

Cerita Rakyat Sebagai Sumber Perancangan Komunikasi Visual; Studi Kasus Cerita Bawang Merah Dan Bawang Putih

**Kristianus Haryandi
Win Rico**

Program Studi Desain Komunikasi Visual
Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Persada Indonesia Y.A.I

Abstrak

Indonesia memiliki berbagai macam cerita rakyat dan umumnya memiliki pesan moral yang sangat baik dimanfaatkan untuk mendidik karakter anak. Salah satu contoh cerita rakyat adalah Bawang Merah dan Bawang Putih. Buku cerita bergambar di Indonesia dapat dikatakan saat ini mengalami perkembangan. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya jumlah buku cerita bergambar, yang tentu saja didasarkan kebutuhan dan keinginan masyarakat. Berdasarkan survey yang telah dilakukan Peneliti ditemukan beberapa jenis/genre dari buku cerita bergambar (cergam), seperti: dongeng, cerita rakyat, fiksi, sejarah/biografi, bahkan ada jenis buku cergam ilmu pengetahuan.

Kata Kunci : *Cerita rakyat, Bawang merah dan Bawang Putih.*

PENDAHULUAN

Cerita Bergambar merupakan media yang dipercaya sebagai sarana untuk mendidik karakter anak karena dari cerita tersebut dapat diambil pesan-pesan dan hikmah yang terkandung dalam sebuah cerita untuk digunakan sebagai sarana mendidik anak. Selain itu sebuah buku cerita bergambar juga dapat dimanfaatkan untuk membangun kedekatan antara orang tua dan anak. Oleh karena itu jenis dan ragam cerita bergambar kini banyak diterbitkan oleh para penerbit dengan berbagai macam ilustrasi.

Indonesia memiliki berbagai macam cerita rakyat dan umumnya memiliki pesan moral yang sangat baik dimanfaatkan untuk mendidik karakter anak. Salah satu contoh cerita rakyat adalah Bawang Merah dan Bawang Putih.

Tujuan dirancangnya buku seri cerita bergambar “Bawang Merah dan Bawang Putih” adalah untuk mengingatkan kembali cerita rakyat tersebut, dapat menginspirasi, membangun pesan moral yang baik, membangun karakter yang baik, dan sebagai media hiburan alternatif yang bermakna untuk anak-anak Indonesia.

Buku cerita bergambar di Indonesia dapat dikatakan saat ini mengalami perkembangan. Survey yang dilakukan Peneliti juga memberikan pengetahuan kepada Peneliti, bahwa buku cergam memiliki pasar yang cukup banyak. Oleh karena itu banyak pilihan cerita yang diterbitkan oleh penerbit.

Buku cerita bergambar yang dirancang untuk anak-anak umur 6 sampai 12 tahun ini, dapat memberikan wawasan baru mengenai cerita

rakyat Indonesia.

Cerita bergambar ini perlu dirancang karena dalam cerita bergambar memiliki efektivitas dalam penyampaian pesan, mudah dipahami pembaca dan memiliki ilustrasi yang dapat memberikan motivasi bagi anak – anak untuk membaca. Cerita berbentuk buku cerita bergambar atau dengan menggunakan ilustrasi sebagai pendukungnya yang merupakan salah satu bentuk bacaan yang diharapkan dapat bermanfaat dan memberikan pelajaran hidup.

KAJIAN KONSEPTUAL

Dalam komunikasi visual, bahasa perlu ditulis dan dicetak dengan menggunakan huruf, dan menggunakan huruf berarti memerlukan tipografi. Tipografi dapat didefinisikan sebagai keterampilan mengatur bahan cetak secara baik dengan tujuan tertentu, seperti mengatur tulisan dan menentukan jenis huruf yang dipergunakan.

Unsur ilustrasi telah banyak digunakan dalam mendesain, karena dapat memberikan daya tarik kepada masyarakat dan tidak menimbulkan kejenuhan bagi yang ingin membacanya maupun melihat. Unsur ilustrasi merupakan salah satu faktor penting untuk merespon minat masyarakat agar lebih memperhatikan sebuah produk yang ditawarkan. Ilustrasi di sini tidak hanya terbatas pada ilustrasi dua dimensi saja, namun juga ilustrasi tiga dimensi.

Berdasarkan pendapat Thomas Y. Crowell (1967:191) dalam buku *A Dictionary of Art Term and Techniques* menyebutkan bahwa ilustrasi adalah sebuah gambar yang dikerjakan

khusus untuk menyertai teks tercetak, seperti yang ada pada buku dan iklan, agar dapat memperkuat arti atau menambah efek dari suatu kalimat.

Salah satu karakteristik manusia adalah mereka selalu berusaha menciptakan sesuatu baik alat maupun benda lainnya untuk membantu kehidupan mereka. Untuk mewujudkan benda tersebut mereka membutuhkan suatu rancangan atau desain. Menghasilkan suatu produk yang sesuai dengan kebutuhan manusia adalah hal yang ingin dicapai dari proses perancangan.

Perkembangan psikologi anak-anak pada masing-masing umur berbeda beda. Seiring dengan perkembangannya, pola pikir mereka juga semakin berkembang, di mana mereka akan bertumbuh sesuai dengan lingkungan sosial yang berada disekitarnya. Berdasarkan pendapat Singgih D. Gunarsa, (2003:69-70) dalam bukunya *Psikologi Perkembangan Anak dan Remaja* menjelaskan pengelompokan psikologi berdasarkan umur.

a. Tahap 6-7 tahun.

Dalam tahap ini mereka akan menyesuaikan sesuai dengan apa yang dikiranya menyenangkan bagi mereka.

b. Tahap 8-9 tahun.

Dalam tahap inilah mereka memiliki rasa keingintahuan yang luas.

c. Tahap 10-12 tahun.

Dalam tahap ini mereka sudah mendapat dorongan untuk melakukan tindakan yang dinilai baik bagi orang lain.

d. Tahap remaja.

Menjelang usia remaja, anak sudah mengembangkan nilai-nilai yang didapat dari pengalamannya di lingkungan sosial.

TINJAUAN PRODUK

Jenis Produk

Produk yang Peneliti ambil dalam pembuatan laporan merupakan jenis produk dalam bentuk barang, yaitu buku. Alasan Peneliti mengambil produk dalam bentuk sebuah buku dengan maksud, buku merupakan media yang cukup fleksibel dan masih diminati oleh masyarakat luas saat ini. Terlebih lagi buku tersebut berisikan cerita bergambar dari cerita rakyat, yang merupakan bagian penting dari kebudayaan bangsa Indonesia.

Cerita Bawang Merah Bawang Putih

Pada zaman dahulu kala di sebuah desa tinggallah sebuah keluarga yang memiliki anak perempuan cantik bernama Bawang Putih. Mereka hidup berbahagia sampai akhirnya sang Ibu sakit-sakitan dan akhirnya meninggal. Kepergian sang Ibu sangat membuat sedih Bawang Putih beserta ayahnya.

Di desa itu juga tinggal seorang janda beserta anak perempuannya yaitu Bawang Merah. Mereka dikenal sebagai keluarga yang baik. Perkenalan ayah Bawang Putih dengan Ibu Bawang Merah akhirnya berlanjut ke jenjang pernikahan. Mereka akhirnya hidup sebagai satu keluarga.

Bawang Merah dan Ibunya mula-mula bersikap baik terhadap Bawang Putih. Namun setelah Ayah Bawang Putih sakit-sakitan dan

kemudian meninggal, sikap mereka berubah. Bawang Putih diperlakukan seperti pembantu di rumahnya sendiri.

Pada suatu hari Bawang Putih mencuci pakaian di sungai. Salah satu pakaian tersebut hanyut dan ternyata pakaian tersebut adalah milik Ibu tirinya. Karena takut dimarahi, Bawang Putih akhirnya mencari pakaian tersebut sampai ke pinggir sungai dan menemukan rumah yang ditinggali seorang nenek.

Nenek tersebut mengaku menyimpan pakaian milik ibu tiri Bawang Putih, namun Ia tidak mau langsung mengembalikan pakaian tersebut. Bawang putih diminta tinggal di rumah itu selama seminggu untuk membersihkan rumah. Bawang Putih menyanggupi. Ia bekerja dengan rajin. Setelah seminggu berlalu, Nenek itu menepati janjinya. Ia menyerahkan pakaian milik Ibu tiri Bawang Putih berikut sebuah labu sebagai hadiah.

Bawang Putih menerima labu tersebut dan membawanya pulang. Sesampainya di rumah Ia membuka labu tersebut dan alangkah terkejutnya ketika Ia melihat isinya. Ternyata isinya adalah perhiasan, emas, berlian yang sangat tinggi nilainya.

Melihat itu Bawang Merah dan Ibunya menjadi sangat iri. Mereka merebut harta benda dari labu tersebut dan memaksa Bawang Putih untuk menjelaskan darimana Ia memperoleh labu tersebut.

Bawang Putih kemudian menceritakan pengalamannya. Mendengar hal itu, Bawang Merah menjadi iri. Ia pun ingin melakukan hal yang sama seperti Bawang Putih.

Keesokan harinya, Bawang Merah mencuci di sungai dan sengaja menghanyutkan pakaian miliknya. Ia pun mencari pakaian tersebut sampai ke hulu sungai dan menemukan rumah seorang Nenek yang juga dikunjungi Bawang Putih.

Sama seperti sebelumnya, Nenek itu pun menemukan pakaian Bawang Merah dan menyuruh Bawang Merah tinggal selama seminggu. Namun Bawang Merah sangat pemalas. Ia tidak mau membereskan rumah dan setiap hari kerjanya hanya bermalas-malasan.

Setelah seminggu, Nenek tersebut mengembalikan pakaian Bawang Merah tanpa menyerahkan labu. Bawang Merah menagih labu yang juga Ia serahkan pada Bawang Putih. Nenek itu akhirnya menyerahkan labu kepada Bawang Merah. Bawang Merah pulang tanpa mengucapkan terima kasih. Sesampainya di rumah, Bawang Merah beserta Ibunya membelah labu tersebut. Dan alangkah terkejutnya mereka ketika mengetahui ternyata bukan harta karun yang ada dalam labu tersebut melainkan ular-ular berbisa, kelabang, dan sejenisnya. Ular-ular tersebut kemudian mematuk Bawang Merah dan Ibunya hingga tewas. Tinggallah Bawang Putih yang menjadi kaya raya sepeninggal mereka.

KONSEP PERANCANGAN

Tujuan Pemasaran

Tujuan pemasaran dari buku seri cerita bergambar “Bawang Merah Bawang Putih”, yaitu untuk memperoleh keuntungan dan juga mengenalkan produk yang dijual kepada masyarakat luas. Buku seri cerita bergambar “Bawang Merah Bawang Putih” ini juga

bertujuan untuk memberikan pengetahuan tentang biografi tokoh dan sejarah kepada pembaca, yaitu anak-anak. Meskipun tujuan pemasaran yaitu untuk memperoleh keuntungan, namun harga jual yang dikeluarkanpun tidak akan terlalu mahal, karena buku seri cerita bergambar ini tidak mengeluarkan biaya ekstra untuk penggunaan bahan ataupun proses pencetakannya.

Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi buku seri cerita bergambar “Bawang Merah Bawang Putih”, yaitu untuk memberikan pengetahuan atau pembelajaran kepada anak-anak, namun dalam pembelajaran, setiap anak dipengaruhi oleh faktor-faktor psikis yang dimilikinya. Faktor-faktor psikis tersebut nantinya akan mempengaruhi bagaimana ia dapat menangkap materi yang dapat diterimanya, baik dalam kecakapan, kebiasaan, pengertian, penghargaan, penyesuaian diri, dan seluruh pribadi seseorang.

KONSEP KREATIF

Buku seri cerita bergambar “Bawang Merah Bawang Putih” menghadirkan konsep baru pada tampilan yang digunakan. Buku seri cerita bergambar “Bawang Merah Bawang Putih” menggunakan ilustrasi yang lebih menarik agar tidak jenuh ataupun bosan ketika membaca ceritanya.

Tujuan dari visual yang dibuat tentu menarik perhatian para pembaca khususnya anak-anak, agar tertarik dengan visual yang dibuat dan ingin membacanya. Berdasarkan survey yang dilakukan 100 siswa siswi berpendapat bahwa

mereka lebih menyukai cerita bergambar, karena dengan adanya gambar tersebut, mereka dapat mengerti lebih jelas dalam mengingat jalan cerita tersebut dan juga membuat mereka tidak merasa jenuh saat membaca. Dari survei tersebut maka terbentuklah atas perumusan masalah yang ada, yaitu bagaimana merancang ilustrasi cerita berjudul “Bawang Merah Bawang Putih”.

Walaupun ilustrasi tokoh berupa kartunal akan tetapi Ilustrasi tokoh tetap dibuat agak proposional untuk menggambarkan *moment* utama yang sedang diceritakan, kemudian diseimbangkan dengan *background* yang lebih kartunal agar tidak terkesan kaku dan dapat menarik perhatian anak-anak. Ilustrasi dibantu menggunakan warna-warna yang menggunakan pigmen putih lebih banyak atau teknik pewarnaan vektor. karena dalam cerita bergambar ini, anak-anak pada usia tersebut lebih menyukai gambar kartun dibandingkan dengan yang realis sehingga terlihat lebih lucu dan menarik. Dalam segi warna Peneliti lebih menggunakan warna dengan cara *block* dengan format *vector*, kemudian memberikan kesan warna dengan memilih beberapa warna yang dikurangi tingkat *opacity* -nya. Sehingga dapat menciptakan ilustrasi yang menyerupai teknik tradisional yaitu menggunakan media cat air. Dari segi tipografi, Peneliti menggunakan bentuk huruf dengan model *sans serif* yang memberikan kesan modern, tidak kaku serta menarik untuk dibaca oleh anak-anak.

PERENCANAAN MEDIA

Tujuan Media

Tujuan dari media yang akan digunakan nantinya, yaitu untuk memberikan informasi kepada konsumen di mana informasi tersebut diharapkan dapat mengajak konsumen untuk tertarik terhadap produk yang ditawarkan.

Strategi Media

Dalam buku seri cerita bergambar “Bawang Merah Bawang Putih” guna menjangkau target pasar sesuai dengan tujuan pemasaran dan komunikasi, ditentukan program promosi pada beberapa media yang dekat dengan target pasar. Strateginya adalah memasarkan buku secara bertahap, yaitu melalui tahap pengenalan buku terlebih dahulu (*pre-release*). Pada tahap ini merupakan tahap di mana sebelum dilakukan promosi, dan pendekatan sesuai dengan keinginan produk. Setelah tahap *pre-release*, dilanjutkan pada tahap promo *release*. Pada tahap ini, promosi dilakukan, untuk mengenalkan produk kepada target pasar. Setelah tahap promo *release*, barulah masuk pada tahap akhir, yaitu tahap dikenalnya buku seri cerita bergambar “Bawang Merah Bawang Putih”. Tahap ini merupakan tahap tujuan akhir dari dilakukannya promosi.

VISUALISASI

Gaya Penamaan

Penulis melakukan survei di beberapa toko buku di Jakarta dan Bekasi, seperti di toko buku Gramedia, Kinakoniya, dan Gunung Agung. Survei dilakukan untuk mengetahui apakah cerita ataupun judul yang akan dipakai sudah ada yang menggunakannya? Berdasarkan hasil survei, judul yang akan dipakai, yaitu “Bawang Merah dan Bawang Putih” belum ada

buku. menggunakannya, oleh karena itu penulis mengambil kata “Bawang Merah dan Bawang Putih” sebagai judul dari buku seri cerita bergambar ini.

Ilustrasi



Gambar 1
Halaman 1-2



Gambar 2
Halaman 3-4

PENUTUP

Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diberikan berdasarkan hasil penelitian adalah sebagai berikut:

1. Buku seri cerita bergambar "Bawang Merah dan Bawang Putih" merupakan produk baru, sehingga sulit untuk masuk ke dalam benak konsumen, dibandingkan dengan buku cerita bergambar lainnya yang sudah lebih dikenal konsumen.
2. Dalam hasil survei yang dilakukan di Sekolah Dasar dan SLTP Negeri 11, di Bekasi Timur dapat disimpulkan bahwa anak-anak cenderung lebih fokus terhadap gambar atau visual dibandingkan dengan *text copy* yang tersedia.
3. Dalam perancangan buku seri cerita bergambar "Bawang Merah dan Bawang Putih" mengalami kesulitan dalam hal bagaimana memberikan ilustrasi atau visual yang dapat mengangkat cerita sejarah dan biografi pahlawan negara agar menarik minat baca anak-anak untuk mengenal dan belajar menghormati dan menjunjung tinggi pahlawan serta warisan yang ditinggalkan.

Saran

Akhirnya penulis sampai pada saran yang kiranya dapat dipergunakan oleh para pembaca adalah :

Bahwa dalam pembuatan produk baru, seperti buku seri cerita bergambar "Bawang Merah dan Bawang Putih" ini diperlukan yang namanya promosi, dengan adanya promosi

tersebut masyarakat akan lebih memperoleh hiburan dan informasi dengan tujuan akhir untuk mengajak konsumen membeli produk tersebut. Agar buku seri cerita bergambar "Bawang Merah dan Bawang Putih" cepat berada dalam benak konsumen, perlu promosi yang kiranya lebih banyak disukai oleh *audience*. Media promosi dapat diberikan secara langsung kepada *audience* tanpa cuma-cuma atau dapat dikatakan gratis. *Audience* akan lebih tertarik dan berusaha mengingat produk seperti apa yang dibelinya tadi, di samping itu produk juga harus menunjukkan kualitas yang baik agar *audience* merasa puas dan mencobanya kembali di kemudian hari nanti.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi Kusrianto. (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset
- Crowell, Thomas Y. (1967). *A Dictionary of Art Term and Techniques*. New York: Company
- Effendy, Onong Uchjana. (2003). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti
- Ginting, Rosnani. (2010). *Perancangan Produk*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Gunarsa, Singgih D. (2003). *Psikologi Perkembangan Anak dan Remaja*, Cetakan 10. Jakarta: Gunung Mulia
- Hamm, Jack. (1967). *Cartooning the Head and Figure*. New York, NY: The Putnam Publishing Group
- Jefkins, Frank. (1982). *Introduction to Marketing, Advertising and Public*

- Relation*. London: Macmillan Press, Ltd
- Lammudin Finoza. (2006). *Komposisi Bahasa Indonesia*. Jakarta: Diksi
- Ihsan Mulia Purwanto, Bb. (2006). *Pengantar Tata Letak dan Tipografi*. Jakarta: LPMG-ATG Trisakti
- Roos, Robert. 1963, *Illustration Today*, Pennsylvania : International Texbook Company
- Sanyoto, Sadjiman E. (2009). *Nirmana*. Yogyakarta: Jalasutra
- Sihombing, Danton. (2001). *Tipografi dalam Desain Grafis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

Sumber Lain:

- <http://digilib.petra.ac.id> (02 Januari 2011)
- <http://re-searchengines.com/art05-72> (02 Januari 2011)
- <http://arinvsfayra.wordpress.com> (16 Januari 2011)
- <http://tamanismailmarzuki.com> (18 Januari 2011)