuat haruslah dapat menunjukkan suatu ekspresi dan menyampaikan pesan dengan jelas dan efektif kepada audiens. Maka dapat dikatakan bahwa dalam merumuskan suatu konsep membutuhkan analisa, interpretasi, inferensi, serta pemikiran yang reflektif. Konsep

dasar inilah yang akan menjadi pemandu bagi desainer untuk mengeksekusi semua *brief* yang telah dibuat kedepannya.

#### 4. **Design** (Desain)

Pada tahap ini, desainer memvisualisasikan konsep-konsep dasar yang telah dirancang. Tahap ini dimulai dengan pembuatan sketsa *thumbnail*, yaitu sketsa ide-ide awal dengan cepat, ukuran yang cenderung kecil, dan bebas tanpa penyaringan apapun. Pembuatan sketsa ini akan membantu desainer untuk dapat bereksplorasi, berpikir secara visual, dan menemukan kemungkinan-kemungkinan yang dapat digunakan untuk proyek yang sedang/akan dibuat. Setelah pembuatan sketsa *thumbnail*, desainer membuat sketsa kasar, yaitu sketsa *thumbnail* yang telah diperjelas. Kegunaan dari sketsa kasar ini adalah untuk menyempurnakan beberapa ide yang telah dimiliki. Pembuatan sketsa kasar harus pada ukuran hasil akhir yang telah direncanakan. Bila konsep desain yang telah dirancang tidak sesuai dengan sketsa kasar ini, seorang desainer harus membuat kembali sketsa *thumbnail* lainnya, dalam upaya mencari solusi lain yang lebih sesuai.

Setelah sketsa kasar, seorang desainer membuat gambaran komprehensif atau disebut yang juga *comp*, yaitu representasi dari konsep desain yang divisualisasikan dan disusun dengan cermat secara terperinci. Gambaran ini (*comp*) pada umumnya berwujud cetak (*printed*) atau karya yang sudah jadi, tetapi belum diproduksi. Sebutan untuk *comp* yang berwujud tiga dimensi adalah *mock-up* atau *dummy*. Pada tahap ini desainer harus menunjukkan *comp* tersebut kepada klien, dalam upaya untuk mendapat persetujuan agar dapat berlanjut ke tahapan selanjutnya. Namun, Pada umumnya, pada

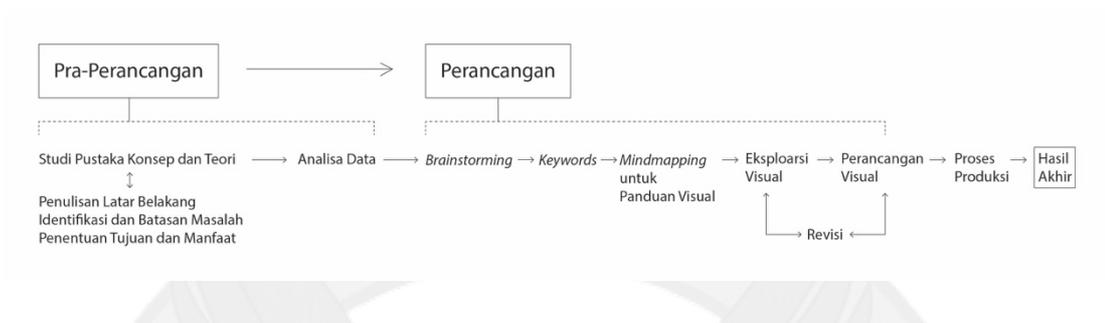
tahap ini klien akan meminta revisi/perbaikan sehingga desainer harus membuat perbaikan hingga memperoleh persetujuan dari pihak klien.

#### 5. **Implementation** (Implementasi)

Pada tahap ini desainer menerapkan, hasil akhir dari desain proyek yang telah dibuat ke dalam media akhir yang akan digunakan sesuai perancangan konsep dasar yang telah ditentukan sebelumnya. Hasil akhir yang dibuat haruslah rapih, bersih, akurat, fungsional, dan *ecologically mindful* (ramah lingkungan). Pada tahap ini desainer juga melakukan presentasi mengenai hasil akhir yang telah dibuat. Hasil akhir dari proyek ini dipresentasikan kepada klien, dan atau untuk ditunjukkan pada portfolio desainer tersebut. Presentasi ini sangatlah penting karena dapat meningkatkan peluang desainer untuk dapat lebih lagi bekerja sama dengan klien.

Setelah kelima tahapan tersebut selesai, desainer dan klien akan melakukan tanya jawab (*debriefing*) mengenai hasil akhir dari proyek yang akan dibuat. Pada tanya jawab ini akan diulas solusi yang digunakan dan dampak-dampaknya. Membahas kembali proyek yang telah selesai akan membantu untuk menentukan solusi mana yang benar-benar berhasil dan mana yang kurang berhasil. (Landa, 2013, p. 73-89)

Berikut ini merupakan strategi perancangan untuk pembuatan alternatif buku *Dapur Indonesia* oleh Yasa Boga.



Gambar 3.1 Bagan Tahapan Perancangan  
(Sumber: *Dokumentasi Pribadi*)

Proses pengerjaan perancangan alternatif buku *Dapur Indonesia* oleh Yasa Boga akan dibagi menjadi dua tahapan, yaitu tahap pra-perancangan dan tahap perancangan.

Tahap 'pra-perancangan' dimulai dengan studi pustaka mengenai konsep-konsep dan teori-teori desain yang hendak digunakan serta topik yang hendak diangkat, atau dalam strategi perancangan Robin Landa disebut tahap *Orientation*. Studi ini dilakukan dengan meninjau dari beragam sumber seperti artikel pada *website* hingga buku-buku mengenai teori-teori desain itu sendiri. Konsep dan teori yang dikaji meliputi prinsip dasar desain hingga penggunaan elemen-elemen desain. Topik yang diangkat adalah mengenai upaya untuk melestarikan budaya kuliner Indonesia yang disajikan dalam bentuk buku resep masakan Indonesia. Pada tahap inilah penulisan Latar Belakang Masalah dimulai. Dalam latar belakang masalah telah dibahas sejarah

budaya kuliner Indonesia secara singkat, serta membahas buku resep masakan sebagai salah satu untuk melestarikan budaya kuliner Indonesia. Bagian ini juga membahas bagaimana buku resep yang baik dan benar. Setelah mengelaborasi latar belakang masalah, dilanjutkan dengan penulisan identifikasi masalah, yaitu menulis kembali secara singkat masalah-masalah utama yang telah dibahas dalam latar belakang masalah. Penetapan tujuan dan manfaat penulisan dituliskan setelah batasan masalah.

Tahapan selanjutnya adalah menganalisa konten dari buku *Dapur Indonesia* oleh Yasa Boga serta seluruh konsep dan teori yang telah didapat. Bila disesuaikan dengan strategi perancangan Robin Landa, tahap ini disebut tahap *Analysis*. Setelah menganalisa informasi-informasi yang telah diperoleh, akan dilakukan *brainstorming* untuk memperoleh *keywords* yang akan menjadi panduan utama dalam proses perancangan visual selanjutnya. Bagian ini telah memasuki tahapan ‘perancangan’. Kata kunci haruslah sejalan dengan seluruh informasi yang telah dianalisa pada tahapan sebelumnya. Bila telah memperoleh *keywords* atau kata kunci yang tepat, penulis akan membuat *mindmap* untuk memperjelas panduan visual yang hendak dibuat kedepannya. Selain *mindmapping*, penulis juga akan membuat sketsa serta bereksplorasi tentang desain yang hendak diterapkan pada alternatif buku *Dapur Indonesia*. Hal-hal yang harus ditentukan meliputi tata letak dan komposisi, pemilihan *typeface*, pemilihan warna, penggunaan ilustrasi, dan sebagainya. Tahap penentuan konsep dasar ini merupakan tahap *Conception* pada strategi perancangan Robin Landa. Harus dipastikan bahwa semua penentuan ini didasari prinsip-prinsip desain yang telah dipelajari sebelumnya, agar pesan yang hendak disampaikan dapat diterima audiens

dengan jelas dan efektif. Bila semua hal tersebut telah ditentukan, maka penulis akan berlanjut ke tahapan selanjutnya, yaitu tahap perancangan visual buku.

Dalam proses perancangan visual ini penulis mengeksekusikan semua yang telah ditentukan (tahap *Design* menurut strategi Robin Landa), dan pastinya dengan beberapa perubahan dan penyesuaian (revisi). Pada tahap ini, saat ada revisi akan kembali ke tahap eksplorasi desain untuk mencari solusi yang lebih sesuai dan kembali ke tahap eksekusi perancangan visual. Bila proses perancangan visual telah lengkap dan sesuai dengan tujuan penulis, proses perancangan ini akan berlanjut ke proses produksi, dimana dilakukan penentuan materi serta *finishing* untuk buku yang hendak diproduksi (tahap *Implementation* menurut strategi Robin Landa). Penentuan ini harus didasari konsep serta fungsi dari buku ini sendiri. Bila materi serta *finishing* yang dipilih telah sesuai dengan konsep serta fungsi buku, penulis akan memasuki tahap produksi. Setelah tahap produksi selesai, hasil akhirnya adalah alternatif buku *Dapur Indonesia* ini.

### **3.2 Waktu dan Tempat Perancangan**

Perancangan alternatif dari buku *Dapur Indonesia* oleh Yasa Boga dibagi menjadi tiga tahapan yaitu; pra-perancangan, perancangan, serta pasca-perancangan. Tahap pra-perancangan yang telah dilakukan sejak awal bulan September 2020 terdiri dari penulisan latar belakang masalah serta identifikasi dan rumusan masalah. Setelah menentukan hal-hal tersebut dilanjutkan dengan penentuan tujuan dan manfaat dari pembuatan alternatif buku ini.

Dalam tahap pra-perancangan juga dilakukan pengkajian konsep dan teori, yang akan menjadi dasar dari perancangan alternatif ini, dari berbagai sumber. Teori dan konsep yang dibahas meliputi desain buku sebagai bagian desain publikasi, serta aspek-aspek yang perlu diperhatikan dalam perancangan suatu buku, yaitu hal-hal yang berkaitan dengan perancangan sampul dan interior buku. Pengkajian konsep dan teori ini dilakukan sejak akhir bulan September hingga bulan Oktober 2020.

Tahapan selanjutnya adalah menganalisa lebih lanjut mengenai konten buku *Dapur Indonesia* oleh Yasa Boga dan meneliti serta meninjau lebih lagi mengenai budaya kuliner Indonesia.

### **3.3 Analisis Data**

Dalam perancangan alternatif buku *Dapur Indonesia* oleh Yasa Boga, dilakukan pengumpulan data yang diperoleh dari beberapa sumber yang berbeda. Sumber-sumber yang digunakan adalah melalui studi pustaka.

Buku *Dapur Indonesia* karya Yasa Boga merupakan buku yang berisikan rangkaian resep masakan Nusantara. Buku ini diterbitkan oleh PT. Gramedia Pustaka Utama pertama kali pada tahun 2014, dan telah dicetak tiga kali kedepannya, dengan tahun terakhir 2016. Yasa Boga merupakan tim pengarang buku masak sejak tahun 1997, yang beranggotakan empat orang ibu rumah tangga serta wanita yang bekerja. Anggota Yasa Boga adalah Ibu Nies Kartohadiprodjo, Hayatinufus L. Tobing, Linda Adimidjaja, dan Cherry Hadibroto. Untuk buku *Dapur Indonesia*, tim Yasa Boga yang menulis buku ini adalah Ibu Hayatinufus dan Ibu Cherry. Dalam membuat buku resep

masakan, mereka selalu mengutamakan kemudahan untuk dibuat, masakan-masakan dengan bahan-bahan yang mudah diperoleh, penjelasan mengenai takaran dan teknik yang jelas, serta cita rasa yang lezat sesuai dengan lidah masyarakat Indonesia agar dapat diwujudkan di dapur-dapur rumah tangga masa kini. Resep-resep yang mereka tuliskan disusun serta dikumpulkan berdasarkan pengalaman masing-masing anggota Yasa Boga. Tujuan tim Yasa Boga dalam membuat buku ini adalah untuk melestarikan dan mengingatkan orang-orang akan kekayaan kuliner Indonesia yang begitu beragam.

### **3.3.1 Pembedahan Isi Buku**

Buku resep *Dapur Indonesia* yang dituliskan oleh Yasa Boga berisikan 300 resep masakan populer Nusantara. Buku ini berbentuk persegi empat dengan ukuran 21 x 21 cm, dengan ketebalan buku satu setengah sentimeter (1,5 cm). Buku ini berisi 246 halaman berwarna. Pada umumnya satu halaman dari buku ini memuat tiga resep masakan. Pada bagian resep masakan tertulis bahan yang dibutuhkan serta teks rangkaian proses untuk masakan. Penulisan ini disertai dengan foto hasil akhir masakan tersebut (Gambar 2).

Sebelum memasuki bagian pembahasan resep masakan, terdapat pendahuluan mengenai kemeriahan dapur Indonesia (Gemah Ripah Dapur Indonesia). Pada bagian ini dibahas secara singkat sejarah dan budaya Indonesia. Selanjutnya terdapat pengenalan dengan bumbu dan bahan khas Indonesia yang akan digunakan dalam resep-resep masakan (Bumbu dan Bahan Khas Dapur Indonesia). Selain itu, terdapat pembahasan mengenai tradisi makan orang Indonesia (Tradisi Makan Orang Indonesia).

Setelah pendahuluan tersebut adalah resep-resep masakan Nusantara yang dikategorikan berdasarkan daerah/pulau asal masakan tersebut. Buku resep ini mencakup 71 resep masakan dari Pulau Sumatera, 127 resep masakan dari Pulau Jawa, 19 resep dari Pulau Bali dan Lombok, 14 resep dari Pulau Kalimantan, 23 resep dari Pulau Sulawesi, serta 13 resep dari Pulau NTT dan Maluku.

### **3.3.2 Hasil Analisis Data**

Buku resep *Dapur Indonesia* yang terdiri dari 300 resep masakan Nusantara ini dikategorikan menjadi beberapa bagian berdasarkan pulau asal resep masakan tersebut. Seperti yang tertulis pada bagian sebelumnya, bagian Pulau Jawa mempunyai jumlah resep yang terbanyak, yaitu 127 resep masakan (98 halaman). Hal ini dikarenakan Pulau Jawa sendiri terdiri dari Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, dan Madura, serta memiliki jumlah populasi terbanyak (41,7%) diantara pulau lainnya. Keempat daerah ini pun mempunyai jumlah resep yang melebihi jumlah resep lain pada umumnya di buku ini. Jawa Barat terdiri dari 39 resep, Jawa Tengah 45 resep, Jawa Timur dan Madura berjumlah 43 resep. Setelah Pulau Jawa, Pulau Sumatera menempati urutan kedua dari jumlah resep yang dimiliki, dengan total 71 resep masakan (46 halaman). Sumatera sendiri terdiri dari Aceh (10 resep), Sumatera Utara (18 resep), Sumatera Barat (16 resep), Riau (7 resep), dan Sumatera Selatan (20 resep).

### **3.4 Target Audiens**

Target audiens dapat diartikan sebagai sasaran orang-orang yang berminat dengan buku ini. Pesan yang hendak disampaikan suatu buku akan diterima apabila

mencapai target audiens yang tepat. Target audiens yang dituliskan berikut ini dimaksudkan untuk menjadi panduan dalam merancang buku ini.

Target audiens yang dituju untuk alternatif buku ini adalah perempuan dewasa muda dengan jangkauan usia 25 hingga 30 tahun. Audiens tinggal di perumahan di kota-kota di Indonesia. Mereka mempunyai ketertarikan di bidang kuliner, dan tertarik dalam hobi memasak. Pada saat ini mungkin audiens sedang memulai perjalanan karir dan atau baru berkeluarga. Kepribadian audiens adalah cinta tanah air, serta tertarik untuk mencoba hal-hal baru. Audiens yang dituju adalah masyarakat Indonesia yang mengagumi kekayaan budaya kuliner Indonesia, cinta tanah air, serta hendak mencoba beragam masakan Nusantara.

a. Geografis

Domisili: Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi (Jabodetabek)

Kepadatan: Perkotaan

Iklm: Tropis

b. Demografis

Usia: 25-30 tahun

Tingkat Pendidikan: S1

*Family Life Cycle*: Dewasa muda - belum menikah

Dewasa – baru menikah

Jenis Kelamin: Perempuan

Status Ekonomi: Menengah-Keatas

Kebangsaan: Indonesia

### c. Psikografis

Pekerjaan: Seseorang yang baru memulai karir dan atau baru membentuk keluarga.

Kecerdasan: Edukatif, mengikuti serta menghargai perkembangan *lifestyle*, desain, dan tren.

Kepribadian: Tertarik untuk mencoba hal-hal baru, aktif dalam bersosialisasi secara langsung serta melalui media sosial.

*Lifestyle*: Tertarik dengan dunia kuliner dan hobi memasak.

