

Laporan Pengantar Tugas Akhir
PERANCANGAN INFORMASI FENOMENA PESUGIHAN
SUNDA MELALUI MEDIA BUKU ILUSTRASI

19106/Tugas Akhir
Semester I 2022/2023

oleh:
Mochamad Jabar Mursalim
NIM.51918158
Program Studi Desain Komunikasi Visual



FAKULTAS DESAIN
UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA
BANDUNG
2023

LEMBAR PENGESAHAN

**PERANCANGAN INFORMASI FENOMENA PESUGIHAN SUNDA
MELALUI MEDIA BUKU ILUSTRASI**

Mochammad Jabar Mursalin

NIM. 51918158

Telah disetujui dan disahkan di Bandung sebagai Tugas Akhir

pada:

(Maret 2023)

Menyetujui,

Pembimbing

Dr. Kankan Kasmana, S.Sn, M.Ds,

NIP. 4127 32 06 010

Dekan

Fakultas Desain

Ketua Program Studi

Desain Komunikasi Visual

Assoc. Prof. Dr. Ir. Lia Warlina, M.Si.

NIP. 4127 70 17 006

Dr. Kankan Kasmana, S.Sn, M.Ds.

NIP. 4127 32 06 010

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Mochamad Jabar Mursalim

NIM : 51918158

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Dengan ini menyatakan bahwa karya beserta Laporan Tugas Akhir ini adalah benar merupakan hasil karya perancangan sendiri dan bukan duplikasi dari hasil karya Perancangan orang lain.

Pernyataan ini Saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka Saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan aturan yang berlaku.

Bandung, Maret 2023

Mochamad Jabar Mursalim

NIM. 51918158

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadirat Allah Subhanahuwata ala yang dengan ridho dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir dalam keadaan sehat dan dengan proses yang berlangsung lancar. Laporan Pengantar Tugas Akhir ini berjudul **“PERANCANGAN INFORMASI FENOMENA PESUGIHAN SUNDA MELALUI MEDIA BUKU ILUSTRASI”**. Tak lupa penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. H. Eddy Soeryanto Soegoto, M.T selaku Rektor dan Pendiri Universitas Komputer Indonesia
2. Assoc. Prof. Dr. Ir. Lia Warlina, M.Si. selaku Dekan Fakultas Desain Universitas Komputer Indonesia.
3. Dr. Kankan Kasmana, S.Sn, M.Ds, selaku ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual.
4. Dr. Kankan Kasmana, S.Sn, M.Ds, selaku dosen pembimbing yang senantiasa memberikan arahan dan bimbingan kepada perancang.
5. Orang tua dan keluarga tercinta yang selalu mendukung baik moril maupun materil.
6. Nafa Salvana Yasmin yang yang selalu mendukung selama Tugas Akhir berlangsung.

Menyadari akan banyaknya kekurangan dalam perancangan laporan ini, maka kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan penulis.

Bandung, Maret 2023
Perancang

Mochamad Jabar Mursalim
NIM. 51918158

ABSTRAK

PERANCANGAN INFORMASI FENOMENA PESUGIHAN SUNDA MELALUI MEDIA BUKU ILUSTRASI

Oleh:

Mochamad Jabar Mursalim

NIM. 51918158

Program Studi Desain Komunikasi Visual

Pesugihan atau sugih yang berarti kaya atau berada, dengan mendapatkan imbuhan pe dan an arti kata tersebut adalah kekayaan. Pesugihan sering disebut cara mudah untuk mendapatkan kekayaan. Untuk mendapatkan kekayaan ini pun tidak mudah karena pelaku pesugihan harus siap menerima konsekuensi tumbal yang harus disiapkan, biasanya terjadi pada orang-orang yang sudah mengalami putus asa dan sudah tidak memperdulikan makhluk hidup sekitarnya. Perancangan karya ini bertujuan untuk memberi informasi yang sebenarnya mengenai fenomena pesugihan khususnya di masyarakat Sunda yang dimana masih marak sekali informasi ambigu sehingga menyebabkan ada yang mempercayai ini fakta dan juga masih banyak yang menyebut ini mitos. Dalam perancangan kali ini digunakannya metode dengan cara pendekatan kualitatif secara mendalam pendapat atau argumen dari narasumber yaitu orang yang berpengalaman dan pula menganalisisnya secara deskriptif.

Kata Kunci: *Fenomena, Mistis, Pesugihan, Tumbal*

ABSTRACT

***INFORMATION DESIGN OF SUNDANESE PESUGIHAN PHENOMENA
THROUGH ILLUSTRATION BOOK MEDIA***

By:

Mochamad Jabar Mursalim

NIM. 51918158

Study Program Visual Communication Design

Pesugihan or sugih means rich or wealthy, with the addition of pe and an, the word means wealth. Pesugihan is often called an easy way to get wealth. To get this wealth is not easy because the perpetrators of pesugihan must be ready to accept the consequences of the sacrifices that must be prepared, usually occurring in people who have experienced despair and have no concern for the surrounding living things. The design of this work aims to provide actual information about the pesugihan phenomenon, especially in Sundanese society, where ambiguous information is still rampant, causing some to believe this is a fact and also many to call this a myth. In this design, the research method is used by using a qualitative approach in-depth opinions or arguments from sources, namely experienced people and also analyzing them descriptively.

Keywords: Phenomenon, Mystical, Pesugihan, Tumbal

DAFTAR ISI

| | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| LEMBAR PENGESAHAN | i |
| LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA TUGAS AKHIR | ii |
| KATA PENGANTAR..... | iii |
| ABSTRAK | iii |
| ABSTRACT | iv |
| DAFTAR ISI..... | vi |
| DAFTAR GAMBAR..... | ix |
| DAFTAR TABEL | xi |
| BAB I. PENDAHULUAN..... | 1 |
| I.1 Latar Belakang Masalah | 1 |
| I.2 Identifikasi Masalah..... | 3 |
| I.3 Rumusan Masalah..... | 3 |
| I.4 Batasan Masalah | 4 |
| I.5 Tujuan dan Manfaat Perancangan..... | 4 |
| I.5.1 Tujuan Perancangan..... | 4 |
| I.5.2 Manfaat Perancangan..... | 4 |
| BAB II. PEMBAHASAN MASALAH & SOLUSI MASALAH FENOMENA PESUGIHAN SUNDA | 6 |
| II.1 Landasan Teori | 6 |
| II.1.1 Pengertian Pesugihan..... | 6 |
| II.1.2 Tujuan & Fungsi Pesugihan | 7 |
| II.1.3 Sejarah Pesugihan..... | 7 |
| II.2 Objek Perancangan..... | 8 |
| II.2.1 Pesugihan Makam Kuno Gunung Simpay | 9 |
| II.2.2 Pesugihan Mustika Sumur Bandung | 9 |
| II.2.3 Pesugihan Monyet Gaib Purwakarta | 10 |
| II.2.4 Pesugihan Goa Pamijahan Tasikmalaya..... | 11 |
| II.2.5 Pesugihan Siluman Babi..... | 12 |
| II.2.6 Pesugihan Gunung Salak..... | 13 |
| II.2.7 Pesugihan Munding Seuri Gunung Gede | 15 |
| II.2.8 Pesugihan Goa Manik Sukabumi | 15 |
| II.2.9 Pesugihan Gunung Hejo Subang | 16 |
| II.2.10 Pesugihan Curug Cikaso | 16 |

| | |
|----------------------------------------------------------------|-----------|
| II.3 Analisis Objek | 18 |
| II.3.1 Studi Literatur..... | 18 |
| II.3.2 Studi Observasi..... | 19 |
| II.3.3 Wawancara | 20 |
| II.4 Resume | 22 |
| II.5 Solusi Perancangan..... | 23 |
| BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN..... | 23 |
| III.1 Khalayak Sasaran | 24 |
| III.1.1 Demografis | 24 |
| III.1.2 Psikografis | 24 |
| III.1.3 Geografis | 24 |
| III.1.4 Consumer Insight | 25 |
| III.1.5 Consumer Journey..... | 25 |
| III.2 Strategi Perancangan..... | 28 |
| III.2.1 Tujuan Komunikasi | 29 |
| III.2.2 Pendekatan Komunikasi | 29 |
| III.2.2.1 Strategi Komunikasi Verbal | 29 |
| III.2.2.2 Strategi Komunikasi Visual | 30 |
| III.2.3 Mandatori | 30 |
| III.2.4 Materi Pesan..... | 31 |
| III.2.5 Gaya Bahasa..... | 32 |
| III.2.6 Strategi Kreatif | 32 |
| III.2.6.1 Sampul Depan Buku | 32 |
| III.2.6.2 Sampul Belakang Buku..... | 33 |
| III.2.7 Strategi Media | 34 |
| III.2.7.1 Media Utama..... | 34 |
| III.2.7.2 Media Pendukung..... | 34 |
| III.2.8 Strategi Distribusi..... | 36 |
| III.2.8.1 Penyebaran Berdasarkan Waktu | 36 |
| III.2.8.2 Penyebaran Berdasarkan Tempat (Pendistribusian)..... | 38 |
| III.3 Konsep Visual | 39 |
| III.3.1 Format Desain | 40 |
| III.3.1.1 Media Utama..... | 41 |
| III.3.1.2 Media Pendukung..... | 41 |

| | |
|------------------------------------------------|-----------|
| III.3.2 Tata Letak..... | 46 |
| III.3.3 Tipografi..... | 47 |
| III.3.4 Ilustrasi..... | 48 |
| III.3.5 Warna..... | 49 |
| BAB IV. MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI | 50 |
| IV.1 Media Utama..... | 50 |
| IV.2 Media Pendukung | 55 |
| BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN | 64 |
| V.I Kesimpulan | 64 |
| V.II Saran | 65 |
| DAFTAR PUSTAKA | 66 |
| LAMPIRAN..... | 67 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| BAB II. PEMBAHASAN MASALAH & SOLUSI MASALAH FENOMENA PESUGIHAN SUNDA | 6 |
| Gambar II. 1 Ilustrasi Suasana Gunung Simpay | 9 |
| Gambar II. 2 Monumen Sumur Bandung | 10 |
| Gambar II. 3 Monyet Kera | 11 |
| Gambar II. 4 Goa Pamijahan | 12 |
| Gambar II. 5 Babi Ngepet | 13 |
| Gambar II. 6 Pemandangan Gunung Salak | 14 |
| Gambar II. 7 Pemandangan Curug Cikaso | 17 |
| Gambar II. 8 Sampul Buku Pesugihan | 19 |
| Gambar II. 9 Media Observasi | 20 |
| Gambar II. 10 Proses Wawancara Narasumber | 21 |
| Gambar II. 11 Profil Narasumber | 22 |
| | |
| BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN | 23 |
| Gambar III. 1 Visual hatching | 30 |
| Gambar III. 2 Logo Bentara Budaya | 31 |
| Gambar III. 3 Referensi Hatching | 40 |
| Gambar III. 4 Referensi Dark Art | 40 |
| Gambar III. 5 Format Desain <i>X-Banner</i> | 42 |
| Gambar III. 6 Format Desain Poster | 42 |
| Gambar III. 7 Format Desain <i>T-shirt</i> | 43 |
| Gambar III. 8 Format Desain <i>Tote Bag</i> | 44 |
| Gambar III. 9 Format Desain <i>Note Book</i> | 44 |
| Gambar III. 10 Format Desain Stiker | 45 |
| Gambar III. 11 Format Desain Gantungan Kunci | 45 |
| Gambar III. 12 Format Desain Pembatas Buku | 46 |
| Gambar III. 13 Tata Letak Buku | 46 |
| Gambar III. 14 <i>Font</i> Upakarti | 47 |
| Gambar III. 15 <i>Font</i> Birmingham | 48 |

| | |
|-----------------------------------------------------------------|-----------|
| Gambar III. 16 <i>Font</i> Adegas Serif | 48 |
| Gambar III. 17 Palet Warna | 49 |
| BAB IV. MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI | 50 |
| Gambar IV. 1 Proses Sketsa..... | 51 |
| Gambar IV. 2 Proses Detail Sketsa..... | 51 |
| Gambar IV. 3 Proses <i>Finishing</i> Akhir <i>Artwork</i> | 52 |
| Gambar IV. 4 <i>Mock Up</i> Sampul Buku | 53 |
| Gambar IV. 5 Hasil Akhir Sampul Buku | 54 |
| Gambar IV. 6 Hasil Akhir Isi Cerita Halaman..... | 54 |
| Gambar IV. 7 Hasil Akhir Pembatas Isi Halaman | 55 |
| Gambar IV. 8 Format Desain <i>X-Banner</i> | 56 |
| Gambar IV. 9 Format Desain Poster | 57 |
| Gambar IV. 10 Format Desain <i>T-shirt</i> | 58 |
| Gambar IV. 11 Desain <i>Tote Bag</i> | 58 |
| Gambar IV. 12 Format Desain <i>Note Book</i> | 59 |
| Gambar IV. 13 Format Desain Stiker | 60 |
| Gambar IV. 14 Format Desain Gantungan Kunci..... | 61 |
| Gambar IV. 15 Format Desain Pembatas Buku | 62 |
| Gambar IV. 16 Desain <i>Story</i> Media Sosial | 63 |

DAFTAR TABEL

| | |
|-------------------------------------------------|----|
| Tabel III. 1 <i>Consumer Journey</i> | 26 |
| Tabel III. 2 Penyebaran Berdasarkan Waktu | 36 |
| Tabel III. 3 Penyebaran Berdasarkan Tempat..... | 39 |

BAB I. PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Manusia adalah makhluk sosial yang dimana saling membutuhkan, apalagi dibidang ekonomi yang semua individunya dituntut harus memiliki status ekonomi yang bisa dibidang berkecukupan. Maka dari itu tidak jarang dijumpai banyak sekali manusia yang berkeinginan kaya raya dalam bentuk materi, hal ini yang sering dikaitkan manusia adalah makhluk sosial yaitu saling berkerja sama untuk memenuhi kebutuhan ekonominya agar tingkat kehidupannya juga meningkat.

Seiring berkembangnya zaman manusia semakin dituntut untuk berkecukupan hal ini membuat tertekannya sebagian kalangan yang sedang berkembang karena manusia yang sudah diatas semakin diatas dan semakin mustahil untuk menggapai kesetaraan tersebut. Walaupun zaman sudah semakin maju manusia yang masih mempercayainya sebagai jalan pintas untuk menuju kekayaan masih tetap melakukannya walaupun resikonya sangat berbahaya, yakni melakukan ritual-ritual yang diyakini bisa mengabdikan segala keinginan manusia tersebut.

Ritual adalah metode yang membuat suatu kelompok agar dapat menggapai tujuannya. Ritual menciptakan ataupun menjaga suatu mitos dan agama, karena ritual adalah agama dalam tindakan. Ritual bisa bersifat pribadi atau kolektif, dan membentuk etos pribadi pelaku sesuai dengan budaya masing-masing. Sebagai kata sifat, ritual adalah segala sesuatu yang berhubungan atau terlibat dalam upacara keagamaan, seperti kelahiran, kematian, upacara perkawinan, dan ritual sehari-hari untuk menandakan kesucian seseorang kepada mereka yang membutuhkan perlakuan khusus. Salah satu ritual yang dipercaya dapat mempercepat kekayaan seperti yang manusia maksud adalah ritual pesugihan.

Pesugihan sering disebut cara mudah untuk mendapatkan kekayaan. Untuk mendapatkan kekayaan ini pun tidak mudah karena pelaku pesugihan harus siap menerima konsekuensi tumbal yang harus disiapkan, biasanya terjadi pada orang-orang yang sudah mengalami putus asa dan sudah tidak memperdulikan makhluk hidup sekitarnya. Hal ini dapat dilihat ketika pelaku pesugihan sudah

memberanikan diri untuk menerima konsekuensi akan mencarikan tumbal nyawa yang nantinya diserahkan kepada jin, iblis, atau siluman. Apabila pelaku pesugihan sudah meninggal atau tidak melakukan ritual tumbal, semua kekayaannya akan lenyap seketika apabila tidak ada yang meneruskannya. Praktek pesugihan banyak jenisnya dimulai dari yang paling sering sukses yang dimana praktek ini pun sudah banyak masyarakat mengetahuinya dan sebaliknya pula ada yang sangat minim tingkat kesuksesannya. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya tumbal ataupun bisa disebut juga penggantinya.

Berdasarkan hasil survei perancang pada tahun (2021). Kebanyakan masyarakat sering mengaitkan ritual pesugihan ini dengan dengan ritual gaib yang membuat pelakunya menjadi kaya raya dengan sangat tiba-tiba, namun masyarakat pula tidak tahu kesulitan tersendiri dan berbagai macam resiko yang akan terdampak kepada pelaku praktek pesugihan. Masyarakat hanya memahami bahwa jika melakukan praktek pesugihan harus bisa mempersiapkan tumbal keluarga untuk di persembahkan ke makhluk halus.

Kebiasaan manusia yang memiliki sifat labil karena takut akan hal yang tidak diinginkan terhadap kerabat dan keluarga yang dicintainya membuat manusia terus mencari alternatif penggandaan harta atau rezeki dengan cara yang sangat aman. Seiring waktu dan usaha dalam pencarian informasi mengenai pesugihan, terdapatlah jawaban dari pesugihan yang tidak memerlukan tumbal dalam prakteknya. Ada beberapa praktek pesugihan yang tidak memerlukan tumbal namun pesugihan yang tidak membutuhkan tumbal menyebabkan seringnya terjadi kegagalan dalam praktek tersebut.

Banyaknya tempat bersejarah di Indonesia, menjadikan masyarakat mengunjungi tempat dan wisata alam di Indonesia sebagai tempat untuk ritual. Salah satunya merupakan Jawa Barat yang mempunyai banyak tempat bersejarah dan juga sekaligus merupakan tempat wisata alam yang digunakan sebagai praktek ritual pesugihan. Beberapa pesugihan ini terdata dari beberapa situs media kabar dan informasi seperti detik.com dan kumparan.com. Ritual pesugihan itu diantaranya adalah pesugihan makam kuno di Gunung Simpay, pesugihan Mustika Sumur Bandung, pesugihan Monyet Gaib di Purwakarta, pesugihan Goa Pamijahan di

Tasikmalaya, pesugihan Gunung Tilu di Kuningan, pesugihan Gunung Salak, pesugihan Munding Seuri di Gunung Gede, pesugihan Goa Manik di Sukabumi, pesugihan Gunung Hejo di Subang dan juga pesugihan Curug Cikaso.

Meskipun pesugihan dianggap fenomena tidak pasti kebenarannya, namun segelintir masyarakat masih mempercayai dan melakukan fenomena tersebut. Tidak bisa dipungkiri bahwa budaya masyarakat Indonesia terutama Jawa Barat masih kental akan hal gaib. Dapat diartikan bahwa pesugihan merupakan fenomena dari budaya masyarakat yang masih kental dengan dunia gaib dan masih mempercayai beragam makhluk halus.

Selain itu, hal tersebut dapat memperkaya kesenian dan keanekaragaman budaya, masyarakat mampu mengenal dan beradaptasi dengan keadaan alam serta memberikan pembelajaran dini kepada masyarakat sekarang maupun generasi selanjutnya tentang cerita nenek moyang terdahulu. Lebih mencintai dan bangga terhadap budaya Jawa Barat yang masih banyak yang perlu diketahui lagi, menjaga identitas bangsa agar menghindari adanya pengakuan dari negara lain.

I.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka dapat diidentifikasi sebagai berikut:

- Banyaknya masyarakat yang jarang mengetahui banyaknya cerita dari nenek moyang terdahulu mengenai fenomena ritual pesugihan khususnya di Jawa Barat.
- Terkikisnya peninggalan dari nenek moyang terdahulu mengenai fenomena ritual pesugihan, yaitu cerita yang memiliki nilai moral yang bermanfaat bagi pendengarnya.

I.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar dan juga identifikasi masalah maka perancang membuat rumusan masalah dengan beberapa pertanyaan untuk memudahkan perancang yang akan dilakukan, yaitu bagaimana caranya untuk memberikan informasi mengenai ritual pesugihan di daerah Jawa Barat kepada masyarakat melalui media yang mengundang target khalayak untuk memahami dan bisa membayangkan informasi

ritual pesugihan?

I.4 Batasan Masalah

Dalam perancangan ini membatasi beberapa batasan, agar perancangan ini tidak terlalu luas, maka masalah yang diangkat terbatas pada pengertian dan kajian tentang Pesugihan Sunda.

- Batasan Objek: Objek yang ditulis dalam karya ilmiah hanya membahas tentang praktek ritual pesugihan.
- Batasan tempat: Keterangan tempat hanya terbatas di wilayah Jawa Barat. Dikarenakan banyaknya jenis-jenis praktek ritual yang tersebar di Indonesia, batasan dari perancangan ini lebih di khususkan untuk pesugihan di daerah Jawa Barat saja.
- Batasan Waktu: Batasan waktu yang digunakan dalam perancangan ini yaitu mulai dari November 2022 sampai dengan Januari 2023.

I.5 Tujuan dan Manfaat Perancangan

Dalam melakukan perancangan ini harus memiliki tujuan yang pasti, tidak sekalipun berubah atau terbawa arus. Perancang harus memahami apa saja manfaat yang akan didapat setelah perancangan ini selesai. Adapun tujuan dan manfaat perancangan tentang praktek ritual pesugihan di Jawa Barat.

I.5.1 Tujuan Perancangan

Agar masyarakat lebih mengetahui bahwa banyaknya warisan cerita hal mistis pemberian nenek moyang zaman dulu tentang jenis ritual pesugihan khususnya di daerah Jawa Barat

I.5.2 Manfaat Perancangan

Manfaat perancangan adalah salah satu proses pencarian tujuan perancangan agar bisa berguna bagi khalayak sasaran. Berikut ini penjabaran manfaat perancangan sebagai berikut:

1. Bagi Masyarakat
 - Masyarakat dapat meningkatkan ilmu pengetahuannya mengenai keragaman budaya pesugihan.

- Masyarakat mendapatkan gambaran mengenai beberapa pesugihan di daerah Jawa Barat.
2. Bagi Keilmuan
- Memberikan sumbangsih proses perancangan dalam bentuk media visual.
 - Memberikan khasanah keilmuan referensi kayanya tentang pesugihan di daerah Jawa Barat
3. Bagi Perancang
- Menjadikan perancangan tersebut sebagai portofolio
 - Menambah pengalaman serta wawasan
 - Memperluas koneksi dan akses

BAB II. PEMBAHASAN MASALAH & SOLUSI MASALAH FENOMENA PESUGIHAN SUNDA

II.1 Landasan Teori

Menurut (Humaeni 2015) Ritual adalah metode yang membuat kelompok agar bisa menggapai tujuannya. Ritual menciptakan ataupun menjaga suatu mitos dalam dan agama, karena ritual adalah agama dalam tindakan. Ritual bisa bersifat pribadi atau kolektif, dan membentuk etos pribadi pelaku sesuai dengan budaya masing-masing. Sebagai kata sifat, ritual adalah segala sesuatu yang berhubungan atau terlibat dalam upacara keagamaan, seperti kelahiran, kematian, upacara perkawinan, dan ritual sehari-hari untuk menandakan kesucian seseorang kepada mereka yang membutuhkan perlakuan khusus.

Menurut jurnal (Dhavamony 1995) mengatakan bahwa ritual adalah sesuatu ungkapan yang lebih bersifat logis dari pada yang bersifat psikologis, ritual memperlihatkan tatanan atas simbol-simbol yang diobjekan, simbol - simbol ini memperlihatkan perilaku dan peranan serta bentuk pribadi para pemuja dan mengikuti masing-masing.

Ritual adalah cara manusia memuja dan mempercayai bahwa adanya pencipta dari yang sudah menciptakannya, ritual sendiri bisa disebut ritual apabila telah mengikuti syarat – syarat yang tertulis maupun lisan. Biasanya ritual memiliki tingkatan yang berbeda, bisa dilihat dari syarat atau hal yang di lakukan saat ritual tersebut berlangsung. Banyak masyarakat yang melakukan ritual biasanya untuk memohon sesuatu dari pencipta yang dipercaya. Ada pula masyarakat yang sedikit berbelok dan menggelapkan penciptanya sendiri, yaitu mengadakan ritual untuk roh halus atau sering disebut jin.

II.1.1 Pengertian Pesugihan

Menurut buku (Tuasikal 2018) ritual pesugihan atau sugih yang berarti kaya atau berada, dengan mendapatkan imbuhan pe dan an arti kata tersebut adalah kekayaan. Pesugihan sering disebut cara mudah untuk mendapatkan kekayaan. Untuk mendapatkan kekayaan ini pun tidak mudah karena pelaku pesugihan harus siap menerima konsekuensi tumbal yang harus disiapkan, biasanya terjadi pada orang-

orang yang sudah mengalami putus asa dan sudah tidak memperdulikan makhluk hidup sekitarnya. Hal ini dapat dilihat ketika pelaku pesugihan sudah memberanikan diri untuk menerima konsekuensi akan mencarikan tumbal nyawa yang nantinya diserahkan kepada jin, iblis, atau siluman. Apabila pelaku pesugihan sudah meninggal atau tidak melakukan ritual tumbal, semua kekayaannya akan lenyap seketika apabila tidak ada yang meneruskannya.

Dalam pesugihan manusia harus membuat kontrak gaib dengan sekutu yang dimana hal itu harus dipatuhi dan dilakukan setiap komitmennya. Ritual pesugihan ini sering digunakan oleh manusia yang sudah tidak memiliki jalan tengah untuk menjalani hidup dan mengambil jalan pintas untuk menggapai tujuan bisa kekayaan, tahta, maupun aura yang dapat membuat lawan jenis menjadi lebih tertarik.

II.1.2 Tujuan & Fungsi Pesugihan

Menurut jurnal (Craig 2001) Pesugihan merupakan artian dari kekayaan yang dadakan dengan begitu tujuan pesugihan adalah mempercepat kekayaan umat manusia yang melakukan ritual tersebut. Dalam artiannya pesugihan dapat disimpulkan sebagai jalan cepat untuk memperoleh kekayaan, baik itu harta maupun tahta.

Pesugihan berfungsi untuk menjaga kekayaan suatu keturunan umat manusia dengan melakukan ritual pesugihan niscaya kekayaan setiap pelaku ritualnya akan terjaga jika terus ditekuni. Fungsi lain dari pesugihan adalah mewujudkan dan mempertahankan tahta atau jabatan agar tetap terus diposisi tersebut tanpa ada yang berani mengganggu menghalanginya.

II.1.3 Sejarah Pesugihan

Pesugihan merupakan cara cepat menjadi kaya, dengan mengikuti pesugihan pelaku pesugihan akan secara instan menjadi kaya raya. Zaman dahulu pribumi yang sudah sangat lelah menjalani perintah penjajah memberanikan diri untuk menjalankan pesugihan dengan segala resiko yang akan ditanggungkan terhadap pelaku pesugihan tersebut.

Kapitalisme Barat ini muncul pada abad ke-17 yang ditandai dengan munculnya

VOC. Saat itu VOC atau mitra dagang Belanda menguasai wilayah Indonesia dan kemudian melakukan monopoli. Dampaknya kapitalisme pribumi ini tersingkirkan dan pribumi menjadi kelas buruh. Hal tersebut menjadi berdampak besar terhadap sudut pandang kasta yang dimiliki masyarakat pribumi terutama masyarakat yang terpaksa untuk berdagang.

Karena ekonomi yang ikut terkikis juga masyarakat pribumi terpaksa mengikuti aturan yang dibuat oleh VOC, harus berdagang untuk mencukupi kebutuhan sehari – hari dalam menjalani kehidupan. Karena mata pencaharian tersebut dianggap hina, banyak masyarakat mempelajari dan mulai mempercayai ilmu gaib dengan bersekutu bersama roh halus, salah satu contohnya adalah ritual pesugihan. Masyarakat memilih jalan ini hanya untuk menjadi sosok yang kaya raya tanpa berdagang.

Menurut (Kasmana 2018) ada anggapan di kalangan orang Jawa yang alergi menjadi kaya melalui bisnis, menjualnya adalah produk yang tidak terhormat, dan bagi orang Jawa saat itu, orang terhormat harus menjadi seorang priyayi. Di masyarakat kalau jadi kaya bikin rusuh karena dicurigai mengadakan pesugihan. Terjadi pengurusan uang di masyarakat dan dituding sebagai pesugihan. Sejak fenomena pesugihan meningkat pesat banyak cara yang dilakukan oleh masyarakat pribumi, agar melakukan praktek pesugihan tanpa diketahui orang sekitar, biasanya mereka menyembunyikan dibalik usaha dagang itu sendiri. Ada masyarakat yang meminta kekayaan secara instan, dan ada masyarakat yang meminta untuk dibuat dagangan menjadi laris manis.

II.2 Objek Perancangan

Menurut (Sugiono 2007). metode perancangan pada dasarnya adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu”. Berdasarkan pendapat tersebut metode yang tepat digunakan saat perancangan ini yaitu menggunakan metode kualitatif. Hal ini yang mengharuskan perancang mengamati dan memilih berbagai macam pesugihan yang akan diangkat. Perancangan menemukan dan merangkum pesugihan yang akan diangkat.

II.2.1 Pesugihan Makam Kuno Gunung Simpay

Menurut (Ripai 2021) Gunung Simpay yang terdapat desa Pagundan Kecamatan Lebakwangi Kabupaten Kuningan, sering sekali menjadi misteri pesugihan didalamnya dikarenakan konon terdapat makam kuno yang sering di jadikan ritual praktek pesugihan bagi masyarakat yang hendak menjadi kaya raya dengan cara instan. Dalam makam yang ada kurang lebih ada beberapa makam, diantaranya Ki Semar Kuncung Amarulloh, Bujang Kembar, Eyang Jagaraksa, Arya Sampa, Suta Jaya, Buyut Saring Singan, Kuwu Rongka.

Nama-nama diatas merupakan penyebar ajaran agama islam layaknya sunan di masanya, namun disalah gunakan oleh masyarakat untuk menjadikan tempat-tempat tersebut menjadi tempat untuk melakukan ritual pesugihan.



Gambar II. 1Ilustrasi Suasana Gunung Simpay

Sumber : DB908. *Gunung Simpay Desa Pagundan Wisata Religi Hingga Pesugihan.*
<https://dbfmcirebon.com/>
(Diakses pada 30 Desember 2022)

II.2.2 Pesugihan Mustika Sumur Bandung

Mustika alam pesugihan sumur Bandung merupakan salah satu mustika bertuah yang sudah terpercaya keampuhan manfaatnya untuk dijadikan sarana spiritual. mustika sumur Bandung memiliki pamor sangat alami dan unik tiap jenisnya. (Harry Tri Atmojo 2022)



Gambar II. 2 Monumen Sumur Bandung

Sumber : Correcto. *Kisah Misteri Sumur Bandung, Dipercaya Memiliki Khasiat atau Tuah.* <https://correcto.id/>
(Diakses pada 23 Januari 2023)

Jimat sumur Bandung memiliki keunikan karena setiap pendaang yang memperoleh jimat tersebut memiliki keragaman bentuk bendanya, namun rata-rata setiap pengunjung sering memperoleh jimat bentukan keris pusaka. Setiap benda memiliki keistimewaan masing-masing tergantung dari permintaan setiap pengunjung yang datang. Tidak banyak juga pengunjung yang tidak memperoleh jimat mustika ini, karena tidak terlalu serius dalam berdoa memohon kepada yang diatas. Perawatan secara gaib sangat mudah, cukup menyandingkan minyak perawatan pusaka dan membuka penutupnya, oleskan itu lebih baik. Lakukan satu malam penuh setiap malam Jumat kliwon atau malam Selasa kliwon atau setiap tanggal lahir.

II.2.3 Pesugihan Monyet Gaib Purwakarta

Menurut (Purwakartakab 2018) Purwakarta terkenal dengan pertunjukan monyet atau kera. Ada tata cara khusus dalam melakukan upacara pesugihan ini. Sebagai mahar, harus memenuhi beberapa perjanjian khusus. Salah satu syarat yang harus dipenuhi dalam pesugihan ini adalah kewajiban untuk berkorban kepada makhluk gaib yang menguasai makam selama pemuja masih hidup. Selain itu, terkadang makam digunakan sebagai tempat mencari pesugihan. Siapa pun yang meminta bantuan kepada juru kunci untuk mencarikan pesugihan, akan mendapat seekor monyet atau kera untuk dipelihara agar bisa membawakan rezeki.

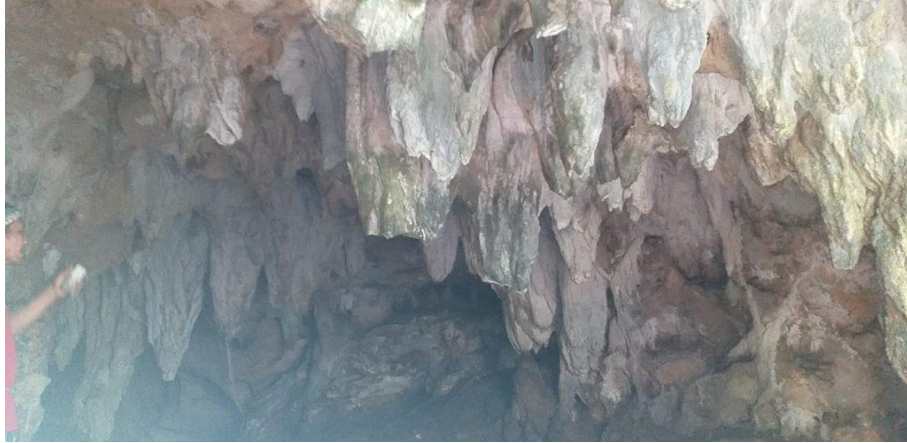


Gambar II. 3 Monyet Kera
Sumber : Tanahnusantara. *Cerita Misteri Siluman Kera*.
<http://www.tanahnusantara.com/>
(Diakses pada 23 Januari 2023)

II.2.4 Pesugihan Goa Pamijahan Tasikmalaya

Menurut (Hadita, 2022) goa Pamijahan atau disebut juga dengan goa Saparwadi ini bertempat di daerah Panyalahan kecamatan Bantar kalong, Tasikmalaya. goa ini merupakan sebuah objek wisata di daerah Tasikmalaya dan terdapat juga sebuah makam tokoh penyebar agama Islam Syekh Haji Abdul Muhyi. Goa Pamijahan atau goa Saparwadi ini juga dahulu merupakan salah satu sarana tempat penyebaran agama Islam. Setiap harinya terdapat wisatawan atau pengunjung yang datang mengunjungi makam dan goa Saparwadi ini. Pengunjung juga akan mengalami peningkatan menjelang bulan puasa dan bulan Maulid. Tidak kurang dari 500 ribu pengunjung tiap tahun yang berkunjung ke kompleks pemakaman itu.

Goa Saparwadi yang konon merupakan goa pintu masuk atau jalan menuju Mekah ini memiliki tempat yang disakralkan dan dipuja di dalamnya, diyakini keberadaan dan khasiatnya. Tempat yang diyakini pengunjung akan membawa keberuntungan dalam hidup mereka adalah Cai Cikahuripan, masjid, batu menyerupai topi dan sumur kemuliaan. Letak lingkaran menyerupai peci haji atau warga sekitar menyebut Jabal Kopiah tersebut berada di atas langit - langit goa, dengan ukuran yang berbeda beda. Konon jika lingkaran itu cocok dan pas di bagian kepala pengunjung, maka pengunjung itu niscaya akan menunaikan ibadah haji dalam waktu dekat.



Gambar II. 4 Goa Pamijahan
Sumber : Evi Indrawanto. *Misteri Pamijahan Tasimalaya*.
<https://www.eviindrawanto.com/>
(Diakses pada 23 Januari 2023)

Selain dari batu menyerupai peci, terdapat juga sumur kejayaan. Sumur Kejayaan ini terdapat di dalam Goa Safarwadi dan membentuk genangan air yang melingkar. Airnya bening dan dikelilingi bebatuan. Sumur kejayaan ini juga merupakan tempat bersuci Syekh Haji Abdul Muhyi beserta santri santrinya.

Dibagian terdalam Goa terdapat juga Cai Kahuripan atau yang biasa disebut 'Air zam-zamnya Goa Sapparwadi'. Sepanjang dinding Goa Sapparwadi menuju Cai Kahuripan, terlihat tetesan air bening disepanjang dinding goa mengalir. Para pengunjung yang mengunjungi Goa Sapparwadi pasti mengambil air zam-zam ini, menggunakan botol air kemasan kosong. Pengunjung mengisi air tersebut dan percaya bahwa air itu akan membawakan keberkahan setelah menggunakannya.

II.2.5 Pesugihan Siluman Babi

Gunung Kawi disebut-sebut sebagai tempat asal muasal kepercayaan ini konon berasal. Siluman babi yang dipercaya tinggal di Gunung yang terletak di Malang, Jawa Timur itu konon bisa mengabdikan permintaan berupa harta dengan cara melakukan perjanjian terlebih dahulu sebelum bisa menjadi babi ngepet. Asal muasal ritual pesugihan babi ngepet ini berawal dari keyakinan bahwa ada sejenis siluman babi yang bisa memenuhi permintaan akan kekayaan.



Gambar II. 5 Babi Ngepet
Sumber : Kompasiana. *Heboh Babi Ngepet*.
<https://www.kompasiana.com/>
(Diakses pada 25 Januari 2023)

Perlakuan khusus untuk pengorbanan manusia atau hewan adalah hal biasa dalam praktik memperoleh kekayaan, kehormatan, dan ketenaran. Ritual dilakukan oleh seorang pesugihan yang meniup kain hitam yang diberikan oleh juru kunci. Ini membantu mereka mengubah diri mereka menjadi setan babi yang mendiami Gunung Kawi di Jawa. Setelah menyelesaikan semua langkah yang diperlukan, pelaku menelan kotoran babi iblis ini untuk menjadi babi sendiri.

Seorang penghuni gunung bisa berubah wujud menjadi babi, ngepet, dengan melakukan ritual bersama setan peliharaan. Setelah transformasi ini selesai, seorang ngepet dapat berkeliling desa sebagai anak babi, secara provokatif bergesekan dengan dinding rumah. Saat berlari di antara rumah tangga, dia dapat mencuri barang berharga dari berbagai tempat penyimpanan di dalam rumah.

II.2.6 Pesugihan Gunung Salak

Gunung Salak merupakan salah satu gunung yang dikeramatkan oleh penduduk Indonesia. Bahkan, sebutan gunung paling angker di Jawa Barat sudah tersemat lama pada Gunung Salak. Selain karena banyaknya cerita mitos yang berkembang di masyarakat tentang penampakan yang sering dijumpai oleh para pendaki Gunung Salak, di sana juga suka dijadikan sebagai tempat pesugihan. Pesugihan yang dilakukan di Gunung Salak adalah pesugihan dengan jin. Tidak sedikit dari

masyarakat Indonesia yang ingin memperoleh harta dengan jalan yang instan. Pengunjung melakukan pesugihan dengan cara melakukan ritual pernikahan di Gunung Salak, Bogor.



Gambar II. 6 Pemandangan Gunung Salak

Sumber : Ilmu Geografi. *Gunung Salak Para Pecinta Alam Sekaligus Penuh Misteri*.
<https://ilmugeografi.com/>
(Diakses pada 26 Januari 2023)

Menurut (Syamsi 2022) Ritual pernikahan antara manusia dengan bangsa jin yang dilakukan di Gunung Salak, Bogor, dilakukan sebagaimana pernikahan pada umumnya, ada penghulu dan saksi nikah yang didatangkan dari kedua pihak, yakni manusia dan bangsa jin. Pernikahan manusia dengan jin pun tidak bisa dilakukan di sembarang waktu. Orang yang melakukan pesugihan ini mesti memperhatikan penanggalan Jawa karena ritual pernikahan ini hanya bisa dilakukan di hari-hari tertentu saja. Hari yang diperbolehkan yaitu pada penanggalan Rabu Pon, Kamis Wage, dan Jumat Kliwon, selain dari ketiga hari tersebut maka ritual pernikahan manusia dengan bangsa jin tidak bisa dilaksanakan. Selain itu, dukun Gunung Salak pun memberikan syarat yang lain. Orang yang melakukan pesugihan ini mesti memberikan sesajen berupa kembang, wewangian, kelapa hijau, dan ayam bakar.

Orang yang melakukan pesugihan ini mempercayai bahwa sekurang-kurangnya dalam kurun waktu satu bulan kekayaan akan datang dengan cara yang bukan secara langsung berupa uang. Kekayaan akan datang dari pelaris bisnis, usaha maju, atau mendapatkan panggilan kerja. Jin yang dinikahi di Gunung Salak akan memberikan solusi sesuai dengan permasalahan yang dihadapi sehingga selanjutnya akan mendapatkan pernama langkah terbaik yang mengantarkannya menjadi pribadi yang sukses. Untuk mempertahankan harta yang telah didapatkannya, orang yang

menikah dengan jin Gunung Salak mesti melakukan puasa dan memberikan sesajen secara rutin, jika tidak maka dengan begitu saja kekayaan akan lenyap per nama.

II.2.7 Pesugihan Munding Seuri Gunung Gede

Menurut (Nona 2018) pesugihan Cibodas, Jawa Barat merupakan tempat pesugihan selebritis yang dikenal dengan sebutan munding seuri. Deretan pegunungan Gunung Gede terletak di dekat lokasi ini. Menurut masyarakat, Gunung Gede merupakan tempat tinggal Raden Surya Kencana, putra dari Raden Aria Wiranatudatar. Sebuah pertapaan atau retreat spiritual terletak di wilayah Tenggara. Itu memelihara tumpukan tanah yang menyerupai kuburan di dalam batas-batasnya. Orang yang mencari kedamaian batin sering kali mencari perlindungan di tempat ini.

Ritual ini menuntut mereka membuka pakaian sepenuhnya dan membenamkan diri dalam genangan lumpur. Mereka kemudian harus menaburkan kemenyan dan bunga di Padepokan sebagai bagian dari upacara yang tidak biasa. Sebelumnya, mereka harus melakukan upacara ini sebagai bagian dari proses persembahan. Seseorang dapat mengakhiri ritual saat matahari terbit dengan berguling-guling di tanah. Selanjutnya, seseorang boleh mandi untuk membersihkan diri.

Tidak hanya itu persyaratannya. Mereka juga harus memelihara beberapa ternak. Beberapa ternak dilepaskan di sekitar biara, dan beberapa harus dipelihara di rumah. Selain itu, saat bulan purnama tiba, penyerang harus menyediakan seikat rumput untuk diletakkan di bawah tempat tidur.

II.2.8 Pesugihan Goa Manik Sukabumi

Nama Mustika Goa Manik berasal dari salah satu koleksi Dewi Sundari yang melibatkan atraksi magis yang berlangsung selama tiga bulan purnama. Ini terjadi di Gedung Goa Manik Sukabumi, sebuah tempat suci. Mustika Goa Manik adalah rumah bagi seorang khodam bernama Nimas Ayu Intan Laras dia muncul dalam dua bentuk yang berbeda. Dalam wujud pertamanya, sang putri mengenakan tiara yang dihiasi pakaian kerajaan. Wujud keduanya yang hanya muncul saat berhadapan dengan pemilik mustika Goa Manik adalah wanita setengah naga bersisik perak yang sudah sangat tua dan buruk rupa.

Menurut pengakuan juru kunci, Penjaga gaib gua ini adalah salah satu keturunan dari Penguasa Pantai Selatan. Oleh sebab itu, lanjutnya lagi, bagi yang akan berziarah terlebih dahulu harus menjalankan laku khusus serta menyiapkan sesajen. Penjaga gaib gua ini sangat tegas. Jika tidak bersuci terlebih dahulu sesuai dengan keyakinan, maka, petaka pasti bakal terjadi. Seperti petaka ringan hanya kerasukan atau bisa lebih parah seperti meregang nyawa si pelaku, ujar juru kunci.

Gua Gedung Manik juga menambahkan harus selalu mengingatkan kepada setiap yang datang untuk hanya meminta kepada Tuhan Yang Esa. Bukan kepada yang lain. Dan kebanyakan berhasil, buktinya, beberapa waktu kemudian mereka kembali datang dengan membawa buah tangan sebagai tanda terima kasih.

II.2.9 Pesugihan Gunung Hejo Subang

Menurut (Hadita 2022) orang yang bukan berasal dari Kabupaten Purwakarta mengasosiasikan kecelakaan di Tol Cipularang dengan kecelakaan semata. Jalannya jauh dari lokasi rata-rata orang. Mereka mengatakan bahwa kemalangan di jalan berhubungan dengan Gunung Hejo. Sebuah tumbal akibat kecelakaan lalu lintas terjadi di tol Cipularang. Itu sebabnya tol Cipularang masih berada di sekitar Gunung Hejo. Sebelumnya, masyarakat di sekitar percaya bahwa gunung itu adalah tempat meditasi Prabu Siliwangi. Sebuah petilasan dengan batu yang dibungkus kain putih terletak di puncak gunung. Ada yang mengatakan bahwa Siliwangi sering bersemedi di gunung ini.

Berbagai penampakan makhluk gaib pun sering terlihat disana yang salah satu jin yang di puja saat ritual pesugihan. Diantaranya adalah Dewi Cempaka yang sering menyerupai menjadi anak kecil yang sering bermain, orang-orang yang melakukan pesugihan disana menurut kabar diperintahkan untuk membawa kembang tujuh rupa, tumpeng beras ketan, buah yang komplit atau air kopi pait, air kopi manis, bubur merah, bubur putih, pisang mas, pisang raja, ayam bakar, sate burung gagak, air kendi, kelapa muda hijau, minyak melati, dan kambing.

II.2.10 Pesugihan Curug Cikaso

Air terjun Cikaso yang bertempat di bagian selatan kabupaten Sukabumi ini sering juga disebut dengan curug luhur, tetapi masyarakat sekitar lebih sering

menyebutnya dengan Curug Cikaso. Curug yang mengalir dari anak sungai Cikaso yang bernama Cicurug itu terbagi menjadi tiga curug. Masing-masing curug memiliki nama masing-masing. Yang paling kiri bernama Curug Asepan, yang berada di tengah bernama Curug Meong dan yang paling kanan bernama Curug Aki.

Menurut Supariyatno, masyarakat sekitar percaya masing-masing curug memiliki penunggu. Curug Asepan dipercaya ditunggu oleh Nyai Blorong, Curug Meong dipercaya ditunggu oleh Eyang Santang, dan Curug Aki dipercaya ditunggu oleh Prabu Siliwangi. Pelaku ritual pesugihan biasanya datang pada malam hari dan meminta sesuatu kepada penunggu gaib curug. Dari tiga curug yang ada, biasanya Curug Asepan, yang diyakini ditunggu oleh Nyai Blorong, yang menjadi tujuan pengunjung untuk meminta sesuatu. Biasanya pengunjung tersebut mengadakan ritual di dekat curug Asepan. Ritual biasanya dilakukan pada tengah malam saat warga sudah tak ada di sekitar curug.



Gambar II. 7 Pemandangan Curug Cikaso
Sumber : Ilmu Geografi. *Curug Cikaso*
<https://ilmugeografi.com/>
(Diakses pada 26 Januari 2023)

Ada salah satu warga desa yang juga melakukan praktik meminta-minta kepada gaib di curug itu. Warga itu dikenal kaya raya dan kerap membagi-bagikan uang kepada warga sekitar. Masyarakat dan tokoh ulama setempat akhirnya mengetahui warga itu melakukan praktik yang tidak dibenarkan oleh agama. Saat itu, warga memergokinya tengah melakukan ritual di dekat curug.

II.3 Analisis Objek

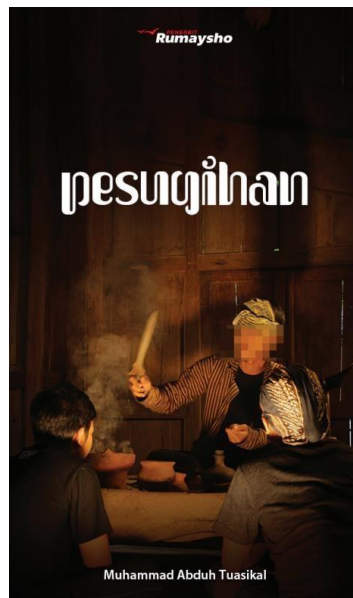
Menurut (Ruslan 2008) dikarenakan metode ini dapat berfokus pada pengamatan objek secara mendalam. Menurut J. Supranto seperti yang dikutip Ruslan dalam bukunya metode Perancangan Public Relations dan Komunikasi, bahwa studi kepustakaan adalah dilakukan mencari data atau informasi riset melalui membaca jurnal ilmiah, buku-buku referensi dan bahan-bahan publikasi yang tersedia di perpustakaan. Literatur yang digunakan adalah tulisan Muhammad Abduh Tuasikal yang berjudul Pesugihan. Dalam tulisan buku tersebut Muhammad Abduh memaparkan bagaimana masyarakat Indonesia banyak yang melakukan kegiatan ritual pesugihan dengan berbagai cara.

II.3.1 Studi Literatur

Studi literatur dalam perancangan ini dilakukan untuk mengetahui informasi yang berkaitan dengan topik perancangan yang diperoleh dari referensi tulisan pada buku, jurnal ataupun artikel dalam mengumpulkan data. Studi literatur yang dilakukan yakni membaca buku yang diterbitkan oleh Rumasysyo yang ditulis oleh Muhammad Abduh Tuasikal dan berjudul 'Buku Kecil Pesugihan'.

Buku kecil ini berisi bahasan pengantar tentang peristiwa ritual-ritual mistis di sekitar Januari khususnya pulau Jawa, yang di dalamnya terdapat ilmu pengetahuan seputar dasar-dasar untuk memahami syirik, bahaya syirik, cerita rakyat mengenai pesugihan. Dalam setiap penyampaiannya dijelaskan pendapat perancang berdasarkan cerita rakyat mengenai ritual-ritual mistis tersebut, setiap ritual mistis pasti memiliki Januari yang amat besar yang tersirat dalam buku kecil ini.

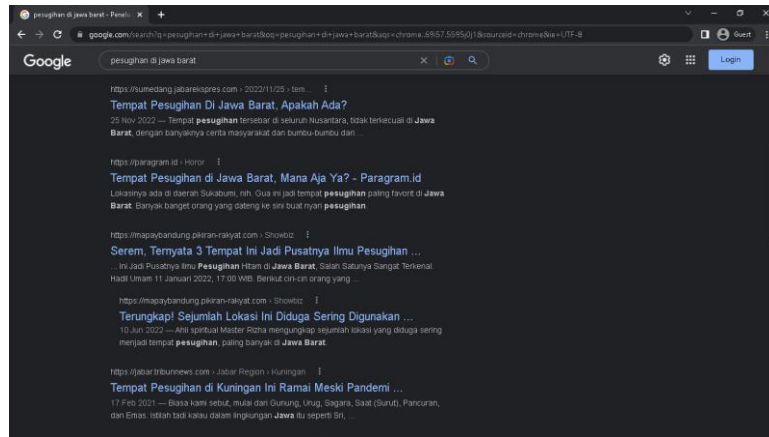
Dalam buku ini pula perancang memahami setiap cerita yang didapat pasti akan memiliki hal baik dan buruknya. Tidak semuanya itu buruk seterusnya dan tidak semuanya akan baik-baik saja. Banyak sekali pemahaman yang sangat berguna dalam perancangan yang akan di buat.



Gambar II. 8 Sampul Buku Pesugihan
Sumber : Muhammad Abduh Tuasikal. *Buku Kecil Pesugihan*.
Rumaysho
(Diakses Pada 15 Januari 2022)

II.3.2 Studi Observasi

Observasi sebagai teknik pengumpulan data dengan ciri-ciri khusus dibandingkan dengan teknik lainnya. Dengan melihat langsung ke lokasi, misalnya, keadaan tempat kerja dan lingkungan kerja dapat diamati, dan faktor-faktor yang tepat dapat ditentukan melalui wawancara dan kuesioner (Sugiyono 2017). Observasi yang dilakukan secara digital melalui aplikasi Google Search dan di akses pada tanggal 3 Desember 2022. Pada pencarian digital, digunakan kata kunci pesugihan dan juga pesugihan di Jawa Barat, yang menampilkan banyak situs web dan memuat artikel tentang ritual pesugihan, mitos dan fakta tentang tempat pesugihan, serta berita tentang tumbal yang diakibatkan dari ritual pesugihan. Beberapa situs yang memuat berita dan artikel tentang pesugihan ini antara lain, okezone.com, kompas.com, onesearch.id, idntimes.com dan lainnya.



Gambar II. 9 Media Observasi
Sumber : Google
(Diakses Pada 7 Februari 2023)

Dalam observasi yang dilakukan pada aplikasi Youtube, informasi yang memuat tentang ritual pesugihan di Jawa Barat ini cukup banyak dibuat oleh *content creator* Youtube. Beberapa diantaranya memuat tentang berita korban tentang pesugihan, cerita yang memuat tentang pesugihan, fakta dan mitos yang menjelaskan ritual pesugihan yang dibahas dan lainnya.

II.3.3 Wawancara

Menurut Sugiyono “Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila perancang akan melaksanakan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan juga perancang ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau kecil” Sugiyono (2010). Wawancara merupakan salah satu cara pengumpulan data menggunakan pertanyaan yang dilontarkan langsung kepada narasumber yang ahli di bidangnya, namun perancangan kali ini perancang mencoba melakukan hal sedikit berbeda yaitu dengan cara menyambat atau biasa disebut sambat (dirasuki roh gaib). Perancang juga melakukan wawancara terhadap narasumber yang memiliki kelebihan khusus dibidang spiritual yaitu Maulana Mansur.



Gambar II. 10 Proses Wawancara Narasumber
Sumber : Data Pribadi
(Diakses Pada 7 Februari 2023)

1. Apa itu pesugihan?

“Pesugihan merupakan suatu bentuk kegiatan atau ritual yang dilakukan seseorang dengan tujuan membuat pelaku kaya raya dalam hal materi dengan bekerja sama dengan makhluk halus. Pada pemahaman sendiri sebagai manusia harus lebih tetap mempercayai tuhan YME dan mempercayai makhluk halus, namun tetap jika meminta itu semestinya harus kepada tuhan bukan yang lain.”

2. Bagaimana cara pelaku melakukan ritual pesugihan?

“Pelaku ritual ini memiliki banyak cara tergantung bagaimana mereka melakukan perjanjian terhadap penunggu gaib. Umumnya, pelaku pesugihan memberikan sesajen atau memberikan tumbal secara rutin sesuai perjanjian.”

3. Dimana biasanya pelaku ritual pesugihan melakukan ritual pesugihan pada umumnya?

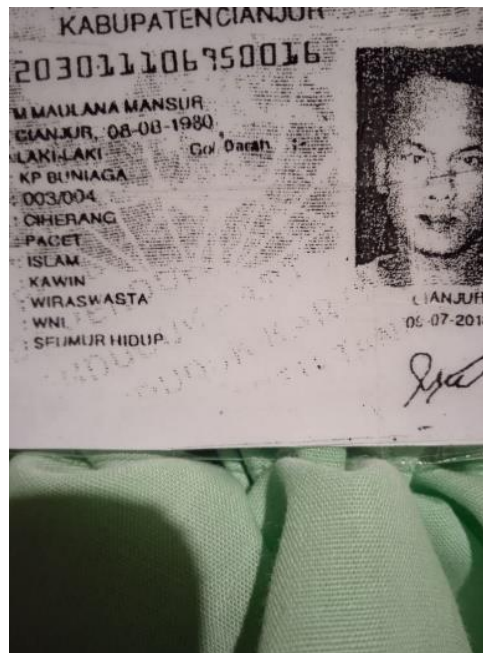
“Pada tempat-tempat tertentu seperti makam leluhur, tempat-tempat keramat dan juga tempat yang dipercayai sebagai jembatan masuk antara dunia manusia dengan dunia astral. Contohnya seperti Goa, Gunung, Curug dan lainnya.”

4. Siapa saja yang biasanya melakukan ritual pesugihan?

“Bisa siapa saja yang ikut dalam ritual pesugihan. Umumnya orang-orang yang ingin memiliki kekayaan secara instan.”

5. Kenapa pelaku pesugihan bisa sampai terjerumus kedalam ritual pesugihan?

“Karena orang tersebut memiliki rasa penasaran yang tinggi untuk mengetahui dunia gaib dan juga orang yang ingin memiliki harta melimpah tanpa harus melakukan usaha yang keras.”



Gambar II. 11 Profil Narasumber
Sumber : Data Pribadi
(Diakses Pada 7 Februari 2023)

II.4 Resume

Pesugihan atau sugih yang berarti kaya atau berada, dengan mendapatkan imbuhan pe dan an arti kata tersebut adalah kekayaan. Pesugihan sering disebut cara mudah untuk mendapatkan kekayaan. Untuk mendapatkan kekayaan ini pun tidak mudah karena pelaku pesugihan harus siap menerima konsekuensi tumbal yang harus disiapkan, biasanya terjadi pada orang-orang yang sudah mengalami putus asa dan sudah tidak memperdulikan makhluk hidup sekitarnya. Terdapat berbagai macam ritual juga yang tersebar di Jawa Barat yang berhubungan langsung dengan kepercayaan dunia mistis. Pelaku ritual pesugihan ini juga sepenuhnya sadar dengan konsekuensi buruk yang akan dihadapi setelah mendapatkan kekayaan dari

menjalankan proses ritual. Berdasarkan hasil observasi, pada umumnya pelaku merasakan gelap mata dan terus melakukan ritual pesugihan sampai mengorbankan rezeki hingga mengorbankan nyawa dari anggota keluarga pelaku.

Dapat disimpulkan bahwa ritual pesugihan merupakan salah satu cara mudah untuk mendapatkan kekayaan. Dalam mendapatkan kekayaan ini pelaku pesugihan siap menerima konsekuensi tumbal yang harus disiapkan, seperti makanan atau minuman khusus, sesajen bahkan sampai dengan nyawa dari orang-orang terdekat dari pelaku. Berdasarkan hasil analisis dan observasi, ritual pesugihan di Jawa Barat

II.5 Solusi Perancangan

Solusi perancangan terkait fenomena Pesugihan Sunda, yang akan diberikan adanya permasalahan dan data analisa diatas, maka perlu diberikan sebuah media informasi berupa visualisasi agar dapat memudahkan informasi objek tersebut. Diharapkan terkait adanya media informasi visualisasi tersebut membuat khalayak merasa puas dan tidak bingung dengan informasi yang ada.

BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

Menurut jurnal Agustini (2003) media berupa informasi buku ilustrasi yang menggunakan segmentasi pasar. Menjelaskan bahwa segmentasi merupakan pembagian atau pengelompokan konsumen yang beraneka ragam ke dalam kelompok yang lebih kecil. Hal ini bertujuan untuk menentukan target, kebutuhan, perilaku pasar, guna penyebaran media informasi fenomena pesugihan Sunda dapat tersampaikan dengan baik. Adapun pengelompokan pasar, sebagai berikut.

III.1 Khalayak Sasaran

Menurut jurnal Walisah (2018) menjelaskan bahwa khalayak atau audiens adalah unsur yang penting dalam ranah komunikasi khususnya dalam lingkup komunikasi massa demi keberlangsungan proses komunikasi yang baik. Audiens atau khalayak sasaran merupakan objek atau sasaran dengan bantuan media massa untuk menerima pesan dari penyampai pesan dengan tujuan untuk memberikan informasi. Dalam perancangan media berupa informasi, adapun khalayak yang dituju, sebagai berikut:

III.1.1 Demografis

Usia : 22 – 45 Tahun, masa ini mencakup dua bagian yaitu remaja akhir dan dewasa.

Gender : pria dan wanita. Khalayak sasaran ditujukan kepada remaja dan dewasa baik pria maupun wanita.

Pendidikan : Pelajar SMA dan karyawan.

III.1.2 Psikografis

Gaya hidup yang ditargetkan pada usia 22 – 45 tahun bertujuan karena masa usia ini mencakup dua bagian yaitu usia remaja dan usia dewasa, hal ini bermaksud usia tersebut sudah bisa mengambil sisi positif dan negatif dalam hidupnya. Usia dewasa lebih gemar untuk menggali informasi seputar pengetahuan.

III.1.3 Geografis

Khalayak sasaran pada buku ilustrasi berdasarkan geografis dalam perancangan berpacu pada segi demografis diatas, yang bertempat tinggal di kota yang ada di Indonesia dan menyebarkan distribusi buku saat *launching* buku ilustrasi.

III.1.4 Consumer Insight

Consumer Insight adalah proses memahami dan mengetahui keinginan konsumen, yang bertujuan untuk produsen agar bisa berkomunikasi dan berinteraksi dengan baik dengan konsumen. Metode wawancara menjadi pilihan efektif untuk mengetahui consumer insight. Pengambilan sampel dari 5 orang responden yang termasuk dalam kategori demografis di atas, yaitu responden yang berusia 17- 30 tahun. Berikut hasil dari wawancara:

1. Memiliki rasa penasaran.
2. Memiliki rasa penasaran dan ingin mengetahui
3. Memiliki rasa penasaran namun ada rasa takut.
4. Memiliki rasa penasaran dan ingin mengetahui lebih dalam.
5. Memiliki rasa ingin mencoba namun ada hal yang lebih menarik
6. Ingin mengetahui informasi namun tidak terlalu tertarik

Kesimpulan diatas, dapat dilihat bahwa responden memiliki ketertarikan dengan cerita dunia pesugihan terutama fenomena pesugihan Sunda. Usia remaja sedang aktif menerima informasi terlebih dalam lingkungan sekolah atau kampus. Tidak jarang sering melihat remaja yang sudah jenuh karena terus-menerus mendapatkan informasi yang monoton. Maka dari itu khalayak sasaran sangat tertarik dengan informasi ini dikarenakan informasinya terbilang jarang didapatkan ditingkat pendidikan dan sangat unik.

III.1.5 Consumer Journey

Customer journey merupakan suatu kebiasaan sehari-hari yang dilakukan oleh khalayak sasaran. Hal tersebut berguna untuk mengetahui media apa saja yang dapat digunakan dalam perancangan agar tidak terlalu *over buyer* atau kelebihan produksi yang menyebabkan kelebihan stok baik media utama atau media pendukungnya. Berikut merupakan hasil *customer journey* yang diperoleh.

Tabel III. 1 *Consumer Journey*
Sumber : Data Pribadi (2022)

| Waktu | Kegiatan | Tempat | <i>Point Of Contact</i> |
|-----------------|------------------------------------------|-------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 04.30- 06.00 | Bangun tidur | Rumah/Kostan | Jam Dinding, Kasur, <i>Handphone</i> Media Sosial : Line, Whats app, Tiktok, Instagram. |
| 05.00- 06.00 | Shalat | Rumah/Kostan | Tasbih, Sarung, Sejadah, Mukena. Media Sosial: Line, Whats app, Tiktok, Instagram. |
| 06.00- 07.00 | Persiapan berangkat sekolah/kerja. | Rumah/Kostan | <i>Handphone, Televisi.</i> Media Sosial: Line, Whats app, Tiktok, Instagram. |
| 07.00 | | Kendaraan Pribadi | <i>Handphone, Laptop.</i> Media Sosial: Line, Whats app, Tiktok, Instagram. Media Cetak: Spanduk, Pakaian, Stiker, <i>Billboard</i> , Flyer, Gantungan Kunci, Umbul-umbul, <i>Neon Box</i> , Buku. |

| | | | |
|------------------|-----------------|----------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | | Kendaraan: Ojek, Angkot, Bis |
| 07.00 | | Kendaraan Umum | <i>Handphone, Laptop.</i> Media Sosial: Line, Whatsapp, Tiktok, Instagram. Media Cetak: Spanduk, Pakaian, Stiker, <i>Billboard</i> , Flyer, Gantungan Kunci, Umbul-umbul, <i>Neon Box</i> , Buku. Kendaraan: Ojek, Angkot, Bis |
| 07.00 | | Jalan Kaki | <i>Handphone, Laptop.</i> Media Sosial: Line, Whats app, Tiktok, Instagram. Media Cetak: Spanduk, Pakaian, Stiker, <i>Billboard</i> , Flyer, Gantungan Kunci, Umbul-umbul, Neon Box, Buku. Kendaraan: Ojek, Angkot, Bis |
| 07.30 – 12.00 | Belajar/Bekerja | Kelas/Kantor | Alat Tulis, Kalender, Jam Dinding, <i>Handphone</i> , <i>Televisi, Laptop, Buku</i> , Memo. |

| | | | |
|------------------|------------------------|----------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 12.00 - 13.00 | Istirahat | Sekolah/Kantor | <i>Handphone</i> , Kursi, Meja, Poster, Stiker, <i>Laptop</i> . Media Sosial: Line, Whats app, Tiktok, Instagram. |
| 15.00 – 21.00 | Pulang/ <i>Hangout</i> | Ruang Publik | <i>Handphone</i> , <i>Laptop</i> . Media Sosial: Line, Whats app, Tiktok, Instagram. Media Cetak: Spanduk, Pakaian, Stiker, <i>Billboard</i> , Flyer, Gantungan Kunci, Umbul-umbul, <i>Neon Box</i> , Buku. Kendaraan: Ojek, Angkot, Bis |
| 21.00 | Istirahat | Rumah/Kostan | <i>Handphone</i> , <i>Televisi</i> , Buku, Komputer, <i>Laptop</i> , Kasur, Bantal, Sofa, Jam. |

Berdasarkan pengamatan pada tabel di atas, khalayak sasaran paling sering berinteraksi dengan telepon genggam dari mulai bangun tidur hingga kembali tidur. Selain itu buku menjadi salah satu media yang sering digunakan setelah telepon genggam. Media yang sering dilihat oleh khalayak sasaran adalah poster, brosur, spanduk, stiker dan *billboard*. Sedangkan barang pribadi yang biasa digunakan adalah tas dan pakaian.

III.2 Strategi Perancangan

Dalam perancangan ini digunakan strategi perancangan dengan dibantu

pengumpulan data sebelumnya terdapat masalah pada pandangan budaya pesugihan, maka dari itu khalayak sasaran secara umum membutuhkan suatu media informasi yang bersifat naratif atau cerita yang mudah untuk didapatkan. Bertujuan untuk menumbuhkan kembali budaya membaca dengan bantuan ilustrasi di dalamnya, sehingga bisa lebih mudah untuk dibaca karena teknik perancangan naratif dan juga mudah untuk dibayangkan karena memiliki visualisasi di dalamnya.

III.2.1 Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi media informasi ini bersifat naratif, sehingga masyarakat terutama khalayak sasaran dapat memperoleh informasi mengenai fenomena pesugihan Sunda dengan mudah. Sehingga masyarakat terutama khalayak sasaran dapat memilah baik dan buruknya suatu hal yang diharapkan dapat mengambil sisi positif demi melestarikan budaya-budaya bangsa Indonesia. Dengan menggunakan visual hitam putih dan menggambarkan karakter-karakter yang menyeramkan akan membuat gambar menjadi bernuansa mistis lebih bisa tersampaikan, selain itu juga diharapkan khalayak sasaran dapat terbawa suasana hatinya ketika membaca buku ilustrasi ini.

III.2.2 Pendekatan Komunikasi

Pendekatan komunikasi pada perancangan informasi melalui media buku ilustrasi mengenai fenomena pesugihan Sunda akan menggunakan pendekatan budaya. Pendekatan tersebut diharapkan dapat menarik minat baca khalayak sasaran dan melihat informasi pada media perancangan. Dalam media ini digunakan pendekatan melalui gaya yang terbagi menjadi dua diantaranya:

III.2.2.1 Strategi Komunikasi Verbal

Dalam perancangan informasi ini bahasa yang digunakan dalam pendekatan verbal yaitu menggunakan bahasa Indonesia. Penggunaan bahasa Indonesia karena khalayak sasaran mayoritas menggunakan bahasa Indonesia. Dalam menggunakan bahasa Indonesia, perancangan menerapkan gaya bahasa yang tidak terlalu formal dan terbilang santai karena konsepnya yang seperti bercerita.

III.2.2.2 Strategi Komunikasi Visual

Pendekatan visual yang dibuat dalam perancangan ini menggunakan ilustrasi berupa gambar digital sebagai penguat penjelasan-penjelasan dari buku ilustrasi. Teknik Ilustrasi yang digunakan pada buku ini adalah *hatching*. *Hatching* sendiri adalah teknik menggambar dengan hanya menggunakan garis sebagai bagian utama dari gambar, baik garis lurus maupun garis melengkung. Teknik *hatching* biasa digunakan untuk menggambar objek dengan bentuk dua dimensi maupun tiga dimensi, bagian dalam gambar dan latar juga bisa menggunakan warna tertentu guna memberikan kesan yang kuat pada garis atau outline gambar.

Hatching apabila dipadukan dengan konsep gambar *dark art* akan menjadi terlihat sangat menarik dan memberikan kesan mistis pada suatu gambar. Teknik ilustrasi yang akan digunakan pada buku ilustrasi ini diharapkan akan memberikan kesan menakutkan dan mistis kepada khalayak sasaran, sehingga pesan pesugihan pada objek perancangan buku informasi ini dapat tersampaikan sepenuhnya.



Gambar III. 1 Visual hatching

Sumber: <https://www.studentartguide.com/articles/line-drawings-2>
(Diakses Pada 24 Mei 2022)

III.2.3 Mandatori

Lembaga terkait yang bekerja sama dalam perancangan media ini adalah penerbit Bentara Budaya. Bentara Budaya adalah lembaga kebudayaan Kompas Gramedia yang menjadi saluran ekspresi kebudayaan pinggiran & para seniman yang tidak mendapat tempat di dalam arus utama. Dalam penyebaran media informasi yang lebih luas dan dikenal publik, juga bekerja sama dengan salah satu anak perusahaan

Kompas Gramedia, yaitu Gramedia Pustaka Umum melansir dari halamannya, merupakan jaringan media terbesar di Indonesia yang telah didirikan sejak tahun 1974.



Gambar III. 2 Logo Bentara Budaya

Sumber: <https://mobile.twitter.com/BentaraBudaya/pphoto>

(Diakses Pada 25 Mei 2022)

Dari terbitan Bentara Budaya dapat sangat membantu masyarakat dalam menentukan tema dari buku-buku yang dibutuhkan. Banyak buku-buku yang laku terjual dipasaran dengan bantuan penerbit Bentara Budaya. Selain wadah besar untuk membantu penyebaran buku-buku, penerbit Bentara Budaya pula dengan image baik sehingga mendapat nilai tambah dalam masyarakat untuk memilih buku-buku.

III.2.4 Materi Pesan

Di dalam perancangan ini materi pesan yang disampaikan adalah pesan-pesan secara verbal yang dikemas dengan ilustrasi mengenai isi buku dengan mengandung informasi untuk dapat memberikan wawasan baru mengenai fenomena pesugihan Sunda. Materi pesan yang akan disampaikan adalah sebagai berikut:

- Menjelaskan secara informatif penjelasan, pengertian, asal usul pesugihan di Indonesia, agar masyarakat atau khalayak sasaran dapat menurunkan sedikit pandangan negatifnya terhadap cerita dunia pesugihan di Indonesia.
- Menjelaskan fenomena pesugihan Sunda di Indonesia, naratif mengenai bentuk

fenomena pesugihan Sunda, asal-usul pesugihan Sunda yang konon katanya tidak membutuhkan tumbal.

- Diakhiri menjelaskan informasi tentang akibat perbuatan dari fenomena budaya pesugihan Sunda, dengan tujuan khalayak sasaran dapat waspadadan terhindar.

III.2.5 Gaya Bahasa

Gaya bahasa yang digunakan pada perancangan ini adalah menggunakan gaya bahasa narasi, yaitu menceritakan sebuah perincian yang terjadi dan dipadu – pada dengan gaya bahasa Indonesia, melalui gambar ilustrasi agar informasi yang diberikan semakin hidup. Gaya bahasa tersebut dipilih pada perancangan informasi ini dikarenakan akan menampilkan informasi sehingga dapat diterima dengan baik oleh masyarakat terutama khalayak sasaran.

III.2.6 Strategi Kreatif

Untuk strategi kreatif dalam perancangan media informasi buku ilustrasi yang di kemas menggunakan visual gambar ilustrasi objek perancangan agar lebih menarik untuk dibaca dan diminati oleh pembaca. Kemudian untuk memberi kesan memperkuat keadaan dan ciri khas perancang melalui pemilihan warna gelap. Tujuan pengambilan warna tersebut adalah menciptakan kesan misterius dan menyeramkanyang dikuak bisa tersampaikan pada khalayak sasaran.

III.2.6.1 Sampul Depan Buku

Bagian sampul buku adalah bagian terpenting untuk menarik khalayak sasaran, dalam sampul buku akan terdapat judul, *tagline*, dan ilustrasi. Penggunaan warna pada sampul buku akan menjadi bagian penting juga yang akan dijelaskan sebagai berikut:

- **Judul**
Judul merupakan bagian terpenting yang harus terdapat pada sampul buku, dengan pembuatan judul yang menarik dapat membuat khalayak sasaran menjadi tertarik untuk melihat bahkan membaca buku tersebut. Pada perancangan buku ilustrasi sebagai informasi ini berjudul “PESUGIHAN”.
- *Tagline*

Tagline berasal dari istilah bahasa Inggris, dalam bahasa Indonesia *Tagline* disebut juga dengan slogan, yang memiliki arti susunan kalimat yang disematkan untuk mencantumkan pemikiran *brand* (perusahaan) di benak konsumen. *Tagline* merupakan susunan kata yang ringkas (biasanya tidak lebih dari tujuh kata), diletakkan mendampingi logo dan mengandung pesan *brand* yang kuat ditujukan kepada *audience* (Rustan 2009). Pada perancangan ini *tagline* yang digunakan adalah “Dina Lelembutan Langkah Kasarakahan Manusa”. Penggunaan *tagline* tersebut berdasarkan penetapan kondisi khalayak sasaran. Bahasa yang digunakan menggunakan bahasa Sunda halus agar khalayak sasaran mengetahui bahwa pesugihan ini berasal dari tanah Sunda.

- **Ilustrasi**

Ilustrasi merupakan suatu unsur yang sangat menarik khalayak sasaran terutama, karena pada dasarnya masyarakat pertama kali melihat kemasan itu adalah visualnya. Sama halnya dengan buku ilustrasi ini pasti akan terlihat menarik apabila visualisasinya sesuai dengan tema jalannya cerita. Pada sampul buku perancangan ini akan menggunakan ilustrasi tangan yang menggunakan teknik *hatching*. Teknik *hatching* yang bercirikan gaya gambar bebas dan membentuk suatu karya seni dan hanya menggunakan unsur garis sebagai unsur utama ilustrasi yang merupakan keunikan tersendiri dari teknik ini.

III.2.6.2 Sampul Belakang Buku

Seperti pada buku-buku cetak umum lainnya, pada bagian sampul belakang terdapat sinopsis dari isi buku secara garis umum. Untuk lebih jelasnya lagi mengenai sampul belakang buku akan dijelaskan sebagai berikut:

- **Sinopsis**

Sinopsis adalah ringkasan jalan cerita yang biasanya terdapat pada sampul buku yang digunakan untuk menjelaskan akan ada informasi apa saja dalam buku tersebut. Sinopsis adalah ikhtisar karangan yang biasanya diterbitkan bersama-sama dengan karangan asli yang menjadi dasar sinopsis itu adalah ringkasan atau hasil abstraksi. Maka dari itu, bagian sinopsis pada sampul belakang buku dapat menjadi peranan penting untuk menarik minat khalayak sasaran.

III.2.7 Strategi Media

Menurut (Tafonao 2018) media merupakan sarana penyalur pesan dan informasi yang ingin disampaikan oleh pengirim pesan kepada penerima pesan. Dalam pemilihan media bertujuan sebagai media yang dapat diterima, dipahami dan digunakan baik secara rutin maupun berkala kepada khalayak sasaran.

III.2.7.1 Media Utama

Menurut (Chandra 2007) buku ilustrasi adalah buku yang menampilkan hasil visualisasi dari suatu tulisan dengan teknik *drawing*, lukisan, fotografi, atau teknik seni rupa lainnya yang menekankan hubungan subjek dengan tulisan yang dimaksudkan daripada bentuk. Ilustrasi pada sebuah buku bertujuan untuk menerangkan atau menghiasi suatu cerita, tulisan puisi, atau informasi tertulis lainnya. Diharapkan dengan bantuan visual, tulisan tersebut lebih mudah dicerna.

Strategi media utamanya adalah buku informasi dengan ilustrasi (buku ilustrasi) yang di dalamnya terdapat berbagai informasi. Konten-konten yang dibuat adalah penekanan pada sejarah cerita mitos pesugihan Sunda. Karena buku ilustrasi dapat membantu agar pembaca bisa mendapatkan fantasi dari ilustrasi maupun tulisan yang dibuat.

III.2.7.2 Media Pendukung

Media pendukung sebagai penunjang dari media utama pada perancangan ini yaitu berupa media-media yang biasanya berhubungan langsung dengan keseharian remaja maupun dewasa, serta berupa atribut yang berkaitan dengan fenomena pesugihan Sunda agar dapat menambah informasi bagi khalayak. Ada dua tahap dalam pemilihan media pendukung ini yaitu ada tahap informasi yang memberikan informasi sebenar-benarnya kepada khalayak sasaran baik informasi isi buku maupun informasi adanya agenda tentang buku. Tahap pengingat tidak kalah penting, pada dasarnya tahap pengingat itu biasanya bermain secara halus, maksudnya tidak terlalu di sadari oleh khalayak sasaran namun sering dilihat secara tidak sadar seperti pakaian, aksesoris, dan lainnya. Berikut adalah contoh dari media pendukung dalam dua tahap.

1. Tahap Informasi

- X – Banner

X-banner berisi informasi mengenai pesugihan, cara membeli buku hingga promosi. Media ini dapat menarik perhatian dari jarak pandang yang cukup jauh.

- Poster

Pemilihan poster dikarenakan lebih efektif dan fleksibel untuk ditempatkan di berbagai tempat, seperti tiang listrik dan kantin. Poster akan berisi visualisasi ilustrasi pesugihan Sunda.

- Media Sosial (*Facebook, Instagram*)

Konten media sosial diisi dengan informasi mengenai media utama yaitu berupa unggahan ilustrasi pesugihan Sunda, tanggal launching buku, serta informasi penjualan *merchandise* atau buah tangan.

2. Tahap Peningat

- *T – Shirt*

T-shirt digunakan sebagai media pendukung untuk dapat digunakan oleh khalayak sasaran. Sehingga dapat pula menjadi media promosi.

- Stiker

Media stiker ini dapat dengan mudah direkatkan di mana saja.

- Gantungan Kunci

Gantungan kunci merupakan aksesoris media yang dapat digunakan oleh khalayak sasaran pada benda-benda yang biasa dibawa dalam keseharian.

- *Tote Bag*

Tote bag merupakan media yang digunakan selain sebagai media promosi juga sebagai packaging dari buku ilustrasi.

- Pembatas Buku

Pembatas Buku dapat digunakan sebagai media promosi serta sebagai *merchandise*.

- *Note Book*

Merupakan media promosi yang dapat digunakan sebagai *merchandise*.

III.2.8 Strategi Distribusi

Strategi distribusi akan melibatkan beberapa pihak, seperti pembuatan *event* yang mengacu dengan objek perancangan buku ilustrasi. Hal yang berhubungan dengan *event* yang sesuai dengan konsep perancangan buku ilustrasi ini seperti distribusi ke pihak pendidikan dan pemerintah yang basisnya sering mengadakan kegiatan. Diutamakan pendistribusian pada saat *launching* buku ilustrasi, pendistribusian dimulai dengan membagikan *link* atau situs media sosial berisi media utama dan media pendukung melalui *event* budaya maupun *event* umum berupa iklan dan media lainnya. Berikutnya tahap pendistribusian berdasarkan media – media yang dibuat baik itu media utama atau media pendukung lainnya.

Pendistribusian media informasi buku ilustrasi pesugihan Sunda baik media utama maupun media pendukung dapat dilakukan pada saat mengikuti *event* terkait kegiatan budaya nusantara adapun contoh *event* untuk pendistribusian media buku ilustrasi ini adalah *event launching* buku. Sedangkan untuk jangka panjang dalam pendistribusian media buku ilustrasi dapat dilakukan dengan cara pembelian dan pembayaran menggunakan media aplikasi *online shop*. Adapun pembagian distribusi berdasarkan waktu, tempat dan cara distribusi media, sebagai berikut:

III.2.8.1 Penyebaran Berdasarkan Waktu

Penyebaran berdasarkan waktu untuk distribusi sangat penting memperhatikan hari-hari besar Nasional, karena dapat mempermudah penyebaran distribusi yang dimana produsen dapat menyesuaikan penyebaran sesuai dengan kapasitas yang biasa berlangsung di setiap hari-hari besarnya. Berikut merupakan jadwal penyebaran media utama dan pendukung berdasarkan waktu.

Tabel III. 2 Penyebaran Berdasarkan Waktu
 Sumber : Data Pribadi (2022)

| Media | Tahun 2022 | | | | | | | | | | | | Cara |
|---------------------|------------|--|--|--|----------|--|--|--|-------|--|--|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | Januari | | | | Februari | | | | Maret | | | | |
| Media Utama Buku | | | | | | | | | | | | | Melalui <i>launching</i> buku pesugihan Sunda tanggal 10 Maret 2023, di RumahSekara Coffe Shop, bertempat di Komplek, Taman Pelesiran No.7, Cipaganti, Kecamatan Coblong, Kota Bandung, Jawa Barat 40131. |
| X - Banner | | | | | | | | | | | | | Pada <i>launching</i> buku pesugihan Sunda tanggal 10 Maret 2023. |
| Poster | | | | | | | | | | | | | Pada <i>launching</i> buku pesugihan Sunda tanggal 10 Maret 2023 |
| Media Sosial | | | | | | | | | | | | | Sebelum dan sampai <i>event launching</i> buku. |
| <i>T-Shirt</i> | | | | | | | | | | | | | Pada <i>launching</i> buku pesugihan Sunda tanggal 10 Maret 2023. |

sedangkan yang lainnya seperti kaos, *notebook*, kalender dan yang lainnya dijual melalui toko semua kategori produk *online*, pada *event* tertentu seperti *event launching* buku tersebut.

Tabel III. 3 Penyebaran Berdasarkan Tempat
Sumber : Data Pribadi (2022)

| Media | Cara |
|--------------------|-------------------------------------------------------|
| Buku Ilustrasi | <i>Event launching</i> buku, <i>online shop</i> . |
| X - Banner | <i>Event launching</i> buku. |
| Poster | <i>Event launching</i> buku, sekitaran jalan Bandung. |
| Media Sosial | Sebelum dan selama <i>Event launching</i> buku. |
| <i>T-shirt</i> | <i>Event launching</i> buku, <i>online shop</i> . |
| Stiker | <i>Event launching</i> buku, <i>online shop</i> . |
| Gantungan Kunci | <i>Event launching</i> buku |
| <i>Tote Bag</i> | <i>Event launching</i> buku, <i>online shop</i> . |
| Pembatas Buku | <i>Event launching</i> buku |
| <i>Note Book</i> | <i>Event launching</i> buku |
| <i>Human Stand</i> | <i>Event launching</i> buku |
| | |

III.3 Konsep Visual

Gaya visual yang akan disesuaikan dengan isi dalam buku ilustrasi dengan melihat khalayak sasaran, dengan membuat bentuk yang sangat khas dari materi yang diangkat. Kemudian bentuk tersebut dikembangkan ke dalam bentuk yang lebih inovatif sesuai dengan kalangan khalayak sasaran yaitu remaja dan dewasa. Konsep *dark art* yang dipadukan dengan metode *hatching* dalam buku pesugihan Sunda sebagai penegas tema agar kesan mistis yang diharapkan dapat keluar pada ilustrasi buku tersebut.



Gambar III. 3 Referensi *Hatching*
Sumber: <https://www.dreamstime.com/illustration/hatching-waves.html>
(Diakses Pada 25 Mei 2022)



Gambar III. 4 Referensi *Dark Art*
Sumber: https://id.pinterest.com/raid_drg/dark-art/
(Diakses Pada 27 Mei 2022)

III.3.1 Format Desain

Desain adalah ilmu yang berhubungan erat dengan semua aspek kehidupan manusia. Dalam kegiatan sehari-hari, orang selalu berhubungan dengan objek

desain. Desain juga telah memberikan nilai dan makna bagi kehidupan manusia yang dipandang sebagai solusi dari masalah. Namun, desain tidak selalu menjadi solusi akhir, bahkan tidak jarang menimbulkan masalah baru yang terkait dengan perilaku, perspektif, struktur nilai, dan budaya penggunanya. Desain berkontribusi untuk menyebarkan nilai-nilai global yang memiliki potensi benturan dengan budaya lokal, perubahan, atau bahkan menyingkirkannya (Kurniawan. 2009).

III.3.1.1 Media Utama

Media yang dimanfaatkan dalam penyebaran informasi mengenai pesugihan Sunda, yaitu media utama dan beberapa media pendukung. Media informasi utama yang digunakan adalah buku ilustrasi. buku ilustrasi dicetak dengan format ukuran 14,8 cm x 21 cm. Hal ini agar memuat lebih banyak informasi seperti memberikan ruang bagi para pembaca dalam memahami dan memperhatikan informasi maupun ilustrasi. Selain itu bentuk buku yang berbentuk persegi panjang dan memiliki ukuran yang tidak terlalu besar dapat memudahkan para pembaca untuk dapat dimasukkan ke dalam tas dan membawanya kemanapun. Sampul buku akan menggunakan *hardcover* dengan dilapisi bahan kertas *art paper*.

Dalam buku ilustrasi atau media utama perancangan ini, yaitu penuangan unsur-unsur gaib dan mistis di konsepkan akan dicetak dengan lembaran plastik mika pada lembaran sampul buku pesugihan ini. Sebagai penguat apa yang sedang dibahas.

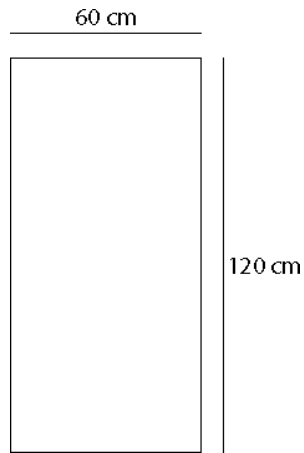
III.3.1.2 Media Pendukung

Menurut (Kurniawan 2009) desain mewakili gaya hidup, mengubah pola interaksi, dan menjadi sebuah simbol- simbol posisi dalam masyarakat, desain juga mampu untuk menciptakan perubahan budaya pada masyarakat. Dengan demikian media pendukung sangat perlu dicermati tindakannya dengan mengikuti budaya zaman sekarang atau sering disebut *trend*.

Media pendukung bertujuan sebagai pelengkap dari penyebaran media utama yaitu buku ilustrasi. Media pendukung berfungsi sebagai penambah minat jual teruntuk khalayak sasaran. Adapun media pendukung yang terdiri dari beberapa media dan memiliki perbedaan bentuk serta fungsi yang beragam, sebagai berikut:

- X-Banner

Media pendukung x-banner berisi informasi mengenai *launching* buku ilustrasi pesugihan Sunda. Menggunakan ukuran standar yaitu 60cm x 120cm.



Gambar III. 5 Format Desain X-Banner
Sumber: Data Pribadi (Diakses Pada 25 Mei 2022)

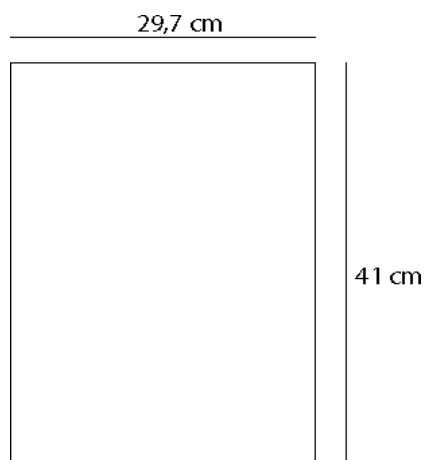
Ukuran : 60cm x 160cm

Material : Flexi Korea

Teknis : *Digital Printing*

- Poster

Media pendukung poster akan berisi informasi mengenai *launching* buku ilustrasi ini berlangsung. Menggunakan ukuran A3 agar mudah terbaca di tempat umum. Dengan demikian informasi mengenai *launching* buku ilustrasi akan tersebar luas.



Gambar III. 6 Format Desain Poster
Sumber: Data Pribadi

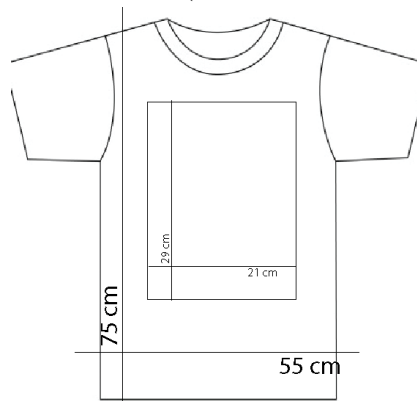
(Diakses Pada 25 Mei 2022)

Ukuran : 29,7cm x 41cm
Material : *Art Papper*
Teknis : *Digital Printing*

- *T-shirt*

T-shirt merupakan media yang digunakan sebagai *merchandise* juga promosi saat peluncuran pertama, di desain *fashionable* sehingga dapat digunakan dalam kegiatan sehari-hari. Ilustrasi pada buku akan dituangkan pada media *t-shirt* dan akan berukuran A4.

Sumber: Data Pribadi (Diakses Pada 25 Mei 2022)

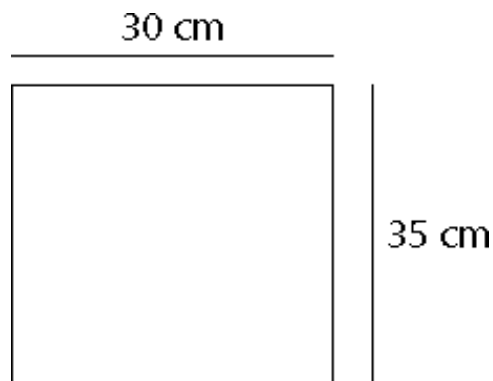


Gambar III. 7 Format Desain *T-shirt*

Ukuran : 55cm x 75cm
Material : Katun
Teknis : *Digital Printing* dan *Polyflex*

- *Tote Bag*

Media *tote bag* merupakan media informasi dan juga *merchandise* yang akan digunakan saat peluncuran pertama kali *launching* buku ilustrasi pesugihan



Sunda. Dengan desain yang dibuat *trendy* atau mengikuti zaman, *tote bag* dapat digunakan dalam keseharian khalayak sasaran.

Sumber: Data Pribadi (Diakses Pada 25 Mei 2022)

Ukuran : 30cm x 35cm

Material : *Canvas*

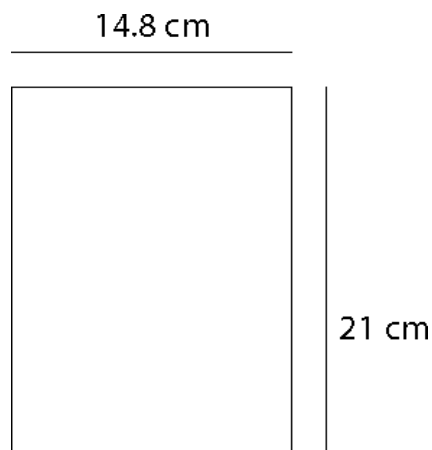
Teknis : *Digital Printing*

- *Note Book*

Media *note book* merupakan media informasi dan juga *merchandise* yang akan

Gambar III. 8 Format Desain *Tote Bag*

digunakan saat peluncuran pertama kali *launching* buku ilustrasi pesugihan Sunda. Karena dibuat dari ukuran A5 yang sangay *compact*, media *note book* berguna bagi khalayak sasaran terutama untuk mencatat pekerjaan atau tugas.



Gambar III. 9 Format Desain *Note Book*

Sumber: Data Pribadi (Diakses Pada 25 Mei 2022)

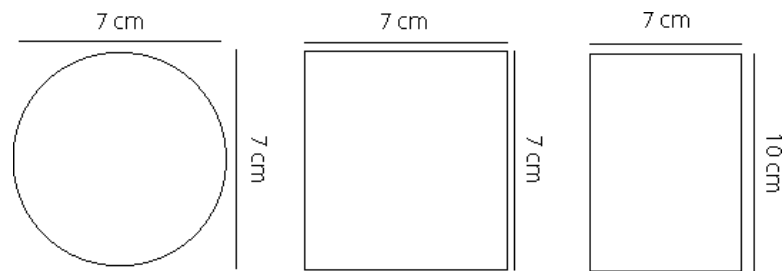
Ukuran : 14,8cm x 21cm

Material : *Art Paper*, HVS 80gram

Teknis : *Digital Printing*

- *Stiker*

Stiker juga akan menjadi media promosi saat peluncuran buku ilustrasi. Khalayak akan menggunakan stiker pada bagian tertentu seperti pada *laptop*.



Gambar III. 10 Format Desain Stiker

Sumber: Data Pribadi
(Diakses Pada 25 Mei 2022)

Ukuran : 7cm x 7cm dan 7cm x 10cm

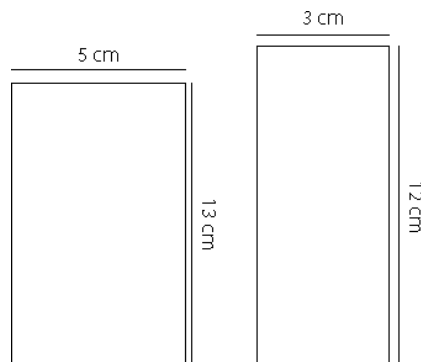
Material : Kromo dan *Vinyl*

Teknis : *Digital Printing*

- Gantungan Kunci

Gantungan kunci juga akan menjadi media promosi saat peluncuran buku ilustrasi. Khalayak akan menggunakan gantungan kunci pada kunci kendaraan, kunci rumah, dan gantungan tas.

Sumber: Data Pribadi (Diakses Pada 25 Mei 2022)



Gambar III. 11 Format Desain Gantungan Kunci

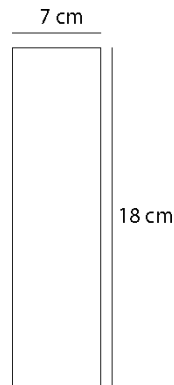
Ukuran : 60cm x 160cm

Material : Flexi Korea

Teknis : *Digital Printing*

- Pembatas Buku

Pembatas buku juga akan menjadi media promosi pada saat peluncuran buku ilustrasi pesugihan Sunda. Khalayak sasaran akan menggunakan media tersebut sebagai penanda usai membaca buku terutama buku ilustrasi ini.

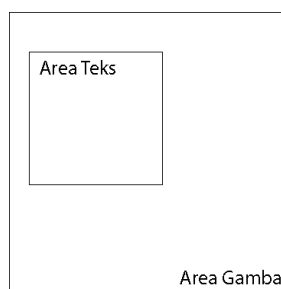


Gambar III. 12 Format Desain Pembatas Buku
Sumber: Data Pribadi
(Diakses Pada 25 Mei 2022)

Ukuran : 60cm x 160cm
Material : Flexi Korea
Teknis : *Digital Printing*

III.3.2 Tata Letak

Tata letak dalam perancangan informasi buku ini menggunakan bantuan ilustrasi agar bisa sekaligus memvisualisasikan apa yang harus dibayangkan. Untuk tata letak *body text* akan diletakan pada bagian tengah lembaran – lembaran buku yaitu setiap halaman format perancangan umumnya sejajar rata di setiap bagian dengan menyesuaikan lembar buku ilustrasi. Dengan cara ini khalayak sasaran bisa tetap fokus akan membaca dan juga menikmati visualisasi berupa gambaran ilustrasi dari buku ini.

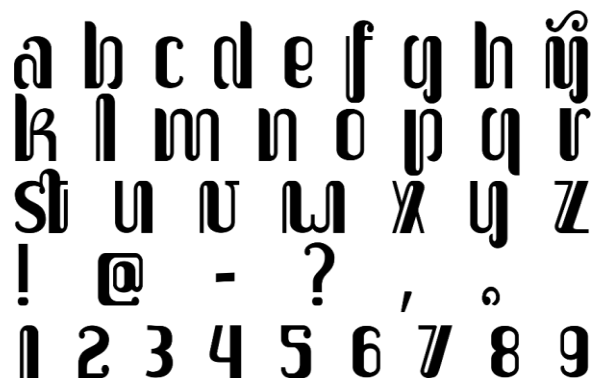


Gambar III. 13 Tata Letak Buku
Sumber: Data Pribadi
(Diakses Pada 25 Mei 2022)

Perancangan menggunakan jenis tata letak *copy heavy layout*, jenis layout ini sangat berguna untuk media cetak. *Copy heavy* dapat memuat informasi lebih banyak, sangat cocok untuk perancangan media informasi yang akan diangkat. Dalam menentukan layout ini perancang menyesuaikan terlebih dahulu dengan media yang akan dibuat.

III.3.3 Tipografi

- *Headline (Upakarti)*



Gambar III. 14 *Font Upakarti*
Sumber: Data Pribadi
(Diakses Pada 25 Mei 2022)

Penggunaan tipografi Upakarti untuk bagian *headline* karena karakter *font* yang kental dengan budaya jawa dan mirip dengan aksara – aksara Sunda zaman dulu. Selain memiliki karakter yang kental, *font* ini juga sangat cocok untuk media informasi yang akan diangkat. *Font Upakarti* dibuat oleh desainer yang bernama Adien Gunarta ini dibuat pada tahun 2015 tepatnya pada tanggal 27 Agustus. Upakarti adalah *font* yang gratis namun desainer berharap untuk berdonasi untuk *support* agar *font – font* bergaya seperti Upakarti bisa terus berkembang dan terus *update*.

- *Sub Headline (Birmingham)*

Font Birmingham akan menjadi *sub headline* dalam perancangan buku ilustrasi pesugihan Sunda, Birmingham memiliki karakter yang hampir menyerupai *font headline*. Birmingham memiliki ketegasan huruf yang kuat sehingga sangat cocok untuk dijadikan *sub headline*. Birmingham dibuat oleh desainer tipografi yang bernama Paul Lloyd. Paul sendiri menerbitkan pada tanggal 6 Oktober 2006 dan font tersebut secara gratis dan donasi sukarela.



Gambar III. 15 *Font* Birmingham

Sumber: Data Pribadi (Diakses Pada 25 Mei 2022)

- *Body Text* (Adega Serif)

Adega *Serif* digunakan untuk bagian *body text* karena karakternya yang menyerupai huruf – huruf *type writer* atau huruf yang cocok untuk buku cetak



Gambar III. 16 *Font* Adega *Serif*

seperti novel agar memudahkan pembaca. Agensi pembuat *font* ini adalah Adega Desain, agensi ini membuat *font* ini secara gratis untuk setiap pengguna. Dalam menentukan *font* ini untuk menjadi bagian *body text*, perancang menanyakan kepada orang tua dan kerabat yang memiliki gangguan mata untuk menanyakan kenyamanan pada saat membaca.

Sumber: Data Pribadi (Diakses Pada 25 Mei 2022)

III.3.4 Ilustrasi

Ilustrasi merupakan elemen penting dalam pembuatan buku berbasis gambar (buku

ilustrasi), dalam perancangan informasi dengan menggunakan buku ilustrasi yang diangkat berbasis *dark art* dan menggunakan teknik *hatching*. Pengambilan konsep di setiap gambar sangatlah penting maka dari itu perancang membuat konsep ilustrasi pada buku ini menggunakan studi karakter agar setiap objeknya selalu teringat. Berikut merupakan penjelasan studi karakter dan sekaligus studi latar pada buku ilustrasi.

III.3.5 Warna

Warna merupakan spektrum tertentu yang terdapat di dalam suatu cahaya sempurna (berwarna putih). Identitas suatu warna ditentukan oleh panjang gelombang dari cahaya tersebut. Sedangkan panjang gelombang warna yang bisa ditangkap oleh mata manusia diantaranya adalah 380 hingga 780 nanometer. (Ilham 2019).

Warna yang akan digunakan dalam karakter perancangan buku ilustrasi 10 ritual di daerah Jawa Barat yaitu dengan mengambil warna hitam dan putih saja. Dengan maksud warna tersebut diharapkan menciptakan kesan mistis terutama bagi khalayak sasaran dari gambar karakter. Sedangkan pengambilan warna merah akan digunakan untuk penulisan-penulisan seperti judul, sub-judul atau *headline*. Dengan tujuan akan memperkuat suasana mistis sesuai dengan konsep *dark art* yang di gunakan.

| | | |
|-------------|-------------|------------|
| # ffffff | # ff0000 | # 000000 |
| R: 225 C: 0 | R: 225 C: 0 | R: 0 C: 75 |
| G: 225 M: 0 | G: 0 M: 99 | G: 0 M: 68 |
| B: 225 Y: 0 | B: 0 Y: 100 | B: 0 Y: 67 |
| K: 0 | K: 0 | K: 90 |

Gambar III. 17 Palet Warna
Sumber: Data Pribadi
(Diakses Pada 26 Mei 2022)

Arti dari warna-warna yang dipilih adalah putih (mencerminkan spiritualitas), merah (menggambarkan darah yang menyeramkan namun terlihat juga tegas), sedangkan hitam (menggambarkan kesan gelap, menampilkan sisi *dark*, dan juga dapat memperkuat sisi mistis dalam gambar).

BAB IV. MEDIA DAN TEKNIS PRODUKSI

IV.1 Media Utama

Media yang dimanfaatkan dalam penyebaran informasi mengenai pesugihan Sunda, yaitu media utama dan beberapa media pendukung. Media informasi utama yang digunakan adalah buku ilustrasi. buku ilustrasi dicetak dengan format ukuran 14,8 cm x 21 cm. Hal ini agar memuat lebih banyak informasi seperti memberikan ruang bagi para pembaca dalam memahami dan memperhatikan informasi maupun ilustrasi. Selain itu bentuk buku yang berbentuk persegi panjang dan memiliki ukuran yang tidak terlalu besar dapat memudahkan para pembaca untuk dapat dimasukkan ke dalam tas dan membawanya kemanapun. Sampul buku akan menggunakan *hardcover* dengan dilapisi bahan kertas *art paper*.

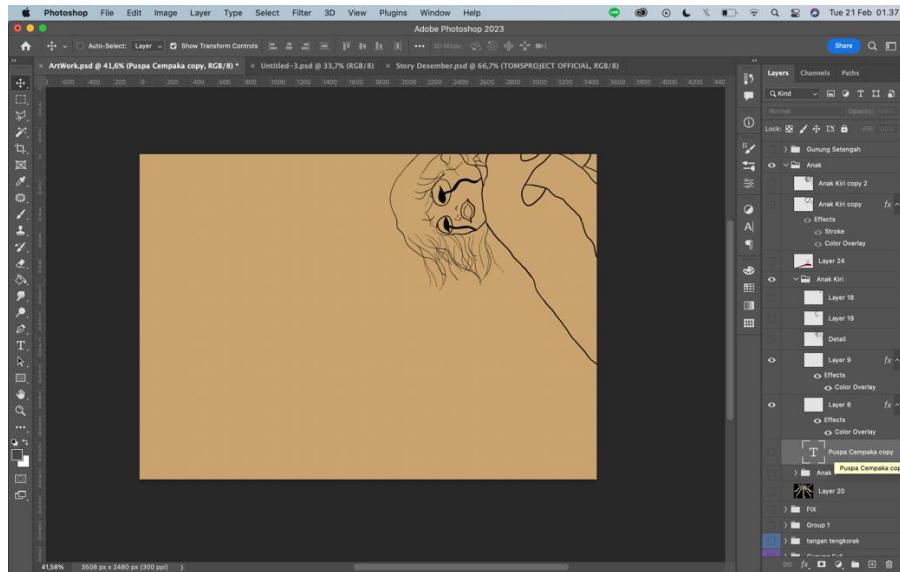
Dalam buku ilustrasi atau media utama perancangan ini, yaitu penguatan unsur-unsur gaib dan mistis di konsepkan akan dicetak dengan lembaran plastik mika pada lembaran sampul buku pesugihan ini. Sebagai penguat apa yang sedang dibahas agar gambar bisa lebih terlihat misterius. Media buku juga akan diperkuat dengan hasil gambar yang bertema *dark art*, hal ini menjadikan media buku ilustrasi ini semakin memiliki kesan misteri.

IV.1.1 Teknis Produksi

Setelah tahapan – tahapan berupa konsep keseluruhan mulai dari ide hingga konsep visual, maka tahapan selanjutnya adalah teknis produksi. Pada teknis produksi membahas tahapan yang dimulai dari pembuatan sketsa dan digitalisasi media utama yaitu sampul buku pesugihan Sunda. Semua yang dilakukan dalam pembuatan buku ini berdasarkan konsep dan latar belakang.

- **Tahap Sketsa**

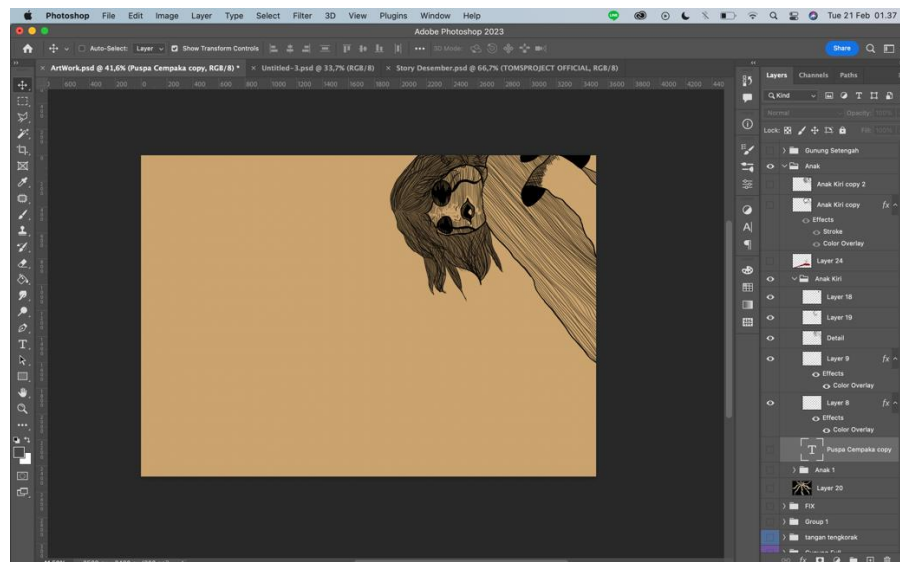
Dalam pembuatan sketsa, perancang akan menggunakan teknik *hatching* pada hasil akhir nanti. Sehingga dalam penggarapan sketsa harus memperlihatkan *outline* yang jelas dan bentuk sekaligus gambaran *shadow* yang mudah terlihat. Semua cara itu perancang gunakan atas dasar kenyamanan gambar itu sendiri.



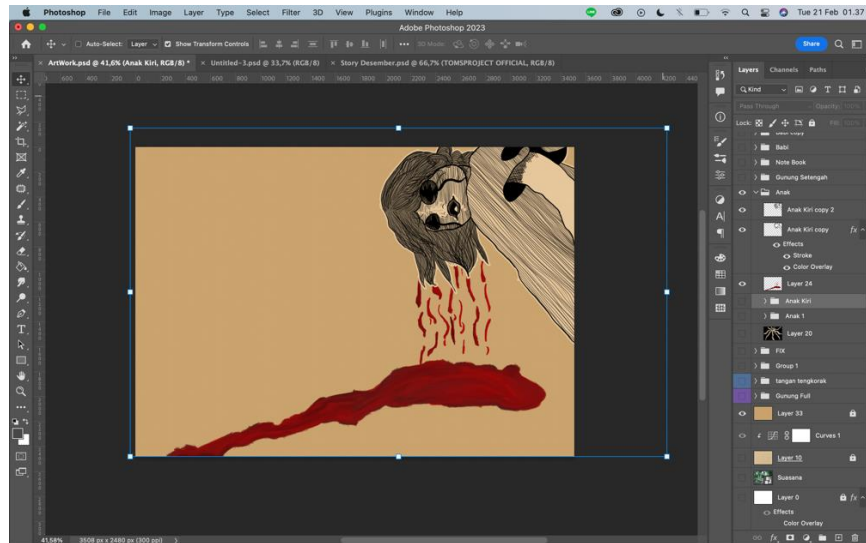
Gambar IV. 1 Proses Sketsa
 Sumber: Data Pribadi
 (Diakses Pada 21 Februari 2023)

- **Tahap Detail**

Perancang akan menggunakan teknik *hatching* untuk mendapatkan hasil yang menyeramkan. Teknik *hatching* sendiri menjadi karakter utama dalam perancangan buku ilustrasi ini. Dalam menggunakan teknik *hatching* perancang akan membuat ilustrasi sampai detail.



Gambar IV. 2 Proses Detail Sketsa
 Sumber: Data Pribadi
 (Diakses Pada 21 Februari 2023)



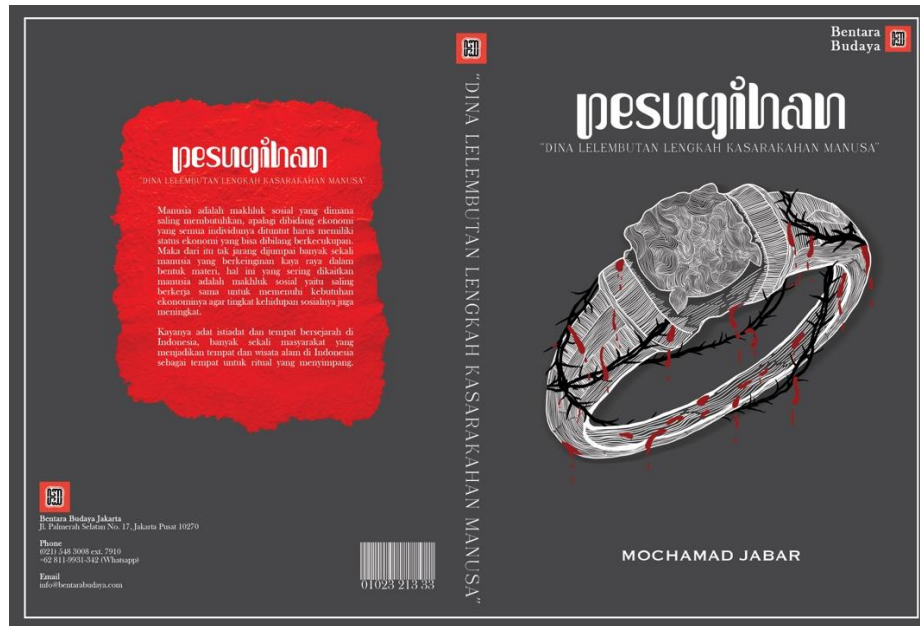
Gambar IV. 3 Proses *Finishing Akhir Artwork*
Sumber: Data Pribadi
(Diakses Pada 21 Februari 2023)

IV.1.2 Hasil Akhir

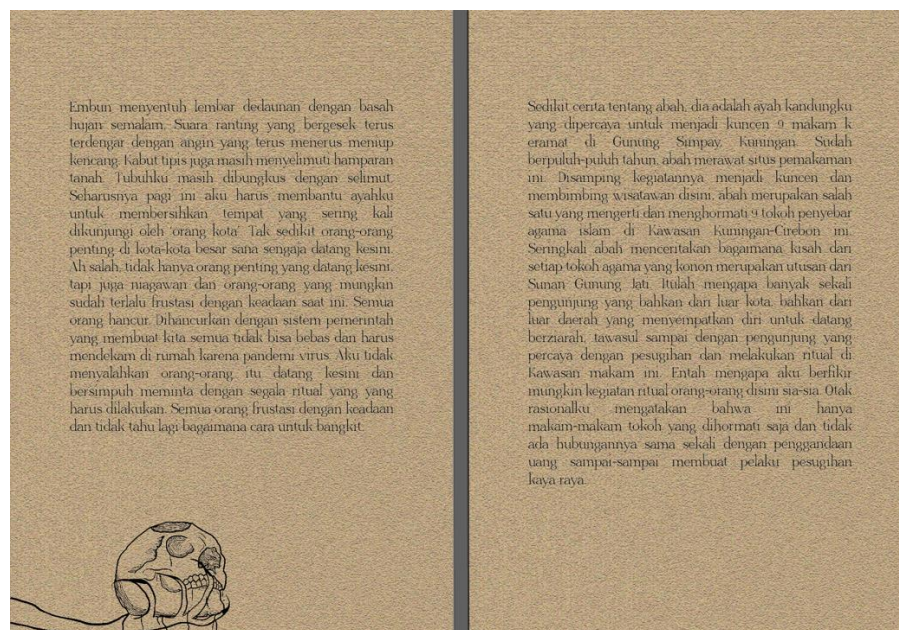
Hasil akhir perancangan buku ilustrasi pesugihan Sunda akan seperti buku novel klasik yang bernuansa misterius. Karena pada penggunaan bahan yang terbuat dari bahan kertas tipis yang rapuh akan menambahkan kesan seperti kitab – kitab suci. Ukuran media 14,8 cm x 21 cm akan sangat memudahkan pembaca untuk membaca dimanapun dan kapanpun.



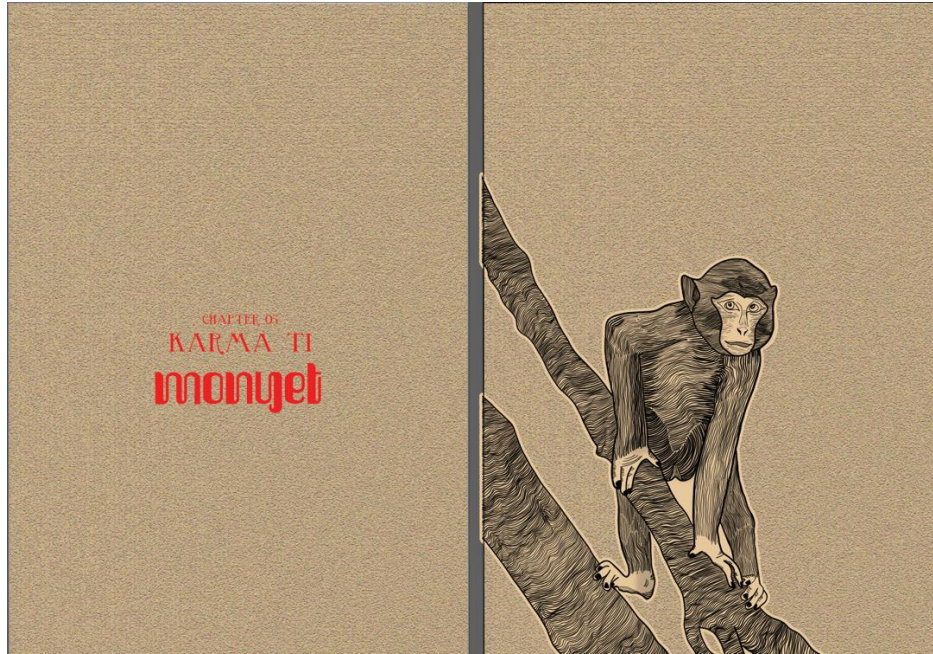
Gambar IV. 4 *Mock Up* Sampul Buku
Sumber: Data Pribadi
(Diakses Pada 10 Februari 2023)



Gambar IV. 5 Hasil Akhir Sampul Buku
 Sumber: Data Pribadi
 (Diakses Pada 10 Februari 2023)



Gambar IV. 6 Hasil Akhir Isi Cerita Halaman
 Sumber: Data Pribadi
 (Diakses Pada 10 Februari 2023)



Gambar IV. 7 Hasil Akhir Pembatas Isi Halaman
Sumber: Data Pribadi
(Diakses Pada 10 Februari 2023)

IV.2 Media Pendukung

Media pendukung bertujuan sebagai pelengkap dari penyebaran media utama yaitu buku ilustrasi. Media pendukung berfungsi sebagai penambah minat jual teruntuk khalayak sasaran. Adapun media pendukung yang terdiri dari beberapa media dan memiliki perbedaan bentuk serta fungsi yang beragam.

- *X-Banner*

Media pendukung *x-banner* berisi informasi mengenai *launching* buku ilustrasi pesugihan Sunda. Menggunakan ukuran standar yaitu 60cm x 120cm.



Gambar IV. 8 Format Desain X-Banner

Sumber: Data Pribadi

(Diakses Pada 10 Februari 2023)

Ukuran : 60cm x 160cm

Material : Flexi Korea

Teknis : *Digital Printing*

- Poster

Media pendukung poster akan berisi informasi mengenai *launching* buku ilustrasi ini berlangsung. Menggunakan ukuran A3 agar mudah terbaca di tempat umum. Dengan demikian informasi mengenai *launching* buku ilustrasi akan tersebar luas.



Gambar IV. 9 Format Desain Poster
Sumber: Data Pribadi
(Diakses Pada 10 Februari 2023)

Ukuran : 29,7cm x 41cm
Material : *Art Papper*
Teknis : *Digital Printing*

IV.3.2 Tahap Peningkat

- *T-shirt*

T-shirt merupakan media yang digunakan sebagai *merchandise* juga promosi saat peluncuran pertama, di desain *fashionable* sehingga dapat digunakan dalam kegiatan sehari-hari. Ilustrasi pada buku akan dituangkan pada media *t-shirt* dan akan berukuran A4.



Gambar IV. 10 Format Desain *T-shirt*
 Sumber: Data Pribadi
 (Diakses Pada 10 Februari 2023)

Ukuran : 55cm x 75cm
 Material : Katun
 Teknis : *Sablon Plastisol*

- *Tote Bag*

Media *tote bag* merupakan media informasi dan juga *merchandise* yang akan digunakan saat peluncuran pertama kali *launching* buku ilustrasi pesugihan Sunda. Dengan desain yang dibuat *trendy* atau mengikuti zaman, *tote bag* dapat digunakan dalam keseharian khalayak sasaran.



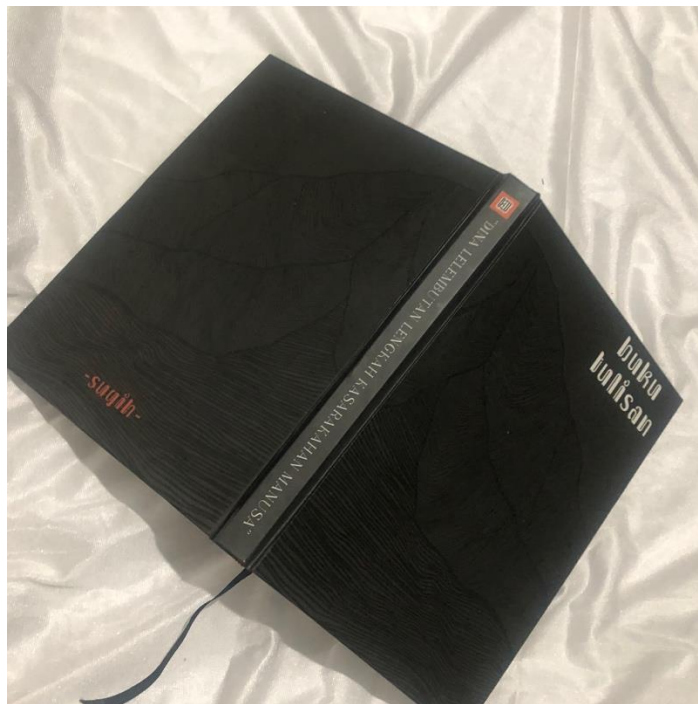
Gambar IV. 11 Desain *Tote Bag*
 Sumber: Data Pribadi

(Diakses Pada 10 Februari 2023)

Ukuran : 30cm x 35cm
Material : *Canvas*
Teknis : *Sablon Plastisol*

- *Note Book*

Media *note book* merupakan media informasi dan juga *merchandise* yang akan digunakan saat peluncuran pertama kali *launching* buku ilustrasi pesugihan Sunda. Karena dibuat dari ukuran A5 yang sangat compact, media *note book* berguna bagi khalayak sasaran terutama untuk mencatat pekerjaan atau tugas.



Gambar IV. 12 Format Desain *Note Book*

Sumber: Data Pribadi

(Diakses Pada 10 Februari 2023)

Ukuran : 14,8cm x 21cm
Material : *Art Paper*, HVS 80gram
Teknis : *Digital Printing*

- *Stiker*

Stiker juga akan menjadi media promosi saat peluncuran buku ilustrasi. Khalayak akan menggunakan stiker pada bagian tertentu seperti pada *laptop*.



Gambar IV. 13 Format Desain Stiker
Sumber: Data Pribadi
(Diakses Pada 10 Februari 2023)

Ukuran : 5cm - 9cm
Material : Kromo dan *Vinyl*
Teknis : *Digital Printing*

- Gantungan Kunci

Gantungan kunci juga akan menjadi media promosi saat peluncuran buku ilustrasi. Khalayak akan menggunakan gantungan kunci pada kunci kendaraan, kunci rumah, dan gantungan tas.



Gambar IV. 14 Format Desain Gantungan Kunci
Sumber: Data Pribadi
(Diakses Pada 25 Mei 2022)

Ukuran : 5cm x 10cm
Material : Acrylic
Teknis : *Digital Printing*

- Pembatas Buku

Pembatas buku juga akan menjadi media promosi pada saat peluncuran buku ilustrasi pesugihan Sunda. Khalayak sasaran akan menggunakan media tersebut sebagai penanda usai membaca buku terutama buku ilustrasi ini.



Gambar IV. 15 Format Desain Pembatas Buku
Sumber: Data Pribadi
(Diakses Pada 25 Mei 2022)

Ukuran : 7cm x 18cm
Material : Kromo dan Vinyl
Teknis : *Digital Printing*

- Cerita Media Sosial

Cerita atau sering disebut *story* pada media sosial khususnya Instagram menjadi salah satu kuncinya. Karena masyarakat luas zaman sekarang sudah pasti memiliki akun media sosial. Maka dari itu perancang menggunakan media sosial agar jangkauan buku bisa lebih luas lagi.



Gambar IV. 16 Desain *Story* Media Sosial
Sumber: Data Pribadi
(Diakses Pada 25 Mei 2022)

Ukuran : 1920 x 1080 px
Material : *Photoshop*
Teknis : *Soft File*

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

V.I Kesimpulan

Ritual merupakan salah satu kegiatan yang biasa dilakukan oleh pribadi, gabungan yang membentuk etos setiap pribadi daripada pelaku ritual tersebut. Kegiatan ritual sendiri juga berbeda-beda tergantung dengan keperluan dan budaya masing-masing. Salah satu ritual yang dilakukan oleh pelaku ritual dengan tujuan menjadi kaya dalam waktu singkat yaitu dengan cara menjalankan ritual pesugihan. Kegiatan pesugihan itu sendiri dilakukan dengan cara yang beragam. Pelaku pesugihan tidak jarang harus menerima konsekuensi dari kegiatan ritual tersebut seperti meminta tumbal dan syarat-syarat yang harus dijalankan agar pesugihan ini berhasil. Apabila pesugihan ini tidak berhasil seperti tidak memberikan tumbal atau tidak menjalankan syarat-syarat tertentu, semua harta kekayaan, mental dan fisik seorang pelaku pesugihan akan diambil oleh jin atau iblis yang melakukan perjanjian.

Buku informasi pesugihan Sunda ini memberikan beberapa informasi fenomena tentang pesugihan di daerah Jawa Barat. Media utama tentang ritual pesugihan di Jawa Barat ini dibuat dengan konsep mengangkat fenomena-fenomena seputar pesugihan dengan beberapa ilustrasi. Melalui ilustrasi sederhana sebagai pelengkap dari buku informasi pesugihan Sunda ini, khalayak sasaran dapat dengan mudah membayangkan tentang pesugihan yang dimuat.

Tidak hanya media utama yang mengangkat tentang fenomena pesugihan. Media pendukung dari Buku Informasi pesugihan Sunda ini juga memberikan sedikit informasi dan berkaitan dengan media utama agar khayalak selalu ingat dengan buku informasi pesugihan Sunda ini. Diantaranya antara lain *t-shirt*, *totebag*, *note book*, stiker, gantungan kunci dan juga pembatas buku. Media pendukung ini diberikan kepada khalayak sasaran dengan tujuan agar mudah untuk mengingat tentang fenomena pesugihan dengan cara membuat media pendukung tersebut dengan ilustrasi-ilustrasi pesugihan di Jawa Barat.

Dengan adanya perancangan buku Informasi pesugihan Sunda ini, khalayak

diharapkan dapat mengenal tentang warisan cerita hal mistis pemberian nenek moyang zaman dulu tentang ritual-ritual pesugihan. Perancangan buku informasi pesugihan Sunda ini juga diharapkan dapat menambah keingintahuan dan minat baca di era digital saat ini.

V.II Saran

Dalam perancangan buku informasi pesugihan Sunda ini diharapkan dapat dimanfaatkan dengan baik oleh masyarakat khususnya oleh khalayak sasaran agar lebih mengenal dan mengetahui tentang fenomena pesugihan Sunda. Diharapkan dari buku informasi pesugihan Sunda ini dapat menjadi media yang inovatif dan acuan sebagai perancangan media buku informasi selanjutnya. Pada perancangan buku ini juga dilakukan dengan observasi yang terbatas. Oleh karena itu, perancang mengharapkan apabila buku ini telah terbit dan sudah dibaca oleh masyarakat akan berdampak baik bagi sudut pandang masyarakat terutama khalayak sasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- AA entertainment, Ritual S3 - Ks Pesugihan Nyai Puspo Cempoko, *YouTube*, 11 Juni, dilihat 29 Januari 2022.
- Craig, J 2001, Ritual Mistis Pesugihan Dan Pengasih, Universitas Muhammadiyah, dilihat 23 Januari 2023.
- Dhavamony, M 1995, Fenomologi Agama, Kanisius.
- Ensiklopedi Islam, 1999, Ichtiar Baru Van Hoven, dilihat 28 Desember 2021.
- Fauzan, A & Djunaidi, G 2012, Metodologi Penelitian kualitatif, Ar-Ruzz Media.
- Ilmu Kekayaan, Ritual Seks Nyai Puspo Cempoko Untuk Mendapatkan Pesugihan 08121445988, *YouTube*, 23 Juli 2021, dilihat 19 Desember 2021.
- Kurniawan. I 2009, Desain dan Perubahan Budaya Masyarakat, Visualita Universitas Komputer Indonesia.
- Kasmana, K 2018, Konstruksi Karakter Makhluk Halus dan Gramatika Visual Horor Sunda Dalam Komik Ririwa nu Mawa Pati, Opat Madhab Setan dan Kawin ka Kunti, Disertasi, Institut Teknologi Bandung.
- Miles, B, Mathew & Huberman, M 1992, Analisis Data Kualitatif Buku Sumber Tentang Metode-metode Baru, UIP.
- Rustan, 2009, Mendesain Logo, PT Gramedia Pustaka Utama.
- Tren Info, Mengungkap Ritual S3k Pesugihan Nyai Puspo Cempoko Rembang, *YouTube*, 20 Juni, dilihat 18 Desember 2021.
- Tuak City Project, *Ritual Pesugihan Nyata Tanpa Tumbal*, *YouTube*, 14 September 2021, dilihat 3 Februari 2022.
- Tuasikal, A 2018, Buku Kecil Pesugihan, Rumaysho, dilihat 15 Januari 2022.
- Walisah, T 2018, Audiens Dalam Periklanan: Sebagai Target Market, Universitas Islam Nasional Sumatera Barat.

LAMPIRAN