BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1 Khalayak Sasaran

Pemilihan khalayak sasaran atau target audiens dapat dilakukan dengan berbagai cara. Perancangan media ini menggunakan sistem pengumpulan data secara kuisioner, pengamatan dan literasi. Dalam perancangan ini, target audiens yang ingin dicapai yakni masyarakat Indonesia khususnya di daerah Jawa Barat. Hal ini dikarenakan, media informasi ini diharapkan menjadi bentuk komunikasi ulang dalam melestarikan budaya Sunda. Jawa Barat dipilih sebagai sasaran utama agar generasi muda dapat lebih mengenal dan dapat melestarikan budayanya sendiri. Secara teori, khalayak sasaran dapat ditentukan berdasarkan pada poin-poin tertentu, yakni:

a. Demografis

Umur	: 16-21 tahun
Jenis kelamin	: Perempuan dan Laki-laki
Profesi	: Pelajar / Mahasiswa
Status Sosial-Ekonomi	: B-A (menengah ke atas)
Warna Negara	: Indonesia

Pada umur 16-21, manusia dikategorikan ke dalam masa remaja. Setelah itu akan masuk ke dalam fase dewasa muda. Direntang umur 16-21 terdapat 2 fase yang menjadi salah satu pertimbangan dalam menentukan sasaran. Seperti yang diungkap Rumini & Sundari (2004, h.53) mengenai fase-fase peralihan pada remaja. Fase perubahan dan pematangan pemikiran yang dialami manusia dianggap dapat menerima dan sudah memiliki pemahaman tersendiri mengenai berbagai informasi. Wawasan pemikirannya pun meluas keberbagai aspek mulai dari agama, moralitas, identitas dan gagasan abstrak. Hal ini sesuai dengan pendapat dari Kosmologi Sunda memiliki pemahaman tafsir yang cukup dalam, sesuai yang dikatakan oleh budayawan Sunda, Sasmita. Oleh karenanya dibutuhkan audiens atau khalayak yang dianggap telah dapat menerima pemikiran kosmologi dan mitologi budaya. Pemahaman mengenai kisah dewa dan dewi ini pada tahap remaja diharapkan dapat menambah kecintaan generasi muda terhadap budayanya sendiri.

Informasi mengenai mitologi Sunda ini merupakan bentuk pengetahuan umum dan bersifat tersier. Sunarto (seperti dikutip oleh Nurjannah, 2014, h.27) menyebutkan adanya 3 ukuran kelas status sosial. Dalam teorinya, disebutkan bahwa masyarakat dengan status mengengah dan atas akan memberikan sarana dan prasana yang memadai untuk memenuhi keinginannya memperoleh sesuatu, termasuk dalam pendidikan dan belajar. Pengetahuan ini masuk ke dalam pengetahuan yang jarang didapatkan secara formal, sehingga status sosial dan ekonomi akan mempengaruhi khalayak dalam mendapatkan media ini. Oleh karenanya dibutuhkan media yang menarik dan diangkau dapat dijangkau generasi muda ini agar generasi muda memiliki ketertarikan dalam mengenal mengenai kisah dewa dan dewi Sunda.

b. Geografis

Secara geografis, sasaran khalayak yang dijadikan target adalah khalayak yang tinggal di kota-kota besar dalam provinsi Jawa Barat dan Banten. Contohnya seperti Bandung, Serang, Bekasi. Jawa Barat dan Banten dipilih karena hampir sebagian besar masyakat Sunda tinggal di provinsi tersebut. Sebagai bentuk media yang melestarikan budaya Sunda, maka yang pertama dijadikan target adalah masyarakatnya sendiri. Sesuai dengan status ekonomi dan sosial kelas menengah keatas yang tinggal di lokasi yang dianggap memudahkannya untuk mendapatkan fasilitas pemenuhan kebutuhan hidup.

c. Psikografis

Gaya hidup remaja kini beragam. Remaja dengan rasa penasaran dan kritis akan mencari pengetahuan maupun informasi yang dirasa khalayak tersebut butuhkan dalam berkehidupan di masyarakat. Salah satu cara untuk mendapatkan informasi tersebut adalah dengan cara membaca. Pada masa kini, membaca merupakan salah satu hobi yang dilakukan oleh remaja yang memiliki ketertarikan ke dalam karya sastra maupun visual, seperti kalangan *geek*. Hal ini dapat diamati dari beberapa kegiatan yang menyangkut dengan media buku. Seperti Comicfest, Pakoban, Book Fair, Big Bad Wolf, Pameran Buku Braga dan kegiatan perpustakaan keliling yang mulai diminati oleh masyarakat. Selain itu, masa remaja merupakan masa dimana seseorang akan memenuhi rasa ingin tahu dan kebutuhan akan informasi sangat

tinggi. Seperti yang diungkapkan oleh Wiener dan Kimmel (1985, h. 75-76 / h.243-250) pada masa remaja pengolahan informasi dan ketertarikan manusia terhadap sesuatu dapat dibangun melalui berbagai media. Maka poin-poin tersebut dapat dimanfaatkan dalam merancang media mengenai dewa-dewi Sunda.

d. *Consumer Journey*

Generasi pada umur 16-21 sedang menikmati masa mudanya dengan belajar secara formal dan menghabiskan waktu bersama teman. Secara umum dan kebanyakan generasi muda pada umur tersebut memiliki aktivitas yang mirip. Kegiatan aktivitas sehari-harinya dapat dijabarkan ke dalam beberapa tahapan yakni: memulai pagi hari dengan sarapan, bagi pelajar dan sebagian mahasiswa pagi hari adalah waktu dimulainya aktivitas sekolah maupun kampus. Siang hari akan ada waktu luang untuk beristirahat. Bagi pelajar maupun mahasiswa kebanyakan, sore hari adalah waktu berakhirnya aktivitas belajar secara formal. Khayalak akan pulang dan menghabiskan waktunya di rumah. Waktu-waktu luang ini yang dapat digunakan khalayak sasaran untuk menikmati media hasil perancangan ini. Lokasi yang dikunjungi oleh khalayak sasaran juga dapat dimanfaatkan sebagai media pendukung dalam memberikan informasi mengenai keberadaan media ini. Lokasi tersebut yakni jalan, sekolah maupun kampus.

Selain itu jika mengacu pada psikologis khalayak yang memiliki gaya hidup sebagai *geek*, akan memiliki kegiatan tertentu untuk memenuhi rasa ingin tahu dan kepuasan dari hal yang disukai. Sebagai contoh khayalak akan meluangkan waktunya untuk setidaknya membaca atau berkumpul bersama komunitas di waktu luangnya.

Tabel III.1 *Consumer Journey*
Sumber: Pribadi (2018)

Waktu	Kegiatan	Lokasi	Titik kontak
06.00	Bangun tidur	Kamar Tidur	Kasur, bantal, selimut, cermin, lemari, meja belajar
06.15	Mandi	Kamar mandi	Handuk, peralatan mandi

Lanjutan dari tabel III.1 *Consumer Journey*

Waktu	Kegiatan	Lokasi	Titik kontak
06.30	Sarapan	Ruang makan atau Kamar	Alat makan
06.45	Berangkat sekolah	Jalanan umum, alat transportasi	Jalanan, jalan raya, baliho, kendaraan.
07.15	Sekolah (untuk 16-18 tahun)	Ruang kelas	Area dinding kelas, meja belaar, peralatan tulis
08.30	Berangkat ke Kampus (untuk 18-21 tahun)	Jalanan menuju kampus	Jalanan, porter, baliho, spanduk, kendaraan
09:00	Sampai Kampus	Lobi kampus, ruang kelas, mading	Mading, tembok, area dinding kelas
09.30	Istirahat Sekolah	Lingkungan sekolah (lapangan, kantin, taman)	Makan ringan (jajanan), minuman, botol minum, bangku, mading, lorong sekolah
14.30	Pulang sekolah atau kampus	Jalanan umum, alat transportasi	Jalanan, stiker, poster, bangunan, baliho, kendaraan
15.00	Waktu luang, kumpul bersama teman atau mengerjakan hal sesuai hobi	Kafe, *mall*, rumah teman, sekitar area sekolah atau kampus	Area *mall*, toko tertentu, area tempat duduk
18.00	Pulang	Jalanan, alat transportasi	Jalan raya, dinding perumahan, poster, pohon, kendaraan
19.30	Mengerjakan tugas atau pekerjaan lain.	Kamar	Tempat tidur, koleksi buku, meja

Lanjutan dari tabel III.1 *Consumer Journey*

Waktu	Kegiatan	Lokasi	Titik kontak
22.00	Membaca, mendengarkan lagu	Kamar	Tempat tidur, buku, *gadget*
24.00	Waktu tidur	Kamar	Kasur, bantal, selimut

e. *Consumer Insight*

Berdasarkan data diatas, ada kecenderungan bahwa generasi muda menganggap bahwa data referensi mengenai kisah mitologi Sunda ini kurang. Selain itu kemunculan kisah karakter mitologi yang ada biasanya hanya karakter tertentu dan cenderung berbentuk dongeng anak atau malah berbentuk buku filsafat yang memiliki bobot cukup berat untuk dipahami. Bobot kalimat dan buku literasi yang beredar dianggap terlalu berat untuk dipahami dan kurang elemen visual yang menarik. Dibutuhkan media baru yang berbobot lebih ringan dan dapat memenuhi kebutuhan referensi teks dan visual bagi generasi muda mengenai tokoh mitologi dari Sunda ini.

III.2 Strategi Perancangan

Dalam perancangan media ini dibutuhkan strategi atau rencana yang cermat agar media sesuai dengan tujuan dan manfaatnya dapat dirasakan oleh audiens. Strategi-strategi yang digunakan sesuai dengan pengamatan dan hasil pengumpulan data-data yang telah dilakukan dan dianalisis. Strategi utama dari perancangan ini adalah menyajikan media baru mengenai dewa-dewi Sunda atau mitologi Sunda. Yakni dengan membentuknya ke dalam buku antologi bergambar.

Media ini akan memuat kisah kehidupan dewa, dewi dan dewata (roh-sempurna) Sunda. Setiap karakter akan diberikan gambaran secara visual sesuai interpretasi dari data yang ada. Selain itu ada visual tertentu yang menjadi klimaks atau *event* unik dari kisah tersebut. Selain visual penjelasan secara teks juga dipergunakan.

III.2.1 Tujuan komunikasi

Tujuan dari media ini adalah sebagai bentuk komunikasi ulang mengenai kisah dewa dan dewi Sunda. Bentuk ini akan memberikan pengetahuan dan informasi mengenai kisah-kisah mitologi budaya Sunda. Ini juga sebagai sebuah bentuk nyata usaha pelestarian budaya Sunda yang terasingkan oleh budaya-budaya yang berkembang pada saat ini di generasi muda. Dari tujuan tersebut, dibuat media dengan bahasa dan media yang lebih mudah diserap oleh khalayak.

III.2.2 Pendekatan komunikasi

Pendekatan komunikasi pada media ini ada 2. Yakni secara visual dan verbal. Kedua pendekatan ini saling berkaitan dan menguatkan satu sama lain.

a. Pendekatan visual

Pendekatan visual adalah bentuk teori mengenai referensi atau acuan perancangan media yang merupakan visual (gambar). Karena muatan media ini memiliki sifat historis budaya dan mitologi, maka tipe gambar yang dipilih memberikan kesan fantasi-mistis dan imajinatif. Selain itu dimasukan unsur tradisional agar terasa unsur kebudayaan. Batik dapat dijadikan sebagai salah satu unsur tradisional dalam media ini.



Gambar III.1. Illustrasi pada buku Mitologi Yunani National Geograpic karya Christina Balit
Sumber: https://d3ddkgxe55ca6c.cloudfront.net/assets/t1496779387/a/9c/1f/greekmythology-prv-1-933727.jpg (diakses pada 17 Juli 2018)



Gambar III.2. Ilustrasi pada batik Garutan
Sumber: Batik Garutan Koleksi Hartono Sumarsono (2016)

b. Pendekatan Verbal

Secara verbal, bahasa utama dalam buku ini adalah bahasa nasional Indonesia dan dialek atau daerah. Bahasa Indonesia yang digunakan merupakan bentuk kalimat maupun frase yang sesuai dengan buku-buku sastra populer pada masa kini. Memiliki bentuk kalimat-kalimat yang diungkapkan dalam percakapan remaja sehari-hari. Bahasa daerah yakni bahasa Sunda disematkan dibeberapa bagian tertentu sebagai bentuk istilah. Bahasa Sunda dimunculkan agar kesan budaya kesundaan terasa dalam media ini. Tentunya bahasa daerah akan diberikan penjelasan ke dalam bahasa Indonesia.

III.2.3 *Mandatory*

Dalam penerbitan buku ini, dibutuhkan *Mandatory* atau pemberi mandat agar informasi dalam buku ini valid dan bukan berasal dari sumber tidak jelas. *Mandatory* penerbitan buku ini adalah Bentang Pustaka. Bentang Pustaka merupakan salah satu bagian dari penerbit besar di Indonesia yakni Mizan Grup. Bentang berfokus dalam menerbitkan buku-buku bermuatan budaya, sastra dan seni. Selain itu banyak karya sastra populer yang terlah diterbitkan oleh Bentang seperti buku karya Tasaro GK dan Dee Lestari. Pada bidang budaya sejarah, Bentang memiliki buku serial mengenai Majapahit.



Gambar III.3. Logo Bentang
Sumber: www.mizan.com/bentang-pustaka/

III.2.4 Materi Pesan

Media antologi ini akan memuat informasi mengenai kisah dewa, dewi dan dewata (roh atau manusia-sempurna) Sunda, sehingga istilah antologi mitologi dapat digunakan dalam media ini. Secara umum, isi yang ingin disampaikan adalah kisah hidup dari tokoh dewa, dewi maupun manusia dewata yang telah ditentukan. Jika dijabarkan ke dalam poin maka, materi pesan dari media buku ini adalah:

- Pengenalan dunia mitologi Sunda secara umum.
- Memberikan gambaran interpretasi visual mengenai dewa dan dewi (dewata) Sunda,
- Memberikan informasi fungsi, kekuatan dan makna karakter (jika ada tafsiran khusus dari budayawan Sunda) sebagai tambahan wawasan mengenai dewa dan dewi tersebut.
- Fakta unik mengenai kisah mitologi bersangkutan.
- Dewa-dewi yang akan dibahas dalam buku ini telah dijabarkan dalam Bab 2 mengenai keberadaan tokoh dewa, dewi dan dewata dalam naskah pantun.

III.2.5 Gaya Bahasa

Gaya bahasa yang digunakan adalah gaya bahasa naratif-deskriptif. Selain itu majas yang digunakan merupakan majas kiasan yakni simile. Gaya bahasa naratif merupakan bentuk tulisan yang dirangkai dan membentuk sebuah peristiwa dalam suatu waktu (dikutip Setyawan, 2014, di situs kompasiana). Lalu gaya bahasa

deskriptif menurut Keraf (dikutip Setyawan, 2014, di situs kompasiana) adalah bentuk gaya penulisan yang menelaskan secara terperinci mengenai sesuatu, menyampaikan kesan hasil pengamatan mengenai suatu hal dan memiliki daya imajinatif mengenai hal yang ingin disampaikan (Keraf, 1981). Gaya bahasa naratif digunakan pada pembahasan mengenai asal-usul karakter bersangkutan. Gaya bahasa deskriptif digunakan dalam penceritaan ulang kisah dewa, dewi dan dewata sunda. Penggambaran visual dan informasi khusus seperti kekuatan atau fungsi dari karakter yang bersangkutan dapat digambarkan secara deskriptif dengan majas simile yang menggunakan unsur persamaan untuk menggambarkan kesan tertentu sesuai dengan kisah karakter tersebut.

III.2.6 Strategi Kreatif

Setiap perancangan media membutuhkan sebuah rangka pikir mengenai pesan dan materi juga bagaimana cara menyampaikan hal tersebut agar mudah di terima oleh khalayak (Hidayat, 2017). Dalam buku antologi ini akan memuat beberapa kisah karakter mitologi Sunda yakni dewa, dewi dan dewata (roh-sempurna). Visualnya pun dibuat semi realis dengan sentuhan tradisional budaya Indonesia khususnya Sunda. Strategi kreatif terbagi dalam beberapa bagian yakni:

a. *Copywriting*

Copywriting dapat membantu dalam pengenalan media ini pada khalayak. Menurut penjelasan Hidayat (2017), *copywriting* adalah salah satu bentuk seni aneka gaya menulis dengan pendekatan gaya bahasa yang dapat membangun emosional dan kekuatan untuk memuat dan menyampaikan sebuah infromasi. Melalui *copywriting* yang baik akan dapat membentuk sebuah *tagline* produk atau media yang muatan informasinya jadi lebih menarik dan pesannya tersampaikan. *Copywriting* dapat digunakan dalam menemtukan judul media dan judul dari setiap bab dalam media antologi ini. Bahasa yang digunakan sebagai pengantar adalah bahasa Indonesia yang tuturnya digunakan dan biasa dijadikan anak muda berbicara dan berbahasa. Selain itu digunakan bahasa daerah yakni bahasa Sunda untuk menekankan bahwa konten media antologi ini memiliki kandungan bermuatan budaya kesundaan.

Judul media antologi ini adalah, "*Cariosan Ti Priangan* : Kumpulan kisah Kisah Dewa, Dewi dan Manusia-Dewata Sunda: Jilid 1 (Sulanjana, Nyai Sumur Bandung, Mundinglaya di Kusumah)". Gaya bahasa deskriptif diberikan agar audiens mendapatkan gambaran umum mengenai isi dari media antologi ini. *Cariosan* menurut kamus bahasa Sunda memiliki arti omongan atau ucapan, sedangkan *ti Priangan* memiliki makna dan arti dari tempat tinggal para warga Kahyangan. Selanjutnya di dalam media, judul setiap bab atau kolom khusus fakta unik menggunakan bahasa serapan sunda yang menarik. Misalnya untuk kolom fakta unik meggunakan istilah "*Sakelebat* Info Unik".

b. *Storyline*

Konten media ini akan dibagi ke dalam beberapa bab seperti yang telah dijelaskan sebelumnya. Maka setiap konten akan terbagi ke dalam beberapa halaman berikut:

1. Prolog, berisikan sekilas mengenai mitologi dan kosmologi Sunda berdasarkan pada tafsir pantun yang dilakukan oleh tim Jakob Sumardjo
2. Kisah dewa dan dewi utama yang tercantum dalam kosmologi pantun Sunda, yakni:
   - Kisah asal-usul Sanghyang Tunggal
   - Kisah mengenai Sunan Ambu
   - Kisah mengenai Batara Guru
   - Sekilas kisah Dewa Wisnu (pada bagian ini Wisnu hanya muncul sekilas sehingga penceritaannya tidak lengkap)

3. Kisah dewa dewi dan karakter dewata / pahlawan pada naskah Sulanjana
   - Kisah hidup Nyi Pohaci dan saudaranya
   - Sekilas mengenai Narada Panji
   - Tokoh Dewa Anta
   - Tokoh Aki dan Nini Oma
   - Tokoh Trio Sadana
   - Tokoh Raden Sulanjana
   - Tokoh Jaka Sabeulah
   - Tokoh Dewi Sukraba

4. Kisah dewa dewi dan karakter dewata / pahlawan pada naskah Mundinglaya di Kusumah
   - Tokoh Dewi Wirumananggay
   - Tokoh Mundinglaya di Kusumah
   - Tokoh Kalapetong
   - Tokoh Dewi Asri
   - Tokoh Kidang Pananjung dan Gelap Nyawang
   - Tokoh Guriang Tujuh

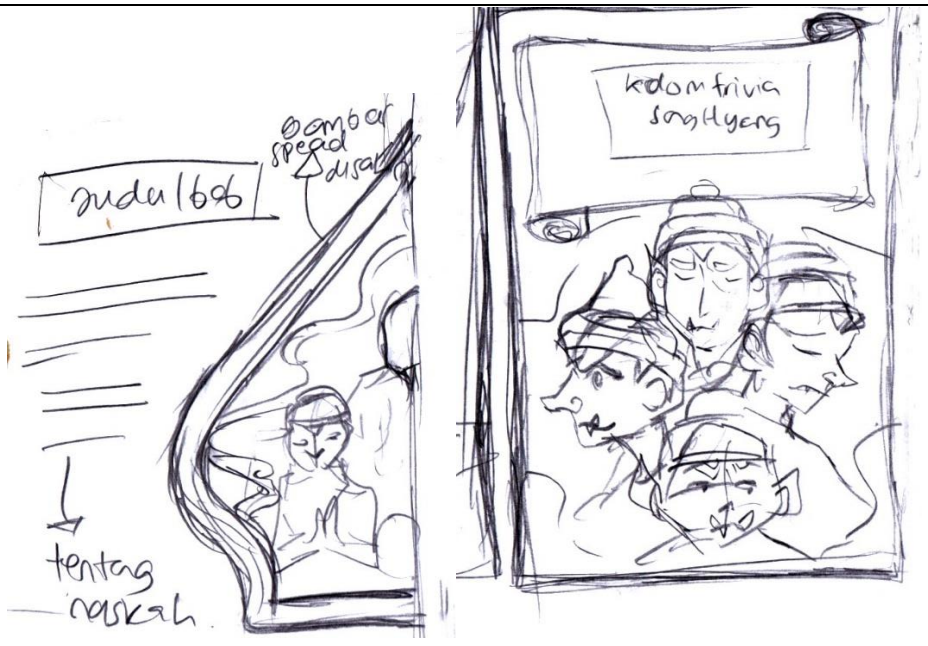
5. Kisah dewa dewi dan karakter dewata / pahlawan pada naskah Nyai Sumur Bandung
   - Tokoh Rangga Wayang
   - Tokoh Langgen Sari
   - Tokoh Nyi Sumur Bandung

c. *Storyboard*

Media ini memuat antologi ilustrasi. Maka media ini berisikan beberapa kisah. Dalam hal ini berdasarkan pada tiga naskah pantun. *Storyboard* berupa sketsa kasar dengan menggunakan kertas dengan beberapa catatan mengenai hal-hal yang akan muncul pada media utama. *Storyboard* ini sekaligus digunakan untuk menentukan *layout* karakter dan teks pada halaman. Karena ada gabungan antara halaman *spread* dan tidak maka harus ditentukan dengan baik agar tidak ada kesalahan pada saat cetak.

Tabel III.2. *Storyboard*
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

No	*Storyboard*
1.	

	
	Ilustrasi dan penjelasan singkat mengenai pembagian dunia atas atau Kahyangan pada sistem kosmologi Sunda. Hal ini berdasarkan pada filsafat mitologi pantun Sunda oleh Jakob Sumardjo dan timnya. Pada halaman selanjutnya terdapat penjelasan mengenai Sanghyang Tunggal dan para batara yang merupakan perwujudan dari Sanghyang Tunggal.
2	

	Pada bagian ini menjelaskan mengenai keberadaan Tuhan atau dewa yang sangat didewakan dalam masyarakat Sunda yakni Sanghyang Tunggal. Setiap bab, ditandai dengan gunungan dan judul. Selanjutnya ada penjelasan sekilas mengenai 4 batara khusus yang menjadi pecahan atau bentuk wujud Sanghyang Tunggal.

Lanjutan Tabel III.2 *Storyboard*

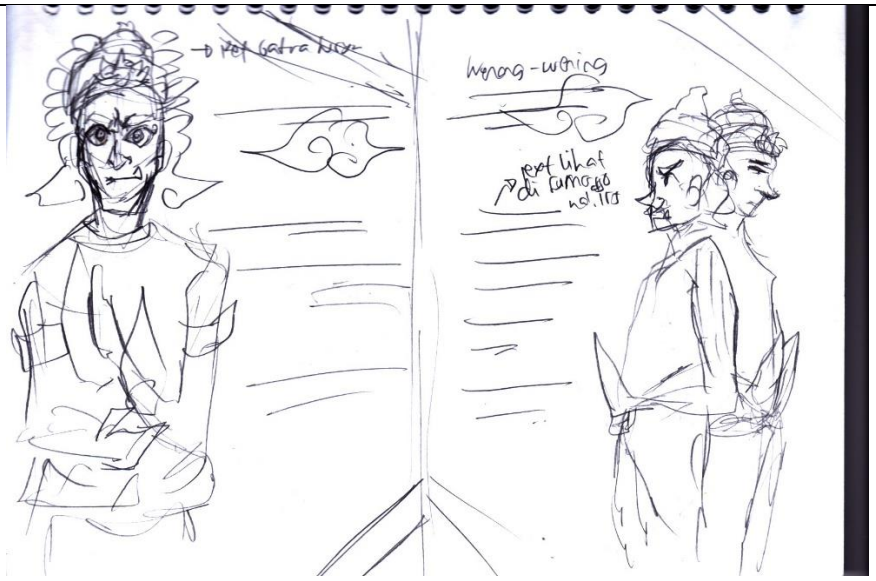
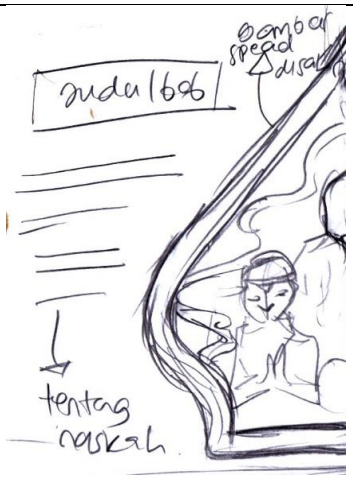
No	*Storyboard*
3	
	Masih pada Bab 1, selanjutnya penjelasan mengenai Batara Guru sebagai turunan dari Sanghyang Tunggal yang memiliki kuasa lebih diatas dewa dan dewi yang lain.

Lanjutan Tabel III.2 *Storyboard*

No	*Storyboard*
4	
	Sunan Ambu dimasukan ke dalam Bab 1 karena keberadaannya yang dianggapp sebagai ibu dari pada dewa. Hal ini tercantum dalam Sumardjo (2013, h. 155).
5	

	Kisah Dewa Wisnu menurut naskah Sulanjana dimasukan sedikit disini karena dirinya dianggap sebagai suami dari Dewi Uma dan memiliki peranan khusus dalam beberapa naskah kuno Sunda. Selain itu dimasukannya Dewa Wisnu untuk menunjukan adanya perbandingan mengenai kepercayaan dalam budaya Sunda dan budaya Jawa (Hindu-Budha).

Lanjutan Tabel III.2 *Storyboard*

No	*Storyboard*
6	
	Para batara ini dibahas sekilas pada jilid 1. Alasannya karena keduanya merupakan perwujudan lain dari Sanghyang Tunggal yang biasanya muncul tersirat. Ditambah penjelasan singkat mengenai Batara Kala
7	
	Memasuki Bab 2, diawali dengan halaman dalam pemisah setiap bab yang berbentuk gunungan dengan beberapa gambar adegan tertentu.

Lanjutan Tabel III.2 *Storyboard*

No	*Storyboard*
8	

8	
	Pada Bab 2, kisahnya akan dimulai dari Dewi Padi yakni Nyi Pohaci yang menjadi titik kosmologi terkuat pada naskah Sulanjana. Dilanjutkan dengan sedikit kisah mengenai saudara kembar Nyi Pohaci yakni Bangbang Kusiang, Dewa Anta yang mengisahkan bagaimana perjuangan dewa bumi, Narada Panji yang merupakan kurir pada dewa. Lalu Aki dan Nini Oma yang memiliki sematan *hyang* dan bertugas menjaga para dewata di bumi.

Lanjutan Tabel III.3 *Storyboard*

No	*Storyboard*
9	

	 
	Masih pada Bab 2, diceritakan tokoh-tokoh pahlawan yang membantu keberadaan dewata di bumi. Yakni kisah trio Sadana dan Raden Sulanjana. Dilanjutkan dengan kisah pengolahan manusia tidak sempurna yang diangkat menjadi salah satu *hyang* yakni Jaka Sabeulah. Terakhir kisah mengenai Dewi Sukraba, salah satu bidadari yang menjadi bukti adanya hubungan mengenai kerajaan kesundaan dengan Majapahit. Diceritakan hanya mengenai kisah hidupnya.

Lanjutan Tabel III.2 *Storyboard*

No	*Storyboard*
11	
	Masuk pada bab selajutnya mengenai naskah pantun Mundinglaya Di Kusumah.

Lanjutan Tabel III.2 *Storyboard*

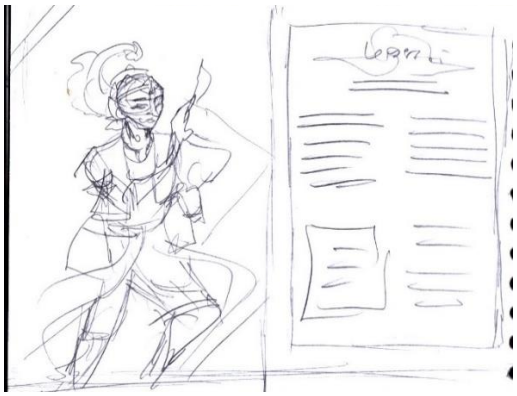
No	*Storyboard*
12	
	Diawali dengan pembahasan mengenai Wiru Mananggay. Lalu dilanjutkan dengan kisah kepahlawanan Mundinglaya di Kusumah dan kisah hidupnya dalam menjalani pertempuran untuk menjadikan dirinya manusia-dewata yang sempurna. Selanjutnya sedikit penjelasan mengenai bagaimana pola makna karakter Kalapetong yang menjadi musuh Mundinglaya dalam budaya Sunda.

Lanjutan Tabel III.2 *Storyboard*

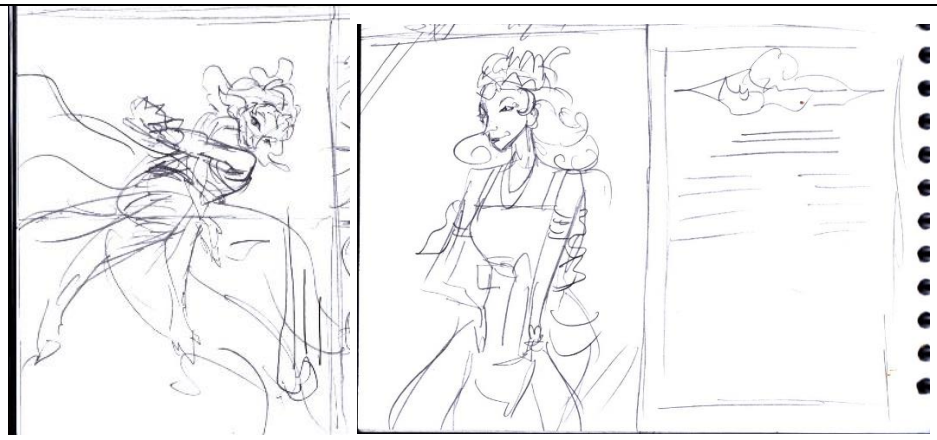
No	*Storyboard*
13	
	Selanjutnya kisah Dewi Asri yang menjadi perlambang kekuatan dari Mundinlaya dan dua patih sakti yang memiliki ciri-ciri dunia atas atau *Buana Nyuncung*. Juga penjelasan mengenai Kalapetong, raksasa buta yang memiliki maksa sebagai bentuk kejahatan umat manusia di muka bumi dan harus dihilangkan untuk meraih kesempurnaan derajat dan dapat meraih kekuatan dewata.

Lanjutan Tabel III.2 *Storyboard*

No	Storyboard
14	

	Terakhir dalam Bab 2 menjelaskan keberadaan salah satu dewa yang tinggal di mandala atau surga tinggi yakni Guriang Tujuh. Disini akan dijelaskan berdasarkan apa yang terjadi dalam naskah pantun Mundinglaya di Kusumah.
15	  
	Bagian bab terakhir yakni naskah pantun Nyai Sumur Bandung. 3 tokoh utama yang menjadi perlambang dunia atas atau dunia para dewa akan dibahas. Ketiga tokoh ini merupakan kakak beradik. Pertama mengenai Rangga Wayang, sang kakak sulung. Lalu dilanjutkan dengan kisah sang anak tengah yakni Langgensari. Sama seperti kakaknya, akan diceritakan mengenai perananannya dan kesaktiannya.

Lanjutan Tabel III.2 *Storyboard*

No	*Storyboard*
14	
	Lalu terkahir adalah kisah dari Nyai Sumur Bandung, anak bungsu dan salah satu dewata kesayangan Sunan Ambu. Disini ia banyak dibantu oleh kakaknya dan Sunan Ambu dalam menyelesaikan masalahnya di dunia. Nyai Sumur Bandung memiliki posisi tertentu di dunia atas walau dirinya berada di bumi. Kisah Nyai Sumur Bandung memang memiliki beberapa versi, disini diambil versi Ujung Berung sesuai dengan arahan dari budayawan Sunda sebagai narasumber. Pertimbangan lainnya, kisah Sumur Bandung dalam buku ini ditekankan pada kisah hidupnya bukan kisah keseluruhan alur cerita pantunnya.

d. Visualisasi

Tipe visual atau gambar yang digunakan adalah pendekatan semi realis antara manusia Sunda, wayang, kartun dan pola-pola batik tertentu. Seperti yang diungkap oleh McCloud (2001, h.51), sebuah bentuk penyederhanaan bentuk realis kepada abstrak akan membuahkan sebuah bentuk baru yang jauh dari wajah asli yang ada pada foto. Disitulah posisi semi realis berada. Acuan tetap pada ciri-ciri khas budaya Sunda, namun dengan bentuk penyederhanaan dan penyerapan model-model tertentu seperti wayang dan batik. Pola-pola batik dan wayang maupun baju tradisional adat Sunda digunakan sebagai referensi untuk bentuk visual baju dan aksesori karakter.

Semi realis dipilih sebagai bentuk visual yang lebih ramah pada generasi muda. Bentuk penyederhanaan visual tertentu akan memudahkan audiens dalam menyerap dan memahami konten buku. Selain itu akan memunculkan tipe gambar yang lebih menarik dan lebih luas. Tentunya tetap mengacu pada pendekatan visual pada bab sebelumnya.

III.2.7 Strategi Media

Perancangan ini membutuhkan media utama sebagai media yang memiliki pesan-pesan dan materi mengenai kisah mitologi Sunda ini. Selain media utama, dibutuhkan media pendukung sebagai bentuk pengenalan, pengingat maupun pembentukan emosional khalayak terhadap media utama. Baik media utama maupun media pendukung harus memiliki rancangan yang senada dan menarik bagi khalayak. Strategi ini dapat dianalisis menggunakan metode AISAS. Dalam perkuliahan *copywriting* oleh Hidayatullah (2017), AISAS merupakan sebuah ilmu yang dapat memecah pola pemikiran audiens dan interaksinya dengan media. Berikut poin-poin dari AISAS berdasarkan perkuliahan *copywriting* oleh Hidayatullah (2017):

a. *Attention* (Perhatian)

Media yang baik adalah media yang dapat menarik perhatian audiens. Pada bagian *attention*, sebuah media promosi atau pendukung harus dapat memperkenalkan media utama kepada audiens. Menentukannya dapat dilakukan dengan melihat lagi *consumer journey*. Misalnya diambil bagian jalanan yang menjadi jembatan kontak antara audiens dan media. Maka media poster dapat digunakan sebagai salah satu media yang menarik perhatian audiens. Atau bisa juga dengan video promosi di media sosial yang biasa digunakan kaum muda.

b. *Interest* (Ketertarikan)

Daya tarik akan menimbulkan perasaan ingin tahu. Jika perhatian telah diraih, maka selanjutnya bagaimana menanggapi rasa ketertarikan dari audiens mengenai media utama yang akan dijual. Maka dibutuhkan media yang menjelaskan lebih detail ketimbang pada bagian *attention* yang dapat dibilang sebagai *teaser*. Bisa dimulai

dengan kemunculan *X-Banner* atau *Hanging Banner*. Bisa juga memulai iklan digital dengan memunculkan poster atau *flyer* digital di *platform* media sosial.

c. *Search* (Pencarian)

Membuat akun media sosial atau *fanpage* dibutuhkan pada saat ini mengingat audiens yang akan dijadikan target khalayak adalah anak muda. Setelah khalayak tertarik dengan media ini, pasti ada sebuah usaha yakni mulai mencari fisik atau keberadaan dari media ini. Dapat dimulai dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan khalayak melalui media sosial. Media sosial yang dipilih adalah instagram, Instagram memiliki kelebihan dalam pengenalan secara visual sehingga media *platform* ini dipilih.

d. *Action* (Tindakan / Aksi)

Dari ketiga poin diatas, khalayak atau audiens akan menginginkan adanya aksi nyata untuk mendapatkan produk tersebut. Maka dimulailah aksi dengan menyelenggarakan kegiatan *launching* dan keikutsertaan produk ini dalam beberapa *event* atau pameran. Dan tentunya produk sudah dikenalkan keberadaannya, yakni dengan memberikan lokasi-lokasi dimana produk tersebut dapat dijangkau oleh khalayak.

e. *Share* (Membagikan)

Media promosi yang baik selain dapat menarik daya tarik dan memberikan informasi kepada khalayak, media ini harus memiliki *gimmick* dan ciri khas yang terus diingat oleh audiens. Selain diingat dengan membangun emosional dengan audiens, misalnya dengan memberi hadiah atau paket spesial dengan harga tertentu, dapat membangun rasa bahagia dan kepercayaan audiens terhadap produk. Dari sisi emosional tersebut, diharapkan audiens dapat membagikan pengalaman baiknya mengenai produk tersebut kepada orang lain. Sehingga terjadi media promosi *mouth to mouth* atau promosi tidak langsung yang dilakukan audiens dengan khalayak publik.

Setelah menentukan AISAS, maka muncul media-media di samping media utama (produk) yang dapat mendukung keberadaan media utama. Media utama tentunya adalah media yang menjadi pemecah atau solusi dari permasalahan yang diangkat. Selanjutnya, media pendukung menajadi media-media yang penting untuk menyokong keberlangsungan keberadaan dari media utama dan interaksi antara audien dengan produk.

- Media Utama

Media utama yang digunakan adalah buku dengan *hardcover*. Buku ini berjenis buku ilustrasi antologi. Antologi merupakan kumpulan dari berbagai kisah dalam sebuah media. Berbeda dengan ensiklopedia, antologi dapat menawarkan informasi yang lebih deskriptif dan berceritra.

Media buku ini akan memuat berbagai informasi mengenai dewa dan dewi juga dewata (kisah mitologi) Sunda ke dalam bentuk teks bahasa Indonesia dan ilustrasi yang memudahkan khalyak dalam menyerap informasi. Karena dalam buku ini hanya mengacu pada 3 naskah pantun Sunda dari beberapa pantun Sunda yang telah ditafsirkan, maka harus ada penjelasan terlebih dahulu dan penyajian informasi bahwa buku ini memuat karakter dewa dan dewi dari naskah-naskah tertentu. Alangkah baiknya, jika media ini disematkan nomor jilid sebagai bentuk penginformasian kepada audiens bahwa buku ini memiliki beberapa seri nantinya. Dan disetiap jilidnya akan memuat kisah mitologi atau dewa-dewi Sunda dari naskah yang berbeda.

Pada setiap buku ini akan memiliki beberapa kategori bab atau babak. Bab 1 berisi mengenai prolog atau informasi umum mengenai Kahyangan dan mitologi Sunda secara umum. Pada Bab 2 akan memulai mengenalkan kisah dewa-dewi Sunda, dimulai dari dewa-dewi yang lebih populer di masyarakat berdasarkan kuisioner juga karakter yang muncul tidak hanya di dalam satu naskah. Di bab selanjutnya akan dibahas secara spesifik karakter dewata yang ada dalam cerita naskah pantun yang dijadikan acuan perancangan. Selain kisahnya akan disematkan juga tafsir pemaknaan maupun fakta menarik dari kisah tersebut.

Media buku memiliki berbagai kelebihan. Buku berdasarkan pengertiannya merupakan kumpulan kertas atau bahan lainnya yang berbentuk lembaran dan disisi lainnya dijilid untuk dijadikan sebuah benda 3 dimensi. Buku juga dapat dibedakan dari fungsi dan kandungannya. Dalam rancangan ini yang digunakan adalah buku antologi dengan illustrasi. Buku antologi menurut Bambang Trim (dikutip oleh Putri Prahesti, 2016, h.12-14) merupakan kumpulan karya sastra seperti syair, puisi pantun maupun cerita pendek atau prosa. Antologi berasal dari bahasa Yunani yang berarti kumpulan bunga, sedangkan buku bergambar adalah buku dengan kandungan teks dan ilustrasi atau gambar yang digunakan untuk memperjelas sebuah kisah narasi dan memberikan sisi visual untuk menambah daya tarik.

Kelebihan dari media buku sendiri adalah bentuknya yang cenderung fisik keras memungkinkan audiens dapat merasakan sensasi perabaan yang tidak dapat dirasakan pada media digital. Selain itu, bentuk fisik buku lebih sehat dari pada media digital karena buku tidak memiliki efek radiasi apapun pada mata saat membacanya.

- Media Pendukung

Media pendukung dihadirkan sebagai media yang dapat mendukung keberadaan dari media utama. Berikut media-media pendukung yang digunakan dalam rancangan ini:

a. Poster

Poster merupakan media literatur yang dapat ditempel di lokasi-lokasi tertentu untuk memberikan informasi kepada khalayak mengenai keberadaan media utama. Poster dapat ditempelkan di sekolah, kampus maupun dekat dengan lokasi toko buku. Selain itu media poster ini memiliki bentuk digital yang dapat dikenalkan melalui media sosial.

b. Hanging Mobile dan *Banner*

Kedua media ini memiliki kesamaan yakni penempatannya yang menggantung. Dalam kisah mitologi adanya kesan fantasi dapat ditunjukan dengan bentuk

hanging mobile yang mengandung nuansa magis. Misalnya awan berbentuk batik, selendang terbang dan sebagainya. Bentuk *hanging banner* dapat dibuat sedemikian rupa agar memberikan kesan mengenai Kahyangan yang berada di dunia atas.

c. *Display* rak buku

Rak buku dapat dibuat spesial dan kreatif agar berbeda dan dapat menarik perhatian audiens. Melalui kerja sama dengan toko buku yang bersangkutan, *display* rak buku dapat dibuat *custom*.

d. Dekorasi *Event*

Pengenalan media ini dapat dilakukan dengan mengikut sertakan media buku ini dalam kegiatan *event* buku tertentu. Seperti Pakoban atau Book Fair. Selain mengikuti *event*, dpaat diadakan acara khusus *launching* buku yang berisi mengenai pengenalan dan pengkajian buku ini. *Backdrop* dan *booth* dibuat selaras dan memiliki ciri khas media utama yang dapat menjadi pengingat dan menarik khalayak.

e. X-Banner

X-Banner dapat digunakan sebagai media promosi mengenai buku ini. Dapat diletakan dekat dengan rak buku ini atau dipasang dekat dengan *stand booth*. Ukuran *X-Banner* adalah 60 x 160 cm.

f. *Body Ads*

Kaos dapat digunakan sebagai media pengingat dan promosi mengenai media utama. Dapat diberikan kepada khalayak pada acara *launching* buku atau pada kegiatan pameran buku.

g. *Standee* Karakter

Standee karakter adalah sebuah pajangan berbentuk karakter yang bersangkutan. Ukurannya dapat disesuaikan, disini digunakan ukuran 120cm x 150cm. *Standee* karakter dapat disimpan di toko buku maupun pada saat *event* sebagai daya tarik media ini dan menilai antusias audiens terhadap media utama.

h. *Promotional* Video

Khalayak remaja cukup dekat dengan gadget dan internet. Video promosi dibuat untuk meningkatkan kesadaran audiens mengenai keberadaan dari media utama. Video promosi dapat ditayangkan di media sosial dan *online* seperti Youtube.

i. *Gift / Merchandise*

Berbagai hadiah atau *merchandise* dapat diberikan kepada khalayak yang tertarik pada media buku ini. Misalnya pemberian *tote bag*, *notebook*, pin maupun stiker pada pembelian tertentu. Pemberian hadiah ini dapat meningkatkan rasa emosional khalayak terhadap media utama. Manusia secara psikologi akan merasa senang ketika diberi sesuatu. Rasa senang ini yang dimanfaatkan sebagai salah satu daya tarik dari media buku / media utama mengenai kisah dewa dan dewi Sunda. Contoh hadiah yang dapat diberikan: kanvas *tote bag*, stiker, dan pembatas buku.

Merchandise dibutuhkan karena berdasarkan pada pengamatan dan kuesioner yang dilakukan terhadap audiens dalam *event* Pakoban dan *event* komik, khalayak tetap menginginkan adanya media selain buku yang dapat mereka beli. Adanya kecenderungan khalayak pasar yang membeli dahulu *merchandise* sebelum membeli media utamanya. Dari pernyataan tersebut, *merchandise* dapat menjadi media pengingat keberadaan dari media utama kepada audiens dan diharapkan dapat menarik hati audiens untuk mendapatkan media utamanya. Contoh-contoh *merchandise* adalah: kanvas *tote bag*, pensil, penghapus, gantungan kunci, dan pin.

j. *Ambient* Media

Media ini memiliki keunikan dibandingkan media lain. Kreatifitas yang tinggi, simulasi pesan terasa lebih nyata dan tingginya kemungkinan disebarkan ulang melalui mulut kemulut oleh audiens. Media ini dapat dibuat di toko buku atau di *lift* mall yang di dalamnya terdapat toko buku. Kesan yang diberikan dapat menunjukan keindahan kisah mitologi Sunda.

III.2.8 Strategi Distribusi

Seluruh media baik media utama maupun media pendukung akan membutuhkan distribusi yang baik agar media itu dapat dijangkau oleh khalayak. Untuk media utama, dapat disebar di toko buku di kota besar. Selain itu, buku dapat dirilis pada acara kegiatan yang bertema buku seperti Pakoban, Pop Con, Indonesia Comic Con, Jakarta Comic Con, Big Bad Wolf, maupun pameran buku lainnya. Bisa juga bekerja sama dengan pemerintah Jawa Barat untuk mengadakan *event* kesundaan dan mengenalkan buku ini.

Tabel III.4. Tabel waktu dan ruang penyebaran media
Sumber: Pribadi (2018)

Media	**Ruang Lingkup Penyebaran Media**			
	Pre-Launcing	***Launching***	**Pameran atau *Event***	**Toko Buku**
Poster				
Hanging Mobile dan *Banner*				
Display rak buku				
Stand Booth & Dekorasi *Event*				
X-Banner				
Standee Karakter				
Body Ads				
Promotional Video				
Gift / Merchandise				
Ambient Media				

Penetapan waktu *launching* dan *event* dapat ditentukan dengan beberapa pertimbangan. Karena media buku ini memiliki muatan kesundaan yang sudah cukup sulit didapatkan oleh khalayak umum tentunya perlu hari spesial yang dapat

diingat audiens. Buku ini dapat dirilis pada bulan Agustus mendekati perayaan hari ulang tahun Jawa Barat. Lalu dapat mengikuti beberapa *event* setelahnya. Ada acara buku tahunan yang biasanya dilaksanakan sekitar bulan September-Oktober yakni Comicon. Lalu dapat mengikuti *event* Pakoban yang biasanya terlaksana sekitar bulan Mei. Setelah itu buku akan tetap dijual secara *offline* maupun *online* secara berkala dan sesuai pesanan.

Tabel III.5. Tabel waktu penyebaran media
Sumber: Pribadi (2018)

Media	**Bulan pada tahun 2018**																			
	Agustus				September				Oktober				November				Desember			
Minggu	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Buku Antologi																				
Fanpage																				
Poster																				
Hanging Mobile dan *Banner*																				
Display rak buku																				
Stand Booth & Dekorasi *Event* **																				
X-Banner																				
Standee Karakter																				
Body Ads																				
Promotional Video																				
Gift / Merchandise																				

Ambien Media																			

** penyebaran mengikuti tanggal *event* pameran buku seperti pada bulan Mei untuk Pakoban (Pasar Komik Bandung, salah satu *event* buku baik komik maupun ilustrasi yang bergengsi di Bandung. Dipandu oleh para komikus dan ilustrator senior di Indonesia) dan Big Bad Wolf yang biasanya ada 2 kali dalam setahun.

III.3 Konsep Visual

Konsep Visual dari media ini mengandung kesan fantasi, imajinatif dan tradisional. Bentuk-bentuk dinamis juga dapat menggambarkan sifat generasi muda. Kesan fantasi diberikan sebagai bentuk ciri khas dari kisah mitologi. Misalnya penggambaran dunia atas yang mengembangkan apa yang ada di dunia dengan apa yang tidak mungkin di dunia. Lalu kesan tradisional dapat diberikan dari penggambungan unsur-unsur wayang dan batik. Bentuk batik juga merupakan penyederhanaan bentuk dari pemikiran imajinatif para seniman pendahulu Sunda.

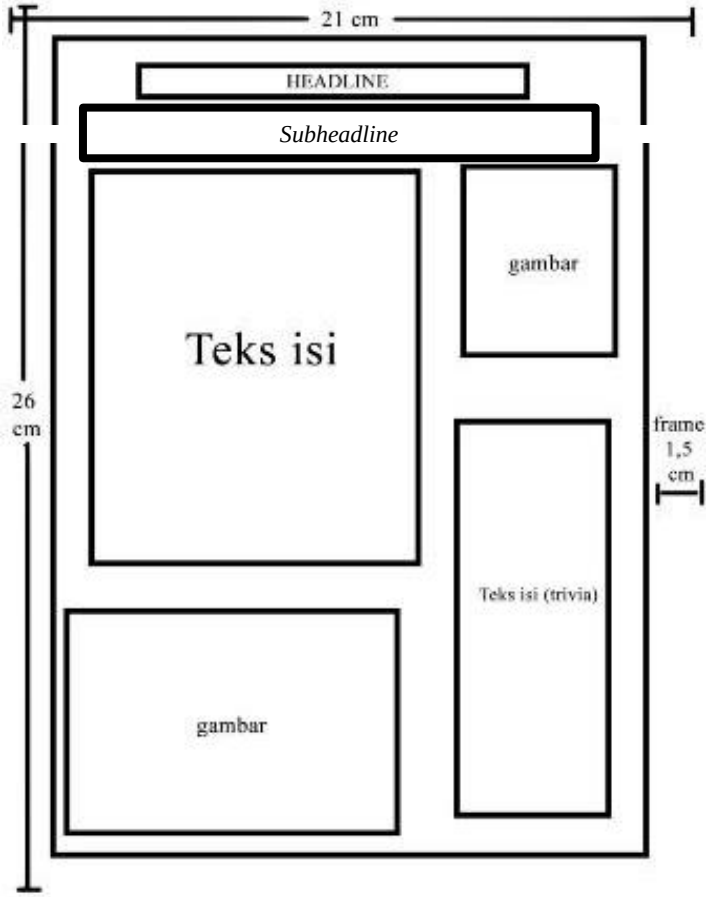
III.3.1 Format Desain

Desain memiliki prinsip-prinsip yang dapat dikombinasikan dalam sebuah format dan diaplikasikan dalam media tertentu agar media tersebut memiliki ciri khas dan berfungsi dengan baik (Jefkins, 1997). Format media utama ini adalah buku berbentuk persegi panjang, dengan rasio 8x10 (26x21 cm) portrait. Rasio ini dipilih karena sesuai dengan ukuran Instagram yang menjadi salah satu media promosi buku ini. Sampul menggunakan *hardcover*. Terdiri dari halaman ilustrasi *spread*, ilustrasi tokoh *full body* dan kisahnya dalam bentuk teks. Isiannya menggunakan media kertas alkasia yang memiliki tekstur untuk menambah sensasi perabaan saat audiens menikmati media buku antologi ini.

III.3.2 Tata Letak

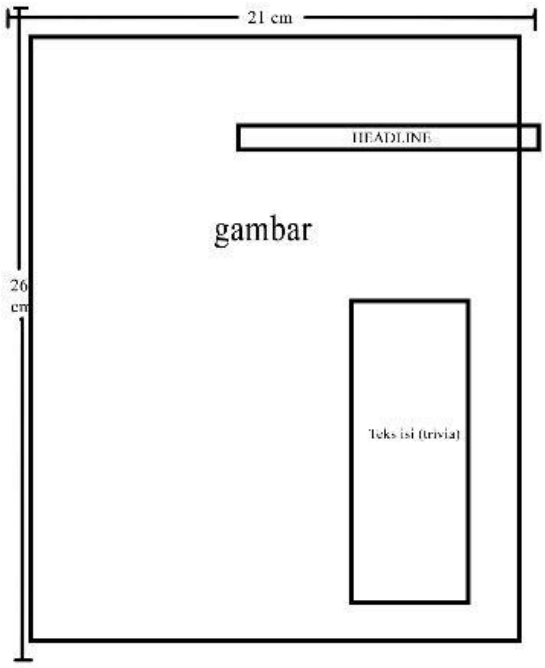
Tata letak adalah sebuah pengaturan komposisi dari berbagai elemen desain dalam sebuah media dalam konteks tertentu untuk mendukung konsep dari media tersebut (Surianto, 2008, h.12). Tata letak memiliki beberapa jenis. Jenis tata letak atau

layout yang digunakan adalah jenis sirkus yang dipadukan dengan *frame*. *Layout* sirkus merupakan penyajian tata letak yang tidak terlalu baku tetap dapat dibaca sesuai alur baca (kiri ke kanan) walaupun komposisi teks dan gambar susunannya tidak beraturan. Sifatnya asimetris dan memberikan kesan dinamis yang mencirikan sifat anak muda.



Gambar III.4. *Layout* isi buku
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Pada tata *layout* sirkus, urutan teks dan gambar sangat dinamis sehingga memungkinkan adanya perbedaan tata letak pada halaman tertentu. Sebagai panduan, gambar diatas menunjukan tata letak secara umum untuk halaman konten. Lokasi teks dibagi ke dalam 4 bagian yakni *headline* untuk judul pembahasan, *subheadline,* kolom *body text* kiri untuk memulai kisah dan asal-usul dan secara umum sebelah kolom sebelah kanan untuk memuat kisah tafsir dan pemaknaan karakter jika ada pada sumber. Selanjutnya, gambar dibawah ini digunakan untuk halaman tertentu, seperti halaman *cover* dalam atau untuk pembatas setiap bab.



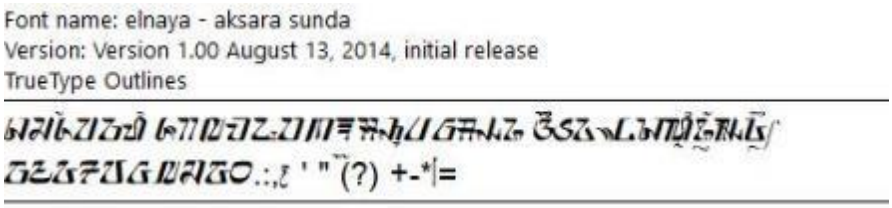
Gambar III.5. *Layout* isi buku versi 2
Sumber: Dokumentasi Pribadi

III.3.3 Tipografi

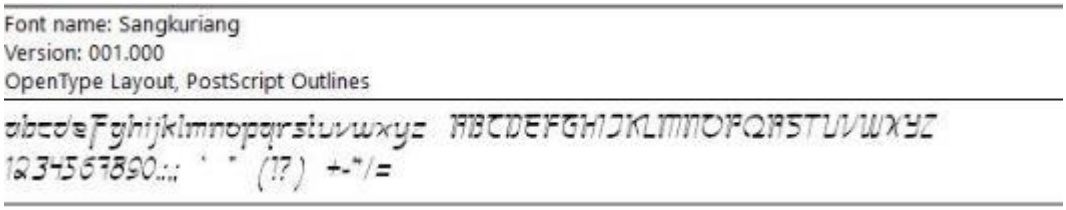
Tipografi menurut Wibowo (2013, h.115) adalah seni pemilihan huruf dan peletakannya dalam sebuah ruang atau media agar audiens merasakan sebuah kesan tertentu dan menyerap informasi semaksimal mungkin. *Font* yang digunakan memiliki kemiripan dengan bentuk aksara Sunda. *Font* aksara ini digunakan sebagai *title* teks atau pembuka. Untuk judul juga digunakan *font* yang serupa. Kesan yang ditimbulkan adalah kesan budaya sunda sekaligus kesan dinamis yang mencirikan target audiens. Bentuk *font* yang meliuk seperti aksara, namun tetap mudah dibaca. Tidak terlalu dekoratif dan meliki kesan luwes dan dinamis. *Font* yang digunakan antara lain Sangkuriang, SundayScript dan Elnaya Aksara Sunda. Elnaya Aksara Sunda memiliki tebal tipis seperti penulisan menggunakan *brush* tangan. Sehingga kesan tradisi lebih terasa dan cocok dengan visual yang menggunakan unsur *brush* dari cat air.

Font Sangkuriang diciptakan oleh Gregorius Wisnu dari Jakarta, Indonesia untuk tugas akhirnya di tahun 2008 dan merupakan *font* dengan lisensi gratis. SundayScript font diciptakan oleh Peax Webdesign, diunggah ke dalam salah satu *website* digital *font* pada tahun 2012. Peax Webdesign adalah desainer *freelancer*

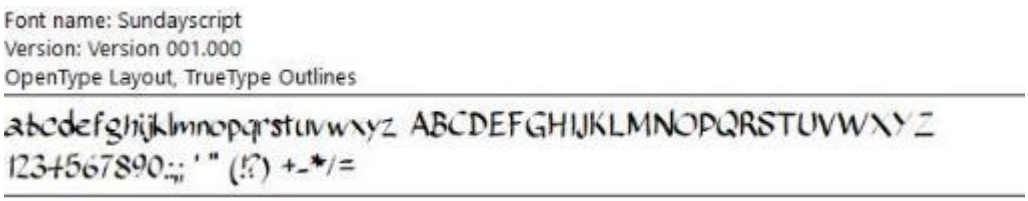
yang berasal dari Perancis. Untuk *font* aksara Sunda Elnaya diciptakan oleh Wates Awal pada tahun 2014. Lisensi gratis dan cara penggunaan karakternya terdapat dalam *website* kairaga.com. Website ini menyediakan beberapa contoh *font* dengan aksara Sunda, penggunaan aksara sunda dan *font* kreatif dalam bentuk aksara Sunda.



Gambar III.6. Tampilan lengkap *Font* Elnaya.
Sumber : Pribadi (2018)



Gambar III.7. Tampilan lengkap *Font* Sangkuriang.
Sumber : Pribadi (2018)



Gambar III.8. Tampilan lengkap *Font* SundayScript.
Sumber : Pribadi (2018)

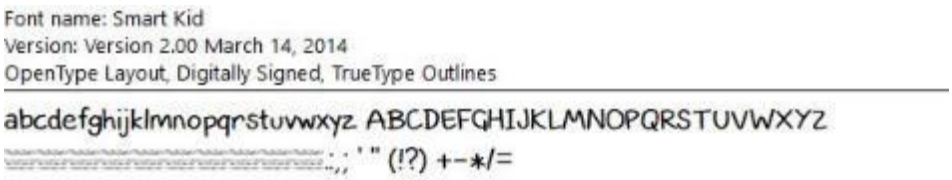
Pada penerapan tipografi judul terdapat 2 *font* yang berbeda yakni penggunaan dominan *font* Sundayscript pada bagian Cariosan dan *font* Sangkuriang pada Priangan. Hal ini ditujukan untuk memberikan kesan-kesan tertentu. Pada *font* yang digunakan untuk ‘Cariosan’ digunakan *font* yang menunjukan kesan luwes lekuk aksara Sunda dan tidak terlalu tradisional. Ketika kata ‘Priangan’ digunakan *font* Sangkuriang untuk menunjukan kemegahan dan keindahan bentuk aksara Sunda yang digunakan untuk memberikan gambaran dunia Kahyangan yang agung dan megah. Jadi perpaduan antar dualistik ini juga adalah penerapan teori dualistik Sunda yang dapat memadukan dua hal untuk mendapatkan harmoni. Kesan luwes

dan dinamis yang ditujukan untuk kalangan muda dari Sundayscript dipadukan dengan *font* dengan kesan kemegahan sebuah tradisi Sunda dari *font* Sangkuriang.



Gambar III.9. Penerapan *font* pada judul buku.
Sumber : Pribadi (2018)

Untuk body font menggunakan *font sans serif* yang lebih luwes. Bentuk anatominya tidak baku seperti serif dan sans serif memiliki keluwesan hampir mendekati dekoratif namun memiliki tingkat keterbacaan yang lebih tinggi ketimbang dekoratif. Oleh karena itu font jenis ini dipilih. Selain itu, untuk menambah kesan dinamis anak muda dan keluwesan lekukan aksara sunda, dipilih *font sans serif* yakni, *font* SmartKid. Font ini dibuat oleh Studio Typo dengan lisensi gratis.



Gambar III.10. Tampilan lengkap *Font* Smart Kid.
Sumber : Pribadi (2018)

III.3.4 Warna

Warna merupakan salah satu unsur ilustrasi yang penting. Warna-warna yang digunakan merupakan warna yang dianggap sebagai warna kesundaan. Sesuai dalam Sobana (2006, h. 82-86) dan dipadukan dengan teori Mamat Sasmita yang terdapat dalam majalah Mangle 2515. Warna-warna tersebut menggambarkan alam Jawa Barat yang cenderung memiliki iklim dingin, dikelilingi pegunungan dan

memiliki area persawahan yang luas. Warna-warna yang digunakan adalah warna putih (*bodas*), hitam (*hideung*), kuning keemasan (*koneng emas*), kuning padi (*koneng pare*), hijau (*hejo*), biru langit (*paul*), biru (*bulao*), indigo/nila (*tarum*), ungu (*gandaria/bungur*), gading, merah (*beureum)*, merah muda (*kaya*s) dan coklat.



Gambar III.11. Palet warna alam Sunda menggunakan cat air.
Sumber : Pribadi (2018)



Gambar III.12. Palet warna alam Sunda
Sumber : Pribadi (2018)

Setiap warna memiliki makna. Teori warna dan makna warna secara budaya Sunda diambil berdasarkan Sobana (2006, h. 82-86) dan kajian estetika wayang golek oleh Suryana (2002, h.109-120). Contohnya warna kuning emas yang melambangkan kemegahan, congak, cergas dan kekuasaan. Warna hitam dimaknai sebagai patuh, kukuh, teguh. Putih sebagai lambang kesucian, keesaan. Hijau sebagai bentuk kesuburan.

Lalu pada teori psikologi warna yang dipaparkan oleh Sanyoto (2010, h. 46-51), menambah pemaknaan warna yang digunakan. Untuk warna dominan untuk *cover* akan menggunakan perpaduan warna indigo, kuning emas dan hijau. Indigo merupakan warna diantara biru dan violet sehingga dapat mengambil makna keduanya yakni warna yang melambangkan tempat tinggal dewa, luas, lambang langit, tenang, kebenaran, keadilan. Indigo sendiri dimaknai secara universal sebagai lambang ilmu pengetahuan. Kuning emas melambangkan kekuatan, keagungan, diasosiasikan dengan matahari dan kemuliaan. Selanjutnya warna hijau memiliki makna kesuburan, kehidupan, kebangkitan, harmoni dan keselarasan.



Gambar III.13. Palet warna alam Sunda
Sumber : Pribadi (2018)

Penggunaan warna-warna tersebut diatas adalah acuan dalam pengambilan warna selanjutnya. Warna-warna cerah menggambarkan warna yang disukai oleh warga Sunda dan dianggap sebagai ciri khas masyarakat Sunda. Selanjutnya warna akan disesuaikan secara fungsional untuk memberikan *tone* dan kesan tertentu sesuai dengan konten cerita karakter.

III.3.5 Ilustrasi

Ilustrasi dalam media ini menggunakan pola batik sebagai ornamen, aksen maupun unsur *background*. Batik yang dipilih adalah batik Priangan. Batik Priangan merupakan istilah untuk batik yang berasal dari Jawa Barat. Istilah 'priangan' ini berasal dari kata 'parahyangan' yang memiliki makna sebagai tempat para dewa. Batik Priangan memiliki keindahan, suasana juga kearifan masyarakat Sunda. Dengan demikian, batik Priangan dipilih dan dirasa cocok untuk menggambarkan kisah dewa dewi Sunda.

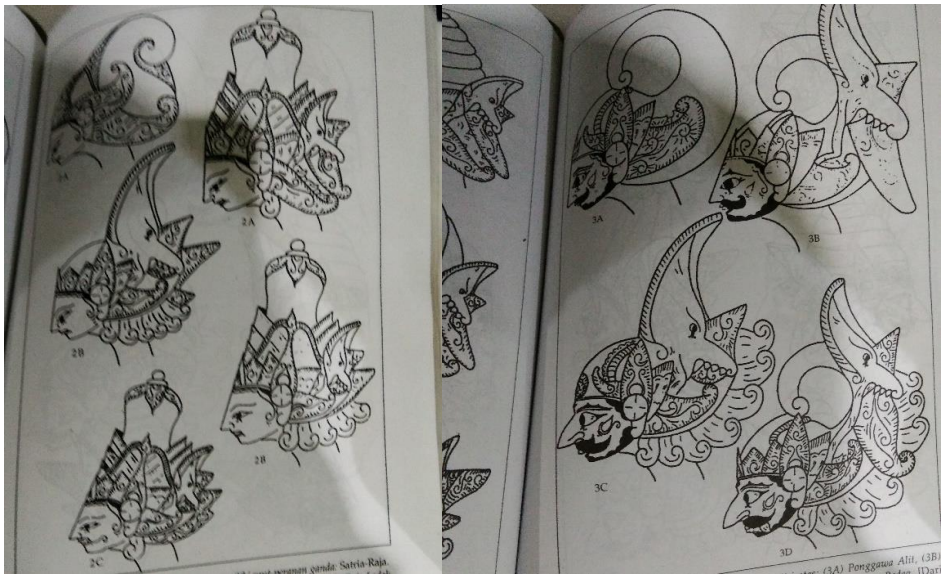


Gambar III.14. Batik Priangan Sekar Jagad
Sumber : The Dancing Peacock (2010)

Wayang yang digunakan adalah wayang golek. Wayang golek dipilih karena wayang ini merupakan salah satu wayang Jawa Barat yang mencirikan Jawa Barat. Berdasarkan pada buku, wayang golek memiliki beberapa ciri tertentu yang digunakan sebagai salah satu acuan dalam menggambarkan karakter dewa dan dewi Sunda. Berdasarkan Sobana (2002), wayang golek memiliki pakem tertentu yang cukup beragam tergantung pada sang dalang. Pakem inilah yang menjadi elemental yang diaplikasikan kepada tokoh-tokoh media ini. Pakem tersebut terdapat pada bentuk mata, warna maupun bentuk muka atau mahkota. Pakem wayang golek dipadukan dengan gaya ilustrasi semi realis yang disukai oleh pasar visual khalayak saat ini (diambil dari pengamatan dua tahun kepesertaan penyusun di *event* dan pameran buku besar seperti Pakoban, Creator Superfest dan, Indonesia Comic Con).



Gambar III.15. Wayang Golek
Sumber : Wayang Golek Sunda Kajian Estetika Rupa Tokoh Golek (2002)



Gambar III.16. Contoh Pakem mahkota dan bentuk kepala wayang
Sumber: Wayang Golek Sunda Kajian Estetika Rupa Tokoh Golek (2002)

Tokoh dewa dewi maupun dewata dimata masyarakat memiliki ciri khas tersendiri. Sebagai mana teori Carl Jung mengenai manusia yang memiliki pengetahuan ilahian dan pengetahuan alam bawah sadar sehingga memiliki kecenderungan kemiripan dalam budaya dan kepercayaannya kepada makhuk gaib. Karakter dewa dewi dan dewata ini digambarkan ke dalam sosok manusia dengan struktur badan

tinggi semampai seperti bentuk wayang golek yang tangannya cenderung digambarkan lentik dan panjang.

Bentuk sosok ini tetap dibentuk menyerupai manusia ditambahkan sedikit campuran *style* gambar barat modern yang saat ini masuk ke pasar visual dalam negeri. Metode pewaranaan menggunakan media cat air. *Style* gambar ini merupakan pengembangan dari beberapa referensi penulis selama beberapa tahun terakhir.



Gambar III.17. Doctor Strange Marvel *Comic Book Cover* oleh Shirahama Kamome
Sumber: http://img1.reactor.cc/pics/post/Marvel-%D1%84%D1%8D%D0%BD%D0%B4%D0%BE%D0%BC%D1%8B-DC-kyikyikyi-2697829.jpeg (diakses pada 5 Agustus 2018)



Gambar III.18. Karakter desain oleh Shirahama Kamome
Sumber: https://twitter.com/shirahamakamome/media

Style gambar Shirahama Kamome memiliki kecenderungan antara pengabungan *style* gambar manga atau komik Jepang yang senang menambahkan mata yang besar dan hidung yang kecil dengan proporsi badan ke arah barat (proporsi sempurna 8 kepala dan gaya komik amerika). Shirahama Kamome juga memiliki penggayaan gambar klasik dengan arsir yang sangat indah. Shirahama Kamome pada beberapa tahun ini fokus mengerjakan sebuah komik dan buku ilustrasi bertema sihir dan mistis yang dirasa cocok menjadi salah satu inspirasi dalam perancangan karakter pada media buku ini.



Gambar III.19. Kover Komik Atelier Witch Hat oleh Shirahama Kamome
Sumber: https://pbs.twimg.com/media/DcUPXMqVQAAWFxM.jpg (diakses pada 7 Agustus 2018)

Untuk teknik pewarnaan, terisnpirasi dari beberapa artis. Dalam rancangan ini, menggunakan teknik cat air *wash* dan *wet on wet*. Beberapa artis yang menggunakan teknik ini dan menjadi inspirasi dalam rancangan ini adalah Hateru dari Jepang, Salmonella_fish dari Vietnam dan Ameruu dari Kanada.

Hateru memiliki teknik cat air yang mengabungkan berbagai warna menjadi warna dasarnya. Hal ini memberikan kesan tertentu seperti suasana yang ingin dituangkan ke dalam karya. Seperti pada karya dibawah ini, terasa kesan sepi dari warna dasar abu dan digabungkan dengan warna hijau kuning dan oranye seolah menandakan bahwa sang karakter sedang merenungi sesuatu dan membutuhkan suasana sejuk untuk hatinya. Selain itu, dengan bantuan dari warna dasar yang telah diberikan akan terjadi keselarasan warna atau harmoni warna tertentu pada saat pewarnaan selanjutnya (seperti ada *tone* warna utama).



Gambar III.20. Ilustrasi cat air oleh *水瀬ハテル* **(**Hateru)
Sumber: https://scontent-sit4-1.cdninstagram.com/vp/e8f2112708cc5a40eb4c52a5b0086319/5BF69DB1/t51.2885-15/e35/33351029_229308224500748_58935118248_n.jpg?_nc_eui2=AeG6b7IMhpNAONDld8PE03BsEuKZJ7kVTyR32oQp91L7FuLAcQ (diakses pada 7 Agustus 2018)

Begitu pula dengan salmonella, menggunakan teknik *wash* untuk memberikan warna dasar sebelum melakukan pewarnaan. Salmonela_fish adalah seorang Ilustrator *freelancer* yang cukup terkenal di Instagram dengan pengikut kurang lebih 165.000 orang. Teknik perwarnaanya yang mencampurkan berbagai warna memberi kesan *colorfull* dan imajinatif yang dirasa cocok dengan rancangan media

dewa dan dewi ini. Tak jarang beberapa karya dari Salmonela ini memiliki nuansa fantasi dan kesan *dreamy*.



Gambar III.21. Ilustrasi cat air oleh Salmonella_fish
Sumber: https://www.instagram.com/salmonella_fish/



Gambar III.22. Ilustrasi karakter original oleh Salmonella_fish
Sumber: https://scontent-sit4-1.cdninstagram.com/vp/be094b61cf12cdd74dd0c03e7de5504a/5C01B428/t51.2885-15/e35/33124063_643435675996583_1416240181383528448_n.jpg?_nc_eui2=aLVqkAjHFUJ02Nlib4VIMiMkRo9CVb89418toRRZFLcz9rCItvkzLTg (diakses pada 7 Agustus 2018)

Lalu Ameruu memiliki gaya gambar *urban sketch* dan garis yang sangat ekspresif. Pemilihan warna dan prespektif gaya gambarnya memberikan kesan imajinatif.



Gambar III.23. Ilustrasi karakter original oleh Ameruu
Sumber: https://scontent-sit4-1.cdninstagram.com/vp/6daf9f28f3ba9147fa7e8c9813a99edd/5BF36A52/t51.2885-15/e35/33402992_218279395436866_5973555293982818304_n.jpg?_nc_eui2= kKb-wJL37CH8G-ryA (diakses pada 7 Agustus 2018)

Gaya gambar diatas diamati dan dipelajari tekniknya. Setelah itu, diterapkan ke dalam gaya gambar yang dihendaki. Selain terinspirasi dari karya-karya diatas, tentunya ada acuan khusus yang mengangkat ciri khas Sunda. Ciri khas tradisi budaya Sunda diambil dari wayang golek seperti telah dijelaskan sebelumnya. Karena beberapa karakter telah ada atau mirip dengan tokoh dalam pewayangan, beberapa karakter tersebut menggunakan acuan dari tokoh wayang tersebut. Selain itu pertimbangan visual karakter akan berdasar pada teori mengenai wayang golek yang dikaji oleh Sobana (2002) dan Ensiklopedi Wayang Indonesia juga pakaian adat Sunda. Berikut adalah beberapa contoh studi karakter yang telah dilakukan.

- Sanghyang Tunggal

Digambarkan sebagai entitas tertinggi yang absolut dan memiliki kecenderungan tidak berwujud dan diasosiasikan dengan cahaya. Warna langit penggabungan dari warna *tarum* dengan gambaran suasana layung senja untuk memberikan kesan dinamis dari ruang dan waktu. Selain itu, warna *tarum* atau biru keunguan ini diasosiasikan dengan warna tempat tinggal para dewa. Terdapat ilustrasi seolah ada cahaya yang turun ke bawah dimaksudnya untuk meggambarkan bagaimana Sanghyang Tunggal menurunkan berkah dan bantuan ke bumi.

Cahaya yang berada di langit dunia atas atau *Buana Nyuncung*	

Gambar III.24. Studi Karakter Sanghyang Tunggal
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

- Batara Guru

Karakter ini dianggap sebagai dewa dari segala dewa. Warna yang dipilih menyesuaikan dengan referensi wayang golek yang sudah ada. Warna wajah putih melambangkan kesucian dan badan emas untuk melambangkan kekuasaan. Batara Guru dalam beberapa visual pewayangan digambarkan sebagai seorang sososk dewa yang menaiki kendaran suci dunia atas. Dalam kepercayaan Sunda, *munding* atau kerbau adalah hewan yang suci dan merupakan kendaraan pada makhluk Kahyangan.



Gambar III.25. Studi Karakter Batara Guru
Sumber: (kiri) http://4.bp.blogspot.com/-kvoZwyraODk/TiU_pGg9LhI/AAAAAAAAAG4/eciwOcvblII/s1600/batara+guru.jpg (diakses pada 10 Juli 2018)
(kanan) Dokumentasi Pribadi (2018)

- Dewa Wisnu

Dewa Wisnu pada pantun Sunda diceritakan sebagai karakter yang melankoli dan patuh pada keputusan dewi. Warna kulit hitam melambangkan sifat kaku dan patuh. Penggunaan warna pada baju karakter ini mengikuti referensi wayang golek Wisnu yang terdapat pada gambar di bawah ini.

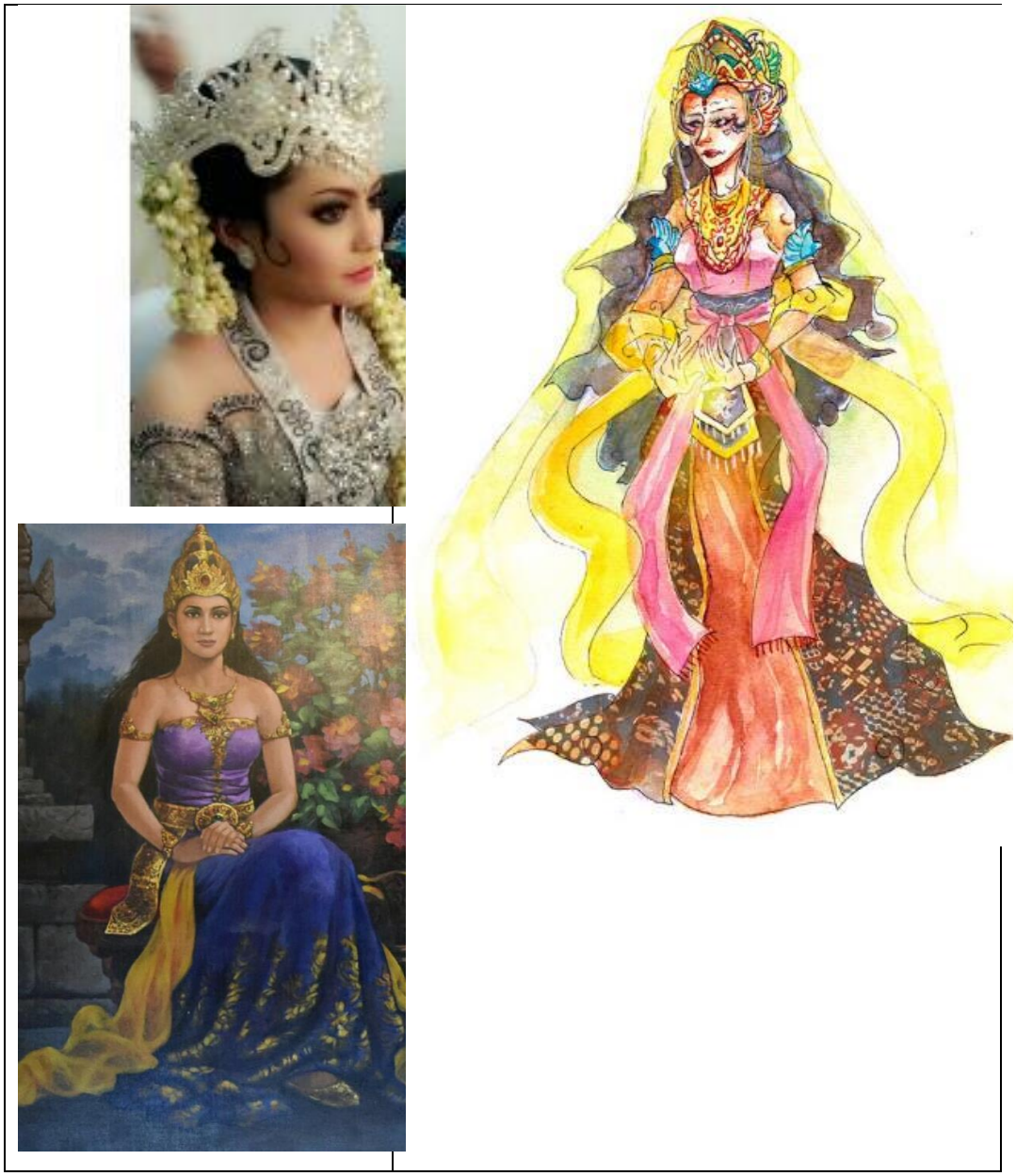


Gambar III.26. Studi Karakter Dewa Wisnu
Sumber: (kiri) http://4.bp.blogspot.com/-bJhzzhz5wCU/TiVCNMwHSBI/AAAAAAAAAHQ/EMLpmHdZTqo/s1600/batara+wisnu.jpg (diakses pada 10 Juli 2018)
(kanan) Dokumentasi Pribadi (2018)

- Sunan Ambu

Ibu dari pada dewata. Dilambangkan sebagai seorang dewi dengan kasih sayang keibuan namun tetap memiliki kewajiban atas kuasanya di mandala surga tertinggi. Selain itu kesuburan dan keadilan menjadi kesifatannya. *Siger* atau makhota karakter ini, menggunakan referensi dari baju pernikahan sunda. Warna pastel dan

warna *kayas* (merah muda), diberikan sebagai perlambang atas kekuatan dan kegagahan sang ibunda para dewata ini.



Gambar III.27. Studi Karakter Sunan Ambu
Sumber: (kiri) https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcSZoHxaK0UPfUuHfvTLy53pglT1twRFsBrj9I8K1gxHXoFB71dkQw (diakses pada 10 Juli 2018)
(kiri) https://pbs.twimg.com/media/CnfJCoIUkAEgY99.jpg(diakses pada 10 Juli 2018)
(kanan) Dokumentasi Pribadi (2018)

- Batara Kala

Dewa yang posisinya berada langsung dibawah Sanghyang Tunggal. Diangap sebagai dewa yang menguasai ruang dan waktu dan diasosiasikan dengan matahari

dan pemakan bulan terkadang juga membawa bencana. Warna indigo dipadukan dengan warna kuning untuk melambangkan cahaya dan keagungan. Warna kulit merah keunguan untuk mendapatkan kesan dan makna karakter dewa-buta (raksasa).





Gambar III.28. Studi Karakter Batara Kala
Sumber: (kiri) http://2.bp.blogspot.com/-CvicTNuJ7pE/TiVBL3zp8OI/AAAAAAAAAHE/cljySDod4fo/s1600/batara+kala.jpgdiakses pada 10 Juli 2018)
(kanan) Dokumentasi Pribadi (2018)

- Batara Wenang dan Wening

Keduanya merupakan 2 dari 4 batara utama pecahan wujud dari Sanghyang Tunggal. Wenang melambangkan kekuasaan dan raja-raja. Lalu Wening dianggap setara dengan Batara Tapa yang turun ke bumi dalam wujud kakek-kakek untuk betapa dan menyelesaikan masalah dengan saktinya. Keduanya digambar

bersebrangan dan sifat yang berbeda. Warna kulit Wenang cenderung gading karena dirinya memiliki kesifatan sebagai satria dan penguasa, sedangkan Wening berwarna putih karena dianggap sebagai salah satu aspek bijaksana dari para dewa.



Gambar III.29. Studi Karakter Batara wenang dan Wening
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

- Nyi Sri Pohaci

Dirinya merupakan dewi kesuburan dalam kepercayaan Sunda. Selain itu Nyi Pohaci memang telah dikenal sebagai Dewi Padi. Dirinya dianggap sebagai entitas wanita suci. Dalam Sunda memang ada kepercayaan bahwa dewi ini tidak menggunakan pakaian. Namun karena kemunculannya dianggap ada dalam naskah Sulanjana yang memiliki unsur Islami, maka dipertimbangkan penggunaan *kemben* (pakaian atasan) berwarna kuning untuk melambangkan kesuburan dan warna padi

yang menguning. Beberapa ilustrasi visual dari Dewi Beras ini digunakan sebagai referensi. Contohnya pada gambar dibawah ini.

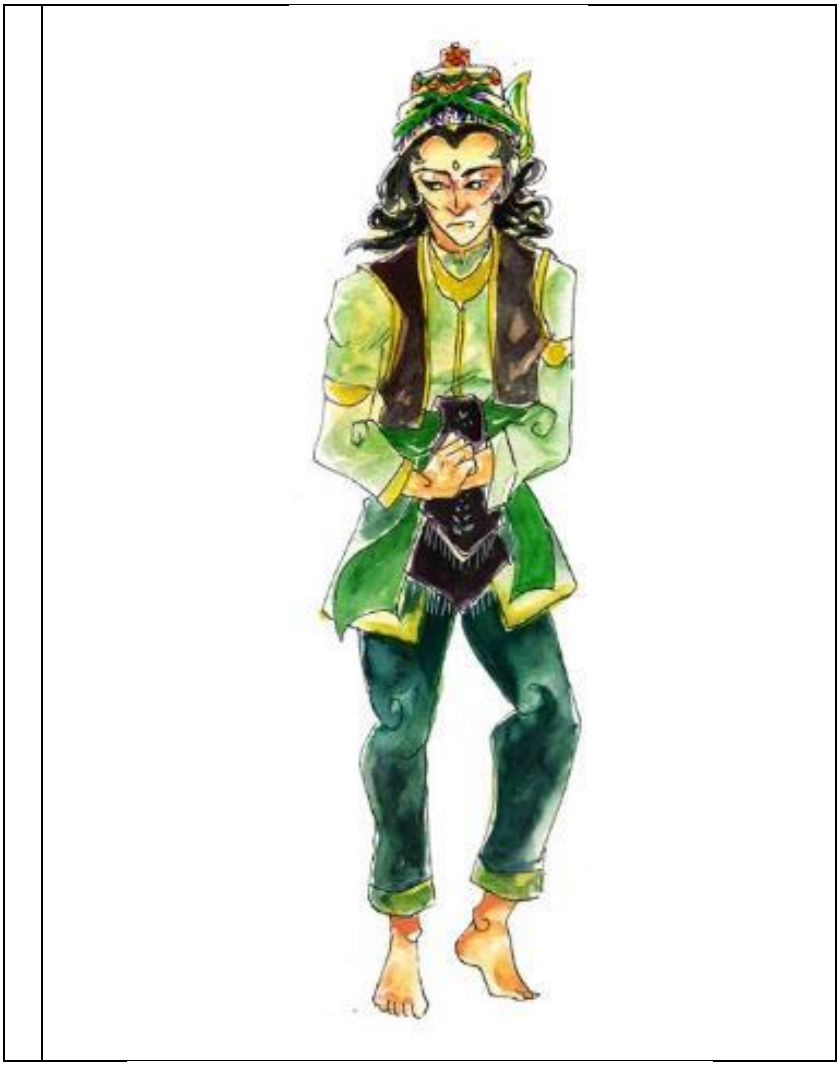


Gambar III.30. Studi Karakter Nyi Sri Pohaci
Sumber: (kiri) https://3.bp.blogspot.com/-cM7H4-DdqtU/WM-Fyi79_hI/AAAAAAAAMvM/nhuktVUfARQe1MkV5ydvvDwf7h7MSHUUQCLcB/s320/1%2B%2528www.putrasunda.com%2529.jpg (diakses pada 18 Februari 2018)
(kanan) Dokumentasi Pribadi (2018)

- Bangbang Kusiang

Saudara dari Nyi Pohaci yang menyanyangi adiknya. Akan tetapi, rasa sayang itu dimanfaatkan oleh penjahat dan menjerumuskannya pada prilaku yang tidak baik. Akibatnya dirinya harus berpisah dengan Nyi Pohaci. Bangbang Kusiang mengisahkan sebuah kejanggalan dan hal unik mengenai bagaimana kosmologi Sunda mengembangkan sifat transenden pada setiap tokoh mitologinya.

Menggunakan pakem wayang mahkota ponggawa-buta. Menurut pakem ini dalam Suryana (2002), sifat dan peran dari Bangbang kusiang dapat dimasukan ke dalam kategori ponggawa yang memiliki sifat mengabdi pada seseorang dan buta yang memiliki kesifatan jelek.

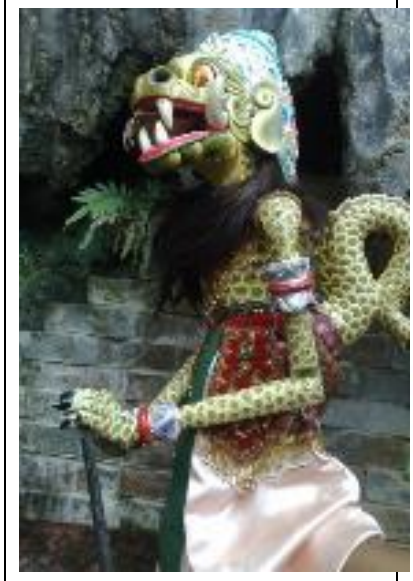


Gambar III.31. Studi Karakter Bangbang Kusiang
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

- Dewa Anta

Tokoh yang disandingkan dengan Dewa Bumi. Digambarkan berbentuk o*ray naga* atau maksudnya naga yang bentuknya mirip ular. Diceritakan dirinya bersifat melankolis dan bergerak sangat lamban. Patuh pada raja dan *hyang*. Diangkat menjadi salah satu dewa atau *hyang* setelah melaksanakan misi membawa telur ke Kahyangan. Berbeda dengan kisah antaboga dari pewayangan, Dewa Naga Anta

tidak diceritakan bagaimana asal-usulnya lahir. Kisahnya lebih ditekankan bagaimana dirinya telah membantu dewa ‘menurunkan’ berkah dan bantuan ke Bumi berupa sang Dewi Beras itu sendiri. Warna hijau, kuning dan coklat mendominasi karakter ini untuk memberikan kesan tanah atau bumi, karena sebelum diangkat menjadi dewa di Kahyangan dirinya adalah perlambang dari Dewa Bumi ditanah Pajajaran.





Gambar III.32. Studi Karakter Naga Anta
Sumber: (kiri) http://1.bp.blogspot.com/-s3md_AJ07Q/TiU-oWgRDoI/AAAAAAAAGs/4dg2PPGjM-k/s1600/baruna.jpg (diakses pada 10 Juli 2018)
(kanan) Dokumentasi Pribadi (2018)

- Panji Narada

Kurir *hyang* yang pada akirnya gagal dalam menjalankan tugas dan kabur. Pertimbangan bentuk mahkota terdapat pada kesifatannya sebagai pengabdi dari Kahyangan. Walau dewa, ia mengabdi kepada batara yang ada diatasnya dan malu jika melakukan kesalahan. Menurut pakem wayang Suryono (2002), maka dipertimbangkan menggunakan mahkota ponggawa.



Gambar III.33. Studi Karakter Narada Panji
Sumber: (kiri) http://2.bp.blogspot.com/-cSh17QaO4UM/TiVdABQGgQI/AAAAAAAAAJU/3XsXaS_jQHg/s1600/narada...jpg (diakses pada 10 Juli 2018)
(kanan) Dokumentasi Pribadi (2018)

- Aki dan Nini Oma

Pasangan batara yang tinggal di dunia bawah dan naik ke dunia manusia untuk menjaga para dewata yang tinggal di bumi. Menjaga tokoh-tokoh yang langsung diturunkan oleh dewa mau pun dewi dari Kahyangan. Keduanya dikisahkan dalam naskah Sulanjana dan konon dijadikan penghuni salah satu dari bagian kosmologi dunia atas.



Gambar III.34. Studi Karakter Aki dan Nini Oma
Sumber: (kiri) https://ecs7.tokopedia.net/img/product-1/2015/1/4/285451/285451_739a0560-9412-11e4-a644-bd602523fab8.jpg (diakses pada 10 Juli 2018)
(kanan) Dokumentasi Pribadi (2018)

- Trio Sadana

Tiga bersaudara yang merupakan turunan Adam dan Hawa yang Tuhan turunkan ke bumi untuk memenuhi kebutuhan manusia dalam hal pangan. Referensi karakter mengambil ciri khas mahkota puteri-dewi wayang golek dan untuk pria mengikuti wayang golek Domas.



Gambar III.35. Studi Karakter Trio Sadana
Sumber: (kiri) http://4.bp.blogspot.com/-WUOTPp29oHA/TiVGUAWpu5I/AAAAAAAAAHo/8FnKGYSsjIU/s1600/dorna.jpg (diakses pada 10 Juli 2018)
(kanan) Dokumentasi Pribadi (2018)

- Raden Sulanjana dan Talimenar-Talimenir

Raden Sulanana merupakan turunan Batara Guru yang memiliki kisah unik. Pembentukannya berasal dari bentuk taubat Batara Guru atas kesalahannya. Walau pun begitu, dirinya tetap memiliki eksistensi suci dan memiiliki tugas untuk menjaga Nyi Pohaci dan beras yang dihasilkannya. Dikanan dan kirinya

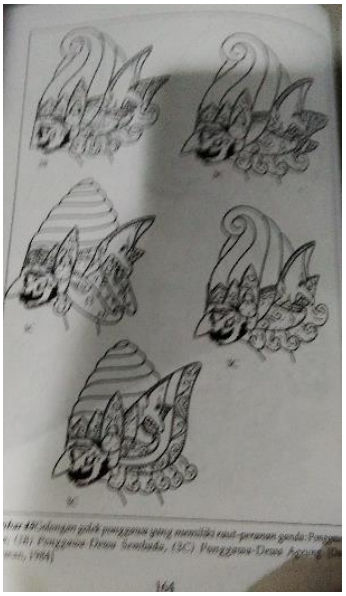
digambarkan siluet wanita untuk memberi perlambang bahwa dirinya memiliki saudari. Pada tafsir naskah Sulanjana ini, saudari dari Raden Sulanjana tidak diceritakan secara detail, hanya disebutkan namanya saja.



Gambar III.36. Studi Karakter Raden Sulanjana
Sumber: (kiri) http://4.bp.blogspot.com/-8EifSTGWnmA/TiVb1ljFMkI/AAAAAAAAAJI/wyr8rJlYss0/s1600/maktal.jpg (diakses pada 10 Juli 2018)
(kanan) Dokumentasi Pribadi (2018)

- Jaka Sabeulah

Kisah makhluk tidak sempurna yang mencari arti kesempurnaan. Kisahnya menjadi nilai pelajaran hidup bagi masyarakat Sunda. Saat dirinya menjadi sempurna dirinya diberi gelar *hyang*. Warna badannya dijelaskan sebelah berbeda dan hanya memiliki tangan dan kaki sebelah. Menggunakan bantuan pakem wayang dari Suryana (2002), kesifatan dari Jaka Sabeulah masuk ke dalam sifat karakter ponggawa-dewa. Maka bentuk baju dan mahkota menggunakan refrensi dari jenis mahkota karakter ponggawa-dewa. Karakter ini dijelaskan memiliki 2 warna kulit yakni hitam dan kuning dengan satu kaki, tangan, mata dan lubang hidung. Dirinya menjadi sempurna setelah melewati berbagai rintangan dan diangkat menjadi salah satu *hyang*.







Gambar III.37. Studi Karakter Jaka Sabeulah
Sumber: (kiri) Kajian Estetika Wayang Golek (2002)
(kanan) Dokumentasi Pribadi (2018)

- Dewi Sukraba

Kisah salah satu bidadari yang memiliki hubungan khusus dengan Majapahit. Bukti adanya hubungan antara kerajaan Sunda Pajajaran dan Majapahit. Bidadari ini memiliki tiga anak dari hubungannya dengan Raja Majapahit, yang dibekali ajimat sakti.



Gambar III.38. Studi Karakter Dewi Sukraba
Sumber: (kiri) http://3.bp.blogspot.com/-WmEX6w4Sbo0/TiVbdoZ4ZJI/AAAAAAAAAJE/HO_-LjiBleA/s1600/laksmini.jpg (diakses pada 10 Juli 2018)
(kanan) Dokumentasi Pribadi (2018)

- Dewi Asri dan Wiru Mananggay

Dewi Asri adalah istri dari Mundinglaya di Kusumah. Dirinya dianggap menjadi sakti dari suaminya. Wiru Mananggay adalah seorang dewi dengan sakti menghidupkan orang dan memberi kekuatan. Wiru Mananggay adalah nenek dari Mundinglaya di Kusumah.







Gambar III.39. Studi Karakter Dewi Asri dan Wiru Mananggay
Sumber: (kiri) http://1.bp.blogspot.com/-qsAWh3iv9IU/TiVii2E3r7I/AAAAAAAAAJw/jvvGQXLTFlo/s1600/pergiwa+pergiwati.jpg (diakses pada 10 Juli 2018)
(kanan) Dokumentasi Pribadi (2018)

- Mundinglaya di Kusumah

Karakter satria yang memiliki kekuatan dewata. Dirinya dapat pergi ke dunia atas bahkan mengalahkan sang Guriang Tujuh yang setara dengan Guriag Tunggal. Kisah hidupnya menjadi pelajaran bagi pemuda Sunda untuk hidup dengan baik, mengendalikan nafsu dan bijak dalam mengambil keputusan. Dirinya jugalah yang dapat membawa Salaka Domas, sebuah pusaka yang menjadi lambang penyelamat umat manusia di bumi. Senjata andalannya adalah Kujang tonggong Pajajaran dari ayahnya.



Gambar III.40. Studi Karakter Mundinglaya di Kusumah
Sumber: (kiri) http://3.bp.blogspot.com/-Udr37smfLGA/TiVlQmeeuTI/AAAAAAAAAKM/wCQkrpUGWk4/s1600/sencamuka.jpg (diakses pada 10 Juli 2018)
(kanan) Dokumentasi Pribadi (2018)

- Kalapetong

Perlambangan nafsu dan apa-apa yang menjadi sumber permasalahan di dunia. Seorang raksasa yang harus dikalahkan oleh mundinglaya. Tugas dari Kalapetong adalah menjaga dan menilai kemampuan seseorang yang hendak pergi ke dunia atas.



Gambar III.41. Studi Karakter Kalapetong
Sumber: (kiri) https://s1.bukalapak.com/img/1991034832/w-1000/Wayang_Golek_Cakil_Purna.jpg (diakses pada 10 Juli 2018)
(kanan) Dokumentasi Pribadi (2018)

- Kidang Pananjung dan Gelap Nyawang

Dua patih yang diutus untuk menemani perjalanan Mudinglaya. Saran dan nasihatnya bijak juga pengetahuannya luas. Kidang Pananjung merupakan perlambangan dari hewan dunia atas yakni rusa / kijang, sedangkan Gelap Nyawang perlambang cahaya dari dunia atas. Keduanya disebutkan sebagai perlambang,

sehingga penggambaran karakter dipertimbangkan menyesuaikan dengan fungsi dan peran keberadaan tokoh mitologi ini dalam cerita pantun yang bersangkutan.



Gambar III.42. Studi Karakter Kidang Pananjung dan Gelap Nyawang
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

- Guriang Tujuh

Pecahan Sanghyang yang bertugas menjaga ‘Salaka Domas’. Makhluk yang dapat menyatu dengan dirinya niscaya makhluk tersebut adalah manusia sempurna dan setara dengan tingkat dewata. Makhluk tersebut layak memiliki kekuasaan tertinggi dan kekuatan untuk menyelamatkan umat. Menggunakan pakem wayang dari kajian Suryana (2002), karakter ini menggunakan sifat buta-dewa dan sedikit mengambil referensi dari Batara Kala. Hal ini karena entitas karakter ini dipercaya sebagai pecahan dari Sanghyang tunggal yang setara dengan entitas dari Batara Kala. Adanya visual 7 tangan adalah hasil interpretasi dari pernyataan yang menyebutkan bahwa karakter ini adalah peleburan dari 7 aspek batara ke dalam satu karakter yang setara dengan keberadaan Guriang Tunggal. Tidak ada penjelasan

khusus mengenai bagaimana penggambaran sebenarnya dan gambaran detail dari pertarungan antara Guriang Tujuh dengan Mundinglaya di Kusumah. Yang tercantum dalam ceritanya adalah bagaimana Guriang Tujuh berhasil membunuh Mundinglaya dengan salah satu pedang senjatanya dan bagaimana Mundinglaya dapat mengalahkannya setelah dihidupkan kembali.



Gambar III.43. Studi Karakter Guriang Tujuh
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

- Rangga Wayang

Tiga tokoh utama dari naskah pantun Nyai Sumur Bandung. Ketiganya merupakan perlambang dari dunia atas yang ada di bumi. Dianggap sebagai manusia dewata karena sakti yang dimilikinya dan mereka dapat berhubungan dengan dunia atas secara langsung. Rangga wayang adalah sulung, wajahnya diceritakan buruk rupa namun menyayangi adikya.





Gambar III.44. Studi Karakter Rangga Wayang
Sumber: (kiri) http://4.bp.blogspot.com/-8EifSTGWnmA/TiVb1ljFMkI/AAAAAAAAAJI/wyr8rJlYss0/s1600/maktal.jpg (diakses pada 10 Juli 2018)
(kanan) Dokumentasi Pribadi (2018)

- Langensari

Kebalikan dari Rangga Wayang, Langensari adalah karakter yang tampan, berani dan memiliki sakti betapa di laut. Langensari dalam satu versi cerita diceritakan dengan porsi yang lebih banyak dan cenderung lebih dekat dengan Sumur Bandung. Anak kedua ini digambarkan bertolak belakang dengan Rangga Wayang dimaknai sebagai bentuk filsafat Tritanggu Sunda. Dari 2 oposisi biner lahirlah sebuah harmoni. Keberadaan Nyi Sumur Bandung tidak akan menjadi bentuk harmoni tanpa kakak-kakaknya, begitu pula sebaliknya.





Gambar III.45. Studi Karakter Langensari
Sumber: (kiri) http://4.bp.blogspot.com/-34OZaZMnuvw/TiU9LSYYP6I/AAAAAAAAAGk/uoCqK7-rHVE/s1600/arjuna.jpg (diakses pada 10 Juli 2018)
(kanan) Dokumentasi Pribadi (2018)

- Nyi Sumur Bandung

Kedua kakak laki-lakinya dianggap sebagai lambang dua antagonistik yang terlahir untuk melindungi pusat kekuatan anatagonistik yakni Nyai Sumur Bandung. Sumur Bandung adalah karakter yang dititipi berbagai pusaka dan ajian sakti yang dapat digunakan untuk membangun kerajaan dan menyelamatkan umat. Kisah Nyai Sumur Bandung memiliki berbagai jumlah yang mewakilkan dunia atas di bumi. Nyai Sumur Bandung memiliki berbagai kekuatan seperti mengecilkan benda

bahkan negara, terbang, masuk dunia atas atau Kahyangan, berbincang langsung dengan *hyang* dan dapat berubah wujud.



Gambar III.46. Studi Karakter Nyai Sumur Bandung
Sumber: (kiri) http://2.bp.blogspot.com/-W4RiVSeXJc0/TiVmWcGT_VI/AAAAAAAAAKY/c7wWkl2-jQg/s1600/srikandi.jpg (diakses pada 10 Juli 2018)
(kanan) Dokumentasi Pribadi (2018)

- Studi *Background* dan Ornamen

Untuk *background* atau latar belakang, ornamen yang digunakan menerapkan liuk dan bentuk ragam pola batik. Penerapan warnanya juga dilakukan untuk memberikan kesan *mood* tertentu. Pola batik juga diselipkan sebagai hiasan pada baju beberapa tokoh.



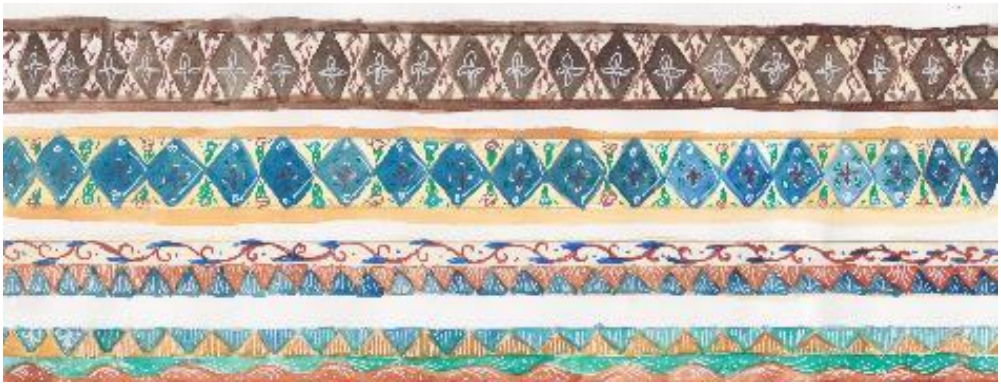
Gambar III.47. Batik Keraton Priangan
Sumber: Batik Garutan Koleksi Hartono Sumarsono (2016)



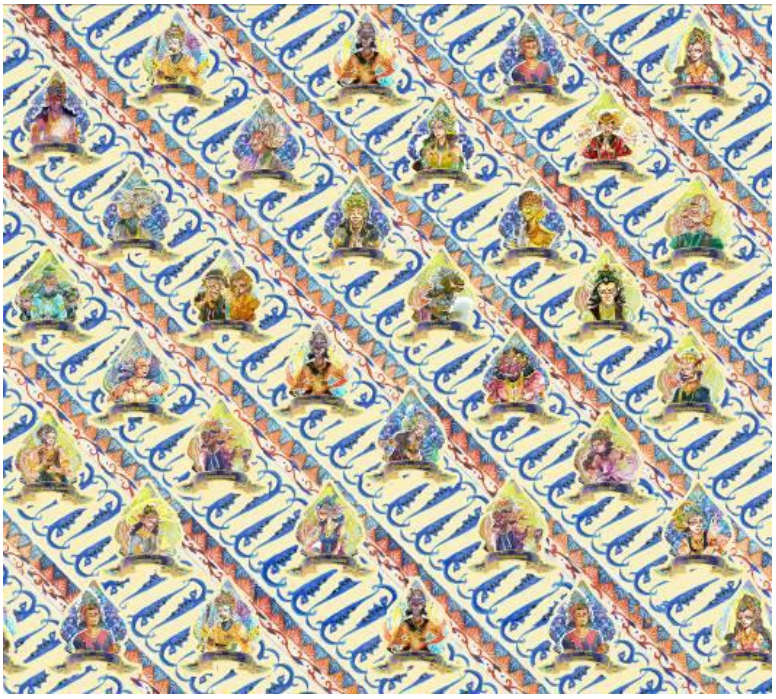
Gambar III.48. Batik Mojang Priangan
Sumber: The Dancing Peacock (2010)



Gambar III.49. Studi *Background* penerapan batik keraton
Sumber: Dokumen pribadi (2018)



Gambar III.50. Studi ornamen penerapan pola batik priangan
Sumber: Dokumen pribadi (2018)



Gambar III.51. Studi ornamen adaptasi dari pola batik priangan
Sumber: Dokumen pribadi (2018)



Gambar III.52. Studi objek berdasarkan pada batik dan senjata tradisional Sunda
Sumber: Dokumen pribadi (2018)