

PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL SANGGAR TARI GITO MARON

Rama Dimas Ade Kusuma¹, Deddi Duto Hartanto, S.Sn., M.Si², Merry Sylvia, S.Sn³

1. Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain,

2. Universitas Kristen Petra, Surabaya

rmdms09@yahoo.co.id

ABSTRAK

Sanggar Tari Gito Maron merupakan wadah mengembangkan bakat dan memacu kreativitas seni bagi kaum muda di Surabaya. Permasalahannya adalah tidak memiliki media untuk komunikasi secara visual sehingga pihak Sanggar Tari Gito Maron meminta untuk mendesain komunikasi visual yang sesuai dengan karakteristik dan citra dari Sanggar Tari Gito Maron serta menyadarkan masyarakat akan kebudayaan tarian tradisional Indonesia.

Kata kunci: Komunikasi Visual, Perancangan, Sanggar Tari Gito Maron

ABSTRACT

Title: Visual Communication Design Gito Maron Dance Studio

Gito Maron Dance Studio is a place to develop talent and stimulate artistic creativity for young people in Surabaya. The problem is not having a visual medium for communication so that the Dance Studio Gito Maron asks for visual communication design in accordance with the characteristics and the image of Gito Maron Dance Studio and make people aware of the culture traditional Indonesian dances.

Keywords: Visual Communication, Design, Gito Maron Dance Studio

Pendahuluan

Kebudayaan Indonesia sangatlah kaya akan keanekaragamannya dan patutnya sebagai warga negara haruslah menjaga dan melestarikan segala kebudayaan Indonesia supaya tidak mengalami kepunahan budaya dan tidak kehilangan identitas budaya yang telah ada sejak dahulu. Salah satu budaya yang harus dilestarikan adalah tarian adat atau juga disebut tarian daerah tradisional, yang saat ini keadaannya makin memprihatikan disebabkan banyak sekali generasi muda terpengaruh budaya luar yang begitu banyak memasuki Indonesia melalui media yang telah berkembang.

Budaya asing yang masuk saat ini dan sedang gencar salah satunya adalah tarian *Gangnam Style*, hingga *Gangnam Style* dinobatkan *Guinness World Record* pada tanggal 20 September 2012 (Steviani, par 2). *Gangnam style* merupakan istilah yang digunakan oleh warga Korea Selatan untuk menggambarkan gaya hidup mewah yang berhubungan dengan Distrik Gangnam (Fekadu 1), sebuah kawasan yang makmur dan trendi di Seoul yang terkenal sebagai area elit

tempat tinggal banyak artis papan atas, publik figur, maupun para orang terkenal lainnya serta 90% dari 300 klinik operasi plastik di Korea Selatan terdapat di Distrik Gangnam (Benjamin 1).

Sebenarnya Indonesia tidak kalah dengan negara lain dan sangatlah beranekaragam dengan jumlah kurang lebih 3000 tarian tradisional menurut sejarah dan perkembangannya ("Adoel", par1). tradisi kuno tarian dan drama dilestarikan di berbagai sanggar dan sekolah seni tari yang dilindungi oleh pihak keraton atau akademi seni yang dijalankan pemerintah. Namun saat ini sudah banyak sekali tarian bertambah lama kian hilang dan kurang dipelihara oleh masyarakat dari daerahnya sendiri maupun masyarakat Indonesia secara luas, masalah tersebut yang menjadikan bangsa Indonesia kelak akan kehilangan identitas budaya khususnya tarian.

Bahkan akhir-akhir ini negara tetangga yaitu Malaysia sempat mengklaim beberapa tarian yang ada di Indonesia seperti Tari Pendet, Reog Ponorogo, Kuda Lumping, Tari Piring (Dedi, par 5). Melihat hal tersebut sangat disayangkan sebab kebudayaan kita

seolah tidak pernah diperhatikan secara mendalam dan kurang rasa memiliki yang tinggi sehingga diklaim negara lain, namun sebagai masyarakat Indonesia patutnya memperhatikan kembali segala kebudayaan yang ada dan menjadikan bangsa ini tetap kaya selamanya.

Meskipun realita sesungguhnya tari Indonesia yang begitu memprihatinkan tetapi masih ada beberapa masyarakat yang masih mencintai dan melestarikan tarian bahkan mengembangkannya, namun itu tidak cukup karena tarian tidak hanya satu jenis tetapi beranekaragam tarian, dan itu yang menjadikan kewajiban masyarakat Indonesia melestarikan pada generasi muda kini dan masa yang akan datang supaya tidak terjadi kembali hal yang memalukan untuk saling klaim budaya yang sebenarnya tidak perlu terjadi.

Salah satu masyarakat Indonesia yang berkecimpung dalam dunia tarian adalah Dimas Pramuka, dimana seorang kelahiran Tulungagung yang merupakan pecinta seni tari dan didukung lulusan dari Sekolah Tinggi Wilwatikta ini sangat bersemangat menjalani profesinya sebagai orang yang bekerja dan melestarikan seni budaya tari itu sendiri. Pengalamannya di bidang tari sudah tidak perlu diragukan karena banyak sekali prestasi yang telah diraih seiring dengan bertambahnya kematangan dalam berkarir, meskipun tidak hanya tarian saja yang menjadi andalannya tetapi segala bidang yang berasas kesenian dapat dilakukan seorang Dimas Pramuka dengan baik.

Memulai karir pertama Dimas Pramuka mendirikan sebuah sanggar tari yang bernama Gito Maron yang dipimpin dan dikelola sendiri. Sanggar Tari Gito Maron sendiri terletak hanya di Surabaya dan tidak terdapat di daerah lain dan merupakan wadah bagi anak muda Surabaya khususnya dan masyarakat Indonesia pada umumnya. Sanggar ini memiliki beberapa macam jenis tarian seperti tarian tradisional, tarian klasik, tarian moderen, ataupun tarian kontemporer, sehingga Sanggar Tari Gito Maron selalu kreatif dan inovatif dengan mengikuti perkembangan jaman serta terdapat ekstra tambahan demi pembentukan penari yang handal dengan dibekali materi fashion, etika, kepribadian, tata rias, tata pentas, dan komposisi. Sehingga individu satu sama lain dapat tampil secara maksimal dalam sebuah acara pementasan baik domestik maupun Internasional dengan beberapa hasil yang telah dicapai seperti Juara 1 BCA Award Nasional 2012, Juara 1 BMPD Jawa Timur 2011, dan misi kenegaraan di beberapa negara seperti Jepang, Australia, London, Hongkong, dan lain sebagainya.

Maka melihat situasi ini Sanggar Tari Gito Maron sangat membutuhkan komunikasi visual dengan segera supaya semakin dikenal masyarakat secara luas

atas yang hendak disampaikan pada masyarakat sehingga menjadi pencitraan yang tertanam dalam benak masyarakat dibandingkan dengan sanggar tari lainnya. Komunikasi visual merupakan komunikasi melalui penglihatan, Komunikasi visual merupakan rangkaian proses penyampaian kehendak atau maksud tertentu kepada pihak lain dengan penggunaan media penggambaran yang hanya terbaca oleh indera penglihatan. Komunikasi visual mengkombinasikan seni, lambang, tipografi, gambar, desain, grafis, ilustrasi, dan warna dalam penyampaiannya ("Teori", par 1).

Selama ini sanggar tidak hanya tinggal diam menunggu peminat namun sudah berupaya untuk melebarkan jaringan baik di Surabaya maupun kota-kota lainnya dengan beberapa hal seperti logo, brosur, spanduk, stiker mobil, dan situs blog. Tetapi hal tersebut tidak berlangsung lama sebab konsistensi masih kurang terjalin dengan benar seperti halnya tidak mencetak kembali brosur, kurang melakukan kegiatan promosi berkelanjutan maupun pencitraan yang kurang terbangun di mata masyarakat luas secara umum saat ini.

Metode Penelitian

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam Perancangan Komunikasi Visual Sanggar Tari Gito Maron ini menggunakan sumber data primer dan sekunder, yakni: wawancara, pengamatan langsung, dokumentasi pribadi, kepustakaan dan internet.

Sedangkan metode analisa data yang digunakan ialah Menurut Patton analisis data adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori, dan satuan uraian dasar. (dikutip dalam Hasan 98). *"The overall evolution of a company's strengths, weaknesses, opportunities, and threats is called SWOT analysis. It involves monitoring the external and internal marketing environment"* (Kotler dan Keller 50). Analisa SWOT merupakan sebuah bentuk analisa yang dibuat berdasarkan situasi yang terjadi pada lingkungan yang berhubungan dengan objek yang dianalisa. Dengan menggunakan analisa SWOT, dapat diketahui permasalahan yang ada didalam analisis, yaitu dengan membandingkan kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), kesempatan (*opportunity*), serta ancaman (*threath*).

Pembahasan

Proses pembuatan sebuah komunikasi visual ini supaya *target audience* dapat lebih mengenal dan mendapat informasi yang tepat mengenai Sanggar Tari Gito Maron, sebab selama ini dalam benak masyarakat khususnya *target audience* selalu berpikiran bahwa tarian tradisional selalu ketinggalan jaman atau sering disebut kuno. Waktu yang ditempuh untuk menyelesaikan sebuah komunikasi visual

membutuhkan waktu 4 bulan yaitu 2 bulan untuk penelitian dan 2 bulan untuk pembuatan visual hingga cetak akhir.

Dalam pengambilan dokumentasi pribadi didukung oleh pemilik Sanggar Tari Gito Maron yaitu Dimas Pramuka Admaji dan orang yang berkecimpung dalam Sanggar Tari seperti para pelatih tari. Pertama kali yang dilakukan dalam pengambilan data adalah sejarah Sanggar Tari Gito Maron, kemudian dilanjutkan dengan produk tarian, dan semua bukti prestasi yang telah diraih Sanggar Tari Gito Maron. Pengambilan data tersebut tidak hanya berupa lisan namun didukung dengan bukti berupa visual untuk memperkuat beberapa hal yang memerlukan sebuah bukti yang nyata, tetapi meskipun data yang didapat tidak lengkap dan tidak dengan kondisi yang baik maka memerlukan sebuah sentuhan *editing* guna memperjelas sebuah visual sehingga layak untuk ditampilkan pada komunikasi visual. Visual yang didapat, diseleksi dengan mempertimbangkan kualitas visual. Visual yang terpilih diedit melalui *software* photoshop untuk *cropping*, memperbaiki ketajaman dan mengkoreksi warna.

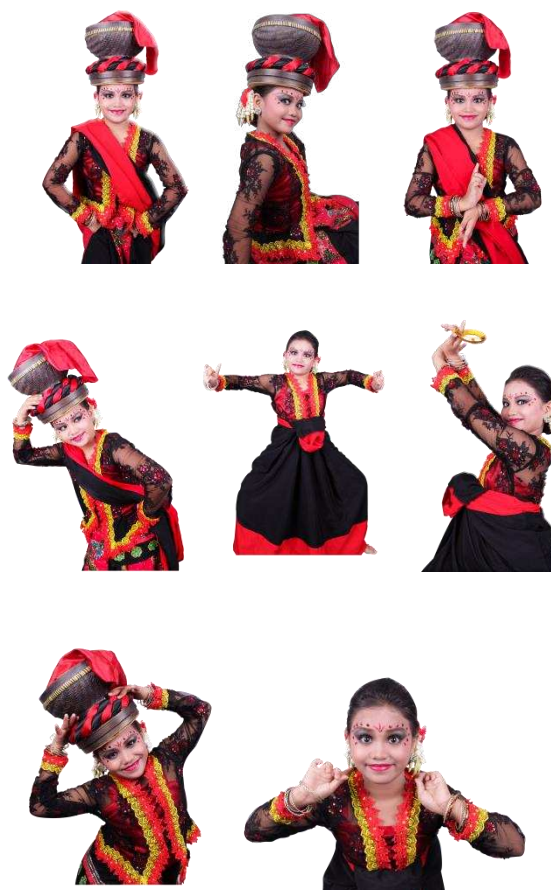


Gambar 1. Foto sebelum dan sesudah *editing* menggunakan *software* photoshop

Setelah mendapatkan data visual yang baik, selanjutnya menyusun sebuah media komunikasi visual yang dibutuhkan supaya dapat menyampaikan informasi yang tepat sasaran pada *target audience*. Media yang digunakan adalah buku *company profile*, brosur, poster, media sosial facebook dan twitter, dan media pendukung dalam sanggar seperti tas, kartu iuran, amplop, formulir, kartu nama, kwitansi, Map, Pin dan Stiker.

Dalam menyampaikan sebuah komunikasi visual haruslah berkesinambungan, sehingga *target audience* paham maksud dari sebuah komunikasi visual yang disampaikan Sanggar Tari Gito Maron, dan untuk visual utama yang digunakan merupakan salah satu tarian yang dapat menggambarkan secara jelas Sanggar Tari Gito Maron yaitu tari Geleng Ro.om.

visualisasi yang ditampilkan yaitu beberapa gerakan yang merupakan ciri khas dari tari Geleng Ro.om sehingga memberikan kesan tersendiri dalam sebuah visualisasi di beberapa media yang digunakan dalam komunikasi visual. Karena *target audience* yang didominasi usia muda yaitu 10-20 tahun, maka sentuhan emosional sangat diperlukan guna menjadi daya tarik tersendiri.



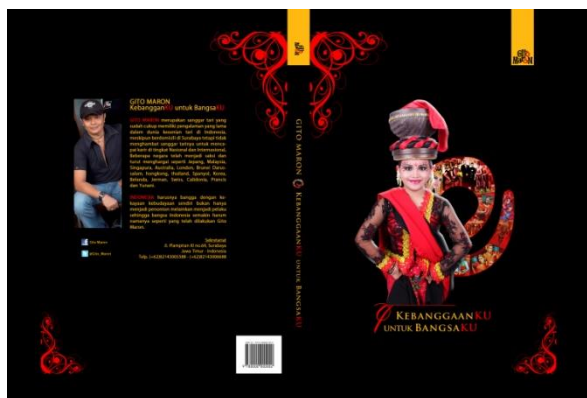
Gambar 2. Foto gerakan tarian geleng ro.om

Gerakan tarian Geleng Ro.om tersebut merupakan ilustrasi utama dalam aplikasi sebuah media sehingga menjadikan kesinambungan antara media satu dengan yang lainnya serta memperkuat sebuah pesan komunikasi visual Sanggar Tari Gito Maron.

Media merupakan langkah selanjutnya untuk menerapkan semua persiapan yang telah digunakan supaya *target audience* dapat menerima informasi secara baik. Media yang digunakan yaitu buku *company profile*, brosur, map, kartu iuran, kartu nama, tas kertas, amplop, formulir, kop surat, kwitansi, pin, dan stiker.

Pada media buku *company profile* mengisikan sebuah asal usul Sanggar Tari Gito Maron dengan menungkapkan latar belakang, profil pemilik, dan prestasi selama ini, sehingga *target audience* dapat

mendapatkan informasi yang sangat detail dan sangat yakin dengan kualitas Sanggar Tari Gito Maron.



Gambar 3. Cover buku company profile



Gambar 4. Isi buku company profile

Sedangkan untuk media brosur menampilkan secara langsung produk semua tarian Sanggar Tari Gito Maron supaya *target audience* dapat melihat keseluruhan jenis tarian secara singkat. Pada media brosur menampilkan visual tiap tarian dan sedikit penjelasan inti makna dari tarian tersebut.



Gambar 5. Brosur



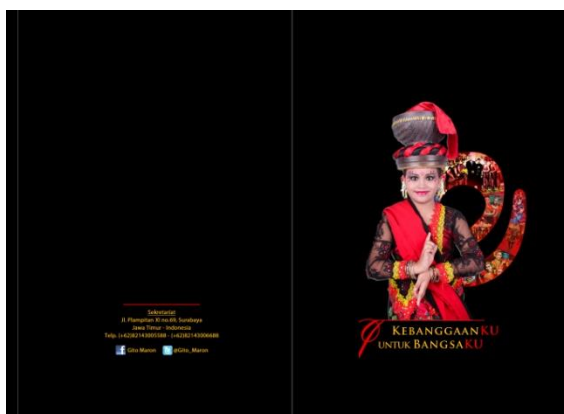
Gambar 5. Brosur (sambungan)

Untuk pemilik Sanggar Tari Gito Maron sendiri memerlukan sebuah identitas diri supaya dapat memberikan formalitas tinggi pada *client*, sehingga kartu nama merupakan salah satu media penunjang yang simpel dan efektif untuk digunakan.

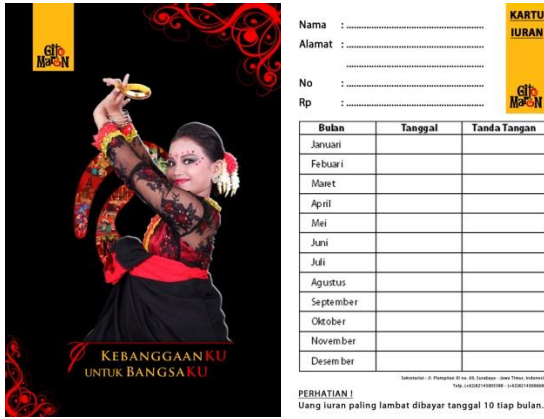


Gambar 6. Kartu nama

Berikutnya Sanggar Tari Gito Maron sendiri juga memerlukan sebuah perlengkapan komunikasi visual yang berkesinambungan dengan media lain atau disebut dengan penunjang sebagai pengingat *target audience* apabila suatu saat terdapat di beberapa tempat tertentu.



Gambar 7. Map



Gambar 8. Kartu iuran



Gambar 11. Kwitansi

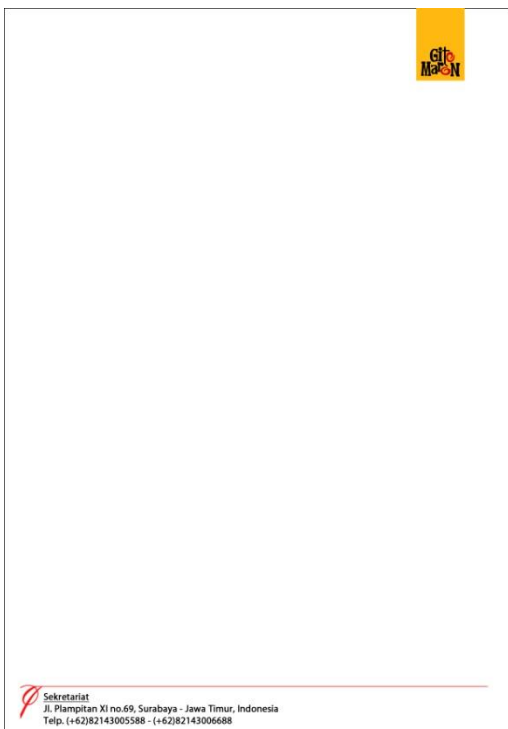


Gambar 9. Amplop



Gambar 12. Tas Kertas

Untuk menyentuh *target audience* yang berada diluar dan tidak ada tautan sedikitpun dengan seni, maka didukung dengan beberapa sosial media internet dan poster guna menunjang promosi dan daya tarik pada Sanggar Tari Gito Maron dan tidak lupa memberikan buah tangan yang disukai semua kalangan atas kepercayaan *target audience* pada Sanggar Tari Gito Maron.



Gambar 10. Kop Surat



Gambar 13. Poster dan media sosial



Gambar 14. Stiker dan pin

Simpulan

Kesimpulan dalam pengerjaan perancangan komunikasi visual sanggar tari gito maron ini dengan latar belakang mengenai kebudayaan tari yang semakin tidak diminati masyarakat khususnya generasi muda, dikarenakan pemikiran akan tarian Indonesia yang tradisional dan tidak *modern* sehingga minat akan tarian Indonesia sangat memprihatinkan.

Hal tersebut dialami beberapa sanggar tari yang kekurangan murid karena kurangnya peminat tarian tradisional, termasuk objek perancangan sanggar tari gito maron yang tidak memiliki komunikasi visual sehingga tidak menarik peminat *target audience*. Melihat hal tersebut terbentuklah perancangan ini untuk membantu sanggar tari gito maron menarik *target audience* untuk lebih menyukai tarian tradisional.

Melalui proses pengambilan data lapangan dan penyesuaian data pribadi sanggar tari gito maron maka jadilah perancangan komunikasi visual sanggar tari gito maron yang memberikan pesan “Kebangganku untuk bangsaku”. Diharapkan dengan perancangan ini dapat menarik *target audience* dan bangga akan tarian tradisional guna menjaga dan mengembangkan tarian tradisional dimasa yang akan datang.

Daftar Pustaka

Adoel. “Daftar Lengkap Tarian Tradisional Indonesia”.2012. 5 Februari 2013. <<http://www.ngikik.com/daftar-lengkap-tarian-tradisional-indonesia.html>>.

Benjamin, Jeff. *Fall in Love With Psy’s Gangnam Style*. Amerika: Billboard,2012.

Fekadu, Mesfin. *Wild, Crazy Style*.Amerika:New York Times, 2012.

Hasan, Iqbal. *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*.Ghalia Indonesia: Jakarta, 2002.

Kotler, Philip. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisa Kasus*. Jakarta: Pustaka Utama Grafitti, 1992.

Kotler, Philip. *Marketing Management Millenium Edition*, Tenth Edition, Prentice-Hall, Inc.2002.

Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran 2*. Jakarta: Prehalindo, 2002.

Steviani, Annisa. *Gangnam Style Masuk Rekor Dunia*.Jakarta:Detik.com, 2012.