



SEGARA WIDYA

JURNAL HASIL - HASIL PENELITIAN INSTITUT SENI INDONESIA DENPASAR



MEDIA PROMOSI OBJEK WISATA MONKEY FOREST UBUD GIANYAR BALI SEBUAH KAJIAN SEMIOTIKA

Ni Ketut Rini Astuti, Cokorda Alit Artawan

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa Dan Desain

Institut Seni Indonesia Denpasar

Email: riniarivani@gmail.com, cokordaalitartawan@yahoo.com

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk mendeskripsikan, mengidentifikasi tanda verbal dan visual sebagai elemen pembentuk media komunikasi visual, serta menerjemahkan makna di balik tanda verbal maupun non verbal pada media promosi objek wisata Monkey Forest Ubud Gianyar Bali sebuah kajian semiotika, sehingga dapat diketahui citra dan nilai budaya yang ada di masyarakat, khususnya desa Padangtegal Ubud Gianyar Bali. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, dengan analisis komunikasi visual yang dilakukan dalam pemahaman dan pembacaan terhadap tanda. Penelitian ini mengacu pada teori semiotika yang membahas tanda visual dan tanda verbal dalam memahami sistem tanda dan makna yang tersimpan pada Media Promosi Objek Wisata Monkey Forest Ubud, Gianyar, Bali. Hasil dari penelitian ini melalui analisis semiotika dapat dimaknai bahwa pada hakekatnya Media Promosi Objek Wisata Monkey Forest Ubud Gianyar Bali memakai konsep ajaran Tri Hita Karana berdasarkan filosofi agama Hindu di Bali, damai dan kemerdekaan menjadi satu dalam hidup kita. Dengan menghadirkan ilustrasi pura, hutan, dan monyet sebagai objek utamanya, yang memiliki makna sakral, keagungan dan kesucian. Dengan menunjukkan gambar visual seperti ini, tentunya untuk dapat mempromosikan objek wisata monkey forest dengan memperlihatkan keunikan, keindahan seni budaya melalui media promosi sebagai pemeliharaan dan pelestarian nilai-nilai kebudayaan setempat, menjadi kekayaan budaya Hindu.

Kata Kunci : *Media Promosi Objek Wisata Monkey Forest*

Abstract

The purpose of this study to describe, identify signs of verbal and visual as constituent elements of visual communication media, as well as translating the meaning behind the verbal and non-verbal signs in the media campaign attractions Monkey Forest Ubud Gianyar Bali a study of semiotics, so it can be seen the image and cultural value in the community, especially the village of Ubud Gianyar Bali Padangtegal. The method used in this research is descriptive qualitative, visual communication with the analysis carried out in the understanding and reading of the sign. This study refers to the semiotic theory that addresses the visual sign and verbal sign in understanding a system of signs and meanings that are stored on the Media Campaign Attractions Monkey Forest Ubud, Gianyar, Bali. The results of this research through semiotic analysis can be interpreted that the essence of the Media Campaign Attractions Monkey Forest Ubud Gianyar Bali using the concept of Tri Hita Karana teachings based on the philosophy of Hinduism in Bali, peace and freedom become one in our lives. By presenting illustrations temples, forests, and monkeys as its main object, which has a sacred meaning, majesty and holiness. By showing visual images like this, of course, to be able to promote the attraction monkey forest to show the uniqueness, the beauty of art and culture through the medium of promotion as the maintenance and preservation of local cultural values, to be a wealth of Hindu culture.

Keywords: Media Promotion Attractions Monkey Forest

PENDAHULUAN

Objek Wisata Monkey Forest (*The Sacred Monkey Forest Sanctuary*) merupakan wisata alam yang menawarkan keindahan hutan dengan 300 kera di dalamnya, serta kultur Bali yang masih sangat kuat. Dari kejauhan wisatawan dapat melihat dua patung kera Bali berukuran besar di kanan dan kiri jalan sebelum pintu masuk. Di dalam hutan juga terdapat tiga pura suci, yakni: Pura Dalem Agung, Pura Mandi Suci, dan Pura Prajapati, dengan 3 (tiga) konsep pura. pertama adalah Utama Mandala, yaitu tempat pemandian para Dewa. Pura kedua adalah Madia Mandala, dimana terdapat sebuah kolam suci. Dan yang ketiga adalah Nista Mandala sebagai tempat pemandian untuk umum. Tempat ini sangat mudah dicapai dengan menyusuri jalan Monkey Forest di Ubud Gianyar Bali atau cukup dengan berjalan kaki hanya sekitar 15 menit dari Jalan Raya Ubud, tarif masuk ke objek wisata Monkey Forest ini, baik tamu wisatawan mancanegara, domestik, maupun lokal adalah sama yaitu Rp. 30.000 untuk dewasa dan Rp. 20.000 untuk anak-anak.

Ubud terletak 25 km dari timur laut kota Denpasar, Ubud merupakan pusat suatu puri yang amat kuat, dan kini menjadi kelurahan dari kabupaten Gianyar yang terbagi dalam enam desa adat (Picard M, 2006:120). Diantara desa Padangtegal dan Nyuh Kuning, kecamatan Ubud, kabupaten daerah tingkat II Gianyar, terdapat sebuah hutan kecil yang dihuni oleh ratusan Kera Bali yang cukup jinak dan dapat diajak bermain-main disaat para wisatawan menikmati liburan di kawasan wisata, para wisatawan yang datang ke tempat ini, selain dapat bermain dengan kera, juga dapat melihat kuburan dengan arsitektur Balinya. Dan bila tepat waktu sesekali dapat menyaksikan lengkap dengan upacara di pura (odalan) maupun upacara pembakaran mayat (ngaben). Daerah ini adalah daerah keramat dan terdapat peninggalan purbakala di dalamnya. Kawasan ini berada di jalan utama kota Ubud mengarah kearah selatan berada di kaki sebuah bukit, dan luas hutan 8 hektar ini adalah salah satu pusat penangkaran monyet di Bali.

Objek wisata Monkey Forest, terletak didesa Padangtegal, Ubud, Gianyar, Bali yang diupayakan untuk mengembangkan dan mengimplementasikan tujuan pengelolaan yang lebih baik dalam menjaga integritas suci dari hutan monyet, sebagai situs yang terbuka untuk pengunjung dari seluruh dunia, syarat pariwisata yang baik adalah sangat menarik dan unik, serta mudah diakses setiap saat dan selalu produktif, mudah dipahami sehingga banyak pengunjung yang datang ke tempat ini. Kesakralan tempat yang masih terdapat hutan ditengah-tengah pemukiman penduduk, dimana upacara ritual menjadi ketertarikan/tempat suci menjadi profan (umum), dan dalam proses upacara ritual menjadi agenda wisata yang sakral. Sehingga menjadi daya tarik pengunjung karena kesenian dan budaya Bali, seperti tarian, kecak dan *dance*, Ramayana, patung-patung, ukiran dan cerita-cerita rakyat dapat dinikmati.

Encyclopaedia of Britanica yang dikutip Pirus, 2006: 96, menyatakan bahwa media adalah bentuk pengumuman yang dicetak, ditulis atau digambar dan disampaikan kepada umum secara terbuka. Ruang lingkup yang dibawa media adalah pesan-pesan visual dan tekstual dari manusia kepada manusia lain. Karena memiliki fungsi untuk menyampaikan pesan, maka media harus memiliki penampilan yang menarik perhatian bagi khalayak. Media komunikasi visual memiliki peranan yang sangat penting dalam objek wisata monkey forest karena kehadiran dan keberadaannya sangat diperlukan sebagai media promosi. Media merupakan cerminan realitas sosial dalam budaya masyarakat Bali, juga dapat menjadi salah satu cara mempelajari realitas sosial budaya masyarakat dengan mempertemukan tanda-tanda dalam media dengan berbagai teori maupun data temuan di lapangan. Berbagai media komunikasi visual yang digunakan sebagai media promosi, seperti: media brosur, *t-shirt*, *website*, *facebook*, tiket, papan nama, dan iklan di Bali *Travel New*.

Mengungkap makna yang ada dibalik tanda visual maupun verbal, dapat diketahui citra dan nilai-nilai budaya objek wisata monkey forest, melalui media promosi. Selain itu dapat pula dipelajari budaya yang terbentuk maupun norma sosial yang ada dalam masyarakat yang mempengaruhi penciptaan media. Analisis secara semiotik terhadap tanda-tanda visual dan verbal media promosi objek wisata monkey forest, yaitu pada budaya tradisional yang mengarah pada kesenian dan budaya tradisi Bali khususnya desa Padangtegal Ubud. Keunikan dan karakteristiknya mengandung muatan nilai-nilai yang kompleks dan mendalam, sehingga keberadaannya memiliki peranan sangat penting bagi keberlangsungan pelestarian dan pengembangan nilai-nilai budaya Bali, khususnya di desa Padangtegal, Ubud, Gianyar.

Berdasarkan latar belakang di atas, memang memunculkan semangat untuk mengkaji lebih jauh tentang pentingnya media komunikasi visual sebagai media promosi pada objek wisata monkey forest Ubud Gianyar Bali, dan ada beberapa masalah yang dirumuskan pada penelitian ini adalah sebagai berikut: 1). Apakah tanda verbal dan visual yang ditampilkan dalam media-media komunikasi visual objek wisata monkey forest Ubud Gianyar Bali? 2). Bagaimana makna konotasi yang terbangun di balik tanda verbal maupun visual pada Media Promosi Objek Wisata Monkey Forest Ubud Gianyar Bali?

Media komunikasi visual yang berisi tulisan dan gambar dalam satu lembaran kertas atau kain dengan tujuan untuk mempromosikan sesuatu. Teks/tulisan dan gambar ini sering disebut verbal dan visual. Media sebagai media informasi/penyampaian pesan yang memiliki berbagai fungsi seperti, remainder, menggugah kesadaran, membentuk suatu citra maupun menumbuhkan minat pada pemirsanya. Media pada umumnya di rancang berdasarkan kombinasi antara tipografi/verbal dengan visual. Keberhasilan dalam merancang desain media, perancang harus mampu mengkombinasikan antara teks (verbal), dan gambar (visual).

Media merupakan bagian yang tak terpisahkan dari komunikasi visual. Untuk dapat menjangkau khalayak sasarannya, komunikasi visual memerlukan media yang sesuai dengan khalayak sasarannya. Pemilihan media disesuaikan dengan gaya hidup konsumen, tingkat pendidikan, sosial dan ekonomi, kebiasaan, pekerjaan, tempat tinggal konsumen, dan sebagainya. Dalam suatu promosi, biasanya terdapat media primer dan media sekunder yang digunakan. Media primer merupakan media utama untuk mengkomunikasikan pesan pada khalayak sasaran. Media primer ini didukung oleh media sekunder sehingga dapat lebih menguatkan pesan yang disampaikan ataupun menjangkau khalayak sasarannya. Kekuatan pesan media juga turut ditentukan oleh media yang digunakan. Media, visualisasi dan pesan media berkaitan erat dengan kehidupan masyarakat. Media dapat membawa budaya yang ada dalam suatu masyarakat, namun dapat juga menciptakan budaya baru di dalam masyarakat.

Media dapat dibagi menjadi media cetak, elektronik, luar dan dalam ruangan. Media cetak misalnya surat kabar, majalah dan tabloid. Media elektronik contohnya: radio, televisi dan internet, media dalam ruangan seperti: brosur, folder, poster, sedangkan media luar ruangan adalah segala media massa yang berada di luar ruangan yang pada umumnya berukuran sangat besar seperti; poster, baliho dan billboard. Salah satu media yang cukup menarik dan jelas adalah poster. Media promosi objek wisata monkey forest Ubud Gianyar Bali sebuah kajian semiotika dalam bahasan ini adalah media-media promosi yang dibuat oleh desa Padangtegal yang berisi gambaran tentang monkey forest, kebudayaan, dan keindahan alam.

Komunikasi secara umum diartikan sebagai suatu proses penyampaian informasi (pesan, ide, gagasan) dari satu pihak ke pihak lain agar terjadi saling memengaruhi diantara keduanya. Adapun penyampainnya bisa bersifat nyata, simbolis, ekspresif dan juga bisa bernuansa promosi/propaganda, protes, himbauan, estetis, didaktis. Cara penyampaian komunikasi bisa berupa komunikasi verbal, bila itu disampaikan dengan kata-kata, baik oral maupun tertulis. Sedangkan komunikasi non-verbal bisa disampaikannya dengan cara visual melalui gambar atau gerak. Tampilannya bisa berupa hal yang realis, ekspresif, naturalis, maupun dekoratif. Desain Komunikasi Visual adalah ilmu yang mempelajari konsep komunikasi dan ungkapan daya kreatif, yang diaplikasikan dalam pelbagai media komunikasi visual dengan mengolah elemen desain grafis yang terdiri atas gambar (ilustrasi), huruf dan tipografi, warna, komposisi dan layout (Tinarbuko, 2009: 24). Media-media promosi sebagai bagian dari desain komunikasi visual memiliki elemen desain grafis tersebut.

Berbicara ilustrasi dalam konteks komunikasi visual, sama dengan memperbincangkan gambar dalam bingkai fungsi. Sisi fungsional sangat melekat dalam kata 'ilustrasi' Ilustrasi adalah area khusus dari seni yang menggunakan gambar berupa representasi atau ekspresi untuk membuat sebuah pernyataan visual. Ilustrasi dapat berupa grafik, animasi, gambar dan lukisan. Ilustrasi menjadi hal penting dalam desain terutama dalam desain cetak sebelum fotografi banyak digunakan. Ilustrasi digunakan untuk membantu mengkomunikasikan pesan dengan tepat, cepat, serta tegas 'clan merupakan terjemahan dari sebuah judul. Ilustrasi diharapkan mampu untuk membentuk suatu suasana penuh emosi, dan menjadikan gagasan-gagasan seakan-akan nyata. Dengan ilustrasi maka pesan menjadi lebih berkesan, karena pembaca akan lebih mudah mengingat

gambar daripada kata-kata. Pada perkembangannya, ilustrasi banyak digunakan untuk menjelaskan sesuatu yang bersifat teks meskipun terkadang ilustrasi berdiri sendiri.

Huruf merupakan bagian terkecil dan struktur bahasa tulis dan merupakan elemen dasar untuk membangun sebuah kata atau kalimat. Rangkaian huruf dalam sebuah kata atau kalimat bukan saja memberikan suatu makna yang mengacu pada sebuah objek ataupun gagasan, tetapi juga mempunyai kemampuan untuk menyuarakan suatu citra ataupun kesan secara visual. Huruf memiliki paduan nilai fungsional dan nilai estetik. Pengetahuan mengenai huruf dapat dipelajari dalam sebuah disiplin seni yang disebut tipografi (Sihombing, 2001: 2-3).

Huruf sendiri merupakan tanda, dan tanda-tanda yang disusun akan memunculkan tanda baru. Sehingga dalam memaknai sebuah teks tanda berupa huruf, tidak sekedar memaknai bunyi teks itu semata, namun juga memaknai penyusunannya, pemilihan bentuk dan besar huruf satu dengan yang lainnya. Pemilihan huruf yang tepat tentu memiliki teknik tersendiri, karena huruf memiliki keragaman bentuk yang masing-masing memiliki karakter yang berbeda. Karakter-karakter tersebut akan berpengaruh terhadap pesan yang akan disampaikan. Hal ini karena karakter huruf memberikan sebuah citra dan pesan yang ingin disampaikan.

Tipografi biasanya menjadi elemen utama dalam halaman cetak. Tipografi menjadi penekanan dalam sebuah konsep sehingga menjadi perhatian dalam sebuah desain informasi. Tinambuko menjelaskan dalam bukunya *Semiotika Komunikasi Visual*, 2009: 26, bahwa tipografi dalam konteks desain komunikasi visual mencakup pemilihan bentuk huruf, besar huruf, cara dan teknik penyusunan huruf menjadi kata atau kalimat sesuai dengan karakter pesan (sosial atau komersil) yang ingin disampaikan. Sehingga tipografi memiliki peranan yang sangat penting dalam komunikasi tanda.

Warna menjadi elemen yang penting dalam desain, lebih lanjut Danesi, 2010: 97-104, mengungkapkan bahwa kemampuan untuk mempersepsikan warna dalam berbagai wujud merupakan dasar dari banyak aktivitas pembuatan dalam penggunaan tanda diseluruh dunia. Dalam semiotika, istilah warna adalah penanda verbal yang mendorong orang untuk cenderung memerhatikan terutama rona-rona yang disandikan penanda. Dalam tingkat denotasi, penafsiran tanda berupa warna sebagai gradasi rona pada spektrum cahaya. Rona merupakan ciri penuntun penyebutan warna atau pemberian warna seperti merah, biru, kuning dan sebagainya. Warna juga digunakan untuk tujuan konotasi. Penggunaan warna secara konotasi tersebut tersebar lebih luas dibandingkan dengan denotasi warna itu sendiri sehingga warna menjadi penting dalam wilayah makna dan simbolisme.

Kata komposisi berasal dari bahasa inggris *composition*, dari kata kerja *to compose* yang berarti mengarang, menyusun atau mengubah. Menyusun, mengarang atau mengubah biasanya digunakan dalam kegiatan seni termasuk seni rupa (Darmaprawira, 2002: 65). Jadi kegiatan yang berhubungan dengan keindahan. Tentu saja bentuk susunan, karangan atau gubahan itu berdasarkan aturan-aturan atau kaedah yang berlaku bagi masing-masing cabang seni. Komposisi pada media promosi ini berarti penyusunan tanda verbal dan tanda visual dalam bidang gambar yang membentuk keseimbangan statis/kaku atau dinamis/tidak resmi.

Layout dijabarkan oleh Rustan (2009) sebagai tata letak elemen-elemen desain terhadap sesuatu bidang dalam media tertentu untuk mendukung konsep atau pesan yang dibawanya. Tampilan layout yang tampak merupakan proses perjalanan eksplorasi kreasi manusia yang tiada henti dari masalah. Tampilan layout dapat menjadi penanda kapan layout itu dibuat. Layout memiliki banyak elemen yang masing-masing mempunyai peran yang berbeda dalam membangun keseluruhan layout. Rustan menyebutkan pengelompokan elemen layout terbagi menjadi 3 (tiga) yaitu elemen teks, elemen visual dan *invisible element*. Untuk elemen teks antara lain: judul/*headline*, *deck/standfirst*, *byline*, *body teks*, *subjudul*, *caption*, *callout*, *kickers*, *initial caps*, *indent*, *lead line*, *spasi*, *header & footer*, *running heat*, *catatan kaki*, *nomor halaman*, *signature*, *jumps*, *nameplate*, *masthead*. Elemen visual *layout* dapat terdiri dari foto, *artworks*, *infographic*, garis, kotak, *inset* dan *point*. Sedangkan yang termasuk pada *invisible element* adalah *margin* dan *grid*.

Pendekatan semiotika digunakan untuk menemukan jawaban atas rumusan masalah tersebut. Semiotika sebagai metode penelitian yang dilakukan dengan pemahaman dan pembacaan (*decoding*) terhadap sebuah karya desain komunikasi visual karena suatu proses penyandian (*encoding*) pesan menjadi tanda visual (*visual sign*) dan tanda verbal. Sehingga sebuah penelitian untuk mengalihsandikan (*decoding*) tanda visual dan tanda verbal tersebut dalam rangka

memahami sistem tanda dan makna yang tersimpan dalam media-media promosi objek wisata monkey forest membutuhkan metode yang berangkat dari ilmu tanda.

Tanda adalah kesatuan dari dua bidang yang tidak dapat dipisahkan, seperti halnya selembar kertas. Dimana ada tanda, di sana ada sistem. Artinya, sebuah tanda (berwujud kata tulisan atau gambar) mempunyai dua aspek yang ditangkap oleh indra yang disebut *signifier*, bidang penanda atau bentuk. Aspek lainnya disebut *signified*, bidang petanda atau konsep atau makna. Tanda sebagai kesatuan yang tak dapat dipisahkan dari dua bidang yaitu bidang penanda untuk menjelaskan bentuk atau ekspresi dan petanda untuk menjelaskan konsep atau makna.

Merujuk teori Pierce, tanda-tanda dalam media dapat dilihat sebagai ikon, indeks dan simbol. Ikon adalah tanda yang mirip dengan objek yang diwakilinya. Dapat juga dikatakan ikon adalah tanda yang memiliki ciri-ciri yang sama dengan apa yang dimaksud. Indeks merupakan tanda yang memiliki hubungan sebabakibat dengan apa yang diwakilinya atau disebut juga tanda sebagai bukti. Simbol merupakan tanda berdasarkan konvensi, peraturan atau perjanjian yang telah disepakati bersama. Simbol baru dapat dipahami jika seseorang sudah mengerti arti yang telah disepakati sebelumnya. Dalam penelitian ini, teks verbal (tulisan) dan teks visual (gambar) yang dihadirkan dalam media dipandang sebagai tanda.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah: 1). Untuk dapat mendeskripsikan dan mengidentifikasi tanda verbal dan visual sebagai elemen pembentuk media komunikasi visual objek wisata Monkey Forest Ubud, Gianyar Bali. 2). Untuk dapat menerjemahkan makna konotasi dibalik tanda verbal maupun non verbal pada media komunikasi visual objek wisata monkey forest sehingga dapat diketahui citra dan nilai budaya yang ada di masyarakat Ubud Bali.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif-kualitatif, adapun tahapan-tahapan riset kualitatif yang dilakukan adalah: Pertama menentukan masalah penelitian dengan merumuskan masalah yang akan diteliti. Kedua teknik sampling dilakukan untuk memfokuskan objek penelitian dalam hal ini media promosi objek wisata monkey forest Ubud Gianyar Bali. Ketiga menentukan jenis data sebagai tahapan penting dalam penelitian untuk mendapatkan jawaban dari rumusan masalah yang ditentukan, data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Keempat menentukan alat pengambilan data yang dilakukan dengan metode survey, observasi, wawancara, dokumentasi, dan kajian pustaka. Kelima menentukan teknik analisis menggunakan pendekatan kajian semiotika. Penelitian ini lokasinya di Desa Padangtegal Kecamatan Ubud, Kabupaten Gianyar, Propinsi Bali. Jangka waktu penelitian ini dilakukan selama 1 (satu) tahun dari bulan Januari sampai bulan Desember 2014.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Media adalah sarana komunikasi untuk menyebarluaskan pesan melalui ruang dan waktu untuk menjangkau banyak orang yang dikelompokkan ke dalam tatanan media massa atau biasa disebut media. Promosi penjualan merupakan salah satu bentuk sistem komunikasi pemasaran di samping iklan. Promosi penjualan terdiri atas berbagai kegiatan atau “alat” yang didesain untuk merangsang pasar, agar meningkatkan pembelian produk yang dipromosikan.

Objek wisata Monkey Forest berada didesa Padangtegal, kecamatan Ubud, kabupaten Gianyar Bali, di kelola oleh desa Padangtegal, yang di ritualkan pada obyek ini adalah pura, kuburan, tempat permandian, kera dan hutan. Upacaranya berdasarkan filosofi agama Hindu di Bali, dalam ajaran Tri Hita Karana adalah damai dan kemerdekaan menjadi satu dalam hidup, apabila kita menghargai dan menjaga ketiga keharmonisan dan kebersamaan yang terdapat pada ajaran Tri Hita Karana yaitu: Tuhan Yang Maha Esa memberkati hidup dan segala ciptaannya di dunia ini, alam memberikan kehidupan, keharmonisan yang dibutuhkan dalam setiap aktivitas makhluk hidup, Makhluk hidup mempunyai peraturan yang ditetapkan sebagai dasar struktur kehidupan tradisional, Membangun candi sebagai tempat melaksanakan ibadah, upacara adat keagamaan, serta sebagai tempat bermusyawarah dan menyelesaikan masalah bersama-sama. Ada dua kegiatan ritual yang berhubungan dengan kera dan hutan dinamakan dengan tumpek Kandang, yang jatuh pada hari Sabtu (25 hari sebelum hari raya Galungan) dimana masyarakat setempat membuat sesaji istimewa untuk hutan dan kepada semua binatang yang ada disana, serta tumpek Nguduh dimana tumbuh-tumbuhan dijadikan ritual utamanya. Fungsinya dapat memperluas yang

tadinya dipakai atau disajikan untuk upacara ritual keagamaan (sembahyang), yang tertutup untuk umum dan saat ini di komodifikasi melalui berbagai media promosi.

Makna dari objek wisata ini bagi masyarakat sekitar merupakan situs hutan suci yang sakral dan di keramatkan sebagai tempat upacara ritual yang tadinya di sakralkan kemudian dikomoditi, sejak di bukanya objek wisata monkey forest sebagai tempat pariwisata. Dulu masyarakat padangtegal mata pencahariannya adalah bercocok tanam (petani) dan dalam karya seni yang dihasilkan hanya dimanfaatkan untuk mendukung aktifitas atau kegiatan ritual keagamaan, seperti tarian kecak dan *dance* dalam cerita epos Ramayana yang ditarikan pada saat ritual saja. Dengan meningkatnya wisatawan yang berkunjung ke Bali, khususnya ke Padangtegal Ubud Gianyar Bali telah mengubah objek-objek di monkey forest untuk dijadikan komoditas dengan memodifikasi kesakralan tempat dan ritual menjadi sesuatu yang profan, kemudian dikemas untuk dapat dipertunjukkan secara umum, yang tentunya tidak melanggar aturan atau norma-norma yang berlaku di daerah tersebut.

Jenis Media-Media Promosi Objek Wisata Monkey Forest Media Brosur

Media promosi yang di pakai pada objek wisata monkey forest berupa brosur yang menampilkan ilustrasi monyet, pura, hutan dan lain-lain dengan teks yang menjelaskan secara rinci keindahan dan daya tarik ditempat tersebut. Tipografinya memakai huruf *grotesque sans serif*, dan warna hijau yang digunakan sangat dominan pada media brosur, yang mewakili keasrian dari hutan tersebut. Fungsi dan manfaat dari media brosur sangat efektif dan komunikatif dalam menginformasikan objek wisata monkey forest Ubud Gianyar Bali.



Gambar 1. Media Brosur Tampak Depan dan Tampak Belakang
Sumber : Dokumen Penulis, 2014

Analisis Desain Komunikasi Visual

Desain Komunikasi Visual adalah ilmu yang mempelajari konsep komunikasi dan ungkapan daya kreatif, yang diaplikasikan dalam berbagai media komunikasi visual dengan mengolah elemen desain grafis yang terdiri atas gambar (ilustrasi), huruf atau tipografi, warna, komposisi, dan *layout*, Tinarbuko, 2009: 24. Unsur Verbal yang terdiri dari “Selamat Datang Mandala Suci Wenara Wana (*The Sacred Monkey Forest Sanctuary*) Padangtegal Ubud Bali” menggunakan jenis huruf *grotesque sans serif*, dengan memakai warna putih yaitu *sans serif* yang muncul sebelum abad ke 20 masuk dalam golongan *grotesque*, Rustam, 2010: 49. Unsur visual yang ditampilkan pada lipatan depan adalah ilustrasi dengan teknik fotografi yaitu berupa wajah kera yang dijadikan ilustrasi merupakan karya dua dimensional dengan bahan art paper dan cat yang berukuran panjang 42 cm x 12 cm.

Visualisasinya menggambarkan ilustrasi wajah kera yang melihat ke atas, kera yang duduk, serta beberapa anak kera yang sedang menikmati makanan, menampilkan pura, meru, dan hutan. *Background* yang ditampilkan pada media brosur ini menampilkan suasana hutan dengan warna hijau, pura dan kera-kera sesuai warna aslinya. Dilihat dari prinsip-prinsip desain media brosur ini menggunakan keseimbangan asimetris, keserasian kurang dibentuk dari kesatu paduan unsur warna. Dari segi proporsi terlihat dari unsur visual yang lebih mendominasi, dibandingkan unsur verbal, skala pada media brosur ini terlihat kurang perbandingan kurang seimbang antara tipografi

dan ilustrasi, kesan irama kurang terbentuk dari besar kecil huruf yang semua hampir sama, sehingga kurang memiliki dominasi baik dari pusat perhatian (*centre of interest*), titik pusat (*focal point*), ataupun penarik pandang (*eye catcher*). Dari segi warna didominasi warna hijau, putih, menggunakan *layout informal balance*. Tipografi yang digunakan yaitu jenis huruf *grotesque sans serif* yang muncul sebelum abad ke 20 masuk dalam golongan *grotesque* yang artinya lucu/aneh. Komposisi yang diterapkan asimetris dengan gaya desain Surealis. Warna yang lebih dominan ditampilkan adalah warna hijau, putih, dan hitam.

Analisis Semiotika Brosur

Ikon wajah kera, hutan, pura, denah lokasi serta logo, indeks pandangan mata kera, dengan ekspresi wajah memandang keatas, simbol kera, hutan, meru, dan pura. Makna “Selamat Datang Mandala Suci Wenara Wana (*The Sacred Monkey Forest Sanctuary*) Padangtegal Ubud Bali”. Tanda ikon dan indeks pada media promosi ini dijadikan sebagai simbol identitas dari objek wisata monkey forest dan sebagai citra budaya tradisi bagi para pengunjung. Media brosur sebagai media informasi atau penyampaian pesan yang memiliki berbagai fungsi menggugah kesadaran, membentuk citra maupun menumbuhkan minat pada pemirsanya atau masyarakat yang melihatnya, dibuat berdasarkan kombinasi antara teks (verbal) dan gambar (visual). Media brosur pada objek wisata monkey forest Ubud Gianyar Bali ini dibuat diatas kertas dengan teknik cetak *offset*, gaya desain Surealis. Komposisi yang dihadirkan menampilkan gambar visual pada bidang sebelah kiri dan dilengkapi dengan tulisan (verbal) pada bagian kanan bidang gambar (visual).

Media brosur objek wisata monkey forest Ubud Gianyar Bali, menampilkan wajah kera dimana kera-kera yang hidup di dalam tempat yang aman dan damai ini dinamakan kera Bali, yang juga dikenal dengan nama kera ekor panjang, nama ilmiahnya adalah *macaca fascicularis*. Hutan adalah tempat tinggal kera, sangat penting untuk memperlakukan kera dengan baik. Berdasarkan analisa dari Pura Purana (buku suci terbuat dari lontar yang merupakan barang bersejarah dari pura setempat). Pura kera suci ini dibangun sekitar pertengahan abad ke 11, saat itu kerajaan dikuasai oleh dinasti Pejeng, sekitar awal dinasti Gelgel. Maka media brosur objek wisata monkey forest ubud gianyar Bali dari tampilan visual secara keseluruhan sudah sesuai konsep yaitu Tri Hita Karana yang berarti tiga penyebab kebahagiaan. Masyarakat Bali masih konsisten menjalankan tata aturan dalam pelaksanaan upacara keagamaan. Sebagai pemeluk agama Hindu, masyarakat Bali memiliki pandangan bahwa kehidupan ini akan berjalan harmonis didasarkan atas keseimbangan hubungan antara manusia dengan Tuhan, antara manusia dengan manusia, dan antara manusia dengan alamnya disebut ajaran Tri Hita Karana, Wiana, 2004: 124. Dengan azas berbakti kepada Tuhan Hyang Maha Esa menumbuhkan loyalitas untuk mengabdikan. Sesuai dengan keyakinan masyarakat Bali, bahwa rasa bakti itu diwujudkan dalam bentuk yadnya yang ditujukan kepada Tuhan/ Hyang Widhi Wasa. Simbol yandnya ini bisa dilihat dari berbagai sesajen yang dibuat seperti canang sari, kwangen, gebogan (susunan berbagai macam buah dan janur/daun kelapa yang dibentuk) yang dihaturkan sebagai rasa syukur dan bakti terhadap Tuhan. Tidak hanya itu, dalam setiap upacara keagamaan, selalu dihadirkan kegiatan kesenian seperti seni tabuh, seni tari dan seni kerawitan sebagai bagian dari yadnya.

Sedangkan azas kebersamaan dengan sesama manusia mendorong manusia untuk berorientasi kepada sesamanya untuk saling menghormati, dan menjaga hubungan baik dengan semua umat manusia. Manusia adalah makhluk sosial yang religius, tidak akan bisa hidup menyendiri, melainkan saling memerlukan bantuan sesamanya yang disebut tat twam asi (dia adalah engkau). Hal ini yang menjadi landasan tata kehidupan didalam menuju harmonisasi yang dilakukan oleh masyarakat Bali, untuk menyikapi pergaulan antar umat manusia, baik secara individu maupun secara berkelompok. Kemudian penghormatan terhadap Alam, orang Bali menerapkannya dengan tidak menebang pohon/kayu sembarangan. Salah satu contoh, saat memotong pohon bambu tidak boleh hari sembarangan, tapi harus sesuai dengan hari baik. Pada hari tumpek wariga, orang Bali menghaturkan sesajen pada setiap tumbuhan sebagai rasa syukurnya yang telah memberikan kesejukan dan sangat bermanfaat dalam kehidupan.

Konsep ini merupakan filsafat Tri Hita Karana tersebut, artinya dalam kehidupan ini manusia tidak hidup sendiri, melainkan dikelilingi oleh komunitasnya yang disebut dengan sistem makrokosmos, dimana manusia merasakan dirinya hanya sebagai suatu unsur kecil saja yang ikut terbawa oleh proses peredaran alam semesta yang maha besar. Jadi media brosur yang dibuat oleh

desa Padangtegal untuk mempromosikan objek wisata monkey forest sudah memenuhi konsep Tri Hita karena dalam wujud visualnya antara warna hijau melambangkan perenungan, kepercayaan (agama), dan keabadian, kesegaran, pertumbuhan, dan kesuburan yang telah ditampilkan pada hutan yang tumbuh dengan subur.

Media T-shirt

Media T-shirt atau kaos oblong adalah busana yang bentuknya menyerupai huruf T, leher bulat tidak berkerah dan berlempang pendek, yang terbuat dari kain tipis yang agak jarang-jarang tenunannya, serta terbuat dari bahan katun ataupun katun dicampur rayon atau nilon, dengan berbagai ukuran S (*Small*), M (*Medium*) L (*Large*), dan XL (*Extra Large*), yang bisa dipakai oleh siapa saja dan fungsi t-shirt secara umum tidak hanya digunakan sebagai baju dalam, akan tetapi telah berkembang menjadi trend pakaian santai yang memiliki kelebihan-kelebihan khususnya bagi kaum muda sebagai, dan juga sebagai pakaian olah raga. Di samping sebagai benda souvenir dan cinderamata bagi wisatawan lokal, domestik maupun mancanegara, dan juga dapat berfungsi sebagai media komunikasi visual.



Gambar 2. Desain T-Shirt Tampak Depan dan Belakang
Sumber : Dokumen Penulis, 2014

Analisis Unsur Desain Komunikasi Visual

Unsur verbal “*save the forest*” menggunakan jenis huruf *script* dan *cursive* bentuknya didesain menyerupai tulisan tangan, ada yang seperti goresan kuas atau pena kaligrafi. Kalau *script* huruf-huruf kecilnya saling menyambung, sedangkan *cursive* tidak. *Script* maupun *cursive* didesain untuk digunakan dalam teks yang memadukan huruf besar-kecil, bukan huruf besar semua, Rustam, 2010: 50, dengan warna merah, putih, coklat, hijau dan kuning. Tipografi Mandala Wisata Wenara Wana (*Sacred Monkey Forest Sanctuary*) Padangtegal - Ubud - Bali”, menggunakan jenis huruf *grotesque sans serif* yaitu *sans serif* yang muncul sebelum abad ke 20 masuk dalam golongan *grotesque*, dengan memakai warna hitam. Sedangkan pada desain belakang t-shirt berisi teks *save the planet*, www.monkeyforestubud.com, menggunakan jenis huruf *script* dan *cursive* bentuknya didesain menyerupai tulisan tangan, ada yang seperti goresan kuas atau pena kaligrafi dengan warna hijau. Unsur visual menggunakan keseimbangan simetris yang tujuh puluh persen dipenuhi ilustrasi, dengan menghadirkan ilustrasi 4 kera dan warna abu-abu, ilustrasi rumput hijau, dan buah pisang warna kuning. Keseimbangan dari t-shirt ini adalah asimetris dengan gaya desain surealis. Dari segi proporsi terlihat pada perbandingan besar gambar dengan tipografi yang berada di bawah member kesan kurang seimbang. Lebih dominan warna yang dipakai abu-abu, hijau, coklat, putih, dan hitam, menggunakan *Quadran layout*.

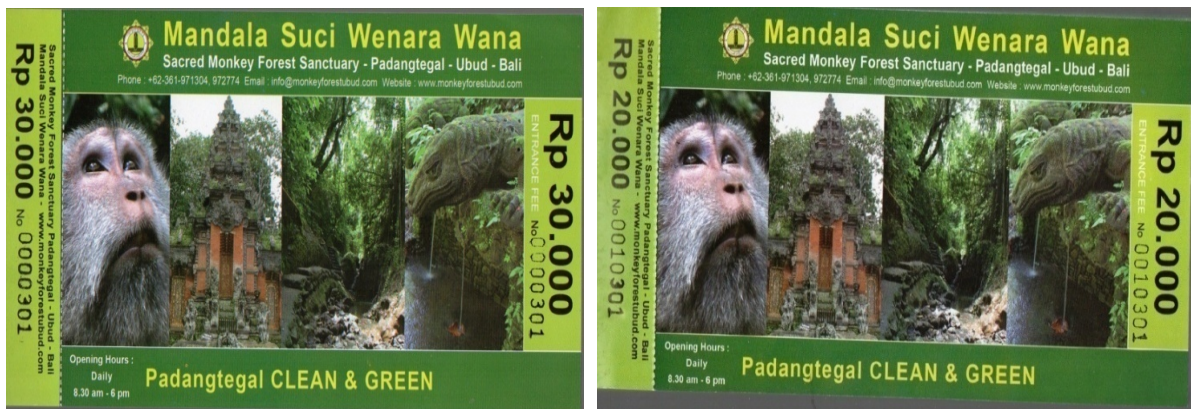
Analisis Semiotika T-shirt

Ikon pada media t-shirt ini adalah beberapa ekor kera, rumput, dan buah pisang, indeks pandangan kera yang saling bertatapan, simbolnya kera, rumput, dan pisang. Tanda ikon dan indeks pada media promosi ini dijadikan sebagai simbol identitas dari objek wisata monkey forest dan sebagai citra budaya tradisi bagi para pengunjung. Dalam media t-shirt ini menampilkan beberapa kera-kera yang hidup di dalam tempat yang aman dan damai yang dinamakan kera Bali, juga dikenal dengan nama kera ekor panjang. Ilustrasinya juga berupa rumput hijau yang tumbuh di

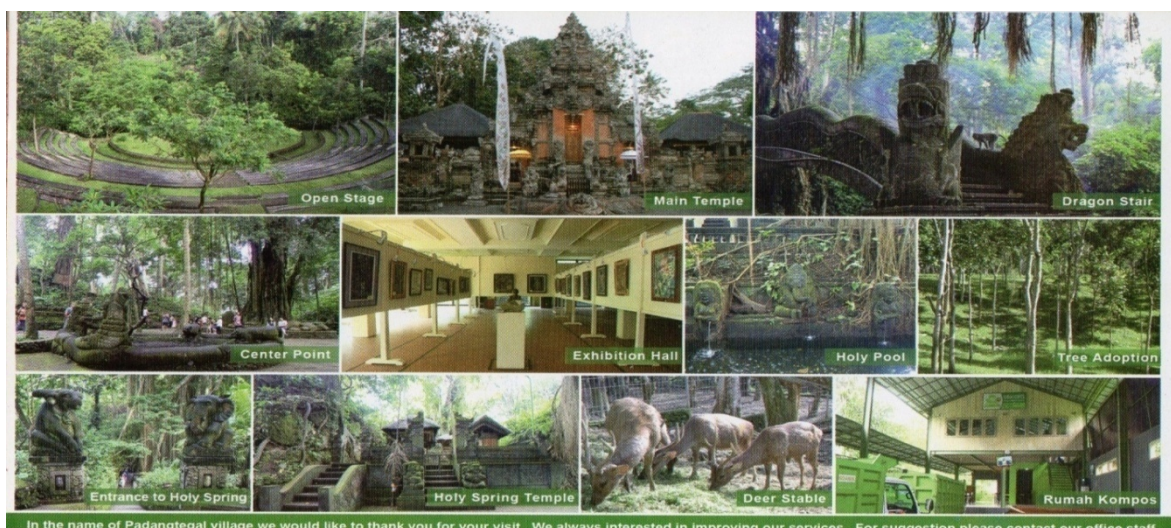
dalam hutan, dan buah pisang yang merupakan makanan dari kera, yang melambangkan mahluk hidup dan alamnya saling memberikan kehidupan, keharmonisan yang dibutuhkan dalam setiap aktifitas mahluk hidup. Makna dari media t-shirt pada objek wisata monkey forest Ubud, Gianyar, Bali ini sesuai dengan konsepnya yaitu keseimbangan antara hubungan mahluk hidup dengan alamnya seperti pohon, tumbuhan, binatang serta struktur lain diperlakukan dengan baik saling melindungi, menghargai, dan menghormati kehidupan didalamnya, merupakan tempat suci yang memiliki keindahan dan keajaiban, karena kera merupakan hewan yang penting dalam kebudayaan masyarakat Bali.

Media Tiket

Tiket merupakan suatu alat/media yang digunakan oleh perusahaan tertentu sebagai pengganti uang langsung. Tiket biasanya berupa kertas yang didalamnya terdapat item-item tertentu yang menunjukkan suatu nilai. Menurut kamus Besar Bahasa Indonesia yang dimaksud dengan tiket adalah sesuatu yang dianggap sebagai alat pembayaran yang digunakan oleh suatu alat transportasi yang ada. Media tiket objek wisata monkey forest menggunakan jenis huruf *grotesque sans serif* yaitu *sans serif* yang muncul sebelum abad ke 20 masuk dalam golongan *grotesque* dengan warna kuning, putih dan hitam. Ilustrasi yang ditampilkan wajah kera, candi, lingkungan hutan, dan air pancuran yang suci.



Gambar 3. Desain Tiket Dewasa dan Anak-anak
Sumber : Dokumen Penulis, 2014



Gambar 4. Desain Tiket Tampak Belakang
Sumber : Dokumen Penulis, 2014

Analisis Desain Komunikasi Visual

Unsur verbal pada *headline* “Mandala Suci Wenara Wana” menggunakan jenis huruf *grotesque sans serif* yaitu *sans serif* yang muncul sebelum abad ke 20 masuk dalam golongan

grotesque, Rustam, 2010: 49, dengan menggunakan warna kuning, *sub-headline* teks “*Sacred Monkey Forest Sanctuary* Padangtegal - Ubud – Bali, Phone: +62-361-971304, 972774 Email : info@monkeyforestubud.com Website : www.monkeyforestubud.com”, *Body copy* Padangtegal *Clean & Green* warna kuning, Opening Hours : daily 8.30 am -6 pm menggunakan warna putih, ilustrasi yang ditampilkan dengan teknik fotografi yaitu berupa foto wajah kera, candi, permandian suci, dari unsur garis terlihat dari rangkaian tipografi membentuk garis-garis lurus horizontal. Tipografi menggunakan bentuk huruf *grotesque sans serif*, besar huruf yang digunakan bervariasi seperti pada teks. Unsur bentuk pada media tiket ini, menggunakan bentuk-bentuk simetris berupa bentuk-bentuk persegi. Dari segi tekstur, media tiket ini menggunakan tekstur kasar semu. Unsur ruang pada media tiket ini, berupa kesan ruang kedalaman dengan penggambaran gelap terang warna. Dilihat dari prinsip-prinsip desain, komposisi pada tiket ini menggunakan keseimbangan simetris, dan keserasian dibentuk dari kesatu paduan unsur warna. Dari segi proporsi terlihat dari unsur visual yang lebih mendominasi dari pada unsur verbal. Skala pada media tiket ini terlihat perbandingan kurang seimbang antara tipografi dan ilustrasi, dan kesan irama kurang terbentuk dari besar kecil huruf. Segi warna didominasi warna hijau, kuning, putih, dan hitam, serta menggunakan *layout* Multi Panel *layout*. Media tiket ini dalam tampilannya hanya mengutamakan foto-foto kepala kera, candi, tempat permandian suci yang terkesan ramai namun tidak memperhatikan elemen-elemen lain seperti tipografi, warna, *layout* maupun komposisi, sehingga belum tampak unsur-unsur kesederhanaan (*simplicity*), kesatuan (*unity*), kejutan (*surprise*) antara elemen-elemen visual dan verbal.

Analisis Semiotika Tiket

Tanda ikon dan indeks pada media promosi ini dijadikan sebagai simbol identitas dari objek wisata monkey forest dan sebagai citra budaya tradisi bagi para pengunjung. Kehadiran logo dan teks dari Mandala Suci Wenara Wana yang berbentuk huruf T terbalik yang merupakan tanda dari hutan monyet yang berarti sangat penting untuk memperlakukan kera suci dengan baik dimana hutan adalah tempat tinggal mereka. Makna pada media tiket memiliki makna yang merupakan rangkaian huruf yang memiliki pesan bahwa dengan Mandala Suci Wenara Wana yang artinya hutan suci kera yang dilindungi sarat nilai dan kaya makna, ini sudah sesuai dari konsep ajaran agama Hindu yaitu Tri Hita Karana, keseimbangan hubungan antara manusia dengan tuhan, antara manusia dengan manusia, dan antara manusia dengan alamnya, karena dalam penerapannya sudah dapat dilihat dari pengertian teksnya, ilustrasi, warna serta dalam layoutnya sudah sesuai dari konsep. Dan juga merupakan sebuah informasi bagi masyarakat lokal, domestik, maupun mancanegara untuk bisa berkunjung atau dapat menyaksikan seni dan budaya pada acara atau moment tertentu, dimana pada pemukiman penduduk masih ada hutan suci dan kera ekor panjang.

SIMPULAN

Setiap tanda yang dihadirkan dalam Media Promosi Objek Wisata Monkey Forest Ubud Gianyar Bali memiliki makna konotasinya yang mempresentasikan Monkey Forest, dan setiap tanda memberikan citra khas terhadap seni dan kebudayaan Bali, serta hadirnya media-media promosi objek wisata monkey forest ini, bisa dikonotasikan sebagai penggalan kreatifitas, dan pelestarian terhadap hutan dan monyet. Objek wisata monkey forest yang unik dan menarik yang syarat dengan konsep Tri Hita Karana (tiga penyebab kebahagiaan) yaitu masyarakat Bali masih konsisten menjalankan tata aturan dalam pelaksanaan upacara keagamaan. Sebagai pemeluk agama Hindu, masyarakat Bali memiliki pandangan bahwa kehidupan ini akan berjalan harmonis didasarkan atas keseimbangan hubungan antara manusia dengan Tuhan yaitu Tuhan Yang Maha Esa memberkati hidup dan segala ciptaan-Nya di dunia ini, antara manusia dengan manusia yaitu makhluk hidup mempunyai peraturan yang ditetapkan sebagai dasar struktur kehidupan tradisional. Membangun candi sebagai tempat melaksanakan ibadah, upacara adat keagamaan, serta sebagai tempat bermusyawarah dan menyelesaikan masalah bersama-sama, dan antara manusia dengan alamnya yaitu alam memberikan kehidupan, keharmonisan yang dibutuhkan dalam setiap aktivitas makhluk hidup.

Tanda Visual media promosi objek wisata monkey forest memiliki makna konotasi yaitu: masyarakat Bali memiliki hutan dengan kera sucinya. Pemaknaan-pemaknaan yang muncul dari tanda-tanda yang dihadirkan dalam objek wisata monkey forest memberikan gambaran di dalam

pemukiman masih terdapat hutan dan kera suci yang dikelola oleh desa Padangtegal, merupakan tujuan dari desa Padangtegal dalam upaya memfungsionalisasikan objek wisata monkey forest sebagai promosi pariwisata dalam meningkatkan pendapatan ekonomi, menggali kreativitas, serta menjaga kelestarian hutan dan kera-kera Bali yang menjadi komponen penting dalam spiritual dan kehidupan sehari-hari masyarakat setempat.

DAFTAR PUSTAKA

Ahimsa-Putra, Hedy Shri. (2006), *Strukturalisme Levi-Strauss Mitos dan Karya Seni*, Kepel Press, Yogyakarta.

Moleong, Lexy J (2007) *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya. Bandung.

Picard, Michel. (2006), *Bali Pariwisata Budaya dan Budaya Pariwisata*. Jakarta. KPG (kepuustakaan Populer Gramedia).

Piliang, Yasraf Amir (2009) *Posrealitas: Realitas Kebudayaan dalam Era Posmetafisika*. Jelasutra. Yogyakarta.

_____ (2003) *Hiparsemiotika; Tafsir Cultural Studies Atas Matinya Makna*. Jelasutra. Yogyakarta.

Rustam, Suriyanto. (2009) *Layout Dasar & Penerapan*. Gramedia Jakarta.

Tinarbuko, Sumbo (2009) *Semiotika Komunikasi Visual (edisi revisi)*. Jelasutra. Yogyakarta.

Wiana, I Ketut. (2007), *Tri Hita Karana Menurut Konsep Hindu Surabaya*: Paramita.