BAB III

STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP VISUAL

3.1. Strategi Perancangan

Untuk memperkenalkan Teater Cassanova kepada target dengan harapan dapat diterima di masyarakat dan melakukan strategi perancangan promosi dengan mengemas Buku dari salah satu naskahnya yang judul “Rahwana Sinta”, serta menggabungkan beberapa unsur yang dapat membantu untuk memperkuat pandangan target audiens yaitu dengan menggabungkan fotografi dan vidiografi dokumentasi pementasan Teater Cassanova yang berjudul Rahwana Sinta

3.1.1. Strategi komunikasi

Strategi komunikasi melalui naskah yang berjudul Rahwana Sinta yang dipromosikan pada media utama Buku dan media pendukung lainnya.

3.1.2. Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi lewat pesan yang disampaikan baik secara verbal maupun nonverbal yaitu dengan tercapainya komunikasi yang efektif diantaranya :

1. Teater Cassanova dapat dikenal oleh masyarakat luas melalui sebuah buku.
2. Meningkatkan promosi Teater Cassanova melalu salah satu karyanya yang berjudul Rahwana Sinta.

3.2. Tema Perancangan

Tema perancangan promosi ini yang dikemas dalam sebuah media yang bisa dinikmati oleh masyarakat. Dengan pengolahan visual pada media promosi yang baik diharapkan masyarakat mengenal sekaligus tertarik pada Teater Cassanova ini.

3.3. Materi Pesan

Dalam perancangannya Materi pesan yang disampaikan dalam promosi Teater Cassanova yang berfungsi untuk menarik perhatian target yang dituju dengan penggunakan pesan bersifat persuasif, yaitu dengan pesan yang mengandung ajakan terhadap audien agar tertarik dengan Teater Cassanova. Materi pesan itu sendiri disampaikan agar target audien menyadari bahwa ada cerita cinta dibalik peperangan yang dilakukan Rahwana dan menampilkan sebuah cerita berbentuk buku.

3.4. Strategi Kreatif

Strategi kreatif dalam perancangan promosi Teater Cassanova dengan menampilkan media promosi utama yaitu buku dan media

pendukung lainnya yang akan menarik target sasarannya secara kreatif agar target audien berminat dan ingin tahu lebih jauh lagi mengenai Teater Cassanova melalui karyanya yang berjudul Rahwana Sinta. Strategi kreatif dalam media buku ini dibuat penggambaran dengan pementasan Teater Cassanova.

a. Sinopsis

Rahwana didalam cerita Ramayana dituding bertanggung jawab atas penculikan Dewi Sinta. Namun sang penulis naskahmampu mencitrakan sang angkara Rahwana yang dikenal sebagai tokoh antagonis menjadi protagonist.

Dibalik kebrutalan Rahwana, ada sisi yang bijaksana sebagai seorang laki laki, buktinya selama di-istan dia tidak menodai Sinta, salahkan sang raksasa yang buruk rupa seperti dia merasakan keindahan cinta?

Pertanyaan diatas sebenarnya menantang Dewa, karena kelahiranya disebabkan ulah Batara Guru dan Dewi Uma yang menggoda Wisrawa dan Dewi Sukesi untuk menguasai sastra jendra.

Jagat dewata takut jika Wisrawa dan Sukesi dapat menguasai sastra jendra yang berisi rahasia alam semesta. Jika sastra jendra dapat dikuasai, maka manusia akan melebihi Dewa.

Naskah Rahwana Sinta ini mencoba mengangkat sisi baik pada Rahwana yang memiliki cinta yang tulus kepada Sinta yang

membuat Rahwana sadar bahwa dia sebenarnya baru saja mengakhiri sebuah peperangan yang maha dahsyat, yaitu hawa nafsu.

Atas kemurkaan para Dewa terhadapnya membuat dia gagal untuk memiliki Sinta, karena Rahwana mendapatkan kutukan atas kemarahan para Dewa

b. *Storyline*

Storyline merupakan pengembangan dari sinopsis, *storyline* ini terdiri dari deskripsi dan dialog. Berikut merupakan *storyline* dari cerita :

Dalam pengembangan sinopsis, kemudian dibagi kedalam 7 *B*abak yaitu:

i. Babak 1 : Rajah
ii. Babak 2 : Sastra Jendra
iii. Babak 3 : Kisah Kelahiranku
iv. Babak 4 : Sang Angkara
v. Babak 5: Hutan Dandaka
vi. Babak 6: Sinta oh Sinta
vii. Babak 7: Eksistensi Cinta Melawan Kuasa Dewata

c. Study Tokoh

TOKOH	KARAKTER	PROPERTI
Rahwana	- Beringas - Garang - Gagah - Angkuh	- Jubah - Sepatu boots
Sinta	- Ayu - Pendiam - Halus	- Kostum Tradisional - Mahkota
Wisrawa	- Pendiam - Tua - Sakti - Arogan - Licik	- Kostum Teradisional - Mahkota
Dewi Sukesi	- Pendiam - Sakti - Licik	- Kostum Teradisional - Mahkota
Batara Guru	- Sakti - Berkuasa - Pemimpin - Suci	- Jubah Putih - mahkota

c. Study Babak

BABAK	TOKOH	KARAKTER
Rajah	Rahwana	- Ekspresi angkuh & arogan - Gagah - Penguasa
Sastra Jendra	- Wisrawa - Dewi Sukesi	- Diam - Sedang bertapa - Berhadapan
Kelahiran Rahwana	- Batara Guru - Dewi Uma	- Terbang - Menatap Wisrawa & Dewi Sukesi - Kesal
Akulah Sang Angkara	Rahwana	- Ekspresi angkuh & arogan - Gagah - Genguasa - Garang
Sinta oh Sinta	Sinta	- Diam - Memejamkan mata - Memainkan Jemarinya mengisyaratkan

		menolak Rahwana - Duduk
Hutan Dandaka	- Rahwana - Sinta	- Memainkan jemarinya dengan tarian yang serempak - Sinta duduk - Rahwana berdiri dibelakang sinta

3.4.1. Pendekatan Kreatif

Buku ini bisa dikatakan berhasil apabila cerita dan visual yang ditampilkan menarik perhatian, sedangkan pesan yang ingin disampaikan dalam Buku ini adalah untuk lebih menunjukan eksistensi Teater Cassanova itu sendiri dengan naskah yang berceritakan kisah Rahwana Sinta, namun dikemas dengan visualisasi masa sekarang.

3.4.2. Rasionalisasi Visual

Perancangan visualisasi media promosi ini disesuaikan dengan penggabungan antara Teater dan komunikasi visual yang tentunya sesuai dengan alur cerita yang diangkat.

3.5. Konsep Visual

3.5.1. Format Desain

Format desain buku ini adalah dengan ukuran 19,5 x 19,5 cm, pemilihan format ini untuk lebih memudahkan sipembaca dalam memegang atau membawa buku dimana saja.

3.5.2. Ilustrasi

Untuk bagian *outline* digunakan teknik manual, sedangkan untuk pewarnaan dan *finishing* digunakan teknik digital.

3.5.3. Studi Karakter

Sebelum pembuatan karakter, penulis melakukan studi karakter terlebih dahulu dan tentunya dengan konsep yang ada pada kelompok Teater Cassanova. Dari hasil studi, kemudian dilakukan proses pembuatan karakter mulai dari poto yang kemudian menjadi sebuah ilustrasi. Berikut ini adalah proses studi karakter pada buku cerita *pop up* Rahwana Sinta.

a. Rahwana





Gb 3.4. Studi Karakter Rahwana

b. Begawan Wisrawa & Dewi Sukesi





Gb 3.5. Studi Karakter Rahwana

Wisrawa & Dewi Sukesi.

c. Batara Guru & Dewi Uma





Gb 3.6. Studi Karakter Rahwana

Batara Guru & Dewi Uma

d. Sinta



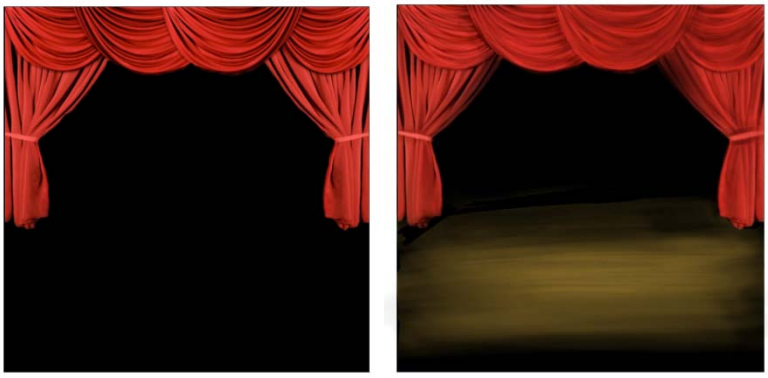
Gb 3.7. Studi Karakter Sinta

e. Batu



Gb 3.8. Studi Karakter Batu

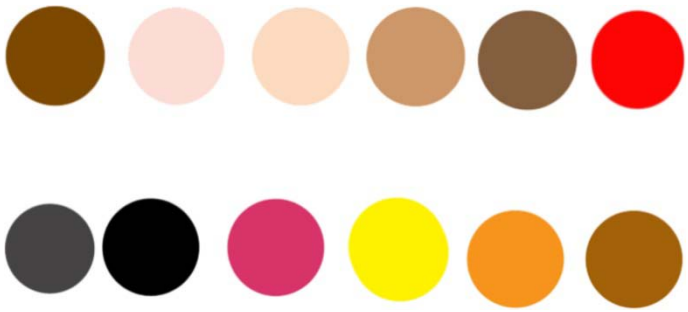
f. Panggung



Gb 3.9. Studi Karakter Panggung

3.5.4. Studi Warna

Pewarnaan ilustrasi dilakukan dengan cara digital brus, agar warna proses pewarnaan menjadi mudah.



Gb 3.10. Studi Warna.

3.5.5. Studi Tipografi

Tipografi yang digunakan pada pembuatan buku cerita *pop up* ini menggunakan *BLACK ADDER ITC*:

1234567890

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

abcdefghijklmnopqrstu

., ' ; " : ! @ # $ % & ? / <>

3.6. Strategi Media

Media utama dalam pengemasan promosi Teater cassanova yaitu melalui Buku, ini dilakukan karena media ini memiliki karakter yang tepat untuk target yang dituju yaitu anak muda pada pementasan Rahwana Sinta. Dengan demikian pengenalan Teater Cassanova dapat dengan mudah dikenal kepada masyarakat kususnya anak muda yang sekarang kebanyakan lebih menyukai cerita-cerita percintaan.

Untuk menyampaikan pesan kepada target sasaran dan untuk mencapai tujuan seperti yang ditentukan diatas serta mempertimbangkan strategi komunikasi yang dibuat, maka dipilih media komunikasi yang dapat dilihat dan didengar oleh sasaran. Selain media utama buku juga ada beberapa media pendukung lainya yang dapat memperkenalkan Teater Cassanova melalui salah satu karyanya yang berjudul Rahwana Sinta, seperti poster, *x-banner*, iklan dunia maya, *stiker*, iklan majalah, *gimmick.* Karena media tersebut sering digunakan dalam informasi :

- **Poster**

  Media tersebut dapat mempengaruhi khalayak dengan informasi yang cukup padat. Sehingga khalayak tertarik dengan informasi yang diberikan contohnya seperti acara *live performance*. Poster tersebut ditempel di papan informasi.

- **Spanduk**

  Spanduk merupakan media luar ruang yang dapat menginformasikan khalayak lebih luas. Seperti *event* promo tour yang lakukan pihak sponsor.

- **Banner**

  Sebagai media informasi yang ruang lingkupnya sesuai dengan tempatnya. Dengan berisikan informasi, *live performance* atau hadiah.

- **Gantungan Kunci**

  Media ini cukup menarik perhatian karena untuk cinedra mata tanpa mengalihkan informasi promosi buku *pop up* ini.

  Media ini dikemas berbentuk *love*, karena sesuai dengan konsep Rahwana Sinta.

- **Flag chain**

  Flagh Chain ini mampu membantu menginformasi bahwa ditempat tersebut ada sebuah acara, *launching, live performance* dan sebagainya

- ***Stiker, T-shrt,* Mug dan *Paperbag***

  Media ini sebagai paket hadiah dari buku *pop up*.

3.6.1. Pertimbangan Dasar

Dalam pertimbangan dasar media promosi untuk mencapai target sasaran secara efektif maka dilakukan tahap-tahap penyebaran medianya dari media utama hingga media pendukung lainnya mengikuti dari tempat penyebaran.