

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut peneliti dari Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNP), Diby Hartono (2013), Jawa Barat adalah provinsi dengan jumlah penduduk terbanyak di Indonesia. Masyarakat Jawa Barat sangat dipengaruhi budaya yang berakar pada nilai-nilai yang berasal dari tradisi masyarakat setempat, begitu pula dengan cerita rakyat yang dimilikinya.

Kepala seksi sejarah dan nilai tradisi bidang kebudayaan DISPARBUD JABAR. 2013, Yullianingsih Yusuf mengatakan bahwa cerita rakyat merupakan satu bentuk kekayaan dari tradisi dan budaya lokal juga penuh dengan nasihat-nasihat yang mendidik dan bermanfaat bagi kaum muda. Cerita rakyat diangkat dari budaya luhur bangsa Indonesia dan merupakan sastra lisan yang penyebarannya dilakukan secara lisan dari mulut ke mulut. Namun sekarang ini cerita rakyat hanya bisa diketahui oleh anak-anak kalau diceritakan di sekolah atau oleh orang tua. Biasanya, cerita rakyat disampaikan oleh orang tua sebagai dongeng sebelum tidur untuk anaknya. Namun seiring dengan berkembangnya zaman, orang tua juga sibuk dengan pekerjaannya sendiri. Para ibu di zaman sekarang selain sebagai Ibu Rumah Tangga, mereka juga berprofesi sebagai wanita karir. Hal tersebut yang menjadikan cerita rakyat sekarang ini kurang dikenal oleh generasi muda.

Beliau juga menambahkan bahwa kurangnya minat generasi muda terhadap cerita rakyat dianggap tidak relevan lagi dengan perkembangan zaman pada era globalisasi yang serba modern. Kemajuan teknologi dan jaringan internet menyebabkan anak sekarang lebih menyukai tokoh cerita produk luar. Menurut hasil dari riset yang dilakukan oleh *MarkPlus Insight 2011* (Majalah Marketeers edisi November 2011), pengguna internet (termasuk *mobile internet*) di Indonesia pada tahun 2011 mencapai 55 juta orang dan sekitar 50-80% didominasi oleh kaum muda

berusia 15-20 tahun. Hasil riset ini juga membuktikan bahwa rata-rata pengguna internet di Indonesia mengakses melalui *smartphone* dan mereka menggunakan internet lebih dari 3 jam sehari. (tekno.kompas.com)

Hasil survei *Ericsson ConsumerLab Analytical Platform* 2013 pada Maret-April 2013 menunjukkan penggunaan pesan instan di Indonesia mencapai 56%. Afrizal Abdul Rahi, *Regional Head of Ericsson ConsumerLab* Asia Tenggara dan Oseania mengatakan rata-rata pengguna *smartphone* di Indonesia suka melakukan *chatting* (pesan instan) dan aplikasi tersebut berjalan *online* selama 24 jam. (*Indonesia Finance Today*, www.bakrie-brothers.com)

Pesan instan (*instant messaging*) yang berkembang pesat di Indonesia sudah menjadi gaya hidup remaja Indonesia saat ini (Kirana, 2013, pekalongankab.go.id). Untuk dapat mengirimkan pesan instan ini diperlukan perangkat lunak yang dapat memfasilitasi disebut sebagai pengirim pesan singkat atau *instant messenger*. *Instant messenger* ini tidak hanya memiliki fitur untuk dapat saling berkiriman pesan, tapi juga dapat saling berkiriman stiker, *emoticon*, gambar, video, dan juga telepon secara gratis.

LINE merupakan salah satu aplikasi *instant messenger* yang sedang naik daun saat ini. Aplikasi *LINE* sudah memiliki lebih dari 240 juta pengguna dari seluruh dunia. Di Indonesia sendiri sudah mencapai 14 juta pengguna dengan menduduki posisi ke-5 dunia. Hal ini disampaikan oleh Akira Morikawa selaku CEO *LINE Corporation* di Jepang. Selain itu, beliau juga menyampaikan bahwa produk yang paling banyak diunduh adalah stiker digital baik secara gratis maupun prabayar. Stiker digital digunakan untuk mengekspresikan dirinya ke orang lain. (tekno.kompas.com)

Simeon Cho, selaku *General Manager LINE Business Office* menyampaikan di Indonesia mayoritas para pengguna *LINE* adalah anak-anak muda dan fitur yang paling populer bagi para pengguna *LINE* di Indonesia adalah stiker digital. (Wulandari, 2013, mix.co.id)

Upaya pelestarian cerita rakyat Jawa Barat sebagai budaya Indonesia ini juga dapat diwujudkan dengan beragam kreativitas yang menyenangkan. Salah satunya dengan memanfaatkan teknologi yang sedang digemari oleh kaum muda. Penggunaan stiker dalam industri *mobile messaging* yang sekarang ini telah menjadi tren baru di kalangan remaja dapat menjadi salah satu media yang menarik.

Dengan solusi Desain Komunikasi Visual (DKV) melalui perancangan desain stiker digital *LINE* cerita rakyat Jawa Barat diharapkan dapat mengenalkan kembali cerita rakyat Jawa Barat kepada kaum muda. Stiker digital dibuat komunikatif serta tetap memberikan nilai dan unsur dari cerita rakyat Jawa Barat. Hal ini dipandang sebagai peluang untuk memperkenalkan cerita rakyat melalui media yang disenangi oleh kaum muda.

1.2 Permasalahan

- 1) Bagaimana cara merancang ilustrasi karakter cerita rakyat Jawa Barat melalui stiker digital *LINE*?
- 2) Bagaimana merancang strategi promosi stiker digital *LINE* karakter cerita rakyat Jawa Barat?

1.3 Tujuan Perancangan

- 1) Merancang ilustrasi karakter cerita rakyat Jawa Barat melalui stiker digital *LINE* yang komunikatif.
- 2) Merancang strategi promosi stiker digital *LINE* karakter cerita rakyat Jawa Barat dengan grafis yang interaktif.

1.4 Sumber Dan Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan beberapa cara, antara lain:

- Observasi

Penulis akan melakukan observasi terhadap cerita rakyat Indonesia serta melakukan observasi ke beberapa toko buku untuk melihat gambar karakter dari cerita rakyat Jawa Barat yang divisualisasikan.

- Wawancara

Penulis melakukan wawancara kepada psikolog sebagai narasumber yang menyediakan data mengenai karakteristik yang dimiliki kaum muda. Penulis juga melakukan wawancara kepada peneliti budaya sebagai narasumber yang menyediakan data mengenai perkembangan cerita rakyat Jawa Barat di kalangan remaja saat ini.

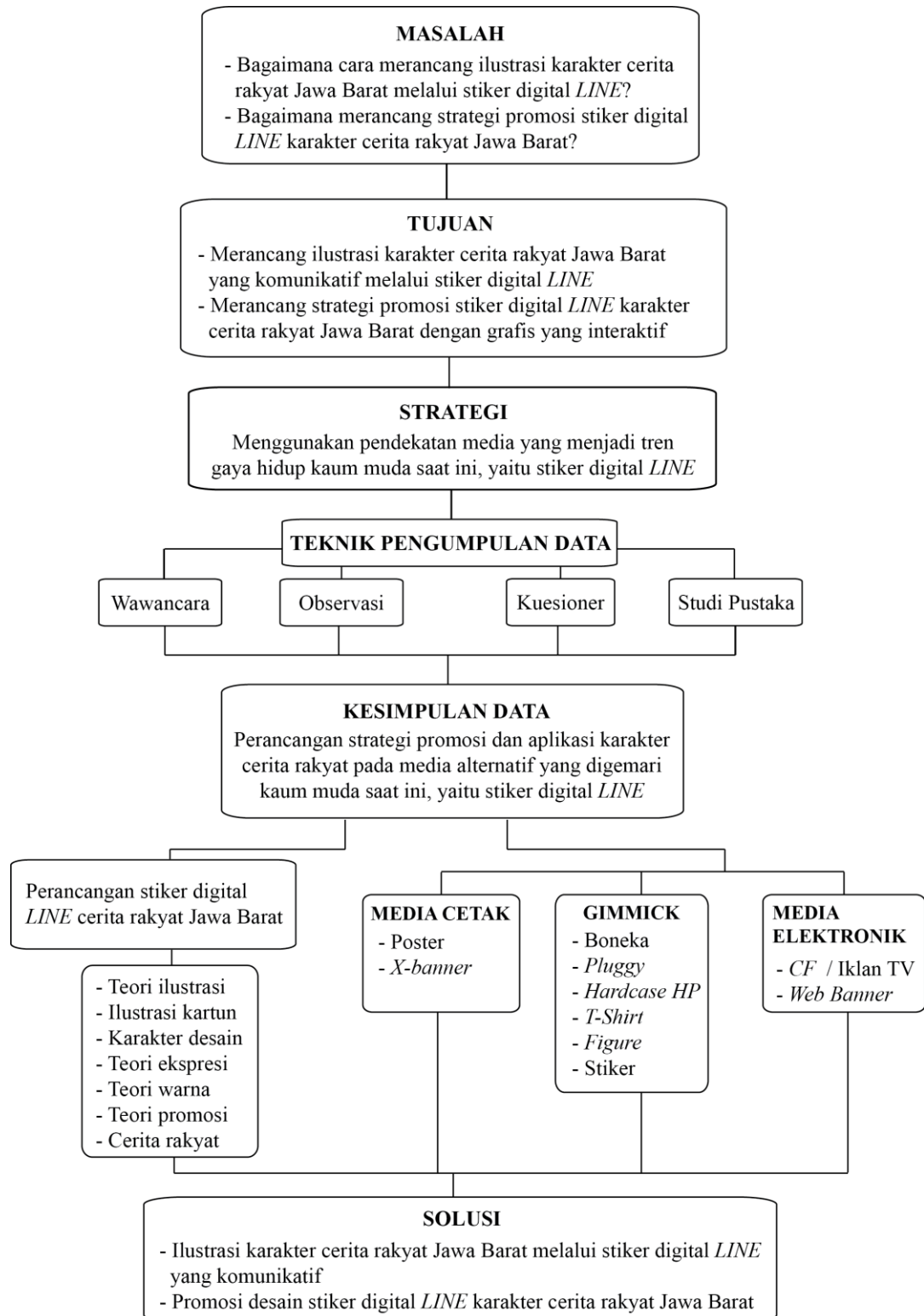
- Studi Pustaka

Untuk mendapatkan data secara detail dan lengkap penulis juga melakukan pencarian data melalui media internet dan buku.

- Kuesioner

Kuesioner berfungsi sebagai data pendukung tentang gaya hidup kaum muda saat ini. Diberikan kepada kaum muda sesuai target marketnya melalui kuesioner yang dicetak di atas kertas dengan cara menyebarkan kuesioner ke sekolah menengah atas di Bandung.

1.5 Skema Perancangan



Gambar 1.1 Skema Perancangan

1.6 Sistematika Penulisan

Bab 1 Pendahuluan, membahas mengenai latar belakang masalah dan fenomena yang terjadi pada kaum muda yang cenderung kurang mengenal cerita rakyat Jawa Barat, penyebab kaum muda sekarang tidak meminati cerita rakyat, dan penggunaan stiker digital yang sedang digemari kaum muda.

Bab 2 Landasan Teori, membahas mengenai landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini. Teori-teori yang digunakan diantaranya ilustrasi, ilustrasi kartun, warna, teori ekspresi, Teori karakter desain, promosi, pengertian cerita rakyat, teori komunikasi dan pengertian stiker digital.

Bab 3 Uraian Data dan Analisis, membahas uraian data dan analisis yang sudah didapatkan melalui kegiatan wawancara dan kuesioner. Pada bab ini penulis akan memaparkan data institusi pemberi proyek, data khalayak sasaran, dan data proyek sejenis yang pernah dilakukan beserta penilaiannya. Penulis juga akan melampirkan informasi 2 cerita rakyat Jawa Barat yang akan dibahas pada perancangan desain stiker digital *LINE* dengan tema cerita rakyat. Selain itu, penulis akan menjabarkan hasil analisis berupa matriks atau tabel, analisis sebab akibat, perbandingan, STP dan SWOT untuk strategi perancangan.

Bab 4 Pemecahan Masalah, membahas mengenai pemecahan masalah berupa strategi yang akan digunakan dan memaparkan hasil perancangan dimulai dari pembuatan sketsa hingga penerapan pada media yang akan digunakan.

Pada Bab 5 Kesimpulan dan Saran, penulis akan memaparkan kesimpulan dan saran yang diperoleh sebagai solusi beserta masukan demi melengkapi laporan Tugas Akhir ini.