BAB III
STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

III. 1 Strategi Perancangan

Strategi perancangan adalah teknik yang di rencanakan dengan sebaik mungkin dalam pembuatan suatu pencapaian pada pembuatan sesuatu agar berjalan dengan baik dan tepat pada sasaran. Dalam hal ini membuat solusi media yang menarik tentang visualisasi sastra lisan dari salah satu fenomena budaya lokal seperti puisi lisan Sunda kelompok mantra yaitu mantra *jangjawokan.* Perancangan media ini akan menggunakan pendekatan zaman di era globalisasi, melalui pendekatan komunikasi, verbal dan visual ini dilakukan agar perancangan bisa diterima oleh masyarakat. Dengan adanya perancangan ini diharapkan bisa memberikan sebuah media berupa buku ilustrasi yang mengangkat tema budaya lokal pada sastra lisan Sunda dalam kelompok mantra yang sebelumnya masih jarang ditemui.

III.1.1 Tujuan Komunikasi

Tujuan dari pembuatan buku ilustrasi mantra jangjawokan adalah sebagai berikut:

- Mengangkat fenomena Budaya lokal pada puisi mantra Jangjawokan, dan menginformasikan mantra-mantra yang bersifat asihan, pengobatan dan etika yang digunakan orang Sunda pada masanya.
- Memvisualisasikan Puisi Mantra yang berupa ilustrasi.
- Pengemasan Ilustrasi yang relevan dengan digunakan hitam dan putih yang memberikan kesan 2 dunia. Lebih ke dunia nyata dan dunia gaib atau mistis yang di kemas dengan unik.

III.1.2 Pendekatan Komunikasi

Dalam suatu penyampaian informasi dibutuhkan strategi untuk pendekatan komunikasi agar penyampaian komunikasi mudah di mengerti dan dipahami oleh target audiens. Pendekatan komunikasi dilakukan dengan pendekatan budaya. Pendekatan budaya pada masa mantra *jangjawokan* ini sering di gunakan atau pada masanya, dan pendekatan budaya yang sudah lebih modern.

Penyampaiannya bisa berupa koumikasi verbal maupun visual, dan bisa juga dengan keduanya karena
saling berkaitan. Pendekatan tersebut diharapkan memberikan ketertarikan geerasi muda yang menjadi target audiens dengan komunikasi yang disajikan pada media.

- Pendekatan Visual

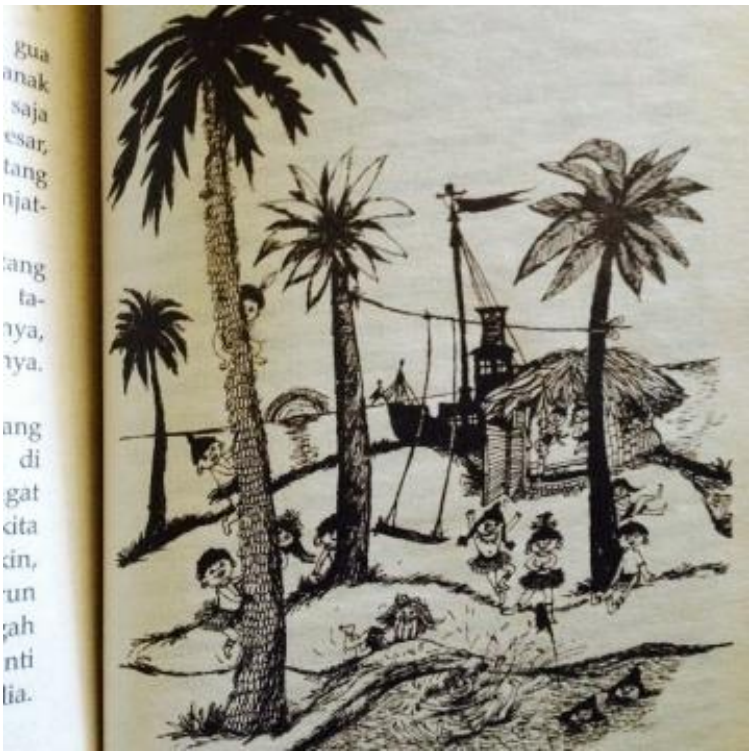
Komunikasi pendekatan visual mempergunakan mata sebagai alat penglihatan. Komunikasi ini menggunakan bahasa visual, dimana unsur dasar visual yang menjadi kekuatan utama dalam penyampaian pesannya adalah degan sesuatu yang dapat dilihat dan dapat dipakai untuk menyampaikan arti, atau makna bahkan pesan. Visualisasi pada puisi mantra ini menggunakan ilustrasi dengan gaya abstrak ynag menggunakan majas disetiap pengertian visualnya. Mengolah kata-kata kembali menjadi sebuah bentuk yang menghasilkan imajinasi dan gambar yang abstrak.

Pendekatan visual yang akan digunakan adalah gambar ilustrasi pada umumnya, namun masih memiliki ke-abstrakanya karena dari pengartian puisi mantra yang tidak bisa di baca begitu saja oleh kasat mata karena memiliki imajinasi pada visualnya. Namun masih disesuaikan dengan gaya gambar pribadi dan juga tentunya disesuaikan untuk target audiens, dan tidak lupa memberikan elemn sunda di setiap gambarnya, sehingga informasi dapat diterima dengan baik oleh target audiens.



Gambar III.1 Gambar referensi

Sumber: Pribadi buku Astrid Lindgren. (6 April 2015)



Gambar III.2 Gambar referensi

Sumber: Pribadi buku David B. (6 April 2015)



Gambar III.3 Gambar referensi

Sumber http://facebook/dielamaharani.go.id/index.php /id/99 (4 April 2015)

- Pendekatan Verbal

  Komunikasi verbal yang digunakan adalah bahasa Sunda, karena bahasa Sunda sangat kompleks yang susah untuk dijelaskan dengan kata karena tidak hanya satu kata lalu memiliki satu pengertian, bahasa Sunda yang luas. Dan target audiensnya pun adalah orang Sunda.

III.1.3 Materi Pesan

Materi Pesan Butir-butir materi pesan yang akan disampaikan adalah sebagai berikut:

- Mantra *jangjawokan* karya sastra yang memiliki nilai sastra yang tinggi.
- *Jangjawokan* versi *jampe asihan*, pengobatan, dan etika atau tatacara di dalam kehidupan sehari-hari orang Sunda.
- Memperkenalkan *jangjawokan* dengan cara visualisasi.
- Memberikan visualisasi pada di setiap mantranya.

III.1.4 Gaya Bahasa

Gaya bahasa yang digunakan adalah Bahasa sunda dan bahasa indonesia, menggunakan bahasa sunda sesuai mantranya dan bahasa Indonesia penerjemah dari mantra *jangjawokan* tersebut agar dapat pembaca dapat mengerti. Gaya bahasa yang dipakai adalah gaya bahasa yang lugas dan biasanya di gunakan sehari-hari.

III.1.5 Khalayak Sasaran Perancangan

Consumer insight :

Untuk kasus mantra *jangjawokan*, target audiens yang dicari adalah remaja akhir yang berusia 17 – 23 tahun yang hidup di daerah perkotaan. Untuk menempatkan ilustrasi di benak remaja sebagai target audiens merupakan suatu yang penting di perhatikan karena ini berhubungan dengan sastra dan visualisasinya. Target audiens yang menyukai puisi akan merasakan kesan berbeda pada saat ia membaca buku ini karena tidak biasanya pusisi mantra sastra lisan digabungkan dengan penggambaran melalui imajinasi lewat baitnya yang menjadikan

karakteristik ilustrasi abstrak karena wujud di dunia perkataan dengan tulisan akan berbeda.

Psikografis :

Remaja yang menyukai cerita-cerita yang berhubungan dengan budaya, sastra dan gemar membaca buku. Mantra *jangjawokan* ini merupakan salah satu sastra karya lisan, dan sastra lisan pada buku ini sekarang di tunjang dengan gambarnya juga.

Geografis :

remaja yang bertempat tinggal di daerah perkotaan. Buku visualisasi mantra dalam bentuk buku ilustrasi akan lebih menjawab persoalan jika dipublikasi dan disebarkan di daerah perkotaan. Masyarakat kota lebih mengenal budaya urbanisasi asing yang masuk karena adanya dibandingkan di pedesaan yang cenderung kaya dan masih percaya akan mitos.

Consumer journey :

Tabel III.1 consumer journey

Sumber: Pribadi

waktu	Kegiatan	Point of Contact
6-7	Bangun tidur cek Hp	Sosmed
7-9	Sarapan/ beres-beres kamar	Kamar/sapu/meja/kasur
9-11	Kuliah	Poster
11-12	Cari makan siang	Poster/flayer
12-3	Kuliah	Poster/sosmed
3-5	Pergi ke kineruku (café+perpus)	*x-banner* / Poster
5-6	Nyampe Rumah/maen HP	Sosmed
6-9	Nyantai/maen Hp/ baca buku	Sosmed/buku/pebatas buku

10-6	Tidur	Kamar

III.1.6 Strategi Kreatif

Strategi yang dilakukan adalah menggabungkan karya seni sastra dengan karya seni gambar yang tujuanya agar membuat ketertarikan pada puisi mantra. Dengan menggunakan warna hitam dan putih lebih menjelaskan 2 dunia yaitu dunia nyata dan dunia gaib atau mistis. Strategi kreatif ini di tekankan pada imajinasi dan abstraksi pada mantranya. Media yang digunakan untuk strategi media adalah buku cerita ilustrasi yang berisi tentang mantra *jangjawokan* yang frekuensinya dilakukan dikegiatan sehari-hari orang sunda yang masih dipercaya namun di zaman sekarang sudah sulit untuk menemukanya. Informasi akan disampaikan dengan dikemas melalui visualisasi di setiap mantranya dengan ilustrasi hitam putih agar kuat pada penyampaian pesan magis yang terkandung di dalamnya. Dengan mengartikan mantra lalu di visualkan dengan gaya perumpamaan seperti metafora, hiperbola, metonimi, prototo dan lainya. Karena artian dari satu kata di sunda memiliki artian yang sangat kompleks dan luas. Ditambah dengan menggunakan elemen-elemen atau bahkan properti kesundaaan. Dibuat dengan penuh visualisasi agar target audiens merasakan kesan imajinatif dari mantra yang di baca dan menjadikan ketertarikan mereka untuk menikmati karya sastra yang dapat di buat karya seni yang berupa visual.

a.Visualisasi

***Jampe* mandi**

Bismillahirohmanirohim

Curulang pancuran ti gunung

Widadari tujuh mandi

Nu calik dina batu

Nu lengah nuju iba



Gambar III.4 Gambar Visual

Sumber Pribadi

III.1.7 Strategi Media

Strategi pada media adalah buku. Karena buku di sunda menggambarkan seperti *paririmbon* maka nuansa-nuansa buku sangatlah penting.

Adapun media pendukung yang digunakan dalam buku cerita ilustrasi Mantra *jangjawokan* adalah sebagai berikut:

a. Tahap Informasi

- Flayer

  Media yang dapat memberikan detail informasi dan brsifat personal.

- Poster A3

  Poster yang berisikan untuk menarik perhatian yang bersifat mengajak baik target audiens primer maupun sekunder.

- X-Banner

  Dipasang pada lokasi letak buku-buku ilustrasi sebagai media utama dipajang dan dipasang agar pembeli mudah melihat dari kejauhan.

b. Tahap Pengingat

Ditahap ini akan digunakan media-media yang sangat dekat dengan target audiens pada kesehariannya. Sehingga target audiens bisa selalu mengingat. Gimmick yang akan diberikan akan memberikan kesan tersendiri untuk target audiens. Media sebagai gimmick ini akan diberikan sebagai hadiah, souvenir dan semacamnya. Media yang akan digunakan adalah:

- *Totebag*

  Totebag banyak digunakan oleh semua kalangan karena mudah dan sederhana. Media ini bagian dari *souvenir* yang akan dijual selain media utama.

- Kalung *Gemstone Shapes*

  Kalung ini adalah visual dari mantra yang dapat dijadikan kalung bertekstur hitam putih. Media ini bagian dari *souvenir* yang akan di jual selain media utama.

- *T-Shirt*

  Media ini digunakan untuk *souvenir* yang akan dijual selain media utama. Dan juga sebagai hadiah pada *event-event* tertentu.

- Pembatas Buku

  Bagi seorang yang gemar membaca, pasti sangat erat dengan pembatas buku yang selalu jadi pengingat dimana halaman terakhir dibaca. Pembatas buku didapatkan pada saat pembelian media utama.

- Kalender

  Bagi seseorang yang menyukai *event*, pada kalender adalah salah satu pengingat bila ada acra. Membuat note atau melingkarinya adalah cara mereka untuk menandakan.

III.1.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Distribusi di lakukan dengan cara launching buku yang di selenggarakan di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan provinsi Jawa Barat. Buku ini di gratiskan oleh pemerintah. Namun jika ingin mendapatkanya harus mengisi data yang jelas terlebih dahulu. Buku ini di gratiskan untuk pembendaharaan budaya yang dilakukan oleh pemerintahan. Pada *launching* buku, terdapat *souvenir* yang dapat di beli pada saat acara berlangsung. Buku ini juga akan di distribusikan ke perpustakaan Sekolah, Universitas sebagai media pembelajaran.

Tabel III.2 Tabel Distribusi Media Tahun2015 Akhir

Sumber: Pribadi

Media		Oktober				November				Desember			
Media Utama													
a	Buku Mantra *jangjawokan*												
Media Pendukung													
MediaPromosi													
a	Flyer												
b	Poster												
MediaPengingat													
a	*Pembatas Buku*												
c	Kalung Mantra Gemstone												
e	*T-Shirt*												
f	*Tote Bag*												

Pada bulan Oktober hingga pertengahan bulan November, akan dilakukan promosi dengan penempelan poster dan pembagian *flyer* di sekolah, kampus dan sekitar perpustakaan di Bandung yang memiliki koleksi sastra. Bertujuan untuk memperkenalkan tentang buku ilustrasi mantra dan juga menginformasikan suatu budaya dan juga sebagai proses pembendaharaan negara.

III.2 Konsep Visual

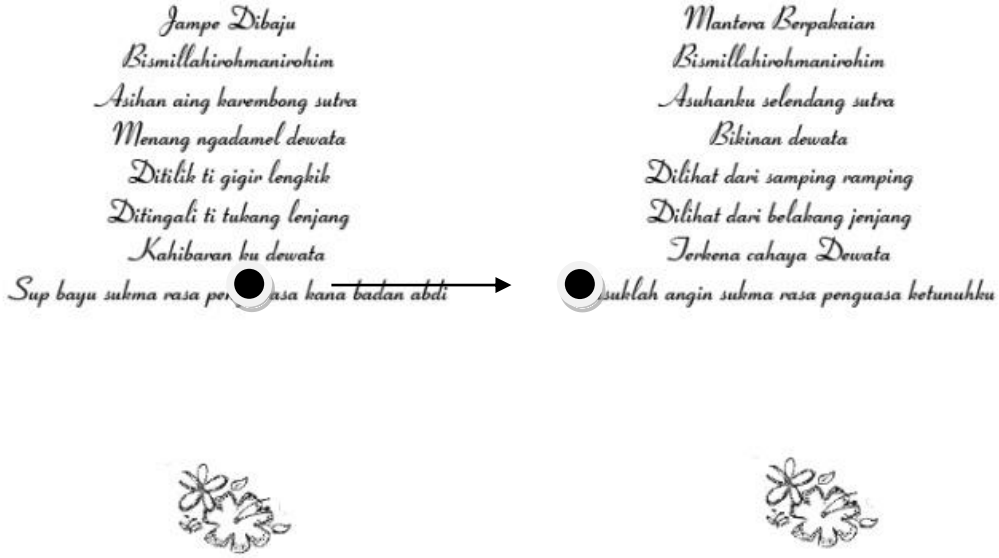
Dalam sebuah media informasi yang menarik dan informatif, konsep visual sangat memegang peranan penting. Konsep visual dalam buku ilustrasi mantra *jangjawokan* ini menggunakan gaya gambar pribadi dan menggunakan metode menggambar manual lalu di *scan* dan *finishing* pengan *photoshop*.

III.2.1 Format Desain

Buku ilustrasi tentang mantra *jangjawokan* ini akan di buat dengan ukuran 150mm x 210mm dengan isi 70 halaman dan berbentuk persegi panjang kecil akan membuat nyaman membaca dan melihat visual yang tiap gambar dibuat menjadi 2x lebih besar atau 2 halaman *full* gambar**.** Untuk pemilihan kertas menggunakan Akasia *Cream*, agar terkesan lebih terlihat seperti warna-warna naskah atau buku-buku paririmbon.

III.2.2 Tata letak (layout)

Tata letak yang baik berfungsi sebagai salah satu kenyamanan untuk pembaca, juga membuat elemen visual dan verbal menjadi lebih komunikatif. Format tata letak buku berisikan 50-50% visual dan sisanya mantra. Visual dari mantra akan di buat 2 halaman full agar pembaca lebih menikmati gambar tersebut.



Gambar III.5 Cara membuka buku ilustrasi

Sumber: Pribadi



Gambar III.6 ilustrasi full 2 halaman untuk gambar mantra

Sumber: Pribadi

III.2.3 Huruf Tipografi

Studi jenis huruf merupakan salah satu elemen penting dalam sebuah buku ilustrasi. Untuk pemilihan tipografi harus dipilih dengan seksama karena sangat mempengaruh kenyamanan pembaca dalam membaca .

III.2.3.1 Tipografi Judul

Tipografi yang digunakan dalam judul buku ilustrasi mantra *jangjawokan* adalah " i crashed into gothic" untuk tipografi sub "visualisasi puisi mantra" menggunakan font "Brankovic" dan "Brankovic". Pemilihan font ini karena berdasarkan mantra yang berkaitan dengan mistis maka pemilihan judul memakai " i crashed into gothic" pada sub judul memakai "Brankovic" karena sepadan dengan font yang digunakan untuk font judul.

A B C

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

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

1234567890

~!@#$%^&*()_+

III.2.3.2 Tipografi Sub Judul

Tipografi sub judul dengan menggunakan font "brankovic"

A B C

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

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

1234567890

~!@#$%^&*()_+

III.2.3.3 Tipografi Mantra

Untuk narasi mantra menggunakan tipografi Ribon karena huruf ini memiliki keterbacaan yang cukup jelas dan seperti tulisan tangan sambung. Jadi terlihat seperti jaman-jaman di Sunda yang rata-rata tulisanya menggunakan huruf sambung. dan Judul mantra menggunakan "Brannboll Fet" Karena font kedua tersebut sepadan. keduanya memiliki karakter yang sama.

" Ribon"

A B C

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

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

1234567890

~!@#$%^&*()_+

"Brannboll Fet"

A B C

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

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
(tidak ada angka dan symbol)

III.2.3.4 Ilustrasi

Gaya ilustrasi disesuaikan dengan pendekatan verbal yang dilihat dari mantra lalu di visualisasikan dengan gambar berilustrasi yang sederhana namun tidak lupa menggunakan elemen-elemen Sunda di setiap mantranya. Tiap mantra berbeda-beda ada yang menggunakan tokoh dan ada yang dijadikan perumpamaan benda atau barang. Sesuai dari pendekatan verbal dan komunikasi.



Gambar III.7 ilustrasi mantra memakai baju
Sumber: Pribadi

Gaya ilustrasi pada mantra memakai baju ini mengartikan dewi yang dililit dengan *karembong sutra.* Pengunaan tokoh perempuan ini mengartikan bahwa kefeminiman seorang wanita dan kelembutan dalamnya. Penggunaan bunga serunduk yang melingkari kepala pada perempuan ini mengartikan mahkota dari dewi tersebut.



Gambar III.8 ilustrasi mantra mandi

Sumber: Pribadi

Penggambaran pada ilustrasi mantra mandi tersebut mengartikan dari mantranya yang menandakan ada 7 bidadari yang diilustrasikan dengan burung yang ada di dalam sungai. Daun-daun mengisi elemen pada visual yang ada dalam ilustrasi tersebut. Pada gambar ini mengartikan cirulang pancuran yang diilustrasikan dengan air yang jatuh dari kendi yang di pegang oleh pria tersebut. Latar pada sungai dijadikan riset pada orang Sunda jaman dahulu yang apal\bila ia mandi, ia pergi ke tempat sungai.



Gambar III.9 ilustrasi mantra memakai bedak

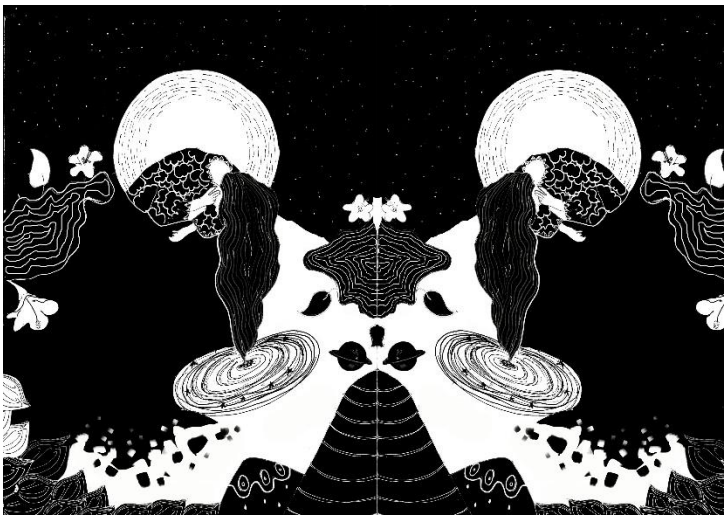
Sumber: Pribadi

Penggambaran pada ilustrasi mantra memakai bedak menggunakan seorang perempuan yang mengartikan dewi-dewi. Pada topeng mengartikan bahwa *si pengguna* ingin memiliki kecantikan seperti dewi tersebut.



Gambar III.10 ilustrasi mantra *raheut*
Sumber: Pribadi

Penggambaran mantra diatas menggambarkan penyembuhan luka dengan daun serunduk yang biasa digunakan orang Sunda untuk mengobati luka. Pada gambar mengartikan bahwa luka yang terbelah akan segera menyatu seperti biasanya.



Gambar III.11 ilustrasi mantra sakit
Sumber: Pribadi

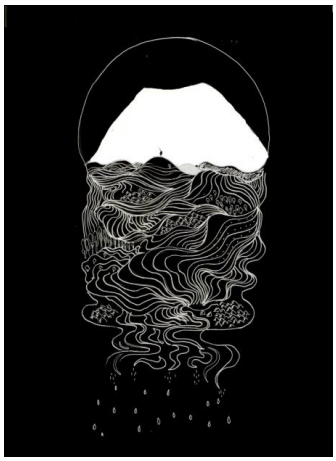
Pada mantra pusing ini menggambarkan pada saat sakit pusing berharap memutar di ujung rambut karena pada ujung rambut sakit pada kepala tidak akan terasa. Pembuatan *galaxy* pada gambar tersebut perempumaan dari ilustrasi imajinasi ketika sedang mengalami sakit kepala.



Gambar III.12 ilustrasi mandi subuh

Sumber: Pribadi

Pada mantra mandi subuh ini diilustrasikan pada bulan yang melambangkan subuh dan dihiasi elemen dengan bambu kayu yang terdapat pada gambar tersebut. Ditutupi dengan batu-batuan yang menambah elemen visual pada gambar tersebut.



Gambar III.9 ilustrasi mantra *bucat bisul*

Sumber: Pribadi

Pada mantra ini menggambarkan ilustrasi gunung tangkuban perahu yang meleleh hingga tidak menjadi apapun, sama seperti pada mantranya yang mengurai menjadi air dan hilang menjadi tidak ada apa-apa.



Gambar III.14 ilustrasi mantra *calakan*
Sumber: Pribadi

Pada ilustrasi diatas menggunakan perumpamanan darihewan kunang-kunang. Pada mantra *calakan* ini mengartikan bahwa pada mantra kepintaran seseorang agar dapat cerah setiap saatnya. Sepeti halnya kunang-kunang yang menyalakan cahayanya pada setiap malamnya yang selalu menyala pada saatnya dan abadi. Sama halnya seperti kepintaran seseorang.

III.2.3.5 Warna

Teknik pewarnaan menggunakan drawing pen untuk penebalan garis dan pewarnaan sebagian dengan menggunakan *Photoshop*. Warna hitam dan putih diambil dari wujud *jangjawokan* yang mistis dan lebih melihatkan sisi antara dunia nyata dan mistis, lalu antara mantra hitam dan mantra putih. Penggambaran warna hitam dan putih ini seolah-olah berada pada dua dunia. Penguatan warna ini akan menjadi dramatis pada terlihat yang memiliki sifat warna yang mistis.

