

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia adalah negara kepulauan yang memiliki 33 propinsi di dalamnya. Tiap propinsi tentunya memiliki kebudayaan masing-masing. Salah satu kebudayaan yang ada di Indonesia adalah budaya Sunda. Budaya Sunda yang cukup terkenal di antaranya adalah tari jaipong, wayang golek, pencak sialat cikalong, dan lain-lain. Di antara sekian banyak kebudayaan Sunda, salah satu kebudayaan yang dilupakan adalah kesenian Rengkong Hatong.

Rengkong Hatong merupakan sebuah kesenian tradisi masyarakat agraris yang berasal dari daerah Bogor, Cianjur, dan Sukabumi pada awal 1900-an. Seni Rengkong Hatong adalah kesenian Sunda yang dimaknai sebagai permohonan doa terhadap Yang Maha Kuasa. Tujuannya adalah agar dihindarkan dari segala bentuk bencana pasca panen padi. (Referensi: kotabogor.go.id)

Menurut kepala Dinas Pariwisata dan Budaya Kota Bogor, Yanyan Rusmana, Rengkong Hatong termasuk dari 13 budaya kota Bogor yang terancam punah. Saat ini hampir tidak ada masyarakat kota Bogor yang mengetahui tentang kesenian Rengkong Hatong. Yanyan Rusmana berpendapat, kesenian Rengkong Hatong merupakan salah satu kesenian yang sangat penting untuk dilestarikan karena mengajarkan nilai-nilai luhur untuk bersyukur kepada Yang Maha Kuasa. Apabila kesenian ini punah, maka nilai-nilai luhur yang ditanamkannya pun akan ikut hilang.

Masyarakat kurang mengenal kesenian ini dikarenakan sumber informasi tentang kesenian Rengkong hanyalah berasal dari cerita turun temurun atau keluarga sehingga hanya kalangan tertentu yang mengetahuinya. Padahal, apabila kesenian Rengkong Hatong tersebut lebih dikenal, maka masyarakat akan lebih menghargai kebudayaan negara sendiri.

Dengan berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi di Indonesia saat ini yang dibuktikan dengan jumlah pengguna internet di Indonesia yang

mencapai 63 juta orang menurut Antara News pada Desember 2012, maka media *online* cukup dikenal oleh masyarakat Indonesia terutama masyarakat kota. Oleh karena itu, perancangan visual media *online* untuk kesenian Rengkong Hatong diperlukan sebagai media informasi serta promosi dan wadah untuk menarik minat masyarakat terhadap kesenian Rengkong Hatong.

Terdapat beragam media *online* seperti *website*, sosial media, dan lainnya. *Website* memiliki keunggulan jika dibandingkan dengan media *online* lainnya seperti sosial media yaitu *website* dapat memuat konten yang banyak dan beragam, selain itu, *website* dapat diakses tanpa harus mendaftar terlebih dahulu.

Oleh karena itu tentunya akan lebih mudah untuk mempromosikan dan mempublikasikan kesenian Rengkong Hatong. Melalui sosial media, masyarakat juga akan lebih mudah untuk mengenal kesenian Rengkong Hatong. Untuk menarik minat masyarakat tentunya diperlukan desain media sosial yang unik dan berbeda dengan yang lainnya. Dengan adanya perancangan visual media online ini, maka diharapkan dapat menarik minat masyarakat terhadap pertunjukan kesenian Rengkong Hatong.

I.2 Identifikasi Masalah

1. Banyak masyarakat di Kota Bogor tidak mengenal kesenian Rengkong Hatong
2. Kesenian Rengkong Hatong hampir punah
3. Pertunjukan kesenian Rengkong Hatong kurang diminati
4. Perlunya upaya pelestarian budaya Rengkong Hatong
5. Perlunya perancangan visual media online untuk pelestarian dan sarana informasi kesenian Rengkong Hatong

I.3 Rumusan Masalah

Bagaimana merancang visual media online Rengkong Hatong yang dapat membuat masyarakat mengenalkan kesenian ini?

I.4 Fokus

Untuk memfokuskan bahasan, penulis memberi fokus permasalahan sebagai berikut:

1. Target utama perancangan visual media *online* ini adalah kalangan penikmat budaya Indonesia yang berkisar usia sekitar 25-35 tahun.
2. Materi mengenai kesenian Rengkong Hatong akan diambil dari pertunjukan pergelaran Taman budaya yang diselenggarakan oleh Dinas Pariwisata dan Budaya Kota Bogor dan upacara Seren Taun yang dilaksanakan oleh kampung budaya Sindang Barang kota Bogor.
3. Cakupan media sosial yang akan menjadi wadah promosi bagi kesenian Rengkong Hatong adalah *Facebook*, *Twitter*, dan *website*.

I.5 Tujuan Perancangan

Tujuan dari Tugas Akhir ini adalah merancang visual media *online* sebagai media promosi dan informasi untuk membuat masyarakat mengenal kesenian Rengkong Hatong.

I.6 Cara Pengumpulan Data

1. Pengamatan/ Observasi

“Metode observasi adalah metode yang digunakan untuk mengamati sesuatu, seseorang, suatu lingkungan atau situasi secara tajam terinci, dan mencatatnya secara akurat dalam beberapa cara” (Rohidi, 2011 : 182). Pengamatan dilakukan secara langsung kepada Kampung Budaya Sindang Barang, Bogor untuk mengetahui lebih dalam seperti apa pertunjukan Rengkong Hatong digelar.

2. Wawancara

“Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang dapat digambarkan sebagai sebuah interaksi yang melibatkan pewawancara dengan yang diwawancarai dengan tujuan mendapatkan informasi yang sah dan dapat dipercaya” (Sanusi, 2011 : 108).

Wawancara dilakukan kepada kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bogor, Yanyan Rusmana, kepala bagian kesenian Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bogor, Sanusi, kepala adat kampung budaya Sindang Barang, Ukad Cahyadi untuk mendapatkan data-data akurat mengenai sejarah dan pergelaran Rengkong Hatong.

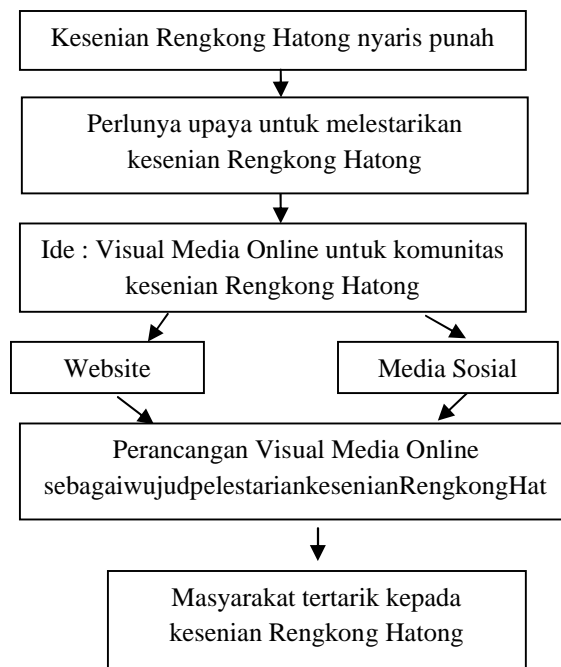
3. Kuesioner

Untuk mengetahui audiens penikmat budaya seberapa sering mereka mengakses internet

4. Studi Pustaka

Metode pustaka menurut Hariwijaya: “memanfaatkan berbagai macam pustaka yang relevan dengan fenomena sosial yang tengah dicermati” (Hariwijaya, 2004 : 44). Membaca buku, artikel, serta hasil penelitian yang relevan dengan topik yang diangkat.

I.7 Kerangka Perancangan



Gambar I.1
Skema Perancangan
Sumber : Dokumentasi Pribadi

1.8 Pembabakan

Bab I Pendahuluan

Merupakan penjelasan secara umum tentang penulisan yang menyangkut latar belakang, permasalahan, fokus, tujuan penelitian, cara pengumpulan data, dan kerangka penelitian serta pembabakan.

Bab II Dasar Pemikiran

Menjelaskan beberapa landasan teori yang digunakan dalam proses perancangan visual media online ini

Bab III Data dan Analisis

Data

- Data institusi pemberi proyek (Dinas budaya & Pariwisata)
- Data produk : ide yang akan digarap
- Data khalayak sasaran : Demografis, Psikografis, Perilaku konsumen
- Data proyek sejenis yang pernah dilakukan dan penilaiannya

Analisis

Menjelaskan berbagai analisis berdasarkan data yang telah didapatkan kemudian menguraikannya berdasarkan landasan teori dan dasar pemikiran untuk mendapatkan pemecahan masalah.

Bab IV Konsep dan Hasil Perancangan

Menjelaskan konsep komunikasi, konsep kreatif, konsep media, dan konsep visual yang dipergunakan dalam perancangan. Hasil perancangan mulai dari sketsa hingga penerapan visualisasi pada media

Bab V Penutup

Masukan dan saran pada waktu sidang

