

PENGANTAR KARYA TUGAS AKHIR

DESAIN KOMUNIKASI VISUAL SEBAGAI
SARANA KAMPANYE PELESTARIAN
GAMELAN GONG SARON
DI DESA SINGAPADU GIANYAR



Oleh :

I Kadek Dwi Sutawan

NIM : 200606002

Program Studi Desain Komunikasi Visual

Jurusan Desain

FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN
INSTITUT SENI INDONESIA DENPASAR
2011

PENGANTAR KARYA TUGAS AKHIR STUDIO
(Kode Mata Kuliah ISI 128)

DESAIN KOMUNIKASI VISUAL SEBAGAI
SARANA KAMPANYE PELESTARIAN
GAMELAN GONG SARON
DI DESA SINGAPADU GIANYAR



Karya tulis ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana
Seni (S1) Fakultas Seni Rupa dan Desain Institut Seni Indonesia Denpasar

Oleh
I Kadek Dwi Sutawan
NIM : 200606002
Program Studi Desain Komunikasi Visual
Jurusan Desain

FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN
INSTITUT SENI INDONESIA DENPASAR

2011

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pengantar Karya Tugas Akhir Studio ini disusun oleh

Nama : I Kadek Dwi Sutawan

NIM : 200606002

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Jurusan : Desain

Judul :

DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
SEBAGAI SARANA KAMPANYE PELESTARIAN
GAMELAN GONG SARON
DI DESA SINGAPADU GIANYAR

telah diperiksa untuk diuji sebagai syarat untuk mencapai gelar Sarjana Seni pada
Fakultas Seni Rupa dan Desain Institut Seni Indonesia Denpasar.

Pembimbing I

Denpasar, 10 Juni 2011

Pembimbing II

(A.A.G.Bgs.Udayana.S.Sn.M.Si)

(I.A.Kd. Sri Sukmadewi. S.Sn. M.Erg)

NIP. 195512311986031010

NIP. 196307051990101001

LEMBAR PENGESAHAN LEMBAGA

Pengantar Karya Tugas Akhir ini disusun oleh:

Nama : I Kadek Dwi Sutawan
NIM : 200606002
Jurusan : Desain
Program studi : Desain Komunikasi Visual

Judul:

**MEDIA KOMUNIKASI VISUAL
SEBAGAI SARANA KAMPANYE PELESTARIAN
GAMELAN GONG SARON DI DESA SINGAPDU GIANYAR**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Ujian Sarjana Fakultas Seni Rupa dan Desain Institut Seni Indonesia Denpasar pada tanggal 14 Juni 2011, sebagai syarat untuk mencapai gelar Sarjana Seni (S1) dan dinyatakan sah.

Dewan Penguji :

	Nama Lengkap	NIP	Tanda Tangan
Ketua Sidang	: A.A.Gede Bgs.Udayana.S.Sn.M.Si	197310041999031002.....	
Sekretaris	: I.A.Kd. Sri Sukmadewi. S.Sn. M.Erg	197207191997032001.....	
Penguji Utama	: Drs. I Ketut Murdana, M.Si	195712311985031009.....	
Anggota	: Drs. I Wayan Balika Ika. M.Si	196 30109199031001.....	
Anggota	: Ida Bagus Trinawindu. S.Sn. M.Erg	197604012003121002.....	

Mengesahkan

Denpasar, 14 Februari 2011

Dekan Fakultas Seni Rupa dan Desain
Institut Seni Indonesia Denpasar

Mengetahui

Ketua Jurusan Desain
Fakultas Seni Rupa dan Desain
Institut Seni Indonesia Denpasar

Dra. Ni Made Rinu, M.Si
NIP: 195702241986012002

Prof .Dr.Drs I Nyoman Artayasa, M.Kes
NIP: 196403241990031002

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai mahasiswa Institut Seni Indonesia (ISI) Denpasar, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : I Kadek Dwi Sutawan, mahasiswa Institut Seni Indonesia Denpasar

NIM : 200606002

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Seni Indonesia (ISI) Denpasar, Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Eksklusif Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul
DESAIN KOMUNIKASI VISUAL SEBAGAI SARANA KAMPANYE
PELESTARIAN GAMELAN GONG SARON DI DESA SINGAPADU

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada), dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini.

Institut Seni Indonesia (ISI) Denpasar berhak menyimpan, mengalihkan-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database) mendistribusikannya, dan menampilkan / mempublikasikannya di internet/media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari saya.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Institut Seni Indonesia (ISI) Denpasar, segala bentuk tuntutan hukum yang diambil atas pelanggaran hak cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Denpasar

Pada Tanggal : 14 Juni 2011

Yang menyatakan

(I Kadek Dwi Sutawan)

MOTTO

“ DENGAN USAHA DAN DOA SEMUA TINDAKAN
AKAN KEBERHASILAN”

KATA PENGANTAR

Puja dan puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa. Ida Sanghyang Widhi Wasa. Karena atas asung kertha wara nugraha Nyalah, penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir dengan judul “Desain Komunikasi Visual Sebagai Sarana Kampanye Pelestarian Gambelan Gong Saron Di Desa Singapadu Gianyar”. Adapun penyusunan tugas akhir sebagai persyaratan akademis ujian tugas akhir dalam rangka meraih gelar sarjana (S1) untuk Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Denpasar.

Penulis ingin mengucapkan terima kasih atas bimbingan dan masukan dari berbagai pihak kepada:

1. Bapak Prof. Dr. I Wayan Rai S,MA. selaku Rektor Institut Seni Indonesia Denpasar.
2. Ibu Dra. Ni Made Rinu, M.Si. selaku Dekan fakultas Seni Rupa dan Desain Institut Seni Indonesia Denpasar.
3. Bapak Prof. Dr. Drs. I Nyoman Artayasa, M.Kes. selaku Ketua Jurusan Desain Fakultas Seni Rupa dan Desain Institut Seni Indonesia Denpasar.
4. Bapak Drs. Nyoman Mantra Fandy, M.Si. selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Institut Seni Indonesia Denpasar
5. Bapak A.A.G. Bagus Udayana, S.sn.M.Si selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan arahan di dalam menyusun tugas ini.
6. Bapak I.A.Kd Sri Sukmadewi, S.Sn.M.Erg selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan arahan di dalam menyusun tugas ini.
7. Bapak. Drs. I Wayan Swandi, M.Si selaku pembimbing akademik yang telah memberikan bimbingan dan arahan didalam menjalani perkuliahan ini hingga mencapai penyusunan tugas akhir.
8. Semua Staf pegawai Bidang Kesenian Dinas kebudayaan Provinsi Bali dan para seniman di Desa Singapadu yang memberikan informasi dan masukan dalam penyusunan tugas ini.

9. Teman-teman DKV O6 dan semua pihak yang membantu dalam pengerjaan Tugas akhir ini.

Demikian yang sudah disampaikan penulis dalam kata pengantar, penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari sempurna. Maka dari itu penulis mengharapkan masukan beserta kritikan yang bersifat membangun demi kesempurnaan tugas akhir ini.

Denpasar, 14 Juni 2011

Penulis

ABSTRAK

MEDIA KOMUNIKASI VISUAL SEBAGAI SARANA KAMPANYE PELESTARIAN GEMELAN GONG SARON DI DESA SINGAPADU GIANYAR

Oleh: I Kadek Dwi Sutawan

Salah satu aspek desain komunikasi visual adalah melestarikan aset budaya dan kesenian, kampanye melalui media komunikasi visual. Kesenian yang semakin tua yang perlu dilestarikan seperti Gong Saron yang berada di desa Singapadu Gianyar, mengingat media kampanye sebagai prasarana pelestarian kesenian ini tidak ada. Maka timbul pertanyaan bagaimana membuat Gambelan Gong Saron di Desa Singapadu Gianyar lebih dikenal atau diketahui masyarakat melalui pecancangan media komunikasi visual yang sesuai dengan kreteria desain? melalui media komunikasi visual yang dirancang masyarakat akan lebih mengenal keberadaan Gong Saron Di Desa Singapadu dan ikut serta dalam menyukseskan kampanye pelestarian Gambelan Gong Saron.

Metode yang digunakan dalam perancangan ini menggunakan metode pengumpulan data pengumpulan data yang terdiri dari metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Dari data yang diperoleh kemudian dianalisa menggunakan metode deskriptif kualitatif.

Media yang dibuat untuk melestarikan Gambelan Gong Saron terdiri dari Flyer, Jam, Bros, Poster, Kalender, X-Banner, T-shirt, Stiker, Cover Cd dan Katalog. Dengan konsep dasar perancangan yaitu “Realis Ornamental” menonjolkan Pesan unsur ajakan dan warna-warna yang alami obyek yang ditonjolkan . Melalui media kampanye diharapkan menimbulkan daya tarik terhadap Masyarakat dalam meningkatkan pelestarian gambelan Gong saron.

Kata Kunci : Desain, Media Komunikasi Visual, Pelestarian, Gambelan Gong Saron.

ABSTRACT

VISUAL COMMUNICATION MEDIA

AS A MEANS OF CAMPAIGN

PRESERVATION GAMELAN GONG SARON

IN THE VILLAGE SINGAPADU GIANYAR

By: I Kadek Dwi Sutawan

One aspect of visual communication design is to preserve cultural assets and the arts, visual communication campaigns through the media. Art of getting older that need to be preserved as Gong Saron Singapadu residing in the village of Gianyar, given the media campaign as pelestarian art infrastructure is not there. So the question arises how to make gambelan Gong Saron in the village of Gianyar Singapadu better known or known to the public through visual communication media pecancangan accordance with design criteria? through visual communication media community designed to better recognize the presence of Gong Saron Singapadu In the village and participated in the successful preservation campaign gambelan Gong Saron.

The method used in this design using the method of data collection Data collection consisted of observation methods, interview and documentation. From the data obtained were analyzed using qualitative descriptive methods.

Media are made to preserve gambelan Gong Saron consists of Flyer, Clock, Bros, Poster, Calendar, X-Banner, T-shirts, Stickers, Cd Cover and Catalog. With the basic design concept is "Realis Ornamental the message element of solicitation and natural colors of objects are highlighted. Through the media campaign is expected to lead to the attractiveness of community in improving the conservation gambelan saron Gong.

Keywords: Design, Visual Communication Media, Preservation, gambelan Gong Saron.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN DAN LEMBAGA.....	iv
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	v
MOTTO.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR DAN TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xviii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.1.1 Faktor Objektif	1
1.1.2 Faktor Subjektif.....	3
1.2 Pengertian Judul	4
1.3 Rumusan Masalah	7
1.4 Batasan Masalah.....	7
1.5 Tujuan dan Manfaat Perancangan.....	7
1.5.1 Tujuan Perancangan	7
1.5.1.1 Tujuan Khusus.....	7
1.5.1.1 Tujuan Umum	8
1.6 Metode Perancangan	8
1.6.1 Metode Pengumpulan Data	9

1.6.2 Metode Analisis Data	11
1.6.3 Indikator Serta Model Penilaian Desain.....	11
1.7 Sistematika Penulisan.....	15

BAB II LANDASAN TEORI DAN IDENTIFIKASI DATA

2.1 Data Teoritis/Aktual.....	16
2.1.1 Pengertian Objek/Kasus	16
2.1.2 Aspek-aspek Desain Komunikasi Visual	18
2.1.3 Prinsip Desain Komunikasi Visual	35
2.1.4 Aspek Teknis Perwujudan.....	41
2.1.5 Teori Sosial Yang Mendukung Kasus.....	46
2.2 Data Lapangan/Faktual	49
2.2.1 Objek	49
2.2.2 Pengelola	49
2.2.3 Lokasi.....	49
2.2.4 Sarana Komunikasi Yang Ada	50
2.2.5 Potensi Kasus	51
2.2.6 Kampanye.....	51
2.3 Analisis dan Sintesa	53
2.3.1 Analisis Faktual.....	54
2.3.2 Analisis Wawancara	55

BAB III KONSEP DESAIN

3.1 Konsep Dasar Perancangan.....	58
3.2 Skema Pola Pikir	59
3.3 Skema Pola Perancangan	62
3.4 Strategi Media	64
3.4.1 Khayak Sarana/Segmentasi	64
3.4.2 Panduan Media	65
3.5 Program Tayangan Media	68
3.6 Strategi Kreatif	72

3.6.1 Isi Pesan.....	72
3.6.2 Bentuk Pesan.....	72
3.6.3 Strategi Visual.....	73
3.6.4 Gaya Visual.....	73
3.6.5 Material.....	73
BAB IV VISUALISASI DESAIN	
4.1 Poster.....	75
4.1.1 Unsur-unsur Visual Desain.....	75
4.1.2 Tampilan Desain.....	77
4.1.3 Biaya Kreatif.....	78
4.2 <i>Flyer</i>	78
4.2.1 Unsur-unsur Visual Desain.....	79
4.2.2 Tampilan Desain.....	80
4.2.3 Biaya Kreatif.....	81
4.3 X-Banner.....	81
4.3.1 Unsur-unsur Visual Desain.....	81
4.3.2 Tampilan Desain.....	83
4.3.3 Biaya Kreatif.....	84
4.4 <i>T-Shirt</i>	84
4.4.1 Unsur-unsur Visual Desain.....	84
4.4.2 Tampilan Desain.....	86
4.4.3 Biaya Kreatif.....	86
4.5 Cover CD.....	86
4.5.1 Unsur-unsur Visual Desain.....	86
4.5.2 Tampilan Desain.....	89
4.5.3 Biaya Kreatif.....	89
4.6 Bros.....	90
4.6.1 Unsur-unsur Visual Desain.....	90
4.6.2 Tampilan Desain.....	91
4.6.3 Biaya Kreatif.....	91

4.7 Stiker	92
4.7.1 Unsur-unsur Visual Desain	92
4.7.2 Tampilan Desain	93
4.7.3 Biaya Kreatif	94
4.8 Kalender Dinding	94
4.8.1 Unsur-unsur Visual Desain	94
4.8.2 Tampilan Desain	96
4.8.3 Biaya Kreatif	97
4.9 Jam	97
4.9.1 Unsur-unsur Visual Desain	97
4.9.2 Tampilan Desain	99
4.9.3 Biaya Kreatif	99
4.10 Katalog Karya	99
4.10.1 Unsur-unsur Visual Desain	100
4.10.2 Tampilan Desain	101
4.10.3 Biaya Kreatif	102
 BAB V PENUTUP	
5.1 Simpulan.....	103
5.2 Saran.....	103
 DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	108

DAFTAR GAMBAR DAN TABEL

Gambar 1.1 Contoh format penilaian desain	14
Gambar 2.1 Contoh media lini atas	18
Gambar 2.2 contoh media lini bawah.....	19
Gambar 2.3 Teknik ilustrasi tangan	22
Gambar 2.4 Teknik ilustrasi fotografi	23
Gambar 2.5 Teknik gabungan	24
Gambar 2.6 contoh teks pada iklan.....	24
Gambar 2.7 contoh2 teks pada iklan	25
Gambar 2.8 Gambar lingkaran warna	28
Gambar 2.9 Contoh warna primer	28
Gambar 2.10 Gambar warna Sekunder	29
Gambar 2.11 contoh warna <i>tertier</i>	29
Gambar 2.12 Contoh warna monokromatik	30
Gambar 2.13 Contoh warna analog.....	30
Gambar 2.14 Contoh Warna triadik	31
Gambar 2.15 Contoh Warna komplemetr	31
Gambar 2.16 Warna split komplemeter	32
Gambar 2.17 Contoh komplemeter ganda	32
Gambar 2.18 Contoh warna polikromatik.....	33
Gambar 2.19 Contoh titik pocos	35
Gambar 2.20 Contoh formal blance	35
Gambar 2.21 Contoh informal blance	36
Gambar 2.22 Contoh keseimbana horisontal	36
Gambar 2.23 Contoh prinsip Ritme	37
Gambar 2.24 Contoh logo keserasian	37
Gambar 2.25 Contoh proposi	38
Gambar 2.26 Contoh kesatuan	38
Gambar 2.27 Contoh prinsip hirarki visual.....	39
Gambar 2.28 Contoh kesederhanaan.....	39

Gambar 2.29 Contoh gambar skala	40
Gambar 2.30 Contoh Kontras.....	40
Gambar 2.31 Cotoh mesin cetak Flexografi.....	42
Gambar 2.32 Contoh mesin cetak dalam	42
Gambar 2.33 Teknik cetak datar	45
Gambar 2.34 Flat screen printing.....	46
Gambar 2.35 Mesin mesin cetak digital.....	46
Gambar 2.36 Media poster	50
Gambar 3.1. Bagan skema pola pikir	60
Gambar 3.2. Bagan Skema Pola.....	63
Gambar 3.3 Tabel tayangan media.....	68
Gambar 4.1 Bentuk fisik poster.....	77
Gambar 4.2 Desain poster	78
Gambar 4.3 Bentuk fisik plyer	80
Gambar 4.4 Desain Flyer	80
Gambar 4.5 Bentuk Fisik Medi X-Benner	83
Gambar 4.6. Desain X-Banner	83
Gambar 4.7 Bentuk fisik media <i>T-shirt</i>	85
Gambar 4. 8 Desain <i>T-shirt</i>	86
Gambar 4.9 Bentuk fisik media Cover CD	88
Gambar 4.10 Desain Cover CD.....	89
Gambar 4.11 Bentuk fisik Bros.....	91
Gambar 4.12 Desain Bros.....	91
Gambar 4.13 Bentuk fisik stiker	93
Gambar 4.14 Desain Stiker.....	93
Gambar 4.15 Bentuk fisik media <i>Kalender</i>	96
Gambar 4.16 Desain Kalender	96
Gambar 4.17 Gambar fisik jam	98
Gambar 4.18 Gambar Desain Jam Dinding	99
Gambar 4.19 Bentuk fisik katalog.....	101
Gambar 4.20 Gambar Desain Katalog karya	102

DAFTAR LAMPIRAN

Lembar Kerja I : Poster

1. Jenis Media
Alternatif Unsur Visual
Bentuk Fisik
2. Alternatif Desain
Evaluasi
Terpilih
3. Desain terpilih

Lembar Kerja II : Flyer

1. Jenis Media
Alternatif Unsur Visual
Bentuk Fisik
2. Alternatif Desain
Evaluasi
Terpilih
3. Desain terpilih

Lembar Kerja III : X-Banner

1. Jenis Media
Alternatif Unsur Visual
Bentuk Fisik
2. Alternatif Desain
Evaluasi
Terpilih
3. Desain terpilih

Lembar Kerja IV : T-Shirt

1. Jenis Media
Alternatif Unsur Visual
Bentuk Fisik
2. Alternatif Desain
Evaluasi
Terpilih
3. Desain terpilih

Lembar Kerja V : Cover CD

1. Jenis Media
Alternatif Unsur Visual
Bentuk Fisik
2. Alternatif Desain
Evaluasi
Terpilih
3. Desain terpilih

Lembar Kerja VI : Bros

1. Jenis Media
Alternatif Unsur Visual
Bentuk Fisik
2. Alternatif Desain
Evaluasi
Terpilih
3. Desain terpilih

Lembar Kerja VII : Stiker

1. Jenis Media
Alternatif Unsur Visual
Bentuk Fisik
2. Alternatif Desain
Evaluasi
Terpilih
3. Desain terpilih

Lembar Kerja VIII : Kalender

1. Jenis Media
Alternatif Unsur Visual
Bentuk Fisik
2. Alternatif Desain
Evaluasi
Terpilih
3. Desain terpilih

Lembar Kerja IX : Jam Dinding

1. Jenis Media
Alternatif Unsur Visual
Bentuk Fisik
2. Alternatif Desain
Evaluasi
Terpilih
3. Desain terpilih

Lembar Kerja X : Katalog Karya

1. Jenis Media
Alternatif Unsur Visual
Bentuk Fisik
2. Alternatif Desain
Evaluasi
Terpilih
3. Desain terpilih

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Laporan tugas akhir Desain Komunikasi Visual memiliki beberapa latar belakang masalah, sebagai acuan pikiran peneliti untuk menjawab beberapa masalah yang diangkat dari beberapa faktor latar belakang masalah, beberapa faktor latar belakang masalah dapat dijelaskan pada sub-sub bab berikut ini.

1.1.1 Faktor Obyektif

Kebudayaan Bali yang terkenal karena keunikan dan kehasannya yang dijiwai oleh agama Hindu tidak bisa dilepaskan dari kesenian yang sudah menyatu dengan kegiatan di dalamnya. Seni krawitan atau gamelan sebagai bagian seni pertunjukan yang merupakan salah satu cabang kesenian yang berkembang termasuk warisan budaya leluhur yang memiliki estetika tinggi dan mempunyai karakteristik tersendiri. Di Bali seni kerawitan sudah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat yang mayoritas beragama Hindu. Karena gamelan di Bali selain menjadi seni pertunjukan tetapi juga sebagai sarana untuk mengiringi berbagai macam ritual dan upacara *yadnya* Agama Hindu, seperti halnya dengan Gamelan Gong Saron di Banjar Seseh Desa Singapadu, Sukawati, Gianyar, yang telah lama memainkan Gamelan gong saron untuk mengiringi upacara kematian, oleh sebab itu, banyak orang di desa Singapadu menempatkan tabuh Gamelan Gong Saron sebagai “musik kematian” yaitu Gamelan musik untuk mengiringi upacara kematian.

Gong Saron adalah gamelan langka yang pada umumnya digunakan untuk mengiringi upacara kematian atau ‘ngaben’ (Dibia, 1999:105). Hingga kini, gamelan Gong Saron masih ada dan dimainkan di beberapa Kabupaten di Bali, yaitu: Tabanan, Gianyar, Badung, dan Klungkung. Di *Banjar Seseh*, Desa Singapadu, Kecamatan Sukawati, Kabupaten Gianyar, hingga kini terdapat grup gamelan Gong Saron, gamelan ini diperlakukan sebagai benda sakral yang tidak bisa dimainkan pada sembarang waktu.

Di tengah-tengah terus membesarnya gelombang pengaruh Gong Kebyar di Bali, beberapa gamelan tua seperti Gong Saron yang ada di *Banjar Seseh*, Desa Singapadu mulai melemahnya kesenian ini akibat tergesernya sebagai fungsi sarana upacara yadnya. Hasil pengamatan dan hasil wawancara dilapangan tanggal 24 februari 2011 dengan Anak Agung Sumba (70 tahun), sesorang sesepuh Puri Sangsi Singapadu menyatakan bahwa: keberadaan Gamelan Gong Saron di Banjar Seseh Singapadu, Kecamatan Sukawati, sudah ada sejak jaman Majapahit. Gamelan ini merupakan warisan dari kerajaan Blambangan yang merupakan hadiah yang diberikan kepada anak Agung Gede Raka di Puri Sangsi pada saat raja dan mahapatih dari kerajaan Puri Sangsi Singapadu mendapat undangan ke Blambangan. Gamelan ini merupakan seperangkat gamelan sakral yang dipergunakan untuk mengiringi upacara *Pitra Yadnya*.

Para ahli karawitan Bali memperkirakan bahwa terdapat sekitar 30 jenis gamelan yang hingga kini masih sering dimainkan oleh masyarakat dengan konteks yang berbeda-beda. Salah seorang pakar karawitan Bali, I Nyoman Rembang, seperti yang dikutip Dibia (1999:100), mengelompokkan gamelan-gamelan yang ada di Bali menjadi tiga golongan besar yaitu: gamelan golongan tua, Gamelan golongan *madya* dan Gamelan golongan baru. Mengenai ketiga kelompok gamelan ini Dibia memberikan uraian singkat sebagai berikut.

Secara umum dapat dikatakan bahwa gamelan golongan Tua, yang diperkirakan telah ada sebelum abad XV, pada umumnya didominasi oleh alat-alat berbentuk bilahan dan tidak mempergunakan kendang. Namun jika ada kendang, dapat dipastikan bahwa peranan instrumen ini tidak menonjol. Barungan gamelan Madya, yang berasal dari sekitar abad XVI — XIX, merupakan barungan gamelan yang sudah memakai kendang dan instrumen-instrumen bermoncol (berpencon). Dalam barungan gamelan ini kadang sudah memainkan peranan penting. Gamelan Baru, yang meliputi jenis-jenis barungan gamelan yang muncul pada abad XX, adalah barungan yang menonjolkan permainan kendang (Dibia, 1999:100).

Berdasarkan penggolongan di atas, Gong Saron adalah gamelan yang termasuk golongan tua yang sudah tua umurnya. Di samping itu, gamelan ini juga termasuk jenis langka karena gamelan ini hanya ada di beberapa desa di empat

Kabupaten yaitu: Klungkung, Gianyar, Badung dan Tabanan. Di beberapa desa Gong Saron pada umumnya dimainkan untuk mengiringi upacara agama yaitu *pitra yadnya* atau *pengabenan*. Karena kaitannya yang begitu erat dengan upacara kematian, masyarakat pada umumnya menempatkan Gong Saron sebagai gamelan kematian. Hal ini membangun kesan bahwa Gong Saron adalah barungan angker dan kramat yang tidak boleh dimainkan secara sembarangan di luar konteksnya dengan upacara kematian di atas. Yang di maksud keramat atau sakral disini berupa warisan dari jaman kerajaan yang masih di pakai dalam rangkaian acara yadnya, bila mana dalam pentasan ifens yang di adakan dalam pengembangan dan pembinaan dalam rangka pelestarian maka adanya berupa gambelan serupa gong saron yang di maksud 'duplikat' bila mana kesenian ini di suguhkan dalam acara Pesta Kesenian Bali.

1.1.2 Faktor Subyektif

Di tengah-tengah perubahan nilai-nilai sosial dan budaya masyarakat Bali dengan perkembangan jaman dan waktu kesenian Gong Saron sudah mulai terpendam atau punah. Hal ini dikarenakan masuknya kebudayaan-kebudayaan luar yang membuat penggunaan Gong Saron sudah semakin berkurang. Upacara-upacara *Ngaben* yang diadakan oleh masyarakat juga semakin jarang menggunakan gamelan langka ini sehingga keberadaan Gong Saron menjadi semakin terdesak. Gejala keberadaan Gong Saron di Banjar Seseh-Singapadu yang mulai terdesak seperti ini mulai terlihat sejak kurang lebih awal tahun 1990-an. Beberapa indikator dari semakin terdesaknya gamelan Gong Saron di desa ini adalah sebagai berikut.

Pertama, gamelan ini semakin jarang dimainkan untuk mengiringi upacara *pitrayadnya* atau *pengabenan* kecuali yang dilakukan dengan sekala besar seperti *palebong* di kalangan warga triwangsa atau ngaben masal. Akhir-akhir ini, upacara penguburan di kalangan masyarakat Singapadu sudah mulai menggunakan gamelan Balaganjur yang diambil dari barungan gamelan Gong Kebyar dari pada gamelan Gong Saron. Hal ini berbeda dengan misalnya dua puluh tahun yang lalu, di mana hampir setiap upacara penguburan atau pembakaran mayat di lingkungan desa ini selalu diiringi dengan gamelan Balaganjur dari Gong Saron. Hal ini menunjukkan

bahwa di lingkungan masyarakat Singapadu sendiri penggunaan Gong Saron hanya terbatas pada *upacara-upacara pitra-yadnya* yang sudah masuk tingkat *pengabenan*.

Kedua, semakin kurang diminatinya gamelan Gong Saron oleh kalangan generasi muda. Dewasa ini minat kaum muda di Banjar Seseh-Singapadu lebih besar ke Gamelan gong kebyar dari pada gamelan Gong Saron. Hal ini menunjukkan bahwa para generasi muda di Banjar Seseh-Singapadu tidak banyak yang tertarik dengan gamelan Gong Saron. Realita seperti ini mengisyaratkan adanya kesulitan kaderisasi pada gamelan Gong Saron di Banjar Seseh Singapadu.

Berdasarkan uraian di atas sudah dapat dilihat bahwa keberadaan gamelan Gong Saron di Banjar Seseh-Singapadu yang semakin terdesak akan eksistensinya. Jika hal ini dibiarkan terus berlanjut maka kesenian bahkan peninggalan-peninggalan budaya lainnya akan punah. Untuk Perkenalan Gamelan Gong Saron di Desa Singapadu kepada masyarakat luas, yang merupakan satu-satunya Gong saron yang berada di Gianyar. Perlu upaya dari masyarakat dan pemerintah untuk bersama-sama meletarikan peninggalan budaya tersebut. Maka untuk menuju tujuan mulia tersebut dibutuhkan sarana media komunikasi visual yang tepat untuk mengkampanyekan masalah tersebut.

Usaha untuk kampaye melestarian Gong saron lewat media nampaknya hal ini jarang dilakukan. Nantinya media kampanye yang dirancang agar lebih komunikatif dan efektif dari media promosi yang sudah ada sebelumnya dalam menyampaikan informasi tentang keberadaan Gamelan gong saron tersebut sesuai dengan konsep desain yang digunakan dari proses pembuatan ide atau gagasan yang nantinya dikembangkan lagi. Diharapkan media yang dirancang memiliki nilai seni tersendiri sehingga dapat menarik minat atau daya tarik bagi masyarakat untuk pelestarian Gamelan Gong Saron.

1.2 Pengertian Judul

Adapun judul yang diangkat dalam tugas akhir (studio) ini adalah Desain Komunikasi Visual Sebagai Sarana Kampanye Pelestarian Gamelan Gong Saron Di Desa Singapadu, Gianyar”. Agar tidak terjadi salah penafsiran dalam mengartikan

kata-kata yang terkandung dalam judul tersebut, maka kiranya ada istilah yang perlu dijelaskan arti dan maksudnya, yaitu dapat diuraikan sebagai berikut :

- **Desain**

adalah perancangan suatu bentuk komunikasi visual yang menggunakan gambar untuk menyampaikan informasi atau pesan seefektif mungkin.. (Alwi, 2002 : 726).

- **Komunikasi**

Artinya bisa dikatakan sebagai perhubungan, hubungan antara dua orang atau lebih sehingga pesan yang disampaikan pada komunikator kepada komunikan dapat tersampaikan dengan jelas (Poerwadarminta, 1983 : 518), komunikasi (dengan visual) adalah komunikasi yang mempergunakan mata sebagai pengelihatan ,jadi komunikasi visual adalah komunikasi dengan bahasa visual, dimana unsur dasar komunikasi visual (yang menjadi kekuatan utama dalam menyampaikan pesan) adalah segala sesuatu yang dapat dilihat dan dapat dipakai untuk menyampaikan arti, makna, atau pesan (Kusrianto, 2007 : 10).

- **Visual**

artinya penerangan yang diberikan menggunakan gambar-gambar melalui berbagai media informasi seperti: televisi, koran, majalah, dan lainnya (W.J.S.Poerwadarminta, 1999: 1142).

- **Sebagai**

Kata depan untuk menyatakan hal yang serupa ; sama ; semacam (itu) menyatakan perbandingan ; seperti ; seakan-akan ; seolah-olah untuk menyatakan status (Balai Pustaka, Kamus Besar Bahasa Indonesia. 2005 : 85)

- **Sarana**

Segala sesuatu yang dapat dipakai sebagai alat dalam mencapai maksud dan tujuan ataupun upaya (Balai Pustaka, Kamus Bahasa Indonesia. 2005 : 999)

- **Kampanye**

Gerakan (tindakan) serentak (untuk melawan, mengadakan aksi, dsb) Kegiatan yang dilaksanakan oleh organisasi politik atau calon yang bersaing memperebutkan kedudukan di parlemen dsb untuk mendapat dukungan massa pemilihan di suatu pemungutan suara.

(Balai Pustaka, Kamus Besar Bahasa Indonesia. 2005 : 498)

- **Pelestarian**

Perlindungan dari kemusnahan atau kerusakan; pengawetan konservasi :. Pengelolaan sumber daya alam yang menjamin pemanfaatannya secara bijaksana dan menjamin kesinambungan persediaannya dengan tetap memelihara dan meningkatkan kualitas nilai dan keanekaragamannya. (Alwi,2005: 665)

- **Gamelan**

Gamelan merupakan salah satu seni karawitan instrumental Bunyi-bunyian yang disebut musik pengiring dan sebagai sarana untuk mengiringi berbagai macam ritual dan upacara Yadnya Agama Hindu (<http://en.Wikipedia.org/wiki/Gamelan>).

- **Gong**

Gong merupakan sejenis peralatan muzik *idiophone* yang berasal dari Asia Selatan. Gong telah wujud semenjak zaman gangsa lagi dari Yunan. Gong merupakan alatan penting yang berperanan sebagai bunyi tulang belakang dalam *essemble* persembahan muzik gamelan. (Rembang cs. 1994-1995:17)

- **Saron**

Salah satu nama Mucik Gamelan Bali yang berasal dari kerajaan Majapahit sebagai pengiring upacara.(Dibia, 1999 : 105)

- **Di**

artinya kata perangkai yang menyatakan ada pada sesuatu tempat (Poerwadarminta,1983;248)

- **Desa**

Kampung yang ada dusun, suatu tempat yang di huni beberapa rumah dan Sebuah wilayah yang merupakan Bagian dari Kecamatan di bawah Kabupaten atau kota madya (kamus pintar Bahasa Indonesia.)

- **Singapadu**

Nama salah satu Desa di Babupaten Gianyar, Provinsi Bali. Luas sekitar 42'38 kilometer persegi, dengan penduduk sekitar 49.000 jiwa (1990) tersebar di tujuh desa (*Ensiklopedia Nasional Indonesia*, 1990:5).

- Gianyar

Gianyar berasal dari kata graham Geria-Anyar. Yang lama kelamaan dilafalkan menjadi Gianyar. Didirikan pada tahun 19 April 1770 oleh Ida Dewata Manggis sakti adalah sebutan daerah terkenal akan seni dan Kebudayaan. ([www.Gianyar Kab.go.id](http://www.Gianyar.Kab.go.id)).

Berdasarkan uraian di atas maka pengertian judul tersebut, dapat disimpulkan yaitu proses merancang media promosi sebagai sarana kampanye pelestarian Gamelan Gong Saron Di Desa Singapadu Gianyar yang dapat dilihat dengan mata untuk disebarluaskan kepada masyarakat yang ada di Gianyar - Bali.

1.3 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang disampaikan yaitu:

1. Bagaimana membuat Gambelan gong saron menjadi dikenal dan menjaga kelestariannya dengan kampanye melalui desain media komunikasi visual?
2. Bagaimana desain media komunikasi visual yang tepat dan sesuai dengan kriteria desain untuk melestarikan Gambelan gong saron di Desa Singapadu Gianyar ?

1.4 Batasan Masalah

Dari rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka batasan masalahnya lebih difokuskan bagaimana proses perancangan serta perwujudan media-media komunikasi visual sebagai sarana kampanye pelestarian Gamelan Gong Saron Di Desa Singapadu Gianyar

1.5 Tujuan dan Manfaat Perancangan

Tujuan perancangan adalah target akhir yang diharapkan dari perancangan ini atau merupakan jawaban akhir yang akan dicari sehubungan dengan adanya pertanyaan pada rumusan masalah perancangan. Sedangkan manfaat adalah guna atau informasi yang didapatkan dari suatu perancangan baik terhadap penulis maupun bagi masyarakat.

1.5.1 Tujuan Perancangan

Tujuan perancangan dapat dibedakan menjadi dua yaitu tujuan khusus dan tujuan umum. Adapun tujuan khusus dan tujuan umum tersebut adalah sebagai berikut :

1.5.1.1 Tujuan Khusus

- a. Untuk mengetahui media komunikasi visual yang tepat, dalam pelestarian Gamelan Gong Saron Di Desa Singapadu Gianyar
- b. Untuk mengetahui media komunikasi visual yang efektif dan efisien dalam usaha pelestarian Gamelan Gong Saron Di Desa Singapadu Gianyar

1.5.1.2 Tujuan Umum

- a. Sebagai media atau sarana kampanye pelestarian Gamelan Gong Saron di Desa Singapadu Gianyar sebagai sasaran masyarakat di kabupaten Gianyar.
- b. Untuk dapat meminformasikan Gamelan Gong Saron di Desa Singapadu Gianyar keberadaan sebagai warisan kesenian tertua di mata Bali.

1.5.2 Manfaat Perancangan

Adapun manfaat yang diharapkan dari karya tugas akhir ini yaitu:

1. Bagi Masyarakat

Sebagai upaya dalam melestarikan Gamelan Gong Saron di Desa Singapadu Gianyar kepada masyarakat untuk keberadaanya yang sangat langka.

2. Bagi Pemerintah

Dengan sebagai referensi untuk kebijakan membuat media kampanye yang dibuat setidaknya dapat membantu pemerintah daerah dalam melestarikan Gamelan Gong Saron di Desa Singapadu Gianyar sehingga bisa mengembangkan budaya dan kesenian di Bali khususnya di daerah Singapadu Gianyar.

3. Bagi Lembaga

Akan menjadi referensi atau acuan dalam membuat suatu media dengan berdasarkan disiplin ilmu Desain Komunikasi Visual.

4. Bagi Mahasiswa

Dapat merancang media komunikasi visual yang nantinya dapat mewujudkan desain yang bisa menginformasikan mengenai keberadaan Gamelan Gong Saron di Desa Singapadu Gianyar tersebut.

1.6 Metode Perancangan

Metode merupakan langkah atau cara yang dilaksanakan secara teoritis untuk dapat dijadikan pedoman, pertanggung jawaban ilmiah secara tertulis mengenai tugas yang dirancang sebagai Tugas Akhir. Adapun metode perancangan yang digunakan penulis pada karya tugas akhir ini antara lain :

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang disajikan dalam tulisan ini dilakukan dengan menggunakan tiga metode. Ketiga metode yang di maksud adalah: observasi, wawancara, dan studi kepustakaan

1 Metode Pengumpulan Data Primer

a. Observasi

Adalah suatu metode pengumpulan data yang ditempuh dengan jalan secara langsung mengamati dan mencatat jalannya aktivitas (Moleong, 2001:126). Dan juga dapat diartikan tujuan untuk mendapatkan data secara sistematis terhadap objek yang diteliti untuk mendapatkan data original atau asli dan mengetahui keadan di tempat survey secara rinci. (Sarwono&Lubis, 2007: 100) Di sini penulis mengunjungi langsung Dinas kebudayaan Provinsi Bali dan ketempat keberadaan Gong Saron Di Desa Singapadu dan mencatat hal-hal yang dianggap penting dengan catatan kecil.

b. Wawancara

Interview / wawancara merupakan cara pengumpulan data melalui kontak atau hubungan pribadi antara pengumpul data dengan sumber data yang disebut responden dengan mengadakan tanya jawab langsung. (Nawawi, 1988: 110) Adalah metode Wawancara ini dapat dilakukan dengan bertanya langsung pada orang yang dianggap dapat memberikan informasi secara mendetail dan sebenarnya.

Wawancara kami lakukan pada Tokoh – tokoh Seniman di Desa Singapadu Sukawati yaitu Bapak Ketut Kodi SSn. Prof, Wayan Dibia, Cokorda raka Tisnu S.Sn. Adapun instrumen atau alat bantu yang digunakan dalam wawancara tersebut adalah catatan kecil, kamera (dokumentasi). Beberapa pertanyaan yang berkaitan dengan kasus seperti mengenai sejarah Gambelan Gong Saon dan juga bertanya langsung kepada salah satu pegawai di Dinas Kebudayaan Provinsi Bali dan berwenang memberikan informasi mengenai permasalahan yang terkait dengan kasus yang dihadapi yaitu Ketut Arcana SST,M.Par (Bagian Penyuluhan Masyarakat). Bertanya mengenai media-media promosi yang sudah ada Yang hubungannya dengan Gamelan Gong Saron yang akan kami bahas beserta cara tata cara pengembangan dan pelestariannya

2 Metode Pengumpulan Data Sekunder

Metode pengumpulan data yang diperoleh secara tidak langsung seperti referensi, literature, jurnal, dan pustaka.

a. Kepustakaan

Adalah metode pengumpulan data dengan cara mencari data pada buku, artikel, majalah, surat kabar, brosur serta media lainnya. (Sarwono&Lubis, 2007: 93). Metode dengan mencari informasi data-data pada buku, artikel, majalah, surat kabar, dan media lainnya yang ada hubungannya dengan Gambelan gong saron

b. Dokumentasi

Adalah suatu metode pengumpulan data untuk memperoleh sumber data tertulis melalui gambar-gambar (Arikunto,1985:72). Metode ini dapat dilakukan dengan cara mengumpulkan data-data yang ada dengan jalan merekam suatu gambar dengan kamera foto serta mengumpulkan arsip-arsip dan gambar-gambar mengenai Gamelan Gong Saron.

1.6.2 Metode Analisis Data

Analisis data adalah proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah disajikan dan diinterpretasikan (Singarimbun, 1989:84). Dalam pengantar karya ini metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis kualitatif.

Metode analisis kualitatif adalah suatu metode dimana dalam meneliti suatu kelompok manusia, suatu obyek, suatu kondisi, suatu sistem, pemikiran ataupun satu kelas peristiwa pada masa sekarang dengan membandingkan pengaruh sebab akibat. Dan dilakukan melalui berbagai kajian historis, kajian dokumen, interpretasi peristiwa, kajian informasi, perekaman suatu kejadian, hingga penafsiran suatu fenomena sosial yang didapat melalui pencatatan di lapangan yang kemudian ditampilkan dalam bentuk yang terolah. Metode ini bertujuan untuk membuat deskripsi/gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antara fenomena yang diselidiki (Nazir, 2005: 54).

Dalam hal ini, penulis menganalisa data yang diperoleh di lapangan dengan teori yang ada yang berkaitan dengan kasus yang diangkat. Membandingkan data yang didapat yaitu media pelestarian yang ada sebelumnya dengan kajian teori desain kemudian dianalisis sehingga didapat suatu hasil atau kesimpulan untuk menjawab permasalahan sebagai dasar dalam perancangan

1.6.3 Indikator serta Model Penilaian Desain

Indikator yang nantinya akan dipakai sebagai acuan didalam menilai desain ialah ilustrasi, teks, warna, teknik cetak. Dibuat alternatif desain dari media yang dipilih. Desain yang terbaik dipilih dari tiga alternatif desain yang diukur berdasarkan kriteria desain.

Adapun kriteria desain yang dijadikan acuan dan indikator penilaian yaitu:

a. Fungsional.

Fungsional adalah berfungsi dengan baik dilihat dari segi fungsi.(Alwi, 2005: 121). Desain yang dibuat dapat berfungsi semaksimal mungkin dan berfungsi sebagaimana mestinya.

b. Komunikatif.

Komunikatif adalah keadaan saling berhubungan (Alwi, 2005: 454).

Mudah dimengerti dan mampu memberikan keterangan sesuai dengan informasi yang ada.

c. Informatif

Informatif artinya bersifat memberi informasi (Alwi, 2005: 331). Desain yang dibuat mudah dimengerti dan mampu memberikan keterangan yang memadai sesuai dengan tujuan, informasi ini biasa diwakili dengan foto atau gambar.

d. Ergonomis

Desain yang dibuat secara keseluruhan baik dalam bentuk, fungsi, ukuran dan unsur visualnya mampu memberikan kenyamanan bagi orang yang melihat dan menggunakannya.

e. Estetis

Estetis artinya indah atau memiliki nilai keindahan (Alwi, 2005: 237). Desain harus mampu memberikan nilai-nilai keindahan, sehingga dapat mengesankan orang yang melihatnya.

f. Unity

Unity artinya memiliki nilai kesatuan. Kesatuan unsur desain sesuai dengan konsep keilmuan dan tujuan serta misi dari perusahaan.

g. Simplicity

Berasal dari kata simple yang artinya mudah dikerjakan atau dimengerti (Alwi, 2005: 841). Desain yang dibuat hendaknya terlihat wajar, sederhana namun tetap dapat menarik perhatian.

h. Kreatif

Kreatif artinya memiliki daya cipta (Alwi, 2005: 465). Desain yang dibuat hendaknya menampilkan suatu desain baru yang orisinal, bukan jiplakan dan desain yang sudah ada.

i. Surprise

Bersasal dari kata kejutan yang artinya dapat memberi kesan pada pengelihatnya.(Alwi, 2005: 865). Desain yang dibuat dapat menimbulkan daya tarik tersendiri bagi orang yang melihatnya.

j. Etis

Etis artinya berhubungan dengan etika (Alwi, 2005: 237). Desain yang dibuat tidak menyimpang dari norma-norma yang berlaku dimasyarakat.

Dari 10 indikator penilaian digunakan menentukan desain terpilih dengan melakukan pengukuran atau penilaian alternatif-alternatif desain menggunakan skala ordinat (skala yang menunjukkan tingkatan atau rangking). Rangking didapatkan setelah dilakukan penilaian berdasarkan prinsip-prinsip desain. Disinilah diperlukan usaha menentukan tingkatan dan kualitas, kriteria-kriteria tentang apa yang disebut sangat baik, baik, cukup, kurang, dan sangat kurang. Masing-masing tingkatan kualitas akan disusun berdasarkan jenjang ilmu dan nilai tertinggi 5 dan nilai terendah 1.

- Nilai 5 = sangat baik
- Nilai 4 = baik
- Nilai 3 = cukup
- Nilai 2 = kurang
- Nilai 1 = sangat kurang

Untuk mendapatkan nilai tertinggi (total skor) dari tingkatan kwalitas desain tersebut menggunakan rumus sebagai berikut:

Jumlah rata-rata nilai unsur

$$R = \frac{\text{Jumlah rata-rata nilai unsur}}{N} \times 100\%$$

N = Nilai skor tertinggi x jumlah indikator (5x10)

Setelah masing-masing desain dinilai berdasarkan prinsip-prinsip desain akan terlihat satu desain yang menduduki ranking teratas dan desain inilah yang nantinya sebagai desain terpilih (To gama,1998: 82)

Berikut adalah contoh format penilaian pada desain yang nantinya akan dibuat:

ALTERNATIF DESAIN		KRITERIA	EVALUASI												TERPILIH	
SKETSA	GAMBAR JADI		UNSUR VISUAL													
			ILUSTRASI				TEKSA				WARNA					skor
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4			
		Fungsional														
		Komunikatif														
		Informatif														
		Ergonomis														
		Aestika														
		Lively														
		Simplicity														
		Kreatif														
		Surprise														
		Elle														
		Total														
		Fungsional														
		Komunikatif														
		Informatif														
		Ergonomis														
		Aestika														
		Lively														
		Simplicity														
		Kreatif														
		Surprise														
		Elle														
		Total														

Gambar 1.1 Contoh format penilaian desain

1.7 Sitematika Penulisan

Untuk mendapatkan gambaran yang jelas, terarah dan terstruktur mengenai pengantar karya Tugas Akhir maka dalam penulisan pengantar karya ini akan dibagi dalam 5 bab yang dibuat secara sistematis yang mana antara bab yang satu dengan bab yang lainnya akan memiliki hubungan erat yang tidak akan dapat dipisahkan. Sitematika dari pengantar karya pada masing-masing babnya dapat dirincikan sebagai berikut :

Pada bab I ini akan diuraikan mengenai latar belakang masalah yang merupakan hal dasar diangkatnya suatu masalah yang nantinya dapat digunakan sebagai acuan untuk perancangan media yang akan dibuat, termasuk di dalamnya terdapat pengertian judul kasus, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat perancangan, metode analisis data, dan indikator penilaian desain.

Pada bab II ini dijelaskan tentang tinjauan dari berbagai data-data yang diperoleh sehingga nantinya akan digunakan sebagai data aktual dan faktual yang nantinya akan dianalisis kembali menjadi sebuah data sintesa sehingga dapat dijadikan acuan dalam perumusan konsep desain.

Pada bab III ini akan menguraikan tentang konsep dasar perancangan, pola pikir, skema proses perancangan, strategi media, program tayangan media, dan strategi kreatif yang selanjutnya akan dijadikan dasar pada visualisasi desain.

Pada bab IV ini menguraikan tentang seluruh visualisasi desain yang telah dibuat dalam bentuk gambar serta uraian atau keterangan rinci mengenai masing-masing desain. Adapun visualisasi desain yang diuraikan, antara lain: poster, Cover CD, Plyer, Kalender, Stiker, Jam dinding, Bros, X Banner, T-shirt, dan Katalog karya.

Pada bab V ini menjelaskan tentang kesimpulan dari unsur-unsur yang berpengaruh pada proses perancangan yang telah dibuat sehingga akan diketahui hal yang menjadi alasan media informasi yang layak untuk diperlihatkan (ditampilkan) kepada masyarakat. Sedangkan saran merupakan rekomendasi kepada pihak-pihak terkait. Kemudian tidak lupa bab ini berisi mengenai saran-saran dan rekomendasi pada pihak-pihak yang terkait.

BAB II

LANDASAN TEORI DAN IDENTIFIKASI DATA

2.1 Data Teoritis/Aktual

Data teoritis atau aktual adalah data yang mengarah (mengacu) pada sumber-sumber data ilmiah yang bisa dipertanggung jawabkan dan literatur mengenai teori-teori tentang desain komunikasi visual yang berhubungan dengan khusus dan konsep pengerjaan Tugas Akhir ini (data yang bisa dimanfaatkan dalam perancangan).

2.1.1 Pengertian Obyek Kasus

Dalam perancangan ini kasus yang diangkat adalah Perancangan Media Komunikasi Visual Sebagai Sarana Kampanye pelestarian Gambelan Gong Saron di Desa Singapadu Gianyar. Adapun media-media promosi yang akan dirancang dalam pelestarian Gambelan Gong Saron ini diantaranya adalah kalender, X Benner, Jam ding, poster, Bros, Stiker, T-shirt, Flyer, Cover CD, dan katalog.

Gong Saron sebuah barungan (unit) gamelan sakral yang termasuk dalam kelompok gamelan madya, yaitu barungan gamelan yang jumlah pemainnya antara 10 sampai 15 orang. Gamelan ini menggunakan laras pelog 7 (tujuh) nada atau pelog saih pitu, yang pada umumnya memainkan tabuh-tabuh yang melodis dengan suasana lagu yang di "awang-awang," antara dunia *sekala* dengan *niskala*. Dengan permainan kendang yang minimal, yang muncul pada saat akan jatuhnya pukulan gong, tabuh-tabuh Gong Saron biasanya dimainkan untuk membangun suasana berduka. Dalam penelitian ini konsep gamelan Gong Saron yang digunakan adalah mengacu kepada buku *Deskripsi Karawitan "Gong Saron"* (Rembang cs. 1994-1995).

Berbicara tentang Gong Saron, Rembang dkk. (1995:3) menawarkan bahwa kata Gong Saron terdiri atas 2 (dua) buah suku kata, yakni "Gong" dan "Saron". Kata "gong" mengacu kepada nama salah satu instrumen gamelan tradisional Bali yang terbuat dari bahan perunggu. Bentuknya bulat seperti *nekara*, memiliki pencon (*lambe*) pada sentrahiya dan pencon itulah yang

biasanya dipukul. Ukuran gong ini paling besar diantara barungannya. Fungsi gong di sini adalah sebagai finalis lagu atau sebagai pemberi aksent-aksent pada akhir lagu. Istilah gong juga dipakai untuk memberi nama kepada satu barungan gamelan misalnya: gamelan Gong gede, gamelan Gong kebyar, gamelan Gong suling, gamelan gong beri, dan sebagainya. Selanjutnya kata "*Ltiang*" atau "*Ruang*" atau "*Rang*" berarti: ruang atau bidang. Istilah "Saron" ini sangat populer dipergunakan dalam dunia perundagian (arsitektur tradisional Bali), untuk menyebutkan nama bidang atau ruang-ruang kosong yang akan diberi hiasan berupa motif-motif ukiran dan sejenisnya.

Selayang Pandang Seni Pertunjukan Bali oleh I Wayan Dibia (1999). Dalam buku ini dijelaskan bahwa gamelan Gong Saron adalah gamelan langka yang pada umumnya dipergunakan untuk mengiringi upacara kematian (*ngaberi*). Gamelan yang berlaras pelog (tujuh nada) dan merupakan barungan madya ini, yang barungannya lebih kecil dari pada Gong Kebyar, termasuk salah satu jenis gamelan yang jarang dimainkan untuk mengiringi suatu pertunjukan gong atau drama. Walaupun Gong Saron juga dimainkan di atas pentas, seperti dalam pagelaran drama gong Calonarang, barungan ini lebih diutamakan untuk mengiringi adegan tertentu yakni adegan memandikan mayat atau *medusang-dusangan*.

Sumber dari Cokorde Raka Tisnu wawancara 2 Februari 2011 menyebutkan Gong Saron ini sudah berada sejak jaman Majapahit, di mana jaman kerajaan di Singapadu, raja dan mahapatih dari kerajaan Puri Sangsi Singapadu mendapat undangan ke Majapahit, di mana di kepulauan ke Bali di berikan sebuah hadiah gamelan atau sejenis gong saron, yang dimana salahsatu gambelan yang pertama kalin di Desa Singapdu di jaman kerajaaan. Keberadaan atau kehidupan gamelan Gong Saron di Desa Singapadu seperti yang digambarkan di atas mulai mengalami perubahan penurunan yang cukup signifikan sejak kurang lebih dua puluh tahun yang lalu sejak tahun 1990-an hingga sekarang. Dalam kurun waktu dua puluh tahun

terakhir ini, penggunaan Gong Saron untuk mengiringi upacara kematian pun mulai semakin berkurang. Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan Gong Saron pada zaman ini sudah berbeda dengan keberadaannya di masa lalu.

2.1.2 Aspek-aspek Desain Komunikasi Visual

Media komunikasi visual adalah sarana informasi yang dapat dilihat dan dapat menginformasikan suatu maksud atau pesan yang ingin di sampaikan. Media-media yang dirancang tentu tidak dapat terlepas dari unsur-unsur desain yang mendukung, diantaranya: media, ilustrasi, teks, huruf/tifografi, warna dan.

1. Media

Media adalah alat (sarana) komunikasi seperti koran, majalah, radio, televisi, film, poster dan spanduk yang terletak di antara dua pihak (Alwi, 2002 : 726). Media juga merupakan sarana untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada publik dengan menggunakan berbagai unsur komunikasi grafis seperti teks atau gambar atau foto (Pujiriyanto, 2005 : 15).

Landasan pemikiran dalam pemilihan media adalah kemampuan untuk menjangkau massa, kapasitas informasi yang dapat diemban media, target *audience* (Ananda, 1978:10).

Didalam periklanan, media penyampaian pesan dibedakan menjadi dua pengertian yaitu:

a. Media Lini Atas (*Above the line media*)

Adalah kelompok media promosi yang memerlukan luar ruang, artinya melalui sarana komunikasi massa. Misalnya media cetak, media elektronik, serta media luar ruang atau outdoor media. Pada umumnya biro iklan bersangkutan mendapat komisi karena pemasangan iklan tersebut (Nuradi, 1996:3).



Gambar 2.1: contoh media Lini atas Billboard, jagir Advertising bali

Sumber :(www.balibillbord.com)

b. Media Lini Bawah (*Below the line media*)

Adalah kelompok media promosi yang tidak memerlukan media luar ruang, media ini cocok digunakan untuk target yang lebih kecil .*Direct mail, publicc relation sales promotion* yang menggunakan *flyer*, brosur, iklan di majalah atau di surat kabar dengan segmen terbatas termasuk *Below the line* (Rustan, 2009:89).



Gambar 2.2 : Pin BALI BLOGGER

sumber : www.28sign.com

Kelebihan promo media lini bawah yaitu:

- 1) Efektifitas waktu dan kecepatan penyampaian promosi kepada khalayak sasaran.
- 2) Penguatan citra yang relatif tanggap dibenak konsumen.
- 3) Nilai finansial yang dikeluarkan lebih ekonomis.
- 4) Timbal balik dan reaksi khalayak sasaran terhadap kegiatan berpromo melalui media lini bawah cukup menjanjikan.

5) Tenggang waktu pemanfaatan media lini bawah sangat fleksibel.

Media juga dapat digolongkan dalam beberapa bentuk antara lain:

1) Berdasarkan cara pembuatannya dengan alat-alat cetakan, seperti: selebaran, brosur, folder dan media lainnya.

2) Berdasarkan lokasi penempatannya, seperti:

Diluar ruangan (*outdoor*), seperti: poster, baliho, papan nama, spanduk, dll.

Dalam ruangan (*indoor*) seperti: poster, etalase, dll.

3) Berdasarkan bentuk media yang digunakan:

Media langsung, seperti: katalog, selebaran, folder, kartu nama, dll. Media tak langsung seperti: iklan majalah, surat kabar, televisi, dan radio.

2. Ilustrasi

Ilustrasi berasal dari bahasa latin yaitu *illustrare* yang berarti menerangkan, ilustrasi dapat berupa gambar, simbol, relief, musik yang tujuannya untuk mengkomunikasikan atau menjelaskan sesuatu (Santosa,2002:57).

Ilustrasi juga merupakan seni gambar yang dimanfaatkan untuk memberikan penjelasan atas suatu maksud atau tujuan secara visual. Dalam perkembangannya, ilustrasi secara lebih lanjut ternyata tidak hanya berguna sebagai sarana pendukung cerita, tetapi dapat juga menghiasi ruang kosong. Misalnya dalam majalah, koran tabloid dan lain-lain. Ilustrasi bisa berbentuk macam-macam, seperti karya seni sketsa, lukis, grafis, karikatural, dan akhir-akhir ini bahkan dipakai image bitmap hingga karya foto (Kusrianto, 2007:140).

Ilustrasi adalah gambar untuk membantu memperjelas isi buku, atau karangan (Alwi, 2002 : 425.). Pengertian ilustrasi menurut Maya Ananda, adalah sesuatu yang dapat menyemarakkan halaman-halaman buku atau media lainnya sebagai karya seni yang memiliki nilai estetis. Bentuk gambar ilustrasi dapat berupa : foto, karikatur, kartun, potret manusia, binatang, dan tumbuh-tumbuhan.

Fungsi dari ilustrasi adalah untuk menarik perhatian publik guna mendorong dan mengembangkan gagasan dalam bentuk cerita realistik, dapat menumbuhkan suasana emosional karena ilustrasi lebih mudah dipersepsi atau diserap daripada tulisan (Kusmiati,1999:44).

Berdasarkan sifatnya ilustrasi dapat digolongkan menjadi tiga yaitu:

a. Ilustrasi Gambar Tangan (*Hand Drawing*)

Adalah ilustrasi gambar tangan dibuat secara keseluruhan menggunakan tangan, dengan memberikan ekspresi dan karakter tertentu untuk mendukung media komunikasi grafis (Pujiriyanto, 2005:42). Biasanya menggunakan kuas, pensil, pena, krayon, spidol, arang (dikenal dengan pensil konte), *air brush* dan alat-alat yang dipakai menggambar lainnya. Ada beberapa guna dari ilustrasi tangan, yaitu: sebagai simbolisasi, menggambarkan fantasi, menggambarkan sesuatu yang membangkitkan selera humor, dan untuk pengganti foto. Ada beberapa teknik ilustrasi gambar tangan yaitu:

1) Teknik Arsir

Adalah teknik menggambar dengan unsur-unsur garis, digoreskan secara silang-menyilang untuk mewujudkan gambar yang diinginkan. Garis tersebut saling menumpang membentuk efek gelap terang, volume dan plastisitas.

2) Teknik *Halftone*

Adalah teknik yang menggunakan gradasi gelap terang dengan tinta yang dicairkan untuk memperoleh nuansa, sehingga hasilnya mendekati foto.

3) Teknik Blok

pada teknik ini pembentukan wujud gambar dengan memanfaatkan efek kontras antar bagian yang paling terang dengan bagian yang paling gelap.

4) Teknik *Scraper Board*

Pada teknik ini, cara menggoreskan garis arahnya mengikuti obyek, garis tidak saling menumpang, tetapi dibuat sejajar satu sama lain. Pada bagian yang gelap garis arsir dibuat rapat, sedangkan pada bagian yang terang garis arsir dibuat agak renggang.

5) Teknik Goresan Kering

Pada teknik ini, tinta/cat dibuat setengah kering, baru kemudian ditumpangi goresan lagi dengan tujuan untuk mendapatkan atau mencapai efek tekstur yang timbul. Untuk goresan pertama dibuat tipis, terutama pada bidang yang terang, pada bagian bidang yang gelap goresan diulang-ulang sampai mendapatkan hasil yang diinginkan.

6) Teknik *Dots/Pointilisme* (titik-titik)

Wujud gambar terdiri dari titik-titik, dimana gelap terang dan plastisitas gambar dicapai dengan menggunakan titik-titik. Kalau menginginkan bagian yang gelap titik-titiknya dibuat rapat dari pada bagian yang terang.

Ada beberapa guna dari ilustrasi tangan, yaitu:

- a) Sebagai simbolisasi;
- b) Menggambarkan fantasi;
- c) Menggambarkan sesuatu yang membangkitkan selera humor ; Untuk pengganti foto.



Gambar 2.3 Contoh gambar tangan

(Sumber: Cara Mudah Menggambar, Apriyanto, 2004 : 84)

b. Ilustrasi Fotografi

Adalah teknik membuat gambar ilustrasi berupa foto dengan bantuan kamera baik itu manual maupun digital. Obyek fotografi menjadi lebih realistis, eksklusif dan persuasif (Pujiriyanto, 2005:42). Ilustrasi fotografi memiliki beberapa kegunaan, yaitu: menggambarkan perbandingan menunjukkan berita, mengabadikan sesuatu, mencitakan suasana hati, menggambarkan sesuatu yang membangkitkan rasa kemanusiaan (Suyanto, 2004:89).

Adapun keunggulan menggunakan ilustrasi fotografi yaitu: gambar yang dihasilkan nyata/*realistis*, waktu pembuatannya relatif singkat dan dapat dibuat secara spontan, teknik fotografi dapat dibuat berwarna ataupun hitam putih.

Ilustrasi fotografi memiliki beberapa kegunaan, yaitu:

- 1) Menggambarkan perbandingan menunjukkan berita;
 - 2) Mengabadikan sesuatu;
 - 3) Mencitakan suasana hati;
 - 4) Menggambarkan sesuatu yang membangkitkan rasa kemanusiaan
- (Suyanto, 2004 : 89).



Gambar 2.4 Contoh ilustrasi fotografi
(Sumber: www.gabardine.com, 15 Desember 2010)

c. Ilustrasi Teknik Gabungan

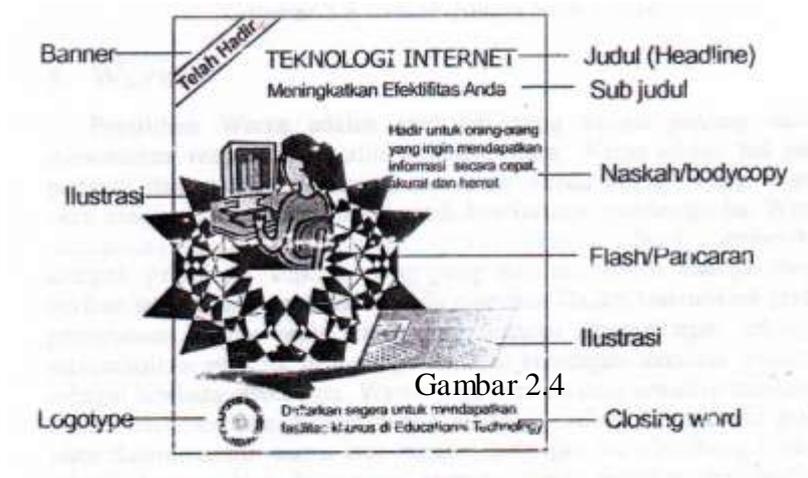
Adalah ilustrasi dalam bentuk komunikasi dengan struktur visual atau rupa yang terwujud dari perpaduan antara teknik fotografi dengan teknik *drawing* di komputer (Pujiriyanto, 2005: 41). Teknik memiliki kelebihan yaitu dengan aplikasi komputer, teknik *drawing* dan fotografi dapat lebih disempurnakan.



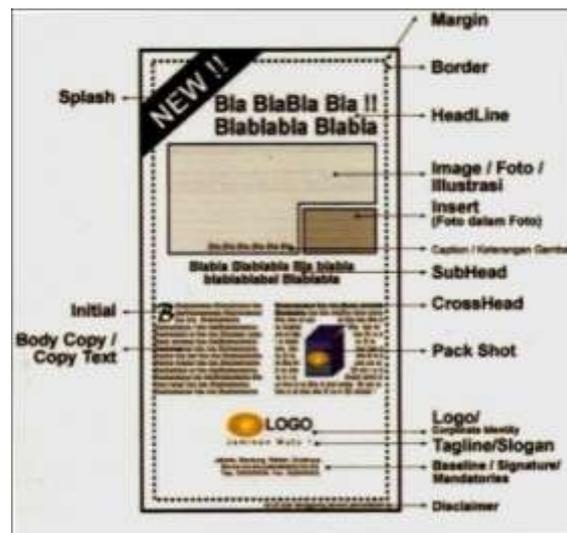
Gambar 2.5 Contoh ilustrasi teknik gabungan
 (Sumber : www.balizoopark.com, 15 Desember 2010)

2. Teks

Menurut kamus besar bahasa Indonesia teks merupakan naskah yang berupa kata-kata asli dari pengarang atau bahan tertulis untuk memberikan pelajaran, berpidato dan lain sebagainya. Bahasa yang digunakan untuk penyusunan teks pada iklan hendaknya sederhana jelas, singkat, dan tepat serta memiliki daya tarik pada kalimatnya, selain itu perlu diperhatikan ukuran termasuk jarak antar huruf dan ukurannya termasuk jarak antar huruf, kata, baris dan lebar paragraf (Suriyanto, 2009: 28).



Contoh 2.6 Contoh penggunaan teks pada iklan
 (Sumber: Desain Grafis Komputer, Pujiriyanto, 2005 : 41)



Gambar 2.7 Contoh 2 penggunaan teks pada iklan
(Sumber: Buku Pengantar Desain Komunikasi Visual)

Teks merupakan suatu struktur, yang dibagi menjadi beberapa sistem penamaan dan masing-masing memiliki fungsi berbeda, yaitu:

a. *Headline* (Baris Utama/Judul)

Merupakan teks pertama menjadi penentu bagi pembaca untuk membaca teks selanjutnya. (Kusrianto, 2007: 209). Bagian terpenting dari teks yang menarik perhatian dan merupakan hal yang pertama kali dibaca adalah judul. Teks *Headline* harus dibuat *eye catchyng* dengan kontras yang cukup kuat.

b. *Sub Headline* (Sub Judul)

Merupakan lanjutan keterangan dari judul yang menjelaskan makna atau arti dari pada judul, dan umumnya lebih panjang dari judulnya. Subjudul dapat juga disebut sebagai kalimat peralihan yang mengarahkan pembaca dari judul ke kalimat pembuka dari naskah (*body copy*) (Pujiriyanto, 2005:39).

c. *Body Copy* (Teks isi)

Merupakan kalimat yang menerangkan lebih rinci tentang isi pesan yang ingin disampaikan, berfungsi untuk mengarahkan pembaca dalam mengambil sikap, berpikir, dan bertindak lebih lanjut (Pujiriyanto, 2005:39).

d. *Logotype* (Merek dagang/usaha)

Merupakan simbol atau nama yang dipakai oleh suatu perusahaan (Nuradi, 1996:102).

e. *Slogan* (Semboyan)

Slogan (semboyan) adalah kalimat pendek yang unik dan khas yang dimiliki oleh sebuah produk untuk lebih meyakinkan dan memperkuat sikap konsumen untuk memilih produk atau jasa yang ditawarkan.

f. *Closing word* (Kata Penutup)

Kata penutup adalah kalimat pendek yang jelas, singkat, jujur dan jernih yang biasanya bertujuan untuk mengarahkan pembaca untuk membuat keputusan (Pujiriyanto, 2005:39).

3. Tipografi

Dari pengertiannya, kata tipografi berasal dari bahasa latin yaitu terdiri dari kata *typos* dan *graphia*. *Typos* artinya cetakan bentuk dan sejenisnya, sedangkan *graphia* artinya hal tentang seni tulisan (Scheder, 1997:4).

Secara umum tipografi diartikan seni mencetak dengan menggunakan huruf, seni menyusun huruf dan cetakan dari huruf atau penyusunan bentuk dengan gaya-gaya huruf. Tipografi sama dengan menata huruf yang merupakan unsur penting dalam sebuah karya desain komunikasi visual untuk mendukung terciptanya kesesuaian antara konsep dan komposisi karya (Santosa, 2002:108).

Huruf dapat dikelompokkan menjadi lima tipe menurut Pujiriyanto (2005:56-59), yaitu:

a. Huruf Tak Berkait (*Sans Serif*)

Bentuk huruf yang tidak memiliki kait, bertangkai tebal, sederhana dan lebih mudah dibaca. Ciri lainnya adalah tidak memiliki *stroke*/ekor. Sifat huruf ini kurang formal. Contoh bentuk huruf ini yang paling populer yaitu tipe *Arial*

Aa Bb Cc (*Arial*)

(sumber: Microsoft Word 2007)

b. Huruf Berkait (*Serif*)

Bentuk huruf yang memiliki kait, dengan ketebalan yang kontras. Jenis ini merupakan huruf yang formal, serif mengekspresikan organisasi dan intelektualitas, sangat anggun dan konservatif. Contoh yang paling umum yaitu huruf tipe *Times New Roman*.

Aa Bb Cc (*Times New Roman*)

(sumber: Microsoft Word 2007)

c. Huruf Tulis atau Latin (*Script*)

Jenis ini merupakan dasar dari bentuk huruf yang ditulis dengan tangan, kontras tebal dan tipisnya sedikit saling berhubungan dan mengalir. Dapat memberikan kesan keanggunan, *sophistication* dan sentuhan pribadi.

Aa Bb Cc (*Edwardian script ITC*)

(sumber: Microsoft Word 2007)

d. Dekoratif (*Decorative*)

Bentuk huruf yang sangat rumit desainnya. Bentuk huruf ini tidak cocok digunakan sebagai *body copy*, hanya cocok dipakai untuk judul/*headline* jadi sifatnya sangat terbatas dalam penggunaannya.

Aa Bb Cc (*Bastarda-K*)

(sumber: Microsoft Word 2007)

e. Huruf *Monospace*

Huruf yang berjenis *monospace* mempunyai jarak atau lebar yang sama setiap hurufnya. Contoh huruf *monospace* adalah huruf tipe *courier* dan huruf-huruf yang ada pada mesin ketik.

Aa Bb Cc (*Courier New*)

(sumber: Microsoft Word 2007)

4. Warna

Warna adalah suatu hal yang penting dalam menentukan respons dari orang, warna adalah hal pertama yang dilihat oleh seseorang, setiap warna akan memberikan kesan dan identitas tertentu, walaupun hal ini tergantung dari latar belakang pengamatnya

(Pujiriyanto, 2005 : 43).

Warna adalah kualitas dari mutu cahaya yang dipantulkan suatu obyek ke mata manusia. Setiap warna memiliki daya Gongk yang berbeda dan dalam penggunaannya diharapkan dapat menciptakan keserasian dan membangkitkan emosi, (Wirya, 1999:26).

Roda warna dikembangkan oleh Newton. Roda warna merupakan lingkaran yang dibuat dengan menghubungkan ujung merah dan ujung ungu dari spektrum warna. (Nugroho, 2008:7). Berikut gambar susunan warna-warna dalam Lingkaran Warna:



Keterangan:

1. **Primary** (warna primer)
2. **Secondary** (warna skunder)
3. **Tertiary** (warna tersier)

Gambar 2.8 Warna-warna dalam lingkaran warna

(Sumber:Pengenalan Teori Warna, Nugroho, 2008 : 10)

Warna dapat dibedakan menjadi tiga, yaitu:

a. Warna Primer

Warna primer merupakan warna-warna paling kuat yang mana merupakan warna yang utama dalam pembentukan warna-warna lainnya. Contohnya: merah, kuning dan biru. (Pujiriyanto, 2005 : 43).



Gambar 2.9 Logo Trizz Hubmed

(www.dewirorowilis.blogspot.com, 12 Oktober 2010)

b. Warna Sekunder

Warna sekunder merupakan merupakan warna hasil pencampuran, antara dua warna primer. Contohnya: merah + kuning = orange, kuning + biru = hijau, biru + merah = ungu. (Nugroho, 2008:7).

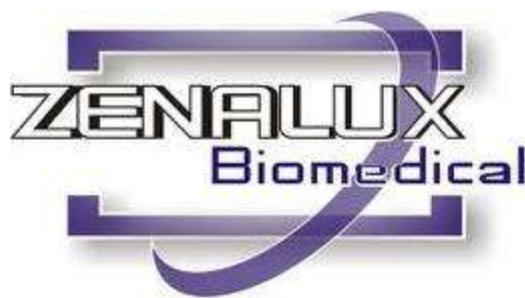


Gambar 2.10 Logo Bali Zoo Park

(www.merchantcircle.com, 12 Oktober 2010)

c. Warna *Tertier*

Warna *tertier* merupakan warna yang merupakan hasil pencampuran antara warna primer dengan warna sekunder. Contohnya: merah + ungu = merah ungu, ungu + biru = ungu biru, biru + hijau = hijau biru, hijau + kuning = kuning hijau, kuning + oranye = oranye kuning. (Pujiriyanto, 2005 : 43).



Gambar 2.11 Logo Zenaux Biomedical
(www.ardizbahtiar.blogspot.com, 12 Oktober 2010)

Sedangkan untuk memperoleh warna yang selaras dan menarik, terdapat perpaduan atau aplikasi warna, yaitu:

d. Monokromatik

Merupakan paduan warna-warna yang sama tetapi berbeda kemurniannya.



Gambar 2.12 Gambar logoteks Asuransi Acti
(Sumber : www.kaskus.com, 12 Oktober 2010)

e. Analogis

Adalah paduan warna-warna yang bersebelahan letaknya dalam lingkaran warna. Misalnya hijau dengan hijau kekuningan. (Wirya, 1999:26).



Gambar 2.13 Gambar logoteks Minuman Ringan Sprite
(Sumber : www.kaskus.com, 12 Oktober 2010)

f. Triadik

Merupakan kombinasi warna-warna yang letaknya pada titik segitiga sama sisi dalam lingkaran warna. Misalnya merah dengan kuning dan biru. (Wirya, 1999:26).



Gambar 2.14 Logo PLN
(www.kaskus.com, 12 Oktober 2010)

g. Komplementer

Adalah kombinasi warna-warna yang saling bersebelahan letaknya dalam lingkaran warna. Misalnya orange dengan biru. (Pujiriyanto, 1992:23)



Gambar 2.15 Gambar logo Ballatines
(Sumber : www.kaskus.com, 12 Oktober 2010)

h. Split-komplementer

Merupakan kombinasi warna-warna yang letaknya pada semua titik yang membentuk huruf Y pada lingkaran warna. Misalnya kuning dengan ungu kemerahan dan ungu kebiruan yang mengapit ungu. (Pujiriyanto, 2005 : 43).



Gambar 2.16 Gambar logoteks Kartu Perdana Excelcom
(Sumber : www.kaskus.com, 12 Oktober 2010)

i. Komplementer Ganda

Merupakan sepasang warna yang berdampingan dengan sepasang komplementernya. Misalnya perpaduan kuning, orange, biru dan ungu (orange kemerahan komplementer biru muda, sedangkan orange dengan biru).

(Nugroho2008:36)



Gambar 2.17 Gambar logoteks Minuman Ringan fanta
(Sumber : www.kaskus.com, 12 Oktober 2010)

j. Polikromatik

Yaitu menggunakan banyak jenis warna. Dimana terjadi perpaduan warna yang harmonis antara warna satu dengan warna lainnya. (Wirya, 1999:26).



Gambar 2.18 Gambar logoteks Eazy Sales
(Sumber : www.kaskus.com, 14 Oktober 2010)

Pembagian warna berdasarkan karakter dan simbolisasi warna (bahasa rupa warna) adalah untuk warna-warna murni (warna pelangi), sedangkan jika warna berubah muda atau tua atau menjadi redup karakter warnanya akan berubah. Warna mempunyai suatu makna. Makna ini bias berbeda ataupun sama dari suatu budaya dengan budaya yang lain.

Berikut adalah makna warna-warna menurut Nugroho (2008:36):

- 1). Merah : Kekuatan, energi, kehangatan, cinta, api, kegairahan, kecepatan, kepemimpinan, darah, sosialisme, musim panas, musim gugur, nafsu, agresi, kemarahan, bahaya.
- 2). Oranye : Kehangatan, semangat, keseimbangan, ceria, energy, panas, api, antusiasme, keinginan, berlebihan, peringatan, bahaya.
- 3). Kuning : Cahaya, kehidupan, matahari, keberuntungan, kebahagiaan, optimisme, kecerdasan, idealisme, kemakmuran, pengharapan, udara, keceriaan, cemburu, iri hati, tidak jujur, sakit, penakut, bahaya, lemah.
- 4). Hijau : Alami, lingkungan, santai, subur, musim semi, muda, kemakmuran, keberuntungan, bumi, ketulusan, pengharapan, pembaruan, kelimpahan, pertumbuhan, kesehatan, keseimbangan, harmoni, stabilitas, cemburu.
- 5). Biru : Kepercayaan, awan, langit, air, setia, damai, kesejukan, percaya diri, keamanan, laut, harmoni, kelembutan, kehebatan, dapat diandalkan, kebersihan, teknologi, kebijaksanaan, kekuatan, ketahanan, persahabatan, perdamaian, kebenaran, kasih, sedih.

- 6). Ungu : Bangsawan, spiritual, kreativitas, kemakmuran, sensual, bijaksana, berlebihan, kebanggaan, kekayaan, romantis, kenikmatan, sombong, angkuh, kejam, kasar, duka, iri, misteri, kebingungan.
- 7). Cokelat : Tanah, bumi, netral, perlindungan, bertahan, tenang, kedalaman, alami, stabilitas, tradisi, tumpul, kotor, bosan, kekerasan, kebodohan, berat, miskin.
- 8). Abu-abu : Modern, cerdas, intelektual, keanggunan, sederhana, respek, rasa hormat, stabil, ketajaman, kebijakan, emosi kuat, keseimbangan, netral, formalitas, kesedihan, bosan, debu, polusi.
- 9). Putih : Disiplin, suci, bersih, damai, kebaikan, kemurnian, salju, kepolosan, kemudahan, sederhana, rendah hati, hampa, menyerah, penakut, tak berimajinasi.
- 10).Hitam : Kokoh, tegas, anggun, kuat, misteri, mewah, modern, kecanggihan, formalitas, kenakmuran, serius, penyesalan, kematian, takut.

Kombinasi warna dapat di bedakan menjadi empat diantaranya ada kombinasi warna-warna analog/harmonis, kombinasi warna-warna komplemente atau kontras dan kombinasi warna-warna triad (Nugroho,200:15).

2.1.3 Prinsip Desain Komunikasi Visual

Prinsip-prinsip desain ini nantinya digunakan sebagai patokan dalam memberikan penilaian terhadap alternatif desain yang dibuat untuk menentukan desain yang terbaik. Adapun prinsip-prinsip desain komunikasi visual yaitu:

1. Prinsip Titik Fokus

Prinsip titik fokus adalah penonjolan salah satu unsur desain dalam menarik perhatian yang melihat. Misalnya antara merek dan ilustrasi. Dimana keduanya merupakan dua unsur yang saling memiliki perhatian satu sama lainnya. Agar tidak membingungkan konsumen maka diperlukan suatu penonjolan baik dari segi warna maupun dari segi ukuran sehingga nampak perbedaan dalam memvisualisasikan suatu karya desain. (Wirya, 1999:26).



Gambar 2.19 : Contoh Titik focus Pin Barak Obama

Sumber : (astayoga.wordpress.com)

2. Keseimbangan

Keseimbangan merupakan salah satu kesamaan distribusi dalam bobot. Merancang suatu desain dengan keseimbangan cenderung memiliki keterkaitan bersama, kelihatan menyatu, dan harmonis.

a. *Formal Balance* (Simetris) yaitu terkesan resmi atau formal (sama dalam ukuran, bentuk, bangun dan letak dari bagian-bagian atau obyek-obyek yang akan disusun di sebelah kiri dan kanan garis suatu sumbu khayal. Apabila unsur-unsur bentuknya sama osisinya pada kedua belah sisi dari garis poros (tengah) ruang layout. (Pujiriyanto, 1992:23)



Gambar 2.20 Contoh *Formal Balance* (*simetris*)

Sumber : (astayoga.wordpress.com)

b. *Informal Balance* (Asimetris) yaitu terkesan tidak resmi atau informal tetapi tampak dinamis apabila garis, bentuk, tangan, atau massa yang tidak sama dengan ukuran, isi atau volume diletakkan sedemikian rupa sehingga tidak mengikuti aturan (Kusmiati,

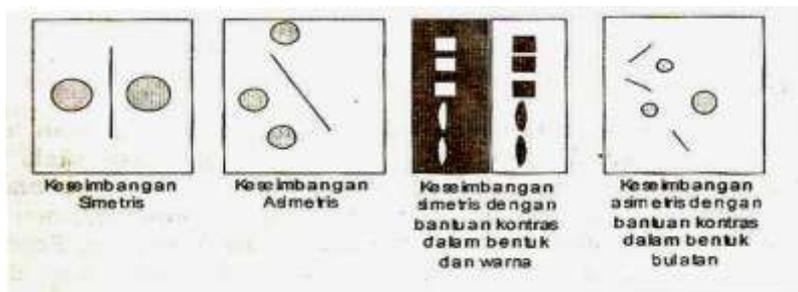
1999:11). Apabila unsur-unsur pendukung bentuk layout pada kedua belah sisinya sedikit tidak sama dari garis poros ruang layout. (Pujiriyanto, 1992:23)



Gambar2.21 Contoh *Informal Balance (asimetris)*

Sumber : astayoga.wordpress.com

c. Keseimbangan horizontal: keseimbangan yang diperoleh dengan menjaga keseimbangan antara bagian bawah dan bagian atas (Pujiriyanto, 2005:93)

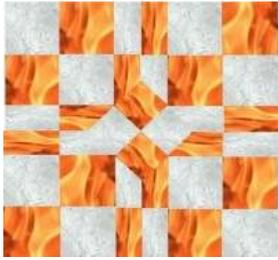


Gambar 2.22 Contoh cara untuk mendapatkan keseimbangan (sumber: Buku Desain Grafis Komputer (Teori Grafis Komputer)

3. Prinsip Ritme/Irama (*Rhythm*)

Prinsi Ritme merupakan pola perulangan yang menimbulkan irama yang enak diikuti (Kusrianto,A, 2007:282). Atau pembuatan variasi elemen dengan pertimbangan yang diberikan terhadap ruang yang ada diantaranya, dan dengan membangun perasaan berpindah dari satu elemen ke elemen lainnya, sehingga tercipta suatu bidang gerak. Irama dapat di capai dengan:

- Kesamaan pengulangan penempatan unsur-unsur layout
- Pengulangan bentuk atau unsur-unsur layout
- Pengulangan warna



Gambar 2.23 : Contoh Prinsip ritme

Sumber : (astayoga.wordpress.com)

4. Keserasian (*Harmony*)

Keselarasan berarti kesan kesesuaian antara bagian yang satu dengan bagian yang lain dalam suatu benda, atau juga antara unsur yang satu dengan unsur yang lainnya pada suatu susunan (komposisi). Serasi atau harmoni dapat dicapai dengan kesamaan arah, kesamaan bentuk, dan bangun meskipun berbeda ukuran ataupun dengan tekstur yang bersifat sama, (Pujiriyanto, 2005:94). Keserasian merupakan suatu usaha menyusun berbagai macam bentuk, bangun, warna, tekstur dan unsur-unsur lain yang disusun secara seimbang dalam suatu komposisi yang utuh agar nikmat dipandang.



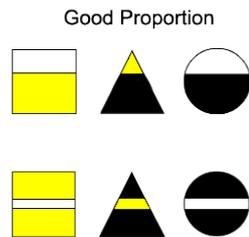
Gambar 2.24 : Contoh logo keserasian

Sumber : (www.logo.blogspot.com)

5. Proporsi (*Propotion*)

Proporsi adalah kesesuaian antara ukuran dengan isinya (Kusrianto, 2007:277). Ada kemiripan pengertian dengan skala, hanya saja unsur proporsi tidak berdiri

sendiri, melainkan selalu dikaitkan dengan ukuran obyek lain yang telah diketahui sebelumnya (Kusmiati, 1999:14).



Gambar 2.25 : *contoh Proporsi*

Sumber : (astayoga.wordpress.com)

6. Prinsip Kesatuan (*unity*)

Prinsip kesatuan adalah hubungan antara elemen-elemen desain yang semula berdiri sendiri-sendiri serta memiliki ciri sendiri-sendiri yang disatukan menjadi suatu yang baru dan memiliki fungsi baru yang utuh (Kusrianto, 2007:285). Untuk mencapai kesatuan dalam karya desain, desainer harus mengerti tentang garis, bentuk, warna, tekstur, kontras nilai, format, keseimbangan, titik fokus dan ritme.



Gambar 2.26 : *Contoh Kesatuan*

Sumber : (astayoga.wordpress.com)

7. Prinsip Hirarki Visual

Merupakan prinsip yang mengatur elemen-elemen mengikuti perhatian yang berhubungan secara langsung dengan titik fokus. (Suyanto,2004:64) Tiga pernyataan penting mengenai hirarki visual yaitu:

a. Mana yang anda lihat pertama?

- b. Mana yang anda lihat kedua?
- c. Mana yang anda lihat ketiga?



Gambar 2.27: contoh Prinsip Hirarki visual

Sumber : (astayoga.wordpress.com)

8. Kesederhanaan (*Simplicity*)

Kesederhanaan (*simplicity*) artinya jika ditambah terasa menjadi ruwet dan jika dikurangi terasa ada yang hilang. Sederhana tidak berarti harus sedikit, tetapi yang lebih tepat adalah “pas”, artinya tidak lebih dan tidak kurang (Sanyoto, 2005:209).



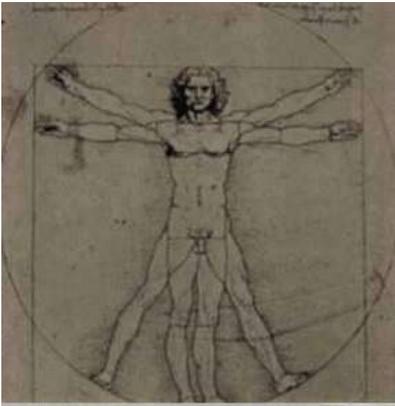
Gambar 2.28.: Contoh gambar kesederhanaan

Sumber : (astayoga.wordpress.com)

9. Skala (*Scale*)

Skala adalah ukuran yang relatif dari suatu objek, jika dibandingkan terhadap objek atau elemen lain yang telah diketahui ukurannya. Skala digunakan untuk

menciptakan keserasian dan kesatuan objek suatu desain, melalui kesamaan-kesamaan atau kontras yang dibuat dalam skala (Kusmiati, 1999:14). Biasanya skala dinyatakan dengan ukuran panjang dan lebar dimana elemen-elemen yang digunakan memiliki hubungan dalam skala secara konsisten.



Gambar 2.29 : *Contoh Skala*

Sumber : ([www, Gogel art.com](http://www.Gogelart.com))

10. Kontras

Kontras di dalam komposisi diperlukan sebagai vitalitas agar tidak terkesan monoton. Tentu saja, kontras ditampilkan secukupnya saja karena bila terlalu berlebihan, akan muncul ketidakteraturan dan kontradiksi yang jauh dari kesan harmonis.



Gambar 2.30 : *Contoh gambar Kontras*

Sumber : ([www.klasifikasi wama.com](http://www.klasifikasiwama.com))

2. 1.4 Aspek Teknis Perwujudan

1. Bahan

Bahan adalah sukat, selayaknya, bakal barang yang dipakai untuk barang yang lain; sesuatu yang dibutuhkan untuk bahan cetak. Penggunaan bahan harus sesuai

dengan kebutuhan. Ada beberapa bahan yang digunakan yaitu kertas, kayu, logam, plastik dan sebagainya (Scheder,1977:43).

2. Teknik Cetak

Mencetak bisa diartikan membuat salinan yang banyak dari original yang sama (Scheder,1977:167). Didalam mewujudkan media grafis, ada beberapa teknik yang dapat digunakan yaitu :

a. Teknik cetak tinggi (*Relief Printing*)

Teknik cetak yang pada acuan cetaknya/permukaan bagian yang mencetak lebih tinggi dari pada bagian yang tidak mencetak biasanya gambar yang akan dicetak posisinya lebih tinggi dari bagian yang tidak dicetak.contohnya stempel.

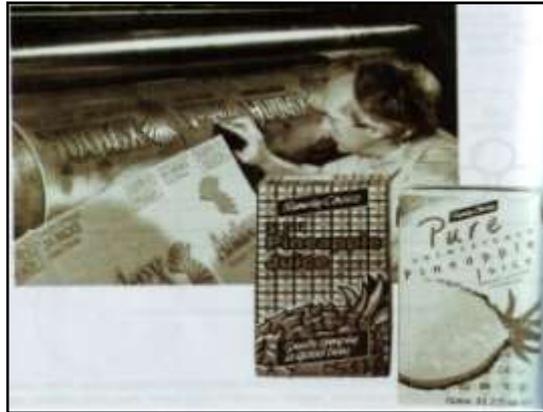
Teknik cetak tinggi ada dua macam, yaitu: cetak letterpress dan cetak flekso. Perbedaannya adalah: pada acuan cetak letterpress terbuat dari bahan yang keras sedangkan acuan cetak flekso terbuat dari bahan yang elastik atau fleksibel.

b. Letterpress (*Boekdruck*)

Teknik cetak ini acuan cetaknya terbuat dari bahan yang keras. Cetak ini disebut *Boekdruck* yang artinya cetak buku, karena secara *historical* pada pertengahan abad ke 15 tepatnya pada tahun 1440, seorang bernama Johannes Gutenberg, memikirkan dan melakukan teknik cetak ini untuk mencetak buku dengan menyusun huruf-huruf lepas yang terbuat dari timah sebagai acuan cetaknya, proses ini dikenal sebagai *boedruck*.

c. Cetak Flekso (*Fleksografi*)

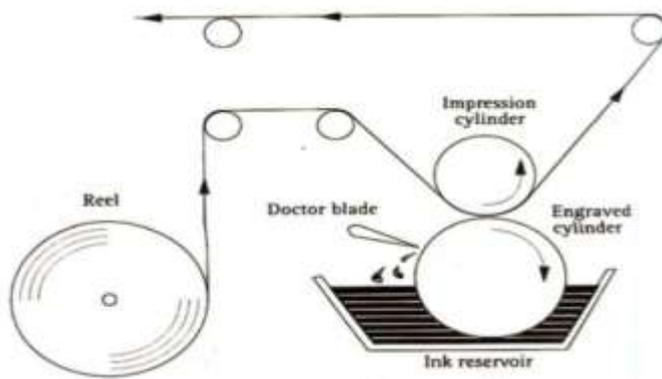
Teknik cetak ini acuan cetaknya halus dan elastis menjadikan sifat permukaannya mampu mengalihkan tinta cetak dengan *viskositas* yang rendah ke berbagai jenis bahan yang menyerap tinta maupun yang tidak menyerap tinta. Proses cetaknya pun sederhana seperti halnya cetak letterpress. Cetak flexo pada umumnya dilakukan secara *rotary* (web) menggunakan karet (untuk pekerjaan solid yang sederhana seperti huruf-huruf yang besar) atau *photo-folymer* yang dapat menghasilkan kualitas prima cetak. (Kusrianto, 2006:135).



Gambar 2.31 Bagan Proses Percetakan dengan Mesin Cetak Flexografi
(Sumber: Buku Pengantar Desain Komunikasi Visual: 135)

d. Teknik cetak dalam (*Gravure Printing*)

Teknik cetak yang permukaan bagian yang mencetak pada acuannya lebih rendah daripada bagian yang tidak mencetak (Tapran, 2006:26). Cara mencetak teknik ini, dimana huruf atau gambar tenggelam atau cekung, bagian tenggelam tersebut akan diisi tinta yang akan diserap oleh media cetak



Gambar 2.32 Bagan proses percetakan dengan Mesin Cetak Dalam
(Sumber: Buku Pengantar Desain Komunikasi Visual: 134)

Proses cetaknya adalah proses cetak tidak langsung. Tampon (*pad*) berfungsi sebagai pengalih gambar dari klise ke bahan yang akan dicetak. Tampon (*pad*) ini

dibuat dari *Cold Vulcanizing Hard Silicone Rubber*. Untuk menampilkan perbedaan nada gambar pada acuan cetak gravure terdiri dari tiga metode yaitu:

1) Beda kedalaman (*Variable Dept*)

Untuk menampilkan nada, dengan metode ini semua titik (*cell*) mempunyai lebar yang sama. Nada yang terang akan ditampilkan oleh *cell* yang dangkal sedangkan nada yang gelap akan ditampilkan oleh *cell* yang dalam. Proses pembuatan acuan cetak ini dengan cara *etching* dan *laser engraving*

2) Beda luas (*Variable Areal*)

Untuk menampilkan nada, pada metode ini semua *cell* mempunyai kedalaman yang sama. Untuk menampilkan nada terang, akan diwakili oleh *cell* yang berdiameter kecil sedangkan nada gelap akan diwakili dengan *cell* yang lebar. Proses pembuatan acuan cetak ini dengan cara *etching*.

3) Beda luas dan beda dalam (*Variable Depth and Variable Area*)

Untuk menampilkan nada, pada metode ini mempunyai *cell* yang bervariasi baik kedalaman maupun luas areanya. Pada area terang akan diwakili dengan *cell* yang dangkal dan sempit. Proses pembuatan acuan ini bisa dengan cara *dirrect engraving* dengan menggunakan *stylus*. *Laser* dan *electronic beam* kemudian proses pencucian (*photopolimerization*) serta *manual etching*.

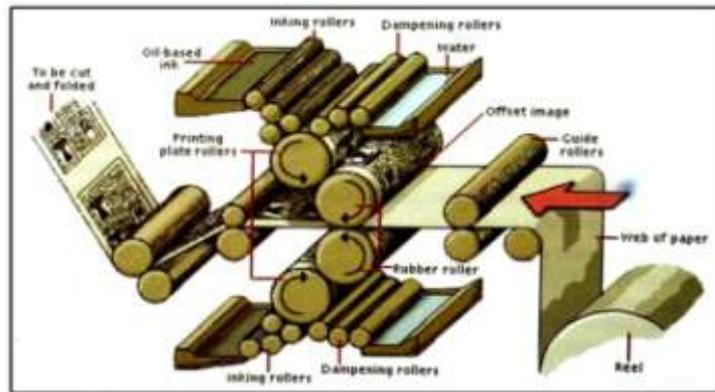
e. Teknik cetak datar (*Planografi/Litografi*)

Teknik cetak yang pada acuan cetaknya/permukaan bagian yang mencetak sama tinggi dengan bagian yang tidak mencetak (Tapran, 2006:25). Prinsip cetak pada teknik ini adalah dengan menggunakan prinsip saling tolak menolak antara air dan lemak. Metode litography berawal dari penemuan seorang bangsa Jerman bernama Aloys Senefelder yang hidup dari tahun 1771 sampai tahun 1834.

Litografi artinya gambar pada batu *solnhofen* atau *limestone* batu ini disebut batu litho dan proses cetak yang menggunakan batu ini disebut cetak lithografi. Ada dua jenis litografi yaitu:

1) Lithografi dengan pembasah: dimana pada acuan cetaknya bagian yang mencetak senang minyak (*oleophilic*) dan menolak air (*hydrophobic*) dan bagian yang tidak mencetak, senang air (*hydrophilic*) dan menolak minyak.

2) Lithografi tanpa pembasah : dimana pada acuan cetaknya bagian yang mencetak senang minyak (*oleophilic*) dan bagian yang tidak mencetak menolak minyak (*oleophobic*).



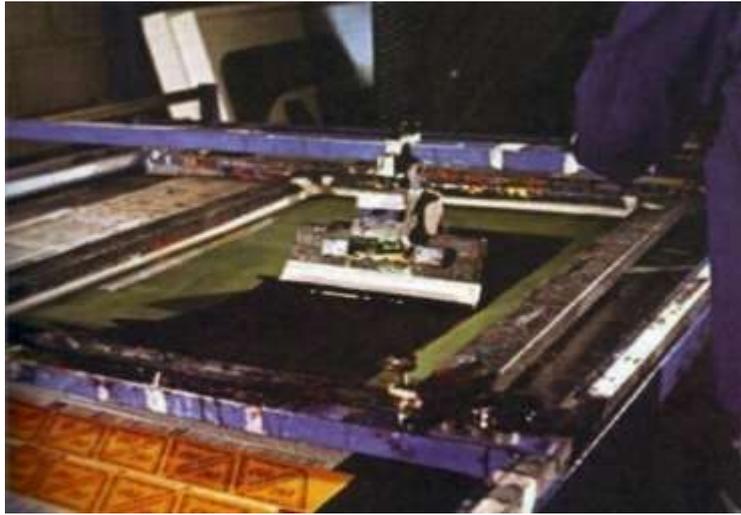
Gambar 2.33 Bagan Mesin Cetak Offset

(Sumber: Buku Pengantar Desain Komunikasi Visual: 131)

f. Teknik cetak saring (*Screen Printing*)

merupakan teknik mencetak dengan menggunakan alat screen dan rakel, dimana acuan cetak pada screen berlubang (Ananda, 1978:101). Bisa juga disebut dengan teknik sablon. Bagian yang mencetak pada acuan cetak bersifat tembus tinta dan bagian yang tidak mencetak tidak tembus tinta.

Proses cetak sablon relatif sederhana, dapat mencetak dalam jumlah kecil maupun besar. Teknik cetak ini diaplikasikan pada banyak hal, dari yang bersifat seni sampai industri. Selain itu juga, teknik cetak ini bisa digunakan untuk mencetak diatas segala dasar seperti kayu, kertas, tekstil, keramik, logam, plastik dan lain sebagainya. Didalam proses cetak sblon terdiri dari empat metode yaitu proses cetak rata ke rata (*flate to flate*), rata ke silinder (*flat to cylinder*), silinder ke silinder (*cylinder to cylinder*) dan menurut bentuk (*body printing*).



Gambar 2.34 Teknik mencetak Flat Screen Printing/ Sablon
(Sumber: Buku Pengantar Desain Komunikasi Visual: 133)

g. Teknik Cetak Digital Printing

adalah suatu teknologi cetak yang memiliki *high quality* dan akurat dengan komputer. Teknologi cetak digital telah mengurangi beberapa tahapan dalam proses teknik cetak biasa. Dalam teknik cetak biasa, diperlukan tahap pembuatan film dan plat untuk mencetak, sedangkan pada teknologi ini, desain dari computer bisa langsung naik cetak tanpa memerlukan lagi tahap proses pembuatan film dan plat. Dapat mencetak di atas berbagai bahan kertas dan plastic (flexy), dengan ukuran tak terhingga. Teknik ini menggantikan teknik lama yaitu cetak offset yang membutuhkan waktu lama dan proses panjang (Hardiman, 2006:33).



Gambar 2.35 Mesin-mesin cetak digital

(Sumber: Buku Grafika dan Teknologi Cetak Offset Lithografy)

2.1.5 Teori Sosial Yang Mendukung Kasus

Dalam pembuatan tugas akhir ini, penulis mengangkat judul “Desain Komunikasi Visual Sebagai Sarana Kampanye Pelelangan Gambelan Gong Saron Di Desa Singapadu, Gianyar ”. Dalam perancangan desainnya, menggunakan teori sosial yang mendukung kasus yaitu:

Semiotik atau *semiology* adalah ilmu tentang tanda-tanda atau simbol. Istilah semiotik berasal dari bahasa Yunani yaitu Semeion/Sema, yang berarti tanda. Dengan demikian tentu mudah dipahami untuk menggambarkan suatu pesan atau informasi secara visual diperlukan suatu gambar, yang akan di tafsirkan sama oleh semua orang yang menerima pesan tersebut, oleh karena itu, semiotic bisa dikatakan sebagai ilmu untuk memahami konteks tanda secara umum yang berlaku di masyarakat, yang akan menjadi sasaran penerima pesan, suatu studi tentang pemaknaan semiotic menyangkut aspek-aspek budaya, adat-istiadat, atau kebiasaan dimasyarakat (Kusrianto, 2007:58-59). Semiotik dibagi menjadi tiga bagian, yaitu:

1. Teori Semantik

Semantik berasal dari kata *Semanien* dalam bahasa Yunani yaitu: berarti, bermaksud, dan meneliti. Sedangkan semantik merupakan semiotika yang berkenaan dengan makna dan konsep.

Dalam dunia Komunikasi Visual, Semantik berarti :

- a. Meneliti dan menganalisis makna dalam visual tertentu. Visualisasi dari suatu image merupakan simbol dari suatu makna.
- b. Makna suatu visual dan perkembangannya. Etimologinya adalah mempelajari perubahan dan perkembangan desain, sejarah seni dan desain, serta pergerakannya.

Ditinjau berdasarkan makna, konsep dan arti terdapat 2 aspek dalam visual image yaitu:

1. Aspek secara umum yaitu: suatu tanda atau simbol bisa diterima oleh setiap orang secara luas.
2. Pada lingkup tertentu, misalnya tanda atau simbol yang dimengerti maknanya secara kepercayaan turun-temurun atau berdasarkan adat-istiadat. Contohnya: Hong Shui, Primbon (Jawa), Feng Shui, Numerologi, dll.

2. Teori Pragmatik

Pragmatik adalah mempelajari hubungan tanda dengan pemakainya (Sachari, 2000: 53). Jadi pragmatik yaitu hubungan fungsional yang berkenaan dengan teknis dan praktis, material atau bahan yang dipergunakan, serta efisiensi yang menyangkut ukuran bahan, warna yang dipergunakan, maupun teknik memproduksinya, dst (Kusrianto, 2007:96).

3. Teori Sintatik

Sintatik berasal dari kata Sintaksis (yang berasal dari bahasa Yunani *Suntattein*) yang berarti mengatur dan mendisiplinkan. Ketika kita menyadari adanya korelasi, kita akan mendapatkan apa yang dalam dunia desain disebut dengan kepatutan atau kepantasan. Dalam hal ini, Sintatik berkenaan dengan perpaduan, keseragaman, dan kesatuan sistem. Penerapannya sangat penting untuk menjaga citra yang baik dari sebuah rancangan dalam bentuk apa pun. Usaha itu dilakukan agar citra yang baik dapat tertanam serta dapat diingat oleh para khalayak. Di dalam kalangan desainer istilah yang digunakan adalah “benang merah” sebuah rancangan yang merujuk pada kesatuan rancangan (Kusrianto, 2007: 89).

Merujuk pada teori *Charles Sanders Preece* (1839-1914), maka tanda-tanda dalam gambar dapat dilihat dari jenis tanda yang digolongkan dalam semiotik. Di antaranya: Ikon, Indeks dan Simbol.

- a. Ikon adalah tanda yang mirip dengan obyek yang diwakilinya. Dapat pula dikatakan tanda yang memiliki ciri-ciri sama dengan apa yang dimaksudkan (Widowati, 2007:21). Contohnya: Foto, Peta, Lukisan (realis, naturalis)
- b. Indeks merupakan tanda yang memiliki hubungan sebab akibat dengan apa yang diwakilinya atau disebut juga tanda sebagai bukti (Widowati, 2007:21). Contohnya: Rambu lalu-lintas, sirene pemadam kebakaran, senyum, dst.
- c. Simbol merupakan tanda berdasarkan konvensi, peraturan, atau perjanjian yang disepakati bersama. Simbol baru dapat dipahami jika seseorang sudah mengerti arti yang telah disepakati sebelumnya (Widowati, 2007:21). Contohnya: Burung Garuda lambang Negara RI.

Adapun nilai-nilai budaya didalam suatu gambelan Gong saron, dimana gambelan tersebut mempunyai potensi budaya dari komponen masyarakat yaitu gagasan atau pikiran berupa filosofi seperti konsep Tri Hita Karana serta upacara-upacara adat, benda-benda sakral seperti pura atau candi-candi. Untuk mendukung teori tersebut penulis menggunakan data-data atau literatur yang diperoleh dari hasil survey dan sumber informasi lainnya yang tentu saja berhubungan dengan Gambelan Gong Saron di Desa Singapadu. dalam hal ini kebudayaan tersebut dijadikan sebagai daya tarik masyarakat, ikut serta tersentuh dalam pelestarian gambelan Gong Saron.

Dari potensi tersebut yaitu potensi kesenian dan cagar budaya, sehingga Gambelan Gong Saron di Desa Singapadu perlu dilestarikan melalui suatu media komunikasi visual. Disini seorang desainer memerlukan pengetahuan semiotik yang digunakan dalam menjelaskan maksud dan tujuan suatu desain dalam ruang lingkupnya sebagai pengantar proses desain.

Seorang desainer harus memperhatikan dari segi semiotik, yaitu ditinjau dari semantik (makna dan konsep), pragmatik(tentang teknis dan praktis) dan sintaksis (keterpaduan dan keseragaman) yang penerapannya menggunakan unsur-unsur desain da prinsip-prinsip desain dimana nantinya desain dapat memberikan pesan atau informasi dengan baik kepada sasaran masyarakat dan generasi muda.

2.2 Data Lapangan / Faktual

Data lapangan/faktual merupakan data-data yang diperoleh secara langsung berdasarkan kenyataan yang ada di lapangan yang digunakan sebagai bahan referensi atau materi perancangan media komunikasi visual sebagai sarana kampanye plesatarian Gambelan Gong Saron di Desa Singapadu Gianyar.

2.2.1 Obyek

Gambelan Gong saron di Desa Singapadu Gianyar, Gong Saron di desa ini telah mengalami pergeseran seperti disebutkan di atas. Hingga kira-kira awal tahun 1990-an, gamelan ini masih sering dimainkan terutama untuk mengiringi upacara *pitra yadnya (ngaben)*. Menurut penuturan salah seorang anggota *sekaa* Gong Saron Banjar Seseh-Singapadu, Anak Agung Rai Sumba (58 tahun), *sekaa* ini seringkali diundang oleh masyarakat dari berbagai daerah di Bali untuk mengiringi upacara kematian terutama bagi anggota keluarga *triwangsa (brahmana, ksatria dan wesia)* (Wawancara pribadi, tanggal 22 Februari 2011 di Singapadu). Menambahkan apa yang dikatakan Rai Sumba, pakar seni I Wayan Dibia (60 tahun) mengatakan bahwa ia beberapa kali melihat *sekaa* Gong Saron ini menabuh di area! Puri Ubud dalam kaitannya dengan upacara *Ngaben* (Wawancara pribadi, tanggal 6 maret 2011 di Denpasar). Hal ini menunjukkan betapa pentingnya peranan Gong Saron dalam upacara keagamaan di kalangan masyarakat Hindu di Bali.

2.2.2 Pengelola

Yang mengelola Gambelan Gong Saron adalah Sekehe Sanggar Gong Saron itu sendiri dengan di bawah pembinaan Dinas kebudayaan Provinsi Bali.

2.2.3 Lokasi

Dinas Kebudayaan Propinsi Bali berlokasi di Jl.Juanda No.1Denpasar,Tlp 222412, e-mail;diskebud@baliprov.go.id.

2.2.4 Sarana Komunikasi Yang Ada

Sarana komunikasi yang ada yang telah didapatkan selama pengumpulan data di Dinas kebudayaan Provinsi Bali, yaitu berupa Brosur, tiket, billboard, T-shirt serta media website yang dapat diakses di www.Disbud.com.

Media Poster



Gambar 2.36 Gambar media Poster

Aplikasi unsur-unsur Desain Komunikasi Visual pada poster :

- a. Ilustrasi : ilustrasi yang digunakan adalah Teknik Fotografi dari tempat pementasan pertunjukan yang berkaitan dengan sub bidang masing-masing yang di padukan dengan beberapa foto dalam satu media, sehingga memberikan kesan yang fotoristik.
- b. Teks : adapun huruf yang digunakan yaitu menggunakan jenis huruf Arial Black dan menggunakan Teks formal terutama tipe font sans serif yang tidak berkaki sehingga terlihat rapid an bersih. Terdapat berbagai varian dari sans serif, tetapi pada umumnya huruf ini merupakan huruf yang ringkas dan argonomis, rapid an bersih,cukup mudah dibaca, walaupun tidak semudah tipe font serif.

- d. Warna : warna yang dipergunakan adalah menggunakan warna dominan dari warna asli dari obyek Foto. di mana lebih menekankan warna merah dan kuning, sedangkan pada *background* memakai warna hitam agar objek terlihat lebih menonjol.
- e. Teknik cetak : Teknik cetak menggunakan teknik cetak *Digital printing*

Material dan tehnik

- **Material**

Material yang digunakan dalam poster tersebut adalah kertas *Art Paper Glossy*, dengan ukuran 55cm x 100cm

- **Tehnik**

Tehnik yang digunakan adalah tehnik cetak digital printing

2.2.5 Potensi Kasus

Gong Saron merupakan salah satu kesenian yang dimiliki oleh Negara ini. Namun karena kurangnya kesadaran masyarakat mengenai pelestarian kesenian Gong Saron maka tidaklah mustahil jika Gong Saron di kedepannya akan ditinggalkan dan terlupakan.

Karena itulah perlu dibuat suatu media komunikasi visual yang menarik serta komunikatif yang tentunya tepat sasaran untuk menambah wawasan dan menambah ketertarikan masyarakat mengenai kesenian Gong Saron ini.

2.2.6 Kampanye

Strategi yang digunakan dalam kampanye pelestarian Gong Saron ini memegang peranan yang sangat penting, karena dengan strategi kampanye yang tepat kita dapat memperhitungkan sasaran yang akan kita capai. Kampanye adalah sebuah tindakan bertujuan mendapatkan pencapaian dukungan, usaha kampanye bisa dilakukan oleh perorangan atau sekelompok orang yang terorganisir untuk melakukan pencapaian suatu proses pengambilan keputusan di dalam suatu kelompok, kampanye biasa juga dilakukan guna mempengaruhi, penghambatan, pembelokan pencapaian.

Pemilihan strategi terbaik dalam menginformasikan mengenai cara yang diambil dalam menambah wawasan dan ketertarikan masyarakat mengenai kesenian Gong Saron tergantung pada media iklan khususnya yang berjenis layanan masyarakat yaitu ada tidaknya keunikan substensial bagi masyarakat, ada tidaknya kelemahan pada program yang dibuat, dan manfaat apa saja yang dapat di capai. Untuk lebih jelasnya dapat dijelaskan sebagai berikut:

2.2.6.1 Program

Program yang penulis rancang berupa perancangan iklan layanan masyarakat berupa media-media informasi yang akan disampaikan ke kalangan masyarakat khususnya anak-anak dan pemuda di Bali, yang diharapkan dapat membuat masyarakat lebih mengetahui tentang kesenian Gong Saron yang ada.

2.2.6.2 Manfaat

a. Manfaat bagi mahasiswa :

Dapat menambah pengetahuan dan wawasan mahasiswa mengenai kebudayaan yang ada di Bali khususnya kesenian Gong Saron.

b. Manfaat bagi masyarakat :

- Terciptanya media komunikasi visual untuk sarana kampanye, yang dapat menambah ketertarikan dan wawasan masyarakat mengenai kesenian Gong Saron.
- Masyarakat mengetahui dan sadar tentang kebudayaan dan kesenian kesenian Gong Saron yang patut dilestarikan keberadaannya.

c. Manfaat bagi lembaga :

Menambah referensi bidang keilmuan tentang perancangan media komunikasi sebagai sarana pelestarian Gong Saron.

d. Manfaat bagi pemerintah :

Dapat menjadi suatu program pemerintah yang baru tentang kebudayaan yang patut dilestarikan serta dikembangkan.

2.2.6.3 Place

Tempat yang cocok untuk penginformasian media ini tidak lain adalah tempat-tempat yang strategis, seperti sekolah, tempat berkumpulnya para masyarakat, dalam acara penyuluhan, festival maupun lomba.

2.2.6.4 Kampanye

Media-media iklan layanan masyarakat ini dimana sebagai media kampanye diharapkan mampu untuk bisa berbicara dan menyampaikan kepada masyarakat, maksudnya disini adalah media tersebut dapat memberikan informasi yang tepat dan jelas mengenai kesenian Gong Saron.

2.2.7 Target segmentasi masyarakat

Dinas Kebudayaan Provinsi Bali menargetkan media iklan layanan masyarakat kepada seluruh masyarakat, dalam hal ini diharapkan tidak hanya orang Bali saja namun kalangan pendatang juga bisa mengetahui apa itu kesenian Gong Saron yang telah menjadi kebudayaan di Bali.

2.3 Analisis dan Sintesa

Teori yang digunakan pada perancangan ini adalah teori mengenai desain komunikasi visual yang kemudian digunakan sebagai acuan pada saat perancangan media informasi. Adapun unsur visual yang terdapat pada desain komunikasi visual yaitu :

- 1). Ilustrasi : ilustrasi merupakan seni gambar yang dimanfaatkan untuk memberi penjelasan atas suatu maksud atau tujuan secara visual. (Kusrianto, 2007: 110). Ilustrasi secara lebih lanjut ternyata tidak hanya berguna sebagai sarana pendukung cerita, tetapi dapat juga menghiasi ruang kosong .
- 2). Teks : teks merupakan naskah yang berupa kata-kata asli dari pengarang atau bahan tertulis untuk memberikan pelajaran, berpidato dan lain sebagainya. Bahasa yang digunakan untuk penyusunan teks pada iklan hendaknya sederhana jelas, singkat, dan tepat serta memiliki daya tarik pada kalimatnya, selain itu perlu diperhatikan ukuran termasuk jarak antar huruf dan ukurannya termasuk jarak antar huruf, kata, baris dan lebar paragraf (Suriyanto, 2009: 28)
- 3). Huruf / tipografi : secara umum tipografi diartikan seni mencetak dengan menggunakan huruf, seni menyusun huruf dan cetakan dari huruf atau penyusunan bentuk dengan gaya - gaya huruf. Tipografi sama dengan menata huruf yang merupakan unsur penting dalam sebuah karya desain komunikasi

visual untuk mendukung terciptanya kesesuaian antara konsep dan komposisi karya (Santosa, 2002 : 108).

- 4). Warna : warna adalah faktor yang sangat penting dalam komunikasi visual. Warna dapat memberikan dampak psikologis, sugesti, suasana bagi yang melihatnya (Hendratman, 2008: 43).

2.3.1 Analisis faktual

Analisis faktual digunakan pada perancangan yaitu dengan terjun langsung ke lapangan dan mengamati objek yang ada, khususnya mengenai media-media komunikasi visual yang sudah ada pada Dinas Kebudayaan Provinsi Bali dan media yang beredar di masyarakat, khususnya mengenai media yang menginformasikan kesenian Gong Saron, media tersebut antara lain :

- 1). Ilustrasi: ilustrasi yang digunakan pada media Poster tersebut sebenarnya sudah cukup baik, dan bisa diterapkan pada berbagai media desain. Tapi untuk menggunakan ilustrasi Fotogarfi yang terlalu banyak menyulitkan untuk di mengerti tujuan dari poster tersebut ilustrasi dengan unsur visual lainnya kurang di komposisikan dengan baik sehingga mengurangi kenyamanan pembacanya.
- 2). Teks: teks yang digunakan pada media-media yang sudah ada kurang berisi tentang penjelasan atau keterangan tentang kesenian tersebut, hanya berisikan kata Pelestarian untuk di tingkatkan. Untuk teks kurang berisi ajakan yang dapat mempengaruhi konsumen, sehingga desain yang ada masih terlihat kurang memiliki daya tarik.
- 3). Huruf / Tipografi: pemilihan tipografi menggunakan jenis-jenis huruf, seperti Arial, Arial Black, Untuk itu huruf perlu disesuaikan dengan ilustrasi yang digunakan. Sehingga dengan huruf tidak membuat masyarakat bingung akan informasi yang didapatkan. Kekurangannya adalah menggunakan jenis huruf yang sama pada setiap pembuatan media informasi..
- 4). Warna: dominan menggunakan warna asli dari obyek foto.
- 5). Teknik Cetak: menggunakan teknik cetak offset dan teknik cetak digital. Masing-masing media sudah diwujudkan sesuai dengan kegunaannya, dan juga teknik cetak yang disesuaikan dengan media yang ada.

- 6). Ukuran dan Bahan: bahan yang digunakan pada media sebelumnya adalah menggunakan bahan plexi, dengan menggunakan ukuran satuan cm. Pemilihan bahan telah sesuai dengan media masing-masing sehingga tidak ada media yang menggunakan bahan yang tidak tepat pada media sebelumnya.

2.3.2 Analisa Wawancara

Analisis wawancara dilakukan dengan cara bertanya langsung kepada salah satu pegawai yang bekerja di Dinas Kebudayaan Provinsi Bali dan berwenang memberikan informasi mengenai permasalahan yang terkait dengan kasus yang dihadapi yaitu Ketut Arcana SST,M.Par (Bagian Penyuluhan Masyarakat). Disini ditanyakan mengenai kasus-kasus yang dihadapi Dinas Kebudayaan Provinsi Bali, mulai dari kesenian sampai kebudayaan yang berkembang di masyarakat, dan siapa tokoh-tokoh di dalam perkembangannya, namun disini untuk tugas individu wawancara lebih difokuskan kepada kasus pelestarian kesenian Gong Saron disini ditanyakan mengenai bagaimana keadaan kesenian Gong Saron terdahulu dan bagaimana keadaannya sekarang, serta sudah seberapa besar peran serta masyarakat dalam usaha pelestarian.

2.3.3 Sintesa

Berdasarkan analisa yang telah dilakukan maka diketahui bahwa media komunikasi visual yang digunakan sebagai sarana informasi masih kurang, untuk itu guna mencapai tujuan yang diinginkan maka akan dirancang beberapa media komunikasi visual yang nantinya mampu menginformasikan kepada masyarakat tentang pentingnya menjaga dan melestarikan kesenian Gambelan Gong saron.

Adapun media yang dirancang yaitu : Poster, Jam meja , Katalog, Post card, Cover CD, Bros, T_shirt dan X Banner.

Adapun media yang dirancang mengandung unsur sebagai berikut:

1. Ilustrasi

Selain menampilkan logo, ilustrasi yang akan digunakan adalah ilustrasi teknik gabungan yaitu teknik yang diolah dikomputer maupun teknik fotografi yang diolah di

komputer dimana menggunakan foto yang berhubungan dengan Gambelan Gong Saron. Sehingga ilustrasi yang ditampilkan lebih menarik dan komunikatif.

2. Teks

Teks yang digunakan berisi keterangan kampanye dari pelestarian Gong Saron Nama Gambelan Gong Saron akan digunakan sebagai *headline*, Pelestarian yang dipakai menjadi naskah (*body copy*) teks berisi keterangan tentang kesenian dan slogan untuk dapat membujuk dan mempengaruhi sasaran (masyarakat) secara singkat, jelas, informatif, komunikatif sehingga mudah dipahami dan mudah dimengerti.

3. Huruf

Menggunakan tipe huruf yang mudah dibaca seperti huruf tulis (*scrif*) dan huruf tidak berkait (*sans serif*) yang dapat mewakili ciri khas dari Gambelan Gong saron yaitu sederhana, memberi kenyamanan dan mudah dibaca serta disesuaikan dengan ilustrasi yang digunakan.

4. Warna

Warna-warna yang digunakan adalah warna Hitam yang mempunyai kesan magis atau sacral yang memiliki berbagai unsur budaya yang kuat dengan berbagai pandangan mengesankan bagi masyarakat untuk ikut merasakan dan perlunya gambelan Gong Saron kebudayaan yang sakral ini perlu di lestarikan.

5. Media

Media yang didesain untuk melestarikan gambelan Gong saron ini menggunakan kedua jenis media, yaitu: media lini atas (*above the line media*) adalah kelompok media promosi yang memerlukan luar ruang, artinya sarana komunikasi massa. Misalnya media cetak, elektronik, serta media luar ruang. Adapun media yang dirancang adalah poster, Sedangkan media lini bawah (*below the line media*) adalah kelompok media promosi yang tidak memerlukan media luar ruang, artinya dalam hal ini tidak melibatkan pemasangan iklan di media massa dan tidak memberikan komisi (pembayaran) kepada perusahaan iklan. Dan media yang dirancang adalah Kalender, Flyer, jam, X-banner, Cover Cd, Bros, Poster, *T-shirt*, Stiker dan Katalog.

6. Ukuran dan Bahan

Ukuran yang digunakan memakai satuan panjang cm dan pixel. Bahan yang digunakan terdiri atas kertas art paper dan *poly poster*. Bahan-bahan tersebut disesuaikan dengan media yang dibuat.

7. Tata letak (*Layout*)

Menggunakan *layout* dengan format sesuai dengan media masing-masing dan menerapkan menggunakan format asimetris sehingga media yang dibawakan sesuai dengan konsep yang akan diterapkan.

8. Teknik Cetak

Teknik cetak yang akan digunakan dalam perancangan desain kebanyakan menggunakan teknik cetak *offset* dan digital printing. Untuk media, selebaran dan poster menggunakan *teknik offset*, teknik cetak digital untuk media X-banner, kelender dan katalog.

BAB III

KONSEP DESAIN

3.1. Konsep Dasar Perancangan

Konsep adalah gagasan atau ide mentah yang menjadi dasar atau acuan dalam proses perancangan. Untuk dapat menciptakan desain media yang sesuai dengan kriteria desain, maka perlu adanya konsep dasar perancangan yang dijadikan sebagai landasan untuk membuat suatu desain agar dapat berfungsi sebagaimana mestinya. Adapun konsep dasar media komunikasi visual Gamelan Gong saron adalah *Realis ornamental*, *Realis* diartikan Real=nyata (Djauhar Arifin,1986:131) disini adalah bentuk nyata atau kenyataan dengan menampilkan teknik fotografi karena penulis ingin menampilkan ilustrasi Gamelan Gong Saron dengan nyata agar masyarakat tahu bagaimana wujud hasil dari gong sarong tersebut, *Ornamental* yaitu bersifat sebagai hiasan dengan menggunakan ornamen Bali sesuai dengan ciri khas Gamelan Gong di Bali pada umumnya yang memakai hiasan ornamen yang sangat kental. Dengan konsep ini diharapkan nantinya mampu menarik perhatian masyarakat dengan berpedoman pada dasar-dasar perancangan, sajian teknik, bahan ukuran, proporsi, komposisi warna dan sebagainya, sehingga akan tercipta sarana komunikasi visual yang berperan secara maksimal. Sesuai dengan studi kasus yang diangkat yaitu melestarikan Gamelan Gong Saron di Desa Singapadau Gianyar. Dalam hal ini desainer menggunakan ilustrasi dan teks yang tidak terlalu banyak, namun tetap menarik dan sesuai dengan kriteria desain. Disamping itu desainer juga ingin menjaga konsistensi dari desain, antara desain yang satu dengan yang lainnya agar memiliki satu ciri khas atau satu kesamaan.

Dari segi ilustrasi, digunakan ilustrasi fotografi yang akan disempurnakan di media komputer. Dari segi tipografi, jenis font yang digunakan adalah jenis font yang mudah dibaca dan jelas seperti Arial Black, Pristina dan font lainnya sesuai dengan kebutuhan media tersebut. Dan dari segi warna, warna Hitam akan lebih dominan digunakan sebagai *background*, karena warna tersebut memiliki kesan mistis atau warna sakral, *realis* sesuai dengan konsep desain dan mampu menonjolkan ilustrasi-
ilustrasi yang digunakan. Selain warna-warna tersebut warna lain seperti merah, putih

dan lainnya juga digunakan sebagai pendukung agar media tersebut terlihat lebih menarik. seperti ilustrasi yang menarik, font yang menarik, warna, layout, dan sebagainya.

3.2. Pola Pikir

Skema pola pikir adalah proses dasar yang mencakup langkah-langkah pemikiran dalam Desain komunikasi visual sebagai sarana kampanye pelestarian Gamelan Gong Saron, untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan tepat sasaran dan bisa dicerna oleh semua kalangan.

Salah satu hal yang penting agar kampanye pelestarian populasi penyu hijau di Bali berfungsi secara maksimal dan tepat pada sasaran yang ingin dicapai maka diperlukan adanya pola pikir. Dalam hal ini manusia sebagai makhluk sosial sangat membutuhkan hal yang disebut informasi. Maka dari itu diperlukan media komunikasi visual agar informasi yang hendak disampaikan komunikator kepada masyarakat dapat menjadi informasi yang komunikatif dan informatif. Untuk mewujudkan hal tersebut dibutuhkan perancangan media desain komunikasi visual yang dapat menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan dengan rancangan yang menarik, informatif dan komunikatif serta tidak terlepas dari norma-norma atau aturan yang berlaku di masyarakat.

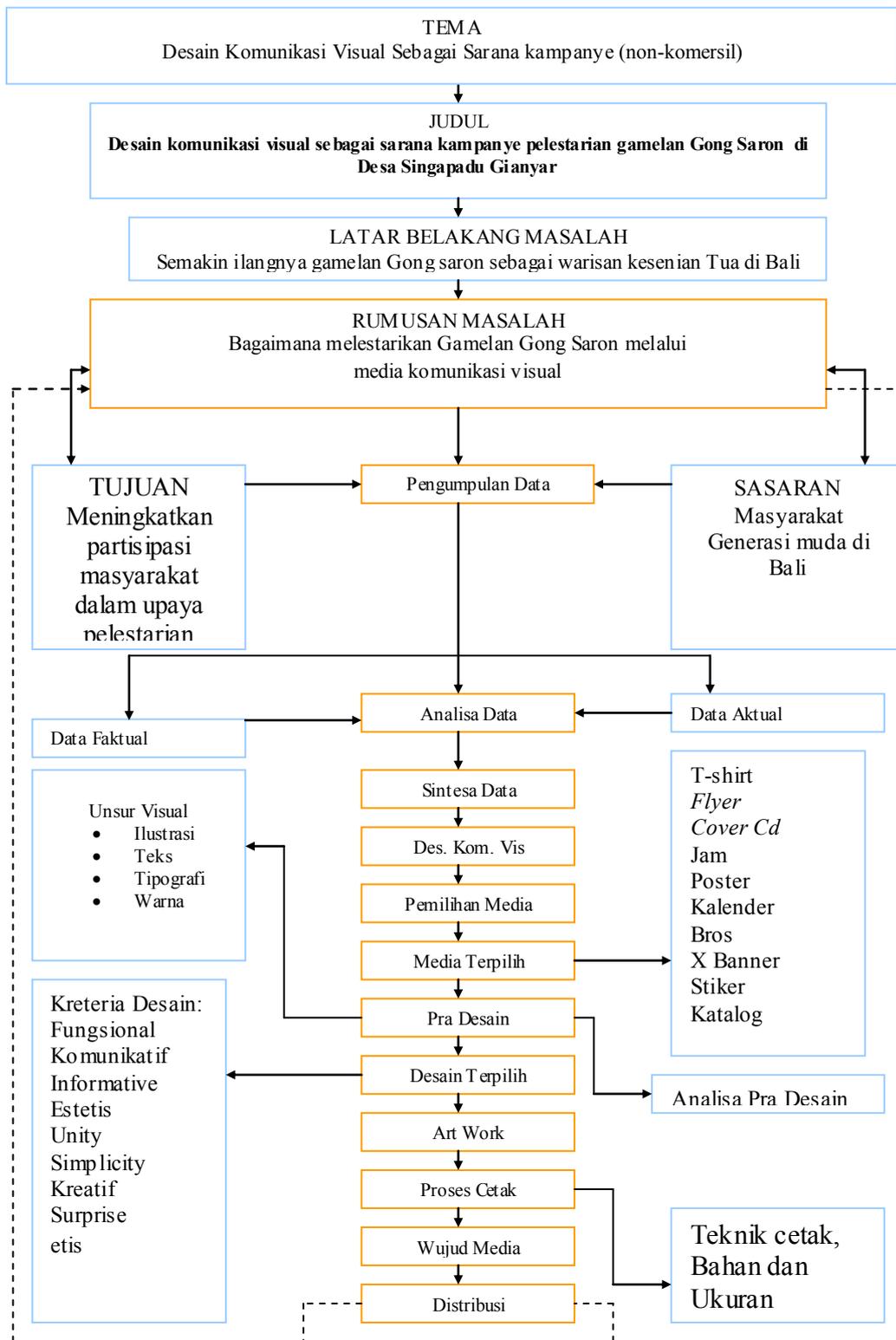
Dari skema pola pikir di atas dapat dijelaskan bahwa manusia mempunyai masalah, dalam hal ini masyarakat, membutuhkan sebuah informasi mengenai pentingnya melestarikan populasi penyu hijau di Bali. Kebutuhan manusia akan informasi ini, disampaikan oleh pihak Dinas kebudayaan Provinsi Bali sekaligus sebagai komunikator kepada khalayak. Untuk mewujudkan media komunikasi visual yang memuat informasi diperlukan tenaga designer. Sebagai seorang desainer, mempunyai tugas untuk merancang media komunikasi yang akan digunakan pada saat kegiatan kampanye dilakukan. Dalam merancang media komunikasi visual, desainer mendapat masukan-masukan dari pihak komunikator mengenai kelengkapan data-data yang dibutuhkan dan beberapa dokumentasi untuk membantu proses perancangan sedangkan pihak komunikan memberikan masukan-masukan berupa tampilan dari media-media komunikasi yang paling diminati di masyarakat sehingga nantinya media tersebut dapat diterima di masyarakat.

Tidak terlepas dari itu seorang desainer juga harus memperhatikan aturan/norma dalam merancang media komunikasi visual seperti norma tentang kode etik periklanan, norma dan etika di kehidupan masyarakat. Pesan yang ingin disampaikan diwujudkan melalui media-media komunikasi yang memuat informasi tentang kampanye pelestarian Gamelan Gong saron di Singapadu Gianyar media komunikasinya meliputi Poster, Post card, jam, T-shirt, Bros, Kalender, X Banner, Katalog, dan Flyer. Media komunikasi visual tersebut dituntut untuk mampu menyampaikan informasi dari komunikator, juga harus mempunyai nilai-nilai keindahan yang tercermin dalam setiap media, sehingga dapat menarik perhatian khalayak sasaran yang dituju.

3.3. Skema Proses Perancangan

Dengan pemilihan judul kampanye tentang pelestarian populasi penyu hijau menggunakan desain komunikasi visual maka akan timbul permasalahan yang harus dipecahkan oleh desainer. Untuk mendukung pemecahan masalah maka diperlukan data-data yang ada di lapangan yang menjadi latar belakang permasalahan sehingga dari latar belakang tersebut dapat digali pemecahan masalah yang sesuai dengan tujuan dan sasaran yang ingin dicapai.

Dari data faktual dan data aktual di lapangan kemudian digabungkan lalu dianalisa sehingga menghasilkan sintesa terhadap permasalahan yang dihadapi, dengan menggabungkan kriteria desain dan unsur visual pada desain komunikasi visual maka akan menghasilkan alternatif desain. Dari alternatif yang ada dilakukan penilaian sehingga mendapat desain terpilih. Desain terpilih ini kemudian divisualisasikan dengan menggunakan teknik yang sesuai dengan desain yang ingin diwujudkan. Dan bagian manajemen melakukan pengawasan terhadap proses produksi sehingga hasil produksi sesuai dengan yang telah disetujui dan siap untuk dipasarkan.



Keterangan :

————> Hubungan Langsung

-.-.-.-.-> Hubungan Tidak Langsung

Gambar 3.2 Bagan Skema Pola Perancangan

3.4. Strategi Media

Strategi sangat di perlukan agar tujuan untuk memlestarikan Gamelan Gong Saron tepat dan optimal. Ada dua hal yang mempengaruhi yaitu khalayak sasaran dan paduan media.

3.4.1. Khalayak Sasaran/Segmentasi

Dalam perancangan desain media komunikasi visual terdapat yang digunakan nantinya tidak dapat terlepas dari unsur-unsur berikut :

a. Segmentasi Geografis

Segmentasi Geografis merupakan pembagian pasar menjadi unit-unit geografis yang berbeda, misalnya wilayah, negara bagian, provinsi kota dan kepulauan (Suyanto, 2004:2). Kampanye pelestarian Gamelan Gong saron ini membidik daerah-daerah kesenian seluruh Bali pada umumnya dan mengkhusus di daerah seperti Gianyar yang merupakan asal tempat dari Gamelan Gong saron

b. Segmentasi Demografis

Segmentasi Demografis adalah pasar dikelompokkan berdasarkan variabel-variabel pendapatan, jenis kelamin, pendidikan, jumlah penduduk, usia, ukuran keluarga, siklus hidup keluarga, pekerjaan, agama, ras, generasi, kewarganegaraan, dan kelas sosial (Suyanto, 2004 : 3) berdasarkan pendapatan usia target sasaran media kampanye pelestarian ini menuju arah yang tepat sasaran .

c. Segmentasi Psikografis

Segmentasi psikografis mengelompokkan pasar dalam variabel gaya hidup, nilai dan kepribadian. Gaya hidup ditunjukkan oleh orang-orang menonjol dari pada kelas sosial. (Suyanto, 2004 : 4). Kampanye tentang Gamelan Gong Saron membidik segmentasi psikografis yaitu masyarakat di bali, dan pad khusus nya pada kalangan generasi muda baik yang berkecimpung di dunia seni, maupuntidak bagai mana seolah –olah masyarakat generasi muda ikut berperan serta dalam pelestarian ini.

d. Segmentasi Prilaku

Prilaku atau Behaviour berarti tingkah laku, prilaku seseorang yang berpengaruh terhadap kepribadiannya. Dalam strategi media behaviour dari masyarakat sangat perlu diperhatikan, karena hal ini berpengaruh terhadap media yang digunakan untuk kampanye. Ditinjau dari behaviora, dimana merupakan

jangkauan pemakaian dan loyalitas atau kesukaan, kesukaan konsumen dalam hal ini yang dimaksud yaitu masyarakat, terhadap sesuatu dalam hal ini yang dimaksud media komunikasi visual sebagai sarana pendukung kampanye pelestarian Gamelan Gong saron. Desain media-media komunikasi visual tersebut diharapkan dapat menarik perhatian sesuai dengan sasaran dan efektif dalam penyampaian pesan maupun informasinya, serta memiliki ciri khas desain agar mudah dikenali.

3.4.2 Panduan Media

Dalam hal ini, paduan media adalah alasan-alasan mengapa kita memilih media-media terpilih. Media yang digunakan sebagai solusi dalam mengkampanyekan pelestarian Gamelan Gong Saron di Desa Singapadu Gianyar diharapkan mampu memberikan informasi kepada khalayak sasaran tentang pentingnya melestarikan Gamelan Gong Saron. Media yang digunakan harus mampu menginformasikan serta mampu membangun kesadaran akan pentingnya melestarikan penyu hijau kepada khalayak khususnya pada sasaran yang dituju. Adapun pilihan media yang digunakan adalah :

a. Pin/Bros

Jarum penyemat; peniti; pasak. (Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Kedua, 1996: 769).

Pin merupakan suatu media kampanye yang tergolong cukup efektif dalam memberikan informasi kepada masyarakat tentang kampanye pelestarian penyu hijau, karena dapat disematkan dimana-mana. Baik di baju, tas,dll. Selain untuk media kampanye, pin juga merupakan aksesoris yang cukup menarik dan banyak disukai orang-orang. Karena dapat di koleksi dan dijadikan aksesoris.

b. Stiker

Stiker berasal dari bahasa Inggris "*to stick*" yang artinya menempel. Stiker umumnya mengacu pada jenis perekat label(<http://id.wikipedia.org/wiki/Stiker>). Stiker adalah promosi yang memiliki lapisan perekat di salah satu bagiannya (Kurisanto, 2007: 334).

Stiker kerap kali digunakan sebagai salah satu dari sekian banyak media komunikasi, bukan saja dilakukan oleh industri komersial (sebagai reklame produk

atau corporate), melainkan juga organisasi non bisnis, seperti pemerintah, LSM, organisasi kecil, dll, bahkan belakangan partai-partai memanfaatkan media ini. Pesan yang ditampilkan pun sangat beragam. Mulai dari nama produk, organisasi, sampai dengan kalimat himbauan, ajakan, petunjuk-petunjuk tertentu, dan bahkan ada yang menyertakan gambar-gambar tertentu. Kendati begitu beragam bentuk dan pesan yang muncul, setidaknya, sebagai media komunikasi stiker mempunyai fungsi atau manfaat berikut:

- Mengkomunikasikan citra suatu organisasi (Nama, logo, atau bahkan *corporate colour*), biasanya dalam rangka membangun citra.
- Mengkomunikasikan pesan-pesan tertentu seperti: ajakan, himbauan, perintah, penolakan, petunjuk-petunjuk, atau semboyan, yel, jargon.
- Mengkomunikasikan foto atau image tertentu: tokoh, binatang, buah-buahan dan lain-lain. (www.komvis.com)

c. *T-shirt* (Kaos Oblong)

Kaus oblong atau disebut juga sebagai *T-shirt* adalah jenis pakaian yang menutupi sebagian lengan, seluruh dada, bahu, dan perut. Kaus oblong biasanya tidak memiliki kancing, kerah, ataupun saku. Pada umumnya, kaus oblong berleher pendek (melewati bahu hingga sepanjang siku) dan berleher bundar. Bahan yang umum digunakan untuk membuat kaus oblong adalah katun atau poliester (atau gabungan keduanya). Mode kaus oblong meliputi mode untuk wanita dan pria, dan dapat dipakai semua golongan usia, termasuk anak-anak, remaja, ataupun orang dewasa. Asal muasal nama inggrisnya, *T-shirt*, tidak diketahui secara pasti. Teori yang paling umum diterima adalah nama *T-shirt* berasal dari bentuknya yang menyerupai huruf "T", atau dikeranakan pasukan militer sering menggunakan pakaian jenis ini sebagai "*training shirt*". Kaus oblong pada mulanya digunakan sebagai pakaian dalam. Sekarang kaus oblong tidak lagi hanya digunakan sebagai pakaian dalam tetapi juga sebagai pakaian sehari-hari. (<http://id.wikipedia.org/wiki/T-shirt>).

T-shirt merupakan suatu media kampanye yang tergolong cukup efektif dalam memberikan informasi kepada masyarakat tentang kampanye pelestarian penyu hijau, karena *T-shirt* ini dapat dipakai untuk kegiatan sehari-hari yang secara tidak langsung

informasi yang terdapat di dalamnya dapat mengingatkan khalayak tentang kampanye pelestarian Gong Saron.

d. Poster

Poster adalah iklan atau pengumuman yang diproduksi secara massal. Poster pada umumnya dibuat dengan ukuran besar diatas kertas untuk didisplay kepada khalayak. Sebuah poster biasanya berisi gambar ilustrasi dengan warna-warna yang indah dan beberapa teks maupun memuat trademark. Sebuah poster biasanya berguna secara komersial untuk mengiklankan suatu produk, suatu kegiatan pendidikan, acara entertainment, even-even tertentu, maupun sebagai alat propaganda. Namun banyak juga poster yang dibuat hanya untuk tujuan seni maupun hiasan.

(<http://ardwi.wordpress.com/2010/08/15/poster/>)

Salah satu alasan pemilihan media poster adalah karena mempunyai beberapa kelebihan. Media ini apabila dirancang dengan unik dan menarik akan mampu menggugah emosi khalayak sasaran apalagi penempatan untuk media ini tergolong sangat fleksibel, di dalam ruangan maupun di luar ruangan seperti pada papan pengumuman dan lain sebagainya.

e. CD Cover

CD (*compact disc*) adalah piringan optikal yang digunakan untuk menyimpan data audio maupun visual. Cover adalah sampul penutup (Surayin, 1996:102)

Jadi CD cover adalah sampul penutup yang digunakan untuk melindungi *compact disc*, sekaligus memberikan informasi tentang isi dari *compact disc*

f. Kalender

merupakan daftar hari dan bulan penanggalan hari (Alwi.H, 2005: 380) Kalender yang di buat merupakan kalender meja, disebut kalender meja karena memiliki rangka dan ditempatkan di atas meja yang biasanya di gunakan di perkantoran. Kalender akan dibagikan secara gratis sebagai souvenir kepada masyarakat yang di dapat dari dinas kebudayaan.

g. X-Banner

X Banner: Media komunikasi grafis yang dibuat dari kertas dan dipasang dengan direntangkan dengan plastik yang berbentuk X sebagai penyangga. (Pujirianto, 2005:22)

h. Katalog

Katalog merupakan media komunikasi grafis berbentuk buku yang didalamnya berisi aneka jenis produk, harga, formulasi, dan cara penggunaannya. (Pujiriyanto, 2005: 20). Dalam hal ini, isi katalog adalah karya/desain yang dibuat dalam tugas akhir.

i. Plyer

Flyer adalah terbitan tidak berjilid (tidak berkulit) yang disebarakan kepada umum, biasanya untuk *mempropagandakajj sesuatu, lembaran kecil* faarang cetakan, baik dilipat maupun tidak, untuk rnemudahkan penyebaran dengan tujuan promosi; surat sebaran (Alwi. 2002:84).

3.5. Program Tayangan Media

Program tayangan media adalah program dimana desain/media yang telah diwujudkan dan akan di sebarluaskan kepada khalayak sasaran. Aspek yang terkait diantaranya yaitu Kapan, Dimana, dan Frekuensi. Adapun program tayangan media yang dilakukan oleh Gamelan Gong Saron disesuaikan dengan media yang dibuat yaitu:

Gambar 3.3. Tabel tayangan media

NO	Media	Kapan	Dimana	Frekuensi
1	Poster	Media ini akan digunakan sebagai dokumentasi selama kampanye pelestarian diadakan	Untuk media poster, akan lebih baik jika dipasang di tempat-tempat yang merupakan daerah pementasan kesenian. Misalnya di tempat-tempat Gedung kesenian dan seperti pesta kesenian Bali.	media ini dapat digunakan terus menerus selama kampanye atau diganti secara berkala sebagai

				pembaharuan desain.
2	Kalender	Media ini akan dipergunakan saat pergatian tahunan, dimana bisa di dapat di dalam bentuk ifen	Media ini dijual atau pun di gagi secara gratis oleh pihak dinas kebudayaan di tempat-tempat yang merupakan konsentrasi kesenian berada seperti di taman budaya Art Center, dinas - dinas atau perkantoran dan sekolah sesuai dengan media massa yang digunakan.	Frekuensi akan mencapai satu tahun
3	Bros	Media Bros atau Pin akan diedarkan pada penyelenggaraan <i>event</i> pementasan kepada penonton atau pengunjung	Media Bros disebarakan oleh pihak terkait dari Dinas Kebudayaan, pelaku seni. Dimana penyebarannya dapat dilakukan dengan memberikan secara cuma-cuma atau diberikan pada saat berlangsungnya sebuah <i>event</i> dari Gamelan Gong Saron.	Frekuensinya penyebarannya adalah sesuai dengan dengan kebutuhan.
4	Cover CD	Media ini diedarkan secara berkala sesuai dengan kebutuhan	Media ini akan sebagai Documentasi Dinas Kebudayaan dan dijual bersama dengan Audio CD Gamelan Gong Saron di toko-toko musik, Agent, dan tempat-tempat yang memiliki	Frekuensinya disesuaikan dengan edisi Baru rekaman Gamelan Gong Saron

			kebutuhan Audio CD.	yang berkelanjutan sesuai keperluan dan kebutuhan masyarakat
5	T-Shirt	Media ini digunakan tetap selama grup atau <i>Sekehe</i> Gamelan Gong Saron ini masih di aktif sesuai dengan kebutuhan Upacara Yadnya	Media ini di maafkan dalam suatu acara atau kegiatan <i>Sekehe</i> agar keseragam <i>sekehe</i> dapat terwujud. Media ini juga bisa dijual pada saat ada <i>event</i> Gamelan Gong saron, seperti pementasan di Pesta Kesenian Bali	Frekuensinya digunakan tetap atau secara berkala jika ada pembaharuan desain.
6	Stiker	media ini akan di edarkan kapan aja aja atau pada selah selah diadanya ivent Gamelan Gong Saron.	Media ini ditempatkan pada Dinas Kebudayaan, <i>Travel Agent, Event</i> Gamelan Gong Saron, dan juga pada pesta kesenian Bali	Frekuensinya penyebarannya adalah sesuai dengan kebutuhan
7	Flyer	Media ini	Media ini ditempatkan pada	Frekuensi

		diberikan kapan saja kepada khayalak umum dan tetap digunakan selama kampanye pelestarian Gamelan Gong saron.	Dinas Kebudayaan dan intansi pemerintahan lainnya. juga pada pameran kesenian, dan di sebarakan pada <i>ivent</i> Gamelan Gong saron berlangsung	penyebarannya adalah tetap digunakan secara terus menerus atau secara berkala apabila ada pembaharuan desain.
8	X-Banner	Media ini di gunakan sebagai media pengenal pada waktu pementasan <i>ivent</i> Gamelan Gong saron berlangsung	Media ini ditempatkan di Dinas Kebudayaan, <i>Event</i> Gamelan Gong Saron, depan pintu masuk museum Gong. dan lokasi-lokasi yang memiliki konsentrasi masyarakat yang cukup tinggi.	Frekuensinya digunakan tetap atau secara berkala jika ada pembaharuan desain.
9	Jam	Jam sangat di perlukan dari sekian hari dalam waktu 24 jam	Media ini merupakan bagian dari <i>Penunjuk waktu</i> yang digunakan untuk keperluan rumah tangga ataupun perkantor, selain itu juga berfungsi sebagai sarana pelestarian karena terdapat nama dengan bentuk	Media ini digunakan terus menerus atau secara berkala apabila ada pembaharuan

			misinya.	desain.
10	Katalog	Media ini digunakan pada saat pameran TA dan pada saat ujian Akhir	Media ini disediakan di lokasi ujian Tugas Akhir	Media ini hanya diedarkan pada saat Ujian TA

3.6. Strategi Kreatif

Strategi kreatif sering dianggap sebagai hasil terjemahan dari berbagai informasi mengenai produk, pasar dan konsumen sasaran kedalam suatu posisi tertentu dalam komunikasi yang kemudian dapat dipakai untuk merumuskan tujuan kampanye. Strategi kreatif merupakan pendekatan dan sistematika berpikir yang membantu dalam penyusunan lay out suatu kampanye untuk memaksimalkan daya tarik visual.

3.6.1 Isi Pesan

Pesan atau informasi yang akan disampaikan hendaknya memberikan informasi kepada khalayak sasaran mengenai apa itu Gamelan Gong saron, mengapa perlu dilestarikan, apa yang terjadi jika Gamelan ini terus terpendam dan hilang dari akibat masuknya budaya kesenian luar ke bali, membuat ilangnya budaya kesenian tertua dibali seperti kesenian Gamelan Gong Saron

3.6.2 Bentuk Pesan

Bentuk pesan merupakan pesan pengenalan Gamelan Gong Saron kepada masyarakat maupun generasi muda. Sehingga dapat respon dari munculnya peningkatan minat masyarakat untuk berperan serta dalam pelestarian Gamelan Gong Saron.

3.6.3. Strategi Visual

Visualisasi yang digunakan untuk melestarikan Gamelan Gong Saron adalah dengan menggunakan ilustrasi teknik fotografi yang diolah di komputer. Dalam hal ini, foto yang digunakan adalah kombinasi foto-foto gamelan tradisional Bali dan Gamelan Gong Saron

3.6.4. Gaya Visual

Gaya visual yang ditampilkan pada perancangan media kampanye ini adalah gaya realis dengan lebih menonjolkan ilustrasi Potografi secara kenyataan dengan ornamen-ornamen kecil dibantu program komputer untuk memberikan kesan Ornamental dan juga tradisional. Selain itu, gaya visual yang ditampilkan akan memberikan kesan nyata dengan warna-warna asil dari Obyek Poto..

3.6.5 Material

Dari masing-masing media yang dirancang, akan diuraikan jenis material yang digunakan dalam perwujudannya :

a. Poster

Media Poster akan dibuat dengan menggunakan *Art Paper* 210 Gram dengain tehnik offset.

b. Kalender

Media ini akan diwujudkan dengan menggunakan *Art Paper* 210 Gram dengan tehnik offset

c. Bros

Media ini diwujudkan dengan menggunakan Tembaga atau perak dengan teknik seni ukir dan cestting

d. CD Cover

Media ini akan diwujudkan dengan menggunakan *Art Paper* 210 Gram dengan tehnik offset

e. T-Shirt

Media ini akan diwujudkan dengan menggunakan bahan kain Cotton warna hitam 40's dengan teknik cetak saring atau sablon.

f. Stiker

Media ini akan diwujudkan dengan menggunakan *Vinyl* dengan menggunakan tehnik offset

g. Flyer

Media ini akan diwujudkan dengan menggunakan *Art Paper 150 Gram* dengan menggunakan tehnik offset

h. X-Banner

Media irii akan diwujudkan dengan menggunakan bahan *paper Golys* dengan tehnik digital Printing

i. Jam meja

Media Jam akan diwujudkan dengan memakai bahan plastik kaca yang bentuk lingkaran dan desain dipakai kertas stiker

j. Katalog Karya

Media ini akan diwujudkan dengan menggunakan *Art Paper 250 Gram* dengan tehnik Digital Printing.

BAB IV

VISUALISASI DESAIN

Pada bab berikut ini akan dijabarkan visualisasi desain dari masing-masing media yang akan digunakan untuk melestarikan Gamelan Gong Saron. Adapun poin yang dijabarkan berupa unsur visual desain, kreatif desain, desain terpilih sampai biaya kreatif dan produksi sebagai berikut.

4.1. Poster

Poster merupakan media grafis yang memuat unsur teks dan gambar/ilustrasi yang dipasang atau ditempelkan pada dinding. Visualisasinya setiap unsurnya adalah rinci, jelas, realis, sederhana dan singkat dengan warna yang mencolok sesuai misinya.

4.1.1. Unsur-Unsur Visual Desain

a. Ilustrasi

ilustrasi yang di gunakan pada desain poster terdiri dari :

- Foto salah satu Gamelan Gong Saron yang di beri nama Gambang yang berwarna kemasan yang diberi efek kilau dibuat menggunakan teknik fotografi yang memberi kesan dinamis.
- Ilustrasi Brus yang berbetuk ukiran yang berwarna hitam yang diletakan pada bakcground yang memberi kesan oranamen Bali.
- Foto salah satu Gamelan Gong Saron yang di beri nama Riong sebagai Background dari desain poster yang di beri efek agax redup atau gelap agar obyek atau teks yang di tampilkan agar terlihat dengan jelas.
- Logo dari dinas kebudayaan provinsi Bali sebagai identitas penyelenggara program kampanye pelestarian Gamelan Gong Saron.
- logo *branding*: Bali ‘Shanti Shanti Shanti’

b. Teks

Teks yang dibuat pada media poster ini terdiri :

- Teks judul Mari kita lestarikan Gamelan Gong Saron
- Teks slogan Upaya pelestarian dengan meningkatkan fungsi sebagai sarana upacara yadnya
- Dinas kebudayaan provinsi Bali jln. Juanda. No.1. Denpasar. Telp.222412

c. Tipografi

Pada desain Poster ini menggunakan tipografi.

- Arial digunakan pada teks MARI KITA LESTARIKAN, Upaya Pelestarian dengan meningkatkan fungsi sebagai sarana upacara yadnya, Jln. Juanda. No 1 Denpasar.Telp.222412
- Bauhaus 93 digunakan pada teks GONG SARON, WARISAN TERTUA DI BALI
- **Arial black** digunakan pada teks **GAMELAN. DINAS KEBUDAYAAN PROVINSI BALI**

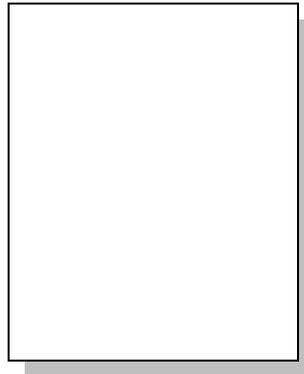
d. Warna

Warna yang digunakan untuk desain Poster

- Warna hitam di gunakan pada background desain
- Warna efek kemasan di gunakan pada unsur ilustrasi dari Gamelan *Riong* yaitu sebagai background dari desain poster
- Warna hijau kekuningan digunakan pada teks judul Gong Saron
- Warna putih di gunakan pada teks yang lainya seperti pada tulisan Mari kita lestarikan Gamelan, Warisan tertua di bali, upaya pelestarian dengan meningkatkan fungsi sebagai sarana upacara yadnya. Dan pada teks dinas kebudayaan provinsi Bali.
- Ilustrasi yang lainya menggunakan warna asli dari teknik potografi.
- Warna logo dinas kebudayaan di sesuaikan seperti warna yang sudah ada.

e. Bentuk fisik

Bentuk fisik dari sebuah Poster yang dibuat untuk melestarikan Gong saron dalah A3 (29,7cm x 42cm) karena ukuran ini efisien untuk memuat informasi yang ada serta biaya produksinya tidak terlalu besar.



Gambar 4.1 Bentuk fisik media poster

f. Bahan

Bahan digunakan dalam mewujudkan media poster yaitu berbahan *art paper* 250 gram.

4.1.2. Tampilan Desain

Dari 3 alternatif melalui proses kreatif desain akhirnya terpilih satu desain sebagai berikut:



Gambar 4.2 Desain Poster

4.1.3. Biaya Kreatif dan Produksi

Biaya produksi pembuatan poster dengan ukuran 29,7 cm x 42cm (A3) dengan teknik cetak *offset* untuk minimal order di atas 100 pcs seharga @Rp 4.500,

- Biaya Desain : Rp.500.000
- Biaya print : Rp.4.500
- Banyak cetak : 1000

Maka $100 \times \text{Rp } 4.500 = \text{Rp.450.000} + \text{Rp}500.000 = \text{Rp.950.000,-}$

(Harga tersebut, mengacu pada daftar harga percetakan Bali Glitz, berlaku sampai akhir tahun 2011)

4.2. Flyer

Flyer merupakan media promosi berupa *leaflet* yang hanya terdiri dari satu lembar. *Flyer* umumnya memiliki ukuran A5. Karena selembaar *flyer* mudah disebar di jalanan sambil lalu sehingga melayang-layang sebelum jatuh ke jalan. Tapi *flyer* juga umum dibagikan pada pengunjung dalam suatu acara tertentu seperti pameran yang memuat informasi mengenai kesenian Gamelan Gong Saron.

4.2.1. Unsur-Unsur Visual Desain

a. Ilustrasi

Ilustrasi pada *flyer* ini menggunakan ilustrasi

- Ilustrasi potografi pertama *penabuh* Gamelan Gong Saron sebagai obyek utama yang di letakan di tengah-tengah dalam desain flyer.
- Ilustrasi potografi yang kedua *penabuh* Gamelan Gong Saron sebagai background desain flyer.
- Ilustrasi dari tekstur kayu yang di gunakan sebagai background paling belakang dari desain flyer.
- Ilustrasi brush sebagai hiasan dari background pada teks slogan.
- Logo dari dinas kebudayaan provinsi Bali sebagai identitas penyelenggara program kampanye pelestarian Gamelan Gong Saron.
- logo *branding*: Bali 'Shanti Shanti Shanti'

b. Teks

Teks yang dibuat pada media flyer ini terdiri

- teks judul “kesenian tua di bali”
- pelestarian gamelan Gong saron dan alamat tempat keberadaan Gong saron.
- Mari bersama-sama dalam ikut serta pelestarian gamelan Gong Saron dengan upaya meningkatkan fungsi sebagai sarana upacara yadnya. Sebagai kata-kata slogan dari desain flyer
- Dinas kebudayaan provinsi Bali jln. Juanda. No.1. Denpasar. Telp.222412

c. Tipografi

Pada desain *Flyer* ini menggunakan tipografi.

- Arial di gunakan dalam teks Mari bersama-sama dalam ikut serta pelestarian gamelan Gong Saron dengan upaya meningkatkan fungsi sebagai sarana upacara yadnya
- Comic Sans MS digunakan pada teks Pelestarian Gamelan Gong Saron, Di Desa Singapadu Gianyar
- **Arial Black** digunakan pada teks **DINAS KEBUDAYAAN PROVINSI BALI.**
- Pristina digunakan pada teks Kesenian Tua Di Bali

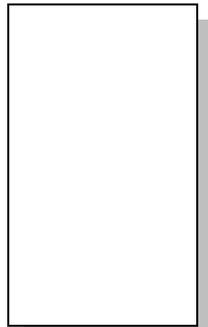
d. Warna

Warna yang digunakan untuk desain *Flyer*

- Warna kuning berisi Stroke hitam terdapat pada teks 'Pelestarian Gamelan Gong Saron'
- Warna kuning terdapat pada ilustrasi tekstur kayu dan pada teks slogan bersama-sama dalam ikut serta pelestarian gamelan Gong Saron dengan upaya meningkatkan fungsi sebagai sarana upacara yadnya, dan teks Di Desa Singapadu Gianyar
- Warna Coklat tua di gunakan sebagai warna background pada desain flyer
- Warna asli dari teknik potografi di gunakan pada obyek foto
- Warna logo dinas kebudayaan di sesuaikan seperti warna yang sudah ada.

e. Bentuk fisik

Bentuk fisik dari sebuah *flyer* yang dibuat untuk pelestarian Gong Saron adalah A5 (14,8cm x 24cm) karena ukuran ini efisien untuk memuat informasi yang ada serta biaya produksinya tidak terlalu besar.



Gambar 4.3 Bentuk fisik media *Flyer*

f. Bahan

Bahan digunakan dalam mewujudkan media *flyer* yaitu berbahan *art paper* 150 gram.

4.2.2Tampilan Desain

Dari 3 alternatif melalui proses kreatif desain akhirnya terpilih satu desain sebagai berikut



Gambar 4.4Desain *Flyer*

4.2.3. Biaya Kreatif dan Produksi

Biaya produksi pembuatan *Flyer* dengan ukuran A5 (14,8cm x 24cm dengan teknik cetak *offset* untuk minimal order di atas 100 *pcs* seharga @ Rp1.250,-

- Biaya Desain : Rp.500.000
- Biaya print : Rp.1.250
- Banyak cetak : 100

Maka $100 \times \text{Rp } 1.250 = \text{Rp}.125.000 + \text{Rp}500.000 = \text{Rp}.625.000,-$

(Harga tersebut, mengacu pada daftar harga percetakan Bali Glitz, berlaku sampai akhir tahun 2011)

4.3. X-Banner

X-Banner adalah salah satu media promosi yang berfungsi seperti poster, tetapi Biasanya diletakan di depan outlet dan mempunyai rangka sendiri untuk berdiri. Oleh karena itu disebut stand banner, dinamakan X-banner biasanya mempunyai rangka berbentuk X (www.kaskus.com,23/10/2010,02:30PM) Berfungsi sebagai media informasi yang singkat dan jelas dengan di letakkan di tempat-tempat strategis pemasaran atau kampanye.

4.3.1. Unsur-unsur Visual Desain

a. Ilustrasi

Ilustrasi yang ditampilkan pada media X-Banner

- Ilustrasi fotografi yaitu sebuah Gamelan Gong saron yang di beri efek sinar sehingga mengasankan kilatan cahaya yang di samarkan sebagai latar belakang media X Banner.
- Ilustrasi teknik brush sebagai hiasan dari background
- Logo dari dinas kebudayaan provinsi Bali sebagai identitas penyelenggara program kampanye pelestarian Gamelan Gong Saron.
- logo *branding*: Bali ‘Shanti Shanti Shanti’

b. Teks

Teks yang dibuat pada media X-Banner ini terdiri :

- Teks judul ‘Pelestarian gamelan Gong Saron’ di Desa Singapadu Gianyar

- Teks slogan “Kesenian tua di Bali, fungsi sebagai sarana upacara yadnya teks judul kemudian, slogan”Fungsi sebagai sarana upacara yadnya”
- Dinas kebudayaan provinsi Bali jln. Juanda. No.1. Denpasar. Telp.222412

c. Huruf/Tipografi

Pada perancangan media X-Banner ini menggunakan beberapa jenis huruf atau tipografi antara lain :

- Arial’’ digunakan pada teks Fungsi sebagai sarana upacara yadnya dan pada teks Jln. Juanda. No.1 Denpasar. Telp.222412
- *Comic sans Ms*” Pelestarian Gamelan Gong Saron Di Desa Singapadu, Gianyar.
- *Pristina* digunakan pada teks *Kesenian Tua Di Bali*
- **Arial black** di gunakan pada teks **DINAS KEBUDAYAAN PROVINSI BALI**”

d. Warna

Warna yang digunakan pada media X- Banner

- Warna hitam untuk background keseluruhan kemudian latar belakang ilustrasi potografi obyek Gamelan Gong Saron menggunakan warna asli foto dan menggunakan warna kilatan kuning agar terlihat agak menyeimbang
- Untuk teks judul dan slogan digunakan warna kuning dan putih yang dimainkan gradasinya sehingga menyerupai keseimbangan.
- Warna logo dinas kebudayaan dan Om Shanti Shanti Shanti di sesuaikan seperti warna yang sudah ada

e. Bahan

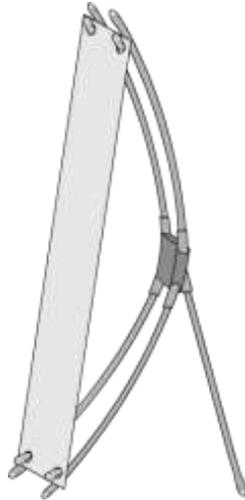
Bahan yang digunakan untuk mewujudkan media ini adalah bahan *Gloys Paper*

f. Teknik Cetak

Teknik cetak yang digunakan adalah teknik cetak digital.

g. Bentuk fisik

Bentuk fisik dari X-banner menggunakan bentuk vertical dengan ukuran 60cm x 160cm



Gambar 4.5 Bentuk fisik media *X-Banner*

4.3.2. Tampilan Desain

Dari hasil alternatif desain, dapat ditampilkan desain terpilih sebagai berikut:



Gambar 4.6 Desain X-Banner

4.3.3. Biaya Kreatif

Biaya yang dibutuhkan untuk mencetak X-Banner ini adalah :

- Biaya desain : Rp 600.000,-
- Biaya print : Rp 175.000,-
- X-Banner yang akan di print : 10 buah.

Maka Rp 10 x Rp 1.75.000,- pcs = Rp1.750.000-

Jadi total biaya yang dikeluarkan pihak Dinas kebudayaan untuk mewujudkan X-Banner setelah ditambah biaya desain adalah
= Rp 1.475.000,-

(Harga tersebut, mengacu pada daftar harga percetakan Bali Glits, berlaku bulan ke 6 tahun 2011)

4.4 T-Shirt

T-Shirt merupakan atau disebut baju kaos. media yang nantinya di gunakan oleh group gamelan Gong saron selama kampanye pelestarian.

4.4.1. Unsur-Unsur Visual Desain

a. Ilustrasi

Ilustrasi pada T-Shirt ini menggunakan ilustrasi dari

- ilustrasi gamelan yaitu Gong yang menggunakan teknik fotografi digabungkan dengan diolah dengan Tablet pen yang memberikesan dinamis.
- Ilustrasi brush sebagai hiasan dari ilustrasi Gong
- Ilustrasi kain Hitam putih *Polang poleng* sebagai hiasan Background agar terkesan terlihat kesakralannya.
- Logo dari dinas kebudayaan provinsi Bali sebagai identitas penyelenggara program kampanye pelestarian Gamelan Gong Saron.
- logo *branding*: Bali ‘Shanti Shanti Shanti’

b. Teks

Teks yang dibuat pada media *T-Shirt* ini terdiri:

- Teks judul “Pelestarian Gong Saron”
- Teks keberadaan tempat Gong Saron dengan teks Singapadu

c. Tipografi

Pada desain *T-Shirt* menggunakan tipografi

- Berlin San FB Demi digunakan pada Teks judul “Pelestarian dan pada teks SINGAPADU
- Pristina digunakan pada teks GONG SARON

d. Warna

Warna yang digunakan untuk desain *T-Shirt* ini

- Warna Kuning maupun putih yang di sertai dengan efek pencahayaan dipakai pada Foto Gamelan Gong dengan teknik Gabungan pewarnaan dalam Tablet pen
- Warna Hitam dominan dipakai pada bagian *background* dari T-Shirt ini dengan ditambahi dengan warna Hitam putih *Polang poleng* terlihat desain menjadi menarik

e. Bentuk fisik

Bentuk fisik dari sebuah *T-shirt* yang dibuat untuk melestarikan gamelan Gong Saron dengan ukuran all size karena bajadan setiap orang berbeda-beda



Gambar 4.7 Bentuk fisik media *T-shirt*

f. Bahan

Bahan digunakan dalam mewujudkan media *T-shirt* yaitu berbahan *Combat Hitam 40's*.

4.4.2. Tampilan Desain

Dari 3 alternatif melalui proses kreatif desain akhirnya terpilih satu desain sebagai berikut



Gambar 4.8 Desain *T-shirt*

4.4.3. Biaya Kreatif dan Produksi

Biaya yang dibutuhkan untuk mencetak t-shirt ini adalah :

- Biaya desain : Rp 500.000,-
- Harga satuan baju plus sablon : @Rp 75.000,-
- T-shirt yang akan dibuat sebanyak 30 pcs, Maka Rp 75.000,- x 30 pcs = Rp 720.000,-

Jadi total biaya yang dikeluarkan pihak Pengelola dinas kebudayaan untuk mencetak t-shirt setelah ditambah biaya desain adalah = Rp 2.750.000,- (Harga berdasarkan *Overload distro*.)

4.5. Cover CD

Cover adalah sampul penutup yang digunakan untuk melindungi *compact disc*, sekaligus memberikan informasi tentang isi dari *compact disc* dari pelestarian Gamelan Gong Saron di Desa Singapadu Gianyar

4.51. Unsur-Unsur Visual Desain

a. Ilustrasi

Ilustrasi yang digunakan pada Cover CD Gong Saron

- ilustrasi gamelan yaitu *Gong* yang menggunakan teknik fotografi digabungkan dengan teknik *Tablet pen* yang memberikesan dinamis. yang dirancang didalam Desain Cover depan.
- Ilustrasi teknik *brush* sebagai hiasan dari ilustrasi *Gong* dan gamelan dari gamelang gambang yang di letakan pada depan cover dan bagian cover dalam
- Ilustrasi kain hitam putih *Polang poleng* di gunakan sebagai bakcground dari desain bagain cover dalam
- Ilustrasi *Gong Gambang* dirancang di tampilan depan bagian pisik Cover sebagai daya tarik desain.
- Ilustrasi dari foto dari segala jenis bagain dari gamelan *Gong saron* yang di letakan secara rapi di bagin dalam Cover

b. Teks

Pada desain Cover Cd ini teks yang digunakan adalah:

- Teks Judul *Gong Saron” Singapadu” Tabuh Saron Pitra* yadnya diposisi letakan pada bagain Cover paling depan
- Teks *Gong Saron Singapadu Sukawati, Gianyar* diletakan pada bukaan Cover dalam bagian depan
- Teks Jenis Tabuh: Tabuh *Ginada*, Tabuh *Ririg*, Tabuh *Saih*, Miring Tabuh, *Warga sari*, yang dirancang tataletaknya bagian bukaan ke dua Cover bagian dalam.
- Teks *Riong,Saron/Luang, Kemplici, Kendang, Jublag, Gong, Ceng ceng,* Gambang teks ini di rancang di bagian dalam cover sebagai penanda atau pengenalan dari gamelan tersebut.

c. Tipografi

Tipografi yang digunakan pada desain Cover Cd ini :

- *Pristina* digunakan pada teks *GONG SARON* dan pada teks *Riong, Saron/Luang, Kemplici, Kendang, Jublag, Gong, Ceng-ceng, Gambang.*

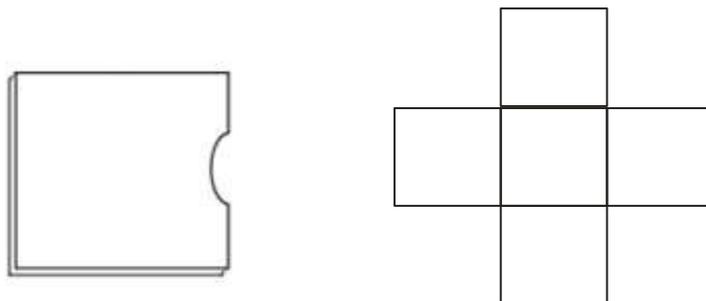
- Berlin San FB Demi digunakan pada alamat tempat Gong Saron pada teks SINGAPADU
- **Arial Black** dipakai dalam cover dalam **Gong Saron Singapadu Sukawati. Gianyar** dan beberapa jenis teks seperti **Jenis Tabuh : Tabuh Ginada, Tabuh Ririg, Tabuh Saih Miring, Tabuh wargasari.** Yang di letakan pada bagian dalam cover sebagai pengenalan isi dari CD tersebut.

d. Warna

- Warna yang dipakai kebanyakan dari warna asli dari obyek foto yang sudah ada yang memberi kesan Realis
- Warna Hitam dominan dipakai pada bagian background dari desain Cover Cd ini
- Warna Kuning maupun putih yang di sertai dengan efek pencahayaan dipakai pada Teks Gong Saron Singapadu Sukawati Gianyar
- Warna Hitam ditambah dengan stroke atau pencahayaan putih dipakai dalam teks Tabuh Saron Pitra Yadnya.
- Warana Kuning dipakai dalam teks Jenis Tabuh: tabuh Ginada, Tabuh Ririg, Tabuh Saih, Miring Tabuh, Warga sari, yang dirancang tataletaknya bagian bukaan ke dua Cover bagian dalam. Dan warna kuning dipakai untuk menambah biasan cahaya background cover bagian dalam.

e. Bentuk fisik

Bentuk fisik dari media promosi CD Cover ini adalah persegi panjang dengan ukuran 12.4 cm x 12.4 cm. Poster ini di buat dengan ukuran yang menyesuaikan dengan media massa yang digunakan sebagai sarana pelestarian.



Bentuk Fisik Luar

bentuk fisik dalam

Gambar 4.9 Bentuk fisik media Cover CD

f. Bahan

Bahan digunakan dalam mewujudkan media Cover Cd ini adalah Art Peper 250 gram, dan plastik sebagai tempat Cd.

4.5.2. Tampilan Desain

Dari 3 alternatif melalui proses kreatif desain akhirnya terpilih satu desain sebagai berikut



Gambar 4.10 Desain Cover CD

4.5.3. Biaya Kreatif dan Produksi

Biaya produksi pembuatan sebuah Cover Cd dengan finishing dengan teknik cetak Digital dan cetak offset . Biaya yang dibutuhkan untuk mencetak CD Cover ini adalah :

- Biaya desain : Rp 500.000,-
- Biaya cetak : @Rp 2000,-
- CD Cover yang akan dicetak sebanyak 1000 pcs,

Maka Rp 1000,- x 1000 pcs=Rp 2.000.000.,-

Jadi total biaya yang dikeluarkan pihak Dinas kebudayaan untuk mencetak CD Cover setelah ditambah biaya desain adalah=Rp 2.500.000,-(Harga berdasarkan CV Tohpati Grafika.)

4.6. Bros/ Pin

merupakan media promosi luar ruangan (*out dor*) yang diletakkan di depan pintumasuk perusahaan sebagai identitas perusahaan papan nama harus dibuat menarik perhatian dengan perpaduan warna yang tepat.

4.6.1. Unsur-Unsur Visual Desain

a. Ilustrasi

Ilustrasi yang digunakan dalam Desain Bros

- ilustrasi gamelan yaitu *Gong* yang menggunakan teknik fotografi digabungkan dengan teknik Tablet pen yang memberikesan dinamis. yang dirancang didalam Desain Bros.
- Ilustrasi Tangan yaitu sebuah ukiran yang digabung dengan teknik Tablet Pen sebagai dasar desain Bros

b. Teks

Teks yang digunakan dalam desain Bros yaitu :

- Saron Singapadu digunakan sebagai teks utama dalam desain Bros desain ini memakai sedikit kalimat agar terlihat realis.

c. Tipografi

Tipografi yang di gunakan dalam desain bros adalah :

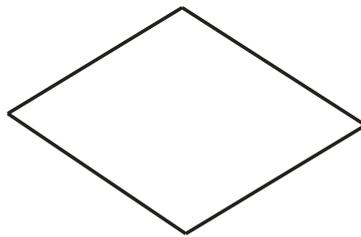
- Arial digunakan pada teks SARON SINGAPADU digunakan sebagai teks utama dalam desain Bros

d. Warna

Desain Bros ini menggunakan warna Kuning emas dan putih perak pada teksnya

4.6.2. Bentuk fisik

Ukuran yang ada pada yang berbentuk persegi, ukuran yang dipergunakan adalah 7cm x 5cm. Menggunakan teknik cetak *Ukir cating dan cukil*,



Gambar 4.11 Bentuk fisik Bros

f. Bahan

Bros disini Material yang digunakan dalam pembuatan adalah menggunakan bahan Tembaga dilapisi emas dan perak

4.6.2. Tampilan Desain

Dari 3 alternatif melalui proses kreatif desain akhirnya terpilih satu desain sebagai berikut



Gambar 4.12 Desain Bros

4.6.3. Biaya Kreatif dan Produksi

dengan berbagai material yang digunakan untuk perwujudan Desain Bros dengan anggaran biaya :

- Biaya Desain : Rp.200.000

- Biaya Bentuk/cukil : Rp.60.000@ per biji
- Biaya sepuh/warna Perak dan emas : Rp. 70.000
- Banyak cetak : 16 buah

Maka :

$Rp.60.000 + Rp.70.000 = Rp.130.000$

$Rp. 130.000 \times 16 = Rp.2.080.000 + Rp.200.000 = Rp.2.280.000$

(Harga tersebut, mengacu pada daftar harga pengerajin Perak di Singapadu dan Celuk sukawati, berlaku sampai akhir tahun 2011)

4.6 Stiker

Stiker merupakan media promosi yang biasanya di tempatkan dengan cara menempelkannya. Stiker yang dibuat merupakan jenis stiker kampanye yang di buat agak tipis.

4.6.1. Unsur-Unsur Visual Desain

a. Ilustrasi

ilustrasi yang digunakan pada Desain Stiker :

- ilustrasi gamelan yaitu *Gong* yang menggunakan teknik fotografi digabungkan dengan teknik Tablet pen yang memberikesan dinamis. yang dirancang didalam Desain Stiker.
- Ilustrasi teknik brush sebagai hiasan dari ilustrasi Gong dan gamelan dari gamelang gambang yang di letakan diposisi bagian kanan dengan keseimbangan dengan bagian posisi dari samping yang terlihat realis

b. Teks

Teks yang dibuat pada media Stiker ini terdiri dari teks :

- Teks Slogan yang berbunyi ‘Mari Lestarikan kesenian Tua Gong Saron
- Teks menyatakan tempat keberadaan Gong sarong ‘ Singapadu.

c. Tipografi

Desain stiker menggunakan tipografi :

- *Pristina* digunakan pada teks Gong Saron

- Berlin San FB Demi digunakan pada Slogan dari desain stiker Mari Lestarikan Kesenian Tua dan alamat tempat Gong Saron pada teks Singapadu

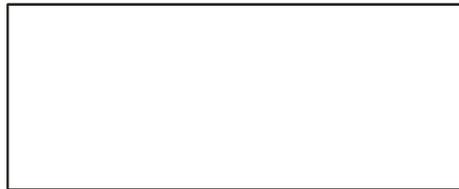
d. Warna

Warna yang digunakan untuk desain Stiker :

- Warna yang dipakai kebanyakan dari warna asli dari obyek foto yang sudah ada yang memberi kesan Realis
- Warna Hitam dominan dipakai pada bagian background dari desain stiker
- Warna kuning yang mencolok dari ilustrasi Foto Gong dengan pewarnaan Tablet Pen.
- Warna putih yang di pakai sebagai dari teks, Agar teks menjadi menonjol untuk menyampaikan sebuah pesan.

e. Bentuk fisik

Bentuk fisik dari desain Stiker dengan ukuran 14 cm x 6 cm, bentuk yang sangat simple dan mudah di tempatkan dimanapun.



Gambar 4.13 Bentuk fisik stiker

f. Bahan

Adapun bahan yang digunakan dalam perancangan Stiker ini menggunakan bahan kertas yang tahan lama

4.6.2 Tampilan Desain

Dari 3 alternatif melalui proses kreatif desain akhirnya terpilih satu desain sebagai berikut:



Gambar 4.14 Desain Stiker

4.6.3 Biaya Kreatif dan Produksi

Biaya produksi pembuatan lembaran Stiker dengan ukuran 20cm x 9cm dengan teknik cetak *Offset* untuk harga stiker per buah @ Rp 2.500

- Biaya Desain : Rp.300.000
- Biaya print : Rp.2.500 @ biji
- Banyak cetak : 300 buah

Maka $300 \times \text{Rp } 2.500 = \text{Rp.750.000} + \text{Rp}300.000 = \text{Rp}1.050.000,-$

(Harga tersebut, mengacu pada daftar harga percetakan Deharri printing Wr.Supratman, berlaku sampai akhir tahun 2011)

4.7 Kalender Meja

Kalender merupakan media promosi yang sekaligus sebagai souvenir yang di berikan kepada masyarakat juga berfungsi untuk mengetahui penanggalan kalender yang di buat memiliki usia edar yang sangat lama yaitu maksimal dua tahun.

4.7.1. Unsur-Unsur Visual Desain

a. Ilustrasi

Ilustrasi pada kalender ini menggunakan ilustrasi sebagai berikut :

- ilustrasi gamelan yaitu *Gong* yang menggunakan teknik fotografi digabungkan dengan teknik *Tablet pen* yang memberikesan dinamis. yang dirancang didalam Desain kalender.
- Ilustrasi teknik *brush* sebagai hiasan dari ilustrasi *Gong* dan gamelan dari gamelan *gambang* sebagai *Bakcground* yang dirancang secara efesian.

- Ilustrasi gamelan Gamelan *Riong* di posisikan di belakang oyek utama sebagai pembiasan cahaya putih dari belakang obyek yang di tonjolkan.
- Logo dari dinas kebudayaan provinsi Bali sebagai identitas penyelenggara program kampanye pelestarian Gamelan Gong Saron.
- logo *branding*: Bali ‘Shanti Shanti Shanti’

b. Teks

Teks yang dibuat pada media kalender ini terdiri dari :

- Teks judul “Gamelan Gong Saron” yang di rancang penempatannya *Centar* atau bagian tengah agar terlihat mencolok
- Teks slogan atau isi pesan “sarana upacara pitra yadnya”
- Teks menunjukan Kalender Tahun 2012
- Dinas kebudayaan provinsi Bali jln. Juanda. No.1. Denpasar. Telp.222412 Sebagai pembinaan atau sumber anggaran biasa untuk memproduksi kalender ini

c. Tipografi

Tipografi yang digunakan pada desain kalender :

- Berlin San FB Demi digunakan pada Judul Teks Gamelan Gong Saron digunakan juga pada teks slogan Sarana Upacar Pitra Yadnya dan pada teks KALENDER 2010.
- **Arial Black** di gunakan pada teks **Dinas Kebudayaan Provinsi Bali**
- Arial digunakan pada teks alamat dari dinas kebudayaan jln. Juanda. No.1. Denpasar. Telp.222412.

d. Warna

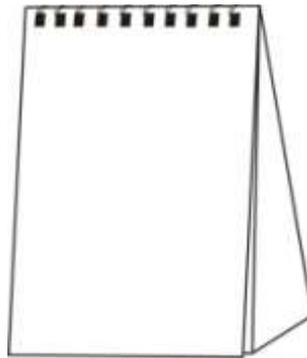
Warna yang digunakan untuk desain kalender ini menggunakan warna :

- Warna Hitam dominan dipakai pada bagian background dari desain Kalender
- Warna Kuning maupun putih yang di sertai dengan efek pencahayaan dipakai pada Poto Gamelan Gong dengan teknik Gabungan pewarnaan dalam Tablet pen

- Warna Hitam ditambah dengan stroke atau pencahayaan putih dipakai dalam teks Sarana upacara Pitra Yadnya.
- Warna Putih di sertai dengan stroke hitam dipakai dalam teks Gong saron dan Kalender 2012
- Warna logo dinas kebudayaan dan Om Shanti Shanti Shanti di sesuaikan seperti warna yang sudah ada

d. Bentuk fisik

Bentuk fisik dari sebuah kalender yang dibuat untuk mempromosikan CCMO adalah A5 (14,8cm x 24cm) karena ukuran ini efisien untuk memuat informasi yang ada serta biaya produksinya tidak terlalu besar.



Gambar 4.15 Bentuk fisik media *Kalender*

f. Bahan

Bahan digunakan dalam mewujudkan media kalender yaitu berbahan *art paper* 150 gram dan rangka kalender menggunakan kertas karton 500 gram.

4.7.2 Tampilan Desain

Dari 3 alternatif melalui proses kreatif desain akhirnya terpilih satu desain sebagai berikut



Gambar 4.16 Desain Kalender

4.8.2 Biaya Kreatif dan Produksi

Biaya produksi pembuatan kalender dengan ukuran 14,8cm x 24cm dengan teknik cetak *digital printing* dan finishing jilid spiral untuk order di atas 50 pcs seharga @ 25.000,-

- Biaya Desain : Rp.500.000
- Biaya print : Rp.25.000
- Banyak cetak : 50

Maka $25 \times \text{Rp } 20.000 = \text{Rp } 500.000 + \text{Rp } 500.000 = \text{Rp } 1.000.000,-$

(Harga tersebut, mengacu pada daftar harga percetakan Bali Glitz, berlaku sampai akhir tahun 2011)

4.9 Jam Dinding

Media ini merupakan bagian dari penunjuk waktu selain itu berfungsi sebagai sarana pelestarian karena terdapat nama dengan bentuk misinya.

4.9.1. Unsur-Unsur Visual Desain

a. Ilustrasi

Ilustrasi yang dipakai dalam perancangan Jam dinding adalah :

- ilustrasi Gamelan yaitu *Gong* yang menggunakan teknik fotografi digabungkan dengan teknik Tablet pen yang memberikesan dinamis. yang dirancang didalam Desain jam dinding
- ilustrasi foto jam dinding dipakai sebagai dasar sket desain
- Ilustrasi Tekstur kayu dyang di gabungan *overley* dengan Foto jam dinding

b. Teks

Dalam pembuatan Desain jam dinding terdapat teks

- Teks judul “Gamelan Gong Saron” yang di rancang penempatannya *Centar* atau bagian tengah agar terlihat mencolok
- Teks Alamat keberadaan Gong saron ‘Singapadu di letakan pada bagian bawah permukaan desain.

c. Hurut /Tipografi

Dalam desain jam dinding ini memakai tipografi

- **Arial Black** digunakan pada teks judul “**Gamelan Gong Saron**” yang di rancang penempatannya *Centar* atau bagian tengah agar terlihat mencolok dan juga dipakai pada teks **Singapadu**
- Arial digunakan pada tek huruf 3,6,9,12

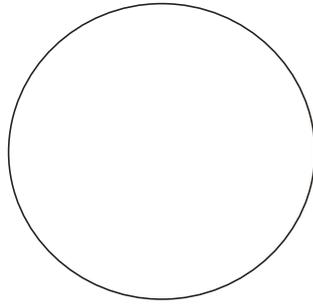
d. Warna

Warna yang dipakai dalam perancangan desain Jam Dinding

- Warna Kuning maupun putih yang di sertai dengan efek pencahayaan dipakai pada Poto Gamelan Gong dengan teknik Gabungan pewarnaan dalam Tablet pen
- Warna kuning yang dipakai sebagai background Huruf penanda waktu.
- Warna Coklat yang digabung dengan warna tekstur kayu dipakai dalam pewarnaan piringan jam bagain lingkaran paling luar.
- Warna Hijau di tambah dengan Stroke putih dipakai dalm pewarnaan Teks Gamelan

e. Bentuk fisik

Bentuk fisik media jam adalah Lingkaran dengan ukuran 21cm x 29,7cm



Gambar 4.17 Gambar fisik jam

f. Bahan

Dalam desain jam Dinding untuk bahan perwujudan memakai bahan biasa seperti jam dinding yang di jual di toko elektronik dengan lapisan Plastik dan memakai kaca untuk desain menggunakan bahan kertas stiker.

4.9.2 Tampilan Desain

Dari 3 alternatif melalui proses kreatif desain akhirnya terpilih satu desain sebagai berikut



Gambar 4.18. Gambar Desain Jam Dinding

4.9.3 Biaya Kreatif dan Produksi

Biaya produksi pembuatan Jam dengan ukuran 24cm volume lingkaran dengan teknik cetak *offset* dan finishing stiker untuk order di atas

- Biaya Desain : Rp.300.000
- Biaya print : Rp.10.000
- Biaya Peralatan mesin jam : Rp.25.000

- Banyak cetak : 50

Maka $50 \times \text{Rp } 35.000 = \text{Rp.1.750.000} + \text{Rp } 300.000$

= Rp.2.050.000,-

(Harga tersebut, mengacu pada daftar harga percetakan Allisia Printing jln.Amad yani, berlaku sampai akhir tahun 2011)

4.10 Katalog karya

Pada media ini akan di bahas visualisasi media komunikasi visual dalam bentuk Katalog, sebagai salah satu media komunikasi yang digunakan pada saat ujian Tugas Akhir. Katalog adalah sejenis brosur yang berisi rincian jenis produk/layanan usaha dan kadang-kadang dilengkapi dengan gambar-gambar (Kusrianto, 2007 : 331). Media ini akan memuat seluruh visualisasi media komunikasi visual sebagai sarana kampanye pelestarian Gong Saron

4.10.1 Unsur-unsur visual desain

a. Ilustrasi

Ilustrasi yang digunakan dalam pembuatan katalog adalah menggunakan :

- Ilustrasi yang digunakan Logo Isi Denpasar yang diletakan pada depan Cover Desain katalog sebagai background dari teks yang dipadukan dengan Ilustrasi ornamen Bali *ukiran*
- Ilustrasi Tekstur Kayu yang dipakai sebagai background isi halaman katalog
- Ilustrasi foto wajah penulis yang digabungkan dengan tekstur kayu sebagai latar belakang teks keterangan biodata
- Ilustrasi Potografi *penabuh* Gong Saron di rancang bagain akhir penutup halaman katalog

b. Teks

Teks yang digunakan pada media katalog berisi tentang keterangan tentang karya tugas akhir yaitu judul karya, nama penulis, nim, jurusan, program studi, serta nama Institut tempat kuliah. Terdapat pula kata pengantar, visualisasi desain, dan kemudian dilanjutkan dengan keterangan dari masing-masing media yang dirancang. Teks bagian halaman belakang berisi biodata lengkap penulis.

c. huruf / tipografi

Jenis huruf/tipografi yang digunakan dalam media katalog ini antara lain menggunakan huruf *Bank Gothic Md B*, *Bolster* untuk cover. Huruf *Arial Black* dan *Times New Roman* digunakan pada identitas dan tempat perkuliahan, kata pengantar, serta ukuran bahan konsep skala pada media promosi. Sedangkan teks *Trebhucet Ms* digunakan pada nama media promosi.

d. Warna

Warna yang digunakan pada media katalog adalah

- Warna Hitam dan putih sebagai warna background desain katalog dan beberapa teks seperti teks kata pengantar.
- warna asli dari beberapa karya desain.
- Warna asli teknik Fotografi yang ditempatkan sebagai penutup katalog.

e. Bahan

Bahan yang digunakan dalam pembuatan katalog adalah *art paper* 250 gsm.

f. Bentuk fisik

Bentuk fisik media Katalog adalah persegi panjang dengan ukuran 11cm x 15,5cm, dengan beberapa halaman



Gambar 4.19 bentuk fisik katalog

g. Teknik cetak

Teknik cetak dalam pembuatan katalog untuk Tugas Akhir Studio ini menggunakan teknik cetak *digital printing*.

4.10.3 Tampilan Desain

Dari hasil alternatif desain, dapat ditampilkan desain terpilih sebagai berikut:



Cover dan kata pengantar



Visualisasi Desain

Gambar 4.20 desain katalog Tugas Akhir

4.10.3 Biaya Kreatif

Biaya yang dibutuhkan untuk mencetak Katalog ini adalah :

- Biaya desain : Rp 600.000,-
- Biaya print : Rp 9.000,-/Katalog
- Katalog yang akan dicetak sebanyak 20 pcs,

Maka $Rp\ 9.000,- \times 20\ pcs = Rp\ 180.000,-$

Jadi total biaya yang dikeluarkan untuk mewujudkan katalog setelah ditambah biaya desain adalah = Rp 980.000,- (Harga tersebut, mengacu pada daftar harga Bali Gitz, harga berlaku sampai akhir 2011)

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan uraian bab-bab sebelumnya maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

5.1.1. Melalui perancangan media komunikasi visual sebagai sarana kampanye pelestarian Gamelan Gong Saron di Desa Singapadu, dan untuk menjaga kelestarian Gong saron dari kepunahan, dilakukan dengan mendesain dan merancang media desain baru melalui media terpilih yaitu terdiri dari Poster, *Flyer*, T-shirt, Bros, poster, Cover Cd, stiker, kalender, *X-Banner*, Katalog karya, dengan efektif dan efisien sesuai dengan ruang lingkup kampanye.

5.1.2. Merancang media komunikasi visual yang tepat dan sesuai dengan kriteria desain untuk pelestarian, dilakukan melalui menganalisa data kemudian ditentukan/diperoleh konsep desain yaitu “Realis Ornamental”. Dari konsep tersebut kemudian diterapkan dalam pembuatan beberapa alternatif unsur-unsur desain, sampai diperoleh desain terpilih untuk melestarikan Gamelan Gong Saron agar terhindar dari kepunahan

5.2. Saran

Dari perancangan media kampanye Gamelan Gong Saron, adapun saran-saran yang ingin disampaikan oleh penulis, antara lain :

5.2.1. Dalam merancang media komunikasi visual untuk melestarikan, Gamelan Gong Saron agar saling kerja sama yang baik antara pendesain antara dinas terkait yang menanganin pembinaan lewat kampanye agar terwujud hasil yang baik. Setiap lembaga atau dinas yang menyelenggarakan program kampanye pelestarian Kesenian harus melestarikan budaya dan kesenian, melalui media komunikasi visual yang tepat.

5.2.2. Media komunikasi visual yang dirancang hendaknya digunakan secara maksimal untuk mencapai target alayak sasaran kemasyarakatan dengan memperhatikan pergeseran budaya kesenian sekarang ini, dan harus seringnya membuat suatu ifens yang bersifat pembinaan seni budaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Alwi, Hasan. 2005. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: P.N Balai Pustaka.
- Ananda, Maya. 1978. *Seluk Beluk Reklame Dalam Dunia Perdagangan*. Jakarta: Mutiara.
- Suharsimi. 1985. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rinieka Cipta.
- Ebdi, Santoyo. 2005. *Dasar-Dasar Tata Rupa dan Desain*. Yogyakarta.
- Echols, John M. & Hasan Shadily. 1975. *Kamus Inggris-Indonesia*. Jakarta: PT Gramedia.
- Eko, Nugroho. 1994. *Pengenalan Teori Warna*. 2008. Jakarta.
- Gitosudarmo, Indriyo. 1994. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE.
- Hendratman, Hendi. 2009. *Graphics Desain*. Bandung: Informatika.
- Herdiman, Ima. 2006. *400 Istilah Public Relations Media dan Periklanan*. Jakarta: Gagas Ulung.
- Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi
- Kusrianto, Adi. 2009. *Berkarier di Dunia Desain Grafis*. Jakarta: PT Elek Komputindo.
- Kusmiarti, R. Artini. 1999. *Teori Dasar Disain Komunikasi Visual*. Jakarta.
- Maria, Regina, Colega. 2008. *Desain Grafis Periklanan*. Jakarta: PT Elek Media Komputindo.
- Moleong, Lexy. J. 2001. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosadakarya.
- Naibaho Togarma, Wagig Murwanogroho. 1998. *Metode Riset Seni Rupa dan Desain*. Surabaya: Universitas Trisakti.
- Nasir, M. 2005. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalilea Indonesia
- Nawawi, Haradi. 1988. *Metode Penelitian sosial*. Yogyakarta: Universitas Gajah Mada.
- Poerwadarminta, W.J.S, 1999. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: PN Balai Pustaka.
- Poerwadarminta W.J.S. 1997. *Panduan cetak sablon bagi pemula*: Djogja: Balai Pustaka.

- Pujirianto. 2005. *Desain Grafis Komputer*. Yogyakarta: Andi.
- Supriyanto, Sugeng. 2008. *Meraih Untung dari Spanduk hingga Billboard*. Yogyakarta: Graha Pustakatama
- Suyanto, M. 2004. *Aplikasi Desain Grafis Untuk Periklanan*. Jakarta: Andi.
- I Wayan Dibia 1999. *Selayang Pandang Seni Pertunjukan Bali*
- Widowati, Heningtyas dan Novi Mayasari. 2007. *Irama Visual*. Yogyakarta: Jalsutra dan ISI Yogyakarta
- Nugroho, 2008 : 10 Pengenalan Teori Warna, jakarta
- Arifin Djauhar, 1986 Sejarah Seni Rupa Cv.Rosda. Bandung
- Rembang, I Nyoman, 1994. Deskripsi Karawitan ' ' Gong Luang' ' .
Denpasar:Provinsi Bali.
- Arikunto, Suharsimi. 1985. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Santosa, Sigit. 2002. *Advertising Guide book*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka

DAFTAR PUSTAKA SUMBER LAIN

- [http:// www. www.artsketch.com](http://www.artsketch.com), 16/03/2011,09:20 PM WITA
- [http:// www. payetgaunpesta.blogspot.com](http://www.payetgaunpesta.blogspot.com),15/12/2009,18:30 WITA
- [http:// www.primipuspita.files.wordpress.com](http://www.primipuspita.files.wordpress.com), 20/12/2009,10:40 WTA
- [http:// www.sportifosio.com](http://www.sportifosio.com),20/12/2009, 10:45 WITA
- [http:// www.pakcageemtees.com](http://www.pakcageemtees.com),15/12/2009,18:35 WITA
- [http:// www.kaskus.com](http://www.kaskus.com),20/12/2009,10:35 WITA
- [http:// www. 1.bp.blogspot.com](http://www.1.bp.blogspot.com), 16/03/2011,09:14PM WITA
- [http:// www. img696.imageshack.com](http://www.img696.imageshack.com), 16/03/2011,09:17PM WITA
- [http:// www. Zifoe.com](http://www.Zifoe.com), 26/02/11,06:55PM WITA
- [http:// www. Blackxperience.com](http://www.Blackxperience.com),26/02/2011,07:01PM WITA
- [http:// www. otakku.com](http://www.otakku.com),26/02/2011,07:17PM WITA
- [http:// www. Rajabrosur.com](http://www.Rajabrosur.com),20/03/2011,06:16PM WITA
- [http:// www. Beritabaliterkini.com](http://www.Beritabaliterkini.com),14/03/2011,04:16PM WITA
- [http:// www. _balibillbord.com](http://www._balibillbord.com),16/03/2011,15:00 WITA
- [http:// www. gabardine.com](http://www.gabardine.com), 15/12/2011,08:00 WITA
- [http://www. merchantcircle.com](http://www.merchantcircle.com), 12 /10/2010, 13:00WITA
- <http://www.balizoopark.com>, 15 /12/2010.2100WITA
- [http://www. Wikipedia.org](http://www.Wikipedia.org) wiki Gamelan.12/10/2010,13:00 WITA
- [http://www. Gianyar Kab.go.id](http://www.GianyarKab.go.id), 16/3/2009