

**PERANCANGAN POSTER POP UP MEDIA  
KAMPANYE WAYANG SUKURAGA  
KOTA SUKABUMI**

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah satu Syarat Dalam Menempuh Gelar  
Sarjana Desain Komunikasi Visual (S.Ds)*

Oleh :

**BADAR AMARULLOH**

**NIM 16176013**



**PROGRAM STUDI S-1  
PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL  
UNIVERSITAS NUSA PUTRA  
SUKABUMI  
2022**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **I.1 Latar Belakang Masalah**

Indonesia merupakan sebuah negara yang memiliki kekayaan, keanekaragaman suku, adat, agama, dan salah satunya wayang. Wayang merupakan kebudayaan dan seni pertunjukan asli dari Indonesia yang sudah diakui dunia, wayang yang paling tua sudah ada sejak 1500 tahun sebelum masehi. Hal ini menunjukkan bahwa kebudayaan di Indonesia sudah memiliki peradaban yang sangat besar. Provinsi Jawa Barat merupakan daerah yang kaya akan budaya serta beragam kesenian dengan kekayaan serta nilai-nilai tradisional yang tinggi.

Masyarakat Jawa Barat sebagian besar merupakan Suku Sunda, masyarakat Jawa Barat juga terpengaruh dari empat sumber yakni Hindu atau Budha, Islam, Jawa dan kebudayaan Barat. Hal ini dapat dilihat dari doa-doa menurut agama Islam, upacara tertentu yang membakar kemenyan pengaruh dari agama Hindu, pakaian pernikahan yang menggunakan kebaya dan berbentuk wayang merupakan pengaruh dari Jawa Tengah, serta pemberian kado dan parasmanan pengaruh dari budaya Barat.

Budaya Sunda memiliki ciri khas yang berbeda dengan kebudayaan lain. Hal ini dapat dijelaskan bahwa budaya Sunda dikenal sebagai budaya berbeda dengan kebudayaan lain, dalam hal ini budaya Sunda dikenal sebagai budaya yang menjunjung tinggi sopan santun serta menghormati yang lebih tua dan menyayangi yang lebih muda itulah cerminan dari budaya Sunda. Secara umum masyarakat Jawa Barat atau tatar Sunda dikenal sebagai pribadi yang lembut, religius dan sangat spiritual, hal ini dapat dijelaskan bahwa budaya Sunda memiliki keseimbangan magis yang dipertahankan dengan melakukan upacara adat sedangkan untuk keseimbangan sosial masyarakat Sunda cenderung bergotong royong untuk menyeimbangkan sosialitas antar masyarakat Sunda itu sendiri.

Pada zaman dahulu, wayang dibuat menggunakan bahan yang sederhana yaitu berbahan dasar rumput yang diikat sehingga bisa membentuk perumpamaan



wujud manusia. Wayang itu sendiri dimainkan dalam ritual dan upacara-upacara adat Jawa yang bertujuan untuk menceritakan sebuah legenda atau kisah masa lampau agar manusia pada saat ini bisa mengingat tentang sejarah nenek moyangnya.

Kebudayaan Wayang Sukuraga termasuk kedalam kategori wayang kotemporer. Pertunjukan wayang jenis kontemporer ini tidak berfokus pada kisah Mahabhrata dan Ramayana akan tetapi bercerita tentang kehidupan nyata yang terjadi pada masa kini, menyinggung pada masalah sosial seperti korupsi, gaya hidup masyarakat dan kesenjangan yang terjadi dalam masyarakat yang menjadi apresiatornya.

Wayang Sukuraga merupakan sebuah kebudayaan asli Sukabumi yang besar dan lahir di Sukabumi sejak tahun 1996. Wayang Sukuraga diciptakan oleh seorang seniman yang bernama Effendi. Sebelum adanya Wayang Sukuraga Effendi telah lulus dari Sekolah Seni Rupa Indonesia SSMRI Yogyakarta. Effendi menemukan karya jati dirinya yaitu kesenian sukuraga yang lahir dari perkembangan seni lukis pada tahun 1987 sampai dengan tahun 1989 yang bertema “Langkah-Langkah”. Pada tahun 1993 Effendi melahirkan karya yang bertema “Peran”, kemudian Sukuraga berkembang menjadi Wayang Sukuraga pada tahun 1996.

Pada dasarnya Wayang Sukuraga yang berkembang di Sukabumi menganut beberapa bentuk wayang kulit yang dimainkan oleh seorang dalang. Dalang tersebutlah yang menjadi pembawa cerita di setiap pertunjukannya yang membedakan adalah wayang-wayang yang dimodifikasi oleh senimanya, pada masa saat ini didominasi oleh bentuk-bentuk wayang yang beragam serta cerita yang dilakonkan.

Tokoh atau karakter dalam Wayang Sukuraga diambil dari bagian tubuh manusia seperti mata, telinga, hidung, tangan, kaki dan sebagainya. Setiap tokoh atau karakter menggambarkan peran dan kebiasaan manusia dalam kehidupan yang digambarkan oleh bagian dari tubuh manusia itu sendiri. Wayang Sukuraga tidak mengambil kisah tentang Mahabhrata atau Ramayana yang biasa digunakan dalam alur cerita wayang, akan tetapi alur cerita Wayang Sukuraga diambil dari kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan dari wawancara [www.sukabumi-update.com](http://www.sukabumi-update.com), Effendi menuturkan bahwa Wayang Sukuraga Sukabumi lebih dikenal oleh masyarakat luar kota Sukabumi hingga negara asing dibandingkan dengan masyarakat daerah Sukabumi. Effendi mengakui, masih banyak masyarakat Sukabumi yang belum mengetahui bahwa Wayang Sukuraga itu ada dan berasal dari Sukabumi.

Hal ini terjadi karena kurangnya media informasi yang mempromosikan atau memperkenalkan tentang Wayang Sukuraga Sukabumi. sedangkan hasil wawancara dengan Wali Kota Sukabumi saat itu, Muraz menuturkan bahwa “Melalui seni dan budaya ini, Muraz menginginkan masyarakat di Kota Sukabumi sejak dini mencintai kebudayaan asli daerahnya di tengah serbuan budaya asing yang belum tentu berdampak positif bagi warga”.

Diperkuat dengan hasil dari angket tentang keberadaan Wayang Sukuraga yang telah penulis sebarakan melalui media online menggunakan *google form*. Berikut tabel dari hasil angket yang telah dibuat:

Hasil Angket Masyarakat Kota Sukabumi Tentang Keberadaan Wayang Sukuraga		
Jawaban	Jumlah Orang	Persentase
Tidak	73	60,8%
Ya	47	39,2%

**Tabel I.1 Hasil angket masyarakat Kota Sukabumi tentang keberadaan Wayang Sukuraga.**

Berdasarkan tabel di atas hasil dari angket yang telah mengisi yaitu ada 120 orang dengan kalkulasi 60,8 % tidak mengetahui Wayang Sukuraga dan 39,2% ya mengetahui Wayang Sukuraga, maka dapat diartikan dari hasil observasi dan angket yang telah disebarakan bahwa sebagian masyarakat Kota Sukabumi masih belum mengetahui tentang adanya kesenian Wayang Sukuraga.

Melihat fenomena di atas, maka penulis merasa tertarik dan terdorong untuk ikut serta dalam mempromosikan kebudayaan Wayang Sukuraga Sukabumi melalui karya poster. Karya ini berfungsi sebagai media promosi kebudayaan

yang asli dari Kota Sukabumi dalam kesenian Wayang Sukuraga kepada masyarakat Sukabumi.

Pentingnya menyebarkan informasi atau promosi Wayang Sukuraga Sukabumi agar identitas kebudayaan sukabumi tidak hilang dan dapat dikembangkan dengan baik. Hal ini merupakan hal yang sangat ironis dimana orang luar Sukabumi sangat lebih tau mengenai Wayang Sukuraga dibanding masyarakat Sukabumi sendiri. Dikarenakan kurangnya media informasi yang mempromosikan atau memberikan informasi tentang Wayang Sukuraga Sukabumi.

## **I.2 Rumusan Masalah**

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa yang menjadi masalah yang ada pada Wayang Sukuraga dan harus diselesaikan melalui sebuah karya sebagai berikut:

1. Bagaimana konsep perancangan media kampanye Wayang Sukuraga Sukabumi?
2. Bagaimana visualisasi Wayang Sukuraga dalam karya poster?
3. Bagaimana analisis visual Wayang Sukuraga Sukabumi?

## **I.3 Batasan Masalah**

Dalam perancangan poster ini diperlukan batasan masalah, yaitu masalah ruang lingkup agar dalam penyusunan tugas akhir ini menjadi lebih terarah. Batasan masalah dalam perancangan poster ini juga hanya berfokus pada perancangan posternya saja.

## **I.4 Metode Perancangan**

Metode perancangan ini membahas mengenai perancangan poster pop up untuk mendukung kampanye budaya Wayang Sukuraga di Kota Sukabumi. Perancangan yang digunakan oleh penulis menggunakan metode pendekatan kualitatif deskriptif dengan mengumpulkan data permasalahan yaitu berupa wawancara, observasi dan kuesioner. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah:

#### **I.4.1 Observasi**

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian. Menurut Supriyati (2011:46) observasi merupakan suatu cara untuk mengumpulkan data penelitian dengan mempunyai sifat dasar naturalistik yang berlangsung dalam konteks natural serta berpartisipasi secara wajar dalam interaksi.

#### **I.4.2 Wawancara**

Wawancara merupakan pengumpulan data secara verbal, dimana terdapat dua orang atau lebih. pada metode ini peneliti dan responden berhadapan langsung face to face untuk mendapatkan informasi secara lisan. Menurut Lexy J Moleong (2012:186) wawancara merupakan percakapan dengan tujuan tertentu sehingga dari hasil wawancara dan observasi yang telah dilakukan sehingga data tersebut dapat dipercaya atau lebih kredibel.

#### **I.4.2 Dokumentasi**

Selain observasi dan wawancara dokumentasi perlu dilakukan untuk mengamati sebuah objek yang akan dijadikan data penelitian serta mengetahui kondisi tempat yang sedang diteliti, dokumentasi bisa berupa foto atau video.

#### **I.4.3 Studi Internet**

Studi internet merupakan teknik pengumpulan data yang memanfaatkan pencarian di internet seperti website, *e-book* dan jurnal online yang berhubungan dengan penulisan.

#### **I.4.4 Analisis Data**

Metode analisis data yang digunakan oleh penulis menggunakan metode pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik untuk mengumpulkan data yaitu metode wawancara, observasi dan kuesioner. Dimana data yang telah terkumpul akan dianalisis untuk menemukan sebuah kesimpulan yang dapat digunakan untuk membuat poster pop up Wayang Sukuraga dengan target audiens mahasiswa dan masyarakat 18 sampai dengan 45 tahun. Sehingga dapat menjadi poster yang komunikatif dan menarik, agar tujuan poster tersebut tersampaikan kepada masyarakat.

## **I.5 Tujuan Perancangan**

Berdasarkan perumusan masalah yang akan dijadikan bahan perancangan, tujuan yang ingin dicapai dalam perancangan ini diantaranya sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui konsep perancangan media kampanye Wayang Sukuraga Sukabumi
2. Untuk mengetahui visualisasi poster Wayang Sukuraga Sukabumi
3. Untuk mengetahui analisis visual dari Wayang Sukuraga Sukabumi

## **I.6 Manfaat Perancangan**

1. Bagi Masyarakat

Dapat dijadikan sebagai media promosi atau kampanye tentang Wayang Sukuraga.

2. Bagi Mahasiswa

Dapat dijadikan bahan atau referensi mengenai Wayang Sukuraga.

3. Bagi Institut Pendidikan

Sebagai referensi yang dapat dipakai untuk penelitian mahasiswa/I, serta menjadikan input untuk menambah wawasan dan pengetahuan yang dapat menjadi tambahan data teori bagi mahasiswa/i untuk perkembangan desain.

4. Bagi Penulis

Manfaat penyusunan tugas akhir ini adalah sebagai upaya untuk mendapatkan pengetahuan dan pengalaman dalam penulisan karya dan memperdalam bidang yang diteliti yaitu menciptakan sebuah perancangan desain poster.

## **I.7 Sistematika Penulisan**

Penulisan dan penelitian yang disusun oleh penulis dengan sistematika sebagai berikut.

### **I.7.1 Bagian Awal**

Bagian awal terdiri dari halaman cover, halaman judul, halaman lembar pengesahan, halaman pernyataan, halaman motto dan persembahan, abstrak, daftar isi, daftar gambar, daftar tabel, dan daftar lampiran.



### **I.7.2 Bagian Isi**

Bagian isi terdiri atas lima bab, yaitu bab pendahuluan, bab landasan teori, bab metode penciptaan, bab analisis hasil penelitian, dan bab pembahasan dan penutup.

**BAB I PENDAHULUAN:** Latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, metode perancangan, tujuan perancangan, manfaat perancangan, sistematika penulisan dan jadwal penelitian.

**BAB II LANDASAN TEORI:** Tinjauan yang penulis gunakan dalam membuat karya tulis ini adalah Sejarah Wayang, Sejarah Wayang Sukuraga, Teori tentang poster, Teori Pop Up, Teori tentang Kampanye Budaya, Teori Warna, Teori Layout.

**BAB III METODE PENCIPTAAN:** Kerangka Pemikiran, Metode Penelitian, Subjek dan Objek Penelitian, Ide, Analisis SWOT dan 5W1H, Target Audien, Pengolahan Ide, Media Berkarya, Teknik Berkarya, Proses Berkarya dan Proses Pembuatan.

**BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN:** Pengolahan Ide, Karya 1 Spesifikasi Karya Deskripsi Karya Analisis Karya, Karya 2 Spesifikasi Karya Deskripsi Karya Analisis Karya, Karya 3 Spesifikasi Karya Deskripsi Karya Analisis Karya, Karya 4 Spesifikasi Karya Deskripsi Karya Analisis Karya dan Karya 5 Spesifikasi Karya Deskripsi Karya Analisis Karya.

**BAB V PENUTUP:** Kesimpulan, Saran

### I.8 Jadwal Penelitian

No	Nama Kegiatan	Mei				Juni				Juli				Agustus			
		Minggu ke				Minggu ke				Minggu ke				Minggu ke			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Observasi		■	■													
2	Pengumpulan Data					■	■										
3	Penyusunan Bab 1 - 5							■	■	■	■	■	■				
4	Perancangan Media													■	■	■	■

**Tabel I.2 Jadwal Penelitian.**



## DAFTAR PUSTAKA

Adi Kusrianto. 2009. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset.

Suriyanto Rustan. 2008. *Layout Dan Dasar Penerapannya*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Article, Jurnal :

Astuti, H., Universitas, F., Unggul, E., Universitas, F., & Jaya, B. (n.d.). *Penggunaan poster sebagai media komunikasi kesehatan*.

Duku, S. (2015). Mengenal Kampanye Komunikasi. *Wardah*, 12(2), 185–197. <https://doi.org/10.19109/wardah.v12i2.238>

Nufus, H., & Handayani, T. (2022). *Strategi Promosi dengan Memanfaatkan Media Sosial TikTok dalam Meningkatkan Penjualan ( Studi Kasus pada TN Official Store )*. 6(1), 21–34.

Rupini, R. V., & Nandagopal, R. (2015). A study on the influence of senses and the effectiveness of sensory branding. *African Journal of Psychiatry (South Africa)*, 18(2), 1–7. <https://doi.org/10.4172/Psychiatry.1000236>

Supriyati. 2011. *Metodologi Penelitian*. Bandung: Labkat press.

Sunarya, L., Budiarto, M., & Assyifa, J. D. (2015). *Keefektifan Media Komunikasi Visual Sebagai*. 9(1), 1.

Tunnufus, Zakiyya, Wulandari, A. (2019). Pengaruh Harga Dan Jenis Media Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada E-Commerce Shopee Di Kabupaten Lebak. *The Asia Pacific; Journal of Management Studies*, 6(1), 29–40.

Tunnufus, Zakiyya, Wulandari, A. (2019). Pengaruh Harga Dan Jenis Media Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada E-Commerce Shopee Di Kabupaten Lebak. *The Asia Pacific; Journal of Management Studies*, 6(1), 29–40.

Sumber Internet :

Data Penelitian wawancara Effendi Sukuraga dan Walikota Kota Sukabumi dengan SukabumiUpdate diambil dari situs internet:<https://sukabumiupdate.com/posts/45134/wayang-sukuraga-terkenal-di-dunia-namun-terasing-di-rumah-sendiri>. Diakses pada tanggal 6 Mei 2020

Data penelitian riset pengguna internet di Indonesia diambil dari situs internet: <https://inet.detik.com/cyberlife/d-4907674/riset-ada-1752-juta-pengguna-internet-di-indonesia>. Diakses pada tanggal 10 Juni 2020

Data media promosi diambil dari situs internet: <https://jagad.id/pengertian-promosi/> Diakses pada tanggal 16 Desember 2021

Data Penelitian strategi media promosi diambil dari situs internet: <https://entrepreneur.bisnis.com/read/20210122/88/1346525/strategi-promosi-bisnis-fashion-di-media-sosial>. Diakses pada tanggal 18 Desember 2021

Data penelitian fungsi pada layout yang diambil dari situs internet: <https://www.kompas.com/skola/read/2021/06/11/090000669/fungsi-layout-dan-cara-membuat-poster?page=all>. Diakses pada tanggal 1 Januari 2022.



Library Innovation Unit  
**LIU**