

BAB III STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1 Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran atau biasa dikenal dengan target audiens adalah pemirsa yang dituju untuk membaca pesan dan sebagainya. Pada saat melakukan pemasaran dan periklanan, target audiens ini adalah kelompok konsumen tertentu di dalam target pasar yang telah ditentukan. Target audiens diidentifikasi sebagai penerima untuk iklan atau pesan tertentu.

III.1.1 Segmentasi

Segmentasi dapat diartikan sebagai membagi target audiens ke dalam beberapa kelompok berdasarkan bermacam – macam faktor seperti kebutuhan, karakteristik, dan kebiasaan sehingga implementasinya dapat disesuaikan dengan individu. Segmentasi ditujukan untuk menentukan target secara efektif dan efisien agar mencapai hasil yang diinginkan. Segmentasi audiens terbagi atas beberapa bagian yakni:

- **Demografi**

Demografi adalah kriteria yang digunakan untuk menentukan segmentasi berdasarkan identitas dari target audiens. Demografi yang digunakan dalam perancangan multimedia interaktif adalah sebagai berikut:

- Rentang Usia : 13 - 15 tahun
- Jenis Kelamin : Laki – laki dan Perempuan
- Status Ekonomi : Menengah
- Pekerjaan/Pendidikan : Pelajar SMP

Hal tersebut dipilih karena pada usia tersebut disebut remaja pertengahan dan minat remaja pada wawasan baru sangat tinggi, apalagi bila ditambah dengan visual yang memikat akan menambah ketertarikan untuk mencari tahu mengenai Pasukan Puragabaya. Masa remaja adalah masa yang penting karena akan langsung memberi dampak dan membuat perubahan pada orang yang bersangkutan.

- Geografi

Geografi adalah segmentasi berdasarkan wilayah khalayak sasaran berada. Geografi yang dipilih adalah daerah kota Bandung, karena kota Bandung adalah tempat dimana kreativitas dapat dengan cepat di apresiasi oleh masyarakat. Kota Bandung juga tempat dimana sebagian besar masyarakat Sunda tinggal. Selain itu kota Bandung dipilih untuk memudahkan proses observasi dan pengambilan data sampel.
- Psikografi

Menurut Sri Rumini & Siti Sundari (2004, h.53) dimana masa remaja merupakan masa pertumbuhan dimana penambahan aspek - aspek untuk menuju masa dewasa tengah dialami sehingga terjadi perubahan dari masa anak – anak ke masa dewasa. Rentang usia remaja dibedakan menjadi tiga tahap, yaitu masa remaja awal saat berusia 12 – 15 tahun, masa remaja pertengahan saat berusia 15 – 18 tahun, dan masa remaja akhir saat berusia 18 – 21 tahun.

 - Perkembangan Kognitif Psikologi Remaja

Perkembangan otak remaja mencapai kesempurnaan bertahap mulai dari usia 12 – 20 tahun secara fungsional, sehingga perkembangan kognitif atau kemampuannya berpikir sudah mulai meningkat seiring pertumbuhannya.

 - Secara psikis remaja mulai berpikir analitis tentang gagasan konseptual.
 - Remaja mampu mengatur setiap rencana, membuat strategi, membuat keputusan-keputusan, serta memecahkan masalah, karena kemampuan berpikir yang tinggi.
 - Remaja mulai mampu melakukan penggambaran sehingga dapat membedakan yang nyata dan abstrak.
 - Munculnya kemampuan untuk menalar dan melakukan hipotesa.
 - Memikirkan masa depan dan perencanaan

- Menyadari untuk mulai proses berpikir tepat guna dan belajar menyadari kesalahan
 - Wawasan dalam berpikirnya makin meluas, meliputi berbagai hal seperti agama, keadilan, moralitas, dan identitas.
- Perkembangan Kepribadian Psikologi Remaja

Pada fase perkembangan kepribadian, remaja mulai sibuk dan sangat antusias dengan mengungkap jati dirinya. Hal tersebut ditemukan dengan berbagai cara dan salah satunya dengan mencari sosok teladan atau sosok idola dan menirukan apa saja yang terkait dengan idolanya tersebut.

III.1.2 *Consumer Insight*

Consumer insight terdiri atas lima komponen dasar yang melingkupi penghimpunan data, penjabaran data, optimalisasi, manajemen produk dan personalisasi sehingga dapat menentukan khalayak sasaran mana saja yang harus dihubungi dan bagaimana berbicara dan saling berkomunikasi dengan mereka, sehingga akan mampu memperoleh respon yang diharapkan dan memberikan nilai yang maksimum. Kisah Pasukan Puragabaya adalah kisah yang penuh dengan nilai – nilai keteladanan. Minimnya media yang menyajikan informasi tentang Pasukan Puragabaya, membuat *consumer insight* dari khalayak sasaran adalah mengharapakan sebuah media yang memuat informasi serta pengetahuan mengenai Pasukan Puragabaya sehingga para masyarakat dapat mempelajari kisahnya.

III.1.3 *Consumer Journey*

Consumer journey adalah seberapa jauh konsumen melakukan suatu kegiatan sesering mungkin dan biasa melakukan hal tersebut dimana saja. Hal itu dilakukan untuk menjangkau audiens dengan media yang ia lihat sehari – hari. *Consumer journey* yang diincar adalah kegiatan yang biasa dilakukan oleh remaja dengan rentang usia 14 hingga 16 tahun.

Tabel III.1: *Consumer Journey*
 Sumber: Dokumentasi Pribadi

Waktu	Kegiatan	<i>Point of Contact</i>
05.00 – 07.00	<ul style="list-style-type: none"> • Bangun tidur • Mandi • Pakai seragam • Buka sosial media • Sholat • Persiapan ke sekolah • Berangkat sekolah 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Media promosi poster dapat diterapkan melalui website ataupun media sosial. ▪ Media <i>paper bag</i> dapat berguna bagi siswa untuk membawa hal – hal penting seperti kertas tugas ataupun buku pelajaran. ▪ Media gantungan kunci dapat digunakan siswa sebagai hiasan di tasnya
07.00 – 12.00	<ul style="list-style-type: none"> • Sampai di sekolah • Mengerjakan PR/tugas bersama teman – teman • Mengobrol sampai bel masuk • Belajar 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Media <i>notebook</i> dapat berguna bagi siswa untuk mencatat hal – hal penting.
12.00 – 15.00	<ul style="list-style-type: none"> • Istirahat makan siang • Belajar • Ke perpustakaan untuk membaca buku • Bel pulang 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Media pembatas buku dapat berguna bagi pembaca buku

Lanjutan Tabel III.1: *Consumer Journey*

Waktu	Kegiatan	<i>Point of Contact</i>
15.00 21.00	<ul style="list-style-type: none"> • Pulang ke rumah • Mandi • Bermain <i>game</i> pada PC komputer/laptop • Mengerjakan PR • Buka Sosmed • Tidur 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Media multimedia interaktif dapat dibuat untuk menarik khalayak mengetahui informasi. ▪ Media dapat diterapkan melalui website ataupun media sosial.

III.2 Strategi Perancangan

Strategi perancangan dibuat berdasarkan masalah – masalah yang telah dikemukakan sebelumnya untuk menentukan solusi yang tepat bagi permasalahan tersebut dengan berdasarkan pada segi pendekatan khalayak sasaran. Hal tersebut bertujuan supaya pesan yang diajukan dapat disampaikan dan diterima dengan efisien. Strategi perancangan meliputi tujuan komunikasi, pendekatan komunikasi, *mandatory*, materi pesan, gaya bahasa, strategi kreatif, strategi media, serta strategi distribusi dan waktu penyebaran media.

III.2.1 Tujuan Komunikasi

Menurut Nugroho (2004, h.72) tujuan dari komunikasi adalah untuk membentuk pemahaman dan wawasan bersama ataupun mengubah persepsi, terlebih perilaku suatu individu. Tujuan komunikasi dari perancangan multimedia interaktif ini adalah untuk memperkenalkan dan meningkatkan kepopuleran akan kisah Pasukan Puragabaya. Selain itu memberikan nilai – nilai keteladanan baik yang terkandung dalam kisah Pasukan Puragabaya adalah hal utama yang akan ditonjolkan dalam perancangan ini. Perancangan ini juga menjadi solusi untuk memberikan pilihan media interaktif bagi masyarakat yang mencari informasi mengenai Pasukan Puragabaya.

III.2.2 Pendekatan Komunikasi

Komunikasi merupakan sifat yang universal karena meliputi pusat dari semua sikap, tingkah laku, dan tindakan dari manusia. Komunikasi manusia itu dapat

dimengerti sebagai korelasi antar pribadi melalui pergantian tanda – tanda ilmu bahasa, misalnya verbal dan visual. Melalui pergantian tanda – tanda yang serupa dalam menjelaskan informasi, pandangan dan emosi di antara mereka, akan terbentuk keseimbangan makna menurut pikiran, perasaan dan perbuatan. Adapun pendekatan verbal, visual, dan audio sebagai berikut:

- Pendekatan Verbal

Pendekatan verbal yang digunakan adalah memakai Bahasa Indonesia non – formal sebanyak 80% dan sisanya memakai Basa Sunda untuk penggunaan istilah bahasa lokal. Penggunaan bahasa Indonesia bertujuan agar khalayak luas tetap dapat mengerti konten dalam perancangan walaupun tidak mengerti Basa Sunda. Sedangkan penggunaan Basa Sunda bertujuan agar perancangan Kisah Pasukan Puragabaya ini mencerminkan kisah yang berasal dari tanah Pasundan. Penggunaan Basa Sunda juga ditujukan untuk menarik minat khususnya dari masyarakat Sunda. Tagline yang digunakan dalam perancangan ini adalah Ksatria Tangguh dari Pasundan, karena pada dasarnya ini merupakan kisah para kesatria dari Jawa Barat.

- Pendekatan Visual

Pendekatan visual dalam perancangan media ini menggunakan ragam motif batik khas Jawa Barat sebagai referensi utama. Batik dipilih karena memiliki karakteristik pola yang memiliki banyak makna dalam setiap motifnya sehingga pesan lebih mudah tersampaikan. Batik juga dipilih untuk membangun nuansa dari Sunda itu sendiri.

- Pendekatan audio

Pendekatan audio dalam perancangan ini menggunakan audio yang juga dapat membantu membangun suasana khas Jawa Barat seperti musik dari alat musik tradisional. Hal itu dilakukan agar khalayak dapat menikmati hasil perancangan seperti dalam Jawa Barat saat menjadi kerajaan.

III.2.3 *Mandatory*

Mandatory dalam perancangan ini adalah Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung (DISBUDPAR). Hal itu bertujuan untuk mendukung mewujudkan visinya menjadikan kota Bandung sebagai pusat budaya dan misi DISBUDPAR yaitu melestarikan aset budaya lokal. Hal itu dilakukan karena perancangan ini erat kaitannya dengan budaya Sunda dan sekaligus dapat membantu untuk melestarikan budaya Sunda.



Gambar III.1: DISBUDPAR Kota Bandung
Sumber: www.disparbud.jabarprov.go.id (11/06/18)

III.2.4 Materi Pesan

Materi pesan yang terkandung di dalam perancangan media informasi multimedia interaktif Kisah Keteladanan Pasukan Puragabaya memuat hal – hal berikut, diantaranya:

- Penjelasan mengenai Pasukan Puragabaya, perancangan ini akan mengenalkan secara rinci siapa sebenarnya pasukan Puragabaya dan apa saja yang menjadi syarat seseorang menjadi Pasukan Puragabaya.
- Tempat berlatih Pasukan Puragabaya, perancangan ini akan memberi penjelasan mengenai deksripsi tempat para pasukan Puragabaya berlatih yaitu Padepokan Tajimalela.
- Cara berlatih Pasukan Puragabaya, dalam perancangan ini ditunjukkan bagaimana cara pasukan Puragabaya dilatih agar menjadi pasukan yang hebat.
- Saat Pasukan Puragabaya bertempur, dalam perancangan ini diperlihatkan pula bagaimana saat pasukan Puragabaya bertempur melawan pemberontak.

III.2.4 Gaya Bahasa

Keraf (2001, h.112) mengatakan bahwa perkara gaya bahasa mencakup keseluruhan hirarki kebahasaan seperti pilihan kata, frasa, klausa, dan kalimat, bahkan meliputi pula nada yang tersirat dalam sebuah wacana, sehingga jangkauan gaya bahasa tidak hanya mencakup unsur – unsur kalimat yang bercorak seperti retorika. Gaya bahasa yang digunakan adalah segi gaya bahasa berdasarkan tempat yaitu gaya bahasa Sunda dimana gaya tersebut dipilih karena lokasi geografisnya yang berada di Jawa Barat dan ada ciri – ciri kedaerahan yang mempengaruhi ungkapan atau ekspresi bahasanya dalam bahasa Sunda.

Gaya bahasa tak resmi di pilih karena gaya ini adalah gaya bahasa universal dan wajar untuk kaum remaja yang terpelajar dan memperlihatkan suatu variasi antara gaya bahasa resmi dan gaya bahasa percakapan. Singkatnya, gaya bahasa tak resmi dapat memperlihatkan situasi yang dapat ditangkap maknanya secara jelas dan lebih mudah. Sedangkan untuk gaya bahasa berdasarkan struktur kalimatnya menggunakan gaya bahasa deskriptif lugas atau tidak menggunakan bahasa kiasan. Hal tersebut dipilih agar makna dan pesan dapat dimengerti dan tersampaikan dengan baik.

III.2.5 Strategi Kreatif

Strategi kreatif adalah langkah – langkah yang dilakukan saat melakukan pemasaran untuk mencapai tujuan pemasaran. Strategi kreatif bergantung pada kreativitas dimana hal tersebut dipengaruhi oleh kemampuan untuk melihat hal yang sederhana menjadi sesuatu yang tidak biasa dan dapat menjadikan hal tersebut sebagai gagasan baru. Strategi kreatif terdiri atas *copywriting*, *storyline*, *storyboard*, dan visualisasi.

- *Copywriting*

Agustrijanto (2001, h.27) menuturkan bahwa *copywriting* adalah karya tulisan yang dibuat dengan berbagai gaya dan pendekatan dengan para pekerja seni melalui perencanaan untuk memikat para konsumen. Hal tersebut bertujuan agar pesan pada saat penjualan terpenuhi. *Copywriting* yang menekankan pada mata atau visual harus *eyes catching* (pesan mudah

dibaca mata). Sedangkan untuk media yang menggunakan audio harus *ears catching* (pesan mudah didengar telinga) yang lebih kuat agar pesan dapat tersampaikan.

Headline (judul utama) diperlukan untuk menarik perhatian khayalak sasaran. Hal tersebut bertujuan agar *headline* yang pertama kali dibaca diharapkan akan langsung diingat oleh khalayak itu sendiri. *Headline* yang dipilih untuk perancangan media informasi ini adalah Puragabaya: Ksatria dari Pasundan yang disesuaikan dengan tagline.

- *Storyline*

Storyline diambil berdasarkan kisah dari novel Pangeran Anggadipati dan hanya diambil intisarinnya saja dimana bagian – bagian bab yang mencantumkan kisah Pasukan Puragabaya yang dijadikan patokan utama dalam pembuatan *storyline* ini, sehingga urutan cerita dibuat seperti berikut:

Tabel III.2: *Storyline*
Sumber: Dokumentasi Pribadi

<i>STORYLINE</i> MULTIMEDIA INTERAKTIF “Puragabaya: Ksatria dari Pasundan”		
No.	<i>Scene</i>	Deskripsi
1.	<i>Opening bumper</i> Puragabaya: Ksatria dari Pasundan	
2.	Penjelasan singkat mengenai Pasukan Puragabaya.	Latar: Padepokan Tajimalela.
3.	Ayahnya Pangeran Muda mengutus Pangeran Muda untuk menjadi calon Puragabaya.	Latar: Puri Anggadipati pada siang hari. Ayah Pangeran Muda Pangeran Muda
4.	Pamanda Rakean dan Mang Ogel menjemput Pangeran Muda.	Latar: Puri Anggadipati pada siang hari.

Lanjutan Tabel III.2: *Storyline*

STORYLINE MULTIMEDIA INTERAKTIF “Puragabaya: Ksatria dari Pasundan”		
No.	Scene	Deskripsi
		Pangeran Muda Pamanda Rakean
5.	Di perjalanan mereka dihadang oleh ular besar, Mang Ogel melawan ular besar tersebut.	Latar: Hutan pada siang hari Mang Ogel Pangeran Muda Pamanda Rakean Ular
6.	Pamanda Rakean, Pangeran Muda dan Mang Ogel sampai di Padepokan Tajimalela.	Latar: Padepokan Tajimalela pada siang hari Mang Ogel Pangeran Muda Pamanda Rakean
7.	Calon Puragabaya berlatih bersama, Pangeran Muda berlatih sendiri karena terlambat datang.	Latar: Padepokan Tajimalela pada siang hari Para calon Puragabaya Pangeran Muda Guru
8.	Eyang Tajimalela memberikan wejangan kepada para calon Puragabaya.	Latar: Padepokan Tajimalela pada malam hari Eyang Tajimalela Para calon Puragabaya Pangeran Muda
9.	Calon Puragabaya berlatih di hutan	Latar: hutan pada siang hari Para calon Puragabaya

Lanjutan Tabel III.2: *Storyline*

<p style="text-align: center;">STORYLINE MULTIMEDIA INTERAKTIF “Puragabaya: Ksatria dari Pasundan”</p>		
No.	<i>Scene</i>	Deskripsi
10.	Pangeran Muda dilantik menjadi Puragabaya.	Latar: Padepokan Tajimalela pada siang hari Para calon Puragabaya Pangeran Muda Puragabaya
11.	Kerajaan Pajajaran terancam dalam bahaya.	Latar: Padepokan Tajimalela pada siang hari
12.	Pangeran Muda memimpin Pasukan Jagabaya.	Latar: Hutan pada siang hari Pangeran Muda Pasukan Jagabaya
13.	Pangeran, Puragabaya dan Jagabaya mengendap – endap ke benteng lawan.	Latar: Benteng musuh pada siang hari Pangeran Muda Pasukan Jagabaya Para Puragabaya
14.	Musuh dilawan dengan perlawanan sengit.	Latar: Benteng musuh pada siang hari Pangeran Muda Pasukan Jagabaya Para Puragabaya Para pemberontak
15.	Musuh besar menyerang Pangeran Muda namun berhasil dikalahkan.	Latar: Benteng musuh pada siang hari

Lanjutan Tabel III.2: *Storyline*

STORYLINE MULTIMEDIA INTERAKTIF “Puragabaya: Ksatria dari Pasundan”		
No.	Scene	Deskripsi
		Pangeran Muda Musuh besar
16.	Kerajaan berhasil diselamatkan dan Prabu Siliwangi memberikan penghargaan kepada Pangeran Muda	Latar: Kerajaan Pajajaran pada siang hari Pangeran Muda Prabu Siliwangi

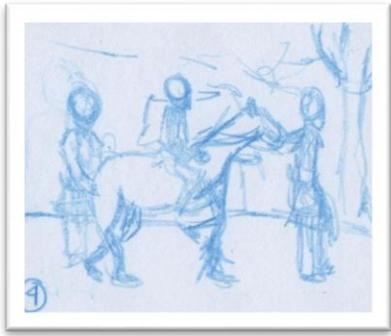
- *Storyboard*

Storyboard merupakan sketsa gambar kasar dari urutan cerita yang telah disusun berdasarkan *storyline* sebelum akhirnya dijadikan patokan untuk membuat visualisasi dari perancangan yang akan dibuat. *Storyboard* dibuat dengan membuat sketsa *scene* (adegan) menjadi beberapa *shoot* dan diberi penjelasan melalui deskripsi sebagai berikut:

Tabel III.3: *Storyboard*
Sumber: Dokumentasi Pribadi

STORYBOARD MULTIMEDIA INTERAKTIF “Puragabaya: Ksatria dari Pasundan”		
Scene	Shoot	Deskripsi
1.		<i>Opening bumper</i> Puragabaya: Ksatria dari Pasundan

Lanjutan Tabel III.3: *Storyboard*

<p align="center">STORYBOARD MULTIMEDIA INTERAKTIF</p> <p align="center">“Puragabaya: Ksatria dari Pasundan”</p>		
<i>Scene</i>	<i>Shoot</i>	<i>Deskripsi</i>
2.		<p>Penjelasan singkat mengenai Pasukan Puragabaya.</p> <p>Latar: Padepokan Tajimalela.</p>
3.		<p>Ayahnya Pangeran Muda mengutus Pangeran Muda untuk menjadi calon Puragabaya.</p> <p>Latar: Puri Anggadipati pada siang hari.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ayah Pangeran Muda • Pangeran Muda
4.		<p>Pamanda Rakean dan Mang Ogel menjemput Pangeran Muda.</p> <p>Latar: Hutan pada siang hari.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mang Ogel • Pangeran Muda • Pamanda Rakean

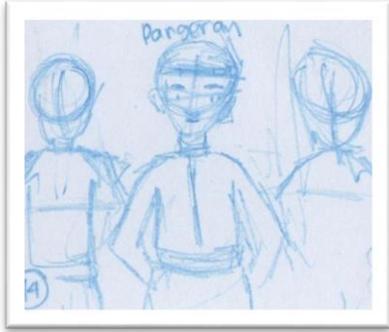
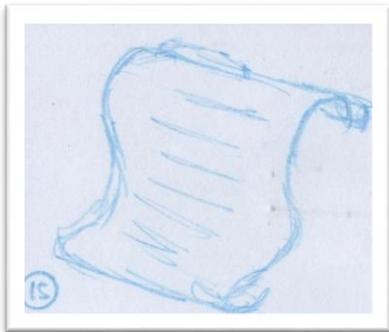
Lanjutan Tabel III.3: *Storyboard*

<p style="text-align: center;">STORYBOARD MULTIMEDIA INTERAKTIF</p> <p style="text-align: center;">“Puragabaya: Ksatria dari Pasundan”</p>		
<i>Scene</i>	<i>Shoot</i>	<i>Deskripsi</i>
5.	 	<p>Di perjalanan mereka dihadang oleh ular besar, Mang Ogel melawan ular besar tersebut.</p> <p>Latar: Hutan pada siang hari</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mang Ogel • Pangeran Muda • Pamanda Rakean • Ular
6.		<p>Pamanda Rakean, Pangeran Muda dan Mang Ogel sampai di Padepokan Tajimalela.</p> <p>Latar: Padepokan Tajimalela pada siang hari</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mang Ogel • Pangeran Muda • Pamanda Rakean

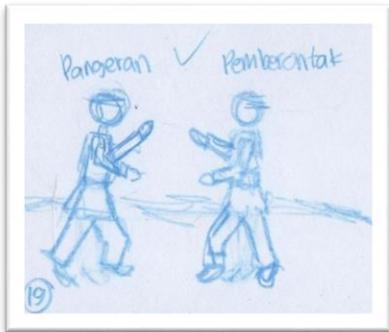
Lanjutan Tabel III.3: *Storyboard*

<p style="text-align: center;">STORYBOARD MULTIMEDIA INTERAKTIF</p> <p style="text-align: center;">“Puragabaya: Ksatria dari Pasundan”</p>		
<i>Scene</i>	<i>Shoot</i>	<i>Deskripsi</i>
7.		<p>Calon Puragabaya berlatih bersama, Pangeran Muda berlatih sendiri karena terlambat datang.</p> <p>Latar: Padepokan Tajimalela pada siang hari</p> <ul style="list-style-type: none"> • Para calon Puragabaya • Pangeran Muda • Guru
8.		<p>Eyang Tajimalela memberikan wejangan kepada para calon Puragabaya.</p> <p>Latar: Padepokan Tajimalela pada malam hari</p> <ul style="list-style-type: none"> • Eyang Tajimalela • Para calon Puragabaya • Pangeran Muda
9.		<p>Calon Puragabaya berlatih</p> <p>Latar: hutan pada siang hari</p> <ul style="list-style-type: none"> • Para calon Puragabaya • Pangeran Muda

Lanjutan Tabel III.3: *Storyboard*

<p style="text-align: center;">STORYBOARD MULTIMEDIA INTERAKTIF “Puragabaya: Ksatria dari Pasundan”</p>		
<i>Scene</i>	<i>Shoot</i>	<i>Deskripsi</i>
10.		<p>Pangeran Muda dilantik menjadi Puragabaya.</p> <p>Latar: Padepokan Tajimalela pada siang hari</p> <ul style="list-style-type: none"> • Para calon Puragabaya • Pangeran Muda • Puragabaya
11.		<p>Kerajaan Pajajaran terancam dalam bahaya pemberontak.</p> <p>Latar: Padepokan Tajimalela pada siang hari</p>
12.		<p>Pangeran Muda memimpin Pasukan Jagabaya.</p> <p>Latar: Hutan pada siang hari</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pangeran Muda • Pasukan Jagabaya
13.		<p>Pangeran, Puragabaya dan Jagabaya mengendap – endap ke benteng lawan.</p> <p>Latar: Benteng musuh pada siang hari</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pangeran Muda • Pasukan Jagabaya

Lanjutan Tabel III.3: *Storyboard*

<p align="center">STORYBOARD MULTIMEDIA INTERAKTIF</p> <p align="center">“Puragabaya: Ksatria dari Pasundan”</p>		
<i>Scene</i>	<i>Shoot</i>	<i>Deskripsi</i>
14.		<p>Musuh dilawan dengan perlawanan sengit.</p> <p>Latar: Benteng musuh pada siang hari</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pangeran Muda • Pasukan Jagabaya • Para Pemberontak
15.		<p>Musuh besar menyerang Pangeran Muda namun berhasil dikalahkan.</p> <p>Latar: Benteng musuh pada siang hari</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pangeran Muda • Musuh besar
16.		<p>Kerajaan berhasil diselamatkan dan Prabu Siliwangi memberikan penghargaan kepada Pangeran Muda</p> <p>Latar: Kerajaan Pajajaran pada siang hari</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pangeran Muda • Prabu Siliwangi

- Visualisasi

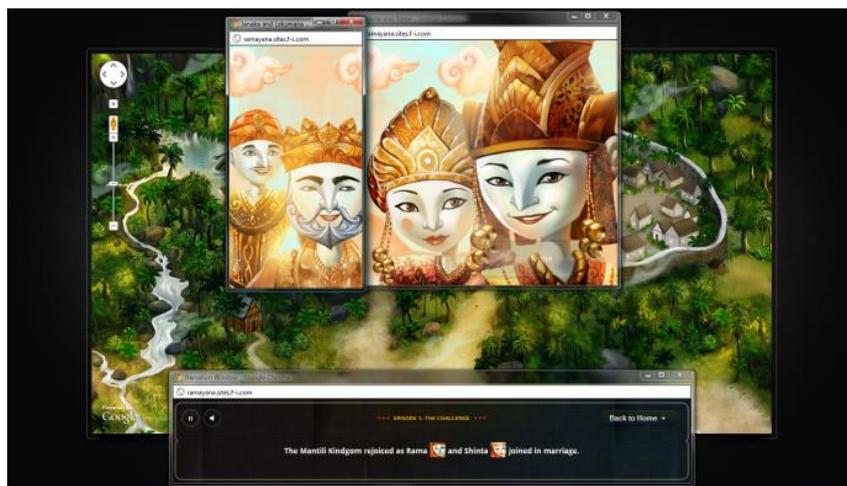
Visualisasi menurut KBBI adalah mengungkapkan suatu gagasan ataupun perasaan dalam bentuk gambar, tulisan, peta, grafik dan sebagainya. Visualisasi merupakan tahap dimana pengubahan konsep menjadi gambar yang dapat dilihat oleh pemirsa. Perancangan multimedia interaktif ini menggunakan visualisasi berupa teknik pembuatan gambar ilustrasi dengan corak batik khas Jawa Barat sebagai referensi utama. Hal itu bertujuan agar sesuai dengan *tagline* dan *headline* sebelumnya yaitu Ksatria dari Pasundan.

III.2.7 Strategi Media

Cangara (2006, h.119) menuturkan bahwa media merupakan alat ataupun sarana yang dibuat untuk mengantarkan pesan dari komunikator kepada khalayak. Media yang paling mendominasi dalam memberikan komunikasi adalah media yang merangsang pancaindra manusia seperti mata dan telinga. Hal itu dikarenakan pesan – pesan akan tersampaikan dengan baik dan diproses ke pancaindra lain untuk selanjutnya diproses oleh otak manusia. Maka dari itu, perancangan media informasi mengenai kisah Pasukan Puragabaya menggunakan strategi media yang merangsang pancaindra tersebut. Strategi media tersebut meliputi media utama dan media pendukung dimana didalamnya terdapat media promosi dan media pengingat.

- Media Utama

Media Utama yang digunakan dalam perancangan informasi mengenai kisah keteladanan Pasukan Puragabaya adalah multimedia interaktif. Multimedia interaktif merupakan penggabungan lebih dari satu media seperti teks, grafik, video, animasi dan suara menjadi media yang dapat memberikan suatu pesan ataupun informasi. Multimedia interaktif saat ini biasanya digunakan dalam media elektronik seperti komputer dan *smartphone*.



Gambar III.2: Contoh Multimedia Interaktif Ramayana
 Sumber: google.ramaya.na (07/06/18)

Multimedia interaktif terbagi atas dua macam yaitu, multimedia interaktif yang menggunakan jaringan internet atau *online* dan multimedia interaktif yang tidak menggunakan jaringan internet atau *offline*. Multimedia interaktif yang digunakan dalam perancangan ini adalah yang berbasis *offline* atau tidak menggunakan jaringan internet. Hal tersebut dikarenakan persebaran media utamanya dapat diunduh dari laman facebook.

- Media Pendukung

Media pendukung merupakan media yang menunjang media utama dan memperkuat adanya media utama. Media pendukung dibuat berdasarkan media – media yang mudah dijumpai oleh khalayak sasaran. Hal tersebut bertujuan agar informasi yang terdapat dalam media utama dapat tersampaikan secara efektif dan efisien melalui media pendukung. Media pendukung yang dipilih berdasarkan media yang paling banyak dijumpai oleh khalayak sasaran adalah sebagai berikut:

- Media Promosi

Media Promosi adalah media yang menghubungkan suatu produk agar dapat dikenal lebih luas oleh khalayak sasaran. Media promosi yang digunakan dalam perancangan multimedia interaktif ini adalah sebagai berikut:

❖ Iklan

Machfoedz (2010, h.139) mengatakan bahwa iklan adalah segala hal bentuk penyampaian informasi dan promosi tidak secara sertamerta yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk menawarkan ide, barang atau jasa. Proses penyebaran yang efektif biasanya melalui media sosial seperti Facebook dan Instagram. Iklan dipilih untuk memberikan informasi kepada khalayak mengenai adanya multimedia interaktif kisah Pasukan Puragabaya.

❖ Pembatas Buku

Pembatas buku adalah alat yang digunakan oleh khalayak untuk membantu memberi tanda pada halaman yang sudah dibaca sebelumnya agar tidak melewatkan informasi yang penting. Pembatas buku dipilih karena kisah Pasukan Puragabaya berasal dari novel yang notabenenya adalah buku sehingga pembatas buku dapat digunakan pada saat membaca novel tersebut.

❖ *Notebook*

Notebook adalah alat tulis yang berisi kumpulan kertas yang diisi berbagai macam catatan dan dapat difungsikan untuk menulis hal – hal kecil seperti ilmu pengetahuan ataupun kegiatan keseharian. *Notebook* dapat berguna bagi pelajar untuk mencatat hal – hal penting di sekolah. *Notebook* dengan ukuran A5 akan mempermudah khalayak untuk membawanya kemana saja.

❖ Jam Dinding

Jam dinding adalah jam yang digunakan secara letak yaitu di dinding. Jam dinding biasanya dijadikan hiasan ataupun pajangan di dinding rumah ataupun gedung – gedung umum. Jam dinding dipilih karena mempunyai ukuran yang cukup besar dan dapat dilihat walau dari jarak jauh.

- ❖ *Paper Bag*
Paper Bag adalah salah satu jenis tas yang terbuat dari kertas yang tebalnya lebih dari 250 gram dan digunakan untuk membawa barang – barang yang beratnya ringan. Desain dari *paper bag* yang saat ini sudah mulai beraneka ragam dan jenis membuat *paper bag* dapat dijadikan sebagai salah satu media promosi, khususnya untuk pelajar saat membawa buku dan peralatan sekolah lainnya.

- ❖ Pin
Pin adalah salah satu media umum yang serikali dilihat oleh khalayak sasaran dimana pun dan dapat dipasang di mana saja seperti pada pakaian dan tas. Biasanya pin dijadikan media promosi maupun kampanye dari pihak – pihak tertentu.

- ❖ Gantungan Kunci
Gantungan Kunci adalah suatu benda yang memiliki kait yang dapat dikaitkan pada lubang pada kunci dan bertujuan untuk mempercantik tampilan kunci. Gantungan kunci seringkali digunakan sebagai media promosi untuk produk maupun kampanye.

- ❖ *Flyer*
Flyer adalah media yang terbuat dari selembar kertas dan berukuran tidak lebih dari A5. *Flyer* biasanya memuat sebagian informasi yang dapat membantu untuk menarik perhatian khalayak terhadap media utama.

- ❖ Kaos
Kaos oblong dan disebut juga sebagai *T-shirt* adalah jenis pakaian sederhana yang menutupi lengan, semua dada, bahu, dan perut. Kaos oblong pada umumnya tidak memiliki kancing, kerah, ataupun saku. Bahan yang biasa digunakan untuk membuat kaos oblong adalah katun atau polyester.

❖ **Kalender**

Kalender adalah alat yang mengatur sistem perhitungan setiap tahun menjadi bagian yang terus berulang. Kalender memiliki manfaat bagi masyarakat maupun individu. Kalender juga digunakan untuk menyusun suatu jadwal pada satu periode waktu atau biasa disebut tanggal yang didasarkan pada gerakan matahari dan bulan.

❖ ***Mousepad***

Mousepad merupakan alas yang berguna pada saat menggerakkan *mouse* di komputer. Fungsinya adalah agar mempermudah sensor dibawah *mouse* berupa bola kecil ataupun sensor cahaya yang nantinya berhubungan dengan gerakan pointer atau kursor di layar monitor. Bahan yang digunakan untuk *mousepad* biasanya terbuat dari spon tipis pada jenis tertentu dengan bentuk permukaan yang tidak mengkilat atau licin sehingga gerakan sensor pun menjadi halus atau cahaya tidak kacau yang berpengaruh pada gerakan kursor.

❖ **Tempat Pensil**

Tempat pensil atau kotak pensil merupakan tempat untuk menyimpan alat – alat tulis yang ukurannya tidak lebih dari 20 cm. Karena hal tersebut tempat pensil saat ini adalah barang yang sangat dibutuhkan, khususnya bagi para siswa pada saat bersekolah. Bahan dari tempat pensil biasanya terbuat dari kain kanvas, metal, ataupun kayu dan plastik dan bentuknya memanjang juga mempunyai aneka warna yang menarik.

❖ ***Tumbler***

Tumbler adalah salah satu jenis dari botol minuman yang dapat digunakan untuk mengisi air secara berkali – kali dengan varian ukuran mulai dari 100 ml hingga 1,5 liter. *Tumbler* biasa digunakan pada saat kapan saja baik ke sekolah, di luar rumah dan seterusnya.

- Media Peningat

Media Peningat adalah media yang membantu untuk mengingatkan kehadiran dari media utama. Media peningat juga berfungsi untuk memberikan informasi secara sekilas mengenai media utama.

- ❖ Poster 3D

Menurut Sudjana dan Rivai (2007, h.51) adalah salah satu media yang memuat kombinasi visual dari sebuah rancangan dengan makna warna dan pesan yang kuat dengan tujuan untuk menarik perhatian dari khalayak sasaran. Poster 3D memiliki kesamaan pada poster pada umumnya, yang membedakan adalah gambar yang timbul dari poster tersebut. Poster 3D akan dipajang bersamaan dengan media utama dan *display media*.

- ❖ X – Banner

X-Banner merupakan media yang paling banyak digunakan untuk menyampaikan informasi beragam produk kepada khalayak sasaran. *X-banner* berbentuk *banner* yang diberi penyangga menyerupai konstruksi huruf X sehingga *banner* dapat berdiri sendiri. *X-banner* memiliki desain yang menarik namun sederhana agar khalayak tertarik namun bisa mengerti maksud dari pesan pada *x-banner* tersebut. *X – Banner* akan dipajang bersama dengan media utama.

- ❖ Wayang Golek Puragabaya

Wayang golek adalah boneka kayu yang biasa dimainkan pada saat pertunjukan wayang dan merupakan salah satu seni tradisional dari tanah Pasundan. Wayang golek akan ditampilkan bersamaan dengan media utama dan memuat boneka wayang yang menggunakan kostum Pasukan Puragabaya.

❖ Manekin Kostum Puragabaya

Manekin adalah patung yang terbuat dari plastik dan digunakan untuk memajang pakaian di toko baju ataupun sejenisnya. Manekin akan memajang kostum Puragabaya dengan ukuran asli dan akan ditampilkan bersamaan dengan media utama.

III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Strategi distribusi dan waktu penyebaran media perlu direncanakan dengan baik agar informasi tersampaikan secara efektif dan efisien terhadap khalayak sasaran. Distribusi dan penyebaran media dibagi ke dalam beberapa tahap waktu dan tempat. Waktu yang dipilih untuk melakukan distribusi dan penyebaran media adalah pada bulan Juni dan Juli dimana pada bulan tersebut adalah pada saat liburan sekolah dan khalayak sasaran biasanya pergi ke museum pada waktu tersebut.

Tabel III.4: Distribusi dan Penyebaran Media
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Media	Bulan								Tempat	Ket.
	Juni 2019				Juli 2019					
	1	2	3	4	1	2	3	4		
Iklan									Media sosial	Media Promosi
Pembatas Buku									Museum Sri Baduga	Media Promosi dan Media pengingat
<i>Notebook</i>									Museum Sri Baduga	Media Promosi dan Media pengingat
Jam dinding									Museum Sri Baduga	Media pengingat

Lanjutan Tabel III.4: Distribusi dan Penyebaran Media

Media	Bulan								Tempat	Ket.
	Juni 2019				Juli 2019					
	1	2	3	4	1	2	3	4		
<i>Paper Bag</i>									Museum Sri Baduga	Media Promosi dan Media pengingat
Pin									Museum Sri Baduga	Media Promosi dan Media pengingat
Gantungan Kunci									Museum Sri Baduga	Media Promosi dan Media pengingat
Kaos									Museum Sri Baduga	Media Promosi dan Media pengingat
<i>Tumbler</i>									Museum Sri Baduga	Media Promosi dan Media pengingat
Tempat Pensil									Museum Sri Baduga	Media Promosi dan Media pengingat
Kalender									Museum Sri Baduga	Media Promosi dan Media pengingat
<i>Mousepad</i>									Museum Sri Baduga	Media Promosi dan Media pengingat
Multimedia Interaktif									Museum Sri Baduga Laman facebook / Instagram	Media Utama

Lanjutan Tabel III.4: Distribusi dan Penyebaran Media

Media	Bulan								Tempat	Ket.
	Juni 2019				Juli 2019					
	1	2	3	4	1	2	3	4		
<i>X-Banner</i>									Museum Sri Baduga	Media Promosi dan Media pengingat
Wayang Golek Puragabaya									Museum Sri Baduga	Media Pendukung
Manekin Kostum Puragabaya									Museum Sri Baduga	Media Pendukung
<i>Flyer</i>									Museum Sri Baduga	Media Promosi

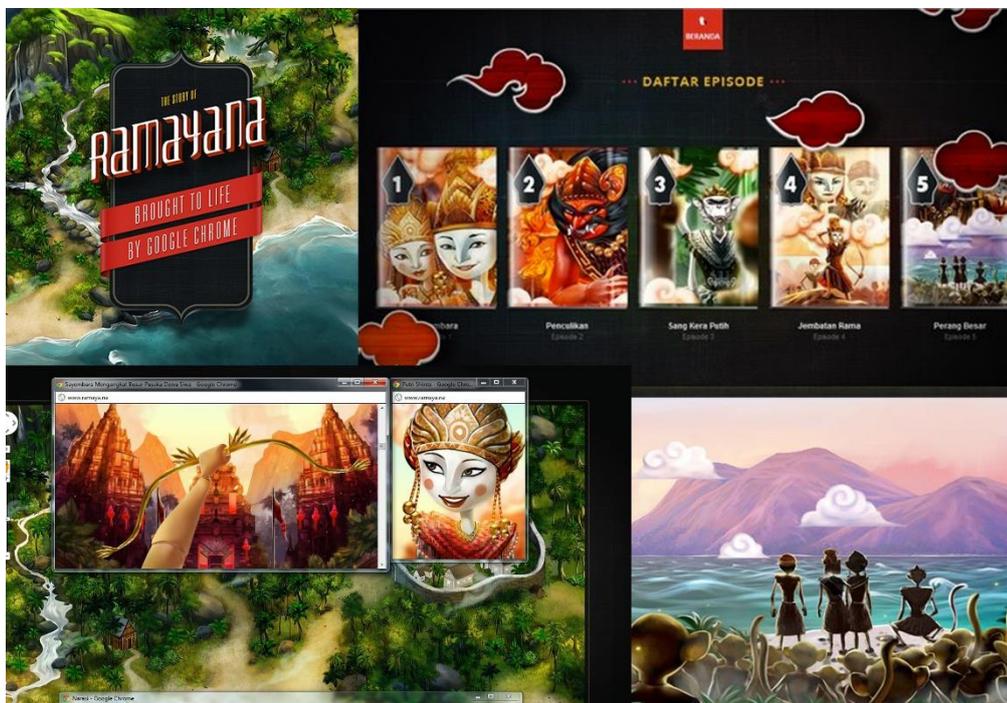
Perincian untuk media pendukung kepada khalayak sasaran dibagi dalam beberapa sesi yang dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Minggu Pertama hingga minggu keempat di bulan Juni, iklan dibagikan melalui laman Facebook untuk memberi informasi acara peluncuran multimedia yang akan berlangsung. Hal itu juga dilakukan sekaligus untuk membagikan tautan media utamanya yaitu multimedia interaktif agar dapat diunduh secara gratis melalui Google Drive. Jam Dinding mulai dipajang di bagian – bagian strategis museum Sri Baduga seperti pusat informasi maupun tangga – tangga yang menuju ke lantai atas untuk menarik perhatian.
- 2) Minggu ketiga di bulan Juni hingga seterusnya adalah memulai strategi promosi dengan memasang *x – banner* di setiap sudut – sudut museum yang banyak dikunjungi oleh orang – orang dan manekin kostum Puragabaya di pusat informasi untuk menarik perhatian. Lalu *flyer* dibagikan di luar Museum Sri Baduga.

- 3) Minggu pertama di bulan Juli mulai dibagikan media pendukung yang lain kepada khalayak secara gratis. Wayang golek dan jam dinding dibagikan kepada para tamu undangan dari kalangan pemerintahan dan budayawan. Kaos, satu set gantungan kunci dan pin, juga *mousepad* dan *tumbler* dibagikan kepada 100 orang pertama yang mengunduh dari laman facebook. Sedangkan kalender, tempat pensil, *notebook* dan pembatas buku dibagikan kepada 100 orang yang mencoba multimedia interaktif langsung di tempat.

III.3 Konsep Visual

Menurut Bahri (2008, h.30) konsep merupakan satuan arti yang menggantikan beberapa objek yang mempunyai karakteristik yang sama, konsep juga dapat dilambangkan sebagai bentuk pada suatu kata. Konsep visual yang digunakan dalam perancangan ini adalah memadupadankan unsur visual ragam hias batik khas Jawa Barat dan wayang golek dengan pola dan bentuk yang disederhanakan.



Gambar III.3: Multimedia Interaktif Ramayana
Sumber: google.ramaya.na (07/06/18)

Referensi untuk pembuatan tata letak visual ini merujuk pada visual yang terdapat pada multimedia interaktif Google Ramayana. Konten menu pada multimedia interaktif tersebut memiliki bahasa yang singkat, padat dan sarat akan informasi. Pada perancangan multimedia interaktif, diberikan menu permainan agar pesan lebih tersampaikan dengan baik dan dapat dipahami oleh khalayak sasaran.



Gambar III.4: Si Lunchai

Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=a3hK5lrhgAA> (07/06/18)

Sedangkan referensi untuk pembuatan gaya visual untuk multimedia interaktif ini merujuk pada film animasi berdurasi 8 menit berjudul Si Lunchai. Si Lunchai adalah film animasi yang dibuat oleh animator kenamaan asal Jerman bernama Hannes Rall. Konsep visual perancangan multimedia interaktif ini meliputi beberapa aspek seperti *layout*, tipografi, ilustrasi dan warna.

III.3.1 Format Desain

Format desain untuk perancangan media informasi Kisah Keteladanan Pasukan Puragabaya menggunakan multimedia interaktif berbasis pada animasi yang dibuat menggunakan aplikasi Adobe Flash CS6 2012. Multimedia interaktif tersebut diperuntukkan bagi komputer sehingga dirancang dengan format sebagai berikut:

- *Extension* : .fla, .swf, .exe
- *Stage Size* : 1280 X 720 px, 16:9 ratio
- *Orientation* : Landscape
- *Frame Rate* : 30 FPS
- *Script* : Action Script 3.0
- *Audio* : Wav, 160 kbps, Stereo

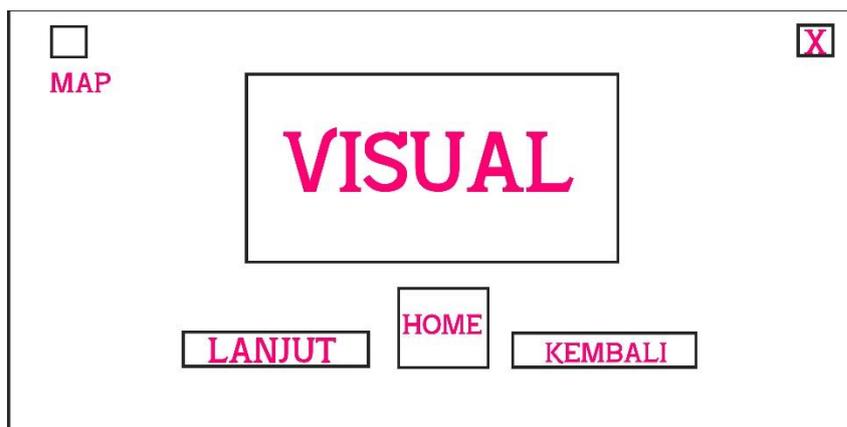
III.3.2 Tata Letak (*Layout*)

Rustan (2009, h.3) mengatakan bahwa *layout* merupakan tata letak bagian – bagian desain pada suatu bidang dalam media tertentu untuk mendukung konsep/pesan yang diutarakan. Jika di analogikan, desain merupakan arsiteknya, sedangkan *layout* adalah pekerjanya. *Layout* yang digunakan dalam rancangan multimedia ini bersifat statis karena menggunakan *storytelling* yang setiap adegannya memiliki kemiripan sesuai dengan alur cerita yang tengah berlangsung.



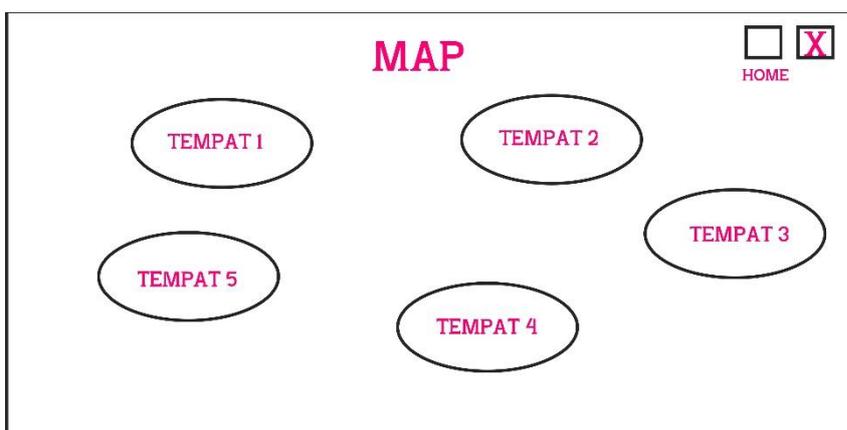
Gambar III.5: *Layout* Homepage
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Pada *layout* homepage terdapat nama judul dari multimedia interaktif dengan tombol mulai dimana itu merupakan awal pada saat multimedia interaktif dimulai. Pada homepage pula dimana tombol yang menuju awal multimedia interaktif dan tombol menuju halaman pengenalan karakter.



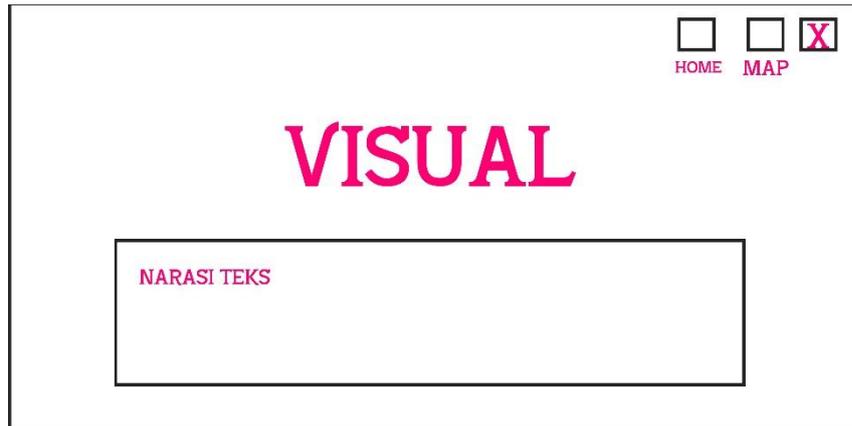
Gambar III.6: *Layout* Pengenalan Karakter
 Sumber: Dokumentasi Pribadi

Layout Pengenalan Karakter adalah halaman dimana para tokoh karakter di perkenalkan dan diberi rincian informasi mengenai asal – usul karakter tersebut. Halaman ini berfokus pada dua tombol yaitu tombol lanjut dan tombol kembali dimana tombol tersebutber fungsi untuk memindahkan karakter.



Gambar III.7: *Layout* Map
 Sumber: Dokumentasi Pribadi

Pada *layout* map, terdapat 5 tempat dimana tempat tersebut memiliki fungsi masing – masing yang berhubungan dengan jalan cerita yang terdapat dalam multimedia interaktif pasukan Puragabaya. 5 tempat tersebut disesuaikan dengan bab cerita yang akan dilalui terlebih dahulu sehingga pengguna dapat melihat multimedia interaktifnya secara berurutan ataupun secara acak.



Gambar III.8: *Layout* Cerita
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Sedangkan untuk layout cerita yang menggunakan *storytelling* mengandalkan visual dengan kotak sebagai narasi dari cerita yang tengah berlangsung. Di dalamnya juga terdapat tombol untuk menuju homepage dan map.

III.3.3 Tipografi

Menurut Kusrianto (2007:190) mengatakan bahwa tipografi diartikan sebagai proses seni untuk menyusun bahan publikasi menggunakan huruf cetak. Oleh karena itu, membuat tipografi meliputi merancang bentuk huruf cetak hingga merangkainya dalam sebuah komposisi yang tepat untuk memperoleh suatu efek tampilan yang dikehendaki. Tipografi dalam rancangan karya desain sangatlah penting sebab, perencanaan dan pemilihan tipografi yang tepat baik ukuran, warna, maupun bentuk diyakini mampu menguatkan isi pesan verbal dari sebuah karya desain.

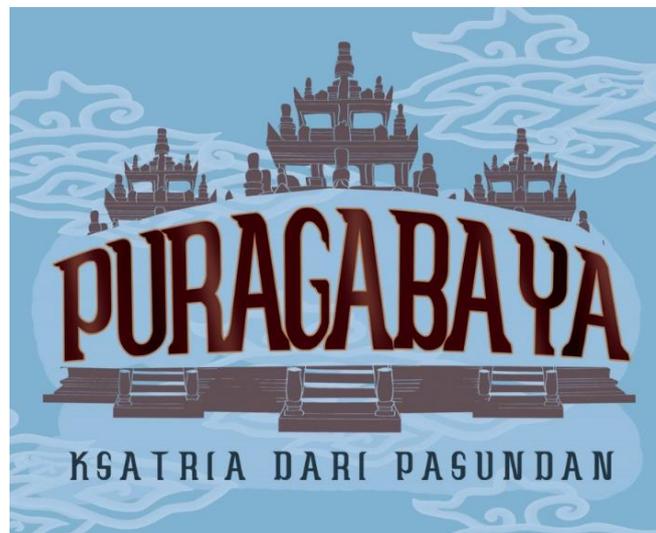
Kesimpulannya adalah bahwa font Serif lebih mudah dibaca untuk tulisan yang khusus untuk dicetak sehingga tipografi yang digunakan untuk rancangan multimedia adalah tipografi yang mengusung tema yang serupa dengan warna batik. Maka terdapat alternatif tipografi jenis Sans Serif yang disesuaikan dengan tema Sunda tersebut salah satunya yang digunakan yaitu tipografi Caruban. Tipografi tersebut memiliki kesan yang kuat karena garis tipografinya yang tebal dengan ujung yang tajam menyerupai bentuk candi yang sesuai dengan tema Puragabaya yang terdapat banyak candi. Tipografi Caruban dibuat oleh Ade

Rukmana dan di dapat secara gratis dari situs www.fontspace.com untuk bagian judul.



Gambar III.9: *Font* Caruban

Sumber: <http://www.fontspace.com/rukmanade/caruban> (06/06/18)

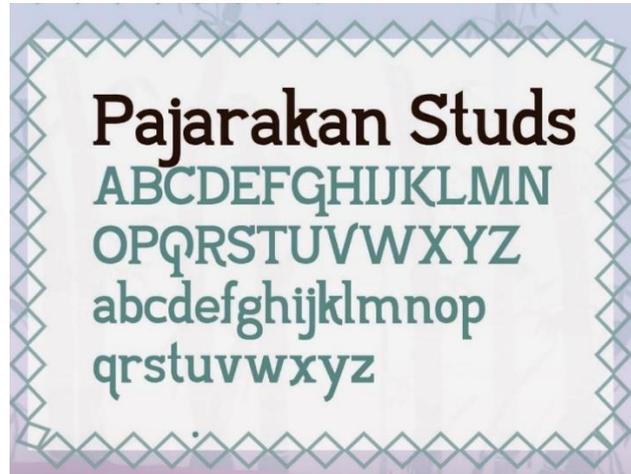


Gambar III.10: Aplikasi *Font* pada Judul

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Sedangkan untuk bagian *bodytext* menggunakan tipografi Pajarakan Studs yang dimana tipografi tersebut memiliki karakteristik yang satu tema dengan Caruban yakni garis tipografinya yang tebal dan ujungnya tajam namun bentuknya yang lebih sederhana. Hal itu menjadikan Pajarakan Studs dapat digunakan untuk tulisan yang banyak juga panjang dan masih dapat terbaca jelas meskipun pada jarak yang

jauh. Pajarakan Studs dibuat oleh Adien Gunarta dan didapat secara gratis dalam situs www.dafont.com.



Gambar III.11: *Font Pajarakan Studs*

Sumber: <https://www.dafont.com/pajarakan-studs.font> (07/06/18)

III.3.4 Ilustrasi

Kusrianto (2007:140) mengatakan bahwa ilustrasi menurut definisinya adalah seni gambar yang dimanfaatkan untuk memberi penjelasan atas suatu maksud atau tujuan secara visual dalam perkembangannya, ilustrasi ternyata tak hanya digunakan dalam sarana pendukung cerita saja, tetapi dapat juga menghiasi ruang kosong. Style ilustrasi keseluruhan yang digunakan pada rancangan multimedia ini mengikuti referensi dari multimedia interaktif Google Ramayana dimana pada multimedia tersebut memasukkan unsur budaya ke dalam animasi interaktif. Pada ilustrasi meliputi studi karakter, studi latar, dan studi ikon.

- Studi Karakter

Menurut Suyanto (2013 :49) mengatakan bahwa pola dasar karakter dalam sebuah cerita dapat dianggap sebagai simbol personifikasi dari berbagai kualitas manusia dan merupakan kunci penting dalam bercerita. 10 pola dasar karakter itu antara lain: pahlawan (*hero*), pembimbing (*mentor*), bayangan (*shadow*), sekutu (*ally*), pemicu (*heraid*), penghalang (*threshold guardian*), penghibur (*trickster*), siluman (*shapeshifter*), orangtua (*parent*), dan anak (*child*). Karakter pada multimedia interaktif ini mengacu pada

referensi kesenian tradisional karakter wayang golek khas Jawa Barat. Wayang golek memiliki beberapa ciri khas diantaranya adalah wajah yang berwarna putih dan mata yang sipit. Hal itu memberikan makna bahwa karakter tersebut adalah karakter kesatria dan memiliki watak yang lembut serta sopan santun.



Gambar III.12: Wayang Golek

Sumber: [http://www.hadisukirno.co.id/produk.html\(5/6/18\)](http://www.hadisukirno.co.id/produk.html(5/6/18))

Ada 4 karakter penting yang mewakili sifat di dalam cerita pewayangan dan diwujudkan di dalam multimedia interaktif yakni Pangeran Anggadipati, Pamanda Rakean, Mang Ogel, dan Colat.



Gambar III.13: Referensi Pangeran Anggadipati

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Pangeran Anggadipati adalah tokoh utama yang diceritakan merupakan keturunan bangsawan yang diharuskan mengikuti pelatihan untuk menjadi

seorang Puragabaya. Karakter Pangeran diambil dari tokoh wayang golek Batara Rama. Batara Rama merupakan sosok yang diyakini berwatak lembut dan bijaksana yang sesuai dengan penggambaran Pangeran dalam novel. Selanjutnya adalah tokoh Pamanda Rakean yang merupakan guru pembimbing pasukan Puragabaya.



Gambar III.14: Referensi Pamanda Rakean
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Referensi karakter Pamanda Rakean diambil dari salah satu tokoh wayang golek Pandawa yaitu Yudistira. Yudistira merupakan anak tertua dari pandawa lima yang memiliki sifat yang tenang dan bijaksana yang penggambarannya mirip dengan Pamanda Rakean dalam novel. Berikutnya adalah Mang Ogel, satu – satunya karakter yang bukan merupakan keturunan bangsawan namun dapat menjadi Puragabaya walaupun tidak secara resmi.



Gambar III.15: Referensi Mang Ogel
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Referensi karakter Mang Ogel diambil dari salah satu tokoh wayang golek punakawan yaitu Gareng. Dalam wayang golek, Gareng merupakan anak terakhir dari tiga anak Semar yang menjadi punakawan. Gareng digambarkan sebagai sosok yang tidak sempurna karena terdapat kecacatan fisik pada dirinya namun dapat menjadi sosok yang hebat dan penggambarannya sesuai dengan karakter Mang Ogel dalam novel.

Tokoh terakhir adalah sang pemimpin pemberontak yaitu Colat. Colat merupakan satu – satunya karakter di luar novel Pangeran Anggadipati yang memiliki kemampuan hebat dalam menghimpun pasukan pemberontak. Karakter Colat diambil dari referensi Denawa atau Bangsa Buta. Bangsa Buta dalam cerita pewayangan merupakan tokoh yang buta akan kebaikan sehingga digambarkan senantiasa melakukan kejahatan, sesuai dengan penggambaran Colat dalam novel.



Gambar III.16: Referensi Colat
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Karakter para Puragabaya digambarkan menggunakan pangsi putih yang mencirikan khas pasundan. Pangsi putih sama halnya dengan baju pangsi warna lain yang berarti baju longgar sebagai cermin gerakan luas dan terbuka.



Gambar III.17: Pangsi putih
 Sumber: <https://www.bukalapak.com/> (14/06/18)

Dalam perancangan multimedia interaktif Puragabaya ada beberapa pola dasar karakter yang digunakan diantaranya sebagai berikut:

Tabel III.5: Studi Karakter
 Sumber: Dokumentasi Pribadi

No.	Karakter	Deskripsi
1.	Pangeran Anggadipati (<i>hero</i>) 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Umur : 14 tahun ○ Tinggi : 155 cm ○ Berat : 45 kg ○ Gender : Laki – laki ○ Ciri Fisik : Memakai kain merah dan mahkota seperti seorang pangeran dan rambut hitam sebau. ○ Sifat : Pangeran adalah orang yang ramah dan pemberani

Lanjutan Tabel III.5: Studi Karakter

No.	Karakter	Deskripsi
2.	<p>Pamanda Rakean (<i>mentor</i>)</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Umur : 45 tahun ○ Tinggi : 165 cm ○ Berat : 50 kg ○ Gender : Laki – laki ○ Ciri Fisik : Memakai kain biru dan mahkota yang menandakan bahwa dia adalah seorang yang berilmu tinggi dan bangsawan. ○ Sifat : Pamanda Rakean adalah orang yang bijaksana
	<p>Mang Ogel (<i>mentor</i>)</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Umur : 34 tahun ○ Tinggi : 175 cm ○ Berat : 70 kg ○ Gender : Laki – laki ○ Ciri Fisik : Warna kulit berwarna kuning yang menandakan ia bukan seorang kesatria, dan ikat kepala yang sederhana menandakan ia bukan keturunan bangsawan. ○ Sifat : Pemberani dan tangguh

Lanjutan Tabel III.5: Studi Karakter

No.	Karakter	Deskripsi
3.	<p>Puragabaya (<i>ally</i>)</p> 	<p>Puragabaya adalah sekumpulan pasukan yang terdiri atas laki – laki keturunan bangsawan yang dilatih untuk menjadi pasukan tempur gerilya</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Umur : 14 - 17 tahun ○ Tinggi : 155 - 165 cm ○ Berat : 45 - 50 kg ○ Gender : Laki – laki ○ Ciri Fisik : Memakai kain oranye dan ikat kepala berlapis emas yang menandakan mereka adalah keturunan bangsawan walaupun bukan dari kerajaan langsung. ○ Sifat : Pemberani dan bijaksana
4.	<p>Colat (<i>threshold guardian</i>)</p> 	<p>Colat adalah pemimpin pemberontak yang mengancam pertahanan kerajaan Pajajaran.</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Umur : 32 tahun ○ Tinggi : 165 cm ○ Berat : 50 kg ○ Gender : Laki – laki ○ Ciri Fisik : Memakai kain merah kotak – kotak dan muka berwarna hijau. ○ Sifat : Culas dan licik

Lanjutan Tabel III.5: Studi Karakter

No.	Karakter	Deskripsi
5.	Pemberontak (<i>threshold guardian</i>) 	Pemberontak adalah anak buah dari Colat yang juga mengancam pertahanan kerajaan Pajajaran <ul style="list-style-type: none"> ○ Umur : 20 - 35 tahun ○ Tinggi : 165 - 175 cm ○ Berat : 50 - 60 kg ○ Gender : Laki – laki ○ Ciri Fisik : Memakai kain kotak – kotak berwarna hijau dan wajah berwarna merah muda ○ Sifat : Patuh
6.	Prabu Siliwangi (<i>heraid</i>) 	Prabu Siliwangi adalah pemimpin sekaligus di kerajaan Pajajaran. Ia juga yang mengirimkan pesan kepada Puragabaya. <ul style="list-style-type: none"> ○ Umur : 44 tahun ○ Tinggi : 175 cm ○ Berat : 60 kg ○ Gender : Laki – laki ○ Ciri Fisik : Memakai kain merah beludru dan mahkota yang megah. ○ Sifat : Bijaksana dan ramah

No.	Karakter	Deskripsi
7.	<p>Ayah Pangeran Anggadipati (<i>parent</i>)</p> 	<p>Ayah Pangeran Anggadipati adalah pemimpin Puri Anggadipati sekaligus orang yang mengutus Pangeran Anggadipati untuk menjadi Pasukan Puragabaya.</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Umur : 54 tahun ○ Tinggi : 175 cm ○ Berat : 55 kg ○ Gender : Laki – laki ○ Ciri Fisik : Memakai kain merah dan mahkota yang menandakan ia seorang pemimpin ○ Sifat : Bijaksana
8.	<p>Jagabaya (<i>ally</i>)</p> 	<p>Jagabaya adalah pasukan tempur kerajaan Pajajaran yang menjadi anak buah dari Puragabaya</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Umur : 20 - 30 tahun ○ Tinggi : 165 - 170 cm ○ Berat : 45 – 50 kg ○ Gender : Laki – laki ○ Ciri Fisik : Memakai baju hitam – hitam dan ikat kepala berwarna coklat. ○ Sifat : Patuh

- Studi Latar (Background)

Menurut Suparmin (2009:54), latar cerita atau setting adalah sesuatu keadaan yang melingkupi pelaku dalam sebuah cerita. Fungsi dari latar sendiri yaitu untuk memberikan suatu gambaran yang jelas supaya peristiwa-peristiwa yang terjadi pada suatu kejadian benar-benar terjadi atau memberikan informasi yang jelas mengenai situasi didalam sebuah cerita.

Latar pada multimedia interaktif Puragabaya menggunakan referensi batik khas Jawa Barat atau Batik Garutan. Garutan merupakan istilah untuk batik yang berasal dari Garut ataupun daerah – daerah lain di pesisir yang menggunakan referensi ciri khas dari batik Garutan. Batik Garutan biasanya berasal dari daerah Garut dan Tasikmalaya. Batik Garutan memiliki karakteristik corak batik yang sederhana dan terkesan di ulang – ulang namun tetap indah. Untuk penggambaran hutan menggunakan Batik Garutan Lepaan Tangkal Awi Manuk nu Neangan Bikang yang berasal dari Garut.



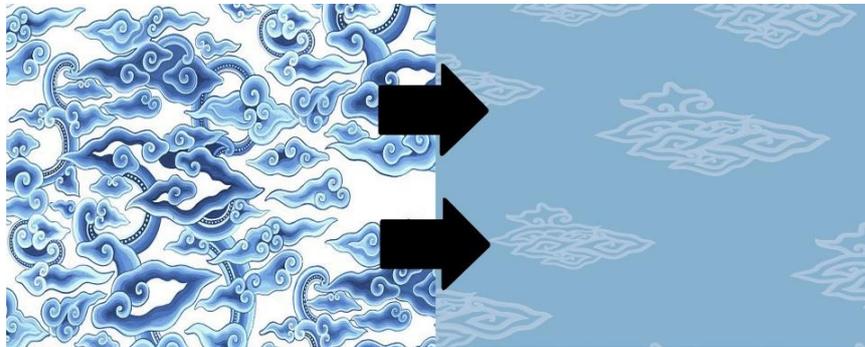
Gambar III.18: Penerapan batik pada latar hutan
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Sedangkan untuk penggambaran kerajaan, puri dan gapura menggunakan batik yang berasal dari Keraton Kasepuhan Cirebon dimana terdapat ciri khas bangunan dari kerajaan Sunda yang referensinya sulit ditemukan dari kerajaan Sunda yang lain. Batik Keraton memiliki ciri khas dimana terdapat gapura dan bangunan seperti rumah di dalamnya.



Gambar III.19: Penerapan batik pada latar Padepokan
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Sedangkan untuk corak awan pada langit menggunakan corak batik Mega Mendung dari Cirebon yang batiknya sendiri sudah di kenal oleh masyarakat bahwa batik tersebut berasal dari Sunda. Motif Mega Mendung memiliki makna bahwa setiap manusia diharuskan dapat mengendalikan emosinya dan meredam amarahnya dalam situasi dan kondisi apapun, seperti halnya awan yang muncul saat cuaca mendung sehingga dapat memberikan ketenangan dan suasana yang menyejukkan di sekitarnya.



Gambar III.20: Penerapan batik pada latar langit
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Secara garis besar referensi latar berasal dari batik – batik khas Jawa Barat dimana di dalamnya terdapat satu kesamaan yaitu menggambarkan keindahan suasana flora dan fauna yang ada di daerah Jawa Barat. Walaupun begitu referensi tidak hanya terdapat dari batik namun juga dari bangunan Candi Cangkuang, dimana Candi Cangkuang adalah satu – satunya artefak bangunan candi yang berada di Jawa Barat. Candi

Canguang digunakan sebagai referensi tempat padepokan Tajimalela yang dimana di deskripsikan pada novelnya merupakan tempat yang berisikan candi – candi sebagai tempat untuk pelatihan para calon Puragabaya. Referensi latar yang digunakan tercantum dalam tabel seperti berikut:

Tabel III.6: Referensi Latar
 Sumber: Dokumentasi Pribadi

Referensi	Aplikasi pada Latar
<p>Batik Garutan</p> <p>Motif: Keraton Galuh</p> <p>Asal: Garut</p>	
<p>Batik Garutan</p> <p>Motif: Keraton Galuh</p> <p>Asal: Garut</p>	

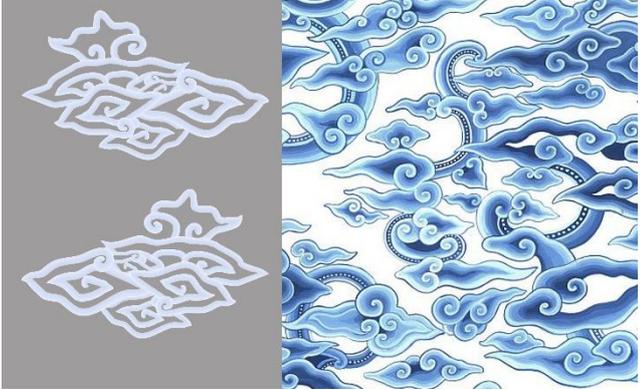
Lanjutan Tabel III.6: Referensi Latar

Referensi	Aplikasi pada Latar
<p>Batik Garutan</p> <p>Motif: Awi Ngarambat Asal: Tasikmalaya</p>	
<p>Batik Garutan</p> <p>Motif: Manuk Entreup dina Awi Asal: Garut</p>	
<p>Batik Garutan</p> <p>Motif: Lepaan Tangkal Awi Manuk nu Neangan Bikang Asal: Garut</p>	

Lanjutan Tabel III.6: Referensi Latar

Referensi	Aplikasi pada Latar
<p>Batik Bogor</p> <p>Motif: Kebun Raya Bogor</p> <p>Asal: Bogor</p>	
<p>Batik Cirebon</p> <p>Motif: Gapura</p> <p>Asal: Cirebon</p>	
<p>Batik Cirebon</p> <p>Motif: Keraton Cirebon</p> <p>Asal: Cirebon</p>	

Lanjutan Tabel III.6: Referensi Latar

Referensi	Aplikasi pada Latar
<p>Batik Cirebon</p> <p>Motif: Mega Mendung</p> <p>Asal: Cirebon</p>	
<p>Candi Canguang</p> <p>Asal: Garut</p>	

○ Studi Ikon

Menurut Budiman (2004, h.29) ikon adalah tanda yang mengandung kemiripan rupa sebagaimana yang dikenali oleh pemakainya. Persepsi manusia berpengaruh dalam penafsiran dan pembentukan ikon ini. Pada perancangan multimedia interaktif ini, ikon berfokus pada tema batik untuk menyelelarkan tema yang sudah dibangun.



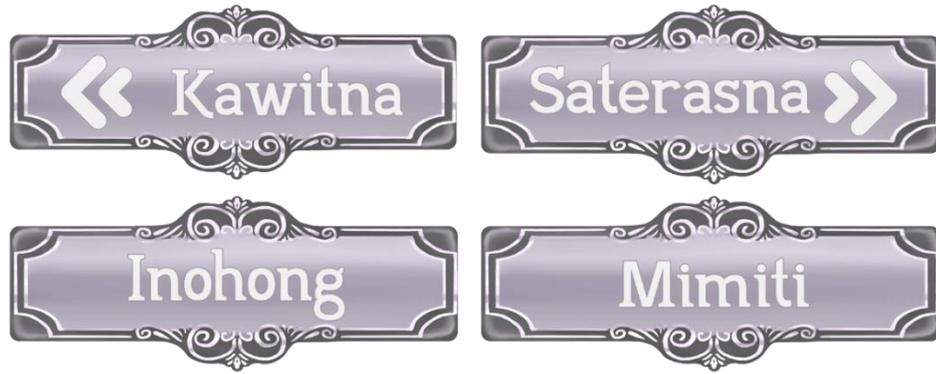
Gambar III.21: Gawangan Batik
Sumber: <http://gawanganbatik.blogspot.com/> (06/06/18)

Ikon dirancang dengan menggunakan bingkai dari referensi gawangan atau gantungan untuk kain batik agar memberikan kesan kerajaan.



Gambar III.22: Aplikasi ikon
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Sedangkan untuk ikon yang memakai teks, teks ikon yang digunakan adalah teks dengan istilah dari Basa Sunda seperti *Kawitna* atau sebelumnya yang berarti itu adalah tombol untuk kembali ke awal dan *Saterasna* atau selanjutnya yang berarti itu adalah tombol untuk melanjutkan ke seterusnya. *Inohong* atau tokoh dalam ikon ini adalah tombol untuk menuju ke pengenalan karakter dan *Mimiti* adalah tombol untuk memulai multimedia interaktif tersebut.



Gambar III.23: Aplikasi istilah Sunda dalam ikon
 Sumber: Dokumentasi Pribadi

III.3.5 Warna

Menurut Kusrianto (2007:47) mengatakan bahwa warna merupakan pelengkap gambar serta mewakili suasana kejiwaan dalam berkomunikasi. Warna juga merupakan unsur yang sangat tajam untuk menyentuh kepekaan penglihatan sehingga mampu merangsang perasaan. Secara visual warna memiliki kekuatan yang mampu mempengaruhi citra orang yang melihatnya dimana masing-masing warna mampu memberikan respon secara psikologis. Warna yang digunakan pada multimedia interaktif pasukan Puragabaya menggunakan palet warna sebagai berikut.



Gambar III.24: Palet Warna
 Sumber: Dokumentasi Pribadi

Warna tersebut dipilih karena menggambarkan suasana langit pada saat menjelang terbitnya matahari atau biasa dikenal dengan waktu fajar. Waktu fajar identik dengan warna biru keunguan dan melambangkan energi bagi orang yang sering memulai aktivitas pada saat waktu tersebut. Warna pada langit saat fajar merupakan warna kombinasi dari warna dasar biru, kuning dan merah. Warna – warna tersebut apabila dikombinasikan akan terlihat warna ungu dan warna oranye.



Gambar III.25: Referensi warna langit

Sumber: <https://tanyazae.wordpress.com/2012/07/03/rahasia-warna-langit-ketika-waktu-shalat/> (05/05/18)

Warna putih untuk pakaian pasukan Puragabaya dipilih karena melambangkan karakter positif, merangsang, cemerlang, ringan dan sederhana. Warna putih melambangkan pula kekuatan, dan cahaya. Warna pada pakaian karakter juga dipilih berdasarkan kepribadian dan simbol yang diwakilkan dengan variasi warna. Filosofi dan arti warna yang beragam akan menjadikan karakter lebih mudah untuk dikenali dan dibedakan. Warna tersebut jug bertujuan untuk membangun identitas dari setiap individual karakter. Berikut merupakan pengertian secara rinci dari warna yang dipilih untuk karakter berdasarkan filosofi dari Darmaprawira (2002, h.46)

Tabel III.7: Studi Warna Karakter
 Sumber: Dokumentasi Pribadi

No.	Karakter	Deskripsi
1	Pangeran Anggadipati 	Warna: Merah Keunguan Warna merah keunguan mempunyai karakteristik mulia, agung, kaya, dan mengesankan. Warna ini adalah kombinasi dari warna merah dan biru. Warna ini adalah warna yang sangat disukai raja – raja pada masa lampau. Warna ini adalah warna yang paling menarik perhatian dari warna – warna lainnya.
2	Pamanda Rakean 	Warna: Biru Warna biru memiliki karakteristik sejuk, pasif dan tenang, juga damai. Warna biru merupakan warna yang mempesona karena biru melambangkan kesucian harapan dan kedamaian.

Lanjutan Tabel III.7: Studi Warna Karakter

No.	Karakter	Deskripsi
3	<p>Mang Ogel</p> 	<p>Warna: Kuning Hijau</p> <p>Warna hijau adalah warna yang hampir memiliki sifat yang sama dengan biru yaitu cenderung netral terhadap emosi. Namun kuning hijau yang merupakan perpaduan warna memiliki pengertian persahabatan, muda, dan memiliki kehangatan tapi kuat.</p>
4	<p>Puragabaya</p> 	<p>Warna: Jingga</p> <p>Warna jingga melambangkan kelincahan dan kesenangan. Hal itu pula yang membuat arti warna dari Jingga adalah warna yang menggambarkan semangat muda, hangat, dan menarik.</p>

Lanjutan Tabel III.7: Studi Warna Karakter

No.	Karakter	Deskripsi
9.	<p>Colat</p> 	<p>Warna: Hitam</p> <p>Warna hitam adalah warna yang melambangkan ketidakhadiran cahaya atau kegelapan. Warna ini sering dilambangkan sebagai warna kehancuran atau kekeliruan. Umumnya warna hitam diidentifikasi sebagai sifat negatif.</p>

III.4 Konsep Audio

III.4.1 Musik Latar

Menurut Samedhi (2011:76) mengatakan bahwa musik latar terdiri dari 2 macam yaitu IT sound dan Ilustrasi. IT sound adalah suara yang dihasilkan secara alami oleh benda-benda yang terlihat atau terpampang. IT sound sangat penting bagi produksi film, agar kesan alami tetap terjaga karena dengan menyertakan suara alamnya, maka film menjadi lebih hidup. IT sound dibagi menjadi 2 bagian, yaitu:

- Suara yang terlihat
Suara yang terlihat adalah suara yang sumbernya terlihat di layar. Pada bagian ini suara yang akan ditonjolkan adalah suara saat tombol ditekan.
- Suara yang tidak terlihat.
Suara yang tidak terlihat adalah suara yang dapat didengar namun sumbernya tidak terlihat di layar. Biasanya suara ini digunakan untuk memberikan kesan / efek dramatis dari suatu adegan. Pada bagian ini suara yang akan ditonjolkan adalah suara dari alat musik tradisional degung

Sedangkan Ilustrasi merupakan musik pengiring yang digunakan untuk mempertegas atau menjadi bumbu suatu tayangan. Walaupun ilustrasi tidak sepenting IT sound, tapi dalam beberapa kasus ilustrasi dibutuhkan untuk menambah dramatis suatu adegan. Untuk ilustrasi sebaiknya dipilih musik instrumental bukan musik bervokal sebab dikhawatirkan vokal yang ada bisa terjadi tabrakan antara vokal utama dan vokal dari ilustrasi.

Pada ilustrasi lagu untuk rancangan multimedia banyak menggunakan lagu dengan suasana nada gamelan yang mengalun agar terasa kesan budaya sunda pada saat memainkan multimedia interaktif tersebut.

III.4.2 Efek Suara

Efek suara atau *sound effect* berhubungan sangat erat dengan dramatisasi yaitu usaha untuk tetap mengikat penonton agar tidak mengalihkan perhatian dari tayangan. *Sound effect* adalah suara tambahan untuk lebih mempertegas arti dan makna *shot* atau adegan karena *sound effect* berhubungan dengan dramatisasi, maka *sound effect* harus sangat diperhatikan. Efek suara yang digunakan adalah pada saat terjadinya pertarungan.