

## ABSTRAK

### **Pengenalan Tokoh Wayang Jawa Barat Kepada Remaja Kota Bandung Melalui *Action Figure* Wayang**

Oleh  
**Daniel Sandi**  
NRP 1464023

*Action Figure* banyak digemari oleh remaja maupun dewasa, namun Globalisasi membuat *action figure* tokoh Indonesia mulai tergeser. Salah satu tokoh Indonesia merupakan wayang Jawa Barat. Saat ini remaja susah mengenal wayang karena dianggap tradisional dan tidak modern, padahal tokoh wayang Jawa Barat memiliki karakter yang unik dan menarik.

Oleh karena itu, perancangan ini bertujuan untuk mengenalkan *action figure* kepada remaja kota Bandung. *Action figure* tidak hanya berasal dari tokoh luar negeri saja, Indonesia memiliki tokoh wayang Jawa Barat dengan nilai budaya yang menarik. Tokoh wayang Jawa Barat juga memiliki karakter yang unik dan harus diperkenalkan kepada masyarakat secara turun temurun dengan berbagai media yang efektif.

Pemecahan masalah tersebut dapat diselesaikan dengan membuat sebuah kampanye promosi yang dapat memberikan keseluruhan informasi secara lengkap di sosial media seperti *Instagram*, dan *Facebook*. Kampanye yang dirancang dengan gaya visual yang menarik berupa *Toy Photography*, agar menarik dan mudah dimengerti para remaja. Selain media sosial sebagai media utama, digunakan juga media promosi sebagai media pendukung berupa *Billboard*, *Papercraft*, *Gimmick*, dan *Action Figure*. Melalui perancangan kampanye ini diharapkan masyarakat lebih mencintai tokoh tokoh Indonesia terutama wayang Jawa Barat melalui *Action Figure* Wayang.

Kata kunci : *action figure; fotografi; media sosial; Jawa Barat; kampanye; promosi*

## **ABSTRACT**

### ***Introducing Traditional Puppets From West Java called “Wayang” To Bandung’s Teenagers Through Action Figures***

***Submitted by  
Daniel Sandi  
NRP 1464023***

*Nowadays, action figures are very popular with teenagers and adults, however due to the impact of globalization, Indonesian character have been shifted. One of the characters from Indonesia is Wayang from West Java. Unfortunately, teenagers are already difficult to recognize it because it is not as modern as foreign actionfigures, where as wayang/ puppets have unique and appealing characters and able tom compete with foreign characters.*

*Hence, the purpose of this thesis is to introduce teenagers in Bandung that action figures are not only from abroad, nevertheless Indonesia also has a unique character who has big cultural values. In addition, this indonesian character must be introduced from generation to generation by using proper media.*

*This problem can be solved by making a promotional campaign that can give plethora of information in social media such as, Instagram and Facebook. This campaign is designed with a good visual attracting wich is Toy Photography, so the teenagers will easily to understand it. Besides social media as the main media, this campaign also uses other media such as billboard, papercraft, gimmick, and action figure itself. Through this campaign, it is hoped that the society will appreciate Indonesia figures, especially wayang from West Java.*

*Keywords : action figure; campaign; promotion; photography; social media; West Java*

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN .....	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAK .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	2
1.3 Tujuan Perancangan .....	4
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data .....	4
1.5 Skema Perancangan.....	6
BAB II LANDASAN TEORI.....	7
2.1 Teori Kampanye .....	7
2.1.1 Jenis-jenis Kampanye .....	8
2.1.2 Media Kampanye.....	9
2.2 Teori Promosi .....	10
2.3 Teori Kebudayaan.....	11
2.4 Teori Media Sosial.....	12
2.5 Teori Fotografi.....	13
2.6 Psikologi Remaja.....	13
2.7 Wayang Golek .....	16
2.8 Teori Kemasan.....	19
BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH.....	20
3.1 Data dan Fakta .....	20
3.1.1 Dinas dan Lembaga Terkait .....	21
3.1.2 Data Tentang Gejala/Fenomena.....	25

3.1.3	Tinjauan Karya Sejenis .....	37
3.2	Analisis Terhadap Permasalahan.....	41
3.2.1	Analisis SWOT Terhadap Obyek.....	41
3.2.2	STP.....	42
BAB IV PEMECAHAN MASALAH.....		43
4.1	Konsep Komunikasi .....	43
4.2	Konsep Kreatif.....	44
4.2.1	Visual .....	44
4.2.2	Warna.....	47
4.2.3	Layout .....	47
4.2.4	Tipografi .....	47
4.3	Konsep Media.....	48
4.3.1	Media Pendukung untuk Kampanye .....	49
4.3.3	Rincian Anggaran .....	51
4.4	Hasil Karya.....	51
4.4.1	Logo Kampanye.....	51
4.4.2	Karya Pada Media.....	52
BAB V PENUTUP.....		75
5.1	Kesimpulan.....	75
5.2	Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA .....		77
LAMPIRAN.....		80

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Skema Perancangan .....	6
Gambar 3.1 Logo DISBUDPAR Jawa Barat .....	20
Gambar 3.2 Sanggar Padepokan Wayang Jawa Barat Giri Harja.....	22
Gambar 3.3 Logo BEKRAF.....	24
Gambar 3.4 Diagram Jenis Kelamin Responden .....	29
Gambar 3.5 Diagram Usia Responden.....	30
Gambar 3.6 Diagram Pekerjaan Responden .....	30
Gambar 3.7 Diagram Tempat Tinggal Responden .....	31
Gambar 3.8 Diagram Hobi yang Diminati Responden .....	31
Gambar 3.9 Diagram Mendapatkan Informasi Hobi Responden.....	32
Gambar 3.10 Diagram Mengetahui Budaya Sunda.....	32
Gambar 3.11 Diagram Mengetahui Pewayangan Jawa Barat.....	33
Gambar 3.12 Diagram Mengetahui Pewayangan Jawa Barat Apa Saja .....	33
Gambar 3.13 Diagram Mengetahui Cerita Pewayangan Mahabarata/Ramayana.....	34
Gambar 3.14 Wayang Golek Cepot dan Hanoman.....	34
Gambar 3.15 Diagram Mengetahui Tokoh Wayang Pada Gambar .....	35
Gambar 3.16 Diagram Mengetahui Cerita Pada Gambar Secara Mendalam.....	35
Gambar 3.17 Diagram Ingin Mengetahui Lebih Mendalam Wayang Jawa Barat.....	36
Gambar 3.18 Liputan Video Wayang Made In Indonesia .....	37
Gambar 3.19 Liputan Video Wayang Made In Indonesia .....	37
Gambar 3.20 Liputan Video Wayang Made In Indonesia .....	38
Gambar 3.21 Liputan Video Wayang Made In Indonesia .....	38
Gambar 3.22 Liputan Video Wayang Made In Indonesia .....	39
Gambar 3.23 Packaging Hot Toys Captain America.....	40
Gambar 4.1 Sketsa <i>Action Figure</i> Wayang.....	44
Gambar 4.2 Sketsa <i>Action Figure</i> Wayang.....	45
Gambar 4.3 Sketsa <i>Action Figure</i> Wayang.....	45
Gambar 4.4 Sketsa <i>Action Figure</i> Wayang.....	45
Gambar 4.5 Sketsa <i>Action Figure</i> Wayang.....	46
Gambar 4.6 Pengaplikasian <i>Action Figure</i> Wayang.....	46
Gambar 4.7 Palet Warna .....	47
Gambar 4.8 Font The Frontman.....	48
Gambar 4.9 Font Helvetica Ltd.....	48

Gambar 4.10 Timeline Kampanye .....	50
Gambar 4.11 Rincian Anggaran.....	51
Gambar 4.12 Logo Kampanye Promosi.....	51
Gambar 4.13 Desain Poster Awareness .....	52
Gambar 4.14 Desain Logo Awareness.....	53
Gambar 4.15 Pengaplikasian Awareness Media Instagram.....	53
Gambar 4.16 Desain Tahap Interest.....	54
Gambar 4.17 Pengaplikasian Desain Tahap Interest Billboard.....	55
Gambar 4.18 Pengaplikasian Desain Tahap Interest Instagram.....	55
Gambar 4.19 Desain Tahap Search.....	56
Gambar 4.20 Pengaplikasian Desain Search Instagram.....	57
Gambar 4.21 Pengaplikasian Desain Search Billboard.....	57
Gambar 4.22 <i>Photostory</i> Wayang Arjuna.....	58
Gambar 4.23 <i>Photostory</i> Wayang Arjuna.....	59
Gambar 4.24 <i>Photostory</i> Wayang Srikandi.....	60
Gambar 4.25 <i>Photostory</i> Wayang Hanoman.....	61
Gambar 4.26 <i>Photostory</i> Wayang Hanoman.....	62
Gambar 4.27 <i>Photostory</i> Wayang Duryudana .....	63
Gambar 4.28 <i>Photostory</i> Wayang Gatotkaca.....	64
Gambar 4.29 Desain Pengenalan Aksesoris Tahap Action.....	65
Gambar 4.30 Desain Pengenalan Aksesoris Tahap Action.....	66
Gambar 4.31 Pengaplikasian Desain Tahap Action Pada Instagram.....	66
Gambar 4.32 Pengaplikasian Desain Gimmick .....	67
Gambar 4.33 Desain Photobooth .....	68
Gambar 4.34 Desain Stand.....	68
Gambar 4.35 Desain Packaging Produk.....	69
Gambar 4.36 Pengaplikasian Desain Packaging.....	69
Gambar 4.37 Pengaplikasian Desain Packaging.....	70
Gambar 4.38 Desain Papercraft .....	70
Gambar 4.39 Desain Papercraft .....	71
Gambar 4.40 Desain Papercraft .....	72
Gambar 4.41 Desain Papercraft .....	73
Gambar 4.42 Pengaplikasian Desain Papercraft .....	74

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Daftar Pertanyaan Kuesioner .....	80
Lampiran B Daftar Pertanyaan Wawancara.....	83
B.1 Wawancara Terhadap Sanggar Wayang GiriHarja.....	83
B.2 Wawancara Terhadap DISBUDPAR Jawa Barat.....	84
Lampiran C Proses Pembuatan Action Figure Wayang.....	85

