BAB III. STRATEGI PERANCANGAN DAN KONSEP DESAIN

III.1 Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran dibutuhkan sebagai penentuan strategi perancangan. McQuail serta Windhal (seperti dikutip Suherman, 2017) mengatakan bahwa khalayak sasaran adalah orang-orang yang dijadikan penerima pesan dalam berkomunikasi agar menghasilkan reaksi dari usaha terkait (h.39). Khalayak sasaran berguna dalam menentukan kepada siapa hasil dari perancangan ini diberikan. Salah satu cara menetapkan khalayak sasaran yaitu dengan segmentasi pasar.

Segmentasi pasar berguna dalam menetapkan sasaran yang tepat sehingga penyampaian pesan lebih optimal. Ada tiga macam variabel segmentasi pasar diantaranya adalah demografis, geografis, dan psikografis. Demografis adalah segmentasi yang menggunakan batasan seperti umur, status, pekerjaan, agama, pendidikan, dan jenis kelamin. Geografis adalah segmentasi yang menggunakan batasan wilayah seperti kota, negara, atau apapun yang merupakan wilayah. Psikografis adalah segmentasi yang mengatur batasan seperti kepribadian dan gaya hidup. Berikut adalah segmentasi yang ditentukan dalam perancangan ini:

III.1.1 Demografis

Usia yang menjadi target audiens yang dipilih adalah remaja usia 13-17 tahun. Pada usia 13-17 tahun masyarakat cenderung merupakan pelajar sekitar kelas 8 SMP hingga kelas 12 SMA. Usia ini dipilih dengan alasan pada usia ini adalah masa formal operasional, yaitu masa dimana seorang anak dapat mudah menyerap hal baru yang ditemui kemudian mencoba hal-hal tersebut, sehingga memiliki pengaruh yang besar terhadap perkembangan sikap anak (Kusumasari, 2015, h.32). Target meliputi remaja laki-laki dan perempuan. Secara umum target audiens yang dipilih termasuk kalangan ekonomi kelas menengah.

Usia	:	13-17 Tahun
Jenis Kelamin	:	Laki-laki dan Perempuan
Pendidikan	:	SMP dan SMA
Kelas Sosial	:	Menengah atas

III.1.2 Geografis

Segmentasi geografis yang dipilih adalah masyarakat daerah urban dan sub-urban di Indonesia, terutama kota Bandung, Jawa Barat. Bandung sebagai wilayah segmentasi karena sebagai ibukota provinsi Jawa Barat. Audiens efektif yang dipilih adalah masyarakat suku Sunda karena kisah Sri Baduga Maharaja merupakan sejarah dari wilayah Sunda. Wilayah urban dan sub-urban dipilih karena memiliki akses penyebaran informasi dan distribusi yang mudah.

III.1.3 Psikografis

Psikografis adalah segmentasi terhadap sikap dan perilaku masyarakat. Psikografis digunakan untuk penggambaran perilaku konsumen pada aktivitasnya. Perilaku remaja cendeerung mengikuti apa yang ingin dilakukan bukan apa yang benar dan salah. Pola perilaku remaja cenderung perbuatan meniru dari apa yang biasa dilihatnya. Hal ini terjadi berkaitan dengan ego. Menurut Santrock (2003) "remaja adalah masa dimana seseorang diharapkan mampu untuk menemukan siapa diri mereka, dan kemana mereka akan menuju dalam hidupnya melalui suatu proses eksplorasi" (h.49). Maka dari itu, psikografis remaja cocok dipilih karena dengan menyajikan kisah Sri Baduga Maharaja kepada remaja dapat membantu dengan inspirasi dalam membangun pribadi.

Gaya hidup khalayak sasaran dari usia yang telah ditentukan juga berpengaruh terhadap perancangan media informasi ini. Salah satu gaya hidup remaja saat ini adalah aktivitas menonton. Baik media konvensional maupun media kontemporer banyak aktivitas melihat tayangan-tayangan berupa video. Aktivitas berkunjung ke bioskop, melihat konten Youtube dan Instagram, dan menonton televisi menjadi contoh bahwa aktivitas menonton sering dilakukan.

III.1.4 *Consumer Insight*

Consumer insight digunakan untuk membentuk keterkaitan antara rancangan dengan khalayak sasaran. Amalia (seperti dikutip Faathurrahman, 2017) *consumer insight* merupakan proses pencarian secara menyeluruh terhadap latar belakang, pikiran, dan perilaku konsumen yang berkaitan dengan produk dan pesan iklan yang dibawa (h.42). Berdasarkan hasil survei mengenai kisah Sri Baduga Maharaja, ditemukan bahwa Remaja menganggap Sri Baduga Maharaja sebagai sosok raja yang gagah, kuat, berwibawa, dan berani.

III.1.5 *Consumer Journey*

Consumer Journey secara singkat adalah perjalanan pengalaman konsumen dalam proses interaksi langsung dan tidak langsung dengan sebuah desain. *Consumer Journey* yang dilakukan pada khalayak sasaran dicari berdasarkan saat dimana target audiens mendapatkan reaksi dan informasi dari media-media yang ada. Berikut adalah perjalanan target audiens dalam satu hari secara umum:

Tabel III.1 *Consumer Journey* Khalayak Sasaran
Sumber : Dokumen Pribadi

Tempat	Waktu	Kegiatan	*Point of Contact*
Rumah	05:00 s/d 06:30	Bangun Pagi Mandi Ibadah Sarapan	Bantal, kasur, dinding, guling, alat mandi, pintu, handuk, alat makan, televisi.
Jalan	06:30 s/d 07:00	Berangkat sekolah	Tas, pakaian, kendaraan umum, kendaraan pribadi, lampu lalu lintas, rambu, *billboard*, gapura

Tabel III.1 *Consumer Journey* Khalayak Sasaran
Sumber : Dokumen Pribadi

Sekolah Kelas Kantin	07:00 s/d 15:00	Belajar Istirahat Makan Ibadah	Buku, meja makan, dinding, kursi, bangku, alat ibadah, sepatu, kaus kaki, pagar, tiang, gedung sekolah, taman, lorong, mading, papan tulis,
Jalan, Taman, Area Komersil, Tempat hiburan	15:00 s/d 17:00	Main	Gawai, meja, bangku, papan, Poster, *flyer*, bendera hias, *display*, *x-banner*, *paper bag*
Rumah Kamar	17:00 s/d 22:00	Pulang Makan malam Belajar Bermalas-malasan	Pintu, gembok, sendok, garpu, piring, buku, penanda buku, televisi, *Case* hp, laptop, gawai, cermin, sisir, ranjang

III.2 Strategi Perancangan

Strategi perancangan adalah suatu cara yang dibutuhkan dalam proses pendekatan kepada konsumen dengan menggunakan ide. Dalam strategi perancangan terdapat hal-hal yang diperlukan untuk menetapkan tujuan agar tindakan yang dilakukan dapat sesuai dan efektif. Cara berkomunikasi dalam menyampaikan pesan masuk

ke dalam strategi perancangan, termasuk penentuan konsep dan ide. Berikut adalah hal yang digunakan dalam strategi perancangan.

III.2.1 Tujuan Komunikasi

Dalam strategi perancangan dibutuhkan tujuan untuk berkomunikasi. Diadakannya tujuan komunikasi adalah agar penyampaian pesan menjadi mudah dan efektif. Liliweri (seperti dikutip Putranto, 2017) mengatakan bahwa komunikasi sebagai pemindahan pesan dari sumber ke penerima agar bisa dimengerti (h.27). Ini berarti tujuan komunikasi harus ampuh diberikan kepada khalayak sasaran agar pesan yang diberikan dipahami. Dalam perancangan kisah Sri Baduga Maharaja, tujuan komunikasi yang dilakukan adalah menginformasi. Tujuan komunikasi ini diantaranya adalah menginformasi bahwa ada kisah sejarah Sunda yang dapat diketahui, menunjukkan ada tokoh sosok ideal rakyat Sunda yang dapat dijadikan inspirasi, dan memberikan nilai-nilai kebaikan yang ada pada tokoh Sri Baduga Maharaja.

III.2.2 Pendekatan Komunikasi

Untuk mampu masuk ke dalam khalayak sasaran yang sudah ditentukan, maka perlu ada sebuah upaya pendekatan yang dilakukan. Pendekatan komunikasi bisa dilakukan melalui pendekatan verbal dan pendekatan visual. Secara umum pendekatan komunikasi yang dilakukan menggunakan komunikasi informatif dengan suasana sejarah. Baik pendekatan verbal maupun visual, keduanya harus memiliki komunikasi yang baik, efektif dan juga informatif sehingga dapat diterima oleh target audiens.

- **Pendekatan Komunikasi Verbal**

  Untuk memudahkan khalayak dalam memahami pesan yang akan disampaikan. Maka penggunaan bahasa yang digunakan adalah bahasa Indonesia yang tidak baku sebanyak 90% dan bahasa Sunda sebanyak 10% serta menggunakan penyampaian yang lugas. Bahasa yang tidak baku dipilih karena cenderung lebih luwes dan lebih mudah dipahami oleh target

audiens dan penggunaan bahasa Sunda untuk memasukkan istilah-istilah Sunda yang tidak ada dalam bahasa Indonesia. Penggunaan bahasa yang tidak baku juga memudahkan remaja untuk menerima pesan yang disampaikan. Penggunaan bahasa sunda juga dapat digunakan dalam Judul, *Tagline,* maupun nama. Cara penyampaian pesan yang digunakan adalah cara yang serius

Dari pendekatan komunikasi verbal yang telah ditentukan, maka ditentukan judul dari hasil perancangan ini adalah "SILIH WANGI". Judul ini diambil dari tokoh utama dalam media yang akan dibuat yaitu Sri Baduga Maharaja. Silih Wangi yang merupakan asal kata dari Siliwangi adalah gelar yang diberikan kepada Sri Baduga Maharaja karena sikap, sifat, dan kepemimpinannya dalam membangun pajajaran. *Tagline* yang digunakan untuk menyokong judul yang telah diberikan adalah "Sri Baduga Maharaja". *Tagline* ini dipilih agar membantu khalayak sasaran dalam mengetahui judul yang ada secara garis besar.

- **Pendekatan Komunikasi Visual**

  Pendekatan visual digunakan untuk membangun ketertarikan khalayak sasaran. Ketertarikan kepada visual dapat menambah minat khalayak untuk mencari tahu dan memahami pesan yang dibawakan. Pada perancangan kisah Sri Baduga Maharaja, pendekatan visual yang dilakukan yaitu menggunakan pendekatan informatif. Penggunaan warna, ilustrasi serta elemen-elemen yang ada harus menginformasikan sesuatu yang berhubungan dengan kisah sejarah Sri Baduga Maharaja. Aset-aset gambar dengan teknik gambar dua dimensi.

  Berdasarkan pendekatan visual yang telah ditentukan, penggunaan warna yang digunakan adalah warna dominasi coklat kertas tua. Jenis ilustrasi yang digunakan menggunakan gaya khas Indonesia seperti batik yang

dicampur dengan proporsi non realistik. Bentuk-bentuk rupa yang akan dibuat mengacu pada penggambaran batik-batik Sunda.

- **Pendekatan Audio**

  Penggunaan audio dibutuhkan dalam perancangan ini, Audio yang digunakan dapat berguna menumbuhkan rasa tertarik target audiens selama penyampaian pesan. Penggunaan audio dilakukan dengan cara menambahkan pengisi suara sebagai narator dan *background music* serta *sound effect* sebagai penguat nuansa. Nuansa audio yang digunakan pada *background music* adalah orkestra instrumental dan orkestra nuansa Sunda.

III.2.3 *Mandatory*

Mandatory ada dalam sebuah perancangan sebagai pihak yang berkaitan didalamnya. Perancangan kisah Sri Baduga Maharaja melibatkan pihak yang membantu sebagai pemegang hak distribusi, sponsor, dan data. Berikut adalah lembaga-lemaga yang menaungi perancangan media informasi kisah Sri Baduga Maharaja:

- **Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Jawa Barat**

Gambar III.1 Logo DISBUDPAR Jawa Barat
Sumber :
https://drive.google.com/file/d/0B2yskJ3n0AlXbjc5WjkyTkxWSFE/view
(diakses 29/05/2018)

Disbudpar Jawa Barat adalah dinas pemerintahan yang mengatur di bidang budaya dan pariwisata Jawa Barat. Disbudpar Jawa Barat bekerja untuk pengenalan, pemasaran, dan pengembangan karya produk lokal. Karya budaya dan pariwisata Jawa Barat disebarkan secara nasional dan internasional, terlebih lagi kepada masyarakat Jawa Barat.

Disbudpar Jawa Barat dalam perancangan media informasi kisah Sri Baduga Maharaja berdiri sebagai lembaga yang memberi dana serta yang berupaya menampilkan tayangan video animasi *motion graphic* kisah Sri Baduga Maharaja kepada target audiens.

III.2.4 Materi Pesan

Pada perancangan media informasi kisah Sri Baduga Maharaja, terdapat beberapa materi pesan yang harus disampaikan. Pesan yang akan dibawa dalam media informasi kisah Sri Baduga Maharaja memiliki beberapa poin diantaranya adalah:

- Bahwa ada sosok ideal pemimpin asal Sunda yang menjadi sejarah.
- Bahwa Sri Baduga Maharaja merupakan tokoh yang mempersatukan dua kerajaan di Tatar Sunda.
- Bahwa sebuah usaha keras akan memberikan hasil yang baik.
- Bahwa kemakmuran sebuah negara dapat berawal dari pembangunan.

III.2.5 Gaya Bahasa

Gaya bahasa diperlukan dalam strategi penyampaian pesan. Menurut Aminuddin (seperti dikutip Fathurrahman, 2017) berkata, gaya bahasa adalah cara untuk menerangkan ide dengan memberi pengaruh efek yang ingin disampaikan sesuai tujuan (h.46). Maka dari itu gaya bahasa dapat membangun suasana kepada target audiens yang mengetahuinya.

Gaya bahasa yang digunakan adalah majas. Gaya majas digunakan pada komunikasi visual. Penggunaan majas pada visual berguna untuk mengantarkan

imajinasi dan fantasi yang berbeda dalam penyampaian pesan. Majas yang digunakan dalam komunikasi visual adalah majas metafora. Penggunaan metafora akan diaplikasikan hanya pada beberapa bagian yang diperlukan.

Penggunaan makna dan tanda sebagai gaya bahasa juga diberdayakan. Tanda dan makna dihadirkan baik dalam gaya bahasa verbal maupun bahasa rupa. Penggunaan makna dan tanda dapat menampilkan persepsi bagi khalayak sasaran.

III.2.6 Strategi Kreatif

Strategi kreatif merupakan salah satu langkah untuk menyampaikan pesan dengan efektif melalui pola kreatif. Strategi kreatif dapat membangun ketertarikan khalayak sasaran menjadi lebih tinggi. menurut Rahman (seperti dikutip Suherman, 2017)Strategi kreatif adalah langkah kreatif dalam efektivitas penyampaian pesan kepada target audiens (h.27). Maka, strategi kreatif sangat berguna untuk meningkatkan kreativitas dalam perancangan agar cara penyampaian pesannya dilakukan dengan cara-cara yang khas dan tidak biasa.

Pada perancangan kisah Sri Baduga Maharaja, strategi kreatif akan dimanfaatkan pada video *motion graphic* yang menginformasikan kisah Sri Baduga Maharaja. Target audiens akan menerima materi pesan informasi mengenai kisah Sri Baduga Maharaja dengan penjelasan secara naratif, singkat, padat dan menghibur melalui audio visual. Maka dari itu, dibutuhkan beberapa poin penting dalam mewujudkan strategi kreatif diantaranya *copywriting, storyline, storyboard,* dan visualisasi. Berikut adalah paparan poin-poin yang dibutuhkan dalam strategi kreatif perancangan ini:

- *Copywriting*

  Menurut Agustrijanto (seperti dikutip Putranto, 2017) *Copywriting* merupakan abstrak berbentuk kata perkata untuk membangun emosi dan membentuk imajinasi sehingga memiliki pengaruh terhadap target audiens seperti yang diinginkan pembuat teks (h.31). *Copywriting* berarti

penggunaan kata-kata kreatif selama penyampaian pesan yang dapat membangun perasaan dan imajinasi target audiens. Dalam *copywriting* terdapat beberapa elemen-elemen penting yang wajib digunakan diantaranya adalah *headline, tagline,* dan isi pesan.

Headline berguna sebagai Judul dari media informasi yang akan dibuat. Judul sangat berperan penting sebagai hal yang paling pertama dilihat dari sebuah media. Judul juga menjadi bagian dari *copywriting* agar target audiens dapat tertarik melanjutkan untuk mencari tahu dari pesan yang disampaikan. Berdasarkan kesesuaian dari strategi kreatif, judul yang telah ditentukan adalah "SILIH WANGI". Penggunaan kata Silih Wangi agar dapat membangun nuansa Sunda. Penyebutan kata Silih Wangi juga memiliki intonasi yang sama dengan nama Siliwangi karena berasal dari kata yang sama. Sehingga pada saat membaca Silih Wangi target audiens akan terpikirkan nama Siliwangi yang tidak lain adalah gelar dari Sri Baduga Maharaja.

Tagline berguna untuk membantu menyampaikan pesan yang disampaikan oleh *Headline.* Berdasarkan perkataan Nurhadi (seperti dikutip Putranto, 2017) *Tagline* adalah kalimat yang berfungsi sebagai penutup *headline* secara singkat dalam tujuan komunikasi suatu iklan (h.31). *Tagline* yang digunakan dalam membantu penyampaian pesan dari *headline* adalah "Sri Baduga Maharaja". *Tagline* ini dipilih agar membantu khalayak sasaran dalam memahami judul yang ada secara garis besar bahwa Silihwangi yang dimaksud adalah Sri Baduga Maharaja.

Selain dari *headline* dan *tagline,* juga terdapat teks yang digunakan sebagai penguat dalam menyampaikan informasi yang lebih jelas. Salah satunya adalah penambahan *bodytext* didalam video *motion* sebagai penjelasan tempat dan nama istilah yang dianggap perlu diinformasikan lebih jelas. Teks yang akan ditampilkan diantaranya adalah Kawali, Jawa, Sunda,

Galuh, Pakuan, Rancamaya, Samida, *Ngahiyangkeun*, *Pasanggiri*, Sindangkasih, Singapura, Cirebon.

- *Storyline*

  Storyline berguna sebagai acuan alur dalam mengelola sebuah kisah. Pada perancangan kisah Sri Baduga Maharaja, dari keseluruhan cerita yang diambil dari buku Sejarah Jawa Barat oleh Yoseph iskandar dirangkum kedalam 22 poin cerita. Berikut adalah *storyline* yang telah dibuat:

Tabel III.2 Alur *Storyline*
Sumber : Dokumen Pribadi

No.	Alur	Karakter	Adegan Cerita
1.	Prolog kerajaan tanah Sunda	-	Ratusan tahun yang lalu, di tanah Sunda berdiri kerajaan pertama, Tarumanagara. Seiring perjalanan kerajaan tersebut terbagi dua karena perselisihan. Pernah seorang raja menyatukan kembali kedua kerajaan Sunda. Namun setelah pemindahan kekuasaan, kerajaan kembali terpisah.
2.	Intro karakter Sri Baduga Maharaja	- Sri Baduga kecil	Bertahun-tahun kemudian seorang anak laki-laki lahir dan memiliki takdir untuk menyatukan kembali dua kerajaan ini, Ialah Sri Baduga Maharaja.Sri Baduga Maharaja lahir di Kawali kerajaan Galuh.

			Ia adalah anak dari Dewa Niskala.
3.	Hubungan Sri Baduga Maharaja	- Sri Baduga kecil - Prabu Niskala Wastu Kencana	Sri Baduga diberikan nama oleh ayahnya Jayadewata, dan diberikan oleh kakeknya Pamanahrasa. Ia lahir dan dibesarkan oleh kakeknya. Akhirnya Pamanahrasa memiliki sifat yang sama dengan kakeknya karena banyak belajar darinya.
4.	Langkah awal keluar dari zona nyaman untuk berkelana	- Sri Baduga remaja	Pamanahrasa tumbuh besar dikawali hingga remaja. Setelah Ia remaja pamanahrasa memiliki keinginan untuk mengembara keluar seperti yang dilakukan oleh kakeknya di masa lalu. Ia tidak ingin terbuai oleh kemewahan keraton tempat tinggalnya saat itu. Alhasil, Pamanahrasa mulai pergi mengembara ke arah utara kawali dan melakukan perjalanan seorang diri kesana
5.	Tempat singgah pertama selama berkelana	- Sri Baduga remaja - Ki Gendeng Sindangkasih	Suatu hari dari perjalanannya mengembara ke utara, Ia menemukan pamannya yang bernama Ki Gendeng Sindangkasih. Pamanahrasa

			meminta izin kepadanya untuk hidup disana beberapa waktu sambil belajar dan berlatih mengasah keahliannya.
6.	Perjodohan pertama	- Sri Baduga remaja - Ambetkasih	Pamanahrasa hidup di Sindangkasih, ia berteman dengan putri pamannya yaitu Ambetkasih. Pamanahrasa dan Ambetkasih kemudian memiliki kecocokan yang dekat. Pada akhirnya, Ki Gedeng Sindangkasih menjodohkan Ambetkasih dengan Pamanahrasa.
7.	Kembali berkelana	- Sri Baduga Maharaja	Beberapa lama kemudian, suatu hari Pamanahrasa ingin melanjutkan pengembaraannya untuk mencari pengalaman yang lebih banyak.
8.	Penyamaran	- Sri Baduga Maharaja	Pamanahrasa melakukan penyamaran agar tidak mudah dikenali. Ia terus berjalan keutara sampai ke kerajaan Singapura di Cirebon. Disana sedang diadakan sayembara Pasanggiri atas nama raja Singapura untuk menjodohkan putrinya.
9.	Sayembara Pasanggiri	- Sri Baduga Maharaja	Pamanahrasa mencoba mengikuti sayembara

		- Amuk Murugul	Pasanggiri. Ia terus berhasil hingga ke babak akhir. Di babak akhir ia bersaing dengan Amuk murugul dengan sengit.
10.	Sang Pemenang	- Sri Baduga Maharaja - Subanglarang	Pamanahrasa memenangkan sayembara. Ia akhirnya dijodohkan dengan Subanglarang sebagai pencapaiannya. Ia juga ikut tinggal di kerajaan Singapura bersama Subanglarang. Keturunan dari mereka berdua adalah Walangsungsang, Rara Santang, dan Rajasangara
11.	Bertemu kerajaan seberang	- Sri Baduga Maharaja - Prabu Susuktunggal	Pamanahrasa diundang ke kerajaan Sunda setelah tahu bahwa Ia adalah pangeran Galuh. Pamanahrasa disambut oleh Prabu Susuktunggal raja dari kerajaan Sunda.
12.	Perjodohan Pemersatu	- Sri Baduga Maharaja - Prabu Susuktunggal - Kentring Manik	Prabu Susuktunggal menjodohkan Pamanahrasa dengan Kentring Manik. Keturunannya bernama Surawisesa sebagai anak tunggal.
13.	Penobatan menjadi Raja	- Sri Baduga Maharaja - Prabu Susuktunggal	Prabu Susuktunggal memberi takhta kerajaan kepada Pamanahrasa yang kemudian diberi nama gelar Sri Baduga

			Maharaja dan atas kepemimpinannya menyatukan Galuh dan Sunda. Kemudian memberikan nama Pajajaran sebagai kerajaanya.
14.	Pemindahan Ibukota Galuh	- Sri Baduga Maharaja	Sri Baduga Maharaja memindahkan kawali ibukota Galuh menjadi satu di Pakuan.
15.	Masa Memimpin	- Sri Baduga Maharaja	Kepemimpinan Sri Baduga Maharaja oleh rakyatnya sangat dihormati. Ia menyejahterakan rakyatnya dengan membuat peraturan-peraturan yang adil dan membuat pembangunan yang cukup banyak tertulis dalam prasasti. Ia membangun benteng parit, membuat tempat suci, memperbaiki jalan, membangun hutan buatan, dan membuat telaga untuk penyuburan. Itu semua merupakan hasil dalam memimpin pajajaran.
16.	Kesedihan Pertama	- Sri Baduga Maharaja - Anak-anak Sri Baduga Maharaja	Subanglarang jatuh sakit. Seluruh keluarga Sri Baduga bersedih. Subanglarang wafat. Anak dari Subanglarang dan anak dari Kentring manik

			berselisih. Anak dari Subanglarang dikucilkan. Mereka meminta izin Sri Baduga untuk kembali ke Cirebon. Diizinkannya mereka tetapi hanya satu yang tinggal agar tetap ada keturunan Subanglarang di Pakuan.
17.	Suksesnya Anak Pertama	- Sri Baduga Maharaja	Sri Baduga mendapat kabar bahwa anaknya berhasil menjadi raja di cirebon. Sri Baduga merasa bangga. Beliau mengirimkan pasukannya untuk merayakan keberhasilan anaknya
18.	Pemicu		Di Cirebon, seorang raja baru di angkat tanpa sepengetahuan Sri Baduga Maharaja
19.	Peredam	- Sri Baduga Maharaja - Ki Purwagasih	Sri Baduga Maharaja. Penasehat kerajaan memperingati Sri Baduga. Beliau luluh, dan memutuskan melepas kekuasaan Cirebon.
20.	Wafatnya Sri Baduga		Sri Baduga Maharaja wafat, beliau dimakamkan di rancamaya.
21.	Perselisihan Anak-anak Sri Baduga		Setelah wafatnya Sri Baduga Maharaja, dua kerajaan mulai berselisih hingga berperang.

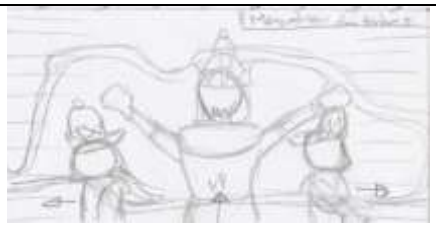
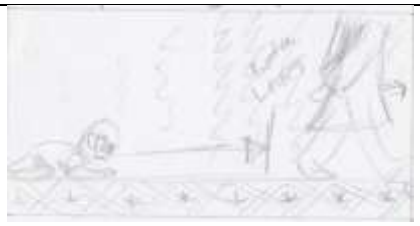
22.	Mengenang Sri Baduga		Kedua kerajaan berdamai, Sri Baduga sebagai inti perdamaian. Mengenang Sri Baduga, dibuatkan prasasti Batutulis

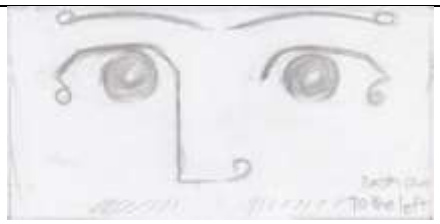
- *Storyboard*

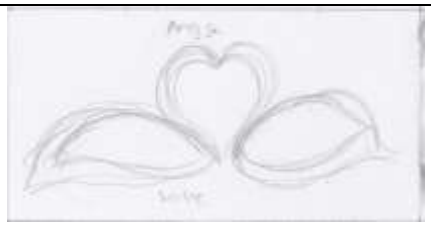
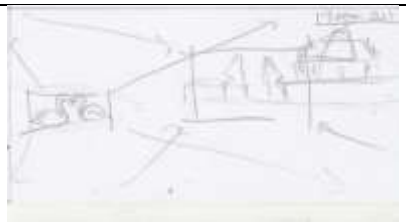
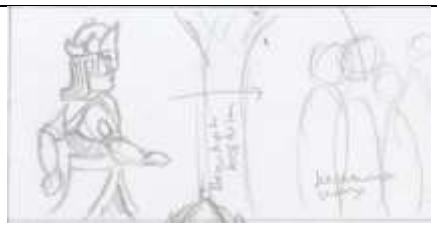
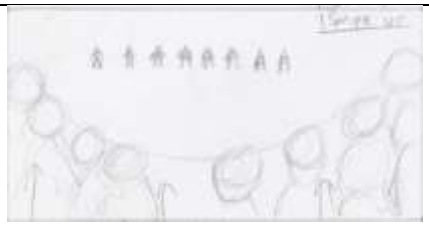
  Storyboard merupakan langkah lanjut yang dibuat setelah adanya *storyline*. *Storyboard* ini merupakan sketsa kasar visualisasi dan tata letak yang akan berguna sebagai acuan dalam membuat media utama. Penjelasan dalam *storyboard* dibuat untuk mengatur grafis, huruf, suara, dan tata letaknya. Berikut adalah *storyboard* yang digunakan:

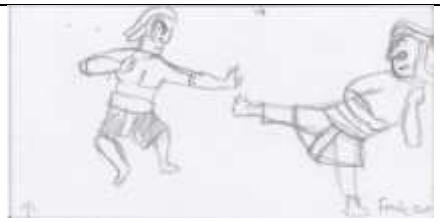
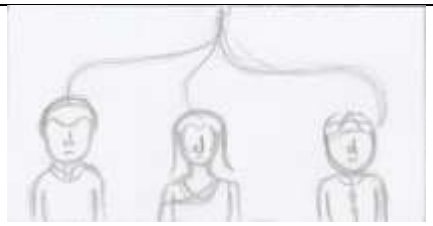
Tabel III.3 *Storyboard*
Sumber : Dokumen Pribadi

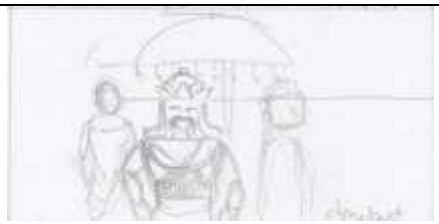
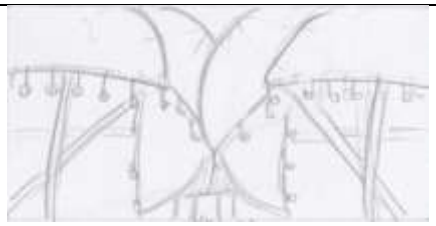
No.	Gambar	Keterangan
1.		Opening Bumi Zoom in Narasi prolog
2.		Transisi menuju ke Nusantara, Zoom in menuju Jawa Barat.
3.		Penyebaran Kekuasaan Tarumanagara, kemudian kerajaan terpisah menjadi dua bagian.

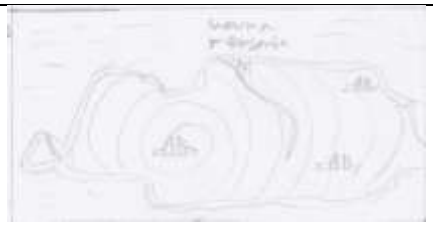
4.		Muncul Raja yang pernah menyatukan kedua kerajaan. Kemudian muncul dua orang anak dari raja terebut sebagai pemisah kerajaan.
5.		Lahir seorang bayi, Ia dikelilingi awan karena merupakan sebuah karunia bagi wilayah Sunda.
6.		Muncul ayah dan ibu dari anak tersebut yang merupakan dari keturunan kerajaan.
7.		Kehidupan anak tersebut dari bayi yang mengikuti kakeknya.
8.		Anak tersebut tumbuh hingga remaja dan mengikuti asuhan kakeknya.
9.		Anak tersebut hidup dikerajaan dengan berbagai kemewahannya.
10.		Transisi

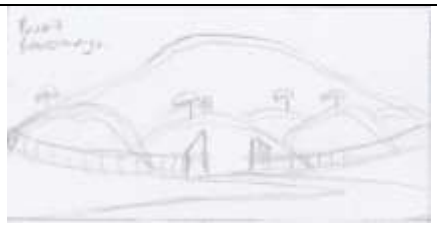
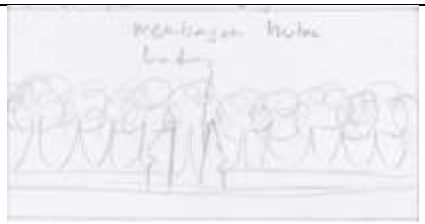
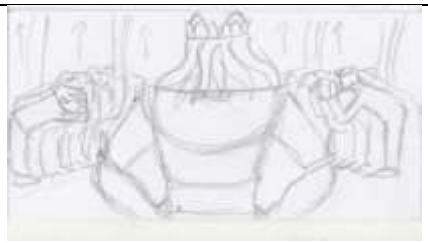
11.		Ia tidak ingin dibuai oleh kemewahan kerajaan. Akhirnya memutuskan untuk pergi mengembara ke Utara
12.		Tampil panorama gunung-gunung sebagai tanda mulainya pengembaraan.
13.		Pohon-pohon bergeser efek panning. Ia terus melanjutkan pengembaraannya
14.		Ia bertemu dengan tempat tinggal pamannya di Sindangkasih.
15.		Ia berlatih disana, dengan fokus meningkatkan kekuatannya.
16.		Suatu saat ia terpesona oleh seseorang. Wajah merona dan terpaku
17.		Ia jatuh hati kepada anak dari Pamannya.

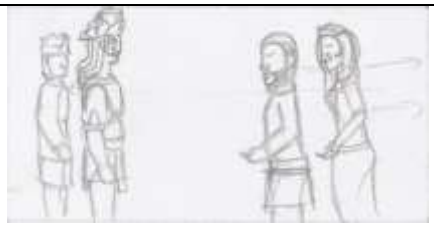
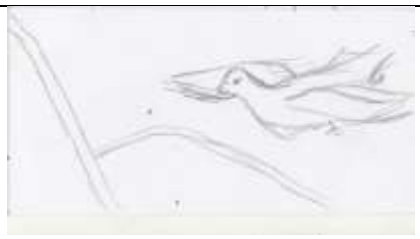
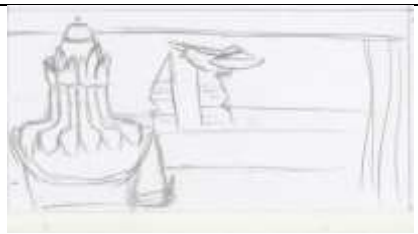
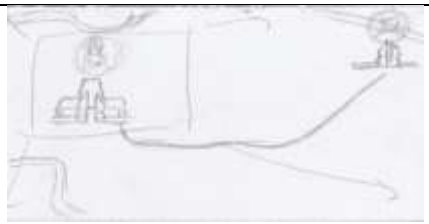
18.		Zoom in menuju gadis tersebut. Kemudian gadis itu menoleh kebelakang.
19.		Transisi menuju gambar dua angsa yang berpasangan. Menandakan mereka akhirnya berjodoh.
20.		Zoom out dari pasangan angsa dan zoom in menuju gerbang keraton.
21.		Suatu hari Ia melanjutkan perjalananya dan pergi dari keraton Sindangkasih.
22.		Dalam pengembaraan kali ini, Ia memutuskan untuk menyamar. Perubahan penampilan terjadi setelah melewati sebuah pohon.
23.		Ia menemukan sebuah acara sayembaran yang bernama Pasanggiri.
24.		Sayembara tersebut dibuat untuk menjodohkan anak dari raja Singapura.

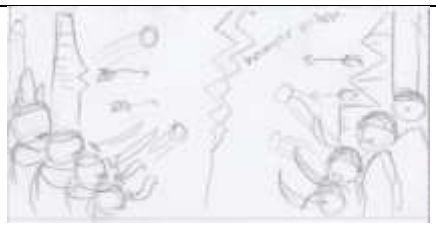
25.		Ia ikut serta dalam sayembara tersebut. Dengan tekad yang kuat ia memulainya.
26.		Ia berhasil mengalahkan pesaing-pesaingnya
27.		Hingga saat babak terakhir Ia terus berjuang dalam sayembara ini
28.		Hingga Ia bertemu oleh pesaing terakhirnya dari kerajaan Sunda yaitu Amuk Murugul.
29.		Pada Akhirnya Ia memenangkan sayembara tersebut. Suasana riuh kemenangan.
30.		Sebagai imbalannya, Ia dijodohkan oleh putri dari raja Singapura yaitu Subanglarang.
31.		Dari perjodohan tersebut Ia memiliki 3 anak.

32.		Suatu hari Ia diundang untuk datang menuju ke kerajaan Sunda.
33.		Sesampainya disana Ia disambut oleh Prabu Susuktunggal sebagai raja Sunda.
34.		Prabu Susuktunggal yakin bahwa Ia yang dapat menyatukan dua kerajaan. Akhirnya Ia dijodohkan oleh putri Sunda Kentring Manik
35.		Suatu saat Ia dinobatkan sebagai Raja kerajaan Sunda, pada saat itu. Ia juga sudah menjadi raja di kerajaan Galuh
36.		Transisi
37.		Ramai riuh suasana penobatan. Banyak aksesoris dan perlengkapan kerajaan seperti payung.
38.		Ia berdiri di depan banyak orang di dalam keraton.

39.		*Zoom in*, menuju keluar keraton
40.		Menuju ke langit, kemudian transisi
41.		*Zoom out*, hingga terlihat pulau Jawa.
42.		Transisi penyatuan dua kerajaan menjadi satu bagian dan dinamakan Pajajaran.
43.		Keraton kawali dipindah menjadi satu di Pakuan.
44.		Kehebatan dirinya dalam memimpin Pajajaran disanjung oleh rakyatnya.
45.		Dalam masanya ia membangun banyak tempat. Yaitu membuat parit sebagai pertahanan ganda di Pakuan

46.		Membangun area pemakaman di Rancamaya berupa bukit-bukit
47.		Memperbaiki jalan dari Pakuan hinggan Rancamaya
48.		Membangun hutan lindung yang ditanami pohon Samida
49.		Hingga membuat telaga untuk keperluan rakyatnya yang dinamakan talaga rena mahawijaya
50.		Semua karya tersebut membuat dirinya dihormati rakyat Pajajaran.
51.		Suatu hari keadaan keraton sedang sedih. Tanda hujan
52.		Istri keduanya meninggal dan meninggalkan dirinya serta 3 anak kandungnya.

53.		Ketiga anak tersebut meminta untuk pulang ke Singapura, namun hanya dua orang yang boleh pulang kembali
54.		Waktu berjalan siang dan malam, hari menjadi tahun.
55.		Suatu saat Ia mendapatkan pesan. Datangnya burung merpati sebagai pengirim pesan.
56.		Ia mendapat pesan bahwa salah satu anaknya berhasil membuat kerajaannya sendiri di Cirebon.
57.		Ia menyuruh pasukannya untuk pergi kesana sebagai ucapan bahagia.
58.		Suatu saat di Cirebon telah diutus raja baru yakni cucunya
59.		Karna tanpa seizin dirinya, Iapun marah dan ingin mengirimkan pasukan untuk mengamankan keadaan.

60.		Namun hal itu ditahan oleh penasihat tertingginya yaitu Ki Purwagasih. Karena tidak sesuai dengan rasa hormat
61.		Amarah mereda, dan akhirnya Ia rela melepaskan Cirebon dari kerajaan Pajajaran.
62.		Bertahun-tahun kemudian Ia pun wafat dan dimakamkan di Rancamaya buatannya sendiri.
63.		Wafatnya meninggalkan anak-anaknya dalam dua kubu kerajaan yang berbeda.
64.		Hal ini membuat terjadinya perselisihan antara Pajajaran dan Cirebon. Mereka terus menerus perang hinggal 15 kali.
65.		Hingga pada akhirnya mereka memutuskan untuk damai karena ayah mereka yang telah meninggal sebagai tanda perdamaiannya. Sebagai pengingat, akhirnya anaknya dari Pajajaran

		membuat prasasti Batutulis sebagai kenangan kesejahteraan masa Sri Baduga Maharaja.

- Visualisasi

  Pengaplikasian visualisasi yang dibuat dalam perancangan informasi kisah Sri Baduga Maharaja ini yaitu menggunakan teknik *digital painting* 2 dimensi. Visual-visual yang dibuat terinspirasi pada tarikan garis seperti batik. Nuansa sunda dan kerajaan digunakan untuk mendukung visualisasi. Pada *background* menggunakan nuansa warna kertas tua yang agak kekuningan sebagai penanda bahwa ini merupakan informasi sejarah yang ada pada zaman dahulu. Penggambaran keadaan pada zaman tersebut dihadirkan dalam pakaian dan tempat tinggal seperti mahkota kerajaan, kebaya, dan kelat bahu, serta juga bangunan bangunan peninggalan seperti gerbang-gerbang kerajaan yang berbentuk seperti candi.



Gambar III.2 Batik Mega Mendung
Sumber : https: https://2.bp.blogspot.com/-RYKSTnDBMl0/WxFyhCJNOyI/AAAAAAAADI4/A3d9iJiJHGwjzcHo2O1Fb5xHVmxS1CV1wCLcBGAs/s1600/2.%2BBatik%2BCirebon.jpg
(diakses 03/07/2018)

Batik Mega Mendung merupakan salah satu motif batik yang digunakan dalam perancangan ini. Penggunaan batik-batik khas Jawa Barat dimaksudkan sebagai penyampaian informasi bahwa kisah ini merupakan

kisah yang berasal dari tanah Sunda. Batik digunakan sebagai motif dan juga sebagai bentuk-bentuk objek yang akan di buat seperti visual batik.

III.2.7 Strategi Media

Strategi media ditentukan dalam perancangan media informasi tentang kisah Sri Baduga Maharaja. Media yang akan digunakan dipilih berdasarkan apa yang dibutuhkan khalayak sasaran yang akan menjadi solusi. Media yang telah ditentukan harus bisa menjadi solusi dan menjawab permasalahan. Media yang dibutuhkan diantaranya adalah media utama yang menjadi pengaruh terbesar sebagai solusi, media pendukung sebagai penunjang, dan media promosi yang berguna untuk informasi pemasaran produk dari perancangan ini.

- **Media Utama**

  Media utama yang dipakai untuk perancangan ini menggunakan media video. Video yang dimaksud tergolong kedalam video animasi yang berbasis *motion graphic*. Menurut Binanto (seperti dikutip Suherman, 2017) video termasuk kedalam jenis multimedia yang mana audiens cukup menonton dan menikmati multimedia tersebut selama penyajiannya berlangsung (h.32). Video dipilih karena dalam video terdapat dua elemen yaitu gambar dan audio yang saling mengisi. Video juga merupakan media yang dapat disajikan pada media elektronik.

  Animasi adalah bahasa visual universal yang berbentuk non-verbal (Gatot Prakoso, 2010, h.115). Video animasi berbasis *motion graphic* dipilih karena memiliki beberapa kegunaan salah satunya adalah kesempatan pembuat film dalam mengungkapkan ide-idenya. Menurut Prakoso (2010) fantasi, fantasi, dan fantasi. Itulah prinsip dasar yang harus dipegang dalam pembuatan film animasi (h.98). Maka dari itu, jenis video animasi sangat cocok kepada khalayak sasaran karena sesuai dengan usianya karena penuh dengan imajinasi.

Motion graphic adalah cabang animasi yang menggunakan metode dengan hanya menggerakkan beberapa grafis untuk menghasilkan animasi dengan lebih sederhana (Gatot Prakoso, 2010, h.97). Pemilihan gaya *motion graphic* karena dapat memvisualisasikan imajinasi. Karena *motion graphic* merupakan jenis animasi, maka *motion graphic* juga dapat menghasilkan visual-visual bergerak yang tidak bisa dilakukan oleh video *live action.* Penggunaan *motion graphic* juga dapat dicocokkan dengan khalayak sasaran remaja karena memuat gambar gerak yang dapat menumbuhkan rasa tertarik untuk menontonnya. Selain itu, berdasarkan data lapangan kisah Sri Baduga Maharaja hingga saat ini belum ada yang mengangkatnya melalui media animasi *motion graphic*.

- **Media Pendukung**

  Media pendukung ada *tools* yang dapat digunakan untuk membantu media utama pada bagian promosi, penyampaian pesan, dan pengingat. Fungsi media pendukung yaitu untuk menghubungkan target audiens kepada media utama. Pada strategi ini, dipilih beberapa media pendukung yang memiliki nilai fungsional bagi khalayak sasaran juga kepada media utama. Pemilihan media pendukung berdasarkan apa yang pernah ditemui oleh target audiens. Berikut adalah macam macam media pendukung yang digunakan:

  Poster

  Poster adalah media pendukung yang berfungsi sebagai media promosi. Poster berisi informasi berupa visual dan teks. Pemilihan poster dipilih karena tepat guna sebagai penghubung khalayak sasaran agar dapat mengetahui keberadaan video *motion graphic* tentang kisah Sri Baduga Maharaja. Poster dibuat dalam dua jenis yaitu poster cetak dan poster *online*.

  Flyer

  Flyer adalah media pendukung yang juga berfungsi sebagai media promosi dan juga penghubung penyampaian pesan. *Flyer* dipilih karena merupakan

media promosi yang memiliki ukuran yang *compact* karena berbentuk selebaran.

X-Banner

X-Banner merupakan salah satu media pendukung yang berfungsi sebagai media promosi serta penyampai informasi. Fungsi *X-banner* sebagai media promosi saat hari penayangan video *motion graphic* kisah Sri Baduga Maharaja.

Promotional Video / Trailer

Promotional video merupakan media pendukung yang memiliki medium yang sama dengan media utama. Boone dan Kurtz (seperti dikutip Sanjaya 2015) Promosi merupakan tahap menginformasikan suatu keputusan. *Promotional video* berfungsi sebagai media promosi dalam bentuk digital yang dapat dinikmati oleh khalayak sasaran sehingga informasi keberadaan media utama dapat diketahui. Materi pesan yang ada dalam *promotional video* yaitu cuplikan media utama, tanggal dan tempat penayangan.

Promotional Work

Promotional Work adalah media pendukung yang termasuk kedalam media promosi. *Promotional work* banyak digunakan sebagai informasi keberadaan media utama sebelum hingga setelah peluncuran. Ukurannya yang cukup besar dapat menarik perhatian banyak orang untuk mengetahuinya. Penempatan *Promotional work* biasa di pajang dalam *lobby* bangunan seperti bioskop maupun museum.

Notebook

Notebook adalah bagian dari media pendukung yang berfungsi sebagai *merchandise*. Fungsi *merchandise* disini adalah sebagai media promosi lini bawah serta media *reminder* akan media utama. Ukuran *notebook* dibuat

tidak lebih besar dibanding buku catatan pelajar sekolah sehingga lebih *compact*.

T-shirt

T-shirt berguna sebagai media pendukung yang berfungsi sebagai *merchandise.* Fungsi *t-shirt* berguna sebagai pengingat. Area cetak *t-shirt*-dapat dimuat karya yang berhubungan dengan media utama. *T-shirt* juga berguna sebagai media promosi karena dapat dibawa oleh audiens saat menggunakannya.

Pin dan stiker

Pin dan stiker termasuk kedalam media pendukung. Pin dan stiker berguna sebagai media promosi yang menginformasikan keberadaan media utama. Ukurannya yang *compact* dan tampilan yang menarik membuat pin dan stiker dapat dijadikan *gimmick* yang dibagikan secara cuma-cuma.

Mousepad

Mousepad bisa dijadikan sebagai salah satu media pendukung. Fungsinya ialah informasi keberadaan media utama. Penggunaan moousepad biasa digunakan saat target audiens sedang menggunakan komputer maupun laptop, sehingga dapat berkaitan dengan letak media utama yang ada pada internet khususnya kanal YouTube.

Case Hp

Case Handphone dapat dijadikan media pendukung yang berfungsi sebagai media *reminder*. Pengadaan *case handphone* digolongkan kedalam *merchandise.* Penggunaan *case handphone* juga dapat menjadi media promosi karena penggunaan *handphone* yang berintensitas tinggi pada saat ini, sehingga dapat dilihat oleh beberapa orang.

Konten Instagram

Instagram merupakan wadah yang sangat cocok dijadikan media pendukung. Membuat akun Instagram akan berguna sebagai media promosi serta media informasi mengenai kisah Sri Baduga Maharaja. Instagram dipilih karena banyak usia khalayak sasaran yang menjadi penggunanya.

Laman Facebook

Facebook merupakan salah satu media sosial yang sangat populer saat ini. Membuat sebuah laman Facebook akan berguna meningkatkan *awareness* khalayak sasaran dalam mengetahui keberadaan media utama. Sama seperti Instagram, laman Facebook dipilih karena banyak *user* didalamnya.

Kanal YouTube

Kanal Youtube merupakan media daring yang berguna sebagai media penyebaran informasi masa kini. Konten yang ada pada kanal ini bisa berguna sebagai salah satu tempat dimana media utama ditampilkan. Masyarakat Indonesia didapati sebanyak 50 Juta menjadi pengguna aktif Youtube setiap bulannya (Ayuwargil, 2018, h.1). Maka dari itu dengan membuat kanal Youtube akan dapat memudahkan penyebaran Informasi mengenai kisah Sri Baduga Maharaja.

III.2.8 Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media

Strategi distribusi adalah cara untuk menyebarkan media-media yang telah dibuat dalam perancangan ini. Strategi distribusi diatur agar media informasi kisah Sri Baduga Maharaja bisa disebarkan dengan sesuai kepada target audiens. Dengan ini, informasi yang disajikan dapat diakses dan diterima oleh target audiens. Dalam perancangan ini, pendistribusian dan waktu penyebaran akan dilakukan selama tiga bulan. Pendistribusian dimulai pada bulan Mei dan diakhiri bulan Juli. Peluncuran media video *motion graphic* sebagai media utama akan dilakukan pada tanggal 21 Mei 2019, karena tanggal 21 merupakan hari keragaman budaya sedunia. Pemilihan waktu dalam distribusi perancangan ini adalah sebaga berikut:

Tabel III.4 Waktu Distribusi Media
Sumber : Dokumen Pribadi

Media yang digunakan		Waktu											
		Mei				Juni				Juli			
Media Utama	Video Animasi *Motion Graphic*												
Media Pendukung	*Poster*												
	Flyer												
	X-Banner												
	Trailer												
	P-Work												
	Notebook												
	T-shirt												
	Pin dan Stiker												
	Mousepad												
	Case HP												
	Youtube												
	Instagram												
	Facebook												

Selain menentukan waktu pendistribusian, perlu juga mengatur kemana media-media tersebut didistribusikan. Berdasarkan bentuk dari media yang digunakan dan khalayak sasaran yang dipilih, maka dibawah ini adalah tempat distribusi yang telah disesuaikan:

Tabel III.5 Penempatan Distribusi Media
Sumber : Dokumen Pribadi

Media yang digunakan		Distribusi	
		Tempat	Cara yang digunakan
Media Utama	Video Animasi *Motion Graphic*	Acara pameran kebudayaan dan animasi tahunan yang ada di wilayah Jawa Barat.	Memasukkan tayangan *motion graphic* tersebut kedalam *rundown* acara yang diadakan.
		Bioskop-bioskop di wilayah Jawa Barat	Menempatkan video *motion graphic* sebagai film pendek sebelum film utama dimulai sehingga banyak target audiens yang akan menontonnya.
		Media Daring	Mengunggah video *motion graphic* kedalam kanal Youtube agar dapat diakses oleh target audiens.
		Kantor Disbudpar Jawa Barat, Kantor Disbudpar Kota Bandung, dan Museum Sri Baduga Maharaja	Ditampilkan pada waktu-waktu efektif kunjungan.
Media Pendukung	Poster	Semua tempat yang sama dengan media utama	Memasang poster pada waktu sebelum peluncuran media utama dan selama media utama tayang.

	Flyer		Pembagian flyer sebagai informasi pendukung selama media utama tayang
	X-Banner		Diletakkan di *booth* tentang kebudayaan dan sejarah
	P-Video	Bioskop dan Media daring	Dimunculkan sebelum media utama tayang. Khusus Bioskop dibuat interval waktu pengulangan bagi video promosi.
	P-Work	Bioskop, Disbudpar Jawa Barat, Disbudpar Kota Bandung, dan Museumm Sri Baduga Maharaja	Diletakkan pada bagian yang sering dilalui oleh pengunjung selama penyebaran media utama berlangsung
	Pin Stiker	Acara pameran kebudayaan dan animasi tahunan yang ada di wilayah Jawa Barat.	Didistribusikan dengan cara dibagikan.
	T-shirt *Notebook* *Mousepad* *Case HP*	Semua tempat yang sama dengan media utama.	Penjualan *merchandise* dapat dilakukan saat dimulai penayangan media utama hingga selesai. Akses jual beli dapat dilakukan secara *offline* maupun *online* pada media sosial yang tersedia.
	Youtube Instagram	Media daring	Pengunduhan konten-konten sesuai dengan alur waktu penyebaran media.

III.3 Konsep Visual

Konsep visual adalah rancangan visual dari karya yang dibuat. Konsep-konsep tersebut disusun dan diatur sesuai dengan tujuan dari perqancangan ini. Bahri (seperti dikutip Fathurrahman, 2017) berkata bahwa konsep merupakan satuan arti yang memiliki keserupaan pada sejumlah objek (h.54). Maka dari itu konsep yang digunakan dijadikan sebagai acuan utama dalam pengaplikasian visual ke berbagai media yang akan dibuat. Pada perancangan media informasi ini, konsep visual yang digunakan adalah memadukan antara gambar digital 2 dimensi dengan paduan unsur batik dan Sunda.

III.3.1 Format Desain

Format desain pada perancangan ini adalah melalui media video *motion graphic*. Format video yang akan dibuat dalam media informasi kisah Sri Baduga Maharaja ini adalah sebagai berikut:

- Resolusi video

  Resolusi video merupakan ukuran video dalam satuan piksel. Ukuran resolusi yang akan digunakan pada perancangan ini adalah 1680px x 720px. Resolusi ini termasuk kedalam resolusi *High Definition* yang cocok untuk ditayangkan pada layar lebar. Rasio layar yang digunakan adalah 21:9 yang mengacu pada standar ukuran sinema saat ini.

- *Frame rate*

  Frame rate merupakan ukuran banyaknya gambar berganti selama satu detik yang biasa disebut dengan satuan fps. Banyaknya *frame* dalam satu detik pada video ini adalah 30 fps. 30 fps dipilih karena memiliki pergerakan gambar yang tidak terlalu lambat dan juga tidak terlalu cepat.

- Format video

  Format video pada media utama yang akan dibuat adalah menggunakan format H.264 dalam wujud .mp4 *file*. Format ini dipilih karena tingkat

memiliki kompresi ukuran memori yang cukup efisien serta dengan kualitas yang tetap baik.

- Durasi

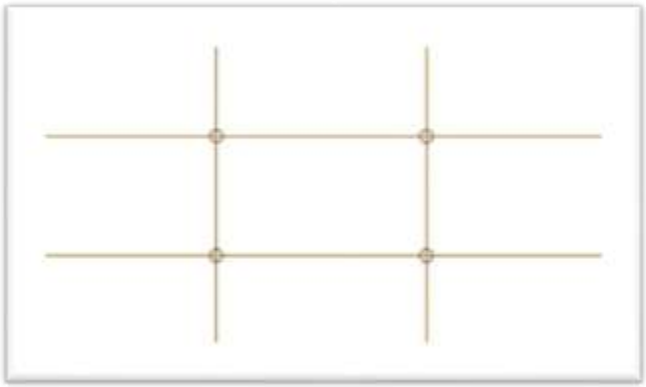
  Panjang durasi yang didapat dalam video *motion graphic* selama menceritakan kisah Sri Baduga Maharaja adalah 00:06:15. Panjang durasi tersebut secara menyeluruh mengisahkan perjalanan Sri Baduga Maharaja sejak kecil hingga setelah wafat

- Format warna

  Format warna yang digunakan mengacu pada media yang dibuat. Untuk media utama menggunakan format RGB karena merupakan media digital yang menggunakan warna cahaya. Beberapa media pendukung yang dicetak menggunakan format CMYK.

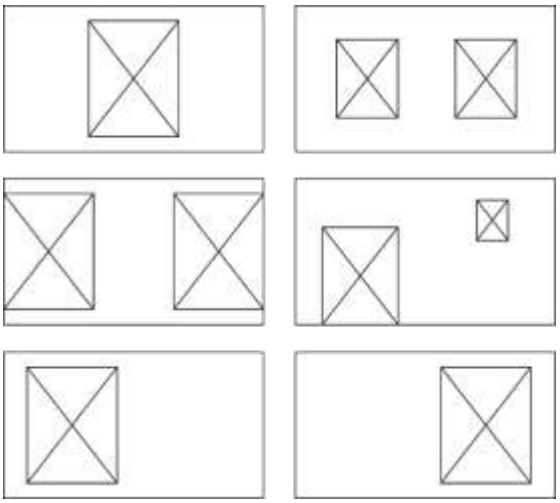
III.3.2 Tata Letak

Tata letak dapat membantu penempatan-penempatan elemen desain dalam satu *frame*. Menurut Rustan (seperti dikutip Pangersana, 2017) bahwa *layout* adalah penempatan objek-objek dalam sebuah bidang agar dapat menguatkan konsep pesan yang disampaikan (h.39). Tata letak dalam media video *motion gaphic* banyak memiliki layout pada setiap *scene*-nya. Pada video *motion graphic* yang dibuat banyak menggunakan komposisi *rule of third* sebagai acuan tata letaknya. Pengaturan *rule of third* ini juga dapat digunakan pada media pendukung.



Gambar III.3 Aturan *rule of third*
Sumber : https://qph.fs.quoracdn.net/main-qimg1ba8db4c
(diakses 02/07/2018)

Baik fokus tengah, maupun kiri dan kanan, semua tata letak yang dibuat mengacu pada aturan diatas. Penggunaan tata letak ini ditujukan agar khalayak sasaran dapat menikmati informasi yang diberikan dalam tayangan video *motion graphic*. Menurut Tondreau (2009) *layout* yang baik adalah *layout* yang menyisakan ruang kosong, namun tidak terasa sepi. Dalam beberapa *scene* banyak menggunakan tampilan yang ramai, namun ditampilkan juga bagian-bagian yang menyisakan banyak ruang kosong agar mata target audiens tidak kelelahan. Berikut merupakan tata letak yang hadir pada beberapa *scene* yang ada pada video *motion graphic* kisah Sri Baduga Maharaja:



Gambar III.4 *Layout-layout* yang digunakan dalam *scene* video
Sumber : Data Pribadi

III.3.3 Tipografi

Tipografi merupakan salah satu elemen desain yang pada dasarnya bertujuan memberi informasi pendukung desain tersebut. Tipografi dapat berdiri sendiri dan juga dapat sebagai penjelasan dari sebuah gambar. Sihombing (2015) menerangkan bahwa tulisan dalam desain harus bersifat mengarahkan persepsi seseorang terhadap desain tersebut. Maka dapat disimpulkan bahwa tipografi yang digunakan harus bisa menginformasikan audiens dengan cara mengolah persepsinya melalui tipografi yang dihadirkan. Pada perancangan media informasi kisah Sri Baduga Maharaja ini menggunakan dua jenis huruf yang memiliki fungsinya tersendiri.



Gambar III.5 Huruf Cinzel oleh Natanael Gama
Sumber : Data Pribadi

Huruf Cinzel ini digunakan sebagai judul dari media informasi kisah Sri Baduga Maharaja. Cinzel merupakan jenis huruf serif. Aksen yang ditampilkan pada huruf cinzel ini memiliki kesan yang agung, bersejarah, dan mewah. Kesan-kesan tersebut cocok sebagai penggambaran kerajaan-kerajaan Sunda dan tokoh Sri Baduga Maharaja. Penggunaan Cinzel juga dipakai didalam media video sebagai informasi pendukung. Perbedaannya dengan penggunaannya pada judul yaitu pada judul dibuat beberapa modifikasi agar tidak seperti huruf *bodytext*.

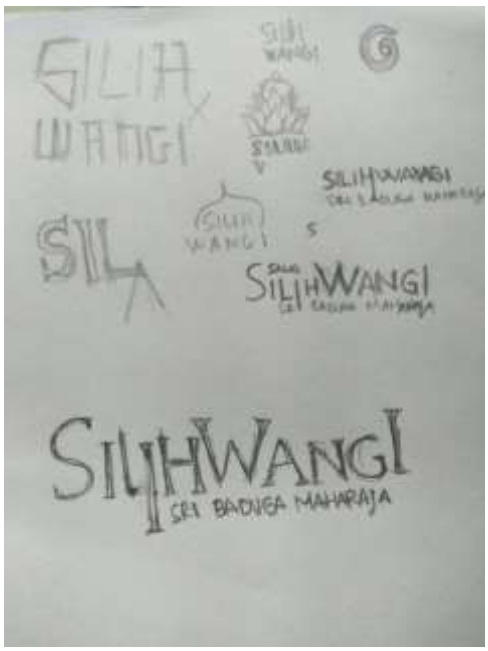
Selain huruf Cinzel yang digunakan pada judul dan teks pada video, diperlukan juga satu jenis huruf yang digunakan sebagai huruf *bodytext*. Penggunaan huruf kedua ini berfungsi untuk penulisan informasi panjang berupa paragraf. Jenis huruf yang digunakan adalah huruf serif dengan nama *font* Goudy Old Style. Pemilihan huruf Goudy Old Style karena memiliki karakteristik huruf yang cocok dan jika

disandingkan dengan huruf Cinzel. Perbedaan antara Goudy Old Style dan Cinzel adalah adanya jenis huruf kecil dan huruf besar. Maka dari itu Goudy Old Style cocok digunakan sebagai *bodytext.*



Gambar III.6 Huruf Goudy Old Style oleh Frederic W. Goudy
Sumber : Data Pribadi

Penggunaan huruf Cinzel ditampilkan pada Judul utama dengan tulisan SILIHWANGI. Agar membuat judul tersebut menjadi menarik dibutuhkan penyuntingan komposisi agar tampilan huruf dibedakan dengan huruf asalnya. Proses pembuatan tampilan judul dilakukan melalui sketsa, kemudian disempurnakan mengunakan proses *editing* hingga sesuai dengan sketsa.



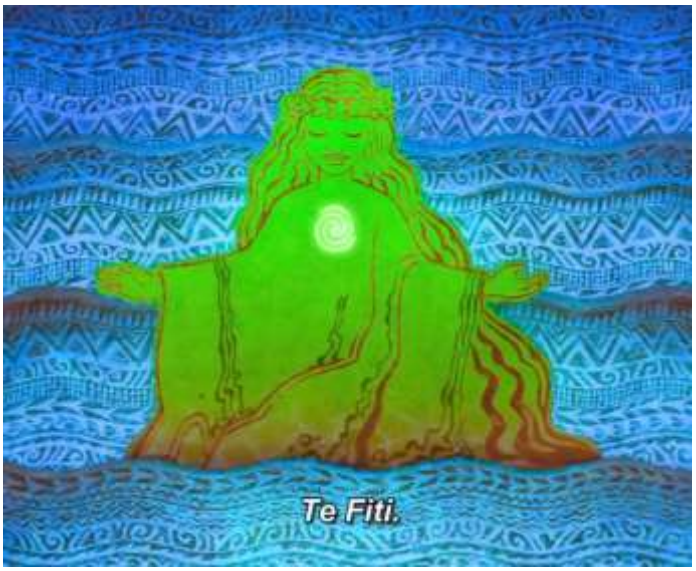
Gambar III.7 Sketsa Judul
Sumber : Data Pribadi



Gambar III.8 Desain akhir Judul dengan teks SILIHWANGI
Sumber : Data Pribadi

III.3.4 Ilustrasi

Menurut Kustrianto (seperti dikutip Fathurrahman, 2017) ilustrasi merupakan seni imaji yang digunakan untuk menjelaskan sebuah pesan dan tujuan secara visual (h.59). Ilustrasi merupakan konsep yang terpenting dalam perancangan media informasi ini. Maka dari itu aset-aset yang dibuat dalam media ini adalah point utama dalam menyampaikan informasi. Penggambaran ilustrasi yang digunakan dalam perancangan ini yaitu dengan menggunakan beberapa referensi sebagai acuan penggambaran karakter dan elemen lainnya.



Gambar III.9 Referensi visual dari film Moana
Sumber : Moana Disney durasi 00.02.27



Gambar III.10 Referensi visual dari video This Land is Mine
Sumber : https://youtu.be/-evIyrrjTTY?t=21s
(diakses 03/07/2018)

III.3.4.1 Studi Karakter

Konsep penggambaran karakter dibuat mengikuti sumber sumber yang representatif. Referensi karakter diambil dari beberapa foto yang berkaitan dengan Sunda dan Sri Baduga Maharaja. Visualisasi karakter diambil dari beberapa referensi penggambaran berikut ini:.



Gambar III.11 Referensi visual manusia Sunda 1
Sumber : Data Pribadi
(diakses 03/07/2018)



Gambar III.12 Referensi visual manusia Sunda 2
Sumber : https://pbs.twimg.com/media/BBVz6fDCQAA7JSu.jpg
(diakses 03/07/2018)



Gambar III.13 Referensi visual manusia Sunda 3
Sumber : https://cf.dvh.bz/library/1/7/3/7/3/17373_840x576.jpg
(diakses 03/07/2018)



Gambar III.14 Referensi visual manusia Sunda 4
Sumber : https://cf.dvh.bz/library/1/7/3/7/3/17373_840x576.jpg
(diakses 03/07/2018)

III.3.4.2 Studi Latar

Latar dipilih berdasarkan rentang waktu alur cerita yang ditampilkan. Alur cerita yang ada yaitu kehidupan Sri Baduga Maharaja sejak kecil hingga wafat. Maka dari itu ada beberapa tempat yang pernah tokoh tersebut singgahi diantaranya adalah Kerajaan Galuh, Kerajaan Sunda, dan Kerajaan Cirebon. Dari ketiga tempat tersebut dibuat berdasarkan bangunan-bangunan peninggalan yang ditemukan pada wilayahnya masing-masing.



Gambar III.15 Candi Cangkuang di wilayah kerajaan Galuh
Sumber : https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/f/fc/Cangkuang_4.jpg
(diakses 25/06/2018)

Candi cangkuang merupakan satu-satunya candi peninggalan di Jawa Barat. Dari letak posisi dibangunnnya candi tersebut, Candi cangkuang berada pada wilayah kerajaan Galuh. Maka dari itu Candi Cangkuang dijadikan ikon dari kerajaan Galuh.



Gambar III.16 Keraton Kasepuhan Cirebon
Sumber : https://media-cdn.tripadvisor.com/media/photo-s/10/f9/be/67/keraton-kasepuhan-cirebon.jpg
(diakses 25/06/2018)

Keraton Kasepuhan Cirebon merupakan salah satu bangunan peninggalan yang ada di wilayah Cirebon. Bagian depan bangunan utama keraton ini memiliki ciri khas tersendiri. Maka dari itu keraton kasepuhan Cirebon dijadikan ikom kerajaan Singapura dan Cirebon.



Gambar III.17 Pura di Gunung Salak
Sumber : https://c1.staticflickr.com/9/8497/8332653694_33faf04354_b.jpg
(diakses 25/06/2018)

Wilayah kerajaan Sunda hampir tidak ada peninggalan bangunan kerajaan yang tersisa, yang ditemukan berupa reruntuhan salah satunya di daerah Karawang.

Penggambaran kerajaan Sunda Pakuan menggunakan Pura di Gunung Salak. Pura ini dipilih karena menjadi pembeda antara kerajaan Galuh dan kerajaan Cirebon.

III.3.4.3 Studi Properti

Properti juga dibutuhkan dalam menambah informasi waktu pada masa kerajaan di tanah Sunda. Beberapa properti yang dimunculkan diantaranya adalah mahkota dan senjata. Berikut merupakan referensi visual untuk properti:



Gambar III.18 Mahkota Binokasih
Sumber : https://c1.staticflickr.com/9/8497/8332653694_33faf04354_b.jpg
(diakses 25/06/2018)

Mahkota merupakan properti yang terpenting. Salah satu mahkota Jawa Barat yang banyak dikenal adalah mahkota Binokasih. Mahkota tersebut merupakan peninggalan kerajaan Pajajaran yang diberikan sebagai hadiah untuk kota Sumedang.



Gambar III.19 Kujang
Sumber : https://3.bp.blogspot.com/-HBPRPcARMDY/Wl8eg0IW31I/AAAAAAAAHMQ/O8-aP0ddr7Q556qgwmQ7j_Jorzs5MQpTwCLcBGAs/s1600/IMG_20170926_081855.jpg
(diakses 26/06/2018)

Kujang merupakan salah satu senjata yang ada dalam sejarah Sunda. Kujang merupakan senjata yang identik dengan kerajaan Pajajaran. Kujang biasa dipakai oleh kelompok-kelompok khusus.

III.3.4.4 Tokoh

- **Sri Baduga Maharaja**

  Sri Baduga Maharaja merupakan tokoh utama dalam perancangan ini. Peristiwa yang dimuat semuanya berkaitan dengan tokoh ini.



Gambar III.20 Tokoh Sri Baduga Maharaja
Sumber : Data Pribadi

- **Ambetkasih**

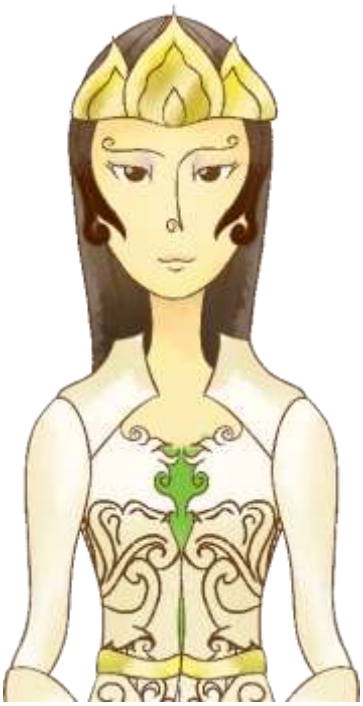
  Ambetkasih merupakan jodoh pertama dari Sri Baduga Maharaja dalam cerita ini. Ia merupakan putri dari Ki Gedeng Sindangkasih pamannya Sri Baduga Maharaja.



Gambar III.21 Tokoh Ambetkasih
Sumber : Data Pribadi

- **Subanglarang**

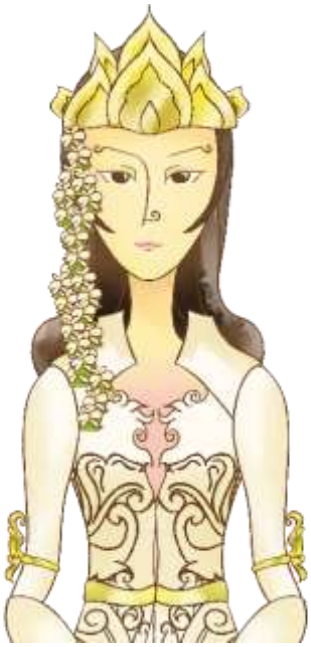
  Subanglarang merupakan istri kedua dari Sri Baduga Maharaja setelah Ambetkasih, Subanglarang merupakan putri dari raja Ki Gedeng Tapa yang merupakan raja Singapura di wilayah Cirebon. Subanglarang dan Sri Baduga Maharaja memiliki 3 anak.



Gambar III.22 Tokoh Subanglarang
Sumber : Data Pribadi

- **Kentring Manik**

  Kentring manik adalah Istri ketiga yang merupakan putri dari raja Prabu Susuktinggal dari kerajaan Sunda. Kentring manik dan Sri Baduga Maharaja hanya memiliki seorang anak bernama Surawisesa



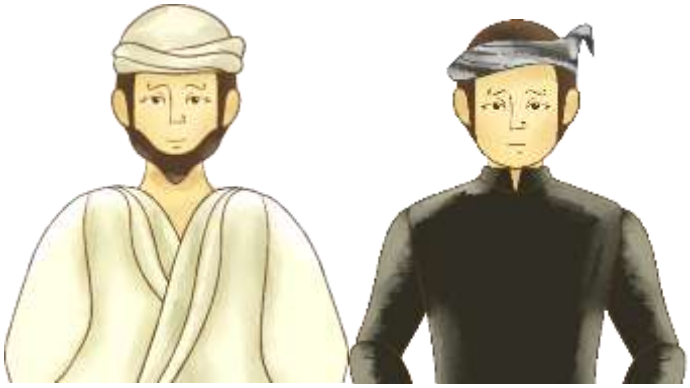
Gambar III.23 Tokoh Kentring Manik
Sumber : Data Pribadi

- **Anak-anak Sri Baduga Maharaja**

  Anak-anak dari Sri Baduga Maharaja dalam kisah ini terdapat 4 orang anak. 3 yang bersama Subanglarang dan 1 bersama Kentring Manik. Mereka bernama Walangsungsang, Rara Santang, Rajasangara, dan Surawisesa.



Gambar III.24 Tokoh Surawisesa
Sumber : Data Pribadi



Gambar III.25 Tokoh Walangsungsang
Sumber : Data Pribadi



Gambar III.26 Tokoh Rara Santang
Sumber : Data Pribadi



Gambar III.27 Tokoh Rajasangara
Sumber : Data Pribadi

- **Tokoh Lainnya**

  Dalam kisah Sri Baduga Maharaja terdapat juga tokoh lainnya Seperti Prabu Wangi sang kakek, Ki Gedeng Sindangkasih, dan Ki Purwa Gasih.



Gambar III.28 Tokoh Kakek Sri Baduga Maharaja
Sumber : Data Pribadi



Gambar III.29 Tokoh Ki Gedeng Sindangkasih
Sumber : Data Pribadi



Gambar III.30 Tokoh Ki Purwa Gasih
Sumber : Data Pribadi

- ***Ambient Character***

  Ambient Character berguna sebagai karakter-karakter tambahan seperti penggambaran masyarakat, pengurus kerajaan, pasukan, dan lainnya. *Ambient character* hanya dibuat dua yaitu satu wanita dan satu pria.



Gambar III.31 *Ambient character*
Sumber : Data Pribadi

III.3.5 Warna

Penggunaan warna dapat membangun nuansa yang akan ditampilkan kepada target audiens. Menurut Kusrianto (seperti dikutip Fathurrahman, 2017) warna adalah unsur yang sangat penting yang bisa meberi kepekaan pandangan sehingga bisa mengubah perasaan, perhatian dan minat seseorang (h.67). Penggunaan warna yang dipakai dalam perancangan media ini adalah menggunakan warna utama yang hangat terutama pada bagian latar belakang. Warna-warna yang digunakan dalam perancangan ini diambil berdasarkan tiga warna dasar Susunan Warna Kasundaan. Warna Kasundaan dibagi menjadi tiga kelompok yaitu :

1. *Beureum, semu-semu beureum, jeung koneng.*
2. *Paul jeung hejo*
3. *Nu teu asup kaduana* (Tatang Sobana, 2006, h.85-86)

- Kemerahan hingga kuning



Gambar III. 32 Warna *beureum nuju koneng*
Sumber : Data Pribadi

Warna kemerahan adalah warna yang kuat paling menarik perhatian (Sulasmi Darmaprawira, 2002, h.45). Paduan kemerahan menuju kuning dapat menghasilkan warna-warna hangat. Warna kuning banyak digunakan sebagai warna utama untuk kulit, emas, payung, umbul-umbul dan lainnya. Warna merah digunakan sebagai penggambaran emosi dan amarah. Pemilihan warna hangat dari merah ke kuning diantaranya adalah kelompok warna ini mengandung makna tentang kemewahan, kejayaan, kekuatan, amarah, berani, positif, dan kekuasaan (Sadjiman E. Sanyoto, h.46-47). Makna-makna tersebut adalah makna yang dibutuhkan dalam mengisahkan kisah sejarah Sri Baduga Maharaja.

- Hijau dan Kebiruan



Gambar III.33 *Hejo nuju biru*
Sumber : Data Pribadi

Hijau dan kebiruan merupakan warna alam. Air dan rumput banyak yang menggunakan warna hijau. Memberikan nuansa kesegaran dan ketenangan. Warna biru juga digunakan sebagai nuansa kesedihan. Pemilihan warna-warna ini karena memiliki makna kesedihan, kesuburan, pengalaman, kesatuan, kebaruan, dan menenangkan jiwa. (Sadjiman E. Sanyoto, h.49).

- Hitam, coklat, dan putih



Gambar III.34 Warna lainnya
Sumber : Data Pribadi

Warna lainnya yang digunakan selain kedua bagian warna sebelumnya. Hitam dan coklat digunakan sebagai warna garis. Warna pasir pantai digunakan sebagai warna latar dan, putih dan abu digunakan sebagai warna pencahayaan.

III.3.6 Audio

Pemakaian Audio sangat diperlukan agar pesan yang disampaikan pada visual dapat lebih jelas. Audio yang akan digunakan dibagi menjadi tiga bagian diantaranya adalah *background music,* narasi¸ dan efek suara. Konsep audio yang digunakan dalam video animasi *motion graphic* kisah Sri Baduga Maharaja harus disesuaikan dengan temanya. Karena kisah Sri Baduga Maharaja termasuk kedalam kisah seorang raja, maka nuansa audio yang digunakan harus terdengar menggema seperti kerajaan dan seorang raja.

- ***Background Music***

  Pada pemilihan *background music*, yang telah ditentukan dalam pendekatan audio adalah jenis musik orkestra dan orkestra yang memiliki lagu Sunda. Maka dari itu musik yang telah dipilih sebagai *background music* diantaranya:

  1. Black Panther T'Challa *Suite Theme* oleh Ludwig Göransson
  2. King Arthur *Soundtrack* oleh Hans Zimmer
  3. Bubuy Bulan *Medley* Lagu Daerah Jawa Barat oleh Rio Hartono

- **Narasi**

  Audio narasi merupakan rekaman suara manusia yang bercerita yang digunakan dalam sebuah video. Pada video animasi *motion graphic* kisah Sri Baduga Maharaja, narasi dibuat untuk menjelaskan keadaan yang terjadi pada visual yang sedang ditampilkan. Narasi menggunakan sampel suara pria berumur 23 tahun dengan nada ekspositoris, yaitu gaya penyampaian yang memperluas pengetahuan, informatif, menceritakan seseorang, dan menggunakan beberapa penekanan. Berikut adalah narasi yang digunakan dalam video:

  Tabel III.6 Tabel Narasi
  Sumber : Dokumen Pribadi

Scene	Narasi
1.	Ratusan tahun yang lalu di bumi pertiwi / Sebuah kerajaan bernama Tarumangara / terpecah menjadi dua Sunda dan Galuh./
2.	Suatu hari lahir seorang anak bernama Pamanah Rasa dari keturunan raja Galuh /
3.	Sejak kecil ia ikut dan diasuh oleh kakeknya / Kekayaan dan kemewahan keraton dimiliki olehnya /
4.	Namun, ia memilih untuk keluar mengembara ke utara/
5.	Perjalanan yang panjang membawanya bertemu tempat tinggal pamannya di Sindangkasih /
6.	Pamanah rasa berlatih disana dalam waktu yang lama / Hingga akhirnya, dirinya jatuh hati kepada Ambetkasih putri dari pamannya/ dan akhirnya mereka pun berjodoh./
7.	Suatu hari, Pamanah rasa pergi melanjutkan pengembaraannya /
8.	Ia berjalan menuju kerajaan Singapura diutara dan melakukan penyamaran disana / Terlihat sebuah sayembara Pasanggiri untuk menentukan pasangan seorang putri bernama Subanglarang./
9.	Pamanah rasa ikut dalam sayembara tersebut /

	Ia berhasil mengalahkan banyak petarung, hingga ia bertemu amuk murugul di babak final / Sepenuh tenaga ia berjuang /
10.	Akhirnya berhasil menjadi jawara/ Subanglarang dan Pamanah rasa berjodoh / Mereka berdua memiliki 3 orang anak /
11.	Bertahun-tahun kemudian, Pamanah rasa di undang untuk datang ke keraton Pakuan /
12.	Ia disambut oleh Prabu Susuktunggal dan dikenalkan putri Kentring Manik kepadanya / Kemudian pamanah rasa dan kentring manik dijodohkan oleh Prabu Susuktunggal./
13.	Hingga pada akhirnya…. Hari penobatan Pamanah rasa sebagai Raja sunda dan Raja Galuh terjadi / Setelah menjadi raja, Pamanah rasa diberi gelar Sri Baduga Maharaja / Sri Baduga Maharaja telah menjadi raja Sunda dan Galuh / Kemudian ia menyatukan dua kerajaan tersebut menjadi satu kerajaan/ Mereka menyebutnya kerajaan Pajajaran /
14.	Tak hanya itu, Sri Baduga juga memindahkan semua pusat pemerintahan menjadi satu keraton di Pakuan /
15.	Setelah menjadi raja, cara memimpin Sri Baduga Maharaja disenangi oleh rakyatnya. / Ia berhasil membangun parit sebagai benteng / Membangun bukit sebagai area makam dan memperbaiki jalan dari rancamaya hingga ke gerbang pakuan / Membuat hutan lindung / Hingga membangun telaga rena mahawijaya / Itu semua merupakan kerja kerasnya dalam membangun Pajajaran. /
16.	Suatu hari, keluarga Sri Baduga Maharaja mengalami kesedihan / Ia ditinggalkan oleh Subanglarang yang telah wafat / Setelah itu ketiga anaknya meminta untuk kembali ke keraton Singapura di cirebon, namun anak bungsu diminta tetap tinggal./
17.	Suatu hari Sri Baduga Maharaja mendapat kabar bahwa anaknya di Cirebon berhasil membuat kerajaannya sendiri /

	Sehingga ia mengirimkan pasukan untuk merayakan kesuksesan anaknya /
18.	Beberapa lama kemudian Cirebon memiliki raja baru /
19.	Hal ini membuat Sri Baduga marah dan berniat untuk berperang / Namun niatan diurungkan dari nasehat Ki purwa gasih / dan Cirebon dengan pasrah dilepas dari Pajajaran/
20.	Sri Baduga Maharaja wafat di rancamaya / Meninggalkan keturunannya dalam dua kubu kerajaan /
21.	Peperangan pun tak dapat dihindarkan /
22.	Hingga akhirnya mereka berdamai dengan mengenang kebijakan Sri Baduga Maharaja dalam Prasasti Batutulis/

- **Efek Suara**

  Efek suara merupakan suara-suara *ambient* yang digunakan untuk mendukung suasana agar terasa lebih nyata. Pada video animasi *motion graphic* kisah Sri Baduga Maharaja, efek suara tidak terlalu banyak digunakan karena lebih banyak diisi oleh *background music* dan narasi. Namun efek suara tetap digunakan untuk beberapa bagian video diantaranya adalah:

  1. Efek suara harimau pada saat bertarung.
  2. Efek suara riuh ramai pada saat memenangkan pertarungan.