PERANCANGAN PROMOSI LUKISAN WAYANG KAMASAN MELALUI WEBSITE DAN *AUGMENTED REALITY*

Putu Tasya Pratiwi Utami[1], Moh Isa Pramana Koesoemadinata [2], I Dewa Alit Dwija Putra[3]
pututasya8@gmail.com[1], dronacarya@telkomuniversity.ac.id[2], dwijaputra@telkomuniversity.ac.id[3]
[1, 2, 3] School of Creative Industries – Telkom University

Abstrak: Seni lukis wayang Kamasan merupakan karya seni tradisi yang berkembang di desa Kamasan, Klungkung. Seni lukis klasik wayang Kamasan ini mmiliki karakteristik yang sangat khas, unik dan detail. Dalam pembuatan lukisan wayang Kamasan terikat oleh aturan dan pakem yang bersifat baku. Cerita yang dilukis banyak mengandung unsur seni dan makna filosofis yang diambil dari cerita Ramayana dan Mahabharata serta cerita panji yang sering digunakan sebagai pencerahan dan bayangan kehidupan manusia serta mengandung nilai-nilai kebajikan. Pada era digital sekarang ini seni lukis wayang Kamasan mulai dilupakan oleh anak-anak muda karena terkesan kuno, membosankan dan hanya bisa dinikmati melalui lukisan atau berkunjung secara langsung ke museum. Sedangkan generasi muda sekarang lebih gemar mengakses teknologi multimedia contohnya sosial media seperti Instagram yang dapat menyajikan dan membagikan gambar, video, teks dan lain-lain, selain itu karena adanya fitur-fitur menarik seperti *filter* untuk dicoba dan dibagikan. Fenomena yang terjadi selama ini adalah karena kurangnya informasi yang diberikan serta promosi mengenai wayang Kamasan. Dari fenomena ini maka dibuatlah perancangan website dan *Augmented Reality* sebagai media interaktif yang dapat membantu memberikan informasi dan mempromosikan lukisan wayang Kamasan. Dalam memperoleh data penunjang untuk perancangan website dan *Augmented Reality* ini digunakan beberapa metode, yaitu observasi, studi literatur, kuesioner dan wawancara.
Kata kunci: Wayang Kamasan, Promosi, Website, *Augmented Reality*

Abstract : *Wayang Kamasan painting is a traditional art that developed in Kamasan village, Klungkung. This classic painting of wayang Kamasan has very distinctive, unique and detailed characteristic. In making of wayang Kamasan painting, they are attached by system and rule. The painting contain of many artistic elements and philosophical meanings taken from the Ramayana, Mahabharata and Panji stories which are often used as an enlightenment and representation of human life and contain virtue values. In the current digital era, the wayang Kamasan painting is*

1

starting to be forgotten by young people because it seems old-fashioned, boring and enjoying it can only be done through artwork on canvas or visiting the museum directly. Meanwhile, nowadays the younger generation prefer to access multimedia technology, for example social media such as Instagram which can serve and share images, videos, text and others, in addition the interesting features such as filter to try and share. The phenomenon that has occurred so far is due to the lack of information provided and promotion of wayang Kamasan. From this phenomenon, website and augmented reality were made as interactive media that can help to provide information and promotoe wayang Kamasan painting. In obtaining supporting data for website design and augmented reality, several methods were used, such as observation, literature study, questionnaires and interviews.
Keywords: *Wayang Kamasan, Promotion, Website, Augmented Reality*

PENDAHULUAN

Bali mempunyai berbagai kesenian yang sangat beragam dan kaya. Kebudayaan Bali telah lahir sejak zaman bali kuno dan hingga saat ini masyarakat masih bisa menikmatinya. Salah satu dari kebudayaan itu adalah seni lukis Bali Klasik, yang dikenal dengan seni lukis wayang Kamasan. Seni lukis wayang Kamasan merupakan karya seni tradisi yang berkembang di desa Kamasan, Klungkung.

Seni lukis klasik wayang Kamasan ini memiliki karakteristik yang sangat khas, unik dan detail. Lukisan wayang Kamasan juga digunakan sebagai sarana pelengkap dalam ritual keagamaan Hindu. Dalam pembuatan lukisan wayang Kamasan terikat oleh aturan dan pakem yang bersifat baku. Pengerjaannya juga bersifat kolektif dan komunal dengan menggunakan bahan-bahan yang didapat dari alam dan alat-alat yang masih tradisional (I Made Mudana, 2016). Cerita yang dilukis pada wayang Kamasan banyak mengandung unsur seni dan makna filosofis yang diambil dari Ramayana dan Mahabharata serta cerita panji yang sering digunakan sebagai pencerahan dan bayangan kehidupan manusia serta mengandung nilai-nilai kebajikan.

Pada era digital sekarang ini seni lukis wayang Kamasan ini mulai dilupakan oleh anak-anak muda karena terksesan kuno, membosankan dan menikmatinya hanya bisa melalui lukisan atau berkunjung secara langsung ke museum (NusaBali, 2016 dan AntaraNews, 2018) Sedangkan generasi muda sekarang lebih gemar mengakses teknologi multimedia contohnya sosial media seperti Instagram yang dapat menyajikan dan membagikan gambar, video, teks dan lain-lain, selain itu karena adanya fitur-fitur menarik seperti filter untuk dicoba dan dibagikan (Business Insider, 2019)

Dari fenomena yang terjadi penulis tertarik untuk membuat rancangan berbagai media promosi pendukung yang berbasis teknologi interaktif mengenai potensi yang dimiliki oleh lukisan wayang Kamasan, agar masyarakat umum dan anak muda bisa mengakses informasi terkait dengan lukisan wayang Kamasan tersebut yang secara tidak langsung bisa membantu agar tetap lestari.

Salah satunya adalah dengan perancangan website dan augmented reality. Rohi Abdulloh (2018) memaparkan bahwa website adalah gabungan halaman memuat informasi yang terdapat pada suatu domain dan dengan koneksi internet semua orang dapat mengakses. Website diperlukan sebagai media online karena dapat berperasn sebagai media promosi untuk meningkatkan Brand Awareness dan sebagai media informasi yang berfungsi menyajikan informasi secara detail dan dapat diperbaharui setiap waktu, website juga bisa menjadi wadah komunitas yang dapat diakses secara luas sehingga dapat mempertahankan eksistensi seni lukis wayang Kamasan. Kemudian media pendukung dalam website adalah augmented reality. Augmented Reality (AR) adalah teknologi yang menggabungkan elemen dua dimensi atau tiga dimensi dan menampilkannya kedalam lingkungan nyata. Augmented Reality memfasilitasi penggunanya untuk berinteraksi secara realtime (Gorbala dan Hariadi, 2010). Pemakaian augmented reality saat ini

3

berkembang dalam beragam aspek dalam kehidupan kita dan akan mengalami kemajuan yang signifikan. Terutama pemakaian augmented reality pada filter Instagram yang menarik dan pengunaannya yang mudah. Wayang kamasan secara tradisional masih berupa lukisan diatas kanvas (statis) Pada filter wayang kamasan, akan menampilkan tokoh wayang yang bergerak (dinamis) diharapkan dengan adanya teknologi augmented reality anak muda dapat tertatik sehingga mengetahui dan mengenal kembali lukisan wayang Kamasan.

METODE PENELITIAN

Pengumpulan data melalui jurnal, buku dan ebook untuk memperoleh berbagai landasan pemikiran dan data-data lapangan. Penelitian ini juga menggunakan metode wawancara dalam pencarian data dan opini narasumber untuk mencari data primer, yakni dosen seni rupa dan seniman lukis Bapak Sujana 'Suklu', pembina sanggar studio Wasundari Ibu Ni Wayan Sri Wedari, dan seniman lukisan klasik kamasan Jro Mangku Wayan Muliarsa. Ketiga narasumber berpendapat bahwa seni lukis tradisional kamasan ini mulai jarang untuk ditekuni oleh anak-anak muda karena adanya pergeseran dan perkembangan teknologi dan harapannya agar seni lukis ini tetap dilestarikan karena lukisan ini adalah bagian dari kebudayaan sebagai bagian identitas dari seni dan budaya klasik dari Bali.

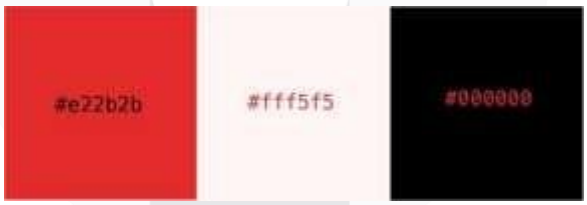
HASIL DAN DISKUSI

- Perancangan pada tugas akhir ini berfokus pada perancangan Website dan Augmented Reality sebagai media promosi lukisan Wayang Kamasan. Adapun konsep pesan yang harus disampaikan meliputi *Big Idea (What To Say)* yakni dengan teknologi Augmented Reality lukisan Wayang Kamasan Bali ini akan

menimbulkan nilai etnik, dekat, dan menyenangkan. Setelah mencoba filter Wayang Kamasan Bali maka *awareness* terhadap lukisan Wayang Kamasan Bali akan meningkat di kalangan anak muda. Kemudian *Product Insight* yaitu memberikan informasi dan meningkatkan awareness kepada generasi muda mengenai lukisan Wayang Kamasan. Kemudian pada tujuan komunikasi terdapat tiga tahap yaitu *informing, persuading* dan *reminding.* Pada tahap *informing* akan memberikan informasi mengenai lukisan Wayang Kamasan, dimulai dari sejarah, proses pembuatan dan studio atau sanggar untuk belajar melukis dengan gaya Kamasan. Lalu pada tahap *persuading* akan mempengaruhi dan mengajak audiens agar tertarik untuk mencoba *Augmented Reality* Wayang Kamasan. Dan yang terakhir adalah reminding untuk mengingatkan audiens akan eksistensi dari seni lukis klasik Wayang Kamasan dengan cara memberikan eksposur dengan cara mengunggah dan membagikan *AR* yang sudah dicoba. Kemudian strategi komunikasi yang digunakan adalah model AISAS, strategi ini dilakukan agar pesan tersampaikan pada audiens, berikut beberapa tahapan yang akan dilakukan; *Attention* yaitu untuk mendapatkan perhatian audiens melalui visualisasi desain pada media *post instagram, Interest* yaitu untuk menarik perhatian audiens melalui konten pada *website* yang terdapat fitur *Augmented Reality* yang bisa dicoba dengan menggunakan *filter instastory* yang sudah disediakan, setelah audiens tertarik, maka selanjutnya mengarahkan audiens ke tahap *search.* Pada tahap ini, *website* memiliki peran penting sebagai penyedia informasi mengenai lukisan Wayang Kamasan. Tautan *website* akan dipasang pada *bio Instagram* untuk mengarahkan audiens ke situs *website.* Selanjutnya pada tahap *Action* audiens mulai tertarik untuk mencoba *Augmented Reality* yang terdapat pada konten *website*, kemudian tahap akhir yaitu *Share* dimana audiens membagikan dan mengunggah Augmented Reality yang sudah dicoba melalui media sosial *Instagram.*

5

- Dalam konsep kreatif digunakan pendekatan rasional dan pendekatan emosional. Dalam hal ini untuk pendekatan rasional hal yang disampaikan difokuskan untuk memaparkan informasi mengenai seni lukis Wayang Kamasan, dimulai dari sejarah, proses pembuatan dan studio atau sanggar sebagai tempat untuk belajar menggambar wayang. Lalu untuk pendekatan emosional difokuskan dengan menunjukan rasa kepedulian terhadap pelestarian lukisan wayang kamasan melalui cara yang lebih mudah, dinamis dan akrab dengan kegiatan sehari-hari target audiens. Diharapkan pesan dapat tersampaikan dengan baik sehingga setelah audiens mencoba menggunakan *Augmented Reality* bisa mempunyai potensi untuk ikut dalam pelestarian budaya.
- Pada konsep visual, warna yang digunakan dalam perancangan website adalah warna hitam, putih dan merah. Warna-warna tersebut memiliki arti sebagai berikut; warna hitam memiliki arti kuat, elegan, dan menampilkan kesan professional. Warna putih digunakan sebagai warna netral agar tampilan website bersih dan rapi, selain itu warna putih memiliki arti kesederhanaan dan kenyamanan. Dan warna merah digunakan sebagai aksen, untuk penekanan pada *hover menu website*, warna merah memilik arti penting, tekad dan muda



Gambar 1 Warna
Sumber: Dokumentasi pribadi

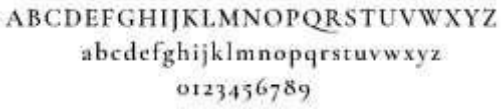
Sedangkan warna- warna yang digunakan pada perancangan gambar wayang untuk *augmented reality* akan mengikuti warna yang dipakai pada lukisan wayang tradisional yang sebagian besar warnanya berasal dari alam. Seperti *mangsi* untuk warna hitam, *blau* untuk warna biru yang dibuat dari daun

tarum, *atal* (sejenis batu yang banyak didapat dari gunung berapi untuk warna kuning), kunyit untuk warna kuning tua, *gincu* untuk warna merah tua, tulang atau tanduk menjangan untuk warna putih.

Gambar 2 Warna
Sumber: Dokumentasi pribadi

Jenis tipografi yang nyaman untuk digunakan dalam website ialah jenis *sans serif* karena memberikan kesan bersih dan kontemporer. Selain cocok dipakai untuk *headline*, tipografi jenis *sans serif* pun memiliki *readibility* yang baik untuk karakter huruf yang lebih kecil (*bodycopy*). Tipografi yang digunakan sebagai headline merupakan sans serif yang memiliki bentuk membulat sehingga memiliki bentuk yang halus dan lembut, tipografi ini terkesan muda dan dinamis. Maka tipografi yang digunakan pada website Wayang Kamasan adalah jenis *sans serif* dan *serif*. Nama *font* yang dipilih ialah Menlo, Ralewey dan Cormorant Garamond. Pada *Headline font* Menlo dipilih untuk mempertegas dan menarik perhatian. *Font* Cormorant Garamond untuk penggunaan *subheadline* pada penamaan tokoh Wayang Kamasan, font serif ini dipilih karena memberikan kesan luwes. Font Ralewey dipilih untuk subheadline karena memiliki keterbacaan yang baik serta kesan bersih dan *clean.*

Gambar 3 (Typeface Menlo)
Sumber: Dokumentasi pribadi



Gambar 4 (Typeface Cormorant Garamond)
Sumber: Dokumentasi pribadi

Gambar 5 (Typeface Ralewey)
Sumber: Dokumentasi pribadi

Berdasarkan teori, layout yang dapat diterapkan adalah menggunakan keseimbangan simetris dan asimetris. Keseimbangan simetris diterapkan untuk mengutamakan keraphihan dan keterbacaan untuk isi informasi, selain itu *white space* agar pengguna lebih nyaman dan tidak membuat lelah penglihatan ketika membaca informasi. Dan setiap *website* harus konsisten agar pengguna masih merasa dalam tautan *website* yang sama. Berikut contoh tampilan layout dari Wayang Kamasan.

Gambar 6 (Layout Homepage Website)
Sumber: Dokumentasi pribadi

Pada gaya visual, gaya lukisan klasik atau tradisional bali merupakan gaya visual yang digunakan, namun tetap mengikuti dari *pakem* yang sudah ada Salah satu ciri khas dari Wayang Kamasan bali adalah dengan pemberian ornamen (*nyawi*). *Nyawi* merupakan proses menguang kembali yang telah dilukis, seperti garis tangan dan jari-jari pada tokoh wayang dalam gambar. Kemudian, dilanjutkan dengan *nyocoin* yang merupaka proses memberikan *soca* (batu permata) pada pakaian yang dikenakan oleh tokoh wayang. Tahapan selanjutnya adalah *muluin* untuk memberikan rambut atau bulu pada bagian tangan, kaki, dan badan. Proses terakhir adalah mutihin yang merupakan pemberian sinar pada *soca* (batu permata) agar tampak bersinar.

9

Gambar 7 (Lukisan Wayang Kamasan)
Sumber: Facebook Lukisan Wayang Kamasan

Konsep Media, terdapat dua media yang digunakan yaitu, media utama berupa *website* untuk memuat informasi mengenai Wayang Kamasan, seperti sejarah, proses pembuatan dan studio atau sanggar. Dan media pendukung berupa *Augmented Reality* dan *E-poster.* Pada *Augmented Reality* menggunakan fitur *filter instastory* pada platform Instagram teknologi yang digunakan adalah *Target Tracking.* Pada *e-poster* digunakan untuk mengajak pengguna untuk mengunjungi website Wayang Kamasan dan menggunakan fitur *Augmented Reality.*

Tabel 1 (Tabel AISAS)

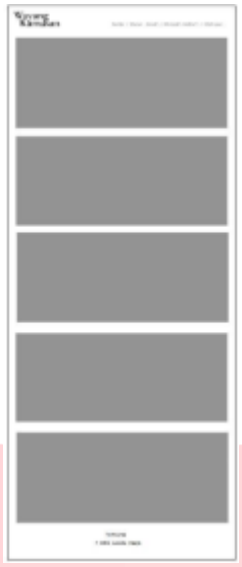
No.	Tujuan	AISAS	Media	Pesan
1.	*Informing*	*Attention, Interest*	Instagram	Mengenalkan lukisan Wayang Kamasan ke khalayak sasaran dengan konten berupa *e-poster* pada *post Instagram*
2.	*Persuading*	*Search*	Website	Menunjukan lukisan Wayang Kamasan ini ke khalayak sasaran berupa *website.*
3.	*Reminding*	*Share*	Instagram	Menunjukan *filter instagram* ke khalayak sasaran berupa *posting* ulang dari penggunaan *filter instagram.*

sumber: dokumentasi pribadi

Tahap Perancangan meliputi, perancangan *Sitemap, Wireframe* dan *Userflow.* Sebelum merancang wireframe website, maka terlebih dahulu menyusun daftar halaman yang akan ada pada halaman *website (sitemap).* Berikut adalah *sitemap* dari website Wayang Kamasan.

Gambar 8 (Sitemap Website Wayang Kamasan)
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Pada *Wireframe website* akan memiliki empat manu navigasi, yaitu *home, works/* karya, *about/* hikayat, *contact/*dialog. Pada menu *homepage/* beranda, berisi sorotan informasi mengenai Wayang Kamasan. *Homepage* adalah jenis *website* statis.



Gambar 9 (Wireframe Homepage)
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Pada paling atas halaman terdapat navigasi bar yang berisi *logotype* Wayang Kamasan di ujung kiri dan menu pada bagian kanan, ketika *logotype* di-klik maka pengguna akan kembali ke halaman *homepage*

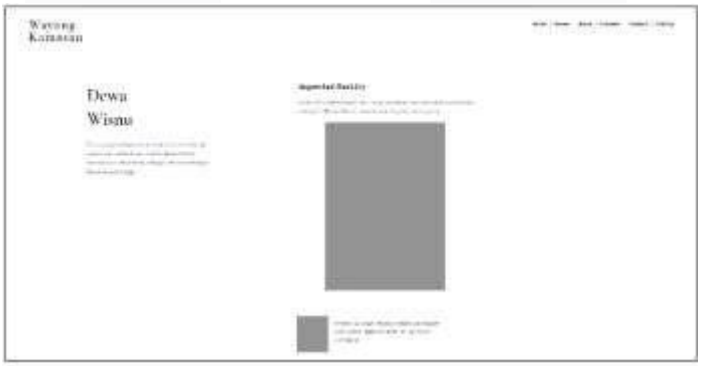
Gambar 10 (Menu Navigasi Bar)
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Gambar 11 (Footer)
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Footer berisi sosial media yang jika di-klik akan diarahkan ke *link* tersebut dan *copyright.* Pada menu *works/* karya berisi mengenai karya dan cerita yang diangkat untuk pembuatan *Augmented Reality.*

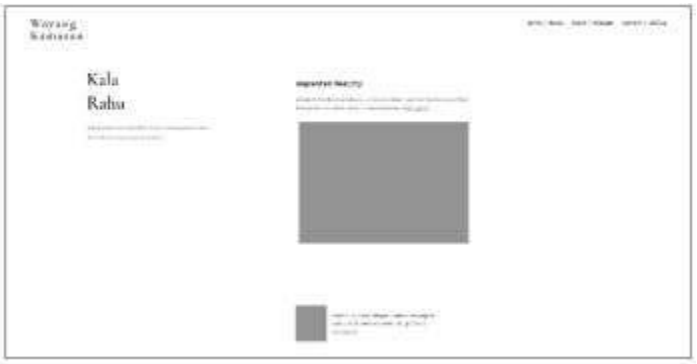
Gambar 12 (Wireframe Page Work/Karya)
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Pada halaman ini jika pengguna mengklik gambar tokoh maka akan diarahkan ke halaman baru yang menampilkan tentang tokoh dan gambar yang akan dipindai untuk mencoba fitur *Augmented Reality*.



Gambar 13. (Wireframe Page Augmented Reality)
Sumber: Dokumentasi Pribadi

13

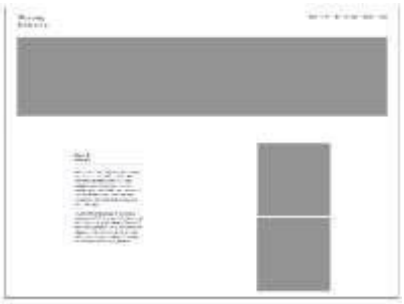


Gambar 14 (Wireframe Page Augmented Reality)
Sumber: Dokumentasi Pribadi

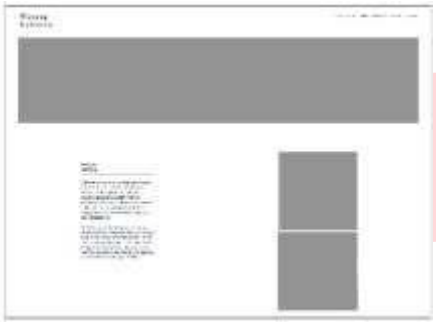
Pada menu *about/*hikayat, jika menu ini diklik maka akan muncul *sub-menu dropdown.* Menu *dropdown* ini berfungsi untuk meringkas informas dalam menu *about/* hikayat. Menu ini berisi informasi singkat mengenai lukisan tradisional klasik bali, sejarah, proses pembuatan dan informasi mengenai studio/sanggar.

Gambar 15 (Wireframe Menu Dropdown menu About/Hikayat)
Sumber: Dokumentasi Pribadi

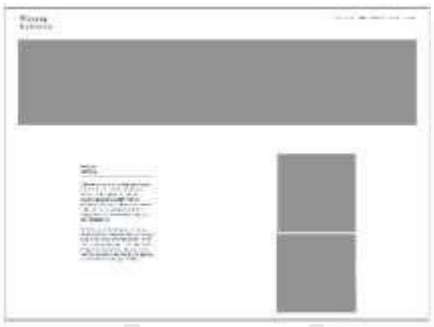
Gambar 16 (Wireframe Submenu Seni Lukis Klasik Bali)
Sumber: Dokumentasi Pribadi



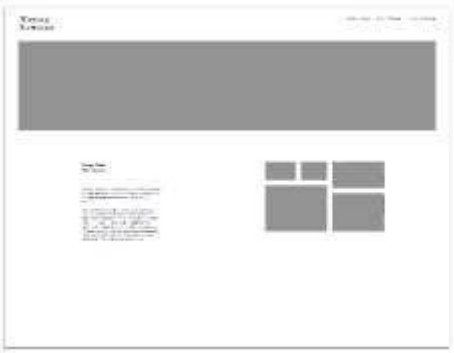
Gambar 17 (Wireframe Submenu Sejarah Seni Lukis Klasik Bali)
Sumber: Dokumentasi Pribadi



Gambar 18 Wireframe Submenu Sejarah)
Sumber: Dokumentasi Pribadi



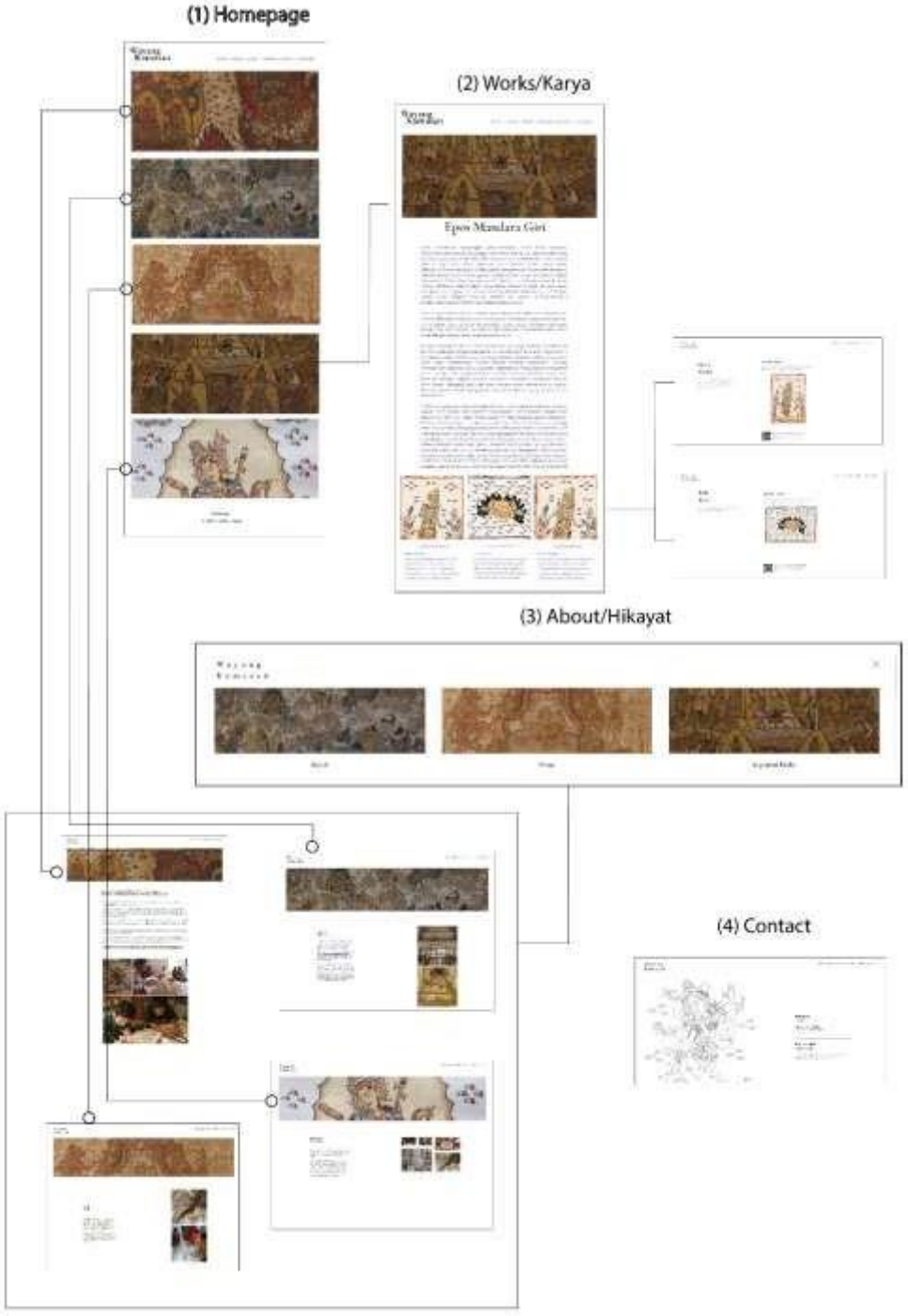
Gambar 19 (Wireframe Submenu Proses Pembuatan)
Sumber: Dokumentasi Pribadi



Gambar 20 (Wireframe Submenu Ruang Kami)
Sumber: Dokumentasi Pribadi

15

Gambar 21 Wireframe Submenu Kontak
Sumber: Dokumentasi Pribadi



Gambar 22 (Userflow Website)
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Hasil Perancangan

17

- Media Utama

  Media Utama yang digunakan adalah *website. Website* mempunyai empat halaman utama yaitu *hompage, works/* karya*, about/*hikayat dan *contact.*

  a. Home

  Pada halaman *homepage (*beranda*)* berisi sorotan informasi penting tentang Wayang Kamasan. Berikut tampilan secara keseluruhan.

Gambar 23 (Homepage Website)
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Jenis navigasi yang digunakan adalah *top navigation*

Gambar 24 (Menu Website)
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Fitur terakhir yang terdapat pada menu home adalah footer, yang akan tetap ada pada setiap halaman website. Footer memuat informasi media sosial yang jika di-klik akan diarahkan ke link tersebut dan copyright.

Gambar 25 (Footer)
Sumber: Dokumentasi Pribadi

b. *Works/* Karya

Pada halaman ini memuat informasi mengenai karya dan cerita yang diangkat untuk pembuatan *Augmented Reality.*

Gambar 26 (Page Work/ Karya)
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Jika pengguna ingin mencoba *Augmented Reality* pada gambar wayang maka pengguna harus meng-klik pada gambar wayang kemudian akan diarahkan ke halaman baru. Pada halaman baru ini akan memuat informasi mengenai tokoh wayang dan cara untuk mencoba *Augmented Reality.* Berikut tampilannya.

Gambar 27 (Page Augmented Reality)
Sumber: Dokumentasi Pribadi

c. *About/* hikayat

Jika menu ini diklik maka akan muncul *sub-menu dropdown. Menu Dropdown* ini berfungsi untuk meringkas informasi dalam menu *About/* hikayat. Menu ini berisi infromasi singkat mengenai lukisan tradisional/klasik bali, sejarah, proses pembuatan dan infromasi mengenai sanggar atau studio.

Gambar 28 (Menu Dropdown)
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Gambar 29 (Menu Lukisan Klasik Bali)
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Gambar 30 (Menu Sejarah)
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Gambar 31 (Menu Proses)

21

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Gambar 32 (Menu Ruang Kami)
Sumber: Dokumentasi Pribadi

d. Contact

Berisi informasi mengenai alamat dan no telepon dari Sanggar Wasundari untuk menghubungi lebih lanjut.

Gambar 33 (Menu Contact)
Sumber: Dokumentasi Pribadi

- Media Pendukung

a. Augmented Reality

Augmented Reality dipilih sebagai media pendukung untuk mengenalkan Wayang Kamasan dengan cara interaksi ke pengguna. Dengan rancangan ini memanfaatkan trend yang akan menarik pengguna untuk memberikan eksposur dengan cara mengunggah dan menyebarkan *AR* yang dicoba.

Konsep Karakter Tokoh Augmented Reality

Wayang Kamasan mempunyai beberapa pakem dalam bentuk sikap, figur, ekspresi, dan warna tertentu yang disesuaikan dengan peran dalam suatu cerita. Tokoh Dewa dalam pewayangan memvisualkan sifat adil,
pengasih, dan penyayang. Tokoh ksatria dalam pewayangan digambarkan dengan ekspresi yang perkasa, berwibawa, gagah, dan kuat. Tokoh dewi digambarkan dengan ekspresi cantik, lembut, dan bijaksana.

Penggambaran sifat baik dan buruk pada wayang seperti *rwa bhineda* akan selalu ada, sehingga tidak dapat dilepas antara satu dengan lainnya. Masing-masing tokoh wayang mempunyai sifat dan karakter tersendiri yang dapat dilihat dari bentuk mata, mulut, dan badan. Adapun contoh tokoh wayang yang memiliki karakter lemah lembut adalah Yudhistira, Laksmana, Wibisana, Rama, dan lainnya. Sedangkan, untuk tokoh yang memiliki karakter kasar dan keras digambarkan dengan kulit badan yang coklat kehitaman, berbulu, mata bulat melotot, mulut yang tersenyum bengis bahkan gigi yang tajam. Adapun contoh tokoh wayang ini adalah Bima, Duryodana, Rahwana, Raksasa, dan lainnya.

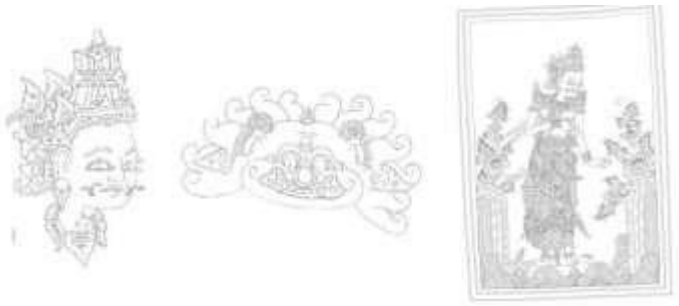
Tokoh-tokoh yang akan dibuat Augmented Reality dan Tahapan Perancangan.

Tokoh yang akan dibuat Augmented Reality adalah Dewa Wisnu dan Kala Rahu, berikut tahapan pembuatannya:

1. Sketsa

   Sketsa dibuat secara digital menggunakan aplikasi *Procreate* dengan *apple pencil*

23



Gambar 34 (Proses Sketsa Tokoh Wayang)
Sumber: Dokumentasi Pribadi

2. Pewarnaan

   Setelah sketsa jadi kemudian dilanjutkan dengan proses pewarnaan, proses pewarnaan juga menggunakan teknik digital pada aplikasi *procreate.*

Gambar 35 (Proses Pewarnaan)
Sumber: Dokumentasi Pribadi

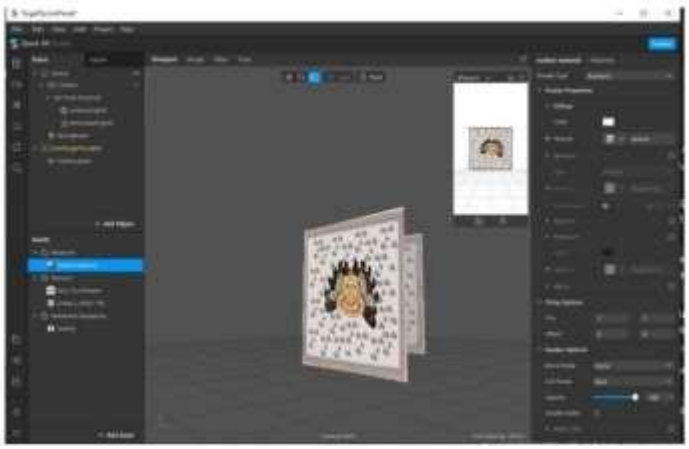
3. Pembuatan gerak aset pada *After Effect*

   Aset gambar seperti tokoh, ornamen awan dan tumbuhan kemudian dianimasikan pada program *After Effect.* Hasil dari animasi akan di-export dalam format *PNG sequence* yang nantinya akan digunakan sebagai aset untuk *motion material* pada *sparkAR*

Gambar 36 (Proses Animasi pada After Effect)
Sumber: Dokumentasi Pribadi

4. *SparkAR*

Spark AR digunakan untuk membuat *Augmented Reality* dari aset berupa *PNG sequence format* yang sudah dibuat pada *AfterEffect.* Pertama menentukan *fixed tracker* sebagai gambar untuk memicu agar dikenali oleh filter *AR* pada instgram, kemudian ketika filter AR pada instagram merespon maka gambar yang bersifat statis tadi kemudian akan muncul berupa gambar bergerak ketika dilihat pada layar gawai. *Fixed tracker* disini adalah gambar Dewa Wisnu dan Kala Rahu yang statis.



Gambar 37 . (Proses Pembuatan AR pada SparkAR)
Sumber: Dokumentasi Pribadi

5. *Demo Publishing Filter AR*

Ketika penentuan *Fixed tracker* dan *motion aset* pada *SparkAR* sudah berjalan, maka tahap selanjutnya adalah membuat *demo* atau percobaan dalam pemakaian *filter AR* sebelum dipublikasikan melalui Facebook dan Instagram. Setelah percobaan berhasil maka tahap selanjutnya adalah menunggu *Filter AR* tadi untuk ditinjau dan disetujui oleh pihak Facebook dan Instagram. Setelah *Filter AR* disetujui maka filter otomatis akan dipublikasikan pada Instagram dan siap untuk dipakai. Berikut merupakan *insight* dari pengguna Filter AR Dewa Wisnu dan Kala Rahu.

Gambar 38 (Insight Pengguna AR)
Sumber: Dokumentasi Pribadi

b. E-poster

E-poster digunakan sebagai media pendukung untuk mengarahkan pengguna ke *website*. Poster dibagikan melalui Instagram. Pada poster terdapat informasi berupa tautan untuk ke website.

Gambar 39 (E-poster)
Sumber: Dokumentasi Pribadi

- Konsep Teknis

Karya *filter augmented reality* wayang kamasan ini berintegrasi dengan media sosial instagram. Hal pertama yang perlu dilakukan adalah menambah pelacak untuk mendeteksi gambar dari tokoh wayang yang ditampilkan pada website wayang kamasan. Cara penggunaannya adalah dengan memindai barcode yang tersedia pada website wayang kamasan dengan kamera pada smartphone, atau bisa juga dengan memindai gambar wayang dengan filter yang sesuai dengan tokoh wayang pada akun instagram @lalita_imaji

Gambar 40 (*Mockup* Tampilan Website Wayang Kamasan)
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Gambar 41 (*Mockup* Tampilan Website Wayang Kamasan)
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Gambar 42 . (*Mockup* Tampilan Website Wayang Kamasan)
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Gambar 43 (Tampilan AR Wayang Kamasan)
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Gambar40 (*Mockup* Tampilan Website Wayang Kamasan)
Sumber: Dokumentasi Pribadi

KESIMPULAN

Perancangan website dan *Augmented Reality* sebagai media promosi untuk lukisan wayang Kamasan telah terselesaikan melalui berbagai proses perancangan. Dalam proses perancangan tersebut maka dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu, generasi muda khususnya remaja Bali memiliki tanggung jawab untuk melestarikan tentang pengetahuan budaya, wayang Kamasan Bali salah satu seni yang langka atau jarang diketahui informasinya. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, dibuat perancangan berupa website dan *augmented reality* berupa filter pada *platform* sosial media Instagram berdasarkan pengumpulan data dan analisis yang dilakukan dengan riset lapangan dan riset teori yang bersangkutan. Selain website sebagai media utama, diperlukan media pendukung lain untuk menarik perhatian audiens supaya mengunjungi website. Sosial media Instagram dipilih karena mudah ditemukan dan menawarkan berbagai fitur yang menaril seperti *filter*, *instagram story*, stiker dan lain-lain untuku berbagi sehingga bisa menjangkau lebih banyak audiens. Hasil dari penelitian ini adalah diharapkan website dan *augmented reality* menjadi solusi yang tepat sebagai usaha untuk mempertahankan eksistensi dari lukisan wayang Kamasan.

DAFTAR PUSTAKA

Suyanto, Asep Herman. 2007. *Step by Step Web Design Theory and Practices*. Yogyakarta: Penerbit Andi

Fauziah. 2014. *Konsep Dasar Perancangan Web*. Bekasi: Mitra Wacana Media

29

Rahman, Su. 2016. *Creative Web Design*. Jakarta: Kompas Gramedia

Soewardikoen, D. Widiatmoko, (2019), *Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual.* Yogyakarta: Penerbit PT Kanisius

Kotler Philip & Keller Kevin Lane, 2009, *Manajemen Pemasaran.* Jakarta: Erlangga.

Abdulloh, Rohi. (2018). *7 In 1 Pemrograman Web Untuk Pemula: Cara Cepat dan Efektif menjadi Web Programmer.* Jakarta: Elex Media Computindo

Kanta, I Made. (1977/1978) : *Proses Melukis Tradisionil Wayang Kamasan, Denpasar* : Proyek Sasana Budaya Bali.

J, Paulus; Stibbe; D.G. Graaff, S.de. (1917) : *Encyclopedie van Nederlandsch Indië Actie van D.G*, Nederlands : Nijhoff Brill, 558 – 560.

Couteau, Dr. Jean. (1999) : Museum Puri Lukisan. Bali: Ratna Wartha Foundation, 43.

M, Gorbala B.T. & Hariadi. (2010) : *Aplikasi Augmented Reality untuk Katalog Penjualan Rumah,* Skripsi Teknik Elektro ITS Surabaya, 39 – 48