

Perancangan Buku Pengetahuan Populer Mengenai Proses Pembuatan Gamelan Sunda Bah Omo di Wilayah Cimahi, Jawa Barat

Oki Faisal Azhar

Aris Kurniawan, M.Sn.

Asri Radhitanti, S.Sn, M.Ds.

Contact person :

Oki faisal Azhar

Komplek Nata Endah blok N 89, Cimahi 40512

089657729673/okifaisal93@gmail.com

Abstrak

Indonesia merupakan bangsa yang kaya dengan kesenian daerah dan budaya, yang selaras dan didukung oleh beragam suku yang menyatu dalam sebuah bangsa. Kesenian lahir dari gagasan dan aktivitas masyarakatnya, salah satunya gamelan Sunda yang merupakan salah satu bentuk kesenian musik hasil kreativitas masyarakat Sunda. Namun belakangan ini gamelan Sunda mulai kehilangan popularitasnya, disaat renggangnya popularitas didalam negeri justru di negara asing gamelan Sunda terus berkembang pesat dan banyak yang tertarik untuk mempelajarinya, terlebih lagi persepsi masyarakat terhadap gamelan hanya mengetahui gamelan sebagai alat musik jenis hiburan yang biasa dimainkan untuk acara hajatan dan ceremoni lainnya, padahal dalam gamelan Sunda tersisipkan akan makna dan nilai-nilai luhur. Di Jawa barat sendiri hanya tersisa 2 industri gamelan yang bertahan salah satunya industri gamelan Bah Omo. Dalam proses pembuatan gamelan Sunda buatan Bah Omo dapat terungkap bagaimana gamelan Sunda adalah alat musik yang berkualitas dan bernilai seni tinggi, dibuat dengan totalitas dan merupakan hal yang dianggap sakral sebagai benda pusaka. Dengan merancang sebuah buku pengetahuan populer diharapkan dapat memberikan informasi secara detail kepada masyarakat bahwa gamelan Sunda merupakan peninggalan budaya luhur, penuh makna dan bernilai seni tinggi (To Enlightenment). Sehingga masyarakat dapat menyadari dan tergerak dalam upaya pelestarian gamelan Sunda yang nantinya dapat mempopulerkan kembali gamelan Sunda (To Persuade)

Kata Kunci : Gamelan Sunda, Buku Pengetahuan Populer, Budaya, Pengrajin Gamelan.

Abstract

supported by various tribes united in a nation. Art arise from the ideas and activities of the community, one of the Sundanese gamelan which one came from artistic music creativity, results of the Sundanese people. Lately Sundanese gamelan began to lose popularity, while the popularity of the country's renggangnya precisely in foreign countries, Sundanese gamelan continues to grow rapidly and many are interested to learn it, especially the public perception of the gamelan knowing only gamelan as a musical instrument of entertainment that is usually played for the event and other ceremonies, in the meanwhile the Sundanese gamelan inserted into meaning and noble values. In West Java, only 2 gamelan industries still survive and the one who still survive is gamelan who made by bah omo. In the process of making gamelan by bah omo revealed how Sundanese gamelan is a musical instrument with high artistic value because it is a thing

that is considered sacred by the craftman. Through designing a book of popular knowledge is expected to provide detailed information to the Sundanese gamelan community is a relic of noble culture, full of meaning and high artistic value (To Enlightenment). So that people can be aware and feel more emotional in the effort of preservation of Sundanese gamelan which later can keep the existantion of sundanese gamelan (To Persuade)

Keywords : *Sundanese Gamelan, Popular books, Culture, Gamelan craftsmen.*

1 PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Masyarakat Sunda memiliki begitu banyak kesenian, salah satunya adalah gamelan Sunda yang merupakan salah satu bentuk kesenian musik hasil kreativitas masyarakat Sunda. Namun belakang ini gamelan Sunda mulai kehilangan popilaritasnya. Disaat renggangnya popularitas gamelan Sunda di dalam negeri, justru di negara asing gamelan Sunda terus berkembang dan semakin banyak yang mempelajari.

Sejalan dengan nasib kesenian tradisional yang terampas oleh musik modern, masih ada industri gamelan Sunda yang masih bertahan, salah satunya industri gamelan Sunda Bah omo. Dalam proses pembuatan gamelan Sunda buatan Bah Omo, mempunyai nilai dan makna tersendiri bagi masyarakat Sunda. Pada proses pembuatan gamelan masih menerapkan kearifan lokal yang masih dijaga salah satu contohnya menjalankan ritual setiap hari selasa dan jumat menurutnya sesaji merupakan hal yang penting bagi kelancaran proses pembuatan gamelan. Di Jawa barat sendiri hanya tinggal dua industri gamelan Sunda yang masih bertahan, banyak anak-anak dari pengerajin gamelan yang tidak mau melanjutkan usaha turun-temurun keluarganya, mereka lebih memilih untuk bekerja di pabrik sehingga regenerasi pengerajin gamelan Sunda kian menurun.

Upaya untuk melestarikan gamelan Sunda terus dilakukan oleh sebagian orang yang menyukai seni musik tradisional, mulai dari berinovasi dalam pembuatan laras atau tangga nada dan juga mengubah gamelan menjadi music yang kontemporer, agar dapat diterima dan dinikmati di era musik sekarang ini. Namun usaha itu dirasa belum cukup, ditambah lagi persepsi masyarakat terhadap gamelan Sunda bisa dikatakan masih tergolong minim, mereka hanya mengetahui gamelan Sunda hanya sebagai alat music jenis hiburan yang biasa dimainkan untuk acara hajatan dan acara ceremonial, padahal didalam gamelan Sunda tersisipkan akan makna dan nilai-nilai luhur yang mengandung nilai filosofis, estetis, dan etis. Berbanding terbalik dengan kondisi gamelan di luar negeri gamelan semakin populer hal itu dapat dilihat dari semakin banyaknya yang berminat untuk mempelajari musik gamelan Sunda.

2 METODOLOGI

2.1 Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan pendekatan Etnografi. Pengertian Etnografi menurut W Penn Handwerker (2002) dalam Sugito (2010), menyangkut produk dan proses riset yang terdokumentasi mengenai apa, dan bagaimana orang-orang mengetahui, merasakan, dan melakukan dengan cara spesifik di dalam sejarah hidup individu. Oleh karena itu dalam proses pendekatan ini, peneliti melakukan 3 langkah dalam meneliti dan mencari data dengan cara studi literatur yaitu data-data yang telah ada sebelumnya, wawancara orang-orang yang bersangkutan dengan topik permasalahan, dan obeservasi. Berikut adalah uraian dari langkah pencarian data;

2.2 Studi Literatur

Menurut ALA Glossary of Library and information Science (1983)

Literatur adalah bahan bacaan yang digunakan dalam berbagai aktifitas baik secara intelektual maupun rekreasi. Bentuk literatur dapat dibagi 2 jenis, yaitu;

- Literatur berbentuk buku

- Literatur berbentuk non buku, seperti Internet, Film, Slide, Mikrofilm, Video, Lukisan, CD, dan lain-lain

Pencarian data literatur dimulai dari Internet atau media online melalui mesin pencari (google) dengan menuliskan keyword “gamelan Sunda”, “alat musik tradisional”, “masyarakat Sunda”. Banyak ditemukan data fakta yang berasal dari jurnal, pendapat seniman dan perkembangan musik gamelan. Adapun Literatur yang ditemukan dari Toko Buku yang membahas seputar gamelan, buku tersebut biasanya berada pada buku impor yang memang ditargetkan untuk masyarakat dengan strata social menengah keatas dan orang asing. Salah satu buku yang dapat dijadikan referensi dalam perancangan buku tentang gamelan Sunda adalah buku karangan dari Henry Spiller, yang berjudul “Gamelan The Traditional Sounds of Indonesia”. Pada buku tersebut di jelaskan secara mendetail tentang gamelan, mulai dari sejarah adat, jenis gamelan sampai perbedaan titi laras masing-masing jenis gamelan.

2.3 Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui tatap muka dan tanya jawab langsung antara pengumpul data maupun peneliti terhadap nara sumber atau sumber data. Pada penelitian, wawancara dapat berfungsi sebagai metode primer, pelengkap atau sebagai kriterium (Hadi, 1992). Sebagai metode primer, data yang diperoleh dari wawancara merupakan data utama untuk menjawab permasalahan penelitian. Sebagai metode pelengkap, wawancara berfungsi sebagai pelengkap metode lainnya yang digunakan untuk mengumpulkan data pada suatu penelitian. Sebagai kriterium, wawancara digunakan untuk menguji kebenaran dan kemandapan data yang diperoleh dengan metode lain.

Menurut Sutrisno Hadi dalam Sugiyono (2013:194), teknik wawancara di bagi menjadi 2 jenis, yaitu;

- Wawancara Terstruktur
- Dalam pengumpulan data, pengumpul data telah menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis yang alternatif jawabannya telah disiapkan. Dalam melakukan wawancara, selain pengumpul data harus membawa instrumen sebagai pedoman untuk wawancara, juga dapat membawa alat penunjang lainnya seperti tape recorder, gambar, brosur, dan material lain yang dapat membantu pelaksanaan wawancara menjadi lancar.
- Wawancara Tidak Terstruktur
- Merupakan wawancara yang bebas di mana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan.

Pada tahap wawancara, target yang akan menjadi stakeholder penelitian ini adalah pengrajin gamelan masih berkarya, pelajar musik tradisional (target audience), dan Dinas pariwisata dan kebudayaan Kota Cimahi.

2.4 Observasi

Observasi adalah metode untuk menganalisis dan mengumpulkan data-data melalui pengamatan secara langsung dengan tujuan agar mendapatkan gambaran serta informasi yang lebih akurat. Menurut Gibson, R.L & Mitchell, M.H memandang observasi sebagai teknik yang bisa dimanfaatkan untuk memilah-milah derajat dalam membuat konklusi tentang orang lain, meskipun diakui bahwa penggunaan observasi juga perlu dilengkapi dengan metode lain dalam penilaian manusia (Sutoyo, 2012:86). Dari segi pelaksanaan pengumpulan data, observasi dapat dibedakan menjadi 2, yaitu;

- Observasi Partisipan (*Partisipan Observation*)
- Dalam observasi ini, peneliti terlibat dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau sumber data penelitian. Observasi partisipan sering digunakan dalam penelitian eksploratif.
- Observasi Non Partisipan (*Non Partisipan Observation*)
- Dalam observasi ini, peneliti tidak terlibat aktif dan hanya sebagai pengamat independen.

Pada tahap observasi, akan dilakukan dengan mengunjungi Industri gamelan Sunda Bah Omo sebagai sampel pengrajin gamelan Sunda. Objek yang di teliti adalah para pengrajin gamelan dan pandangan masyarakat khususnya yang tertarik akan seni musik tradisional terhadap gamelan Sunda saat ini. Pada saat observasi juga dilakukan proses dokumentasi gamelan Sunda dan proses pembuatannya.

2.5 Analisis Data

Analisis data merupakan tahapan mengolah data yang telah dikumpulkan ditahap sebelumnya. Pada umumnya terdapat beberapa metode analisis yang digunakan untuk pengolahan data, pada penelitian ini yang akan menjadi acuan metode analisis data yaitu *Mindmapping*, *S.W.O.T*, model komunikasi *Laswell*, dan lain-lain.

2.6 Mindmapping

Adalah cara mengembangkan kegiatan berpikir ke segala arah, menangkap berbagai pikiran dalam berbagai sudut. *Mindmapping* mengembangkan cara berpikir kreatif. *Mindmapping* yang sering kita sebut dengan peta konsep adalah alat berpikir organisasional yang sangat hebat yang juga merupakan cara termudah untuk menempatkan informasi ke dalam otak dan mengambil informasi itu ketika dibutuhkan (Tony Buzan, 2008:4).

Pada proses mindmapping, dimulai dari gamelan Sunda, lalu dipecah menjadi beberapa cabang seperti sejarah, perkembangan, eksistensi, data-data yang telah dikumpulkan dapat dikelompokkan sesuai cabang yang telah dibuat.

2.7 5W+1H

5W + 1H adalah sebuah rumus dalam membuat suatu pertanyaan interogatif yang akan menjawab suatu permasalahan. Rumus tersebut terdiri dari *What, Where, When, Who, Why, dan How*. Pertanyaan tersebut biasanya digunakan oleh para jurnalis dalam membuat sebuah berita yang akan disajikan secara informatif.

2.8 SWOT

Metode *S.W.O.T* atau yang biasa di sebut *Matrix S.W.O.T* adalah suatu metode untuk mengidentifikasi suatu masalah dari persilangan faktor internal dan eksternal dengan menganalisis kekuatan (*Stenght*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Oppurtunity*) dan ancaman (*Threat*) yang dimiliki dari sebuah masalah. Dengan metode ini dapat ditemukan alternatif solusi yang tepat dan sesuai dari sebuah permasalahan.

2.9 Lasswell Model

Teori *Lasswell* adalah suatu teori yang memudahkan analisis data yang menjawab pertanyaan proses komunikasi atau penyampaian pesan agar tersampaikan kepada target secara efektif.

2.10 Problem Statement

Problem Statement merupakan tahap penentuan suatu permasalahan inti yang didapat dari rumusan analisis data yang telah dilakukan pada tahapan sebelumnya, permasalahan ini akan di pecahkan dengan *problem solution*.

2.11 Strategi Komunikasi

Ada beberapa bentuk strategi komunikasi menurut Marcello Minale dalam bukunya yang berjudul "*Design and Designer Role 21st Century*", pada perancangan ini dipilih 3 langkah strategi komunikasi, yaitu;

1. To Inform

Komunikasi diyakini memiliki fungsi sebagai proses penyebaran informasi. Dimana komunikasi dalam prosesnya dapat membuat khalayak menjadi informed terhadap suatu permasalahan.

Pada perancangan ini tahap pertama pada strategi komunikasi adalah *To Inform* untuk menginformasikan Sejarah gamelan Sunda.

2. To Build Awareness

Pada tahap ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran tentang gamelan Sunda yang terdapat makna dan nilai-nilai luhur masyarakat Sunda.

3. To Persuade

Merupakan tindakan komunikasi yang bertujuan untuk membuat komunikan mengadopsi pandangan komunikator mengenai suatu hal atau melakukan suatu tindakan tertentu.

Tahapan ini bertujuan memberikan tindakan lebih yaitu melestarikan gamelan Sunda kepada komunikan setelah mengetahui dan menyadari akan berharganya gamelan Sunda sebagai salah satu aset seni dan budaya yang harus tetap lestari dan kian diminati.

2.12 Segmentasi

(Mike Press, 2003) Klasifikasi

Merupakan sebuah pengelompokan target audience berdasarkan Demografis yaitu usia, jenis kelamin, status sosial dan pekerjaan, Geografis yaitu tempat tinggal, Psikografis yaitu karakteristik target.

2.13 Consumer Journey

Suatu proses wawancara dengan menanyakan rutinitas dari keseharian target secara rinci dari bangun tidur sampai selesai beraktivitas. Tidak hanya kegiatan apa saja, melainkan benda apa yang sering dilihat selama beraktifitas guna mendapatkan point of contact.

2.14 Target Insight

Proses pencarian mengenai hal-hal yang paling di sukai atau diminati dan yang paling ditakuti oleh target audience, ketika insight target telah diketahui dapat memudahkan proses pengerjakan ke tahap strategi kreatif.

Untuk mendapatkan *insight target*, dilakukan proses wawancara dengan teknik *Why Test*, teknik ini berupa pertanyaan beruntun yang menanyakan alasan target memilih jawaban dan berakhir ketika target sudah tidak tahu alasan apa yang diberikan. Setelah melakukan *why test*, jawaban tersebut dibuat sebuah paragraf yang menceritakan target secara detail

2.15 Strategi Kreatif

What To Say (WTS)

What To Say merupakan sebuah kalimat singkat dan padat yang menjelaskan inti pesan yang akan di terima oleh target audience. Biasanya What To Say tercipta dari penggabungan problem statement dan target insight

How To Say (HTS)

Adalah perwujudan dari inti pesan yang akan disampaikan. Pada proses ini membuat suatu cara dengan ide-ide kreatif agar pesan mudah diterima oleh target, dalam proses ini juga tidak terlepas dari target insight.

Di dalam *How To Say* terdapat beberapa tahapan untuk membuat sebuah cara kreatif dalam penyampaian pesan, yaitu:

2.16 Creative Approach

Adalah suatu teknik pendekatan kreatif yang sering digunakan untuk memudahkan proses perancangan ide-ide visual. Pendekatan ini terbagi menjadi beberapa jenis, yaitu; *Spokes Person, Testimonial, Demonstration, Close up, Slice of Life, Story Telling, Metaphor & Analogy, Problem Solution, Comparasion, Humor, Costumer Interview, Animation, Stop Motion, Slice of Film, Music.*

Pada perancangan ini dipilih teknik pendekatan kreatif *Story Telling*. Yaitu membuat sebuah cerita menarik berdasarkan data dalam menyampaikan pesan kepada target .

2.17 Konsep Visual

Merupakan suatu tahap pembuatan konsep visual guna mendukung pesan yang akan disampaikan. Pada tahapan konsep visual hal-hal yang dirancang adalah elemen dasar DKV, yaitu Warna, Tipografi, Ilustrasi, Fotografi dan *Layout*.

2.18 Referensi

Setelah memutuskan konsep visual yang akan dibuat, pencarian referensi merupakan suatu hal penting untuk memudahkan langkah selanjutnya. Referensi juga dapat memberikan penambahan ide-ide kreatif dalam proses pembuatan *How To Say*

2.19 Moodboard

Merupakan sebuah kelompok visual yang dapat membangun sebuah kesan yang bertujuan untuk menentukan tone and manner pada tahap selanjutnya. Biasanya berupa warna, gestur, bentuk, bahkan material jika perlukan

2.20 Tone and Manner

Sebuah tahapan dalam menentukan kesan yang akan dimunculkan untuk mendukung penyampaian pesan kepada target. Pembuatan *Tone and Manner* membuat media penyampaian pesan lebih menarik.

2.21 Strategi Media

Saat ini berbagai macam media muncul sebagai wadah penyampaian pesan, mulai dari media cetak, elektronik, sampai yang berbentuk merchandise. Pada proses penyampaian pesan tersebut diperlukan strategi yang menentukan media dan waktu yang tepat untuk dimunculkan demi menarik perhatian target sehingga target masuk kedalam rangkaian proses hingga dapat benar-benar merasakan dan mengerti maksud dan tujuan proyek ini.

2.22 Think/Feel./Do

Pada strategi ini, mempunyai proses yang lebih sederhana yaitu tahapan *Think* dimana target merasa tertarik untuk menjadi bagian dalam suatu proyek, dengan contoh mencari informasi lebih dalam tentang suatu pembahasan yang berkaitan dengan proyek. *Feel*, Target mulai merasakan atau muncul rasa keinginan dalam dirinya untuk melakukan suatu gagasan atau tindakan aksi yang mendukung proyek ini. *Do*, Target mulai melakukan tindakan yang mendukung proyek ini.

3 HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Identifikasi Masalah

Berasarkan dari latar belakang yang sudah diuraikan, terdapat beberapa permasalahan yang dapat dikaji dalam dua hal antara lain :

3.1.1. Identifikasi Masalah Secara Umum

Masalah umum dapat disebut juga sebagai induk masalah yang merupakan sebuah permasalahan kompleks. Terdiri dari banyak unsur dan solusi penyelesaiannya memerlukan waktu yang relatif lama, selain itu juga diluar dari jangkauan bidang keilmuan Desain Komunikasi Visual (DKV).

Berikut beberapa masalah umum yang ditemukan:

1. Tingkat interaksi pelajar mengenai gamelan Sunda yang tergolong minim
2. Pemahaman mengenai gamelan baru sekadar ke arah sebagai suatu seni pertunjukan jenis hiburan yang sering dipertontonkan pada acara-acara hajatan dan opening ceremony lainnya
3. Kurangnya peran dari pemerintah daerah untuk melestarikan kesenian daerah tersebut
4. Sudah menurunnya penerus pengerajin gamelan Sunda
5. Sampai saat ini gamelan Sunda belum diakui oleh UNESCO sebagai warisan dunia

3.1.2 Identifikasi Masalah Secara DKV

Masalah DKV disebut juga sebagai anak masalah yang merupakan bagian atau salah satu masalah dari masalah umum yang solusi penyelesaian masalahnya dapat diselesaikan oleh bidang keilmuan DKV. Berikut beberapa masalah DKV yang ditemukan:

1. Masih minimnya media pembelajaran untuk tingkat mahasiswa khususnya di bidang seni karawitan, dan kliningan dan jurusan seni daerah lainnya sebagai bahan studi pembelajaran.
2. Masih minimnya media informasi tentang gamelan Sunda khususnya tentang proses pembuatan gamelan Sunda.
3. Media pengantar tentang informasi gamelan Sunda tidak dikelola secara maksimal sehingga tidak mampu menarik perhatian pelajar.

3.2. Tujuan Perancangan

Tujuan yang akan dicapai dari perancangan Buku pengetahuan populer sebagai media pengenalan Proses pembuatan gamelan Sunda di wilayah Cimahi, Jawa Barat”, adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap upaya pelestarian gamelan Sunda
2. Memberikan pemahaman agar potensi gamelan Sunda dapat dikelola secara maksimal
3. Mempopulerkan kembali produk gamelan Sunda

3.3. Analisis Matrik SWOT

3.3.1. Strength

Analisis kekuatan yang terdapat pada faktor internal berisikan poin-poin yang memberikan keuntungan atau nilai tambah dari objek yang diteliti. USP (Unique Selling Point) suatu objek yang diteliti akan muncul pada kolom analisis kekuatan ini.

-Banyaknya yang mempelajari kesenian Gamelan Sunda di Negara asing, seperti untuk keperluan pembelajaran di Universitas, dll.

-Gamelan Sunda Mbah Omo merupakan salah satu dari dua industri gamelan yang ada di Jawa Barat, yang masih terjaga kualitas pembuatannya karena ilmu yang didapat dari turun-temurun

3.3.2. Weakness

Analisis kelemahan terdapat pada faktor internal yang menyebabkan suatu objek penelitian berada pada kondisi yang kurang baik. Kelemahan ini biasanya didapatkan dari perbandingan terhadap pesaing maka dari itu pada analisis kolom ini harus diperhatikan guna mencapai langkah yang efektif

-Sudah semakin berkurangnya pengerajin Gamelan Sund

-Kurangannya peran dari pemerintah daerah untuk melestarikan kesenian daerah tersebut seperti susahnya mendapat bantuan modal untuk membuat gamelan

-Pemahaman masyarakat luas mengenai gamelan Sunda baru kearah suatu seni pertunjukan jenis hiburan yang sering dipertontonkan pada acara hajatan dan opening ceremony lainnya.

-Kurangannya apresiasi masyarakat mengenai gamelan Sunda, malah bisa dikatakan lebih di hargai di Negara asing

3.3.3. Opportunity

Analisis peluang atau kesempatan terdapat pada faktor eksternal. Pada bagian ini diperlukan untuk mendapatkan poin-poin kesempatan dan celah yang dapat dilakukan berkaitan dengan sasaran target audience

-Industri gamelan Sunda dapat meningkatkan perekonomian daerah

-Banyak masyarakat Indonesia yang belum memahami proses pembuatan gamelan Sunda

-Banyaknya warga Negara asing yang berminat mempelajari gamelan Sunda

3.3.4. Threat

Analisis ancaman terdapat pada faktor eksternal, pada bagian ini terdapat hal-hal yang dapat mengganggu jalannya proses sebuah produk dalam pasar yang ditinjau dari kelemahan produk di luar karakteristik dari produk itu sendiri.

-Adanya produk gamelan Sunda yang di buat oleh negara asing

- Semakin berkurangnya pengerajin gamelan

- Semakin meningkatnya harga bahan baku pada logam

-Sampai saat ini gamelan Sunda belum diakui oleh UNESCO sebagai kesenian warisan dunia

3.3.1 Matriks SWOT

Opportunities + Weakness

Mengenalkan gamelan Sunda secara lebih mendalam mulai dari sejarah, proses pembuatan gamelan dan nilai budaya yang terkandung untuk meningkatkan pemahaman bahwa gamelan Sunda bukan hanya sekedar alat musik namun terdapat nilai luhur, makna dan budaya bangsa.

3.4. Creative Message Planning

3.4.1. What to say

Gamelan Sunda, komposisi nada tercipta makna

3.4.2. *How to say*

Menyajikan media informasi berupa buku yang membahas tentang gamelan Sunda, dengan cara bercerita dimulai dengan sejarah, proses pembuatan, filosofi dan makna, didukung dengan visual foto dan ilustrasi agar dapat memberikan penggambaran secara menyeluruh bahwa gamelan Sunda merupakan ensambel musik tradisional yang berkualitas dan bernilai seni tinggi.

3.5. *Target Audience*

3.5.1. **Demografis**

Usia : 23-27 Tahun

Jenis Kelamin : Pria dan Wanita

Status Sosial : Menengah ke atas, B, B+

Pekerjaan: Mahasiswa dan tenaga pengajar bidang musik tradisional. Pegawai Swasta.

3.5.2. **Geografis**

Kota Besar di Indonesia, Jakarta, Bandung dan sekitarnya, Yogyakarta, Surabaya, dan Bali

3.5.3. **Psikografis**

Memiliki sifat Etnocentrisme (sifat yang menyukai produk lokal), Menyukai hal-hal berbau seni, Menyukai musik, Tertarik pada buku informasi, Aktif dalam kegiatan sosial, Suka Travelling, Tertarik pada hal baru

3.5.4. **Teknografis**

Menggunakan smartphone dalam komunikasi, Menggunakan Instagram, Menggunakan facebook, Menggunakan whatsapp, Menggunakan path

3.6. *Creative Approach*

Story Telling: Menceritakan sejarah mengenai gamelan Sunda. Lalu menceritakan bahan baku yang diperoleh, unsur logam yang terkandung lalu menceritakan tokoh dibalik terciptanya gamelan Sunda. Setelah itu menjelaskan proses pembuatan gamelan, teknik dan perkakas yang digunakan dalam pembuatan, di bagian penutup menceritakan kondisi gamelan sekarang dan perkembangannya.

3.7. *Tone and Manner*

3.7.1. **Elegan**

Penggunaan clean space pada layout didukung elemen grafis yang simpel dan ditambah dengan visual fotografi produk untuk menampilkan kesan berkelas dan bernilai seni tinggi.

3.7.2. **Sakral**

gamelan sebagai pusaka yang sakral penuh akan makna dan filosofi.

3.7.3. **Ilmiah**

Kesan ilmiah yang mendukung visual menunjukkan proses pembuatan gamelan (*Sains to technology*)

3.8. **Konsep Warna**

Pemilihan warna dalam perancangan buku ini sesuai dengan *tone and manner* yang ada yaitu simple, elegan dan smart, sehingga terpilihlah beberapa warna berikut:



Gambar 1 Warna

Pemilihan warna dominan emas dan perak sebagai pembangun mood elegan dan karakteristik dari gamelan Sunda itu sendiri. ada juga pemilihan warna hitam dan abu-abu yang menambah kesan

misterius, ditambah lagi warna-warna merah dan coklat sebagai pendukung produk gamelan itu sendiri.

3.9. Strategi Komunikasi

3.9.1. Think (30%)

Memberikan informasi mengenai sejarah gamelan Sunda, dan memberikan penjelasan lebih mendalam bahwa dalam proses pembuatan terdapat nilai estetika dan nilai budaya, khususnya mengenai masyarakat Sunda itu sendiri karena gamelan Sunda bukan hanya sebagai alat music tradisional tetapi lebih dari itu, bagaimana gamelan Sunda dianggap sakral dan juga menjelaskan secara rinci tentang makna dan nilai luhur di dalam gamelan Sunda.

3.9.2. Feel (70%)

Di mulai dari menceritakan peninggalan budaya perunggu lalu memberi informasi terdapat nekara dari pulau selayar yang merupakan nekara tertua di Asia tenggara, lalu menceritakan kekayaan mineral logam Indonesia sebagai bahan baku pembuatan perunggu. Selanjutnya menceritakan tokoh pengerajin gamelan Sunda yang masih bertahan hingga 5 generasi.

3.9.3. Do

Mengemas informasi yang bertujuan mengajak pembaca untuk tertarik dan lebih mendalami tentang gamelan Sunda, dan akhirnya tergerak dalam upaya pelestarian gamelan Sunda agar masyarakat lebih mengapresiasi gamelan Sunda sehingga gamelan Sunda semakin lestari.

3.10. Proses dan Tahapan Layout



Gambar 2 Proses dan Tahapan Layout

Layout yang dikerjakan melalui tahapan yang benar bukan tidak mungkin akan berdampak positif pada tujuan apa pun yang ingin dicapai *designer* melalui karya desain yang dibuatnya.

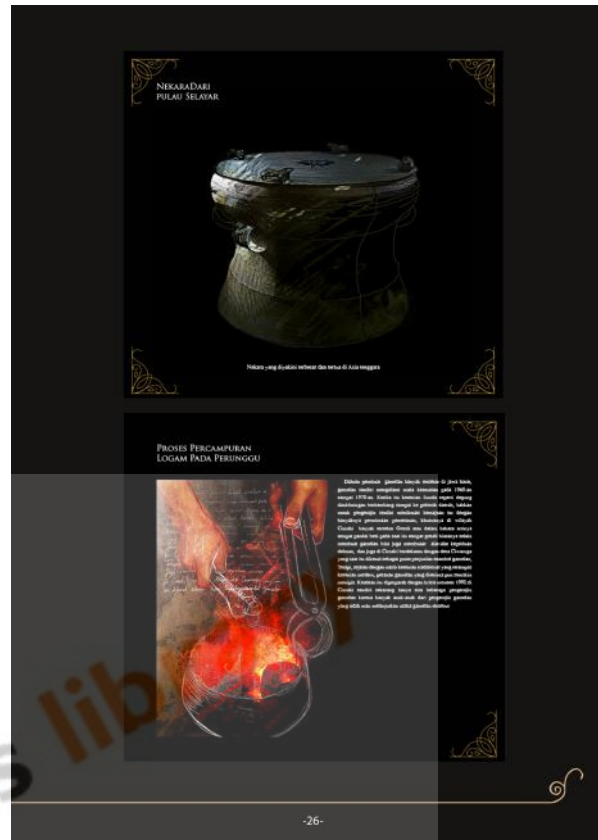
3.11. Konten Buku

1. Cover
2. Kata Pengantar
3. Daftar Isi
 - a. Pendahuluan
Peninggalan budaya perunggu, Bahan baku dan unsur logam, Sejarah gamelan Sunda , Gamelan Sunda Bah Omo, Perkakas pembuatan gamelan
 - b. Mengikat Makna
Teknik pembuatan gamelan, Proses pembuatan gamelan, Sakralitas gamelan, Makna gamelan Sunda
 - c. Dibalik Makna
Kondisi gamelan, Inovasi gamelan, Manfaat musik gamelan
5. Daftar pustaka.

3.12. Perancangan Visual



Gambar 3 Sistem *Grid* pada Halaman



Gambar 4 *Layout* pada Halaman

3.13. Hasil Perancangan Akhir

Hasil Perancangan buku pengetahuan populer ini merupakan gabungan dari visual ilustrasi dan fotografi. Pemilihan konsep tersebut berdasarkan penggabungan hasil target insight dan tone and manner perancangan buku ini. Penggabungan visual ilustrasi dan fotografi merupakan terobosan baru dari buku informasi tentang produk kerajinan perak Indonesia. Berikut beberapa tampilan buku pengetahuan populer yang telah di rancang,

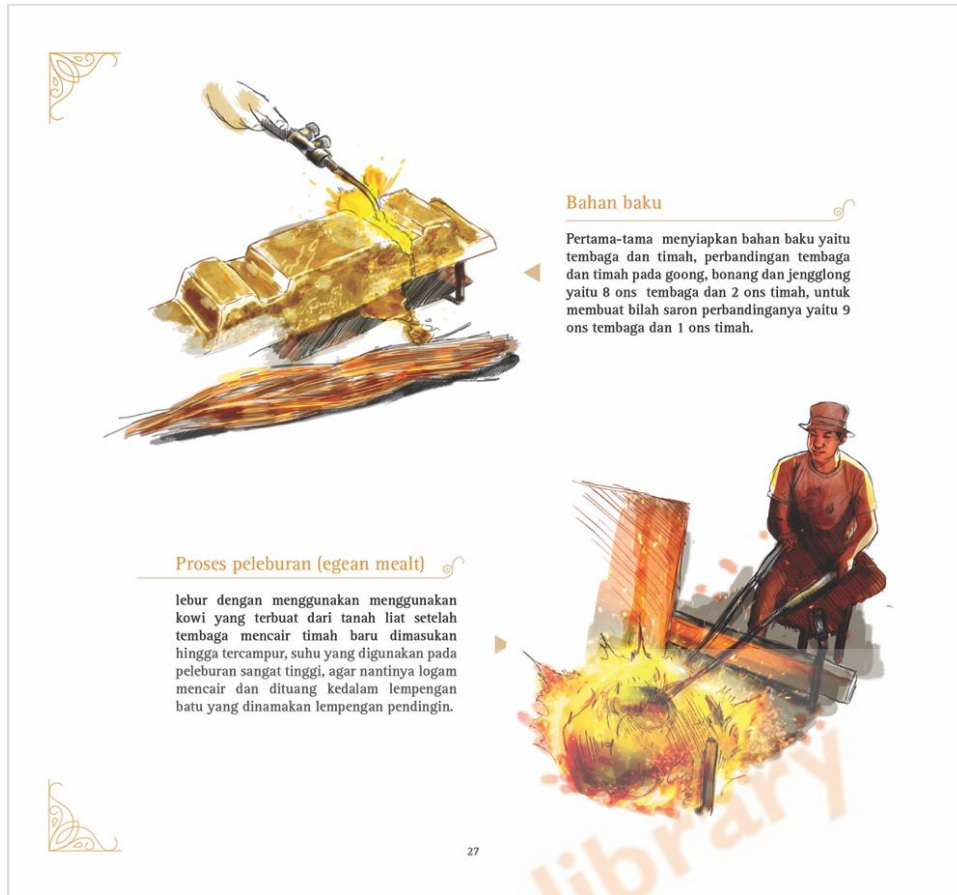
Perancangan Buku Pengetahuan Populer Mengenai Proses Pembuatan Gamelan Sunda Bah Omo di Wilayah Cimahi, Jawa Barat



Gambar 5 Poster



Gambar 6 Tampilan Halaman isi 1



Gambar 7 Tampilan Halaman isi 2



Gambar 8 Tampilan Pembatas Buku

4 KESIMPULAN

1. Gamelan Sunda adalah warisan budaya bangsa yang harus tetap dikenalkan kepada masyarakat, sehingga tetap bertahan dan dapat dikenal oleh generasi selanjutnya.
2. Gamelan Sunda memiliki nilai dan makna sepatutnya diketahui masyarakat agar gamelan Sunda semakin lestari.
3. Meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap upaya pelestarian gamelan Sunda
4. Memberikan pemahaman agar potensi gamelan Sunda dapat dikelola secara maksimal

5 UCAPAN TERIMAKASIH

Ijinkan penulis untuk mengucapkan terima kasih kepada:

1. Orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan restu, dukungan, doa, semangat serta motivasi.
2. Bapak Aris Kurniawan, M.Sn, sebagai pembimbing I dan Ibu Asri Radhitanti, S.Sn, M.Ds, sebagai pembimbing II atas berbagai masukan serta bimbingan selama proses perancangan tugas akhir ini.
3. Para dosen DKV ITENAS dan staff yang telah memberikan bantuan dan kerjasamanya selama proses perancangan.
4. Teman-teman yang berada di Ruang Tugas Akhir yang selalu menemani dikala senang maupun susah dan saling membantu dalam proses pengerjaan tugas akhir.

Akhir kata, semoga tulisan publikasi tugas akhir ini dapat berguna dan bermanfaat bagi berbagai pihak.

DAFTAR PUSTAKA

1. Koentjaraningrat, Pengantar Ilmu Antropologi (1986).
2. Jaap Kunst, Toonkunst van Java (Kunst, 1934).
3. Marcello Minale, "Design and Designer Role 21st Century"
4. Eco , (2011) "This Is Not The End of The Book"
5. Prof.Dr.B.P.Sitepu, M. (2012). Penulisan buku teks pelajaran. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya
6. Sugiyono. (2009). Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R & D. Bandung: Alfabeta.
7. Buzan, T. (2008). Buku Pintar Mind Map untuk Anak . Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
8. Mike Press, R. C. (2003). The Design Experience: The Role of Design and Designers in the 21st. Ashgate.
9. Nofrijon, Sofyan. (2011). Pengetahuan Bahan Logam.
10. Ares. 2017. Interview of "Gamelan Sunda History" on Kantor Dinas pariwisata,
11. Gd.B Lt. 2 Perkantoran Pemerintahan Kota Cimahi.
12. Ayu Triana. 2015. "Penelitian tugas akhir, organologis Kendang Sunda DKV Universitas Sumatra
13. Panji Prasetyo. 2012 "Seni Gamelan Sebagai repreneisasi dari tradisi kehidupan manusia Jawa". Tugas Akhir.Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya U.I.