

Perancangan Iklan Layanan Masyarakat Untuk Mempromosikan Seni Ketangkasan Adu Domba

Agus Saepul Rohman

Universitas BSI, Aguz41@gmail.com

ABSTRAK

Seni ketangkasan Adu domba Garut ini merupakan permainan ketangkasan dan seni pertunjukan rakyat yang berkembang pada masyarakat sunda dan Jawa Barat, Kesenian ini menampilkan ketangkasan jenis domba Garut (priangan) yang "diadakan" berdasarkan peraturan yang sudah disepakati bersama. Dalam mempromosikannya kesenian ini kalah bersaing dengan kegiatan lain yang sudah menggunakan berbagai macam media baik media cetak maupun media digital, maka untuk mempromosikan kesenian ini dibuatlah iklan layanan masyarakat tentang Seni Ketangkasan Adu Domba. Iklan layanan masyarakat itu sendiri merupakan iklan yang digunakan untuk menyampaikan informasi persuasif atau mendidik khalayak yang bersifat sosial, agar masyarakat sebagai audience dapat bertambah pengetahuannya, bertambah kesadaran dan sikapnya, serta berubah perilakunya agar mempunyai pandangan positif dan kehidupan lebih baik. Dengan adanya iklan layanan masyarakat ini diharapkan dapat menarik minat dan rasa ingin tahu masyarakat, menambah pengetahuan tentang kesenian ini dan menambah jumlah wisatawan yang datang ke kabupaten Garut sehingga kesenian ini tetap bertahan di zaman globalisasi pada saat ini.

Kata Kunci: Seni, Ketangkasan, Adu Domba, Promosi, Iklan Layanan Masyarakat

ABSTRACT

Art agility agape Garut sheep is a game of dexterity and art of folk performances that developed in the Sundanese society, this art shows the agility of Garut sheep type (priangan) that "complained" based on the rules that have been agreed upon. In promoting his art is less compete with other activities that have been using various media both print media and digital media, then to promote this art is made public service ads about the Art of Aging Sheep Dance. The public service advertisement itself is an advertisement used to convey persuasive information or educate a social audience, so that the community as an audience can gain more knowledge, increase awareness and attitude, and change its behavior in order to have a positive outlook and a better life. With the public service ads is expected to attract public interest, increase knowledge about this kesenian and increase the number of tourists coming to Garut regency so that this art remains in the era of globalization at this time.

Keywords: Art, Agility Sheep, Dance, Promotion, Public Service Ads

Diterima 15 Mei 2017; Revisi 30 Mei 2017; Disetujui 15 September 2017.

PENDAHULUAN

Garut merupakan salah satu kota di Jawa Barat yang menjadi surganya di tanah priangan, Garut dikenal sebagai *swiss van java* karena pesona alamnya yang sangat luar biasa dengan suasana yang sejuk dan juga bersih. Bukan hal aneh

jika berita tentang indahnya kota Garut tersebar ke seluruh dunia, yang menjadikan kota Garut sebagai tempat pariwisata (www.garutkab.go.id, 2010). Dalam kehidupan sosial budaya, masyarakat kabupaten Garut secara umum masih menunjukkan ciri-ciri dan

sifat-sifat tradisional agraris meskipun arus modernisasi memasuki prose enkulturasi (pembudayaan) (Sarjani, Anno D. 2008). Masyarakat kabupaten Garut yang bersifat religius kritis, kreatif dan disertai dengan semangat kegotongroyongan merupakan potensi dalam pelaksanaan pembangunan yang perlu di lestarikan dan ditingkatkan kearah partisipasi yang positif menuju sasaran yang sudah digariskan (Fokus Jabar. 2017).

KAJIAN LITERATUR

Kehidupan sosial budaya masyarakat, seperti juga kehidupan masyarakat di kabupaten Garut menyangkut kegiatan atau kehidupan kesenian dan olahraga. Jenis-jenis yang sampai sekarang dipelihara dibina dan dikembangkan kebanyakan jenis-jenis kesenian lama dan asli yang di beberapa daerah Jawa Barat kemungkin sudah tidak dikenal lagi. Disamping itu ada juga permainan rakyat khas kabupaten Garut yang hingga kini masih hidup yaitu Seni Ketangkasan Adu Domba.

Seni ketangkasan domba Garut menurut Sanjari (2008), adalah suatu permainan rakyat yang diiringi oleh kesenian tradisional kendang pencak untuk menampilkan suasana. Ketangkasan domba mempunyai nilai estetis pada saat domba mengambil ancang-ancang dan terjadi benturan pada kepalanya. Selain itu Domba Adu mempunyai badan yang kokoh, indah lincah dan gerakan-gerakan yang sangat bagus saat bertanding.

Pada zaman globalisasi skarang ini banyak sekali dampak yang kita rasakan diantaranya teknologi yang semakin canggih banyak budaya barat yang juga ikut masuk di Negara kita, akibatnya banyak skali orang-orang terutama generasi muda yang lebih memilih budaya barat daripada budaya tradisional sehingga pengetahuan dan minat terhadap kesenian tradisional sangat kurang.

Dalam mempromosikan Seni Ketangkasan Adu domba ini sangat kurang dibandingkan dengan kegiatan lain yang sudah menggunakan berbagai

macam media, mulai dari media cetak hingga menggunakan media digital seperti melalui televisi dan radio, sedangkan dalam penyebaran informasi tentang Seni Ketangkasan Adu Domba ini hanya sebatas informasi dari mulut ke mulut dan terkadang menggunakan spanduk untuk penyebaran informasi kegiatannya.

Maka untuk mempromosikan Seni Ketangkasan Adu Domba ini supaya dapat menarik minat masyarakat lebih luas khususnya di Garut Jawa Barat, dibuatlah iklan layanan masyarakat tentang Seni Ketangkasan Adu Domba.

1. Selama ini kurangnya media atau sarana untuk mempromosikan dan menginformasikan Seni Ketangkasan Adu Domba ini kepada masyarakat sehingga masyarakat kurang mengetahui tentang Seni Ketangkasan Adu Domba ini.

2. Bagaimanakah supaya seni ketangkasan adu domba ini bisa lebih dikenal oleh masyarakat khususnya di Jawa Barat dan menambah jumlah wisatawan yang datang sehingga dapat mengurangi pandangan negatif masyarakat terhadap kesenian ini.

METODE PENELITIAN

1. Observasi

Menurut Sutrisno Hadi dalam Sugiyono, (2015) mengemukakan bahwa, "observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan"

Pengumpulan data yang dilakukan secara langsung pada objek penelitiannya dengan melakukan observasi nonpartisipan, yaitu peneliti tidak terlibat dan hanya sebagai pengamat independen, karena peneliti hanya mencatat menganalisis dan selanjutnya dapat membuat kesimpulan.

2. Wawancara

Menurut Moleong (2014), Wawancara adalah "percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yakni pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan

terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu”.

Teknik wawancara terbagi menjadi dua bagian yaitu teknik wawancara terstruktur dan tidak terstruktur, dalam penelitian ini digunakan teknik wawancara tidak terstruktur karena merupakan wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk mengumpulkan datanya. Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan.

3. Sumber Tertulis

Dilihat dari segi sumber data, bahan tambahan yang berasal dari sumber tertulis dapat di bagi atas sumber buku dan majalah ilmiah, sumber dari arsip, dokumen pribadi, dan dokumen resmi (Moleong,2014).

Dalam hal ini penulis mengumpulkan data yang di perlukan dari berbagai sumber seperti buku, dan internet.

PEMBAHASAN

Tujuan Media.

Iklan Layanan Masyarakat “Seni Ketangkasan Adu Domba” adalah suatu upaya untuk mengajak, meningkatkan minat dan pengetahuan masyarakat kota Garut jawa barat seputar tentang kesenian ini juga bisa menjadi pilihan alternatif dalam berwisata. Iklan Layanan Masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan citra pariwisata dan budaya kota Garut sesuai dengan nilai lebih yang dimiliki oleh Garut jawa barat dan juga untuk menghilangkan pandangan negatif khususnya pada Seni Ketangkasan Adu Domba ini.

Iklan Layanan Masyarakat ini lebih mengenalkan tentang pagelaran Seni Ketangkasan Adu Domba sebagai kesenian tradisional Garut jawa barat yang mampu menjadi pilihan masyarakat kota Garut jawa barat sebagai pilihan untuk berwisata. Media yang dipakai adalah media video sebagai media utamanya karena penggunaan video dianggap tepat sasaran karena tidak akan membuat bosan target *audience* dan mampu

dengan mudah untuk menarik perhatian *audience*.

Strategi Media.

Perancangan Iklan Layanan Masyarakat nantinya akan menggunakan berbagai media sebagai sarana penyampaian Iklan Layanan Masyarakat, perancangan visualisasi iklan nantinya akan dikaitkan dan di sesuaikan dengan isi pesan yang akan disampaikan mengenai Seni Ketangkasan Adu Domba.

Media-media yang digunakan dalam perancangan Iklan Layanan Masyarakat meliputi media video serta media-media lain nya yang berperan sebagai media pendukung dari Iklan Layanan Masyarakat ini. Adapun media-media yang digunakan yaitu media yang dapat menginformasikan tentang Seni Ketangkasan Adu Domba dan berbagai merchandise, perancangan desain media serta isi pesan media juga memiliki kesinambungan tema antara media yang satu dengan media yang lain nya hal ini di maksudkan agar setiap media dapat saling berkaitan dan dapat dengan efektif menyampaikan pesan kepada masyarakat secara bertahap.

Tujuan Kreatif.

Perancangan iklan layanan masyarakat yang dirancang akan menggunakan pendekatan kreatif seperti mendemonstrasikan pagelaran Seni Ketangkasan Adu Domba sebagai proses komunikasi kepada khalayak sasarannya. Dalam pendekatan nya akan ada tema tertentu yang mewakili pesan dari keseluruhan dari Iklan Layanan Masyarakat ini.

Melalui pendekatan kreatif yang di rancang, maka tujuan kreatif yang ingin di capai adalah mengkomunikasikan pesan dan menarik minat masyarakat khususnya di kota Garut jawa barat terhadap Seni Ketangkasan Adu Domba sehingga meningkatkan jumlah wisatawan yang datang dan memberikan sedikit pemahaman terhadap Seni Ketangkasan Adu Domba. Selain itu diharapkan akan menciptakan visualisasi yang dapat menginformasikan kepada masyarakat mengenai pesan iklan sehingga nantinya akan dapat

mendukung proses komunikasi kepada khalayak sasaran.

Khalayak Sasaran

1. Geografi

Khalayak sasaran secara geografi yaitu menentukan *audience* berdasarkan lokasi. Seperti Negara, propinsi, kabupaten, kota, wilayah atau kawasan. Dengan mengetahui lokasi target *audience* maka kita bisa menentukan budaya, bahasa, adat, agama dan kebiasaan masyarakat (Hendratman, 2015).

Dalam khalayak sasaran secara geografi berfokus kepada semua wilayah baik perkotaan atau wilayah perkampungan.

2. Demografis

Secara demografis, khalayak sasaran berfokus kepada masyarakat yang suka berwisata dan menghabiskan waktu libur untuk berwisata, adanya focus pada khalayak sasaran ini di dasarkan pada faktor keterkaitan dimana masyarakat lebih suka memilih berwisata ketempat yang lebih modern. Padahal pagelaran Seni Ketangkasan Adu Domba ini juga merupakan alternative untuk berwisata selain murah juga dapat menambah pengetahuan seputar Seni Ketangkasan Adu Domba.

a. Gender

Secara gender untuk semua kalangan baik pria maupun wanita, karena Seni Ketangkasan Adu Domba ini merupakan kesenian yang di peruntukan untuk umum sehingga tidak ada batasan untuk pria maupun wanita.

b. Usia

Khalayak sasaran secara usia yaitu mulai dari 7-50 tahun karena dirasa sudah mempunyai pandangan sendiri dan dapat menangkap pesan yang di sampaikan dari iklan layanan masyarakat yang dirancang, pada usia tersebut juga masa-masa dimana ingin tahu sehingga dengan adanya iklan layanan masyarakat ini di harapkan dapat memicu keingin tahuan tentang Seni Ketangkasan Adu Domba.

c. *Income*: masyarakat dengan kelas ekonomi atas ke bawah

Khalayak sasaran ini di fokuskan pada kelas ekonomi atas ke bawah di karenakan Seni Ketangkasan Adu

Domba ini merupakan kesenian tradisional rakyat yang dimna semua kalangan baik kelas ekonomi yang tinggi maupun rendah dapat menyaksikan nya.

3. Psikografis

Untuk semua kalangan

4. Behavioral

Bagi yang sudah mengetahui maupun yang belum mengetahui tentang Seni Ketangkasan Adu Domba.

Pengarahan Visual

1. Strategi Pendekatan

Strategi yang digunakan ialah pendekan secara demonstrasi dimana menampilkan ilustrasi-ilustrasi tentang Seni Ketangkasan Adu Domba dengan ditambahkan sebagian pemandangan kota Garut, dengan dibuatnya Iklan Layanan Masyarakat berupa video tentang Seni Ketangkasan Adu Domba merupakan media yang tepat untuk menyampaikan sebuah informasi terhadap masyarakat khususnya di Garut Jawa Barat serta di bantu dengan beberapa media pendukung seperti spanduk, poster, dan beberapa *merchandise* stiker, pin dan *T-shirt*.

2. Gaya Visual

Gaya visualisasi pada Iklan Layanan Masyarakat yang dibuat akan disesuaikan dengan strategi pendekan dan tema yang di angkat, dengan media utamanya menggunakan video karena dengan menggunakan video merupakan media yang cocok digunakan untuk menampilkan ilustrasi-ilustrasi tentang Seni Ketangkasan Adu Domba. Melalui Gaya visual diharapkan dapat lebih menarik khalayak sasaran.

3. Jenis *layout*

Penataan unsur-unsur grafis pada sebuah pembuatan media promosi harus di perhatikan keharmonisan nya, sehingga menciptakan komposisi yang menarik, enak di lihat dan di baca. Penataan *layout* di sesuaikan dengan kebutuhan yang mencakup penataan teks, gambar, tabel dan lain-lain.

Pada setiap media yang di rancang nantinya akan di cantumkan berupa gambar ilustrasi pada saat pagelaran Seni Ketangkasan Adu Domba berlangsung ataupun gambar ilustrasi

berupa *icon* domba supaya ketika audiens melihatnya dapat menjadi daya tarik yang lebih dan membuat penasaran.



Gambar 1. Ilustrasi *icon* domba
Sumber : Dokumen penulis

Icon yang di pilih berupa hewan domba sebagaimana hewan tersebut merupakan hewan yang terkenal di Garut Jawa Barat, selain itu juga menjadi tokoh utama dalam Seni Ketangkasan Adu Domba. Pemilihan warna yang digunakan pada gambar *icon* yaitu menggunakan warna hitam dan putih pada hewan dombanya sebagai mana warna yang umum pada hewan domba yang ada di Garut. Sedangkan warna lingkaran menggunakan warna coklat dikarenakan warna coklat mengandung arti kuat dan juga antik.



Gambar 2. Warna yang digunakan
Sumber : Dokumen penulis

Penulisan Naskah.

Naskah merupakan unsur yang penting dalam pembuatan Iklan Layanan Masyarakat agar pesan yang ingin disampaikan dapat diterima dengan baik. Berikut naskah yang dibuat dalam perancangan Iklan Layanan Masyarakat:

1. *Story line* Iklan Layanan Masyarakat

Judul : Seni Ketangkasan Adu Domba

Audience : Semua Kalangan

Media : Iklan video

Deskripsi :

Iklan layanan masyarakat ini berisikan informasi seputar Seni Ketangkasan Adu Domba yang berada di Garut Jawa

Barat, pertamanya iklan ini menggambarkan kota Garut dan kemudian menceritakan Seni Ketangkasan Adu Domba itu dimulai dari pagelaran Seni Ketangkasan kemudian memperlihatkan jenis domba Garut, setelah itu memperlihatkan bagaimana mengurus domba yang sudah dan ataupun yang akan mengikuti pagelaran Seni Ketangkasan Adu Domba.

Dalam iklan layanan Masyarakat tentang Seni Ketangkasan Adu Domba ini berisikan konten sebagai berikut :

- Video
- Audio
- Gambar
- Animasi
- Teks

2. *Story board*

STORYBOARD IKLAN LAYANAN MASYARAKAT

Tema : Seni Ketangkasan Adu Domba

Durasi : 00:01:15 detik

Musik : Instrumental musik sunda

Audio : Narasi Tentang Seni Ketangkasan Adu Domba

1. Pesan Visual

Pesan visual yang di sampaikan akan menggunakan visualisasi yang lebih menggambarkan sesuai dengan tema iklan, sehingga isi pesan dapat disampaikan dengan baik kepada khalayak sasaran secara langsung

2. Isi pesan

Dalam perancangan iklan layanan masyarakat ini menampilkan sekilas tentang Garut, macam-macam domba Garut, sekilas tentang pagelaran Seni Ketangkasan Adu Domba yang dirancang dengan teknik demonstrasi sehingga diharapkan dapat menarik perhatian masyarakat dan menambah jumlah wisatawan yang datang sehingga mengurangi pandangan negatif masyarakat terhadap kesenian tradisional ini.

Media pendukung

Adapun media-media yang digunakan yaitu media yang dapat menginformasikan tentang Seni

Ketangkasan Adu Domba dan berbagai merchandise, perancangan desain media serta isi pesan media juga memiliki kesinambungan tema antara media yang satu dengan media yang lain nya hal ini di maksudkan agar setiap media dapat saling berkaitan dan dapat dengan efektif menyampaikan pesan kepada masyarakat secara bertahap.



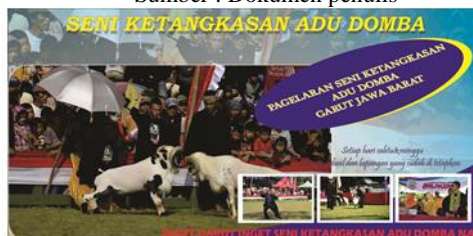
Gambar 3. Ilustrasi Stiker
Sumber : Dokumen penulis



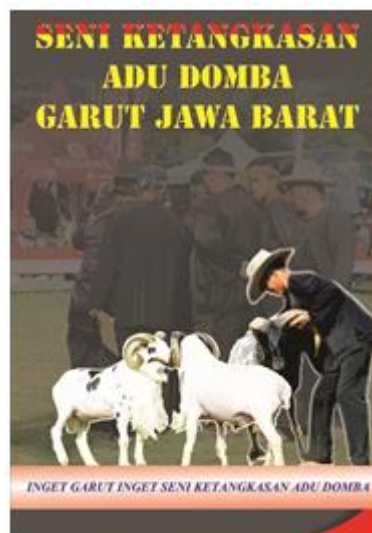
Gambar 4. Ilustrasi T-Shirt
Sumber : Dokumen penulis



Gambar 5. Ilustrasi Pin
Sumber : Dokumen penulis



Gambar 6. Ilustrasi Spanduk
Sumber : Dokumen penulis



Gambar 7. Ilustrasi Poster
Sumber : Dokumen penulis

PENUTUP

Kesimpulan

Seiring berkembang nya zaman dan arus globalisasi yang sangat kuat maka minat dan pengetahuan masyarakat terhadap kesenian tradisional itu kurang, terutama pada kegiatan Seni Ketangkasan Adu Domba dimana dalam mempromosikannya sangatlah kurang dibandingkan dengan kegiatan lain yang sudah menggunakan berbagai macam-media baik itu media cetak ataupun media digital.

Supaya dapat menarik perhatian banyak orang dan minat masyarakat dibuatlah media promosi dengan mengangkat tema Seni Ketangkasan Adu Domba yang dikemas dalam bentuk Iklan Layanan Masyarakat dengan menggunakan metode pendekatan secara demonstrasi dimana memperlihatkan sebagian ilustrasi-ilustrasi pada saat pagelaran Seni Ketangkasan Adu Domba itu berlangsung dan dibantu oleh beberapa media pendukung lainnya seperti spanduk, poster, dan beberapa merchandise.

Maka dari itu dengan di buatnya Iklan Layanan Masyarakat yang bertemakan Seni Ketangkasan Adu Domba, diharapkan dapat menambah pengetahuan dan nilai positif masyarakat terhadap Seni Ketangkasan Adu Domba sehingga dapat menarik minat masyarakat dan menambah jumlah wisatawan yang datang.

Setelah dibuatnya Iklan Layanan Masyarakat yang bertemakan Seni Ketangkasan Adu Domba hasilnya masih biasa saja dikarenakan promosinya yang sebentar dan media promosi yang kurang.

Saran

Banyak hal yang penulis alami selama melaksanakan Tugas Akhir. Adapun saran untuk membangun kepentingan bersama, antara lain :

Dibuatnya media promosi lain tentang Seni Ketangkasan Adu Domba dan dipromosikan di berbagai media. Meningkatkan dukungan terhadap penyelenggaraan Seni Ketangkasan Adu Domba baik secara materil ataupun moril. Lebih aktif dalam mempromosikan Seni Ketangkasan Adu Domba. Media yang dibuat harus lebih menarik perhatian masyarakat. Lebih lama lagi dalam mempromosikan kesenian itu.

5/13/hut-kodam-ke-71-hpdki-dan-bumdes-leles-gelar-kontes-domba-garut/. (18 Juli 2017).

REFERENSI

Hendratman, Hendi. (2015). Computer Graphic Desain. Bandung: Informatika Bandung.

Moleong, Lexy j. (2014). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Sarjani, Anno D. (2008). Kamus Kesenian Nusantara. Bandung: Gaza Publishing.

Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Garut. (2010). Sejarah Kabupaten Garut. Diambil dari: http://www.garutkab.go.id/pub/static_menu/detail/sekilas_sejarah. (19 Mei 2017).

Fokus Jabar. 2017. HPDKI dan BUMDES Leles Gelar Kontes Domba Garut. Diambil dari: <http://fokusjabar.com/2017/0>