BAB III
STRATEGI PERANCANGAN

3.1. Strategi Perancangan

3.1.1 Strategi Komunikasi

Perancangan komunikasi gambar kali ini mensosialisasikan kesenian tari Jaipong sebagai kesenian yang menarik yang harus dilestarikan. Untuk menciptakan desain yang komunikatif tipografi, ilustrasi dan warna tidak dapat terpisah dari elemen desain. Dalam perancangan suatu karya desain pemilihan elemen tipografi, ilustrasi dan warna sangatlah penting kedudukannya sehingga harus direncanakan dan dipikirkan dengan baik karena dapat mempengaruhi karya desain tersebut.

Komunikasi yang digunakan adalah komunikasi murni dan komunikasi verbal. Komunikasi murni adalah komunikasi yang disampaikan secara langsung sesuai dengan yang telah di ketahui tanpa terpengaruh pada sumber yang ada. Sedangkan pesan verbal yang digunakan pada perancangan kampanye kali ini akan menggunakan bahasa Indonesia dan Sunda. Penggunaan bahasa Indonesia dipilih karena merupakan bahasa persatuan. Agar pesan dari kampanye ini dapat tersampaikan di dan dipahami oleh masyarakat luas. Sasaran dari perancangan kampanye ini adalah untuk remaja usia 14-17 tahun (Remaja Pertengahan)

Pertengahan masa remaja adalah masa yang lebih stabil untuk menyesuaikan diri dan berinteraksi dengan perubahan permulaan remaja, kira-kira umur 14-17 thn. Remaja merasa mempunyai hak untuk memilih apa yang terbaik dan menarik untuk dipelajari serta mencari jati diri dan tertarik akan hal-hal baru. Sudah dapat menilai mana yang baik dan tidak, berhubung Jaipong diterpa isu tarian yang erotis.

\\

3.1.1.1 Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi dalam kampanye adalah memberikan informasi suatu kesenian yang dikampanyekan, juga menitikberatkan propaganda (mempengaruhi pendapat dan kelakuan masyarakat atau sejumlah orang yang banyak.). Dengan demikian tujuan komunikasi dalam kampanye ini yaitu:

a. Memberikan pengetahuan tentang tarian Jaipong,
b. Memberikan pemahaman tentang citra erotis yang melekat pada Jaipong hanyalah sebagai daya tarik dalam suatu pertunjukan.
c. Memberikan informasi bahwa apa yang melatar belakangi Jaipong mendapatkan citra erotis adalah suatu upaya untuk terus melestarikan kesenian tradisional.
d. Meningkatkan minat remaja akan tarian Jaipong, sehingga tarian Jaipong dapat dilestarikan oleh generasi muda.

3.2. Strategi Kreatif

Dalam proses kampanye kesenian Tari Jaipong mempunyai strategi kreatif berupa poster, yang akan diletakan pada majalah ddinding sekolah. Kreasi yang akan digunakan dalam format poster ini antara lain menampilkan penggambaran dari penari Jaipong yang telah di modernisasikan yang bergaya *psychedelic* sesuai karakter para remaja yang modern dan ceria. Berkaitan dengan perancangan kampanye tari Jaipong sebagai daya tarik tarian tradisional melalui strategi kreatif tersebut dapat megubah pikiran masyarakat khusunya para pelajar SMA Kota Bandung untuk mau mengenal dan mencintai serta melestarikan kesenian Jaipong.

Secara gambar *psychedelic art* adalah penggunaan warna terang, cerah, kontras dan kombinasi warna komplementer (misalnya hijau dan merah, atau oranye dan ungu), yang bergoyang, komposisi tidak masuk akal, serta tarikan garis lengkung yang mirip riak air atau aliran asap, serta memakai garis dan bentuk yang lentur sehingga gambar menjadi tidak realis, atau kurang jelas, tipografi kehilangan legibilitasnya karena bentuk yang

melengkung berirama. Pada pewarnaan terpengaruh gaya *pop art* dengan warna-warnanya yang mencolok dan ramai.

Ciri-ciri *style Psychedelic:*

- Penggunaan warna-warna yang mencolok dan ramai
- Tipografi *handwriting* dan *curvilinear shapes*
- Keterbacaan tipografi rendah
- Font yang unik dan khas

Karakter gambar *psychedelic* dipilih karena mengikuti trend yang berkembang saat ini. Secara gambar ciri *psychedelic art* adalah penggunaan warna terang, cerah dan kombinasi warna komplementer (misalnya hijau dan merah, atau oranye dan ungu), ini sesuai dengan karakter para remaja yang ceria dan dinamis. Warna-warna yang selalu digunakan pada gaya gambar *psychedelic* akan sangat mudah menarik perhatian para remaja untuk sekedar melihat gambar tersebut dan selanjutnya diharapkan pesan akan tersampaikan.

Copywriting yang digunakan juga diupayakan menggunakan bahasa yang mudah di pahami oleh para remaja, serta pesan dapat tersampaikan dengan tepat sasaran tanpa paksaan.

Berikut aspek-aspek yang terdapat dalam seriap media kampanye :

1.2.1 Headline

Headline dibuat sesuai materi pesan yang ingin disampaikan. Dalam kampanye, headline di setiap media dibuat berbeda-beda. Sebagai berikut :

- Modern Jaipong dance

  Headline ini bertujuan meyakini para remaja bahwa kesenian tari Jaipong adalah kesenian yang merupakan hasil kreasi modernisasi dari kesenian tradisional menjadi tarian modern.

- Tak kenal maka tak sayang

  Headline ini mengajak para remaja untuk mau mengenal kesenian Jaipong, karena dengan mengenal baru akan mengetahui betapa menarik dan indahnya tarian ini.

- Jaipong anu urang

  Headline ini menegaskan bahwa kesenian Jaipong milik Jawa Barat khusunya Bandung, diharapkan para remaja termotifasi untuk melestarikannya.

- Kalau bukan kita yang peduli siapa lagi.?

  Headline ini mengajak para remaja untuk mau peduli akan kesenian Jaipong, karena generasi mudalah yang akan terus melestarikannya agar tidak hilang dimakan jaman.

- Ayo..kenali dan cintai kesenian mu

  Headline ini mengajak para remaja sebagai target *audiens* untuk mau mengenal dan mencintai keseniannya khususnya kesenian Jaipong, karena kesenian apabila tidak terus dilestarikan akan hilang akibat besarnya pengaruh budaya barat yang masuk ke indonesia.

- Generasi Muda cinta budaya

  Headline ini menegaskan bahwa generasi muda haruslah mencitai budayanya karena sebagai generasi muda sudah tugasnya meneruskan sesuatu yang ada agar terus lestari.

3.2.2 Tagline



Tagline dibuat sesuai materi pesan yang ingin disampaikan yaitu bahwa kesenian Jaipong merupakan kesenian yang diciptakan dari hasil kreativitas seseorang, agar tarian ketuk tilu yang merupakan tarian tradisional Jawa Barat bisa tetap lestari tidak hilang dimakan jaman. Sehingga terciptalah tarian Jaipong sebagai bentuk modernisasi dari tarian ketuk tilu.

3.2.3. Logo

Logo kampanye terdiri dari bagian yaitu logogram dan logotype.



Gambar 3.1. Logo Kampanye

- Logogram



Gambar 3.2. Logogram

Logogram ini merupakan analogi seorang penari Jaipong yang sedang menarikan suatu gerakan yaitu bukaan yang merupakan salah satu struktur gerakan dalam gerakan Jaipong. Pemakaian anak perempuan sebagai ikon dikarenakan target *audiens* kampanye ini adalah perempuan berusia 14-17 tahun.

- Logotype



Gambar 3.3. Logotype

Logotype dari kampanye ini memiliki arti bahwa untuk melestarikan suatu kesenian harus adanya kesadaran dari masyarakat itu sendiri untuk mau mengenal dan mencintai kesenian dan budayanya. Jenis font yang digunakan untuk logotype adalah Dutch & Harley alasannya adalah karena tarian Jaipong ini adalah tarian yang indah makan font yang digunakan juga harus mewakili keindahan. Keindahan font dapat dilihat dari liukan garisnya.

3.2.4. Gambar

Gambar kampanye ini berupa ilustrasi yang sesuai dengan konsep kreatif kampanye.



Gambar 3.4. Referensi Gambar



Gambar 3.5. Sketsa



Gambar 3.6. Vektor



Gambar 3.7. Gambar 1

Gambar pertama menggambarkan seorang penari perempuan yang sedang menarikan suatu gerakan yaitu bukaan yang merupakan salah satu struktur gerakan dalam gerakan Jaipong. Penari seolah-olah sedang berdiri diatas selendang yang biasa dipakai penari untuk menari, gambar yang menggambarkan betapa indah dan samaraknya pertunjukan tarian Jaipong.



Gambar 3.8. Referensi Gambar



Gambar 3.9. Sketsa



Gambar 3.10. Vektor



Gambar 3.11. Gambar 2

Gambar kedua menggambarkan seorang penari perempuan yang sedang menarikan suatu gerakan yaitu mincit yang merupakan salah satu struktur gerakan dalam gerakan Jaipong. Penari yang sedang menarikan tarian ini di ibaratkan sedang menari diatas awan (langit), sehingga pesan bahwa tarian Jaipong merupakan tarian yang indah dapat tersampaikan. gambar kedua ini merupakan penggamabaran yang mengikuti gaya gambar para remaja saat ini yaitu *psychedelic art* karena gaya gambar ini menggunakan warna terang, cerah, kontras dan kombinasi warna komplementer (misalnya hijau dan merah, atau oranye dan ungu), yang bergoyang, komposisi tidak masuk akal, serta tarikan garis lengkung yang mirip riak air atau aliran asap, serta memakai garis dan bentuk yang lentur sehingga gambar menjadi tidak realis, atau kurang jelas.



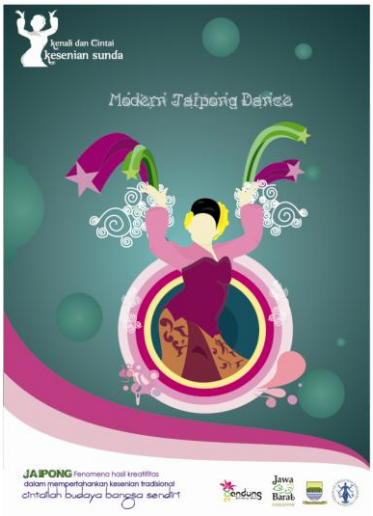
Gambar 3.12. Referensi Gambar



Gambar 3.13. Sketsa



Gambar 3.14. Vektor



Gambar 3.15. Gambar 3

Gambar ketiga hampir sama dengan gambar pertama yaitu menggambarkan seorang penari perempuan yang sedang menarikan suatu gerakan yaitu bukaan yang merupakan salah satu struktur gerakan dalam gerakan Jaipong.



Gambar 3.16. Referensi Gambar



Gambar 3.17. Referensi Gambar



Gambar 3.18. Sketsa



Gambar 3.19. Vektor



Gambar 3.20. Gambar 4

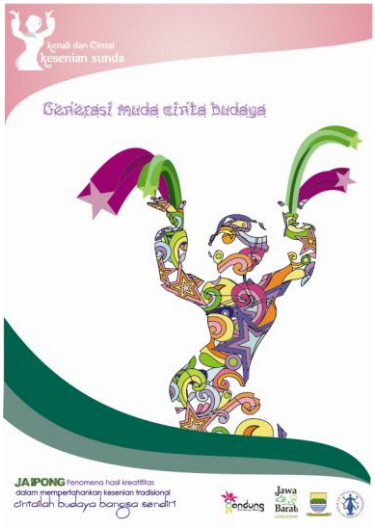
Gambar keempat hampir sama dengan gambar pertama dan ketiga yaitu menggambarkan seorang penari perempuan yang sedang menarikan suatu gerakan yaitu bukaan yang merupakan salah satu struktur gerakan dalam gerakan Jaipong. Namun yang membuatnya beda adalah adanya jembatan Pasopati yang merupan salah satu ikon Bandung, agar lebih menegaskan bahwa Jaipong merupakan kesenian yang lahir di kota Bandung dan sebagai remaja Bandung sebagai target *audiens* wajib untuk melestariakannya.



Gambar 3.21. Referensi Gambar



Gambar 3.22. Sketsa



Gambar 3.23. Gambar 5

Gambar kelima hampir sama dengan gambar pertama, ketiga, keempat yaitu menggambarkan seorang penari perempuan yang sedang menarikan suatu gerakan yaitu bukaan yang merupakan salah satu struktur gerakan dalam gerakan Jaipong. Konsep dari gaya gambar *psychedelic art* dipakai, terlihat dari penggambaran penari yang dipenuhi tarikan garis lengkung yang mirip riak air atau aliran asap, serta memakai garis dan bentuk yang lentur sehingga gambar menjadi tidak realis, atau kurang jelas.



Gambar 3.24. Referensi Gambar



Gambar 3.25. Skets



Gambar 3.26. Gambar 6

Gambar keenam hampir sama dengan gambar kelima karena memakai Konsep dari gaya gambar *psychedelic art* terlihat dari penggambaran penari yang dipenuhi tarikan garis lengkung yang mirip riak air atau aliran asap, serta memakai garis dan bentuk yang lentur sehingga gambar menjadi tidak realis, atau kurang jelas. Namun yang berbeda adalah penarinya, disini penari menarikan suatu gerakan yaitu pencugan yang merupakan salah satu struktur gerakan dalam gerakan Jaipong.

Dari enam gambar yang telah di paparkan, konsep gambar kampanye ini sama yaitu menggambarkan keindahan dan daya tarik tarian Jaipong itu sendiri, penggambaran penari yang menarikan tiap-tiap gerakan yang merupakan struktur dar gerakan Jaipong, mempunyai tujuan agar target *audiens* mendapatkan informasi secara tidak langsung mengenai gerakan-gerakan apa saja yang terdapat dalam tarian Jaipong.

Semua yang terdapat dalam gambar diatas merupakan hasil dari referensi yang didapat kemudian dibuat dalam bentuk ilustrasi.

REVERENSI	VISUAL
	
	
	

Gambar 3.27. Referensi Gambar

3.2.5. Huruf

Huruf yang digunakan adalah huruf yang disesuaikan dengan tema kampanye. Dalam tagline terdapat tiga font yang digunakan hal ini disesuaikan dengan kebutuhan.





Pada kata Jaipong memakai font :



Karena Jaipong merupakan tarian yang indah, sehingga font yang dipakai harus mewakili keindahan.

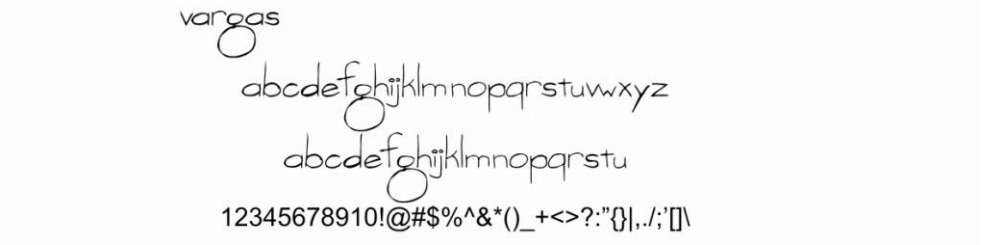


Pada kata-kata diatas memakai font :



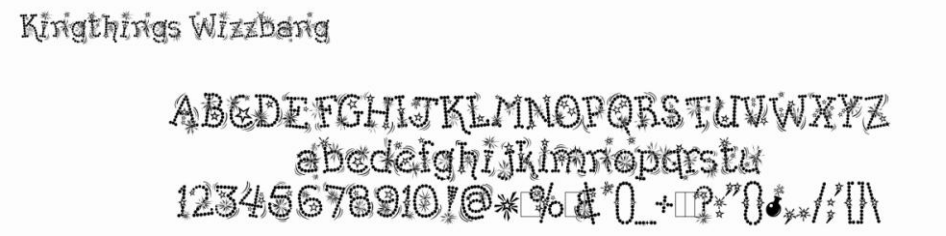


Pada kata-kata diatas memakai font :



Alasanya pemakaian dua font diatas karena karakter sifat para remaja yang dinamis, tidak menyukai hal-hal yang terlihat kaku.

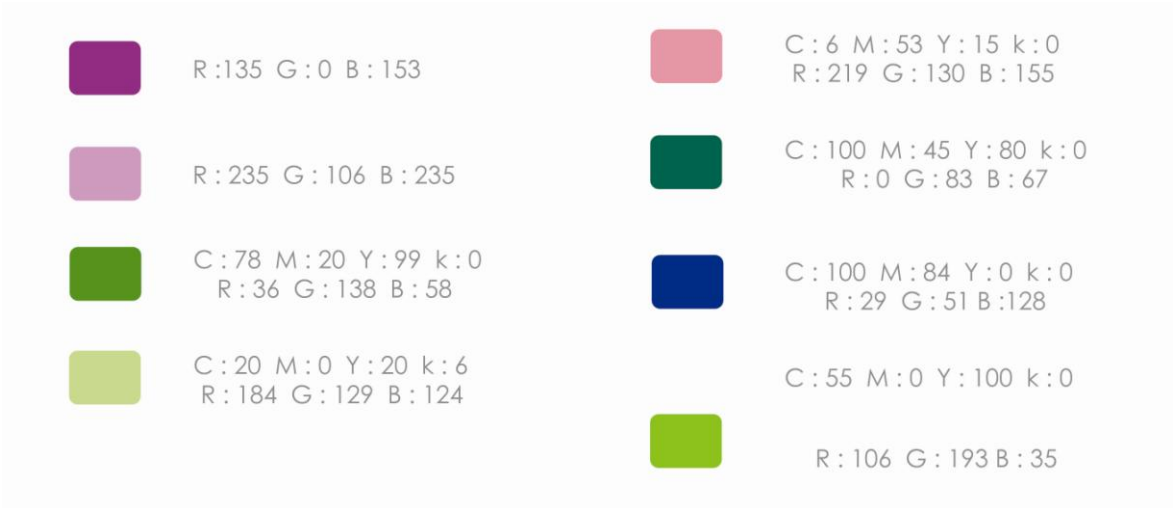
Pada headline digunakan font :



Alasannya karena tarian Jaipong sifatnya adalah hiburan dan disesuaikan dengan target *audiens* yaitu remaja yang tidak menyukai hal-hal yang kaku maka font ini dirasa dapat mewakili hal itu.

3.2.6 Warna

Warna yang digunakan untuk pewarnaan Gambar merupakan warna-warna terang, cerah, kontras dan kombinasi warna komplementer (misalnya hijau dan merah, atau oranye dan ungu), hal ini dmaksudkan dapat menarik perhatian para remaja sebagai target *audiens* karena para remaja cenderung menyukai warna-warna yang tidak menoton.



Gambar 3.28. Studi Warna

3.3. Strategi Media

Media yang akan dibuat untuk mensosialisasikan kesenian Tari Jaipong sebagai daya tarik tarian tradisional kepada para remaja adalah media cetak berupa poster, baliho, *flyer*, spanduk, iklan majah, iklan Koran, *billboard*, dan *X- Banner indoor*.

Semua media ini terdiri dari lembaran kertas dengan sejumlah kata, dengan tampilan ilustarasi-ilustrasi gambar penari Jaipong yang memberikan kesan menarik dan modern. Menggunakan gaya gambar *psychedelic* dengan warna-warna cerah ceria, seperti hijau dan merah, atau oranye dan ungu yang merupakan warna yang dapat dengan mudah menarik perhatian para remaja. Warna-warna tersebut mewakili jiwa para remaja yang penuh warna, modern, dinamis dan ceria.

Poster kampanye yang berjudul "tak kenal maka tak sayang", "kalau bukan kita yang peduli, siapa lagi.?", dan " *modern* Jaipong dance" dengan ukuran A2 didesain dengan penggambaran penari Jaipong yang dibuat semenarik dan semodern mungkin mengikuti perkembangan jaman dan para remaja. Penari Jaipong yang sedang menarikan gerakan-gerakan yang terdapat dalam tarian tersebut dikombinasikan dengan gaya gambar *psychedelic*, akan menghasilkan gambar yang menarik dan modern.

Poster akan diletakan pada majalah dinding pada tiap-tiap sekolah SMA (menengah) baik negeri maupun swata yang ada di Kota Bandung, karena khalayak sasaran kampanye ini adalah para remaja.

Baliho, *flyer*, spanduk, iklan majah, iklan Koran, *billboard*, dan *X- Banner indoor* dari segi desain dibuat beberapa variasi namun dengan tema yang sama yaitu para penari Jaipong yang sedang menarikan gerakan-gerakan tari tersebut dan mengedepankan keindahan tanpa mengesampingkan modernisasi dan pesan yang akan disampaikan yaitu citra erotis yang melekat pada tarian ini merupakan upaya untuk mempertahankan kesenian tradisional di era globalisasi seperti ini. Sehingga tujuan dari rancangan kampanye ini agar dapat mengajak para remaja untuk mau mengenal, mencintai serta melestarikannya segera terlaksana.