

BAB II

KERANGKA KONSEP

A. Penegasan Judul

PERANCANGAN KAMPANYE PENGENALAN CAGAR BUDAYA EKS KARESIDENAN BANYUMAS MELALUI INSTAGRAM BANJOEMAS HISTORY HERITAGE COMMUNITY PADA PANDEMI COVID-19

Sebuah karya kreatif yang penulis kerjakan mengenai perancangan kampanye pengenalan cagar budaya eks karesidenan Banyumas melalui instagram Banjoemas History Heritage Community pada pandemi COVID-19 saat ini. Proses kegiatan kreatif ini penulis kerjakan dari bulan Februari – Agustus 2020. Proses kreatif ini penulis kerjakan secara berkala hingga terselesaikannya perancangan kampanye ini.

Proses kegiatan perancangan kampanye pengenalan cagar budaya eks karesidenan Banyumas melalui instagram Banjoemas History Heritage Community pada pandemi COVID-19 ini dilakukan untuk mengajak masyarakat lebih peduli dengan cagar budaya yang ada di wilayahnya. Penulis berharap dengan proses kreatif seperti ini dapat menarik minat masyarakat untuk mengenal lebih dalam cagar budaya eks karesidenan Banyumas. Konsep yang diusung dalam kampanye ini penulis sesuaikan dengan keadaan saat ini dimana pandemi COVID-19 yang mengakibatkan masyarakat memiliki keterbatasan ruang dalam berpergian atau keluar rumah, sehingga dengan adanya informasi melalui media sosial Instagram menjadi alternatif rujukan untuk mengenalkan bangunan cagar budaya kepada masyarakat luas dan remaja di wilayah eks Karesidenan Banyumas.

B. Konsep yang Digunakan

Dalam sebuah karya kreatif, tentunya berpedoman dalam sebuah konsep yang matang untuk menghasilkan karya yang bagus dan sesuai dengan keinginan. Konsep dalam kampanye pengenalan cagar budaya tentunya juga sangat penting dalam penyampaian dan desain yang dapat di mengerti oleh masyarakat luas khususnya masyarakat setempat yang dekat dengan cagar budaya tersebut. Tentunya cara pengenalan dan tingkat kreatifitas juga dapat berpengaruh penting terhadap penyampaian informasi melalui desain kampanye melalui Instagram.

Berikut beberapa konsep rancangan untuk membuat karya:

1. Membuat ide dan konsep

Proses pembuatan konsep dilakukan dari awal sebelum mengerjakan karya kreatif melalui observasi untuk mengumpulkan data untung perancangan karya kreatif.

2. Menentukan target

Menentukan siapa target yang akan di tuju dalam melakukan kampanye, agar kampanye dapat terlaksana dengan lancar dan sesuai tujuan

3. Pengumpulan data

Mengumpulkan data dalam pembentukan konsep seperti wawancara, observasi, dan studi Pustaka. Tak luput dari menentukan waktu untuk melakukan wawancara terhadap founder atau ketua dari komunitas yang bergerak di cagar budaya tangible atau kebendaan eks karesidenan Banyumas.

4. Menentukan media

Penentuan media yang akan di gunakan dalam kampanye adalah media sosial Instagram dan media cetak sebagai poster.

5. Pembuatan Logo kampanye

Dalam sebuah kampanye logo dalam sebuah kampanye juga dapat berperan penting, karena logo sendiri sebagai identitas berjalannya kampanye selama periode yang di tentukan.

B.1. Desain Grafis

Secara umum pengertian dari desain grafis adalah salah satu bentuk seni lukis (gambar) terapan yang memberikan kebebasan kepada sang desainer (perancang) untuk memilih, menciptakan, atau mengatur elemen rupa seperti ilustrasi, foto, tulisan, dan garis di atas suatu permukaan dengan tujuan untuk diproduksi dan dikomunikasikan sebagai sebuah pesan. Gambar maupun tanda yang digunakan bisa berupa tipografi atau media lainnya. Desain grafis umumnya diterapkan dalam dunia periklanan, packaging, perfilman, dan lain-lain.

1. Prinsip Desain Grafis

Desain grafis memiliki elemen dasar dalam pembuatan sebuah komunikasi yang nantinya akan dibagikan kepada komunikan lainnya. Tujuannya adalah agar informasi yang kita berikan tersampaikan dengan baik. Berikut merupakan prinsip yang mendasari desain grafis.

a. Keseimbangan

Keseimbangan merupakan poin penting dalam kesuksesan desain grafis. Keberhasilan sebuah desain ditentukan oleh keseimbangan dalam penyajian gambar, warna, kontras dan lainnya. Agar mendapat keseimbangan yang sempurna, hal yang bisa dilakukan adalah mengatur berat visual masing-masing elemen.

b. Kesatuan

Secara defintif kesatuan berarti “kesinambungan antara beberapa elemen yang tampak tidak menyatu dan harmonis dalam sebuah desain”. Kesatuan memiliki peran yang penting dalam penyajian informasi. Dalam branding dikatakan bahwa kesatuan dapat membentuk karakter, memunculkan suatu ingatan dan menciptakan perbedaan. Bisa kita lihat dari beberapa perusahaan di Indonesia.

c. Ritme

Ritme dalam desain grafis mengacu dalam pengulangan unsur visual dengan jarak tertentu yang menciptakan suatu pola atau tekstur pada desain. Irama ini dapat muncul atau diciptakan melalui repetisi dan visual. Reptisi merupakan penyusunan unsur visual yang diulang secara konsisten, visual sendiri memiliki arti pengulangan unsur visual yang disertai dengan perubahan ukuran, bentuk, ataupun posisi.

d. Proporsi

Proporsi adalah perbandingan dimensi bentuk yang merupakan hubungan antara satu elemen dengan elemen lainnya. proporsi dapat diartikan sebagai perubahan ukuran tanpa perubahan ukuran panjang, lebar maupun tinggi sehingga gambar dengan perubahan proporsi sering terlihat distorsi.

2. Elemen elemen Desain Grafis

Setiap elemen desain grafis mempunyai sifat yang berbeda. Masing-masing sifat dari elemen perlu dipelajari sehingga untuk menggabungkan sekian banyak elemen menjadi bentuk yang serasi

diperlukan pemahaman sifat atas setiap elemen menurut pujiriyanto (2005 : 87) , elemen-elemen tersebut antara lain :

a. Garis

Suatu elemen desain grafis yang terdiri dari unsure titik yang memiliki peran untuk mendukung keindahan, keseimbangan, dan harmoni. Setiap bentuk garis yang berbeda memiliki karakter yang berbeda. Desain grafis juga mengenal beberapa bentuk garis mulai dari garis lengkung, lurus, dan juga kombinasi. Ketiga bentuk tersebut pastinya memberi karakter masing-masing, sehingga Anda saat ini bisa memahami bagaimana unsur penting dari sebuah garis dalam desain grafis. (Pujiriyanto, 2005)

b. Bentuk

merupakan suatu wujud yang menempati ruang yang biasanya mempunyai dimensi dua atau tiga. Suatu bentuk dapat dibuat beraturan atau sebaliknya. Bentuk memang masih identik dengan objek, akan tetapi lebih memiliki makna tertentu yang memang secara umum menghadirkan wujud dua dimensi. Akan tetapi dari unsur bentuk tersebut masih dibagi menjadi tiga bagian yakni bentuk geometris, natural, hingga bentuk abstrak. Dari ketiga bentuk tersebut, kita bisa memilih bagaimana aspek pembuatannya hingga memang menjadi satu unsur kesatuan pada sebuah bentuk. Pada sisi bentuk geometris masih identik dengan bentuk kotak, persegi, segitiga, lingkaran dan lainnya. Sedangkan dari natural memberi tema hewan, tumbuhan, hingga manusia. Sedangkan dari bentuk abstrak inilah yang terlihat lebih sederhana bahkan memperlihatkan sebuah simbol di sebuah fasilitas umum ataupun lainnya.

Selain pada aspek bentuknya, ada kategori sifat yang mana masih dibagi lagi menjadi tiga bagian diantaranya huruf, simbol, dan bentuk nyata. Secara harfiah sifat huruf ini mampu memperlihatkan bentuk visual baik itu dari bahasa verbal ataupun bentuk visual. Anda bisa melihat unsur sifat dari bentuk dalam wujud huruf seperti A, C, D, dan lainnya.

Sedangkan dari sifat bentuk berupa simbol juga berbeda namun masih mewakili beberapa bentuk benda lebih sederhana. Nantinya dari wujud bentuk simbol ini masih harus melalui beberapa proses untuk bisa memahami apa saja tujuan dan makna dari setiap bentuk simbol.

Seperti beberapa contoh kasus dimana proses pembuatan simbol memang harus berisi beberapa makna, sehingga seseorang yang melihatnya akan mencermati dan sedikit berpikir untuk mengetahui apa saja makna yang tersimpan di dalam sebuah simbol.

Sedangkan dari bentuk nyata atau disebut sebagai form ini, memang memperlihatkan berbagai macam akses dalam memperlihatkan kondisi fisik hingga wujud nyata pada sebuah objek. Secara keseluruhan, prosedur dari pembuatan desain bentuk nyata tersebut memang sering mendatangkan akses pembuatan secara lebih detail, sehingga siapa saja bisa langsung mendapatkan wujud desain paling tepat. (Pujiriyanto, 2005)

c. Tekstur

merupakan keadaan atau gambaran yang menyangkut sifat dan kualitas fisik permukaan suatu benda, seperti kusam, mengkilap, kasar, halus yang dapat diaplikasikan dalam desain. Di butuhkan

keterampilan tersendiri untuk menggabungkan berbagai macam texture pada karya, karena belum ada aturan khusus untuk hal ini. (Pujiriyanto, 2005)

d. Ruang atau Space

merupakan sesuatu yang terkait dengan tingkat kedalaman sehingga memberikan kesan jauh, dekat, tinggi, dan rendah. Hubungan antar ruang merupakan bagian dari perencanaan desain, apakah berupa jarak antar huruf atau huruf dengan gambar. (Pujiriyanto, 2005)

3. Unsur komunikasi grafis

Garis memiliki unsur-unsur yang dapat di gabungkan dan di rancang dengan baik untuk menghasilkan sebuah media komunikasi yang komunikatif dan sugesif. Unsur-unsur tersebut yaitu teks, ilustrasi, tipografi, dan warna. Berikut adalah sebuah penjelasan dari unsur-unsur tersebut. (Pujiriyanto, 2005)

a. Teks

Teks adalah suatu elemen grafis selain gambar, maka dapat di olah agar teks dapat berfungsi sebagai gambar dan sebaliknya gambar dapat difungsikan sebagai karakter maupun penggalan kata. Menggabungkan teks dan gambar adalah satu Teknik sehingga keduanya menjadi kesatuan image yang mampu menyampaikan informasi yang jelas (Adi Kusrianto, 2007)

b. Ilustrasi

Ilustrasi merupakan unsur grafis yang sangat vital dan dapat disajikan mulai dari goresan atau titik sederhana sampai dengan yang

kompleks. Ilustrasi dapat berupa gambar, foto, maupun grafis lainnya. Gambar merupakan penjelasan yang dapat menerjemahkan isi iklan secara menyeluruh mampu menarik perhatian sekaligus menangkap pandangan secara sepiintas. Ilustrasi gambar tangan dibuat secara keseluruhan menggunakan tangan dengan memberikan ekspresi dan karakter tertentu untuk mendukung media komunikasi grafis yang dibuat seperti iklan, poster, baliho, dan sebagainya. (Pujiriyanto, 2005)

Berikut beberapa fungsi dari ilustrasi :

- a) Merangsang minat dari pembaca kepada keseluruhan pesan
- b) Menarik perhatian pembaca
- c) Menonjolkan keistimewaan suatu produk
- d) Memberikan penjelasan atas pertanyaan
- e) Menciptakan suasana khas
- f) Memenangkan persaingan
- g) Dramatisasi pesan

c. Warna

Pemilihan Warna adalah suatu hal yang amat penting dalam menentukan respon dari calon pemakai. Warna adalah hal pertama yang dilihat oleh seseorang (terutama warna background). Warna merupakan unsur yang dapat memberikan dampak psikologis kepada orang yang melihat. (Pujiriyanto, 2005)

d. Tipografi

Tipografi adalah seni memilih jenis huruf dari ratusan jumlah rancangan atau desain jenis huruf yang tersedia: menggabungkannya dengan jenis huruf yang berbeda menggabungkan sejumlah kata.

yang sesuai dengan ruang yang tersedia dan menandai naskah untuk proses typesetting, menggunakan ketebalan dan ukuran huruf yang berbeda (Frank Jefkins. 1997)

B.2. Media Sosial Instagram

Definisi media sosial instagram menurut para ahli, bahwa sosial media instagram adalah sebuah kelompok aplikasi menggunakan basis internet dan teknologi web.2.0 yang memungkinkan pertukaran dan penciptaan user-generated content. (Kaplan & Haelein, 2010).

Media sosial memiliki kelebihan dibandingkan dengan media konvensional, antara lain yaitu :

1. Kesederhanaan

Sederhana dalam hal ini berarti *simple* atau mudah digunakan. Jika dibandingkan dengan media lainnya, orang tanpa latar belakang IT pun dapat menggunakan media sosial, yang dibutuhkan hanya komputer dan koneksi internet.

2. Membangun Hubungan

Media konvensional seperti TV dan radio hanya bisa menjalin komunikasi satu arah, namun media sosial dapat melakukan komunikasi 2 arah. Sehingga si pengguna mendapatkan umpan balik secara langsung sehingga hubungan terlihat lebih interaktif.

3. Jangkauan Global

Media sosial juga memungkinkan untuk menyesuaikan konten anda untuk setiap segmen pasar dan memberikan kesempatan bisnis untuk mengirimkan pesan ke lebih banyak pengguna. Pengiriman pesan melalui media sosial tidak dibatasi dengan waktu dan lokasi geografis.

4. Terukur

Dengan sistem tracking yang mudah, pengiriman pesan dapat terukur, sehingga perusahaan langsung dapat mengetahui efektifitas promosi. Tidak demikian dengan media konvensional yang membutuhkan waktu yang lama.

Instagram berasal dari pengertian dari keseluruhan fungsi aplikasi ini. Kata "insta" berasal dari kata "instan", seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan "foto instan". Instagram juga dapat menampilkan foto-foto secara instan, seperti polaroid di dalam tampilannya. Sedangkan untuk kata "gram" berasal dari kata "telegram" yang cara kerjanya untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat.

Adapun sebuah konten terkait kesatuan desain atau template yang akan digunakan. Sebuah templat akan memberikan konsistensi desain yang diperlukan organisasi, perusahaan atau individu. Selain itu, templat biasanya berisi *layout* (tata letak), gaya, desain tertentu dan, terkadang, bidang dan teks yang umum untuk setiap penggunaannya. Templat mengontrol tampilan dan tata letak dari sebuah *output* dari file. Ini menyediakan *framework* (kerangka kerja) yang menyatukan elemen umum, modul dan komponen serta menyediakan lembar gaya berjenjang untuk hasilnya.

Pada aplikasi Instagram, memungkinkan pengguna untuk mengunggah foto dan video ke dalam feed yang dapat diedit dengan berbagai filter dan diatur dengan tag dan informasi lokasi. Instagram menjadi salah satu sosial media yang dapat dimanfaatkan sebagai media pemasaran langsung dan berinteraksi dengan konsumen. Suatu akun dapat mengunggah foto atau video (durasi maksimal 60 detik) sehingga konsumen dapat melihat jenis-jenis barang/jasa yang ditawarkan hingga promosi yang tengah berlangsung.

Instagram memiliki beberapa fitur yang bisa di sebut konten yang berbeda dengan sosial media lainnya. Berikut beberapa fitur yang digunakan di Instagram.

4. Followers (pengikut). Instagram memiliki sistem pengikut, dimana sebuah akun dapat memiliki pengikut maupun menjadi pengikut (mengikuti) pengguna akun lainnya. Dengan adanya pengikut, akan terjalin komunikasi antara sesama pengguna Instagram jika sebuah akun mengunggah foto/video, pengguna lainnya dapat merespon dengan like ataupun komentar. Jumlah like dan komentar dapat menjadikan foto/video populer.
5. Caption (keterangan foto). Setelah proses editing, foto akan dibawa ke halaman selanjutnya, dimana foto akan diberi keterangan lebih lanjut menggunakan teks. Pengguna bisa mendeskripsikan foto yang diunggah menggunakan fitur caption, menyebutkan (mention) pengguna lain, dan memberi hashtag.
6. Lokasi pada instagram menjelaskan sebagai lokasi di mana foto atau feed yang akan di posting.
7. Instagram stories merupakan fitur terbaru yang ditawarkan oleh instagram. Pengguna dapat mengunggah foto atau video secara real time dan foto akan bertahan dalam waktu 24 jam. Setelah 24 jam foto atau video tersebut tidak dapat ditampilkan.

B.3. Kampanye

Kampanye pada prinsipnya merupakan suatu proses kegiatan komunikasi individu atau kelompok yang dilakukan secara terlembaga dan bertujuan untuk menciptakan suatu efek atau dampak tertentu. Rogers dan Storey (1987) mendefinisikan kampanye sebagai “serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan untuk menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu.

1. Tujuan Kampanye

kegiatan komunikasi di dalam kampanye harus dilakukan secara tersusun dan terlembaga. Lembaga tersebut bisa dari pemerintah, pihak swasta, atau dari lembaga swadaya masyarakat. Jadi, pada praktiknya kampanye memiliki tujuan yang beragam tergantung tujuan lembaga itu sendiri. Namun, secara umum tujuan kampanye adalah untuk menggugah isu tertentu dengan menyampaikan informasi produk atau gagasan/ ide yang dikampanyekan sehingga masyarakat menyukai, simpati, peduli, atau berpihak kepada yang melakukan kampanye.

Beberapa contoh kampanye yang ada di masyarakat adalah:

- a. Ajakan untuk menyumbang dana bagi korban bencana alam
- b. Anjuran pemerintah untuk melakukan imunisasi bagi anak
- c. Ajakan sekelompok orang pada masyarakat untuk memilih calon gubernur tertentu.
- d. Anjuran seorang atlet untuk mengkonsumsi makanan yang sehat dan makanan suplemen tertentu.

2. Bentuk dan Jenis Kampanye

Pada praktiknya, ada beberapa bentuk dan jenis kampanye. Namun pada umumnya kegiatan kampanye dilakukan dengan slogan, pembicaraan, media cetak, simbol-simbol, siaran rekaman berbentuk suara dan gambar. Pelaksanaan kampanye juga dilakukan melalui media internet dalam rangka pencitraan yang nantinya berkembang menjadi

upaya persamaan sebuah gagasan atau isu suatu kelompok kepada masyarakat dengan harapan mendapatkan tanggapan.

3. Media Kampanye

Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, ada banyak bentuk dan jenis kampanye. Semua bentuk dan jenis kampanye ini membutuhkan media kampanye sebagai corong untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat.

Beberapa media kampanye yang umum digunakan adalah:

- a. Media Elektronik (televisi, radio)
- b. Media Cetak (koran, tabloid, majalah)
- c. Media Komunikasi Kelompok (pameran, seminar, diskusi panel)
- d. Media Luar-Ruangan (poster, banner, billboard, papan nama)
- e. Media Digital (Website, sosial media, email, aplikasi chatting, dan lain-lain)

B.4. Cagar Budaya

Bersifat Kebendaan Berdasarkan Undang-Undang bahwa Cagar Budaya adalah warisan budaya yang bersifat kebendaan atau yang biasa disebut dengan bersifat tangible. Artinya bahwa warisan budaya yang masuk ke dalam kategori Cagar Budaya adalah warisan budaya yang berwujud konkrit, dapat dilihat dan diraba oleh indra, mempunyai massa dan dimensi yang nyata. Contohnya batu prasasti, candi, nisan makan, dll. Warisan budaya yang bersifat intangible seperti bahasa, tarian dan sebagainya tidak termasuk pada kategori Cagar Budaya. (UURI No. 11 Tahun 2010)

B.5. Undang – Undang Cagar Budaya

Pasal 5. Benda, bangunan, atau struktur dapat diusulkan sebagai

Benda Cagar Budaya, Bangunan Cagar Budaya, atau Struktur Cagar Budaya apabila memenuhi kriteria:

1. berusia 50 (lima puluh) tahun atau lebih;
2. mewakili masa gaya paling singkat berusia 50 (lima puluh) tahun;
3. memiliki arti khusus bagi sejarah, ilmu pengetahuan, pendidikan, agama, dan/atau kebudayaan; dan
4. memiliki nilai budaya bagi penguatan kepribadian bangsa.

PELESTARIAN.

Pasal 53

1. Pelestarian Cagar Budaya dilakukan berdasarkan hasil studi kelayakan yang dapat dipertanggungjawabkan secara akademis, teknis, dan administratif.
2. Kegiatan Pelestarian Cagar Budaya harus dilaksanakan atau dikoordinasikan oleh Tenaga Ahli Pelestarian dengan memperhatikan etika pelestarian.
3. Tata cara Pelestarian Cagar Budaya harus mempertimbangkan kemungkinan dilakukannya pengembalian kondisi awal seperti sebelum kegiatan pelestarian.
4. Pelestarian Cagar Budaya harus didukung oleh kegiatan pendokumentasian sebelum dilakukan kegiatan yang dapat menyebabkan terjadinya perubahan keasliannya.

B.6. Pandemi covid

gejala ringan termasuk pilek, sakit tenggorokan, batuk, dan demam. Sekitar 80% kasus dapat pulih tanpa perlu perawatan khusus. Sekitar 1 dari

setiap 6 orang mungkin akan menderita sakit yang parah, seperti disertai pneumonia atau kesulitan bernafas, yang biasanya muncul secara bertahap. Walaupun gejalanya sama, tapi penyebab virusnya berbeda-beda, sehingga kita sulit mengidentifikasi masing-masing penyakit tersebut. Pemeriksaan medis yang akurat disertai rujukan pemeriksaan laboratorium sangat diperlukan untuk mengonfirmasi apakah seseorang terinfeksi COVID-19. Bagi setiap orang yang menderita demam, batuk, dan sulit bernapas sangat direkomendasikan untuk segera mencari pengobatan, dan memberitahukan petugas kesehatan jika mereka telah melakukan perjalanan dari wilayah terjangkit dalam 14 hari sebelum muncul gejala, atau jika mereka telah melakukan kontak erat dengan seseorang yang sedang menderita gejala infeksi saluran pernafasan. Virus corona ini sangat di takuti oleh manusia yang menjadi wabah pada tahun 2020. Penyakit dari virus ini dapat sangat serius jika tidak di tangani serius juga, karena virus ini dapat menular melalui sentuhan saja, bahkan virus ini dapat menyebabkan kematian.