

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Keunikan lokal, kebudayaan lokal, dan kearifan lokal merupakan sesuatu yang hanya dimiliki oleh sebuah daerah tertentu dan berbeda dari daerah lainnya. Jadi setiap daerah tentu saja memiliki ciri khas yang berbeda dengan daerah lainnya. Budaya Sunda, sebagai tuan rumah di Jawa Barat, memiliki nilai-nilai kearifan yang sangat luhur. Pada satu sisi, nilai-nilai luhur ini justru mulai ditinggalkan oleh orang Sunda sendiri yang semakin terbawa oleh kebudayaan global yang bersifat trend. (Sundanese Euphony, 1997)

Salah satu ciri khas kesenian tradisional dari Sunda yang mulai ditinggalkan adalah wayang golek. Dalam catatan sejarah, kemunculan wayang golek semasa Kerajaan Pajajaran ada dua fungsi, yaitu:

- Untuk upacara ritual atau ruwatan
- Untuk hiburan

Fungsi pertama wayang dalam masyarakat adalah *ngaruat*, yaitu membersihkan diri dari kecelakaan (marabahaya). Selain itu, wayang golek bisa juga dipakai untuk *ruwatan* rumah. Beberapa orang yang *diruwat* (sukerta), antara lain: Wungga (anak tunggal), Naggung Bugang (seorang adik yang kakaknya meninggal dunia), Suramba (empat orang putra), Surambi (empat orang putri), Pandawa (lima putra), Pandawi (lima putri), Talaga Tanggal Kausak (seorang putra dihapit putri), Samudra hapit sindang (seorang putri dihapit dua putra), dan lain sebagainya; yang sampai saat ini masih digunakan oleh masyarakat yang mempercayainya.

Fungsi kedua dari wayang golek adalah untuk hiburan. Namun saat ini lebih dominan dipakai sebagai seni pertunjukkan rakyat, yang mempunyai fungsi relevan dengan kebutuhan masyarakat di lingkungannya, baik kebutuhan spiritual maupun material. Biasanya wayang golek digunakan untuk upacara dan perayaan khusus seperti khitanan, perkawinan, perayaan karawitan, hari jadi, hari-hari besar dan penyambutan tamu-tamu negara.

Wayang golek yang biasa kita kenal adalah wayang golek purwa. Wayang itu terbuat dari kayu dan menyerupai bentuk manusia, yang disebut golek. Oleh karena itulah disebut wayang golek. Menurut dugaan, wayang golek juga digunakan oleh para wali untuk menyebarkan Islam di Tanah Pasundan. Tetapi saat ini wayang golek tidak sepenuhnya dipakai untuk upacara ritual atau hiburan, ada beberapa konsumen yang membeli produk wayang golek sebagai buah tangan atau hiasan untuk mempercantik rumah mereka.

Namun daya beli masyarakat Indonesia terhadap wayang sangatlah kurang, sekarang ini wayang golek lebih disukai oleh masyarakat interlokal, khususnya orang dewasa.

1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup

- Bagaimana cara untuk melestarikan wayang golek yang merupakan salah satu budaya Sunda agar bisa menjadi sebuah karya yang unik, menarik, serta dikenal dan nantinya dibudidayakan oleh masyarakat?
- Bagaimana cara untuk meningkatkan kecintaan terhadap produk wayang golek?

1.3 Tujuan Perancangan

Adapun tujuan dilaksanakannya perancangan ini, yaitu:

- Untuk membuat masyarakat mengenal kembali wayang golek dan bisa melestarikannya menjadi sebuah karya yang unik dan menarik dengan cara membuat target market market yang baru, yaitu anak-anak
- Untuk meningkatkan kecintaan terhadap produk wayang golek dengan cara membuat kemasan yang menarik dan komunikatif dan membuat promosi produk tersebut

1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

- Observasi dan wawancara:
 - Pitaloka (Traditional Artcraft)
 - Cupumanik (Wayang Golek and Handieraft)

- Toko: toko boneka tangan Estie's, toko boneka daerah Cibaduyut, toko boneka daerah Kopo Sayati, toko boneka di daerah Babakan Jeruk (*home industry*)
- Studi Pustaka:
 - Buku:
 - Judul: Desain Kemasan (Judul asli: Packaging Design)
Perencanaan Merek Produk yang Berhasil Mulai dari Konsep sampai Penjualan
Pengarang: Marianne Rosner Klimchuk dan Sandra A. Krasovec
Penerbit: Erlangga
Tahun: 2007
 - Judul: Perkembangan Anak (Jilid 1, Edisi 6)
Judul Asli: Child Development (Sixth Edition)
Pengarang: Elizabeth B. Hurlock
Penerbit: Erlangga
Tahun: 1993
 - Judul: Psikologi Praktis (Anak, Remaja, Keluarga)
Pengarang: Prof. Dr. Singgih D. Gunarsa dan
Dra. Ny. Y. Singgih D. Gunarsa
Penerbit: PT. BPK Gunung Mulia
Tahun: 1991
 - Judul: Prinsip-Prinsip Pemasaran (Jilid 1, Edisi 8)
Judul asli: Principles of Marketing
Pengarang: Philip Kotler dan Gary Amstrong
Penerbit: Erlangga
Tahun: 2001
 - Judul: Manajemen Pemasaran
Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global
Judul asli: Marketing Management
A Strategic Approach with Global Orientation
Pengarang: Boyd-Walker-Larreche

Penerbit: Erlangga

Tahun: 2000

- o Judul: Color Basic (Panduan Dasar Warna)

Pengarang: Anne Dameria

Penerbit: Link & Match Graphic

Tahun: 2007

- Internet: Wikipedia, WayangKu, wayanggolek, Sundanese Euphony

1.5 Skema Perancangan

