

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI UNTUK FESTIVAL PERMAINAN TRADISIONAL ANAK KEBUDAYAAN BETAWI

Aindini Fajrina¹, Novian Denny Nugraha², Diani Apsari²

^{1,2,3} Universitas Telkom, Bandung

aindinif@student.telkomuniversity.ac.id¹, dennynugraha@telkomuniversity.ac.id²,

dianiapsari@telkomuniversity.ac.id³

Abstrak

Festival Permainan Tradisional Anak Kebudayaan Betawi merupakan salah satu kegiatan kampanye sosial yang merupakan salah satu upaya pemerintah untuk mengedukasi sekaligus menaikkan kembali citra permainan tradisional Betawi. Keanekaragaman permainan tradisional kebudayaan Betawi ini merupakan salah satu bagian dari kebudayaan yang wajib dijaga dan dilestarikan secara turun temurun. Karena permainan tradisional merupakan salah satu media yang lengkap untuk mengenalkan budaya kepada anak-anak karena terdapat filosofi dan arti dari suatu budaya itu sendiri. Namun masih banyak masyarakat yang kurang mengetahui tentang Festival Permainan Tradisional Anak Betawi. Salah satu penyebabnya yaitu kurangnya media informasi dan promosi tentang festival ini. Sehingga penelitian ini bertujuan untuk merancang media promosi Festival Permainan Tradisional Anak Kebudayaan Betawi. Metode perancangan dibuat dengan strategi kreatif yang akan diaplikasikan ke beberapa media promosi ATL dan BTL. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam perancangan ini yaitu dengan wawancara, kuesioner dan studi pustaka yang akan dianalisis dengan metode analisis matriks perbandingan dan SWOT. Dengan adanya perancangan media promosi ini, diharapkan dapat menjadi solusi yang tepat bagi permasalahan yang ada.

Kata Kunci : Desain Grafis, Media Promosi, Permainan Tradisional, Kebudayaan Betawi

Abstract

The Betawi Culture Children's Traditional Game Festival is one of the social campaign activities which is one of the government's efforts to educate and at the same time raise the image of Betawi traditional games. The diversity of traditional games of Betawi culture is one part of the culture that must be maintained and preserved from generation to generation. Because traditional games are one of the complete media to introduce culture to children because there is a philosophy and meaning of a culture itself. However, there are still many people who do not know about the Betawi Children's Traditional Game Festival. One of the causes is the lack of information and promotion media about this festival. So this study aims to design a promotional media for the Betawi Culture Children's Traditional Game Festival. The design method is made with a creative strategy that will be applied to several ATL and BTL promotional media. Data collection methods used in this design are interviews, questionnaires and literature study which will be analyzed by comparison matrix and SWOT analysis methods. With the design of this promotional media, it is hoped that it can be the right solution for the existing problems.

Keywords: *Graphic Design, Promotional Media, Traditional Games, Betawi Culture*

1. Pendahuluan

Indonesia merupakan negara yang terdiri dari berbagai macam suku, ras, adat, bahasa dan berbagai kebudayaan didalamnya. Berbagai macam kebudayaan di tiap wilayahnya memiliki keistimewaan tersendiri yang menjadi daya pikat untuk wilayah tersebut, seperti halnya permainan tradisional. Permainan tradisional di Indonesia memiliki beraneka ragam jenis yang di setiap daerahnya memiliki keunikannya tersendiri, seperti halnya permainan tradisional Betawi. Dahulu anak-anak bermain berbagai macam permainan tradisional di alam terbuka dengan menggunakan peralatan yang berasal dari lingkungan sekitar mereka dan disertai dengan nyanyian yang ada.

Seiring berkembangnya zaman, perkembangan teknologi pun terjadi secara terus menerus tanpa berhenti yang menyebabkan berbagai macam kemajuan dalam bidang teknologi yang berpengaruh bagi

orang tua hingga anak-anak. Berdasarkan riset UNICEF pada tahun 2019, sebanyak 98% anak memiliki akses ke perangkat seluler dan 90,7% anak dapat mengakses internet (cnnindonesia, 2020). Penggunaan gadget pada anak sebenarnya tidak terlalu bermasalah asalkan adanya pengawasan dari orang tua.

Menurut Forum Pemberdayaan Perempuan Indonesia, terdapat sekitar 65% anak-anak yang tidak lagi mengenal permainan tradisional. Hal tersebut terjadi karena adanya perkembangan teknologi dan kurangnya peran orangtua dalam mendidik anak (bali.antaranews, 2017). Karena hal itu permainan tradisional jadi kurang diminati dan bisa jadi terlupakan. Pada kenyataannya permainan tradisional merupakan bagian dari budaya yang harus tetap dijaga secara turun temurun. Karena kebudayaan merupakan aset berharga yang berisi identitas dari suatu daerah, sehingga permainan tradisional seharusnya tetap ada dan tidak tergantikan karena adanya perkembangan teknologi.

Dikutip dari beritasatu.com (2016), Prof. Dr. dr. Soedjatmiko, SpA(K), M.Si mengatakan bahwa anak sekolah dasar di antara usia 7-12 tahun sedang mengalami fase pengembangan keahlian dan kecerdasan paling intens dalam hidup mereka. Didukung pula dengan pernyataan Gusti Kanjeng Bendara Raden Ayu Adipati Paku Alam dalam uzone.id (2018), bahwa permainan tradisional dapat menstimulasi enam aspek yaitu aspek kognitif, emosi, sosial, motorik, bahasa dan karakter anak. Aspek-aspek tersebut dapat melatih kemampuan berpikir, berempati, bekerja sama, berbicara dan berbudi pekerti baik kepada anak.

Permainan tradisional merupakan salah satu media yang lengkap untuk memperkenalkan nilai budaya kepada anak, karena permainan tradisional sendiri bukan hanya sekedar permainan melainkan terdapat filosofi dan arti dari suatu budaya itu sendiri. Kang Mustofa selaku founder Kampong Dolanan juga mengatakan, bahwa dengan mengenalkan permainan tradisional memiliki beberapa manfaat untuk anak-anak seperti melatih kreativitas anak, mengenalkan norma hukum, mengenalkan arti kejujuran serta mengenalkan alam kepada anak-anak. Untuk mengenalkan dan mengedukasi permainan tradisional sebaiknya dimainkan langsung sehingga mereka mencoba dan memiliki pengalaman tersendiri. Sehingga edukasi tersampaikan lebih efektif dan juga anak-anak dapat memahami arti kebudayaan secara keseluruhan.

Untuk itu diperlukan adanya media yang mengkomunikasikan secara efisien untuk menyampaikan informasi dengan siasat yang tepat. Salah yaitu dengan melakukan kampanye sosial mengenai pengenalan kembali permainan tradisional anak kebudayaan Betawi. Kampanye sosial akan dilakukan kepada masyarakat khususnya orang tua yang mempunyai anak usia 7-12 tahun. Kampanye dapat dilakukan dengan berbagai media, seperti dengan menyelenggarakan festival. Suku Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Administrasi Jakarta Selatan serta Lembaga Kebudayaan Betawi sempat mengadakan 'Festival Permainan Tradisional Anak Betawi' pada bulan Oktober tahun 2019 lalu. Namun tidak dapat dilanjutkan dikarenakan adanya pandemi dan juga kurangnya media promosi untuk festival ini. Penyebaran media promosi yang kurang efektif menyebabkan masih banyaknya khalayak yang kurang mengetahui tentang Festival Permainan Tradisional Anak Betawi.

Berdasarkan pemaparan diatas, penulis akan merancang media promosi untuk mengedukasi sekaligus menaikan kembali citra permainan tradisional Betawi melalui Festival Permainan Tradisional Anak Betawi yang akan memanfaatkan perkembangan teknologi. Dengan adanya perancangan ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman masyarakat terutama anak-anak mengenai permainan tradisional yang merupakan bagian dari kebudayaan. Sehingga permainan tradisional Betawi ini dapat terus diingat, dimainkan kembali sehingga tidak terlupakan begitu saja.

2. Kajian Teori

2.1 Teori Desain Komunikasi Visual

Menurut Kusrianto (2009 : 2), Desain Komunikasi Visual merupakan sebuah ilmu yang mengajarkan gagasan mengenai komunikasi yang mana memiliki pesan serta makna tertentu dalam visual yang terbentuk dari elemen-elemen grafis yang dipublikasikan melalui berbagai media. Untuk merealisasikan suatu visual dibutuhkan unsur-unsur yang menciptakan suatu kesatuan. Unsur-unsur yang dibutuhkan yaitu titik, garis, bidang, ruang, warna dan tekstur.

Menurut Kusrianto (2009 : 35), terdapat beberapa prinsip dalam desain komunikasi visual yaitu

:

1. Keseimbangan, prinsip yang mengatur elemen-elemen desain secara merata dalam penataan agar terlihat seimbang dan menimbulkan unsur estetik.

2. Irama, merupakan pengulangan suatu bentuk atau unsur dari suatu garis, warna, bidang dan unsur lainnya. Irama dapat menimbulkan kesan yang aktif dalam suatu layout.
3. Kontras, merupakan salah satu aspek penentu dalam suatu desain yang menjadi pembeda agar suatu desain tidak memiliki kesan yang monoton. Kontras ditampilkan tidak berlebihan agar tidak jauh dari kesan harmonis dan menimbulkan ketidakseragaman.
4. Fokus, merupakan pemberian pusat perhatian kepada suatu bagian yang dianggap penting. Dalam menentukan fokus harus memperhatikan harmonisasi agar unsur lainnya dapat mendukung fokus yang sudah ditentukan.
5. Proporsi, menekankan pada ukuran suatu unsur yang akan disusun. Tujuannya yaitu untuk menciptakan keharmonisan dari tampilan yang ada dengan membandingkan antara bagian dengan bagian serta antara bagian dengan keseluruhan.

2.2 Teori Tipografi

Menurut Brewer dalam Darmawan (2012 : 9), Tipografi dalam artian luas merupakan penyusunan dan pola halaman atau produk cetak, sedangkan dalam artian sempit tipografi merupakan pemilihan, penataan dan berbagai hal yang berhubungan untuk mengatur susunan huruf, tidak termasuk unsur lain.

2.3 Teori Layout

Menurut Kusrianto dalam Ridwan, Nugraha, dan Wahab (2015 : 1071), layout merupakan pengaturan tata letak elemen grafis dalam suatu rancangan yang dilakukan untuk mencari keseimbangan yang harmonis. Dalam suatu perancangan terdapat beberapa prinsip-prinsip dasar yang harus diperhatikan yaitu:

1. Urutan/Sequence, digunakan untuk mengurutkan pesan yang ingin disampaikan sesuai dengan urutan yang diharapkan. Pesan diurutkan sesuai dengan alur yang dimulai dari pesan yang harus dibaca terlebih dahulu.
2. Penekanan/Emphasis, memberikan penekanan pada pesan atau objek tertentu yang diolah untuk dijadikan fokus utama sehingga dapat direspon lebih cepat oleh pembaca.
3. Keseimbangan/Balance, digunakan dengan memanfaatkan pembagian setiap informasi sehingga menghasilkan keseimbangan untuk membagi ruang dalam peletakan elemen visual ditempat yang tepat.
4. Kesatuan/Unity, digunakan untuk menciptakan sebuah kesatuan secara keseluruhan antara elemen-elemen visual dan pesan yang ingin disampaikan.

2.4 Teori Ilustrasi

Menurut Rohidi dalam Trimansyah, Apsari dan Wahab (2020 : 1167), ilustrasi merupakan visualisasi elemen rupa untuk menjelaskan atau memperindah suatu teks, sehingga audiens dapat merasakan secara langsung kesan dan sifat dari suatu cerita yang disajikan.

2.5 Teori Kampanye

Menurut Tom Altstiel dan Jean Grow dalam Noorsani (2019 : 9), kampanye merupakan suatu strategi yang melibatkan komunikasi pemasaran termasuk kedalam hubungan antara hubungan masyarakat dan perencanaan media yang ada didalamnya, namun tidak dibatasi dalam bidang elemen kreatifnya. Dalam kampanye terdapat lima komponen. Kelima komponen tersebut yaitu:

1. *Advertising*, merupakan komponen yang didukung dengan adanya media cetak seperti majalah perdagangan, majalah profesional, surat kabar, siaran televisi, radio dan lainnya.
3. *Promotion*, merupakan komponen yang dilakukan dengan menggunakan konteks penjualan jangka pendek, penawaran, iklan promosi dan lainnya.
4. *Public Relation* atau Hubungan Masyarakat, merupakan kampanye yang dilakukan dengan adanya perencanaan, publikasi dan lainnya.
5. *Interactive*, merupakan komponen ini digunakan dalam kampanye dengan memasukkan kampanye yang ada ke dalam suatu website atau iklan di internet.

6. *Direct Marketing*, merupakan komponen pemasaran yang dilakukan secara langsung.

2.6 Teori Komunikasi

Menurut Carl L. Hovland dalam Rahman (2019 : 17), ilmu komunikasi merupakan suatu usaha sistematis untuk merumuskan asas-asas secara tegas, dalam rangka untuk penyampaian suatu informasi untuk pembentukan sikap, pendapat hingga mengubah perilaku orang lain.

Menurut Katz dan Kahn, pertukaran dan penyampaian informasi merupakan hal utama dari proses komunikasi. Namun komunikasi tidak hanya sekedar proses penyampaian atau pertukaran informasi saja, melainkan dilakukan dalam upaya untuk pembentukan sebuah makna. (Widjaja dalam Rahman, 2019 : 17 – 18).

2.7 Teori Media

Menurut Djamarah dalam Rahman (2019 : 20), media merupakan sebuah alat bantu atau wadah untuk menyampaikan pesan dengan tujuan pembelajaran. Pengertian tersebut ditegaskan oleh Purnamawati dan Eldarni (2001 : 4), media merupakan apa-apa saja yang dapat digunakan untuk menyampaikan pesan guna menimbulkan perhatian dan minat sehingga terjadinya proses pembelajaran.

Menurut Pujiyanto dalam Rahman (2019 : 22), media dalam periklanan dapat dibedakan menurut sifatnya, yaitu :

1. Above The Line (ATL), merupakan media periklanan yang menggunakan media masa dan melibatkan industri dalam pemasarannya untuk membangun sebuah image. ATL sendiri merupakan media tidak langsung karena penerimaannya bersifat terbatas. Media masa yang digunakan seperti, media cetak, majalah, televisi dan sebagainya.
2. Below The Line (BTL), merupakan media yang berisi kegiatan-kegiatan promosi untuk menguatkan kampanye itu sendiri. Media yang digunakan seperti iklan luar ruangan (baliho, billboard, dll), surat pemasaran langsung, event, pameran, acara khusus dan sebagainya.
3. Through The Line (TTL), merupakan media periklanan yang menggunakan pendekatan secara menyeluruh pada pandangan dari target audiens. TTL digunakan untuk mempromosikan produk atau jasa dengan target yang spesifik, dengan menggunakan kombinasi antara media ATL dan BTL yang disesuaikan dengan keseharian target.
4. Ambient Media, merupakan media yang memanfaatkan lingkungan dengan cara yang unik dan menarik, sehingga pesan atau iklan yang disampaikan dapat menyentuh perasaan audiens dan tidak menyinggung. Pesan yang ingin disampaikan harus dapat terintegrasi dengan lingkungan. Jenis media yang digunakan harus berkekrativitas tinggi dan didukung oleh aspek psikologi, emosional, kebiasaan, segmentasi dan impact.

2.8 Teori Bermain

Menurut Rahmawati (2016 : 10), bermain merupakan salah satu tahap perkembangan anak yang dapat ditinjau dari berbagai aspek yang ada seperti aspek kognitif, fisik, emosi, sosial dan bahasa. Bagi anak-anak, bermain merupakan belajar mempersiapkan diri untuk memasuki kehidupan yang lebih dewasa dengan cara memperoleh pengetahuan sebanyak-banyaknya mengenai segala sesuatu seperti melatih pertumbuhan fisik anak, menumbuhkan rasa eksplorasi, kejujuran, tanggung jawab, karakter anak serta interaksi anak dengan orang lain. Bermain juga dapat dimanfaatkan sebagai sarana untuk mengembangkan kemampuan berbahasa anak, menambah kosa kata serta dengan bermain proses pembelajaran anak menjadi lebih menarik.

3. Metode Penelitian

Objek yang diteliti dalam penelitian ini yaitu Festival Permainan Tradisional Anak Kebudayaan Betawi. Observasi dilakukan dengan cara mengamati kegiatan Festival Permainan Tradisional Anak Betawi yang sebelumnya sudah dilaksanakan melalui youtube dan dokumentasi yang ada. Dengan melakukan proses wawancara kepada Yahya Andi Saputra selaku Ketua Lembaga Kebudayaan Betawi, serta kepada Mustofa Sam / Cak Mus selaku Founder Kampong Dolanan. Selain itu juga dilakukan penyebaran kuesioner secara

online kepada khalayak umum untuk mendapatkan data dan mengetahui tanggapan khalayak mengenai Festival Permainan Tradisional Anak Kebudayaan Betawi. Dilakukan juga studi pustaka untuk mengumpulkan data dan informasi terkait melalui buku, artikel, jurnal dan sumber referensi media online lainnya. Seluruh data yang sudah didapatkan dianalisis dengan metode analisis matriks perbandingan untuk membandingkan media promosi Festival Permainan Tradisional Anak Kebudayaan Betawi dengan festival sejenis lainnya, yang dilanjutkan dengan melakukan analisis SWOT untuk memperhitungkan kelebihan dan kekurangan dari faktor luar dan dalam yang terdiri dari peluang dan ancaman mengenai Festival Permainan Tradisional Anak Kebudayaan Betawi.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Konsep Pesan

Berdasarkan pada hasil analisis data dan teori dasar pemikiran, maka konsep pesan ini dimaksudkan untuk mengenalkan kembali permainan tradisional anak Betawi kepada masyarakat terutama anak-anak. Oleh karena itu, diperlukan adanya sebuah media promosi untuk kampanye sosial dengan konsep yang dirancang secara matang untuk dapat mempengaruhi orang tua dalam berpikir dan bersikap. Berpikir dalam artian sadar akan pentingnya memperkenalkan permainan tradisional yang merupakan bagian dari kebudayaan kepada anak serta bersikap dalam kaitannya dengan melakukan pengenalan kembali permainan tradisional Betawi kepada anak sehingga permainan tradisional Betawi ini dapat terus diingat, dimainkan kembali dan dilestarikan secara turun temurun sehingga tidak punah dan terlupakan begitu saja.

Pesan yang disampaikan melalui perancangan media promosi “Festival Permainan Tradisional Anak Betawi” adalah wadah untuk memperkenalkan kembali kepada masyarakat Jakarta bahwa Betawi memiliki beranekaragam kebudayaan seperti permainan tradisional yang merupakan salah satu media yang lengkap untuk mengenalkan budaya kepada anak.

4.2 Konsep Kreatif

Pendekatan visual pada isi pesan kampanye akan menggunakan pendekatan emosional, pendekatan kreativitas dan humor. Pendekatan kreatif yang digunakan pada tiap media akan berbeda-beda sesuai dengan tujuannya. Dalam perancangan media yang menggunakan pendekatan emosional, digunakan visual yang berkaitan dengan permainan tradisional anak Betawi dan didukung oleh elemen-elemen visual. Sedangkan untuk perancangan media yang menggunakan pendekatan kreativitas dan humor, akan digunakan visual yang memiliki kesan ceria dengan mengutamakan visualisasi untuk anak serta didukung oleh logo kampanye.

4.3 Konsep Media

a) Jenis Media

Media yang akan digunakan dalam kampanye sosial ini terdiri dari media Above the Line (ATL) dan media Below the Line (BTL).

Media Above the Line (ATL)

1. Booklet berukuran A5 yang berisi informasi mengenai permainan tradisional Betawi yang nantinya akan dibagikan saat event berlangsung sehingga dapat menarik perhatian masyarakat untuk datang. Selain itu juga booklet ini dapat berguna sebagai media informasi dan interaksi antara orangtua dan anak saat di rumah. Dengan booklet ini orang tua dapat memberitahu sekaligus mengajarkan kepada anak mengenai permainan tradisional Betawi.
2. Poster yang akan ditempelkan di beberapa titik yang banyak dilewati oleh masyarakat. Poster ini diterapkan pada tahap attention untuk menyadarkan dan untuk menginformasikan orang tua/masyarakat agar sadar mengenai pentingnya memperkenalkan permainan tradisional kepada anak.

3. Billboard merupakan media yang efektif karena dapat diletakkan ditempat yang dapat dilihat oleh masyarakat banyak. Billboard akan diletakkan pada jalan raya atau dibagian samping jalan tol wilayah Jakarta. Billboard ditujukan untuk meningkatkan attention masyarakat tentang keberadaan Festival Permainan Tradisional Anak Betawi.
4. Sosial Media yang digunakan yaitu Instagram, facebook dan twitter karena banyaknya pengguna sosial media tersebut yang memudahkan dalam hal promosi. Pada media ini, khalayak sasaran akan memperoleh informasi seputar Festival Permainan Tradisional Anak Betawi.
5. Websitayang dapat mempermudah akses masyarakat untuk mencari informasi mengenai sejarah Festival Permainan Tradisional Anak Betawi dan berbagai informasi lainnya.

Media Below the Line (BTL)

1. X-Banner yang akan diletakkan pada saat festival berlangsung di beberapa titik. Berisi tentang Festival Permainan Tradisional Anak Betawi dalam rangka kampanye sosial. Banner diterapkan pada tahap interest.
2. Merchandise berupa masker dan totebag yang bisa didapatkan cuma-cuma, ada yang didapatkan dengan mengikuti challenge dan ada juga yang dapat dibeli pada saat festival berlangsung.
3. Stiker yang akan dibagikan kepada pengunjung terutama anak-anak pada saat festival berlangsung. Stiker diterapkan pada media interest.
4. Post card dibuat sebagai kenang-kenangan dan salah satu souvenir yang dapat disimpan oleh pengunjung.
5. Id Card dibuat untuk digunakan oleh panitia selama kegiatan berlangsung, sehingga pengunjung dapat dengan mudah bertanya dan mencari informasi ketika acara berlangsung.
6. T-shirt dibuat untuk digunakan oleh panitia selama kegiatan berlangsung.

b) Strategi Media

Media yang akan digunakan dalam kampanye ini dipilih secara selektif berdasarkan tingkat efektivitasnya dalam penyampaian pesan. Adapun strategi yang digunakan yaitu strategi AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share).

1. Attention

Agar dapat menarik perhatian khalayak sasaran, dibutuhkan media visual yang dapat mengkomunikasikan tentang apa itu Festival Permainan Tradisional Anak Betawi sehingga dapat menimbulkan rasa penasaran khalayak sasaran terhadap festival tersebut. Dengan tujuan agar khalayak sasaran dapat masuk ke dalam tahap interest. Penyebaran informasi digunakan dengan menggunakan poster digital, x-banner dan billboard supaya dapat menarik perhatian khalayak sasaran sehingga dapat menyempatkan waktu untuk mengunjungi Festival Permainan Tradisional Anak Betawi.

2. Interest

Mengembangkan interest khalayak sasaran melalui media promosi yang dirancang agar khalayak mencari tahu mengenai Festival Permainan Tradisional Anak Betawi. Dengan menggunakan poster digital, billboard dan media sosial.

3. Search

Jika tahap interest berhasil, pada tahap ini khalayak sasaran akan mencari tahu informasi seputar Festival Permainan Tradisional Anak Betawi, sehingga diperlukan adanya media informasi. Informasi akan disajikan secara singkat dan menarik melalui sosial media dan website dari Festival Permainan Tradisional Anak Betawi yang didalamnya menjelaskan event yang akan dilaksanakan nanti.

4. Action

Setelah tahap search dilakukan, akan timbul tindakan dari khalayak sasaran untuk mengunjungi Festival tersebut. Media promosi yang dibuat diharapkan dapat menarik perhatian dan mengajak masyarakat untuk datang ke Festival Permainan Tradisional Anak Betawi. Media

5. Share

Jika promosi yang dilakukan sudah dapat menarik perhatian, kemungkinan khalayak sasaran akan membicarakan tentang festival ini kepada teman-temannya. Dengan membeli merchandise yang ada dan setelah mengunjungi Festival Permainan Tradisional Anak Betawi, khalayak sasaran dapat membagikan moment berupa foto atau video melalui sosial media mereka masing-masing.

4.4 Konsep Visual

1. Gaya Visual

Pada perancangan desain untuk media promosi ini diterapkan desain yang identik dengan anak sekolah dasar. Penggayaan ilustrasi kartun yang simpel dengan menggunakan teknik digital painting.



Gambar 4.1 Referensi Penggayaan Ilustrasi

Sumber : <https://www.instagram.com/beatrice.blue/>



Gambar 4.2 Referensi Penggayaan Ilustrasi

Sumber : <https://www.instagram.com/erindwia/>

2. Layout

Dalam perancangan ini, struktur layout yang akan dipakai yaitu dengan mengkomposisikan tipografi dan ilustrasi secara proporsional. Dalam layout terdapat elemen visual sebagai daya tarik, elemen teks meliputi headline dan body text untuk memperjelas informasi, serta logo kampanye. Elemen visual dan teks yang ada dikomposisikan secukupnya dan tidak terlalu berlebihan namun tetap dinamis. Dengan penempatan elemen visual dan teks dibuat seimbang agar menciptakan komposisi yang menarik. Ukuran yang digunakan disesuaikan dengan media promosi yang akan dibuat.



Gambar 4.3 Referensi Layout

Sumber: <https://www.behance.net/gallery/18052347/MIMO-2014>

3. Tipografi

Jenis tipografi yang akan diterapkan dalam perancangan ini disetiap media yang digunakan akan disesuaikan pada karakter target sasaran. Beberapa jenis font yang akan digunakan yaitu:

- Untold Story Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 0123456789

Gambar 4.4 Font Untold Story Regular

Sumber : Aindini Fajrina, 2021

- Patrick Hand

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 0123456789

Gambar 4.5 Font Patrick Hand

Sumber : Aindini Fajrina, 2021

- Poppins Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 0123456789

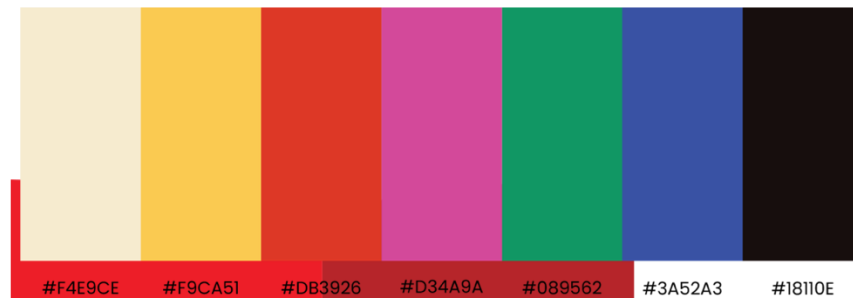
Gambar 4.6 Font Poppins Regular

Sumber : Aindini Fajrina, 2021

4. Warna

Warna yang akan digunakan dalam perancangan ini diambil berdasarkan turunan dari warna-warna khas kebudayaan Betawi yaitu warna hijau, warna kuning, warna merah dan warna beige/krem sebagai warna pendukung. Warna hijau melambangkan kesuburan, warna kuning digunakan untuk memberikan kesan cerah, ceria dan semangat, serta warna merah memberi kesan kekuatan, energi dan kepercayaan diri.

Selain itu juga karena warna-warna tersebut termasuk ke dalam warna yang cerah yang diharapkan dapat menarik perhatian target sasaran utama yaitu orang tua yang memiliki anak usia sekolah dasar.



Gambar 4.7 Palet Warna
Sumber : Aindini Fajrina, 2021

4.5 Hasil Perancangan

1. Booklet

Booklet dicetak dengan ukuran A5 dan nantinya akan dibagikan saat event berlangsung sehingga dapat menarik perhatian masyarakat untuk datang. Selain itu juga booklet ini dapat berguna sebagai media informasi dan interaksi antara orangtua dan anak saat di rumah. Dengan booklet ini orang tua dapat memberitahu sekaligus mengajarkan kepada anak mengenai permainan tradisional Betawi.



Gambar 4.8 Cover Booklet
Sumber : Aindini Fajrina, 2021



Gambar 4.9 Isi Booklet
Sumber : Aindini Fajrina, 2021

2. Poster



Gambar 4.10 Poster Utama
Sumber : Aindini Fajrina, 2021



Gambar 4.11 Poster Sekunder
Sumber : Aindini Fajrina, 2021

3. X-Banner



Gambar 4.12 X-Banner
Sumber : Aindini Fajrina, 2021

4. Billboard



Gambar 4.13 Billboard
Sumber : Aindini Fajrina, 2021

5. Instagram

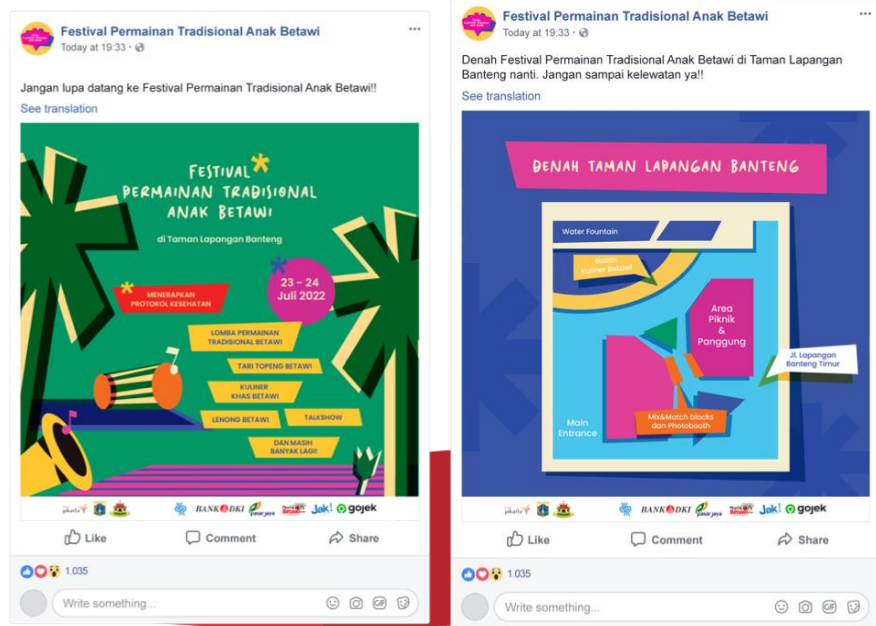


Gambar 4.14 Instagram
Sumber : Aindini Fajrina, 2021



Gambar 4.15 Instagram Feeds
Sumber : Aindini Fajrina, 2021

6. Facebook



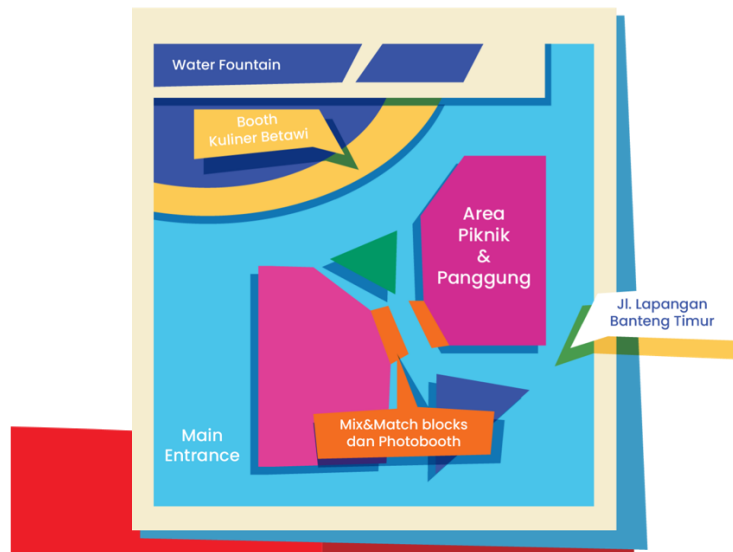
Gambar 4.16 Facebook Post
Sumber : Aindini Fajrina, 2021

7. Website

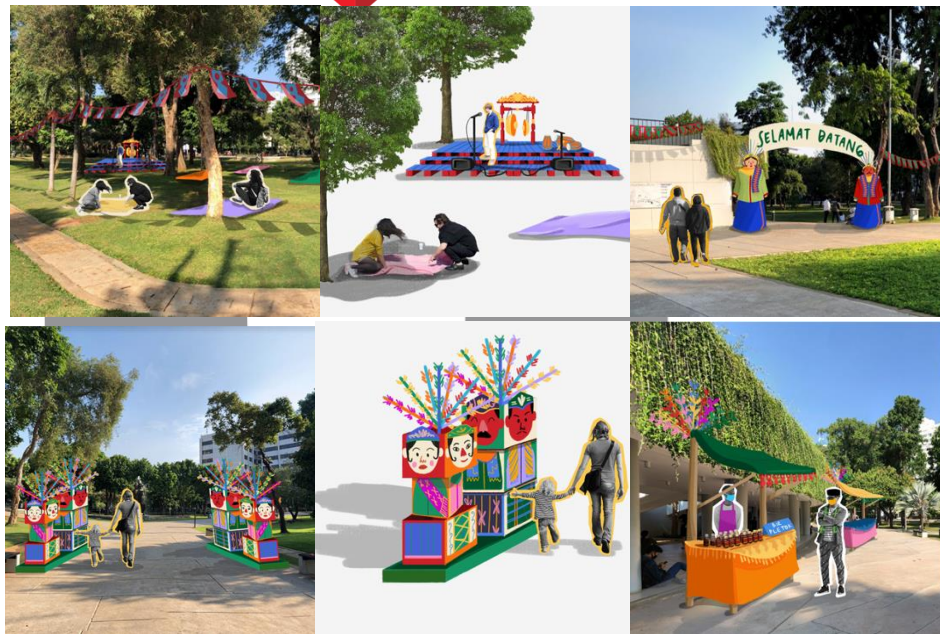


Gambar 4.17 Website Festival Permainan Tradisional Anak Betawi
Sumber : Aindini Fajrina, 2021

8. Desain Untuk Tempat Festival Permainan Tradisional Anak Betawi



Gambar 4.18 Denah Area Festival
Sumber : Aindini Fajrina, 2021



Gambar 4.19 Desain Untuk Tempat Festival Permainan Tradisional Anak Betawi
Sumber : Aindini Fajrina, 2021

5. Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang sudah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa Betawi memiliki beranekaragam kebudayaan seperti permainan tradisional yang merupakan salah satu media yang lengkap untuk mengenalkan budaya kepada anak. Pengenalan kembali permainan tradisional Betawi kepada anak itu penting sehingga dapat terus diingat, dimainkan kembali dan dilestarikan secara turun temurun sehingga tidak punah dan terlupakan begitu saja. Upaya tersebut pernah dilakukan oleh Lembaga Kebudayaan Betawi serta Suku Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota administrasi Jakarta yang mengadakan 'Festival Permainan Tradisional Anak Betawi'. Namun terdapat permasalahan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya yaitu media promosi Festival Permainan Tradisional Anak Kebudayaan Betawi yang kurang luas.

Berdasarkan pengamatan dan perancangan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan yaitu dengan membuat perancangan media promosi Festival Permainan Tradisional Anak Kebudayaan Betawi yang sesuai dengan target sasaran dan menggunakan sosial media sebagai media promosi dan penyebaran informasi, sehingga informasi dapat disampaikan dan diterima secara luas oleh berbagai kalangan. Serta perancangan media promosi ini diharapkan dapat menarik perhatian target sasaran yang dituju.

5.2 Saran

Perancangan media promosi Festival Permainan Tradisional Anak Kebudayaan Betawi ini diharapkan dapat dikembangkan pada masa yang mendatang bagi mahasiswa yang akan melaksanakan Tugas Akhir nanti agar melakukan observasi dan mengumpulkan data maupun ide dengan lebih maksimal. Dan juga memperhatikan perkembangan teknologi yang akan datang yang berpengaruh terhadap pemilihan dan penggunaan media promosi sehingga promosi dapat lebih beragam.

Referensi

Buku

- [1] Kusrianto, Adi. (2009). Pengantar Desain Komunikasi Visual. Penerbit Andi, Yogyakarta. Rustan, Suriyanto. (2009). Layout Dasar Dan Penerapannya. Jakarta: Gramedia. Soewardikoen, D. W. (2019). Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual. PT Kanisius, Yogyakarta.
- [2] Swasty, Wirania. (2016). Branding Memahami dan Merancang Strategi Merek. Bandung : Remaja Rosdakarya
- [3] Wibowo, Ibnu Teguh. (2013). Belajar Desain Grafis. Yogyakarta: Buku Pintar.

Jurnal

- [1] Agustini, Triani. (2019). Perancangan Buku Cerita Interaktif Meneladani Sifat Abu Hurairah Terhadap Hewan Dalam Kehidupan Sehari-Hari. <http://repository.unpas.ac.id/42569/3/BAB%202.pdf>. (diakses pada 6 April 2021).
- [2] Alatas, FA. (2020). Perancangan Identitas Visual Kawasan Agrowisata Belimbing Dewa Kota Depok. <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/157551/slug/perancangan-identitas-visual-kawasan-agrowisata-belimbing-dewa-kota-depok.html>. (diakses pada 18 April 2021).
- [3] Amalia Untarni, F., & Rahman, Y. (2016). PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL MENINGKATKAN MINAT BACA ANAK MELALUI BAPUSIPDA DI KOTA BANDUNG. Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain Dan Periklanan (Demandia), , 134-145. doi:10.25124/demandia.v1i02. (diakses pada 23 Juli 2021).
- [4] Darmawan, Ferry. (2012). Pengantar Desain Komunikasi Visual. <https://repository.unikom.ac.id/38655/1/TERMINOLOGI%20DESAIN.pdf>. (diakses pada 5 April 2021).
- [5] Octavia, D., & Fadilla, A. N. (2017). PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL PENCEGAHAN KANKER SERVIKS TERHADAP REMAJA WANITA DI KOTA JAKARTA. Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain Dan Periklanan (Demandia), 2(2), 200–215. (diakses pada 23 Juli 2021).
- [6] Lathifa, N., Aditia, P., & Hidayat, D. (2015). Perancangan Buku Bergambar Pengenalan Permainan Tradisional Jawa Barat Dengan Batu Sebagai Alat Bermain Untuk Anak. eProceedings of Art & Design, 2(3). (diakses pada 23 Juli 2021).
- [7] Latifa, Suci Geulis. (2019). Perancangan Buku Ilustrasi Edukasi Permainan Tradisional Sunda Tanpa Alat Untuk Anak 7-12 Tahun. <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/152954/slug/perancangan-buku-ilustrasi-edukasi-permainan-tradisional-sunda-tanpa-alat-untuk-anak-7-12-tahun.html>. (diakses pada 6 April 2021).
- [8] L Trimansyah, D Apsari, T Wahab. (2020). Perancangan Buku Edukasi Tentang Alat Musik Celentung Untuk Anak-anak Sekolah Dasar Di Garut. eProceedings of Art & Design 7(2)
- [9] M Ridwan, ND Nugraha, T Wahab. (2015). Perancangan Visual Sistem Media Informasi Pengenalan Bangunan Bersejarah Di Kota Bandung. eProceedings of Art & Design 2 (3).
- [10] Noorsani, KR. (2019). Perancangan Media Kampanye Sosial Produk Sarung Samarinda Bagi Generasi Muda. <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/153124/slug/perancangan-media-kampanye-sosial-produk-sarung-samarinda-bagi-generasi-muda.html>. (diakses pada 17 April 2021).
- [11] Novelin, Rizky. (2013). Perancangan Kampanye Sosial Pendeteksian Mata Minus Sejak Dini. <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/17938/slug/perancangan-kampanye-sosial-pendeteksian-mata-minus-sejak-dini.html>. (diakses pada 22 April 2021).
- [12] Sammona, PP. (2019). Perancangan Buku Dongeng Interaktif Sebagai Media Pembelajaran Moral Dengan Tema Dongeng Si Pahit Lidah. <http://repository.unpas.ac.id/43897/3/BAB%20II.pdf>. (diakses pada 6 April 2021).

- [13] SB Asmara, R Siswanto. (2019). Perancangan Buku Ilustrasi Sebagai Media Informasi Mengenai Kearifan Lokal Suku Samin. eProceedings of Art & Design 6 (1).
- [14] Setiawan, L. (2016). Perancangan Buku Ilustrasi Pengenalan Nama Buah-Buahan Dengan Sistem Isyarat Bahasa Indonesia (SIBI) Berbasis Karakter Untuk Anak-Anak TKLB-B Karya Mulia Surabaya. http://repository.dinamika.ac.id/id/eprint/1738/4/BAB_II.pdf. (diakses pada 7 April 2021).
- [15] Rahman, DN. (2019). Perancangan Kampanye Pencegahan Obesitas Anak Melalui Permainan Tradisional Sebagai Sarana Aktivitas Fisik Anak. <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/148060/slug/perancangan-kampanye-pencegahan-obesitas-anak-melalui-permainan-tradisional-sebagai-sarana-aktivitas-fisik-anak.html>. (diakses pada 17 April 2021).

Sumber Berita

- [1] Firdaus, Andi. (2017). Kebanyakan Anak Indonesia Lupa Permainan Tradisional. <https://bali.antaraneews.com/berita/106507/kebanyakan-anak-indonesia-lupa-permainan-tradisional>. (diakses pada 22 April 2021).
- [2] Handayani, Indah. (2016). Dukung Tahap Eksplorasi Anak di Usia 7-12 Tahun. <https://www.beritasatu.com/gaya-hidup/363869/dukung-tahap-eksplorasi-anak-di-usia-7-12-tahun>. (diakses pada 27 Maret 2021).
- [3] Hanggara, Zhufi. (2018). Efek Kemajuan Zaman Terhadap Permainan Tradisional. <https://muda.kompas.id/baca/2018/12/09/efek-kemajuan-zaman-terhadap-permainan-tradisional/>. (diakses pada 28 Februari 2021).
- [4] Jogja, Tugu. (2018). Pentingnya Permainan Tradisional Nusantara bagi Perkembangan Anak. <https://uzone.id/pentingnya-permainan-tradisional-nusantara-bagi-perkembangan-anak>. (diakses pada 27 Maret 2021).
- [5] Melani, Agustina. (2020). Usir Rasa Bosan Selama di Rumah Saja dengan Permainan Tradisional. <https://surabaya.liputan6.com/read/4255307/usir-rasa-bosan-selama-di-rumah-saja-dengan-permainan-tradisional>. (diakses pada 28 Februari 2021).
- [6] Nurdiarsih, Fadjriah. (2019). Permainan Betawi yang Hilang dan Dikenang. <https://komunitasbambu.id/permainan-betawi-yang-hilang-dan-dikenang/>. (diakses pada 28 Februari 2021).
- [7] Tim CNN Indonesia. (2020). Agar Anak Tak Berlebihan Pakai Internet dan Gawai Saat PSBB. <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20200423104614-277-496438/agar-anak-tak-berlebihan-pakai-internet-dan-gawai-saat-psbb>. (diakses pada 1 April 2021).