BAB III. STRATEGI PERANCANGAN

III.1 Strategi Perancangan

Strategi perancangan adalah sebuah alat manejemen yang digunakan untuk mengelola kondisi sekarang dengan tujuan melalakukan proyeksi kondisi pada masa depan (*Kerzner, 2011*).

Strategi perancangan merupakan teknik yang mempunyai konsep untuk sebuah pembuatan dengan tujuan pada pembuatan sesuatu agar prosesnya baik dan tepat sasaran. Dalam hal ini membuat sebuah solusi media yang menarik tentang visualisasi dari ritual mandi *ngabungbang* yang merupakan salah satu tradisi di suku Sunda, agar bisa diterima oleh masyarakat. Dengan adanya perancangan ini diharapakan bahwa tradisi ritual mandi *ngabungbang* kepada masyarakat luas sehingga informasi yang merupakan warisan dari tradisi Suku Sunda ini tetap lestari. Perancangan ini mengangkat tradisi tentang ritual mandi yang informasinya masih jarang ditemukan yaitu *ngabungbang* itu sendiri. Perancangan ini pun menggunakan target audiens yang khusus agar pesan dan makna yang dimaksudkan pada ritual mandi *ngabungbang* ini dapat tersampaikan dengan baik.

III.1.1 Khalayak Sasaran

- Demografis

Segmentasi demografis menurut M. Suyanto (2006, 22) adalah pasar yang dikelompokan berdasarkan usia, pendapatan, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, dan kelas sosial.

Target audiens dipilih adalah remaja karena pengetahuan tentang tradisi ritual mandi *ngabungbang* kurang dimulai dari remaja, padahal peserta dari kegiatan ini dari berbagai kalangan yang sadar akan tradisi, sehingga lebih baik jika mulai remaja informasi ini perlu diketahui mengetahui.

Usia : 16-18 tahun
Jenis Kelamin : Laki-Laki, Perempuan.
Pekerjaan : Pelajar

Status Ekonomi : Menengah Atas.

- Geografis

Segmentasi geografis menurut M. Suyanto (2006) merupakan pembagian pasar menjadi unit-unit geografis yang berbeda, misalnya wilayah, negara, provinsi, dan kota.

Segmentasi geografisnya adalah daerah Jawa Barat khususnya serta daerah Suku Sunda lainnya secara umum yang merupakan lokasi kegiatan tradisi ritual mandi *ngabungbang* dan mempunyai jalur distribusi perdagagan buku dan sebagai asal dari tradisi ritual mandi *ngabungbang*.

- Psikografis

Segmentasi psikografis memperhatikan mengenai gaya hidup seseorang, kebiasaan, dan kepribadian. Segmentasinya psikografisnya adalah remaja dengan rentang usia 16-18 tahun yang menyukai informasi yang berhubungan dengan tradisi dan suka membaca buku, dan juga mengoleksi buku. Karena pada usia seperti itu, meski remaja yang lebih tua pun, sebenernya masih belum terlihat adanya perilaku yang matang selama masa remaja. Lingkungan yang baik semakin lebih menentukan remaja, perkembangan fisik, semua itu perlu membentuk sikap, nilai dan minat baru (Elizabeth B. Hurlock, 1980). Hal ini menjadi kesempatan bagi remaja untuk lebih mengembangkan minatnya dan menyukai ritual mandi *ngabungbang.*

Segmentasi

- *Consumer Insight*:

Consumer Insight berdasarkan Amalia E. Maulana (2009) adalah proses mencari tahu secara lebih mendalam dan holistik, tentang latar belakang perbuatan, pemikiran dan perilaku seorang konsumen yang berhubungan dengan produk dan komunikasi iklan.

Untuk kasus ritual mandi *ngabungbang,* target audiens yang dicari adalah remaja dengan kategori menengah dan menengah keatas yang hidup di perkotaan.

Remaja cenderung membatasi waktunya untuk membaca sebagai rekreasi, remaja cenderung lebih menyukai majalah yang informatif tapi penuh visualisasi yang ekspresif. Target audiens akan menyukai bahwa ritual mandi yang biasanya dilakukan secara langsung dan mempunyai anggapan mistis disajikan dengan visualisasi yang imajinatif yang menarik sehingga informasi akan lebih cepat didapat.

Berikut adalah *insight* dari target audiens:

- Menyukai kegiatan membaca
- Tertarik dan senang dengan hal mengenai tradisi
- Adanya keinginan untuk melestarikan tradisi

- *Consumer Journey:*

  Perencanaan yang baik agar eksekusi ide yang dibuat dapat menjangkai seluruh sasaran dengan tepat, maka diperlukan daftar aktifitas dari target audiens. *Consumer journey* ini dapat digunakan sebagai acuan dari aplikasi media yang akan dibuat.

Tabel III.1 Consumer Journey
Sumber: Pribadi

Waktu	**Kegiatan**	***Point of Contact***
5-6	Bangun tidur, Cek Ponsel, Mandi	Kamar, WC
6-6.30	Sarapan, Ke sekolah Sekolah	Ruang makan
6.30-7	Perjalanan ke Sekolah	Poster
7-10	Kegiatan Belajar Mengajar	Poster
10-10.30	Istirahat, Ke Perpustakaan	Perpustakaan, Buku, Pembatas buku, X-Banner
10.30-12	Kegiatan Belajar Mengajar	Ruang Kelas/Poster

12-12.30	Istirahat	Poster
12.30-2	Kegiatan Belajar Mengajar	Poster, Ruang Kelas
2-4	Pulang Sekolah, ke Toko Buku, Mall	Poster, X-Banner
4-5	Pulang Ke rumah	Poster
5-7	Istirahat, Makan	Ruang Makan,Kamar
7-9	Belajar, Bermain Ponsel	Kamar
9-5	Tidur	Kamar

III.1.2 Strategi Komunikasi

Informasi yang disampaikan membutuhkan strategi dalam penyampaiannya agar mudah dimengerti. Pendekatan komunikasi dilakukan degan pendekatan budaya ritual mandi pada masanya, dan pendekatan budaya yang lebih kini agar disesuaikan dengan target audiens. Penyampaian bisa berupa komunikasi verbal atau visual maupun keduanya karena saling berkaitan. Pendekatan tersebut diharapkan dapat memberikan daya tarik generasi muda yaitu remaja yang menjadi target audiens dengan media visual sebagai alat komunikasi.

- **Pendekatan Visual**

Komunikasi dilakukan dengan pendekatan visual dengan cara mempengaruhi mata sebagai indra pengelihatan. Di mana unsur dasar visual menjadi kekuatan utama dalam penyampaian pesan yang dapat dilihat untuk menyampaikan makna dari ritual mandi. Visualisasi pada makna ritual mandi ini menggunakan ilustrasi dengan gaya ilustrasi dekoratif yang imajinatif. Karena ritual mandi kerap disangkutpautkan dengan hal mistis dan menyeramkan, visual yang diberikan lebih berwarna terang. Namun masih disesuaikan dengan gaya gambar pribadi dan tentunya disesuaikan dengan target audiens.

- **Pendekatan Verbal**

Komunikasi verbal yang digunakan adalah bahasa Indonesia formal dan sehari-hari, agar informasi tersampaikan dengan baik kepada masyarakat. Dalam perancangan ini menggunakan metode cerita agar remaja lebih mudah tertarik.

- **Tujuan Komunikasi**

Tujuan dari perancangan buku mengenai ritual mandi adalah sebagai berikut:

- Mengangkat budaya lokal pada ritual mandi *ngabungbang*, menginformasikan maknanya yang baik, sehingga ritual mandi dapat lebih diterima oleh masyarakat.
- Memvisualisasikan ritual mandi ngabungbang yang meliputi prosesi, kostum, peralatan, dan juga memperlihatkan sifat-sifat buruk manusia yang dibuang pada ritual mandi ngabungbang.

- **Materi Pesan**

Materi pesan pada perancangan ini adalah pesan-pesan bahwa ritual itu belum tentu buruk bagi kehidupan, pesan bahwa sifat buruk manusia itu harus dihindari oleh manusia agar hidupnya lebih baik. Secara tidak langsung pun mengedukasi bahwa ritual mandi ngabungbang ini bagian dari tradisi di Indonesia.

Rinciannya adalah sebagai berikut:

- Ritual mandi di Suku Sunda yaitu *ngabungbang*.
- Memberitahu ritual mandi dengan makna sebagai dengan cara visualisasi.
- Memberitahu prosesi, kostum, dan peralatan yang ada pada ritual mandi ngabungbang dan juga tujuh sifat buruk manusia yang harus dihindari.

III.1.3 *Mandatory*

Mandatory merupakan istilah yang digunakan kepada lembaga yang menjadi landasan buku informasi ini tersebar. Biasanya dari lembaga negara untuk perihal masalah sosial dan masyarakat, dan lembaga umum atau swasta untuk perihal masalah informasi mengenai hal yang lebih umum.

Dalam hal ini, lembaga yang bekerja sama adalah penerbit buku umum karena pembahasan informasi lebih diutamakan pada target audiens umum yaitu masyarakar luas. Penerbit ini adalah penerbit Grasindo, yaitu PT Gramedia Widiasarana Indonesia. Karena penerbit ini merupakan penerbit yang biasa menerbitkan buku-buku mengenai hal yang berhubungan dengan target audiens remaja. Penerbit Grasindo pun memang menerbitkan buku yang berhubungan dengan budaya lokal dan buku-buku ilustrasi. Penerbit ini pun awalnya dikenal dengan memproduksi majalah yang berhubungan dengan pendidikan.

III.1.4 Strategi Kreatif

Strategi kreatif tentang perancangan ini menggunakan makna ritual mandi *ngabungbang* yang mempunyai nilai tradisi yang baik bagi masyarakat yang berupa penyampaian informasi dengan cerita yang dilengkapi dengan ilustrasi yang akan merangsang pikiran remaja untung berimajinasi karena visualisasi dari ilustrasi yang imajinatif dan dekoratif. Hal ini ditujukan untuk membuat target audiens berpikir dan menggunakaan perasaannya ketika membaca dan melihat visualisasi ritual mandi *ngabungbang*. Di bagian akhir, ada 7 sifat buruk manusia yang harus dihindari, karena ritual mandi ngabungbang sendiri tujuannya adalah menghilangkan sifat-sifat buruk tersebut. Hal ini bertujuan agar audiens dapat merasakan sugesti dari sifat-sifat buruk tersebut, dan ingin menjauhi sifat-sifat buruk manusia. Ilustrasi disesuaikan dengan gaya remaja dan dibuat berdasarkan khalayak sasaran dan materi pesan yang ingin disampaikan.

A. *Copywriting*

Copywriting yang digunakan dalam perancangan ini dimaksudkan untuk memberikan informasi ritual mandi *ngabungbang* dan juga memperkuat makna yang ada pada ritual mandi *ngabungbang* dengan penuturan cerita singkat. Sehingga target audiens mampu mengetahui bahwa tradisi yang diangkat merupakan ritual mandi *ngabungbang* yang ada pada tradisi Sunda.

B. *Storyline*

- **Sampul: Mengenal Ritual Mandi *Ngabungbang***

Dengan latar biru yang melambangkan gelombang air yang di bagian tengah terdapat sebuah bulan, dihias sesajen berupa bunga mawar dan bunga melati yang digunakan pada ritual mandi *ngabungbang*, serta judul "Mengenal Ritual Mandi Ngabungbang" agar audiens tahu bahwa buku ini merupakan buku mengenai hal tersebut. Nama penulis di bagian bawah dan penerbit Grasindo pun melengkapi di bagian kanan atas.

- **Sekilas Ngabungbang**

Menjelaskan secara sekilas apa itu *ngabungbang* untuk mengawali cerita. Ditutur oleh seorang wanita remaja yang bernama Imas, ia menuturkan pengetahuannya tentang ritual mandi ngabungbang. Halaman ini dilengkapi dengan visualisasi Wanita yang bermandikan cahaya bulan di malam hari.

- **Kostum**

Halaman ini menjelaskan tentang pakaian yang digunakan yaitu pakaian serba putih dan juga ikat kepala berwarna putih. Digunakan wanita dan pria. Dengan latar gelombang air yang digunakan sebagai ciri ini adalah sebuah pakaian yang digunakan untuk ritual menggunakan air.

- **Peralatan**

Halaman ini menjelaskan apa saja peralatan yang digunakan pada ritual mandi *ngabungbang*. Mulai dari obor, dupa, dan tentunya sesajen yaitu bunga mawar dan bunga melati yang didukung visualisasinya.

- **Menyaksikan Pentas**

Menjelaskan bagaimana sebuah awal prosesi dari ritual mandi *ngabungbang*. Diawali dengan menyaksikan pentas untuk menarik perhatian warga agar tertarik untuk mengikuti seluruh kegiatan dari awal hingga akhir yang didukung visualisasinya.

- **Doa**

Kegiatan ini dilakukan setelah menyaksikan pentas. Doa digunakan untuk meminta izin kepada Allah SWT. Dilengkapi dengan visualisasi dupa dan asapnya yang menjulang tinggi ke langit, sebagai simbol bahwa asap yang keatas sebagai perantara doa yang menuju ke langit agar doa semakin dekat kepada Allah SWT.

- **Berjalan Menuju Mata Air**

Setelah doa selesai, dilanjutkan dengan berjalan menuju sumber mata air. Dilengkapi dengan visualisasi peserta yang berjalan menuju lokasi, dengan jalan yang berbukit karena wilayahnya adalah sebuah kaki gunung.

- **Ngabungbang**

Acara puncak dari ritual mandi. Memandikan tubuh di bawah sinar bulan dengan tujuan membuang sifat-sifat buruk manusia di sebuah mata air yang dilakukan oleh peserta yang didukung dengan visualisasinya.

- **7 Sifat buruk manusia**

Menjelaskan lebih lanjut sebuah sifat-sifat buruk manusia yang berjumlah tujuh. Menggunakan visualisasi yang berupa satu visuaslisasi per satu halaman. Sifat-sifat tersebut adalah Sirik, Licik, Jahil, Aniaya, Angkuh, Ria, Takabur.

III.1.5 Strategi Media

Strategi media mengenai ritual mandi *ngabungbang* adalah buku. Karena media buku belum ditemukan pada hasil observasi ke beberapa toko buku seperti Gramedia, Toko buku Gunung Agung, dan juga pusat buku Palasari. Buku juga dipilih karena dapat digunakan sebagai arsip yang bisa disimpan begitu lama dan tidak termakan zaman dan tentunya belum ditemukan sumber buku secara visual yang menggambarkan tentang *ngabungbang* sehingga cocok dijadikan sebuah media perancangan.

Adapun media pendukung yang digunakan dalam buku informasi mengenai ritual mandi *ngabungbang* ini adalah sebagai berikut:

a. Tahap Informasi

- Poster Berukuran A3

  Berisi informasi yang ditujukan untuk menarik perhatian yang bersifat ajakan terhadap buku informasi untuk target audiens.

- X-Banner

  Dipajang saat pemasaran buku informasi sebagai penarik perhatian dan agar pembeli dapat dengan mudah melihat buku yang sedang dipasarkan.

- Sosial Media

  Dibuat untuk menginformasikan kepada masyarakat melalui media internet sehingga penyebarannya lebih meluas.

- Video Promosi

  Dibuat sebagai sumber informasi dan penarik perhatian agar masyarakat penasaran akan buku yang akan di terbitkan.

b. Tahap Pengingat

Pada tahap ini akan digunakan media-media yang dekat dengan keseharian target audiens yang dapat dilihat dari *consumer journey*. Hal ini dilakukan agar target audiens selalu mengingat. Dapat pula disebut dengan *gimmick*. *Gimmick* digunakan untuk memberikan kesan pada target audiens berupa *souvenir*, hadiah, dan sebagainya. Media yang digunakan adalah sebagai berikut:

- Totebag

  Media ini digunakan karena banyak dimanfaatkan oleh berbagai kalangan. Dengan adanya aturan pengurangan kantung plastik oleh pemerintah, totebag dapat menjadi solusi yang baik untuk menambah daya tarik bagi target audiens. Media ini akan dijual sebagai *souvenir* ketika acara *launching* buku ini.

- Baju Kaos

  Media ini digunakan untuk *souvenir* yang dapat diberikan sebagai hadiah kuis pada acara-acara tertentu misalnya launching buku di toko buku.

- Pembatas Buku

  Media utama merupakan buku. Maka pembatas buku merupakan media pendukung yang dibutuhkan oleh buku sebagai penanda sudah sejauh mana proses membaca buku tersebut. Menggunakan visualisasi memanjang khas pembatas buku yang ditengahnya terdapat tulisan *ngabungbang* sebagai pengingat.

- Stiker

  Sebagai seorang yang suka menghias segala hal, remaja biasanya suka menggunakan stiker untuk ditempel di berbagai media, seperti buku, di kamarnya, dan lainnya. Hal ini dapat menjadi media pengingat yang baik.

- Gantungan Kunci

  Media ini dapat dimanfaatkan di mana saja, di gantung di tas, di kunci rumah, motor dan berbagai tempat lainnya apalagi bagi remaja yang suka beraktifitas. Sehingga media ini dapat terus mengingatkan ritual mandi *ngabungbang*.

- Handuk

  Bagi ritual yang erat kaitannya dengan kegiatan mandi dan air, handuk dapat menjadi media pengingat yang mudah diingat, dan dekat dengan ritual mandi itu sendiri.

III.1.6 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Tabel III.2 Tabel Distribusi Media Tahun 2016 Akhir
Sumber: Pribadi

	MEDIA	Oktober 2016				November 2016				Desember 2016			
	Media Utama												
	Buku Ritual Mandi *Ngabungbang*												
	Media Pendukung												
	Media Promosi												
b	Poster												
c	X-Banner												
	Media Pengingat												
a	Pembatas Buku												
b	Totebag												
c	Handuk												
d	Baju Kaos												
e	Gantungan Kunci												
f	Pin												
g	Stiker												
h	Media Sosial												
i	Video Promosi												

III.2 Konsep Desain

Konsep desain merupakan ide awal untuk mengklasifikasi objek yang biasanya ada dalam sebuah perancangan. Konsep visual ini berupa visual awal yang akan digunakan dalam eksekusi dari perancangan buku ritual mandi *ngabungbang.* Bentuk visual akan disesuaikan dengan target audiens yang dituju, dengan

merepresentasikan objek-objek air yang merupakan kegiatan ritual mandi ngabungbang.

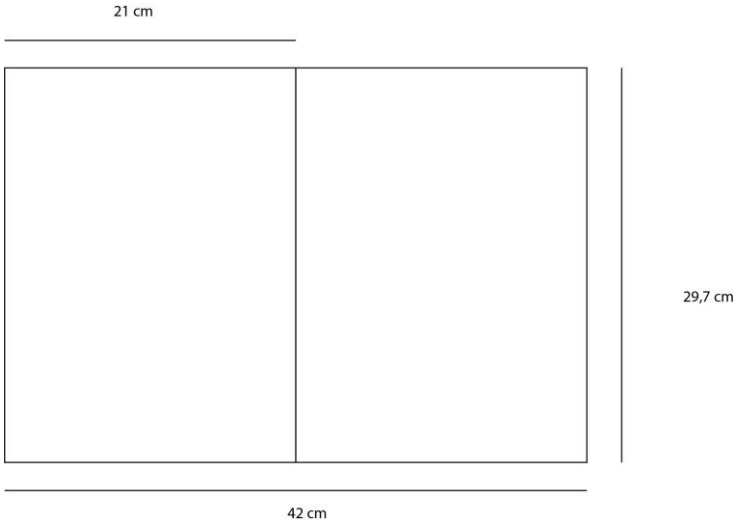
Konsep desain meliputi gaya gambar yang diadaptasi dari majalah yang populer dikalangan remaja yaitu majalah Kawanku.



Gambar III.1 Referensi Visual 1
Sumber: Pribadi, Majalah Kawanku (10/05/2016)

III.2.1 Format Desain

Desain yang akan dibuat menggunakan format desain 21 cm x 29.7 mm, Ukuran ini dipilih karena mirip dengan ukuran sebuah majalah yang beredar di pasaran yang target audiens nya adalah remaja. Mudah dibawa kemanapun karena ukurannya tidak terlalu besar dan tidak terlalu kecil, mirip seperti teks buku pelajaran sekolah, sehingga muat untuk masuk ke dalam tas dan dapat dibawa ke mana saja pelajar pergi. Di dalam buku terdapat ilustrasi yang dilengkapi dengan teks sehingga penuturan lebih mudah dimengerti agar informasi yang ada dapat diterima dengan baik oleh para target audiens.

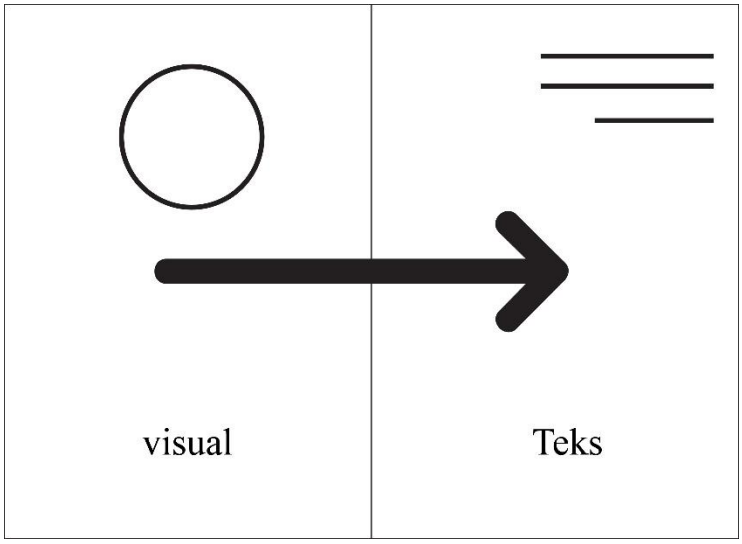


Gambar III.2 Format halaman
Sumber: Pribadi

III.2.2 Tata Letak

Tata letak merupakan susunan elemen-elemen desain yang memiliki tujuan untuk membentuk komunikasi visual. Tujuan dari tata letak adalah untuk menciptakan organisasi visual yang memuaskan, menstimulasi, menggugah pikiran, dan nyaman bagi mata. (Marianne, Sandra, 2006).

Tata letak yang digunakan dalam informasi ritual mandi *ngabungbang* ini dibuat sederhana dan informatif agar saat membaca isi buku tidak merasa bosan, namun tetap dimengerti. Penempatan tata letak sendiri menggabungkan unsur warna, huruf, bentuk, dan gambar yang komposisinya disesuaikan agar terlihat lebih menarik dan rapi. Sebagian besar isi dari buku ini menggunakan tata letak teks di bagian kanan, dan visualisasi yang menggunakan ilustrasi di bagian kiri dan memenuhi pula bagian kanan sehingga audiens fokus terlebih dahulu pada ilustrasi dan selanjutnya membaca informasi yang ada pada teks.



Gambar III.3 Tata Letak
Sumber: Pribadi

III.2.3 Huruf

Istilah huruf atau yang juga bisa disebut tipografi adalah penggunaan bentuk huruf untuk mengkomunikasikan secara visual suatu bahasa lisan (Marianne, Sandra, 2006).

Huruf yang digunakan dalam perancangan ini menyesuaikan dengan kebutuhan. Pada judul buku digunakan jenis huruf yang tegas pada sampul, yang ditujukan agar mudah dibaca dan jelas, dan dan ada juga yang huruf yang digunakan untuk juga membuat unsur mistis dari ritual mandi *ngabungbang* sendiri menjadi lebih menarik.

Penggunaan huruf pada isi digunakan jenis huruf yang lebih sederhana dan lebih mudah dibaca dengan tujuan agar terlihat jelas dan informasinya lebih tersampaikan, yang tentunya agar mata tidak mudah lelah.

Penggunaan huruf yang digunakan yaitu jenis *sans serif.* Di dalamnnya terdapat tingkat keterbacaan yang baik agar tidak sulit untuk membacanya pada sekali melihat, dan sedikit dimodifikasi agar huruf terlihat seperti mempunyai gelombang pada huruf “G”. Jenis font yang digunakan adalah Big John, terkesan tebal dan mudah untuk dibaca.

Judul:



ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789
!@#$ %^&*

Gambar III.4 Contoh Huruf Big John Pada Sampul
Sumber: Pribadi

Body text disesuaikan dengan kebutuhan dan fungsi yang sebagian besar digunakan sebagai penutur dalam cerita dan penyampaian pesan, maka huruf yang digunakan adalah *chalk marks* yang memiliki tingkat keterbacaan yang baik dan menarik, mengingat bahwa target audiens adalah remaja.

Isi:

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789
!@#$%^&*

Gambar III.5 Contoh huruf Chalk Marks Pada Isi Halaman
Sumber: Pribadi

III.2.4. Ilustrasi

Ilustrasi merupakan hasil visualisasi dari suatu tulisan dengan teknik menggambar, lukisan, foto atau teknik seni rupa lainnnya. Tujuan diberikannya ilustrasi ini agar pembaca bisa mengetahui lebih mudah dari penjelasan berupa teks yang ada. Dengan ilustrasi ini, diharapkan tulisan lebih mudah dipahami dengan jelas dan mudah dicerna oleh remaja dan juga dapat mengasah imajinasi.

Ilustrasi yang digunakan pada perancangan ini menggunakan gaya ilustrasi untuk kalangan remaja yang biasanya dapat ditemukan pada majalah-majalah remaja saat ini.

a. Studi Karakter

Pada buku ilustrasi ini terdapat satu karakter utama berupa seorang wanita remaja, bernama Imas. Adapun penjabaran karakter adalah sebagai berikut:

- **Imas**

  Ia adalah seorang wanita remaja yang memiliki pengetahuan yang luas dan rasa cinta pada budaya tradisional di desa nya. Nama Imas digunakan karena ia merupakan nama yang biasa digunakan pada orang Sunda, dan juga merupakan nama salah satu wakil bupati di Subang periode saat ini. Imas asli dari Subang yang erat dengan tradisi Sunda dan ia suka sekali menceritakan apa yang disukainya. Sebagai remaja yang suka bercerita, ia ingin membagikan pengetahuannya tentang ngabungbang pada pembaca.

Pendekatan visual tidak terpaku pada pakem tertentu. Ia tidak mempunyai ciri khusus. Namun, Imas menggunakan baju serba putih ketika melaksanakan ritual mandi ngabungbang yang penggambarannya adalah sebagai berikut:



Gambar III.6 Contoh visual Imas

b. Studi Lokasi

Lokasi yang digunakan pada buku ilustrasi ini merupakan daerah Sunda di Kabupaten Subang yang merupakan dataran tinggi. Pemilihan lokasi ini agar penggambaran dari ilustrasi langsung menitikberatkan pada lokasi aslinya.



Gambar III.7 Lokasi menuju sumber mata air
Sumber: Dokumentasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Subang



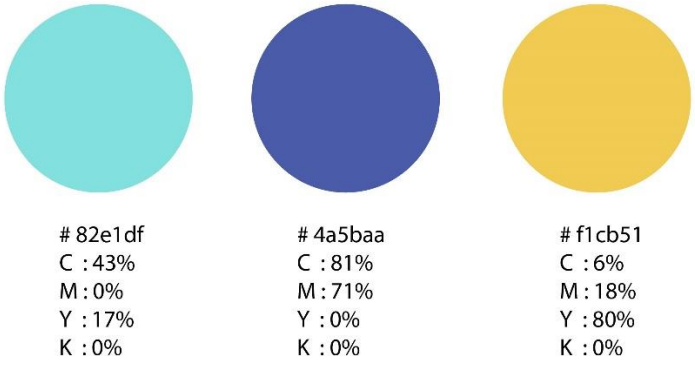
Gambar III.8 aplikasi pada gambar
Sumber: Pribadi

III.2.5 Warna

Warna adalah suatu mutu cahaya yang dipantulkan dari suatu objek ke mata manusia, hal ini menyebabkan kerucut-kerucut warna pada retina bereaksi yang memungkinkan timbulnya gejala warna pada objek-objek yang dilihat sehingga mengubah persepsi manusia (Junaedi, 2003).

Penggunaan warna pada sebuah perancangan dapat memengaruhi seseorang. Warna-warna yang dipilih pada perancangan ini menggunakan warna yang digunakan pada kegiatan ritual mandi *ngabungbang* itu sendiri dan juga wilayah sekitarnya. Mulai dari warna pakaian putih, warna biru muda mewakili air dangkal yang merupakan sebagian besar dari kegiatan ritual mandi *ngabungbang*, serta warna biru gelap yang mewakili langit malam yaitu waktu di mana dilaksanakannya kegiatan ini, serta warna kuning sebagai warna emosi yang mewakili pada tujuh sifat buruk manusia. Dengan paduan warna yang disesuaikan agar ritual mandi *ngabungbang* ini tidak terkesan mistis, warna yang digunakan lebih cerah.

Berikut adalah warna-warna yang digunakan pada perancangan ini:



Gambar III.9 Sampel Warna
Sumber: Pribadi