

PERANCANGAN VISUAL BRANDING MENGENAI KESENIAN UJUNGAN DI MAJALENGKA

Ananda Paollo Dicannio¹, Diani Apsari², Taufiq Wahab³

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas

Telkom

Jl. Telkomunikasi No.1 Terusan Buah Batu, Bandung

Email : wewegombel@telkomuniversity.ac.id¹, dianiapsari@telkomuniversity.ac.id²,

taufiqwahab@telkomuniversity.ac.id³

Abstrak

Kesenian Ujungan merupakan kesenian murni Majalengka yang melibatkan tiga kesenian yaitu seni tari, seni musik dan seni bela diri. Walaupun kesenian ini unik, akan tetapi generasi muda banyak yang tidak mengetahui kesenian ini. Hal ini diakibatkan karena kurangnya antusiasme orang tua untuk mengenalkan Ujungan kepada anaknya, budaya asing (seni musik modern, seni bela diri seperti Karate, Muaythai lebih banyak diadakan oleh pemerintah pada event, seni tari modern), krangnya peran pemerintah dalam mempromosikan atau mendanai Padepokan Bunilaya Kuda Putih sebagai komunitas satu-satunya yang masih melestarikan Ujungan. Lalu faktor utama dalam penurunan pemain Ujungan adalah sudah banyak pemain senior Ujungan yang tua dan wafat. Semua data diatas didapatkan dari hasil observasi pada komunitas Padepokan Bunilaya Kuda Putih. Wawancara dilakukan kepada Bapak Toto, Bapak Hadi, Bapak Taufik Hidayat/ Uwa Geblug dan Dinas Kebudayaan Majalengka. Studi pustaka dilakukan dengan mempelajari buku Profil Kesenian Daerah Kabupaten Majalengka, Buku Ujungan Cengal. Jurnal Edukasi Sampyong untuk Memperkuat Eksistensi Kesenian Tradisional di Majalengka, Tugas akhir Perancangan Media Informasi Buku Ilustrasi Kesenian Sampyong Majalengka, Tugas akhir Perancangan Buku Ilustrasi Kesenian Sampyong Majalengka. Hasil dari penelitian yang diperoleh menghasilkan suatu ide yaitu proses Perancangan *Visual Branding* Kesenian Ujungan di Majalengka yang nanti outputnya berupa buku. Manfaat dari buku ini adalah generasi muda yang membaca buku ini akan lebih tertarik sebab penggunaan ilustri yang mendominasi dari teks, sehingga pembaca akan lebih berimajinasi. Penggunaan layout yang menarik dan angle dari setiap karakter.

Kata kunci: Ujungan, Generasi Muda, *Visual Branding*, Ilustrasi, Majalengka.

Abstract

Ujungan art is a pure art of Majalengka which involves three arts, senior dance, music and senior martial arts. Although this art is unique, many young people do not understand this art. This is due to the lack of enthusiasm of parents to introduce examinations to wards, senior music, senior martial arts such as Karate, Muaythai more involved by the government in events, modern dance), lack of government role in helping or funding Padepokan Bunilaya Kuda Putih as the only community that still preserves the Test. Then the main factor in the decline in Exam players is that many senior Exam players have aged and died. All data were obtained from observations of Padepokan Bunilaya Kuda Putih. Interviews were conducted with Mr Toto, Mr Hadi, Mr Taufik Hidayat / Uwa Geblug and the Majalengka Kebudayaan Office. Literature study was carried out by making a Regional Art Profile book Majalengka Regency, Cengal Test Book. Sampyong Education Journal to Strengthen the Existence of Traditional Art in Majalengka, Final Project Design of Information Media for Sampyong Majalengka Art Illustration Book, Final Project Design of Sampyong Majalengka Art Illustration Book. The results of the research obtained resulted in an idea that is the process of designing the Visual Branding of Test Craft in Majalengka which later the output would be in the form of books. The benefit of this book is that the younger generation who are reading this book will be more interested because of the use of opposing illustrations from the text, so that readers will imagine more. Attractive layout and angle of each character.

Keywords: Ujungan, Youth, Visual Branding, Illustration, Majalengka.

PENDAHULUAN

Kesenian merupakan budaya yang mengekspresikan suatu nilai keindahan dari dalam diri manusia. Kesenian juga menjadi suatu norma bagi masyarakat yang menjalani tradisi tersebut agar memiliki keteraturan dalam hidup. Kesenian di Indonesia sangatlah beragam terutama di kota Majalengka. Majalengka sendiri memiliki keragaman kesenian, baik itu tarian maupun alat musik. Salah satu kesenian yang paling ikonis di Majalengka adalah Ujungan. Ujungan termasuk seni tari, seni musik dan seni beladiri yang digabungkan menjadi satu. Nama Ujungan berasal dari kata ujung senjata yang dipukulkan ke lawan yaitu rotan. Ujungan di setiap daerah memiliki penamaan yang berbeda-beda seperti Hujungan, Perang Rotan, Sabetan hingga Sampyong

Sedikit sejarah mengenai Ujungan. Dahulu kerajaan Talaga Manggung memiliki tradisi unik untuk merekrut pasukan anggota kerajaan yaitu dengan bermain Ujungan. Setiap calon peserta membawa rotannya masing-masing, pemenang dari permainan Ujungan ini akan langsung diangkat menjadi abdi negara. Ujungan pun sering digunakan oleh prajurit Talaga Manggung sebagai permainan keseharian. Sampai pada suatu hari, seorang rakyat biasa melihatnya dan ia tertarik akan permainan kerajaan tersebut. Singkat cerita Ujungan pun mulai menyebar hingga ke penjuru Majalengka. Para masyarakat pun sangat antusias akan permainan ini lalu mulai menerapkan pakaian pelindung mengingat permainan ini sangat keras, dari proses penerapan itu terciptalah Balakutak sebagai pelindung kepala. Selain berfungsi untuk melindungi kepala para pemain, Balakutak pun berfungsi sebagai penyembunyi identitas para petarung sebab pada jaman dahulu orang-orang segan untuk melawan jawara Ujungan. Maka dari itu, para jawara tersebut menyembunyikan identitas mereka menggunakan Balakutak.

Sejak tahun 1700-an Ujungan sudah menjadi syarat bertempur,hiburan hingga seni pertunjukan bagi masyarakat Majalengka. Kesenian ini pun terkadang menjadi ajang pertarungan untuk mendapatkan gelar Jawara. Disamping itu, Ujungan memiliki nilai-nilai filosofis seperti solidaritas, tidak jumawa, saling menghormati, sopan santun, taqwa kepada tuhan, hormat kepada orang tua/guru/teman, saling menjaga, sehat jasmani dan rohani.

Pada tahun 1960-an para pemain Ujungan mulai mengalami penurunan aktivitas. Faktor penurunan aktivitas terbesar pada saat itu adalah adanya peraturan baru mengenai kekerasan yang diterapkan oleh pemerintah. Dimulai dari tahun inilah para pemain Ujungan beralih pada permainan Sampyong.

Namun hari demi hari, tokoh, komunitas, dan kesenian Ujungan mulai dilupakan bahkan bisa dikatakan hampir punah jika tidak ada revitalisasi dan regenerasi. Penyebabnya beragam yakni peraturan pemerintah pada saat itu untuk melarang permainan Ujungan, tokoh Ujungan sudah

menua, tidak banyak penerapan Ujungan pada komunitas Pencak Silat Majalengka.

Pada masa ini, globalisasi berperan penting dalam penurunan minat pada generasi muda untuk memainkan permainan tradisional ini. Contoh kecilnya, anak-anak lebih gemar menghafal musik dari luar negeri, para anak muda yang lebih banyak mengikuti komunitas *dance k-pop*, *ballet*, *street dance* dan *hip hop* dibandingkan ngibing Ujungan, seni bela diri seperti *Muay-Thai*, *Karate*, *Kungfu* dan *Taekwondo* lebih banyak event lomba yang diselenggarakan oleh pemerintah dibanding Ujungan. Selain budaya luar yang mulai masuk, orangtua lebih menekankan pendidikan formal kepada anak-anaknya dan enggan untuk mengajarkan budaya tradisional kepada anaknya.

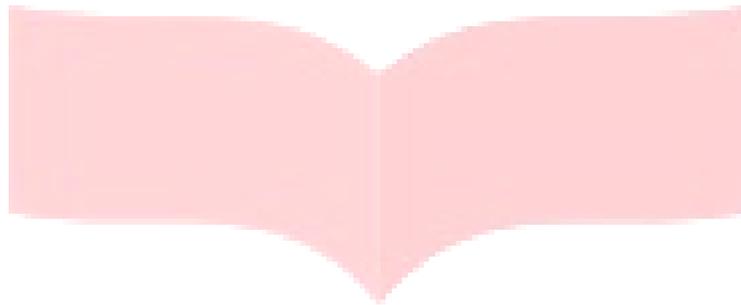
Namun pada tahun 2007, Bapak Taufik Hidayat atau biasa dikenal dengan nama Uwa Geblug bersama dua orang pemain senior Ujungan yaitu Bapak Rodi dan Bapak Karta mendirikan Padepokan Bunilaya Kuda Putih yang berlokasi di Desa Cengal, Kecamatan Maja, Kabupaten Majalengka. Tujuan didirikannya komunitas ini adalah untuk mengenalkan dan melestarikan Kembali kesenian Ujungan kepada generasi muda. Menurut data terakhir yang disampaikan oleh Uwa Geblug, terdapat 45 orang termasuk nayaga yang sudah resmi menjadi anggota Padepokan Bunilaya Kuda Putih.

Uwa Geblug menuturkan bahwa selama penampilan Ujungan yang dilaksanakan di kota-kota besar seperti Cirebon, Bandung, Indramayu dan sebagainya menggunakan biaya sendiri dan tidak ada sponsor. Ia mengatakan pemerintah Majalengka hanya menampilkan sekali dalam setahun dan untuk dua tahun kebelakang pemerintah Majalengka sudah tidak lagi menempatkan Ujungan pada event-event besar. Jika terus seperti ini maka Ujungan dipastikan akan punah. Sebenarnya Uwa Geblug sudah pernah mendiskusikan/mengusulkan untuk melakukan adaptasi guna menyesuaikan perkembangan jaman. Adaptasi yang diusulkan Uwa Geblug adalah mengubah pakaian Pangsi Hitam menjadi lebih modern seperti penggunaan warna, pemberian detail pada baju. Namun kedua rekan Uwa Geblug menolak dengan halus, alasan mereka menolak adalah hilangnya unsur budaya. Akan tetapi, mereka mengizinkan penggunaan musik yang lebih modern.

Untuk membantu pelestarian dan pengenalan kesenian Ujungan maka dibuatlah perancangan Visual Branding Ujungan yang mana target dari perancangan ini adalah anak-anak muda yang masih menimba ilmu. Output dari perancangan ini adalah buku dengan konsep ilustrasi semi-realism agar bisa diterima oleh banyak usia.

Isi dari buku rancangan ini adalah konsep permainan Ujungan, sejarah Ujungan dimulai dari kerajaan Talaga Manggung hingga sampai pada masyarakat Majalengka. Kemudian ada tata cara bermain Ujungan, dimulai dari penggunaan jampe atau doa (untuk yang beragama muslim) lalu dilanjut pada proses pertarungan (termasuk ngibing) hingga pengobatan tradisional pada saat pertarungan selesai. Semua konsep itu akan diproses oleh ilustrasi dan teks sebagai penjelas.

Buku ini nantinya akan disebar ke Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Majalengka, beberapa sekolah (SD, SMP, SMA) dan tempat-tempat pariwisata.



LANDASAN TEORI

1. Visual Branding

Menurut Nurdin Hidayah (2019), *Branding* adalah jati diri atau identitas yang membuat destinasi dapat diidentifikasi secara berbeda dengan destinasi yang lain, dan agar target pelanggan mudah mengingatnya.

Menurut Bill Baker (2007 : 26) mendefinisikan *Branding* adalah prinsip pengorganisasian yang melibatkan pengaturan pesan dan pengalaman yang terkait dengan tempat untuk memastikan bahwa pesan tersebut mempunyai ciri khas, menarik, mudah diingat, dan bermanfaat. *Branding* yang baik akan tertanam di hati dan pikiran pelanggan, memiliki ciri khas tersendiri, menambahkan value pada perjanjian, dan mempermudah pilihan pelanggan.

Menurut S Saraniemi (2008 : 87) berpendapat bahwa nama, simbol, logo, tanda kata atau *graphic* lain yang mengidentifikasi dan membedakan sebuah tempat. Selanjutnya, *Visual Branding* menyampaikan janji pengalaman perjalanan yang tak terlupakan secara unik terkait dengan tempat itu. *Visual Branding* juga berfungsi untuk mengkonsolidasikan dan memperkuat kenangan menyenangkan dari pengalaman tempat tersebut.

2. Logo

Menurut Swasty (2016 : 43) mendefinisikan Dengan logo, semua sudah digambarkan mulai dari visi, misi, nilai dan budaya perusahaan). Dengan begitu, logo bagian dari identitas merek yang memiliki peran luas dalam mengkomunikasikan layanan, produk dan organisasi dengan cepat. Adapun lima prinsip dalam merancang sebuah logo yakni, diantaranya adalah.

Balance, logo itu harus memiliki keseimbangan agar nyaman saat dilihat. Logo memiliki tiga keseimbangan yaitu simetris, asimetris dan radial. *Balance* merupakan kunci dari desain logo sebab dengan keseimbangan kita bisa melihat ruang kosong pada bagian logo.

Unity, adanya interaksi pada elemen-elemen yang terkandung dalam logo dan bagaimana elemen tersebut berinteraksi satu sama lain. Ada empat faktor yang membuat elemen-elemen tersebut berinteraksi yaitu kelanjutan, penutupan, kesamaan, kedekatan dan keselarasan. Contoh logo yang memiliki *unity* unik adalah Pepsi, dalam logonya terdapat ruang kosong, akan tetapi karena adanya interaksi dari setiap elemen di logo tersebut mata kita bisa menangkap gambar lingkaran penuh.

Rhythm, irama menciptakan pola pengulangan dan perubahan ukuran pada suatu elemen.

Proportion, perbandingan dari dua objek atau lebih dalam suatu desain sehingga menciptakan kedalaman dan memunculkan efek dominasi.

Dominance, adanya penekanan pada satu karakter dan menciptakan Point Of View pada karakter tersebut. Penekanan bisa tercipta oleh perubahan ukuran, perbedaan warna dan perbedaan satu elemen dengan mayoritas elemen.

3. Tipografi

Sebuah ilmu yang mempelajari karakteristik huruf, bagaimana merancang, mendesain, menempatkan dan mengelola huruf untuk kebutuhan yang akan digunakan dalam tugas mendesain.

Lieberman (2014 : 64) mengemukakan bahwa ada 2 hal yang membuat tipografi dianggap sukses, yaitu.

Legibility, merupakan tingkat keterbacaan huruf oleh mata pembaca tanpa kesulitan. Seringkali huruf tipografi yang sulit dibaca muncul dalam suatu desain akibatnya desain tersebut bisa salah makna dalam penyampaian informasi. Oleh karena itu seorang desainer harus mengetahui karakteristik dari suatu huruf dengan baik.

Readability, adalah hubungan huruf dengan huruf lainnya sehingga bisa dibaca dengan jelas. Dalam hal ini spasi/jarak sangat berperan besar dalam mengatur hubungan huruf dengan huruf. Ketidaktelitian dalam menggunakan spasi bisa mengurangi/menyulitkan kemudahan membaca.

4. Ilustrasi

Ilustrasi adalah gambar yang berfungsi dalam menggambarkan suatu teks di dalam sebuah desain. Ilustrasi juga menjadi daya Tarik yang bisa menarik perhatian para pembaca.

Adapun tujuan dalam penambahan ilustrasi, diantaranya. Supriyono (2010 : 52).

- Menarik perhatian pembaca.
- Menjelaskan teks atau *body copy*.
- Menerangkan identitas.
- Menerangkan suatu produk.
- Memberikan kepercayaan kepada pelanggan terhadap informasi yang disampaikan melalui teks.
- Membuat pembaca memiliki ketertarikan untuk melihat dan membaca judul.
- Memperlihatkan keunggulan produk.
- Membangun kesan yang melekat ke dalam produk.

5. Fotografi

Memiliki arti yaitu melukis dengan cahaya. Fotografi pun bisa digunakan untuk menyampaikan pesan dan menangkap momen-momen penting.

6. Warna

Warna primer terdiri dari warna merah, kuning dan biru. Selain itu warna sekunder merupakan hasil dari campuran warna primer yang terdiri dari warna hijau, jingga dan ungu. Apun campuran warna primer dengan warna sekunder menghasilkan warna tersier. Dengan pemilihan warna yang tepat ke dalam desain akan membantu dalam menciptakan mood.

Warna bisa dapat kita lihat dari tiga dimensi, yakni.

- *Hue*, pembagian warna yang digolongkan sesuai nama dari warna tersebut. Seperti kuning, hijau, merah, biru.
- *Value*, terang-gelap sebuah warna.
- *Intensity*, tingkat kejernihan pada warna.

7. Layout

Tata letak dari elemen-elemen visual yang memiliki kaitan dengan sebuah bidang sehingga tercipta susunan yang rapih. Layout biasa di terapkan pada desain poster, brosur, website, majalah dan iklan.

Layout memiliki empat prinsip dalam penerapannya, diantaranya ada *sequence*, *emphasis*, *balance* dan *Unity*.

Sequence, alur dalam membaca pada karya desain. *Sequence* membuat pembaca tahu apa yang harus mereka baca dahulu. Dengan *sequence* tidak akan ada lagi pembaca yang kebingungan dalam membaca informasi.

Emphasis, penekanan pada elemen visual tertentu pada layout. *Emphasis*, berfungsi sebagai titik fokus pada layout agar pembaca memberi perhatian atau membaca pada bagian yang diberi penekanan.

Berikut cara membuat *emphasis* pada layout:

- Membuat ukuran lebih besar pada satu elemen visual sehingga elemen visual lain tampak kecil.
- Mengubah warna elemen visual menjadi warna yang kontras dengan elemen visual lainnya.
- Menempatkan elemen visual pada bagian yang menarik perhatian pembaca.
- Memakai gaya desain atau font yang berbeda.

Balance, keseimbangan dibagi menjadi dua yaitu keseimbangan simetris dan keseimbangan asimetris. Keseimbangan simetris setiap sisi harus memiliki bobot yang sama. Sedangkan keseimbangan asimetris memiliki elemen visual yang tidak sama dengan elemen visual berlawanan. Objek yang digunakan mungkin lebih banyak pada sisi kanan atau sebaliknya asalkan desainer tetap jeli dalam melihat komposisinya. Kelebihan asimetris dibandingkan simetris adalah

lebih fleksibel.

Unity, merupakan hubungan antar objek secara keseluruhan. Elemen visual harus memiliki ikatan dengan elemen visual lainnya.

8. Promosi

Proses komunikasi dalam pemasaran. Dalam hal ini promosi melakukan aksi dalam menyebarkan informasi agar pelanggan sadar akan kehadiran produk/jasa suatu merek. Promosi pun berperan dalam mempengaruhi target pasar atas merek dan produknya supaya mereka mau membeli, menerima dan menjadi pelanggan tetap pada produk yang dipromosikan.

9. Bahasa Sunda

Merupakan kumpulan kertas yang berisi informasi baik itu teks maupun gambar. Sisi dari lembar kertas biasa disebut sebagai halaman. Seiring perkembangan jaman, buku mulai berkembang menjadi e-book atau biasa disebut buku elektronik, yang bisa diunduh oleh perangkat computer. Kelebihan e-book adalah praktis, tidak menggunakan kertas, murah, simple dan memiliki jangka waktu yang lama.

Buku dibagi dalam empat jenis. Seperti yang dijelaskan Surahman (2014). Diantaranya.

- Buku sumber, Buku ini biasa digunakan untuk mengutip, mencari referensi, rujukan dan sumber kajian berbagai ilmu tertentu, kajian ilmu yang di dapat dari buku ini biasanya lengkap.
- Buku bacaan, Buku yang memiliki satu fungsi yaitu hanya untuk dibaca saja, seperti komik, novel, buku cerita anak dan legenda.
- Buku pegangan, buku yang menjadi pegangan guru-guru atau para pengajar ketika sedang melakukan proses pembelajaran kepada anak didik.
- Buku-buku teks, buku yang digunakan selama proses pembelajaran dan isi dari buku ini berupa bahan/materi yang akan di ajarkan selama proses pembelajaran.

10. Pariwisata

Menurut Pitana (2018: 33) menjelaskan, pariwisata adalah sebagian orang yang sudah berada pada tingkat kesejahteraan/makmur dan memiliki waktu kosong untuk melakukan perjalanan jauh tetapi bukan berpindah rumah. Melainkan untuk menghibur dan mengisi waktu kosongnya, atau untuk tujuan budaya.

Pariwisata mengandung unsur pokok, yaitu:

- Unsur perjalanan (*travel*), adalah perjalanan manusia dari tempat A menuju tempat B dan seterusnya.

- Unsur tinggal sementara, menetap ditempat yang bukan daerahnya.
- Tujuan utama manusia melakukan perjalanan jauh bukan untuk mencari pekerjaan/penghasilan melainkan untuk menghibur diri.

11. Kebudayaan

Kebudayaan merupakan kebiasaan masyarakat yang dilakukan secara turun temurun. Kebiasaan tersebut bisa berupa kesenian, kepercayaan, perilaku, moral, norma hukum, norma sosial.

Ada tujuh elemen kebudayaan, yaitu:

1. Sistem ekonomi

Usaha yang dilakukan oleh manusia dalam mencari kebutuhan hidup seperti memperoleh barang dan jasa. Sistem ekonomi ini mencakup, bertani, berdagang, beternak, berburu hewan liar, memancing dan mengumpulkan makanan.

2. Sistem teknologi

Teknologi yang dimaksudkan adalah kemampuan teknik yang dimiliki oleh kelompok masyarakat, mencakup seluruh kegiatan yang berkaitan dengan pengumpulan bahan mentah, pengolahan bahan-bahan mentah yang diproses menjadi alat kerja, alat penyimpanan, rumah, transportasi, pakaian, alat berburu. Unsur teknologi yang paling dominan merupakan kebudayaan fisik yang mencakup, alat untuk memproduksi, pakaian, perhiasan, senjata, minuman, makanan, transportasi dan rumah/tempat berlindung.

3. Sistem kesenian

Kesenian bisa dikatakan bentuk dari hasrat manusia kepada keindahan. Keindahan muncul dari imajinasi kreatif manusia yang beraneka ragam demi memenuhi kepuasan batin mereka.

Kesenian memiliki banyak bentuk, diantaranya yaitu.

- Seni Tari

Seni tari adalah gerakan tubuh sesuai dengan irama yang mengiringinya. Tari juga berarti ungkapan jiwa manusia melalui gerak ritmis, sehingga dapat menimbulkan daya pesona. Yang dimaksud ungkapan jiwa adalah meliputi cetusan rasa dan emosional yang disertai kehendak.

- Seni Bela Diri

Seni bela diri merupakan satu kesenian yang timbul sebagai satu cara seseorang untuk mempertahankan/membela diri. Seni bela diri telah lama ada dan berkembang dari masa ke masa. Pada dasarnya, manusia mempunyai insting untuk selalu melindungi diri dan hidupnya. Dalam tumbuh atau berkembang, manusia tidak dapat lepas dari kegiatan fisiknya. Hal inilah

yang akan memicu aktivitas fisiknya sepanjang waktu.

- Seni Musik

Merupakan salah satu cabang kesenian yang mengandung unsur seperti melodi, tempo, irama, harmoni dan vocal. Semua unsur diatas tercipta dari ungkapan rasa indah manusia yang diwujudkan menjadi satu kesatuan kedalam nada atau suara.

- Seni Rupa

Seni rupa merupakan perwujudan suatu benda dengan keindahan yang dapat dirasa, diraba, dilihat dan dapat dinikmati. Didalam keindahan benda tersebut memiliki sesuatu yang kompleks seperti gagasan, ide-ide, nilai-nilai, norma dan peraturan.

Berikut beberapa contoh karya seni rupa:

1. Lukisan

Karya seni yang dapat dinikmati oleh kedua mata ini merupakan karya seni rupa dua dimensi yang menggabungkan dua teknik yaitu menggambar dan mewarnai. Isi dari lukisan berupa ungkapan/ekspresi dari seorang pelukis.

2. Patung

Karya seni yang dapat diraba, dirasa, dilihat dan dinikmati ini merupakan karya seni rupa tiga dimensi. Karya seni ini dapat kita temukan dengan mudah disekitar kita.

3. Foto

Suatu karya seni dua dimensi yang tercipta dengan bantuan sebuah alat yang dinamakan kamera.

4. Relief

Karya seni rupa tiga dimensi dengan medium sebuah batu. Relief biasa ditemukan pada bangunan candi, prasasti atau monument. Relief memiliki ukiran, pahatan dan tulisan yang memiliki makna filosofis mendalam sebab didalamnya terdapat kisah dan sejarah dari nenek moyang yang bisa kita pelajari.

5. Kerajinan Keramik

Karya seni tiga dimensi yang proses pembuatannya menggunakan tanah liat atau keramik.

4. Bahasa

Bahasa memiliki dua wujud, yaitu lisan dan tulisan. Bahasa adalah media yang menjadi perantara manusia dalam mengembangkan, meneruskan dan mengadaptasi kebiasaan secara turun temurun sehingga terciptalah suatu kebudayaan.

5. Sistem religi

Suatu hal yang sacral menyangkut kepercayaan dan praktek keagamaan. Memiliki kaitan dengan suatu hal yang suci dan tidak akan dapat dijelaskan oleh logika. Cakupan dari system religi adalah kepercayaan, nilai dan cara pandang hidup, komunikasi keagamaan hingga perayaan keagamaan.

Berikut jenis-jenis kepercayaan yang ada pada masyarakat dunia.

1. Animisme

Kepercayaan kepada roh nenek moyang yang telah lama meninggal dunia. Mereka yang menganut kepercayaan ini percaya bahwa roh nenek moyang akan selalu melindungi mereka yang menganut kepercayaan ini. Dalam animism, orang yang memimpin ritual keagamaan akan dipilih berdasarkan usia yang paling tua (sesepuh).

2. Dinamisme

Dinamisme merupakan kepercayaan manusia kepada benda sekitar seperti kayu, kipas, batu, pohon besar dan gunung. Bahkan tak sedikit ada yang menyembah benda buatan manusia itu sendiri contohnya keris, batu akik, gelang, kalung dan jimat.

3. Tothemisme

Pada kepercayaan ini hewan dijadikan sebagai dewa. Menurut kepercayaan Tothemisme, hewan memiliki kekuatan yang jauh lebih kuat seperti Gajah, Singa, Sapi, Badak dan lain-lain. Binatang yang mereka anggap sebagai dewa tidak boleh diburu dan dibunuh. Jika salah satu penganut melanggar hukum tersebut maka akan ada kutukan dan hukuman bagi si pelanggar.

4. Monoisme

Kepercayaan Monoisme merupakan kepercayaan kepada Tuhan Yang Maha Esa. Hampir diseluruh dunia menganut sistem kepercayaan ini. Mereka yang menganut kepercayaan Monoisme percaya dibalik indahny langit, besarnya Matahari dan luasnya seluruh alam semesta pasti ada penciptanya. Kategori kepercayaan monoisme terbentuk dalam beberapa agama seperti Islam, Kristen, Buddha, Hindu dan lain-lain.

6. Sistem pengetahuan

Sistem pengetahuan dalam tujuh unsur kebudayaan erat kaitannya dengan hubungan antara manusia dengan alam sekitar, flora dan fauna, pengetahuan mengenai obat tradisional, tubuh manusia, sifat dan tingkah laku manusia, ruang dan waktu. Manusia memperoleh pengetahuan ini berdasarkan pengalaman, wahyu, intuisi, logika hingga pada kegiatan yang bersifat iseng.

Berikut penjelasan hubungan antara manusia dengan pengetahuannya.

1. Alam Sekitarnya

Pengetahuan ini digunakan oleh manusia dalam menentukan musim dan gejala alam. Masyarakat yang bermata pencaharian Bertani akan menggunakan sistem pengetahuan ini untuk mengetahui musim tanam dan musim panen. Sedangkan untuk masyarakat yang bermata pencaharian nelayan, mencari tahu kapan musim untuk berlayar agar terhindar dari air laut yang sedang pasang.

2. Flora

Pengetahuan mengenai tumbuh-tumbuhan dipelajari oleh manusia dengan tujuan mencari dan bisa membedakan mana tumbuhan yang berfungsi sebagai obat-obatan, makanan hingga menghindari yang beracun.

3. Fauna

Pengetahuan mengenai binatang dipelajari oleh masyarakat dengan berbagai macam tujuan. Bagi masyarakat pemburu, pengetahuan mengenai hewan sangatlah penting untuk membedakan hewan yang dapat diburu dengan yang tidak dapat diburu. Bagi masyarakat petani, pengetahuan mengenai hewan yang dianggap hama dengan hewan yang dapat memburu hama sangat penting demi keberhasilan panen.

4. Pengetahuan Mengenai Pengobatan Tradisional

Pengetahuan ini didapat dengan dua acara. Yang pertama diwariskan oleh leluhur dan yang kedua masyarakat belajar sendiri bagaimana meracik obat-obatan.

5. Tubuh Manusia

Dalam pengetahuan ini masyarakat mempelajari sebuah pengobatan rohani dan jasmani. Pengobatan rohani yaitu pengetahuan masyarakat tentang cara mengobati seseorang menggunakan bacaan aya-ayat al-quran dan biasanya berhubungan dengan mistis. Kedua ada pengobatan jasmani yang lebih condong pada kekuatan dalam seperti tukang urut.

6. Sifat dan Tingkah Laku Manusia

Pengetahuan ini berhubungan dengan etika, norma, sopan-santun dan hukum dalam bersosialisasi antar masyarakat. Agar terdapat batasan-batasan dalam bergaul maka

diciptakan juga sanksi atau hukuman sesuai kebudayaan masyarakat.

7. Ruang dan Waktu

Pengetahuan ruang dan waktu menjadi pengetahuan yang sangat berguna untuk masa mendatang sebab pengetahuan inilah yang akan menuntun masyarakat menuju masa modern. Berikut beberapa pengetahuan ruang dan waktu yang dipelajari oleh masyarakat.

- Menghitung
- Mengukur
- Menimbang
- Menentukan jenjang periode
- Menentukan penanggalan dan pengetahuan tentang alam semesta.

7. Organisasi sosial

Manusia pada hakikatnya adalah makhluk sosial. Oleh karena itu organisasi sosial diciptakan oleh manusia untuk suatu tujuan yaitu menyelesaikan/memenuhi suatu hal secara bersama-sama.

Berikut cakupan organisasi sosial.

- Kekkerabatan
- Asosiasi dan Perkumpulan
- Sistem Kenegaraan
- Sistem Kesatuan Hidup
- Perkumpulan

METODE PENELITIAN

1. Observasi

Observasi akan dilakukan Padepokan Bunilaya Kuda Putih, Desa Cengal, Kec. Maja, Kab. Majalengka. Komunitas ini mulai melakukan pembinaan Sampyong/Ujungan kepada anak didiknya. Oleh sebab itu, komunitas ini satu-satunya sumber yang bisa dilakukan observasi secara langsung. Observasi ini bertujuan untuk memahami permasalahan, tata cara, artifak, filosofi guna keperluan pembuatan visual branding.

2. Wawancara

Wawancara akan dilakukan kepada para tokoh Ujungan seperti Bapak Hadi, Bapak Toto dan Uwa Geblug/Taufik Hidayat. Wawancara pun akan dilakukan di Dinas Kebudayaan Majalengka, Jl. Raya K H Abdul Halim No.333, Majalengka Wetan, Kec. Majalengka, Kabupaten Majalengka, Jawa Barat 45411 dan Museum Talaga Manggung.

3. Studi Pustaka

Studi Pustaka dilakukan dengan mempelajari buku Profil Kesenian Daerah Kabupaten Majalengka, Buku Ujungan Cengal. Jurnal Edukasi Sampyong untuk Memperkuat Eksistensi Kesenian Tradisional di Majalengka, Tugas akhir Perancangan Media Informasi Buku Ilustrasi Kesenian Sampyong Majalengka, Tugas akhir Perancangan Buku Ilustrasi Kesenian Sampyong Majalengka.

KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

1. Konsep

Perancangan visual branding kesenian Ujungan sebagai brand image daerah Majalengka/ Penciptaan citra yang mengacu pada identitas visual, sarana informasi, sarana promosi dan sarana komunikasi visual untuk mengenalkan dan menarik generasi muda untuk menjaga eksistensi Ujungan agar tidak punah.

Hasil sementara dari wawancara kepada tokoh Sampyong dan Ujungan tercatat bahwa Sampyong dan Ujungan memiliki perbedaan yaitu teknik bertarung. Ujungan memiliki target pukul seluruh anggota badan sedangkan Sampyong hanya bagian kaki saja. Awal mula Ujungan berganti menjadi Sampyong Ketika UUD sudah dibentuk. Penyebabnya adalah kekerasan fisik yang menyebabkan sebagian pemain Ujungan mengalami kecacatan. Akhirnya terciptalah Sampyong sebagai obat pengganti Ujungan. Selain itu, ada beberapa faktor lain yang membuat Ujungan mulai hilang yaitu para tokoh yang memperagakan Ujungan sudah banyak yang meninggal. Apalagi pada era globalisasi ini musik dan tarian modern lebih mendominasi.

Perancangan visual branding ini memiliki pesan yang ingin disampaikan kepada generasi muda. Pesan tersebut adalah mengenalkan Ujungan kepada generasi muda dan wisatawan, sehingga kelestarian Ujungan tetap terjaga dan masih dapat dinikmati sebagai seni hiburan yang diolah menjadi perancangan buku Visual Branding Kesenian Ujungan di Majalengka.

Penyampaian pesan akan diterapkan dengan perancangan visual branding yang mewakili seluruh aspek visual dan daya tarik dari Ujungan.

Adapun analisis USP (Unique Selling Point), Product Benefit dan Consumer Inside.

a. USP (Unique Selling Point)

1. Ujungan memiliki rotan dengan ukuran yang sangat panjang yaitu 90 cm. Ujungan pun memiliki banyak jenis rotan. Kebanyakan rotan yang digunakan memiliki racun yang mematikan sehingga lawan yang terkena akan cacat.

2. Selama pertandingan, para pemain Sampyong menggunakan baju pangsi hitam (khas sunda).
3. Baik Sampyong maupun Ujungan mewajibkan pemainnya untuk menggunakan pelindung kepala. Sampyong menggunakan terenggos, walaupun target Sampyong adalah kaki. Sementara itu, Ujungan mewajibkan para pemainnya menggunakan Balakutak (seperti helm). Fungsinya untuk menghindari pukulan yang mengenai kepala.
4. Alat musik yang digunakan merupakan alat musik tradisional seperti gendang kencak, gamelan, goong, kecapi dan seruling.
5. Juru kawih akan membawakan lagu-lagu sunda selama pertandingan berlangsung. Penonton diwajibkan berjoged saat wasit (Malandang) mengupkan "Biluk".

b. Product Benefit

1. Mengenalkan warisan budaya Majalengka seperti pakaian adat Sampyong, musik, tarian hingga artefak Sampyong lainnya kepada generasi muda dan wisatawan.
2. Sebagai media pembelajaran mengenai seni tari, seni musik dan seni bela diri.

c. Consumer Inside

1. Memiliki minat belajar tinggi mengenai seni tradisional seperti seni tari, seni musik dan bela diri (Sampyong).
2. Menyukai kesenian tradisional.
3. Anak muda yang masih mengenyam pendidikan.

Dari konsep pesan diatas didapatkan keyword, yakni.

- a. Kesenian (seni tari, seni musik, seni bela diri)
- b. Musik tradisional
- c. Malandang
- d. Juru kawih
- e. Rotan
- f. Balakutak
- g. Teregos
- h. Pangsi Hitam

Kata kunci digunakan untuk mempermudah pencarian pesan yang akan disampaikan kepada khalayak sasaran. Pesan yang akan disampaikan adalah "Pengenalannya sebagai ikon budaya Majalengka". Pesan ini akan disampaikan kepada generasi muda dan wisatawan yang berada di Kawasan Majalengka bahwa Sampyong sebagai identitas budaya Majalengka yang harus tetap dilestarikan.

2. Hasil Perancangan

Media utama dalam perancangan ini adalah buku. Isi dari buku ini mencakup tipografi, ilustrasi dan logo. Pemilihan buku berguna untuk memberikan leluasa dalam mendesain layout sehingga konsep ilustrasi akan lebih bermain dan vafiatif. Dengan konsep ini target tidak akan mudah bosan dalam membaca informasi yang terkandung dalam buku.

Judul : **Ujungan Warisan Budaya Majalengka**

Cover : Hard cover Art Carton 320gr cetak timbul

Isi : Artpaper 210gr doff

Ukuran : 297mm x 210mm

Teknik : Digital Painting, offset printing

Media pendukung akan berperan aktif dalam mempromosikan media utama. Media pendukung mencakup poster, x-banner, merchandise kaos, media sosial seperti Instagram, Youtube dan Twitter. Dengan media ini, para target akan diberi sedikit informasi lalu diarahkan kepada media utama.

Berikut beberapa mockup dari kesenian Ujungan Majalengka.

- Totebag
- Topi
- Baju
- Buku
- Instagram

KESIMPULAN

Majalengka memiliki kesenian tradisional yaitu kesenian Ujungan yang diciptakan oleh kerajaan Talagamanggung. Kesenian ini mengandung tiga unsur kesenian yaitu seni tari, seni beladiri dan seni musik. Pada tahun 1960-an kesenian ini sempat dilarang karena unsur kekerasan didalamnya. Akan tetapi masyarakat Majalengka masih memainkan kesenian ini hanya saja unsur kekerasannya sedikit dikurangi. Pada era globalisasi kesenian Ujungan mulai terancam akan kehadiran kebudayaan luar yang lebih diminati oleh masyarakat Majalengka. Menurut data wawancara bersama Bapak Toto, Bapak Hadi dan Uwa Geblug, Ujungan saat ini sudah masuk pada tahap kepunahan karena Ujungan sudah dihapus oleh pemerintah disetiap acara-acara besar sejak tahun 2018 dan tersisa satu sanggar yang masih melestarikan Ujungan yaitu Padepokan Bunilaya Kuda Putih. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Majalengka sebenarnya sudah mengeluarkan buku mengenai Ujungan tetapi menurut Uwa Geblug selaku pelestari Ujungan mengatakan bahwasannya buku yang diproduksi di perpustakaan dan Dinas Kebudayaan banyak

yang tidak sesuai. Selain itu, buku tersebut kurang akan identitas visual karena lebih mengutamakan tulisan.

DAFTAR PUSTAKA

- Swasty, W. (2016). *Branding: Memahami Dan Merancang Strategi Merek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rahman, M. A. (2017). *Ujungan Cengal*. Majalengka: Padepokan Pencak Silat Ujungan Bunilaya "Kuda Putih".
- Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Majalengka. (2017). *Profil Kesenian Daerah Kabupaten Majalengka*. Majalengka: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Majalengka.
- Pitana, I. G., & Diarta, I. K. S. (2019). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Anggraini, L., & Nathalia, K. (2014). *Desain Komunikasi Visual: Dasar-Dasar Panduan Untuk Pemula*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Supriyono, R. (2010). *Desain Komunikasi Visual Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi.
- Maharsi, I. (2016). *Ilustrasi*. Dwi-Quantum.
- Morgan, N., Pritchard, A., & Pride, R. (2007). *Destination Branding*. Routledge.
- Tsiotsou, R. H., & Goldsmith, R. E. (Eds.). (2012). *Strategic Marketing In Tourism Services*. Emerald Group Publishing.
- Oh, H. (Ed.). (2009). *Handbook Of Hospitality Marketing Management*. Routledge.
- Wang, Y., & Pizam, A. (Eds.). (2011). *Tourism Destination Marketing and Management: Collaborative Strategies*. Cabi.
- Baker, B. (2007). *Destination Branding For Small Cities: The Essentials For Successful Place Branding*. Destination Branding Book.
- Hidayah, N. (2019). Destination Branding: Rahasia Destinasi Jadi Pemenang. <https://pemasaranpariwisata.com/2019/10/15/destination-branding/> diakses pada 13 Februari 2020 pukul 13.45
- Dosen Pendidikan. (2020). *Pengertian Komunitas Menurut Para Ahli*. <https://www.dosenpendidikan.co.id/pengertian-komunitas-menurut-para-ahli/> diakses pada 29 Februari 2020 pukul 18.47
- Romadecade. (2020). Pengertian Poster. <https://www.romadecade.org/pengertian-poster/#!> diakses pada 29 Februari 2020 pukul 19.22
- Sawa, B. B. (2014). Pengertian Logo Tujuan dan Fungsi Part 1. <https://www.dumetschool.com/blog/Teori-Logo-Tujuan-dan-Fungsi-Part%201> diakses pada 13 Maret 2020 pukul 11.51

