

PERANCANGAN PROMOSI DALAM BENTUK CETAK UNTUK PERKAMPUNGAN BUDAYA BETAWI SETU BABAKAN

Rizky Adiputra Tahudin, Christophera RL
Desain Komunikasi Visual Universitas Esa Unggul, Jakarta
Jalan Arjuna Utara Tol Tomang Kebun Jeruk, Jakarta 11510
cristophera.lucius@esaunggul.ac.id

Abstrak

Penulisan laporan penulisan ini mengambil judul perancangan promosi dalam bentuk cetak untuk perkampungan budaya betawi, setu babakan, yang merupakan syarat dari kelulusan mahasiswa jurusan Desain Komunikasi Visual. Dalam penulisan laporan penulisan ini penulis melakukan penelitian ke perkampungan budaya betawi dan suku dinas kebudayaan jakarta seklatan. Penulis ingin mempromosikan PBB dengan maksud agar masyarakat dapat melestarikan adat dan budayaan betawi yang sudah mulai hilang. Selain itu diharapkan juga dapat menjadikan Perkampungan Budaya Betawi menjadi pusat kebudayaan, pengetahuan, atraksi, dan rekreasi tentang kebetawian terlengkap di Indonesia sehingga menjadi tempat pilihan utama baik lokal maupun mancan negara yang ingin mengetahui adat dan budaya betawi sesuai dengan apa yang telah menjadi visi dan misi dari Perkampungan Budaya Betawi.

Kata kunci: perancangan promosi, desain, bentuk cetak

Pendahuluan

Negara Republik Indonesia adalah negara yang terletak di Asia Tenggara yang melintasi garis katulistiwa, dan memiliki kurang lebih 17.000 buah pulau dengan luas daratan 1.922.570 km² dan luas perairan 3.257.483 km². Serta negara berpenduduk terbesar keempat di dunia, dengan populasi kurang lebih 229 juta jiwa pada tahun 2009. Daerah Khusus Ibukota Jakarta (DKI Jakarta) adalah ibu kota negara Indonesia. Didirikan pada abad keempat belas, kota ini menjadi pelabuhan perdagangan yang sangat penting khususnya bagi kerajaan pajajaran, Jakarta dahulu dikenal dengan nama Sunda Kelapa (sebelum 1527), Jayakarta (1527-1619), Batavia, atau Jacatra (1619-1942), dan Djakarta (1942-1972). Hingga pada tahun 1999, melalui uu no 34 tahun 1999 tentang pemerintah provinsi ibukota negara republik Indonesia Jakarta, sebutan pemerintah daerah berubah menjadi pemerintah provinsi DKI Jakarta, dan tetap berada ditingkat provinsi dan bukan pada wilayah kota. Jakarta memiliki luas sekitar 661,52 km² (lautan: 6.977,5 km²), dengan penduduk berjumlah 9.588.198 jiwa (2010). Selain itu wilayah dki Jakarta dibagi menjadi 6, yaitu 5 wilayah kotamadya (Jakarta Pusat, Jakarta Barat, Jakarta Timur, Jakarta Utara, Jakarta Selatan) dan satu kabupaten

administrative kepulauan seribu).

Setiap negara pasti memiliki tempat pariwisata, dengan pariwisata negara tersebut dapat terkenal dan memiliki ciri khas. Pariwisata merupakan perjalanan yang dilakukan untuk rekreasi atau liburan, dan juga persiapan yang dilakukan untuk menjalani aktivitas, yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, Pemerintah. Seorang wisatawan setidaknya melakukan perjalanan paling tidak sejauh 80 km (50 mil) dari rumahnya dengan tujuan rekreasi baru bisa disebut dengan berpariwisata. Banyak negara yang bergantung pada industri pariwisata ini sebagai sumber pajak dan pendapatan untuk perusahaan yang menjual jasa kepada wisatawan. Oleh karena itu pengembangan industri pariwisata ini adalah salah satu strategi yang dipakai oleh Organisasi pemerintah dan Non-Pemerintah untuk mempromosikan wilayah tertentu, sebagai daerah wisata untuk menambah devisa negara dan meningkatkan perdagangan melalui penjualan barang dan jasa kepada orang lokal dan non-lokal.

Dengan penduduk terbesar keempat di dunia, Indonesia mempunyai banyak keaneka ragaman, baik dari segi budaya, kuliner, serta suku bangsa. Begitu juga dengan pariwisatanya. Adapun keanekaragaman

pariwisata yang terdapat di Indonesia. seperti wisata Budaya, Wisata Kesehatan, Wisata Komersial, Wisata Industri, Wisata maritim (bahari), Wisata Pilgrim, dll. Salah satu pariwisata yang diminati oleh semua orang ialah wisata budaya. Wisata ini dimaksudkan dengan perjalanan yang dilakukan untuk memperluas pandangan hidup seseorang dengan jalan mengadakan kunjungan atau peninjauan ke tempat tersebut agar dapat mempelajari keadaan rakyat, kebiasaan, dan adat istiadat mereka, cara hidup mereka, budaya, dan seni mereka serta sejarahnya. Sering perjalanan seperti ini disatukan dengan kesempatan-kesempatan mengambil bagian dalam kegiatan-kegiatan budaya, seperti eksposisi seni (seni tari, drama, musik, dan seni suara) atau kegiatan yang bermotif kesejarahan dan sebagainya. Sehingga jika masyarakat melakukan wisata ini bukan hanya hiburan saja yang didapat tetapi mereka juga mendapatkan ilmu yang bermanfaat.

Di Jakarta sendiri terdapat banyak tempat pariwisata salah satu tempat pariwisata di Indonesia yang menojolkan budaya sebagai obyek pariwisatanya yaitu Perkampungan Budaya Betawi yang bertempat di Jl. Moch. Kahfii II setu babakan kelurahan srengseng sawah, Jakarta Selatan. Perkampungan Budaya Betawi adalah kawasan Cagar Budaya Betawi yang ditetapkan pemerintah DKI Jakarta sebagai tempat pelestarian dan pengembangan budaya betawi secara berkesinambungan, menggantikan kawasan Condet di Jakarta Timur yang dianggap sudah tidak relevan menyandang predikat Cagar Budaya Betawi karena perubahan baik fisik maupun non-fisik kawasan tersebut yang sangat pesat. Pada tanggal 20 Januari 2001 pemda DKI mencanangkan kawasan Perkampungan Budaya Betawi yang berlokasi di Situ Babakan, Pencanaan kampung Betawi itu dilakukan Gubernur DKI Sutiyoso.

Perkampungan Budaya Betawi luasnya sekitar 165 hektar termasuk Situ Babakan dan Situ Mangga BoIong dengan batas fisik, bagian utara berbatasan dengan Jl. Moch Kahfi II sampai dengan Jl. Desa Putra, bagian timur berbatasan dengan Jl. Desa Putera, Jl. Pratama, Jl. Mangga Bolong Timur dan Jl. Lapangan merah, bagian selatan berbatasan dengan batas wilayah provinsi DKI

Jakarta dan kota Depok, bagian Barat berbatasan dengan Jalan Moch Kahfi II. Perkampungan ini terdiri dari lima rukun warga (RW) yang didiami 5.000 kepala keluarga di mana sebagian besar dari mereka adalah orang asli Betawi yang sudah turun-temurun tinggal di daerah tersebut, dan sebagiannya lagi berasal dari daerah lain, antara lain Jawa Barat dan Kalimantan tetapi sudah lama diam di daerah tersebut dan beradaptasi dengan penduduk Betawi setempat. Di perkampungan ini masyarakat masih mempertahankan budaya dan cara hidup khas betawi seperti membudidayakan ikan dalam keramba, bercocok tanam, berdagang, membuat kerajinan tangan, dan membuat makanan khas betawi.

Perkampungan ini merupakan kawasan pedesaan yang lingkungan alam dan budayanya masih terjaga secara baik. Wisatawan yang berkunjung ke kawasan cagar budaya ini akan disuguhi panorama pepohonan rindang yang akan menambah suasana sejuk dan tenang ketika memasukinya. Di kanan kiri jalan utama, pengunjung juga dapat melihat rumah-rumah panggung berarsitektur khas Betawi yang masih dipertahankan keasliannya. Yang tak kalah menarik, di perkampungan ini juga banyak terdapat warung yang banyak menjajakan makanan-makanan khas Betawi, seperti ketoprak, laksa, kerak telur, ketupat sayur, arum manis, soto betawi, soto mie, roti buaya, bir pletok, nasi uduk, kue apem, toge goreng, dan tahu gejrot. Tak hanya makanan, aksesoris khas Betawi juga dijajakan di pinggir-pinggir jalan utama seperti, mainan anak khas Betawi, dan aksesoris lainnya. Wisatawan yang berkunjung ke Setu Babakan juga dapat menyaksikan pagelaran seni budaya Betawi, antara lain tari cokek, tari topeng, kasidah, marawis, seni gambus, lenong, tanjidor, gambang kromong, dan ondel-ondel yang sering dipentaskan di sebuah panggung terbuka berukuran 60 meter persegi setiap hari Sabtu dan Minggu. Selain pagelaran seni, pengunjung juga dapat menyaksikan prosesi-prosesi budaya Betawi, seperti upacara pernikahan, sunat, akikah, khatam Al-Quran, dan njuh bulan, tetapi acara tersebut tidak dilakukan setiap minggu melainkan beberapa bulan sekali khususnya pada saat ulang tahun kota Jakarta.

Sebagai sebuah kawasan cagar

budaya, Setu Babakan tidak hanya menyajikan pagelaran seni maupun budaya, melainkan juga menawarkan jenis wisata alam yang tak kalah menarik, yakni wisata air. Dua danau, yakni Mangga Bolong dan Babakan, di perkampungan ini biasanya dimanfaatkan oleh wisatawan untuk memancing atau sekedar bersenda gurau dan menikmati suasana sejuk di pinggir danau. Selain itu, wisatawan juga dapat menyewa perahu dan sepeda air untuk menyusuri atau mengelilingi danau. Wisatawan yang berkunjung ke perkampungan ini juga dapat berkeliling ke perkebunan, pertanian, serta melihat tanaman-tanaman khas Betawi di pelataran rumah-rumah penduduk. Apabila berkunjung ke pelataran rumah penduduk, tak jarang pengunjung akan dipetik buah sebagai tanda penghormatan. Jika wisatawan tertarik memetik dan membawa pulang buah-buahan tersebut, maka pengunjung dapat membelinya dengan terlebih dahulu bernegosiasi harga dengan pemiliknya. Buah-buahan yang tersedia di perkampungan ini antara lain belimbing, rambutan, jambu, dukuh, menteng, mengkudu, nam-nam, kecapi, jengkol, dan masih banyak lagi.

Pada saat ini sesuatu yang berbau ataupun berwarna tradisional cenderung dianggap rendah dan cenderung ditinggalkan oleh masyarakat apalagi khususnya di DKI Jakarta yang berbagai macam budaya baik dari dalam negeri maupun luar masuk ke kota ini dengan tidak terkendali. Perkampungan budaya betawi merupakan tempat pariwisata yang baik sebagai tempat hiburan sekaligus pendidikan. Tetapi bagaimanapun masyarakat ingin datang ke tempat tersebut jika masyarakat tidak memiliki informasi atau gambaran bahwa tempat tersebut menarik. Dalam hal ini harus ada media pendukung yang akan menginformasikan atau mempromosikan Perkampungan Budaya Betawi, sehingga dengan adanya media promosi tersebut masyarakat dapat tertarik untuk datang ke tempat pariwisata tersebut. Untuk mempromosikan tempat tersebut dapat melalui beberapa media, salah satunya adalah media cetak yang didalamnya terdapat brosur, banner, spanduk, kalender, dll. Media cetak merupakan salah bentuk komunikasi yang inovatif karena menggunakan gambar dan tulisan sehingga seseorang dapat dengan mudah menerima

pesan yang terdapat didalam media tersebut, media cetak juga dapat di baca di mana saja. Media promosi yang dikemas dengan matang dan menggunakan unsur desain grafis akan membuat masyarakat tertarik. Hal ini dikarenakan media promosi yang sudah ada terlihat kuno dan terkesan membosankan maka dengan desain media promosi yang modern diharapkan dapat menarik minat masyarakat.

Tujuan Penelitian

1. Ingin memberikan informasi kepada masyarakat Indonesia tentang Perkampungan Budaya Betawi.
2. Agar masyarakat tertarik untuk datang ke perkampungan budaya betawi.

Metode Penelitian

Dalam penulisan Penulisan ini, penulis mengumpulkan data melalui berapa metode, diantaranya adalah :

1. Studi lapangan, yaitu memperoleh data dengan cara mendatangi Perkampungan Budaya Betawi dan melakukan wawancara kepada pihak yang dianggap mengerti tentang permasalahan Penulisan ini, yaitu dengan salah seorang pengurus Perkampungan Budaya Betawi.
2. Studi Kepustakaan, yaitu memperoleh data dengan membaca dan mempelajari buku-buku yang berkaitan dengan budaya Betawi di Indonesia. Serta pendapat-pendapat para ahli yang berkaitan dengan permasalahan yang dibahas dalam Penulisan ini.

Hasil dan Pembahasan

Salah satu jenis media komunikasi ialah media cetak. Media cetak merupakan suatu barang yang dicetak di kertas maupun benda sejenis kertas. Seperti meliputi surat kabar, buku, dan majalah, brosur serta segala macam yang di cetak dengan menggunakan kertas maupun benda sejenisnya. Dengan media cetak seseorang hanya dapat melihat dalam bentuk gambar maupun tulisan.

Dari semua media komunikasi yang ada media cetak adalah media yang paling tua. Media cetak merupakan alat yang dapat memberikan berbagai macam wawasan kepada khalayak luas. Wawasan mengenai politik, ekonomi, budaya, iklan, promosi, entertainment, dll. Dalam media cetak

informasi yang disajikan dapat lebih banyak, karena bentuk dari media cetak itu sendiri, sehingga dapat membahas informasi yang di berikan secara luas dan detail. Menurut Abede dalam bukunya yang berjudul Kuliah Komunikasi Pengantar dan Praktek (2002:103) menyatakan ciri-ciri media cetak, yakni :

1. Daya tampungnya tinggi (memiliki peluang untuk menambah halaman),
2. Daya dokumentasinya tinggi (sangat mudah disimpan atau diperbanyak),
3. Jaringan distribusinya terbatas (karena sifatnya yang literer)”.

Desain dan Aplikasi



Gambar 1
Logo

Ketetapan logo dan warna dimaksudkan untuk menjaga keterbacaan dan tampilan visual secara optimal, guna menghindari ketidak jelasan penglihatan pada logo dan menjaga konsistensi warna.



Gambar 2
Ketetapan warna Logo



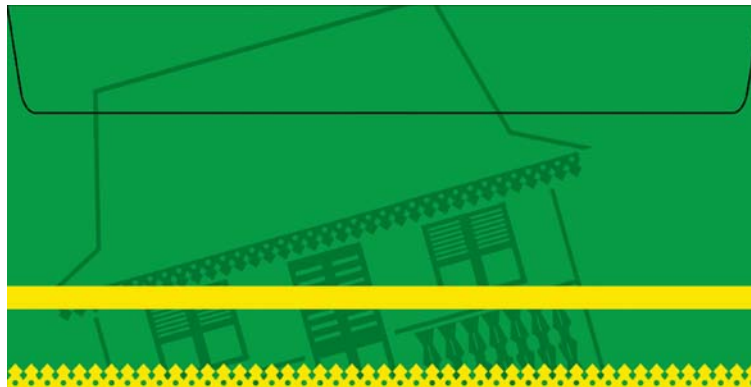
Gambar 3
Kartu Nama



Gambar 4
Adres Label



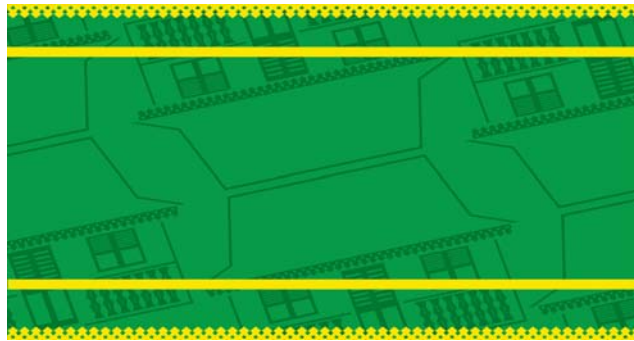
Gambar 5
Amplop C 6/5 Tampak Depan



Gambar 6
Amplop C 6/5 Tampak Belakang



Gambar 7
Amplop C4 Tampak Depan



Gambar 8
Amplop C4 Tampak Belakang



Gambar 9
Map Tampak Depan



Gambar 10
Map Tampak Belakang



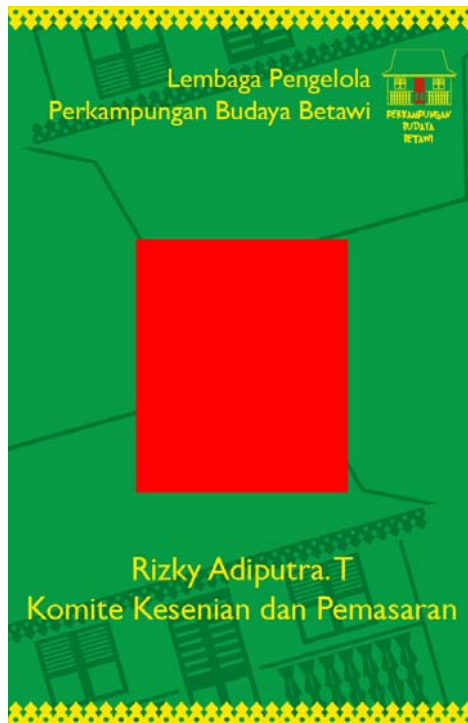
Gambar 11
Tiket Parkir Mobil



Gambar 12
Tiket Parkir Motor



Gambar 13
Tiket Sepedah Air



Gambar 14
Kartu Petugas Tampak Depan



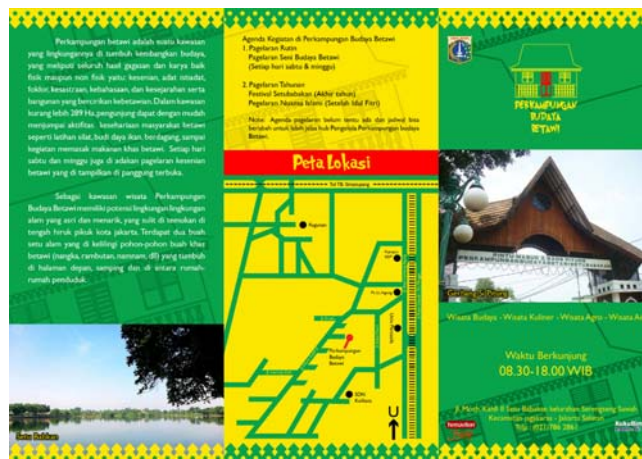
Gambar 15
Kartu Petugas Tampak Belakang



Gambar 16
Petunjuk Arah



Gambar 17
Poster



Gambar 18
Brosur Tampak Depan



Gambar 19
Brosur Tampak Belakang

Kesimpulan

Berdasarkan penyusunan dari bab-bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa dalam penyusunan sebuah media promosi memerlukan beberapa tahapan penting, dimulai dari riset, analisa, penyusunan konsep dan pendalamannya, proses desain yang meliputi pra produksi, produksi, dan paska produksi, kemudian evaluasi ulang setelah media promosi telah dijalankan. Melalui tahapan-tahapan tersebutlah sebuah media promosi diharapkan dapat meningkatkan promosi tempat wisata yang bersangkutan.

Daftar Pustaka

Darmaprawira W.A., Sulasmi. 2002. Warna: teori dan kreativitas penggunaannya ed. ke-2. Bandung : ITB.

Hendratman, Hendi. 2006. Tips n Trix Computer Graphics Design!. Bandung: Informatika.

Kusrianto, Adi. 2009. Pengantar Desain Komunikasi Visual, Edisi Kedua. Yogyakarta: ANDI.

Mulyana, Deddy (2005). Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.

Safanayong, Yongky. 2006. Desain Komunikasi Visual Terpadu. Jakarta : ARTE INTERMEDIA.

Sihombing, Danton (2001). Tipografi Dalam Desain Grafis. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.