

ARTIKEL ILMIAH  
STRATA 1 (S1)

**DESAIN KOMUNIKASI VISUAL SEBAGAI MEDIA  
SOSIALISASI TARI JANGER KEDATON  
DI KOTA DENPASAR**



I GUSTI AGUNG OKA SUNATHA

2011 06 023

Program Studi Desain Komunikasi Visual

Fakultas Seni Rupa dan Desain

Institut Seni Indonesia Denpasar, Bali, Indonesia

Email : [iga.natha@yahoo.com](mailto:iga.natha@yahoo.com)

**DESAIN KOMUNIKASI VISUAL SEBAGAI MEDIA  
SOSIALISASI TARI JANGER KEDATON  
DI KOTA DENPASAR**

**I GUSTI AGUNG OKA SUNATHA**

**2011 06 023**

Program Studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni Rupa dan Desain

Institut Seni Indonesia Denpasar, Bali, Indonesia

Email : [iga.natha@yahoo.com](mailto:iga.natha@yahoo.com)

ABSTRAK  
DESAIN KOMUNIKASI VISUAL SEBAGAI  
MEDIA SOSIALISASI TARI JANGER KEDATON  
DI KOTA DENPASAR

Oleh : I Gusti Agung Oka Sunatha

Tari Janger Kedato merupakan tarian tradisional yang merupakan ciri khas dari Banjar Kedaton Desa Sumerta Kelod. Tari Janger Kedaton merupakan tarian yang memiliki unsur sakral dimana setiap sebelum pementasannya akan diadakan ritual *mewinten* serta *natab banten*. Tari janger Kedaton merupakan tarian yang berawal pada tahun 1906 dan mampu tetap bertahan hingga saat ini Di Kota Denpasar.

Seiring berkembangnya zaman banyak dari masyarakat yang tidak mengetahui bahwa masih terdapat tarian tradisional yang berusia ratusan tahun. Tari Janger Kedaton yang terletak dekat dengan pusat seni di kota Denpasar. Tari muda-mudi yang dulunya sangat diminati dan ditarikan di berbagai wilayah ini mulai mulai mengalami penurunan akibat kurangnya pengetahuan dan minat masyarakat akan tari pergaulan ini. Dengan demikian perlu adanya sosialisasi yang memberikan informasi kepada masyarakat mengenai tari janger kedaton.

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

Melihat dari masalah yang terjadi perlu membutuhkan perhatian yang sangat serius, untuk itu sangatlah penting untuk pemerintah menggerakkan segala upaya dalam mensosialisasikan Tari Janger Kedaton pada masyarakat melalui Desain komunikasi visual, Desain Komunikasi Visual salah satu solusi menarik untuk mensosialisasikan Tari Janger Kedaton, Dikarenakan Desain Komunikasi Visual merupakan suatu sarana berkomunikasi untuk menyampaikan pesan dan disampaikan melalui media dalam bentuk sosial atau komersil. Didalam mensosialisasikan Tari Janger Kedaton menggunakan media komunikasi visual melalui Roll Up Banner, Note Book, Flyer, Packaging Flyer, T-Shirt, Sticker, Tote Bag, Poster, Gantungan Kunci, Katalog, dimana semua media ini dirancang sesuai konsep Tradisi. Dengan media - media tersebut diharapkan pesan dapat tersampaikan secara efektif dan komunikatif kepada masyarakat.

**Kata kunci:** Tari Tradisional, Janger, Desain Komunikasi Visual

ABSTRACT  
VISUAL COMMUNICATION DESIGN  
AS MEDIA JANGER DANCE  
KEDATON DISSEMINATION IN DENPASAR

*By: I Gusti Agung Oka Sunatha*

*Kedaton Janger dance is a traditional dance that are characteristic of the village of Banjar Kedaton Sumerta Kelod. Kedaton Janger dance is a dance that has a sacred element where each before the play will be held ritual mewinten and natab offerings. Janger Kedaton merupakan dance that began in 1906 and was able to survive to this day in the city of Denpasar.As*

*As time a lot of people who do not know that there are still traditional dances that are hundreds of years. Dance Janger Kedaton located close to the center of art in the city of Denpasar. Dancing young people who were once very popular and danced in various regions began on the decline due to lack of knowledge and interest of young people will dance this association. Thus the need for socialization that provides information to the public, dance Janger kedaton.*

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

*Notice of problems that occur need to require the attention of a very serious, for it is very important for the government mobilize all efforts in disseminating Dance Janger Kedaton in society channeled through the design of visual communication, visual communication design a compelling solution to socialize Dance Janger Kedaton, Because of Visual Communication Design is a means of communication to convey the message and delivered via the media in the form of social or commercial. Dance socialize within Janger Kedaton uses the medium of visual communication through the Roll Up Banner, Note Book, Flyer, Flyer Packaging, T-Shirts, Stickers, Tote Bag, Poster, Keychain, catalog, where all media is designed according to the concept of tradition. With the media - the media is expected to be tesampaikan message effectively and communicative to the community.*

**Keywords:** *Traditional dance, Janger, Visual Communication Design*

## **LATAR BELAKANG**

### **DESAIN KOMUNIKASI VISUAL SEBAGAI MEDIA SOSIALISASI TARI JANGER KEDATON DI KOTA DENPASAR**

Tari janger merupakan salah satu tari pergaulan remaja yang lekat dengan unsur sejarah, serta adat dan istiadat yang terdapat didalamnya. Tari Janger merupakan tari pergaulan anak remaja Bali, yang ditarikan oleh 10 hingga 16 orang penari secara berpasangan. Salah satu tari janger yang masih lestari dan tetap mengandung unsur religius di dalamnya adalah Tari Janger Kedaton Desa Sumerta kelod, Janger Kedaton telah dikenal secara luas sebagai ciri khas banjar Kedaton, Desa Pekraman Sumerta, Kota Denpasar. Asal usul janger Kedaton berawal dari aktivitas masyarakat petani dan pengembala sapi di banjar Kedaton. Tercatat pada sekitar tahun 1906 kesenian janger menjadi perbincangan para petani tersebut setelah salah satu dari mereka kerauhan di pura Pesawan Agung yang berada di area persawahan Sungiang dan Badak. Dari *kerauhan* tersebut diperoleh pawisik agar memohon *taksu* ke Pura Dalem Batu Bolong di desa Cangu. Peristiwa tersebut menjadi perbincangan masyarakat dan diperkirakan sebagai cikal bakal terbentuknya kesenian Janger di Banjar Kedaton. Setelah kejadian tersebut para pengembala dan petani tersebut mulai menyukai kegiatan bernyanyi bersama untuk mengisi waktu luang sekaligus sebagai sarana hiburan disela-sela aktivitas bertani dan mengembala sapi. Aktivitas bernyanyi bersama ini kemudian mulai berkembang tidak hanya dilakukan di persawahan tetapi juga di rumah-rumah dan pada akhirnya terbentuk kesenian Janger. "*Titang Meme Janger, kemu nunas taksu ke Pura Dalem Batu Bolong di Desa Cangu* (Akulah Ibu Janger, datanglah kamu memohon taksu ke Pura Dalem Batu Bolong)". Peristiwa kerauhan yang dialami I Gusti Ketut Sangging (salah seorang warga Banjar Kedaton, Desa Pakraman Sumerta) di areal persawahan Sungiang dan Badak

di tahun 1906 itulah yang jadi tonggak kelahiran kesenian Janger di Kedaton. Setelah pawisik itu turun, krama Kedaton yang saat itu menggantungkan sumber penghidupannya dari aktivitas bertani dan menggembalakan sapi sontak keranjingan menyanyi. Aktivitas menyanyi itu dilakukan bersama-sama oleh para pengusung budaya agraris tersebut di sela-sela kesibukan menggarap lahan pertanian mereka. Semula, aktivitas bernyanyi bersama itu terbatas dilakukan di sawah. Di bawah keteduhan pepohonan sambil menghalau burung pemakan biji padi. Namun, aktivitas bernyanyi bersama itu akhirnya "merambah" hingga ke rumah-rumah warga. Mengingat kegairahan menyanyi bersama itu terus memuncak, para petani dan penggembala ternak itu pun sepakat "memformalitkan" kegiatan mereka dengan membentuk sebuah *sekaa* Janger dengan pusat kegiatan di Jeroan Kedaton, tepatnya di rumah I Gusti Ketut Raweg. Dari generasi ke generasi, kesenian Janger ini tetap tumbuh dan berkembang hingga kini. Tanpa berkesudahan seolah ditakdirkan jadi maskot Banjar Kedaton. "Bagi krama Kedaton, Janger sudah menjadi kesenian yang tak tergantikan. Betapa pun derasnya gempuran berjenis-jenis kesenian kontemporer-modern menerjang Bali, kesenian Janger tetap harus dilestrarikan dengan penuh kesadaran. Guna meningkatkan kualitas Janger, pada 1920 didatangkan pelatih kondang Nyarikan Sariada sebagai pelatih tari dan I Nyoman Kaler sebagai pelatih tabuh. Seiring dengan popularitas yang terus menanjak itu, krama Kedaton pun ingin mewujudkan *pawisik* dengan memohon *tirta* (air suci) ke Pura Dalem Batu Bolong di Desa Cangu. Tanpa kenal lelah, leluhur krama Kedaton menempuh perjalanan selama tiga hari dengan berjalan kaki. "Salah satu pementasan penting yang jadi kenangan abadi bagi krama Kedaton adalah saat leluhur kami diundang majangeran oleh Gubernur Jendral Batavia di Pasar Gambir, Batavia (sekarang Jakarta) pada 28 Agustus 1929 silam. Atas partisipasinya itu, Janger Kedaton menerima piagam penghargaan Diploma *Eerst Prijs* dari pemerintah Batavia". *Sekaa* Janger Kedaton kala itu diperkuat 30 orang seniman meliputi penari Janger dan Kecak, penabuh, juru rias, pembina dan pengurus.

Memasuki usianya yang satu abad itu, krama Kedaton pun sepakat menggelar "pesta" istimewa berupa pementasan "Janger Tiga Generasi" pada Tahun 1930 di Stage Janger Kedaton. Sebuah pementasan yang sangat unik, mengingat pragina Janger-nya terdiri atas kaum anak-anak, remaja, dewasa hingga nenek-nenek berusia renta. Janger generasi pertama di antaranya Made Rona, I Gusti Ketut Logo dan I Gusti Rungkeng. Sejumlah pelatih seni kondang seperti I Koncong dari Banjar Belaluan pun didatangkan untuk melatih tari, I Made Madeg dari Banjar Lebah sebagai pelatih tabuh dan I Wayan Mara sebagai penari Kecak dari Tegal Pemecutan.

Menurut hasil wawancara bersama Bapak I Putu Sedana selaku Kepala Bidang Kesenian Dinas Kebudayaan Bali, mengatakan di Kota Denpasar memiliki beberapa kesenian tari janger di berbagai wilayah di Denpasar. Kesenian Tari janger yang sempat terkenal di Kota Denpasar bertempat di Banjar Kedaton Desa Sumerta Kelod dan terdapat di Banjar Bengkel Desa Sumerta Kelod. Tari Janger yang terdapat di Banjar Bengkel Desa Sumerta Kelod ini hanya ditarikan sebagai tarian hiburan dan pada masa ini Kesenian Tari Janger tersebut tidak pernah ditarikan kembali, berbeda dengan Kesenian Tari Janger yang terdapat di Banjar Kedaton ditarikan bukan hanya bersifat sebagai hiburan namun terdapat unsur religius di setiap pementasannya dan hingga saat ini Kesenian Tari Janger yang sudah ada sekitar tahun 1906 ini masih tetap ditarikan setiap dua tahun sekali di Banjar Kedaton Desa Sumerta Kelod. Seiring berkembangnya zaman minat masyarakat akan kesenian Tari Janger Kedaton mengalami penurunan . Dikarenakan Denpasar adalah pusat kota yang sudah banyak dimasuki oleh budaya modern seperti diantaranya adalah tarian-tarian kreasi baru, dan tarian-tarian budaya barat yang semakin digemari, lebih populer dikalangan masyarakat saat ini. Dengan demikian perlu adanya media sosialisasi yang mampu memperkenalkan kembali Tari Janger Kedaton di kalangan masyarakat, dengan melalui Desain Komunikasi Visual.

### **Rumusan Masalah**

- 1) Pemilihan media sosialisasi apakah yang tepat untuk mensosialisasikan Tari Janger Kedaton di Kota Denpasar?
- 2) Bagaimana merancang sebuah media komunikasi visual yang Komunikatif dan efektif sebagai sarana sosialisasi yang sesuai dalam Mensosialisasikan tari janger kedaton di Kota Denpasar?

**Batasan Masalah :** Batasan masalah yang akan dibahas meliputi perumusan masalah, pemilihan media-media, serta proses perancangan media komunikasi visual dalam memperkenalkan kembali tari janger kedaton kepada masyarakat di Kota Denpasar, sampai dengan strategi kreatif yang efektif dan komunikatif.

**Tujuan :** Tujuan dari perancangan ini adalah Mengetahui media komunikasi visual yang sesuai dengan masalah untuk mensosialisasikan tari janger kedaton di Kota Denpasar, mengetahui proses perancangan media komunikasi visual yang efektif dan komunikatif untuk mensosialisasikan tari janger kedaton di Kota Denpasar. Mendapatkan informasi - informasi yang sesuai untuk digunakan di dalam perancangan media, menambah wawasan masyarakat mengenai tari janger kedaton di Kota Denpasar.

**Metode Perancangan :** Adapun langkah-langkah berupa metode pengumpulan data dan kemudian metode analisa data yang digunakan yaitu proses desain menggunakan metode pengumpulan data berupa teks, dokumen, hasil wawancara yang ditemukan di lapangan selama penelitian di lakukan metode ini dibedakan berdasarkan sumbernya yaitu data primer dan sekunder.

**Data Aktual :** Data yang mengacu pada sumber-sumber data ilmiah yang dimanfaatkan dalam perancangan media komunikasi visual yang sesuai dengan kriteria desain untuk memperkenalkan kembali “Tari Janger Kedaton” di Kota Denpasar.

**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, Prinsip Keseimbangan (*Balance*), Prinsip Ritme/Irama (*Rhythm*), Proporsi, Prinsip Kesatuan (*Unity*).

**Aspek Teknis Perwujudan :** Pada teknik perwujudan ini untuk menghasilkan media yang akan diwujudkan, harus melalui tahap atau proses cetak. Dalam hal ini proses cetak pada keseluruhan media menggunakan teknik cetak digital *print*.

### **Teori Pendukung Kasus**

- **Teori Psikologi Komunikasi :** dalam komunikasi menjelaskan bahwa dalam proses persepsi dilalui dengan 3 tahap, yaitu seleksi stimulus, organisir, dan interpretasi. Tahapan ini penting untuk mengetahui bagaimana visual diterima dan diterjemahkan oleh audiens. (Liliweri, 2015:226-232).Teori Psikologi Komunikasi dalam Ruang Lingkup Psikologi Komunikasi, menurut Hovland, Janis, dan Kelly, para ahli Psikologi, mendefinisikan komunikasi sebagai "*the process by wich an individual (the communicator) transmits stimuli (usually verbal) to modify the behavior of other individuals (the audience)*". Dance mengartikan komunikasi dalam kerangka psikologi behaviorisme sebagai usaha "menimbulkan respons melalui lambang-lambang verbal. Tanda-tanda komunikasi efektif menimbulkan lima hal yaitu Pengertian, Kesenangan, Memengaruhi sikap, Hubungan sosial yang baik, Tindakan

-**Teori Iklan layanan masyarakat (ILM) :** adalah iklan yang digunakan untuk menyampaikan informasi, mengajak atau mendidik khalayak dimana tujuan akhir bukanlah untuk mendapatkan keuntungan ekonomi, melainkan keuntungan sosial. Keuntungan sosial yang dimaksud adalah munculnya penambahan pengetahuan, kesadaran sikap dan perubahan perilaku masyarakat terhadap masalah yang diiklankan, serta mendapatkan citra yang baik dimata masyarakat. (Pujiyanto, 2013 : 8) Agar tujuan dalam pesan sampai kepada audiens, maka iklan layanan masyarakat harus memerhatikan elemen desain komunikasi, seperti tipografi/huruf, ilustrasi, warna, identitas perusahaan, dan layout. Menjelaskan audiens melalui gambar, gambar berfungsi untuk menambah daya tarik, menjelaskan pesan yang disampaikan secara tertulis, menjabarkan atau mendeskripsikan pesan, menguatkan pesan, menegaskan pesan, serta meningkatkan daya persuasi pada khalayak. (Pujiyanto, 2013 : 107)

**Data Lapangan / Faktual :** Data faktual merupakan data yang diperoleh berdasarkan kenyataan yang ada di lapangan atau berdasarkan dilapangan yang sebenarnya. Data ini digunakan sebagai materi dan sample untuk merancang.

**Nama Obyek :** Dalam penyusunan Skripsi Karya Studio ini judul yang diangkat adalah “Desain Komunikasi Visual Sebagai Media Sosialisasi Tari Janger Kedaton Di Kota Denpasar”.

**Pengelola :** Tari Janger Kedaton dikelola oleh Dinas Kebudayaan Kota Denpasar.

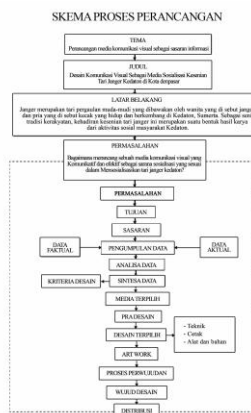
**Potensi Kasus :** Melihat minat masyarakat akan tari janger kedaton sudah mulai berkurang karena banyak tari modern yang lebih menarik dan mudah ditarikan banyak tersebar di kota denpasar, oleh karena itu tari janger kedaton perlu di sosialisasikan karena tari janger kedaton adalah tradisi warisan leluhur yang berharga dan patut di lestarikan.

**Sintesa :** Berdasarkan analisis yang dilakukan terhadap data hasil penelitian maka dapat diketahui bahwa media yang digunakan untuk mensosialisasikan tari janger kedaton masih sangat kurang dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat dikarenakan media yang dimiliki tari janger kedaton yang kurang menarik. Untuk itu guna mencapai tujuan yang diinginkan maka dirancang beberapa media komunikasi visual yang lebih inovatif dan efektif sehingga mampu mensosialisasikan tari janger kedaton . Maka pada sintesa dapat di peroleh sebagai berikut : Media, Ilustrasi, Warna, Teks, Huruf, Teknik Cetak, dan Analisis Wawancara.

**Konsep Desain :** Konsep Tradisi dipilih dengan tujuan memperkenalkan kepada masyarakat warisan kebudayaan turun-temurun dari suatu wilayah yang tumbuh, berkembang, dan masih tetap bertahan hingga saat ini tanpa merubah ciri khas atau identitas dari tradisi kebudayaan tersebut, yang sesuai dengan sejarah dari kesenian tari janger kedaton yang bermula pada tahun 1906 dari kegembiraan para petani terdahulu dalam menyambut hasil panen. Konsep tradisi ini juga bertujuan agar masyarakat khususnya para remaja ikut menjaga dan melestarikan warisan tradisi budaya yang ada di wilayahnya masing-masing, khususnya kota denpasar. Dalam konsep Tradisi ini, akan menonjolkan sebuah ilustrasi fotografi dan menggabungkan

dengan ilustrasi *hand drawing* dengan menggunakan *finishing* computer dengan gaya visual naturalisme untuk memberikan kesan mirip dengan objek aslinya.

**Skema Proses Perancangan :** Dengan pemilihan judul “Desain Komunikasi Visual sebagai media sosialisasi Tari Janger Kedaton di Kota Denpasar” 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. Setelah terkumpulnya data - data lanjut pembuatan alternative desain, dimana pembuatan alternative desain didapat dalam proses pengumpulan data factual dan data actual yang digabung dan di analisa sehingga menghasilkan sintesa yang kemudian digunakan sebagai acuan dalam pembuatan alternative desain. Desain yang dipilih akan divisualisasikan sesuai teknik dan diwujudkan dengan proses cetak yang diinginkan.



**Keterangan**  
 —————> : Hubungan Langsung  
 - - - - -> : Hubungan Tidak Langsung

**Strategi Media :** Strategi media dibentuk oleh target sasaran (*audience*) dengan panduan media, yang terdiri dari pilihan media dan jadwal media, yang disusun dengan memperhitungkan media habit, yaitu kebiasaan target (*audience*) masing-masing pasar dalam penggunaan media. Target *audience* inilah yang menentukan saluran media mana yang paling efektif dan efisien. Efektif artinya cocok untuk mengiklankan produk yang dirancang, dan efisien artinya yang terjangkau (Sanyoto,

2006:66-67). Dalam mengenali medan penjualan untuk memasarkan suatu produk/jasa diperlukan strategi media yang baik, sehingga memiliki daya tarik visual yang mampu mengembangkan latar belakang dari konsep yang diterapkan. Untuk mewujudkan media sosialisasi tersebut dilakukan pendekatan melalui khalayak sasaran dan panduan media yang dapat diuraikan sebagai berikut.

#### **3.4.1 Khalayak Sasaran / Segmentasi**

- a) **Demografi:** meliputi: Usia, umur, pendidikan, jenis kelamin, status perkawinan, status ekonomi, suku dan agama Berdasarkan faktor demografi, media yang dirancang bertujuan untuk di sosialisasikan kepada masyarakat di Kota Denpasar.
- b) **Geografi:** Menentukan audience berdasarkan lokasi, meliputi: negara, propinsi, kabupaten, kota, wilayah atau kawasan. Dengan mengetahui lokasi target audience, maka kita bisa menentukan budaya, bahasa, adat, agama, dan kebiasaan masyarakatnya. Berdasarkan faktor geografis sasaran yang diinginkan mulanya mencakup Kota Denpasar.
- c) **Psikografi:** meliputi: Status sosial, gaya hidup, dan kepribadian Berdasarkan faktor psikografis media yang akan dirancang menyesuaikan dengan target sarasannya yaitu masyarakat di Kota Denpasar.
- d) **Behaviouristis:** meliputi: status pemakai, kejadian, tingkat penggunaan, status kesetiaan, tahap kesiapan pembeli, sikap. (Hendratman, 2014 : 24). Berdasarkan faktor behaviouristis media yang akan dirancang menyesuaikan dengan karakteristik target sarasannya yaitu masyarakat di Kota Denpasar.

**Panduan Media :** Panduan media merupakan suatu media komunikasi dalam memberikan informasi kepada khalayak sasaran. Dalam tugas akhir ini penulis mengambil beberapa jenis media yang akan digunakan sebagai media sosialisasi kesenian tari janger kedaton. Dalam hal ini jenis-jenis media yang digunakan sebagai solusi setelah memperoleh hasil analisis data aktual dan faktual adalah :

- a) **T-Shirt :** Media komunikasi grafis yang dicetak diatas katun atau TC. Cara mencetaknya adalah dengan menggunakan teknik cetak saring atau sablon. Bagian

yang tercetak biasanya bagian depan dan bagian belakang. unsur - unsur yang digunakan meliputi warna, teks, ilustrasi (Pujiriyanto, 2005 : 28 )

- b) **Note Book** : Lembar kertas yang berjilid, berisi tulisan atau kosong. Biasanya digunakan untuk mencatat informasi dan menyimpan pesan. (<http://kbbi.web.id/buku> diakses tgl 15/12/2015).
- c) **Flyer** : *Flyer* berupa secarik kertas yang umumnya berukuran standar kertas A4. Flyer dipergunakan untuk promosi skala kecil dengan cakupan wilayah yang tidak terlalu besar. Karena untuk skala kecil, maka biasanya kualitas cetak dan kertasnya pun relatif lebih murah jika dibandingkan dengan brosur. (sumber : [http://fae-zya.blogspot.co.id /2015/03/ tentang-poster-brosur-flyer-majalah.html](http://fae-zya.blogspot.co.id/2015/03/tentang-poster-brosur-flyer-majalah.html) diakses pada 15/12/2015)
- d) **Packaging Box Flyer** : Packaging/kemasan, diartikan secara umum adalah bagian terluar yang membungkus suatu produk dengan tujuan untuk melindungi produk dari cuaca, guncangan dan benturan-benturan, terhadap benda lain. Setiap bentuk barang benda yang membungkus suatu benda di dalamnya dapat disebut dengan packaging/kemasan sejauh hal tersebut memang melindungi isinya. ([http://packaging-development.blogspot.co.id/2010/05/ pengenalan -packaging-produk.html](http://packaging-development.blogspot.co.id/2010/05/pengenalan-packaging-produk.html) di akses pada 17/ 12 /2015).
- e) **Sticker** : Merupakan media komunikasi grafis tentang produk, jasa, atau identitas yang dapat ditempel pada berbagai tempat. (Pujiriyanto, 2005 : 17 )
- f) **Poster** : Merupakan merupakan alat untuk mengiklankan sesuatu, sebagai alat propaganda, dan protes, serta maksud-maksud lain untuk menyampaikan berbagai pesan. (Kusrianto, 2009 : 338 )
- g) **Roll Up Banner** : *Roll Up Banner* yaitu banner yang memiliki bodi khusus atau *system* yang membuat banner dapat menggulung sendiri. Dengan begitu, banner pun dapat terhindar dari lipatan atau tekukan. Karena keunggulannya inilah *Roll Up Banner* sangat cocok digunakan untuk mempromosikan produk pada acara yang hanya berlangsung dalam waktu singkat karna Roll Up Banner ini dapat di pindah pindahkan. (<http://www.cahyo-pramono.com/2009/07/x-banner.html> di akses pada 11/01/2016)

- h) Katalog :** Merupakan media komunikasi grafis berbentuk buku yang didalamnya berisi aneka jenis produk, harga, formulasi, dan cara penggunaannya. Pujiryanto ( 2005 : 20 )
- i) Tote Bag :** *Tote bag* merupakan jenis tas yang bisa dikatakan cukup simple atau sederhana untuk digunakan saat akan pergi berbelanja ataupun shopping ke pusat perbelanjaan yang ada di sekitar anda tinggal. Karena modelnya yang simple inilah yang membuat tote bag nyaman untuk kita bawa kemana saja kita akan melakukan aktivitas. (<http://esgotado.net/apa-itu-tote-bag-dan-dimana-mencari-tote-bag/> di akses pada 08/11/2015)
- j) Gantungan Kunci :** Gantungan kunci merupakan media atau alat untuk menggantungkan kunci, terbuat dari kayu, logam, plastik atau dengan berbagai macam bentuk yang lain yang mempunyai fungsi yang sama, tempat untuk menggantungkan, menyangkutkan kunci. (<http://www.gantungan-kunci.org/artikel-gantungan-kunci> di akses pada 11/01/2016)

## VISUALISASI DESAIN

### Roll Up Banner



Nama Media : Roll Up Banner

Ukuran : 160cm x 60cm

### Flyer



Nama Media : Flyer Janger Kedaton

Ukuran : 21 cm x 14,8 cm

### **Gantungan Kunci**



Nama Media : Gantungan Kunci

Ukuran : 6 cm x 6 cm

### **Tote Bag**



Nama Media : Tote Bag Janger Kedaton

Ukuran : 30 cm x 32 cm

### **Packaging Flyer**



Nama Media : Packaging Flyer

Ukuran : 15cm x 29cm

**Poster**



Nama Media : Poster Janger Kedaton

Ukuran : 29.7cm x 42 cm

**Packaging**



Nama Media : Note Book

Ukuran : 14.8 cm x 21cm

**Sticker**





Nama Media : Sticker Janger Kedaton

Ukuran : 17.7cm x 8cm

### T-Shirt



Nama Media : T-Shirt Janger Kedaton

Ukuran : M, L, XXL

### Katalog Karya



Nama Media : Katalog Karya Janger Kedaton

Ukuran : 14.8 cm X 21 cm

## **KESIMPULAN**

Setelah melewati proses pengamatan dan penelitian pada studi kasus Desain Komunikasi Visual Sebagai Sarana Promosi Jajan Lapis Karet Desa Dauh Pala, Tabanan, Bali, maka berdasarkan uraian bab-bab diatas dapat disimpulkan sebagai berikut:

### **Kesimpulan**

- Media komunikasi visual yang efektif dan komunikatif yang sesuai untuk mensosialisasikan Tari Janger Kedaton Di Kota Denpasar kepada masyarakat adalah Roll Up Banner, T-Shirt, Flyer, Packaging Flayer, Poster, Gantungan Kunci, Note Book, Sticker, Tote Bag, serta Katalog. Dimana semua media ini memiliki fungsi masing - masing untuk menarik perhtian masyarakat, yang dirancang dalam satu kesatuan konsep dan elemen - elemen desain untuk mendapatkan media yang efektif dan komunikatif.
- Merancang media komunikasi visual yang tepat dan sesuai dengan kriteria desain untuk mensosialisasikan tari janger kedaton, dilakukan melalui menganalisis data kemudian menentukan konsep desain. Dalam mensosialisasikan Tari Janger Kedaton di Kota Denpasar digunakan konsep " Tradisi", Dimana dengan konsep ini dapat disimpulkan, memperkenalkan Tari Janger Kedaton kepada masyarakat, melalui tampilan media yang menggunakan warna yaitu warna Analog Coklat yang bersinggungan dengan warna kuning dan warna hijau, yang mewakili ciri khas warna dari tari janger kedaton. Konsep Tradisi ini juga yang nantinya akan dikomunikasikan pada media - media yang digunakan dalam mensosialisasikan Tari Janger Kedaton di Kota Denpasar

### **Saran**

- Dalam pengadaan kegiatan sosialisasi hendaknya tetap dilaksanakan dengan peningkatan kualitas, Dimana dalam perancangan media sosialisasi ini agar saling kerja sama yang baik antara desainer dan Dinas Kebudayaan Provinsi Bali sebagai komunikator, agar terwujud hasil yang sesuai dengan harapan dalam perancangan media sosialisasi ini.

- Bagi para penulis selanjutnya agar lebih baik dalam merumuskan konsep kreatif perancangan sebuah media serta menentukan media yang efektif dan komunikatif serta variatif dan juga tentunya menerapkan teori desain, prinsip desain pada setiap desain yang akan dibuat agar efektif, efisien dan mampu membentuk sebuah ciri khas.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alwi, Hasan. 2002. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Arikunto, S., 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Hendratman.2014. *Computer Graphic Design*. Bandung : Informatika Bandung
- Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: C.V. ANDI OFFSET.
- Kusrianto, Adi. 2009. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: C.V. ANDI OFFSET.
- Pujiyanto. 2013. *Iklan Layanan Masyarakat*. Yogyakarta: C.V. ANDI OFFSET.
- Poerwadarminta, W. J. S. 2000. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta : Balai Pustaka.
- Pujiriyanto. 2005. *Desain Grafis Komputer (Teori Desain Grafis Komputer)*. Yogyakarta: C.V. ANDI OFFSET
- Supriyono, Rakhmat 2010. *Desain Komunikasi Visual Teori Dan Aplikasi*. Yogyakarta: C.V. ANDI OFFSET.
- Sandra Moriarty, Nancy Mitchell, dan William Wells. 2009. *ADVERTISING*. Jakarta : Kharisma Putra Utama.
- Sarwono, Jonathan & Hary Lubis. 2007. *Metode Riset Untuk Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta : C.V. ANDI OFFSET.
- Santosa, Sigit. 2002. *Advertising Guide Book*. Jakarta:Informatika.
- Sanyoto, Sadjiman. E. 2005. *Dasar-Dasar tata Rupa & Desain (Nirmana)*. Yogyakarta: Arti Bumi Intaran.
- Sanyoto, Sadjiman. E. 2006. *Metode Perancangan Komunikasi Visual Periklanan*. Yogyakarta: Dimensi Press.
- Soehardi, Sigit. 2001. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta : Pena Persada Press.

## SUMBER INTERNET

<http://www.zonasiswa.com/2014/07/pengertian-sosialisasi.html>

<http://id.wikipedia.org>

<http://duniagrafiskita.blogspot.com>

<http://w3function.com/blog/>

<http://www.computer1001.com/>

<http://namarkart.blogspot.co.id/2012/05/lingkaran-warna-dan-tips-wpap.html>

<http://mediateknik.indonetwork.co.id>

<http://www.deprintz.com/news/16/Tentang-Usaha-Digital-Printing/>

<http://belajarpsikologi.com/psikologi/>

<http://kbbi.web.id/tradisi>

<https://tasikuntan.wordpress.com/2012/11/30/pengertian-tradisi>

<http://kbbi.web.id/buku>

<http://fae-zya.blogspot.co.id/2015/03/tentang-poster-brosur-flyer-majalah.html>

<http://packaging-development.blogspot.co.id/2010/05/pengenalan-packaging-produk.html/>

<http://ucengpilek.blogspot.co.id/2013/03/aliran-naturalisme-realisme-dan.html/>

<http://www.cahyopramono.com/2009/07/x-banner.html/>

<http://esgotado.net/apa-itu-tote-bag-dan-dimana-mencari-tote-bag/>

<http://www.gantungan-kunci.org/artikel-gantungan-kunci/>