

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pengenalan budaya pada dunia hiburan khususnya dalam seni tradisional Indonesia semakin berkurang dan ditinggalkan, banyak para remaja yang lebih mengikuti era teknologi modern, dengan demikian keberadaan wayang sebagai salah satu aset berharga budaya Indonesia yang perlu dijaga kelestariannya pun turut tersisih oleh budaya modern.

Walaupun wayang sudah diakui oleh Organisasi Pendidikan, Ilmu Pengetahuan, dan Kebudayaan Perserikatan Bangsa-bangsa (*United Nations Educational, Scientific, and Cultural Organization/UNESCO*) menjadi milik bangsa Indonesia, tetapi Indonesia harus tetap menanamkan rasa cinta terhadap budaya sendiri.

Wayang merupakan budaya asli Indonesia memiliki kisah sejarah yang sangat luas, sehingga lingkup yang akan divisualisasikan akan dipersempit pada Wayang Cirebon. Wayang Cirebon sangat terkenal dengan cerita Punakawannya, banyak masyarakat atau khususnya warga Cirebon sendiri yang melupakan budaya asli Jawa ini.

Promosi Wayang Cirebon ini bertujuan untuk meningkatkan animo masyarakat Indonesia pada umumnya untuk memahami kesenian wayang dan dapat menikmatinya sebagai hiburan dalam media visual yang menarik. Diharapkan dengan adanya “wadah” baru ini, dapat diupayakan suatu dampak positif bagi kesenian wayang itu sendiri, yaitu dengan meningkatnya antusiasme masyarakat terhadap kesenian wayang Cirebon. Dimana hal ini dapat sekaligus memicu pelestarian wayang oleh masyarakat secara mandiri.

Konsep visual pada promosi ini ditentukan melalui hasil riset dan survey pada responden yang sesuai dengan target segmen. Dengan menunjukkan hasil riset pada delapan puluh responden remaja dari berbagai daerah seperti lingkungan keraton Kasepuhan Cirebon,

Sekolah-sekolah dan Perguruan Tinggi Swasta dan Negeri yang ada di Cirebon menyatakan bahwa keberadaan kesenian wayang perlu dipertahankan, dilestarikan dan 75% dari responden menginginkan suatu wadah dalam media visualisasi dimana dalam media promosi tersebut menampilkan kembali cerita dan bentuk visual wayang Cirebon yang didukung dengan beberapa hiburan seperti permainan.

## **1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan pokok permasalahan yang akan dibahas secara mendalam yaitu :

- 1) Bagaimana membuat media desain komunikasi visual yang dapat memperkenalkan serta mempromosikan kebudayaan Wayang Cirebon sebagai salah satu budaya hiburan yang menarik di Indonesia?

## **1.3 Tujuan Promosi**

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan di atas, tujuan dari promosi yang ingin dicapai adalah :

- 1) Memperkenalkan serta mempromosikan keunikan kebudayaan Tokoh Wayang Punakawan Cirebon yang merupakan budaya asli Indonesia khususnya Jawa sebagai salah satu hiburan dengan nuansa kebudayaan yang terletak di kota Cirebon
- 2) Menarik minat masyarakat terhadap wayang Cirebon melalui media visual yang dikemas melalui acara festival.

Ruang Lingkup promosi adalah cerita wayang yang berasal dari budaya Cirebon. Visualisasi akan terkonsentrasi kepada tokoh-tokoh Punakawan dan bagaimana untuk membuat konsep visual yang baik dan sesuai dengan target segmen.

Batasan-batasan masalah yang diterapkan adalah:

1. Promosi hanya bersifat pada studi tentang hiburan pada kesenian wayang Cirebon

2. Batasan secara teknis dalam promosi ini adalah:
  - Promosi dilakukan pada perencanaan tata layout dan gambar tokoh secara visual yang mampu mencirikan karakter dan cerita dalam tokoh Punakawan
  - Dalam konten terbatas pada promosi wayang Cirebon dengan tokoh Punakawan dan sumber-sumber lain sebagai bahan pendukung (sumber dari artikel, *event* wayang, *website*, majalah, dan testimoni para tokoh terpilih, kolektor, dan masyarakat umum.
  - *Event* wayang Cirebon dalam promosi ini hanya bersifat simulasi atau *dummy*
  - Fokus media yang digunakan berupa visual dalam bentuk cetak berwarna.

#### **1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data**

Dalam proses pengumpulan data, digunakan teknik observasi, wawancara terstruktur, dan studi pustaka.

1. Observasi

Observasi melakukan pengamatan pasif dan aktif mengenai sejarah wayang Cirebon, bentuk fisik dan pengamatan terhadap suatu kegiatan yang sedang berjalan di lokasi kehidupan keraton Kasepuhan Cirebon. Dalam tahap ini penulis juga melakukan pengambilan dokumentasi lokasi sebagai data untuk membantu penulis dalam promosi desain komunikasi visual tentang kebudayaan wayang Cirebon yang berlangsung pada bulan Juli, Agustus dan September.

2. Wawancara Terstruktur

Wawancara terstruktur merupakan kegiatan tanya jawab yang dilakukan dengan pihak yang dianggap kompeten dalam bidang permasalahan guna mendapatkan data yang akurat. Pada tahap ini penulis mewawancarai langsung orang-orang yang merupakan pengamat, kolektor wayang diantaranya :

Elang Ayi dan Pitoyo Amrih

3. Studi Pustaka

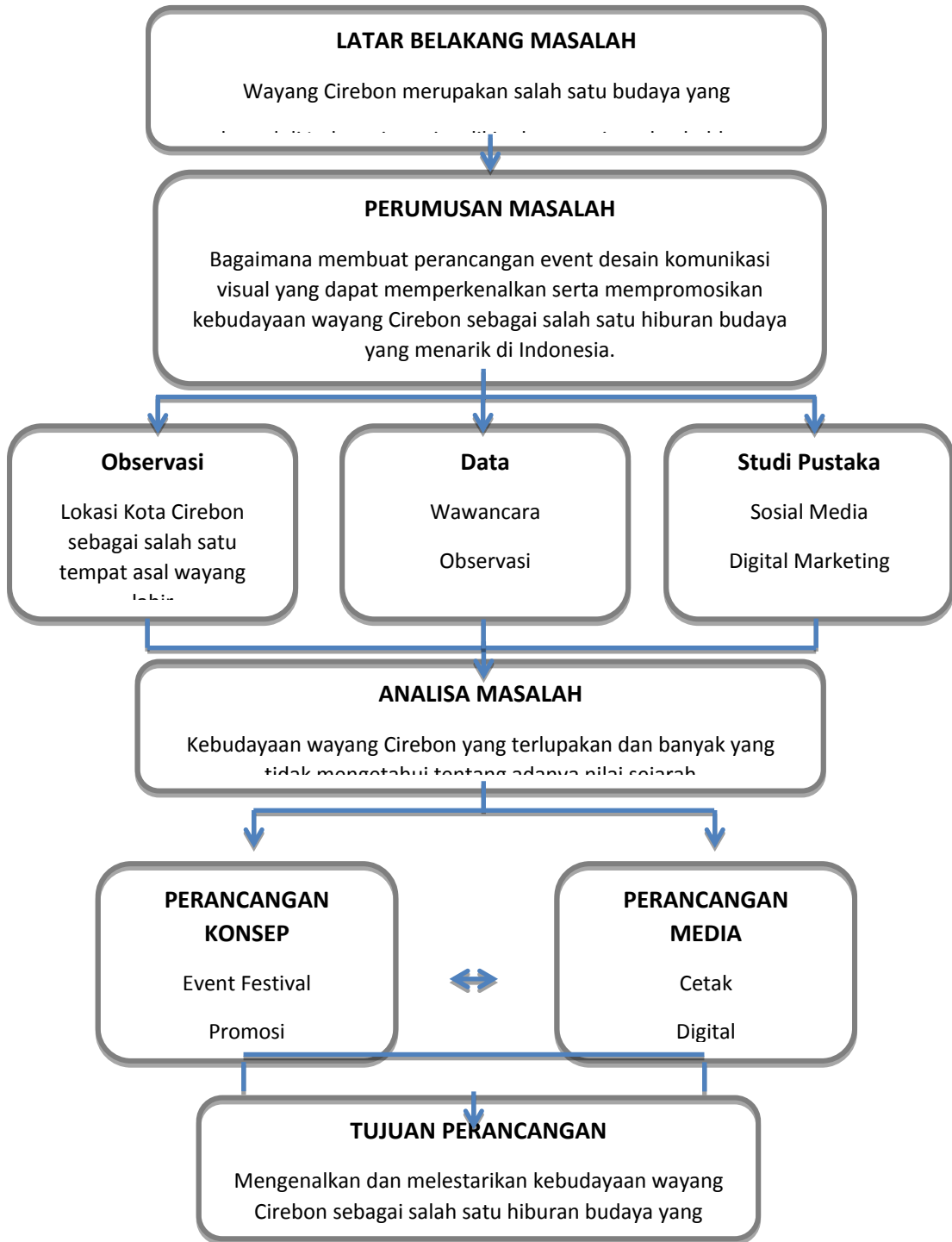
Studi pustaka merupakan pengumpulan data yang dilakukan dengan mempelajari buku-buku ataupun literatur seperti buku-buku filosofis yang sudah ada, koran, media lainnya yang terkait dengan budaya wayang. Juga melalui literatur dari internet yang benar, terpadu, dan referensi yang tepat yang dapat mendukung data.

- Ir. Sri Mulyono, 1979 *Simbolisme dan mistikisme dalam wayang*
- Rangkuti Freddy. 2009 *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama

#### 4. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memberikan daftar pertanyaan kepada responden secara *online* melalui media sosial yang sekarang sering digunakan yaitu facebook dan secara tertulis kepada responden berisikan pertanyaan seputar pewayangan. Dari hasil penyebaran kuisisioner tersebut penulis mendapatkan hasil 80 responden.

### 1.5 Skema Perancangan



(Tabel 1. Skema Perancangan)