BAB IV

PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan membahas tentang penggunaan metode yang diaplikasikan dalam perancangan karya, hasil observasi dan wawancara, serta teknik yang dalam pengolahannya untuk merancang video youtube koleksi Sanggar Gubug Wayang Mojokerto sebagai upaya meningkatkan *brand awareness*.

4.1 Hasil dan Analisis Data

4.1.1 Observasi dan Wawancara

Hasil observasi dan wawancara yang di peroleh pada tanggal 25 September 2016, menurut Bapak Didi selaku pengelola Sanggar Gubug Wayang mengatakan bahwa awal mula berdirinya Sanggar Gubug Wayang ini dengan cara melakukan kegiatan sosial yaitu dengan memberikan pengobatan gratis untuk warga dengan suguhan pertunjukan wayang. Sanggar ini merupakan sanggar milik perseorangan yaitu Bapak Senjoyo, seorang pengusaha Mojokerto. Bapak Senjoyo merupakan seorang budayawan yang memiliki beberapa koleksi wayang. Dengan berjalannya waktu, Bapak Senjoyo beserta Komunitas yang menamai dirinya sebagai Yensen Project akhirnya bersama mendirikan sanggar ini dan di buka untuk umum. Sanggar ini didirikan sebagai bentuk kecintaan pemilik terhadap budaya bangsa Indonesia. Selain itu sanggar ini juga merupakan wujud kecintaan pemilik terhadap negara Indonesia. Tujuannya agar budaya dan sejarah bangsa Indonesia tetap dijaga, dikenang dan bisa dilestarikan.

INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA

Sanggar Gubug Wayang Mojokerto ini mulai dibuka untuk umum pada tanggal 15 Agustus 2015. Sebelumnya tempat tersebut hanya digunakan secara pribadi oleh pemilik dan rekan dekatnya. Namun dengan banyaknya koleksi yang dimiliki oleh sanggar ini, membuat pemilik mengembangkan hobi dan koleksinya ini menjadi sebuah bisnis. Sehingga pada akhirnya sanggar ini dibuka untuk umum. Menurut Didi, Sesuai dengan namanya sanggar ini memiliki koleksi wayang dalam jumlah yang sangat banyak. Beberapa upaya yang telah dilakukan dalam memperkenalkan Sanggar ini kepada khalayak antara lain dengan mempromosikan melalui media cetak berupa brosur dan media sosial melalui Instagram. Selain itu pihak sanggar juga bekerjasama dengan DISPORABUDPAR dan Dinas Pendidikan Kota Mojokerto. Salah satunya adalah ikut serta pada acara tahunan seperti Gus Yuk dan bekerjasama dengan sekolah tingkat SD, SMP dan SMA se-kota Mojokerto.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang diperoleh pada tanggal 9 November 2016, Choirul umam selaku sekertaris DISPORABUDPAR yang mengatur jalannya kegiatan olahraga, pariwisata dan pembangunan yang ada di Kota Mojokerto mengatakan bahwa Sanggar Gubug Wayang sudah tercatat dalam salah satu wisata buatan yang ada di kota Mojokerto sejak bulan Februari 2016. Sanggar ini belum termasuk sebagai museum, karena koleksi yang terdapat dalam Sanggar ini belum masuk sebagai kriteria sebuah Museum. Sanggar ini dikelola individu dan kelompok, Sanggar Gubug Wayang ini merupakan salah satu tujuan wisata yang saat ini mulai dikenalkan di Kota Mojokerto. Menurut Agus Supriyanto selaku Kabid Budaya dan Pariwisata di DISPORABUDPAR kota

Mojokerto, mengatakan bahwa beberapa upaya telah dilakukan oleh DISPORABUDPAR untuk mengenalkan Sanggar Gubug Wayang kepada khalayak, salah satunya adalah dengan mengikutsertakan Sanggar Gubug Wayang ke dalam acara-acara tahunan seperti misalnya Gus Yuk kota Mojokerto.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dari Bapak Setu seorang Seniman sekaligus Dalang, mengatakan bahwa wayang berasal dari kerajaan Hindu Budha, kemudian dibawa oleh para wali untuk menyebarkan agama Islam melalui pertunjukan pewayangan. Di daerah Jawa Timur pertunjukan wayang yang sering di tampilkan adalah wayang purwa atau di kenal dengan wayang kulit. Untuk wayang golek biasanya sering di tampilkan di daerah Sunda. Pementasan wayang biasanya sering mementaskan tentang cerita Ramayana atau Mahabarata. Namun seiring perkembangan zaman pementasan wayang saat ini tidak serta merta untuk mengisahkan cerita Ramayana atau Mahabarata saja, namun saat ini tujuan pementasan wayang bisa sebagai penyebaran agama, kepemimpinan, ketulusan hati, sistem pemerintahan dan lain sebagainya.

Mengenai Sanggar Gubug Wayang Bapak Setu juga mengetahuinya bahkan beliau juga ikut terjun dalam pengembangan Sanggar Gubug Wayang. Beliau juga ikut mengenalkan Sanggar Gubug Wayang melalui teman atau relasinya sesama seniman. Jadi bisa di bilang bapak Setu merupakan salah satu aktivis di Sanggar Gubug Wayang.

INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA

4.1.2 Hasil Dokumentasi

Hasil dokumentasi yang dilakukan berupa visualisasi dalam bentuk dokumentasi foto koleksi di Sanggar Gubug Wayang Mojokerto. Hasil foto dari dokumentasi dapat dilihat pada gambar 4.1.

Gambar 4.1 Foto Dokumentasi di Sanggar Gubug Wayang, Mojokerto
(Sumber: Dokumentasi peneliti, 2016)

4.1.3 Studi Eksisting

Studi eksisting mengacu pada hasil observasi obyek yang telah dilakukan. Dari observasi yang telah dilakukan, didapatkan data berupa media promosi terdahulu dan data-data dari Sanggar Gubug Wayang

Profil Sanggar Gubug Wayang

Nama Tempat : Sanggar Gubug Wayang

Pemilik : Bapak Senjoyo

Pengelola :Bapak Senjoyo dan Komunitas Pecinta Seni yang menamai komunitasnya sebagai Yensen Project

Alamat Perusahaan : Jl. Kartini No.23 Kota Mojokerto.

Pada logo dapat dilihat pada gambar 4.2.

Gambar 4.2 Logo Sanggar Gubug Wayang
(Sumber : Hasil Dokumentasi Peneliti, 2016)

Filosofi dari logo Sanggar Gubug Wayang menurut Didi berdasarkan hasil wawancara yaitu Logo merupakan visualisasi dari sebuah tempat orang berkumpul untuk melestarikan budaya bangsa.

Gambar 4.3 Media Promosi Instagram Sanggar Gubug Wayang
(Sumber : Hasil Dokumentasi Peneliti, 2016)

Pada gambar 4.3 merupakan media sosial Instagram yang digunakan untuk melakukan kegiatan promosi dari Sanggar Gubug Wayang. Melalui media sosial ini Sanggar Gubug Wayang memanfaatkan Instagram untuk memperkenalkan dan memberi informasi mengenai Sanggar Gubug Wayang.

Gambar 4.4 Brosur Sanggar Gubug Wayang
(Sumber Hasil Dokumentasi Peneliti, 2016)

Pada gambar 4.4 merupakan media cetak yang digunakan untuk mengenalkan Sanggar Gubug Wayang.

4.1.4 *Segmentation, Targeting, Positioning (STP)*

1. Segmentasi

Dalam perancangan video youtube Sanggar Gubug Wayang Mojokerto, sasaran atau target yang dituju adalah:

a. Demografis

Usia : 12-17 tahun

Jenis Kelamin : Pria dan Wanita

Kelas Sosial : Kelas menengah

b. Geografis

Wilayah : Mojokerto

INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA

Ukuran Kota : Kota kecil

c. Psikografis

Gaya Hidup : Mengacu pada masyarakat pecinta budaya dan seni Indonesia

Kepribadian : Masyarakat yang tertarik pada budaya dan seni Indonesia

2. Targeting

Target yang dituju pada Sanggar Gubug Wayang adalah seluruh masyarakat pecinta budaya dan seni Indonesia khususnya remaja usia 12-17 th yang memiliki minat mengenal dan melestarikan budaya dan seni Indonesia

3 Positioning

Positioning adalah strategi komunikasi yang berhubungan dengan bagaimana khalayak menempatkan suatu produk, merek atau perusahaan di dalam otaknya, di dalam alam khayalnya, sehingga khalayak memiliki penilaian tertentu (Morissan, 2010:72). Sanggar Gubug Wayang merupakan sanggar yang mempunyai koleksi berbagai jenis wayang yang sesuai dengan namanya.

4.2 Analisis SWOT (*Stregth, Weakness, Opportunity, Threat*)

SWOT adalah dipergunakan untuk menilai dan menilai ulang (reevaluasi) suatu hal yang telah ada dan telah diputuskan sebelumnya dengan tujuan meminimumkan resiko yang mungkin timbul. Langkahnya adalah dengan mengoptimalkan segi positif yang mendukung serta meminimalkan segi negatif

INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA

yang berpotensi menghambat pelaksanaan keputusan perancangan yang telah diambil (Sarwono dan Lubis 2007: 18).

Segi kekuatan dan kelemahan merupakan kondisi internal yang dikandung oleh obyek yang dinilai, sedangkan peluang dan ancaman merupakan faktor eksternal. Hasil kajian dari keempat segi ini kemudian disimpulkan, meliputi strategi pemecahan masalah, perbaikan, pengembangan, dan optimalisasi.

Hal-hal yang dikandung oleh empat faktor tersebut disimpulkan menjadi sesuatu yang positif, netral atau minimal dipahami. Penyusunan kesimpulan ini ditampung dalam Matriks Pakal yang terdiri dari:

A. Strategi PE-KU (S-O) / Peluang dan Kekuatan: Mengembangkan peluang menjadi kekuatan.

B. Strategi PE-LEM (W-O) / Peluang dan Kelemahan: Mengembangkan peluang untuk mengatasi kelemahan.

C. Strategi A-KU (S-T) / Ancaman dan Kekuatan: Mengenali dan mengantisipasi ancaman untuk menambah kekuatan.

D. Strategi A-LEM (W-T) / Ancaman dan Kelemahan: Mengenali dan mengantisipasi ancaman untuk meminimumkan kelemahan.

INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA

4.2.1 Tabel Analisis SWOT

Tabel 4.1 Analisis SWOT

INTERNAL / EKSTERNAL	STRENGTH	WEAKNESS
	- Koleksi yang dimiliki terdapat berbagai jenis wayang - Video youtube berpotensi untuk meningkatkan minat masyarakat untuk mengunjungi Sanggar Gubug Wayang - Tempat yang memiliki koleksi berbagai jenis wayang di Jawa Timur	- Remaja cenderung menyukai budaya modern - Budaya lokal seperti wayang kurang diminati oleh remaja
OPPORTUNITIES	**S-O**	**W-O**
- Remaja memiliki sifat rasa ingin tahu akan hal baru sehingga berpotensi meningkatkan kunjungan wisata Sanggar Gubug Wayang - Pemerintah kota terutama DISPORABUDPAR selalu mengikut sertakan Sanggar Gubug Wayang dalam setiap acara yang di adakan oleh PEMKOT - Dinas pendidikan kota bekerjasama dengan Sanggar Gubug Wayang untuk mengenalkan budaya terhadap anak dan remaja dengan kunjungan sekolah SD, SMP, SMA	- Merancang media promosi berupa video yang sebagian besar memiliki koleksi langka - Minat masyarakat untuk melestarikan budaya meningkat setelah mengetahui video promosi Sanggar Gubug Wayang - Merancang video dengan koleksi sebagian besar berupa wayang	- Video yang dirancang memiliki konsep yang dapat diterima remaja - Dalam video menampilkan area yang menjadi ajang kreativitas remaja - Memperkenalkan Sanggar Gubug Wayang melalui video youtube kepada masyarakt agar masyarakat berminat untuk mengunjungi Sanggar Gubug Wayang
THREAT	**S-T**	**W-T**
- Masyarakat asing tertarik mempelajari budaya lokal Indonesia - Remaja lebih tertarik budaya asing dibandingkan budaya tradisional	- Video dengan teknik western dengan konten lokal (wayang)	- Menciptakan media promosi berupa video youtube untuk mengenalkan Sanggar Gusbug Wayang dan meningkatkan minat remaja untuk mengunjungi dan mengenal Sanggar Gubug Wayang untuk melestarikan budaya bangsa

Strategi utama : Merancang video yang mengangkat koleksi langka disertai dengan konsep, pleasure, area-area kreativitas yang berbasis pada teknologi teknik terkini

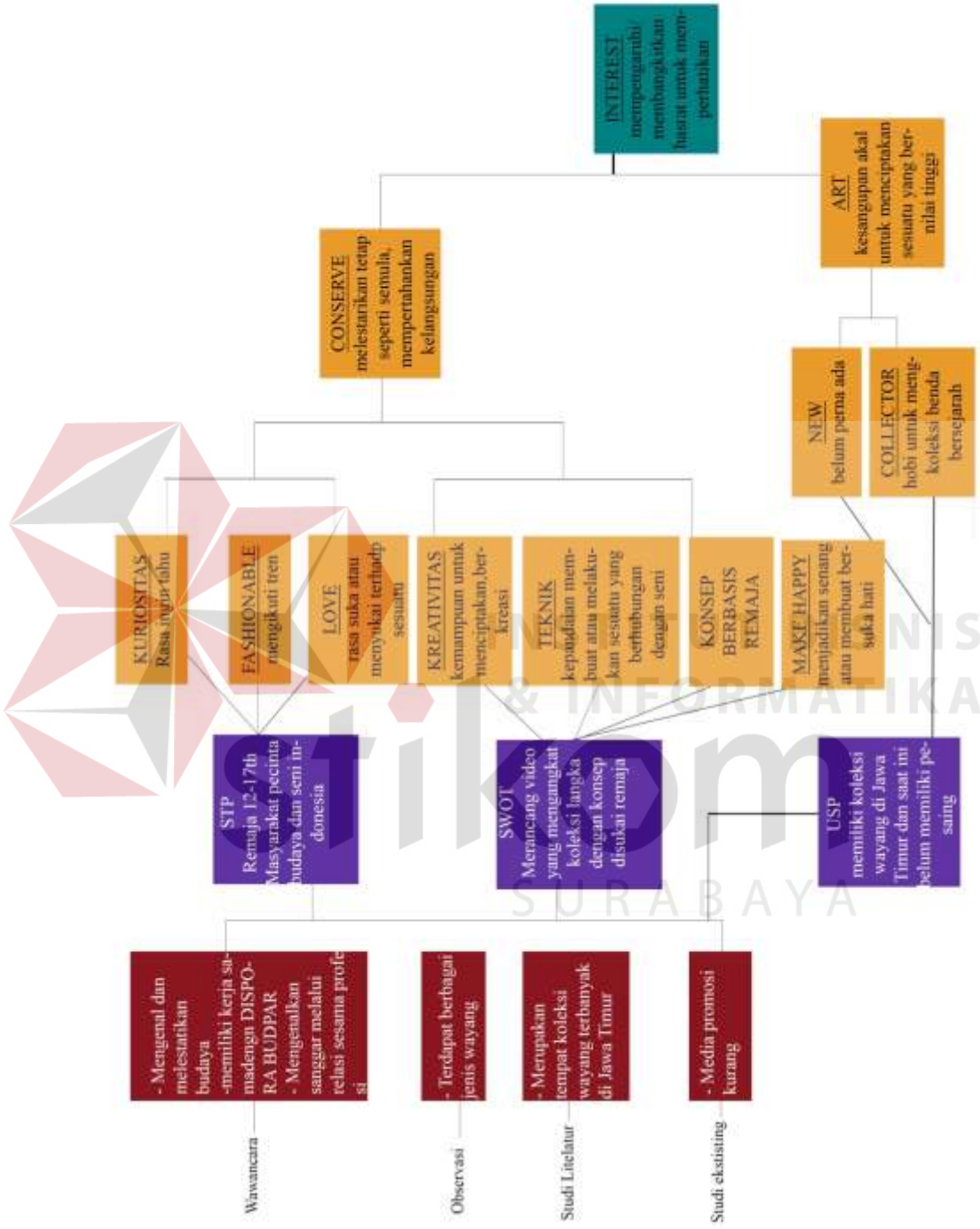
(Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016)

INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA STIKOM SURABAYA

4.3 *Unique Selling Preposition* (USP)

USP (*Unique Selling Proposition*) keunikan yang menjual (attractive), yang diusulkan atau diperkirakan paling membuat konsumen berpaling. Keunggulan dari Sanggar Gubug Wayang yaitu menjadi Sanggar yang memiliki koleksi berbagai jenis wayang dan sampai saat ini belum memiliki pesaing.

INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA



Gambar 4.5 Analisis Keyword
(Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016)

4.4 Keyword

Kata kunci atau keyword dari perancangan video youtube Sanggar Gubug Wayang sudah dipilih melalui analisis data yang sudah dilakukan. Penentuan keyword akan diambil berdasarkan data yang telah terkumpul dari hasil wawancara, observasi, STP, studi literature, studi eksisting, studi kompetitor, STP, USP dan SWOT.

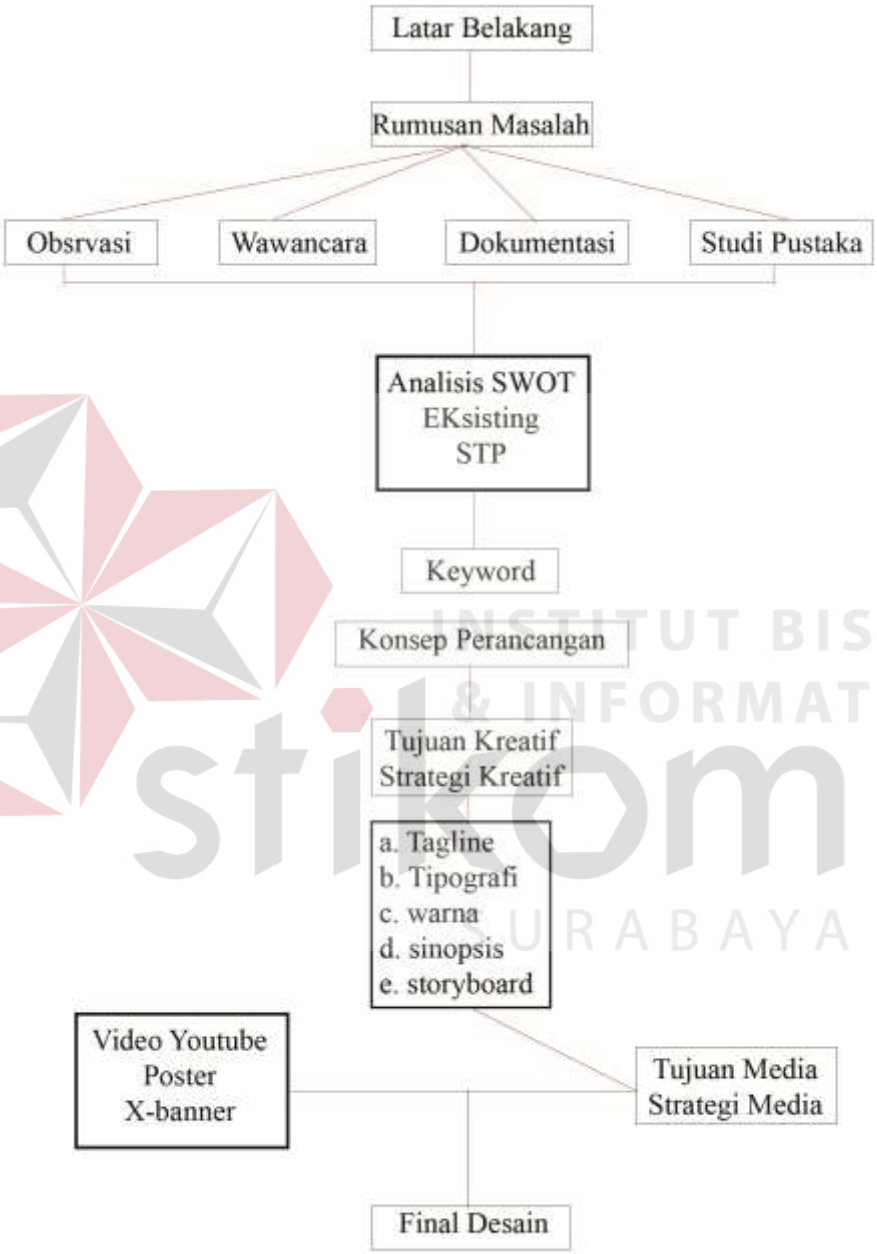
4.5 Deskripsi Konsep

Konsep perancangan video youtube sebagai upaya meningkatkan brand awareness adalah "Interest". Makna dari "Interest" adalah "Menarik", menurut KBBI Menarik adalah sebuah sifat mempengaruhi atau membangkitkan hasrat untuk memperhatikan. Konsep dari "Interest" bertujuan untuk mempengaruhi remaja dan masyarakat pecinta budaya dan seni Indonesia yang memiliki sifat Conserve (melestarikan) dan Art (menciptakan sesuatu yang bernilai tinggi).

Dengan adanya konsep ini diharapkan Sanggar Gubug Wayang lebih di kenal masyarakat luas dan masyarakat khususnya remaja bisa lebih mengenal dan dapat melestarikan budaya bangsa Indonesia.

INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA

4.6 Alur Perancangan Karya



Gambar 4.6 Alur Perancangan
(Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016)

INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA

4.7 Perancangan Karya

4.7.1 Tujuan Kreatif

Perancangan video Youtube merupakan sesuatu yang sangat dibutuhkan untuk menunjukkan hasil yang telah dicapai dalam hal produksi atau memperkenalkan Sanggar Gubug Wayang untuk disebarluaskan ke publik agar lebih dikenal di masyarakat. Media promosi melalui video youtube juga didukung dengan media lainnya, yaitu poster dan X-Banner dari profil sanggar gubug wayang.

Dengan keyword "Interest" yang telah ditentukan melalui hasil dari penggabungan antara wawancara, observasi, STP, studi literasi, studi eksisting, dan studi kompetitor yang telah melalui proses reduksi sehingga terbentuknya sebuah konsep "Interest" sebagai dasar acuan dalam visualisasi desain serta dalam perancangan video youtube dari Sanggar Gubug Wayang.

Konsep "Interest" mempunyai tujuan kreatif visual yang diterapkan dengan gaya visual yang bertemakan untuk menunjukkan atau memperkenalkan Sanggar Gubug Wayang sebagai tempat yang baru dengan koleksi berbagai jenis wayang sebagai wadah untuk melestarikan budaya bangsa. Tujuan kreatif sangat diperlukan agar Sanggar Gubug Wayang dapat dikenal masyarakat melalui video youtube.

INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA

4.7.2 Strategi Kreatif

Perancangan video youtube Sanggar Gubug Wayang diperlukan sebuah strategi untuk meningkatkan brand awareness di masyarakat. Sesuai dengan konsep "Interest" visualisasi deskripsi dari Sanggar Gubug Wayang merupakan hal yang penting dalam sebuah video youtube agar dapat menunjukkan atau memperkenalkan Sanggar Gubug Wayang sebagai tempat dengan koleksi berbagai jenis wayang sesuai dengan konsep yang telah ditentukan.

1. *Tagline*

   Menurut Rustan (2009:70) Tagline adalah salah satu atribut dalam system identitas, berupa satu kata atau lebih yang menggambarkan esensi, personality maupun positioning brand.

   Tagline yang akan dipilih untuk perancangan video youtube maupun media pendukung lainnya adalah "Back To Culture". Kalimat tagline tersebut terpilih dengan menyesuaikan perancangan keyword yang telah disusun dan dari analisis data sebelumnya. Kalimat "*Back To Culture*" memiliki arti yaitu "Kembali ke Budaya", dengan begitu dapat menggambarkan sifat dari Sanggar Gubug Wayang Itu sendiri.

2. Tipografi

   Tipografi yang sesuai dengan konsep "Interest" adalah jenis huruf sans serif dengan karakter font "FHA Modernized Ideal ClassicNC" untuk media cetak.

INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA

Gambar 4.7 Tipografi FHA Modernized Ideal ClassicNC
(Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016)

3. Warna

Penggunaan warna pada media promosi Sanggar Gubug Wayang adalah menggunakan warna yang sesuai konsep "Interest" dan tidak lepas dari ciri-ciri karakteristik Sanggar. Yaitu warna merah maroon, warna merah maroon memiliki arti kehidupan dan memiliki daya tarik tersendiri.

Kode warna : a71f23

Gambar 4.8 Warna Terpilih
(Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016)

4. Sinopsis

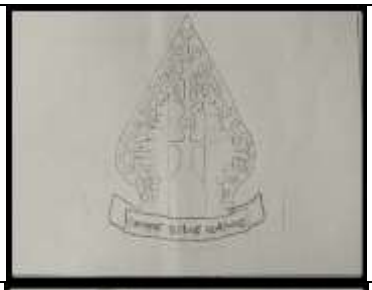
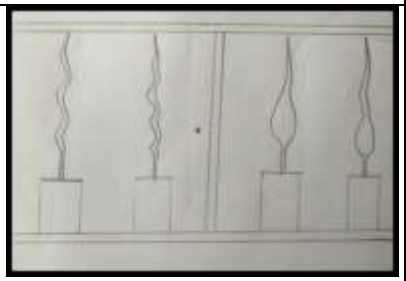
Sanggar Gubug Wayang merupakan sebuah tempat dengan koleksi berbagai jenis wayang yang berpusat di kota Mojokerto. Sanggar ini

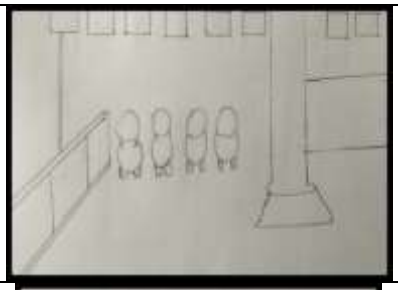
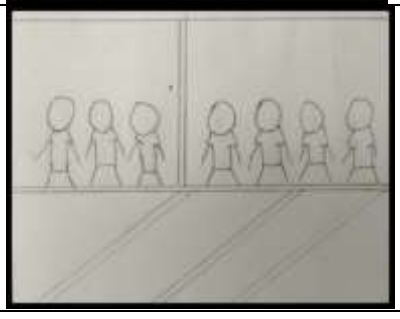
memberikan informasi tentang budaya-budaya yang dimiliki bangsa. Sanggar Gubug Wayang juga sebagai tempat berkumpulnya komunitas pecinta budaya di Mojokerto. Di Sanggar Gubug Wayang memiliki koleksi berbagai jenis wayang. Wayang-wayang tersebut banyak yang menggambarkan tokoh-tokoh terkenal yang ada di Indonesia maupun manca negara.

5. Storyboard

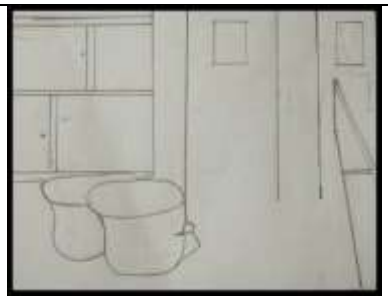
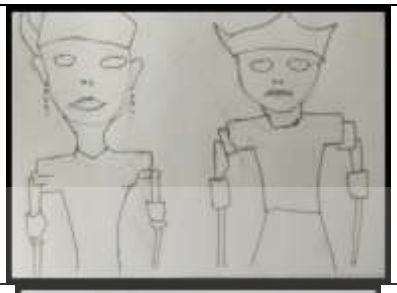
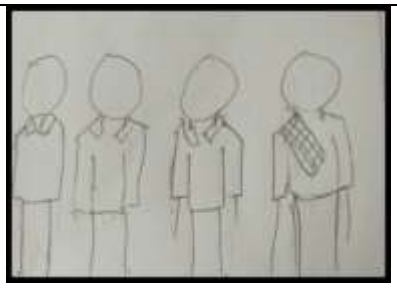
Menurut Biananto (2010:225) menjelaskan bahwa *storyboard* merupakan pengorganisasi grafik, contohnya adalah sederetan ilustrasi atau gambar yang ditampilkan berurutan untuk keperluan visualisasi awal dari suatu file, animasi, atau urutan media interaktif. Keuntungan menggunakan *storyboard* adalah pengguna mempunyai pengalaman untuk dapat mengubah jalan cerita, sehingga mendapatkan efek atau ketertarikan yang lebih kuat. Berikut alur storyboard yang akan digunakan sebagai acuan perancangan video youtube Sanggar Gubug Wayang:

INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA

Scene	Sequance	Board	Durasi	Naskah
1	**Setting** : Bumper		00.00.17	-
2	**Setting** : Sanggar Gubug wayang **Kamer**: medium shoot		00.00.03	Sanggar Gubug wayang merupakan salah satu destinasi wisata budaya
3	**Setting :** tampak depan bangunan Sanggar **Kamera:** medium shoot		00.00.03	Yang berada di jl. Kartini No 23 Kota Mojokerto
4	**Setting :** area kreatif (mural) **Kamera:** medium shoot		00.00.10	Sanggar ini mulai dibuka untuk umum pada 15 agustus 2015
5	**Setting:** keris **Kamera:** Medium shoot		00.00.05	Sanggar ini memiliki koleksi jenis wayang dan beberapa benda antik

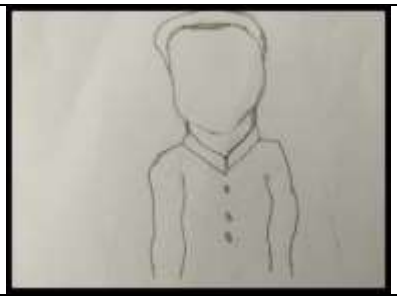
				lainnya
6	**Setting:** lokasi lantai 1 **Kamera:** medium shoot		00.00.05	Di antaranya adalah
7	**Setting:** wayang golek potehi **Kamera:** Medium shoot		00.00.04	Wayang potehi
8	**Setting:** Koleksi wayang pring **Kamera:** close up		00.00.02	Wayang pring
9	**Setting:** Wayang suket **Kamera:** Zoom in		00.00.04	Wayang suket
10	**Setting:** Koleksi wayang unyil **Kamera:** Medium shoot		00.00.03	Dan juga wayang si unyil yang pastinya disukai anak-anak

INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA

11	**Setting:** Lokasi lantai 2 **Kamera:** Long shoot		00.00.04	Koleksi di Sanggar Gubug Wayang ini berasal dari beberapa daerah di indonesia
12	**Setting:** Wayang Golek Nakula Sadewa **Kamera:** Close up		00.00.03	-
13	**Setting:** Wayang golek cepot **Kamera:** Medium shoot		00.00.03	Dan setiap wayangnya mempunyai cerita yang berbeda-beda
14	**Setting:** wayang golek sunda **Kamera:** Medium shoot		00.00.03	Beberapa wayang yang terdapat pada sanggar ini adalah wayang golek
15	**Setting:** Wayang golek wali songo **Kamera:** Medium shoot		00.00.04	-

16	**Setting:** wayang golek W.R supratman **Kamera:** Medium shoot		00.00.02	Yang mengambarkan tokoh tokoh bangsa
17	**Setting:** wayang golek Rhoma Irama **Kamera:** Medium shoot		00.00.03	Seperti wayang golek Rhoma Irama
18	**Setting:** wayang Golek Srimulat **Kamera:** Medium shoot		00.00.03	-
19	**Setting:** Wayang golek Barack Obama **Kamera:** Medium shoot		00.00.03	Bapak Presiden Amerika Serikat
20	**Setting:** Wayang golek Soekarno **Kamera:** Medium shoot		00.00.04	Dan presiden yang perna menjabat di Indonesia

INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA

21	**Setting:** Wayang golek Soeharto **Kamera:** Medium shoot		00.00.02	Dan masih banyak lagi
22	**Setting:** Wayang Golek Habibie **Kamera:** medium shoot		00.00.02	-
23	**Setting:** Wayang golek Abdul Rahman Wahid **Kamera:** Medium shoot		00.00.03	-
24	**Setting:** Wayang golek Megawati **Kamera:** medium shoot		00.00.03	-
25	**Setting:** Wayang golek Susilo Bambang Yudhoyono		00.00.3	Kenali budaya sekarang juga, kalau gak sekarang kapan lagi

INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA

26	**Setting :** Wayang golek Jokowidodo **Kamera:** Medium shoot		00.00.03	-
27	**Setting:** Logo Sanggar Gubug Wayang **Kamera:** Zoom out		00.00.06	Hanya di Sanggar Gubug Wayang

4.8 Perencanaan Media

4.8.1 Tujuan Media

Menurut Morissan, (2010:189) tujuan media merupakan gambaran apa yang ingin dicapai suatu perusahaan berkenaan dengan penyampaian pesan suatu merek produk. Maka dibutuhkan beberapa media untuk melakukan aktifitas promosi Sanggar Gubug Wayang dengan beberapa media sehingga promosi melalui video youtube, poster, brosur dan X-Banner mampu diterima remaja dan masyarakat pecinta budaya dan seni Indonesia.

4.8.2 Strategi Media

Strategi media merupakan peranan yang sangat penting untuk dilakukan. Strategi media yang baik harus menyatakan bagaimana media dapat membantu menciptakan pengalaman merek bagi konsumen dan calon konsumen (Morissan, 218 : 218). Strategi media yang baik membutuhkan seleksi dan penggunaan media yang kreatif. Berikut ini merupakan strategi media promosi yang digunakan ialah:

INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA

1. Media sosial Youtube

Kelebihan media sosial dapat membangun hubungan pelanggan dan menawarkan jangkauan yang luar biasa, menawarkan jangkauan yang luas dengan potensi viral marketing. Sebagai alat media sosial yang relatif murah bahkan gratis. Selanjutnya video koleksi Sanggar Gubug Wayang akan diunggah pada media sosial Youtube. Konsep dari video yang disampaikan berisi informasi tentang koleksi Sanggar Gubug Wayang yaitu berbagai jenis koleksi wayang yang di miliki Sanggar Gubug Wayang. Hasil dari konsep video diwujudkan dalam bentuk *storyboard.*

2. Poster

Poster adalah media promosi luar ruangan yang sering digunakan dan mudah dijumpai dimana dan kapan saja. Kepopuleran dari sebuah poster sebagai alat media promosi banyak ditentukan baik di papan pengumuman, di pinggir jalan, maupun tempat lainnya. Poster merupakan media yang informatif, dapat di baca berulang-ulang, menjangkau audiens, dan atraktif. Maka dari itu Sanggar Gubug Wayang menggunakan poster sebagai acuan untuk diaplikasikan ke media lainnya. Ukuran Poster 50cm X 70cm dengan menggunakan kertas Art Paper Full Colour.

a. Sketsa Alternatif Poster

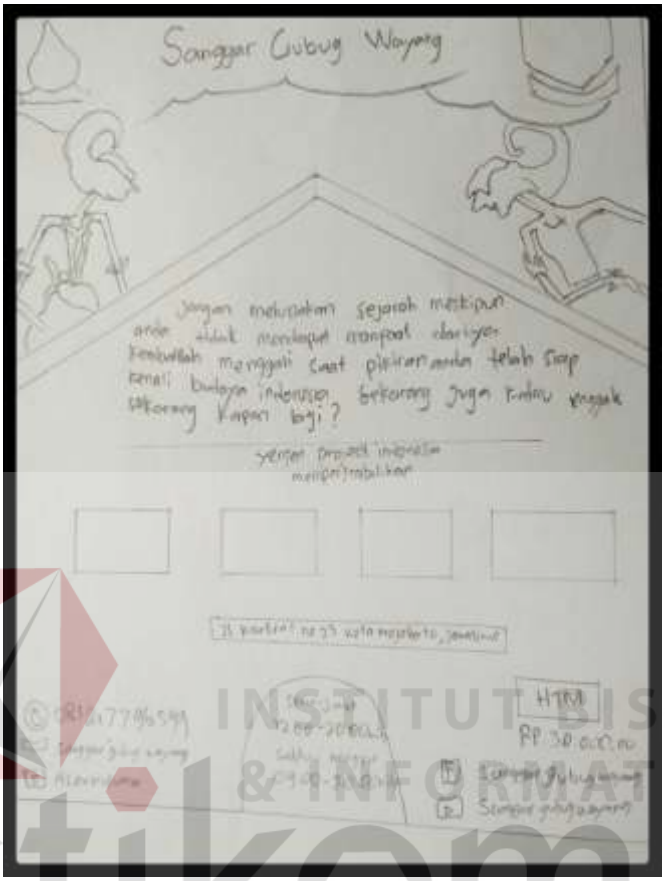
Gambar 4.9 Sketsa desain poster
(Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016)

b. Sketsa Alternatif Poster Tepilih 3

Gambar 4.10 Sketsa desain poster terpilih 3
(Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016)

INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA

c. Sketsa Terpilih



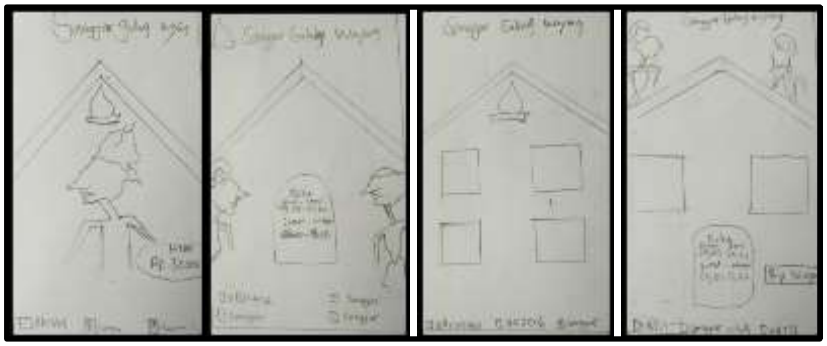
Gambar 4.11 Desain sketsa poster tepilih
(Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016)

3. X-Banner

X-Banner merupakan media yang menarik karena bisa diletakkan dimana saja dan dapat dibongkar pasang untuk dibawa ke lokasi lainnya. X-Banner tersedia dalam ukuran 60cm X 160cm dalam sistem cetak, media ini dicetak dengan bahan Frontline 230.

INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA

a. Sketsa Alternatif Desain X-Banner



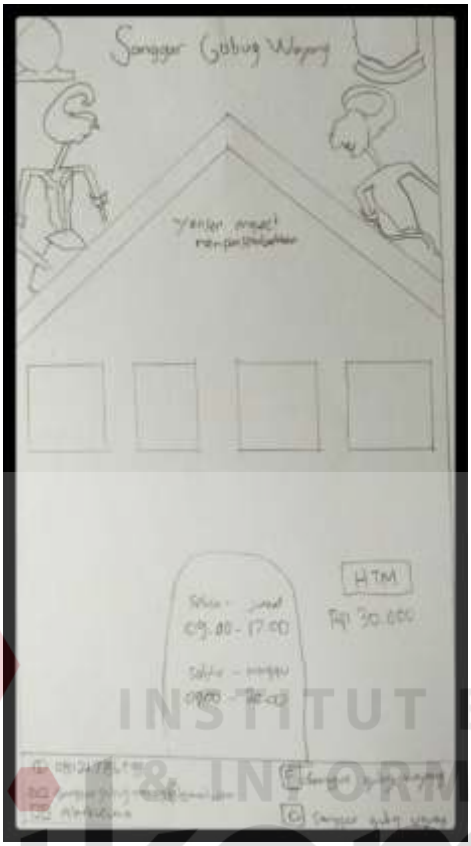
Gambar 4.12 Sketsa X-banner
(Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016)

b. Sketsa Alternatif Desain X-Banner Terpilih 2

Gambar 4.13 Sketsa X-banner terpilih 2
(Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016)

INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA

c. Sketsa Terpilih



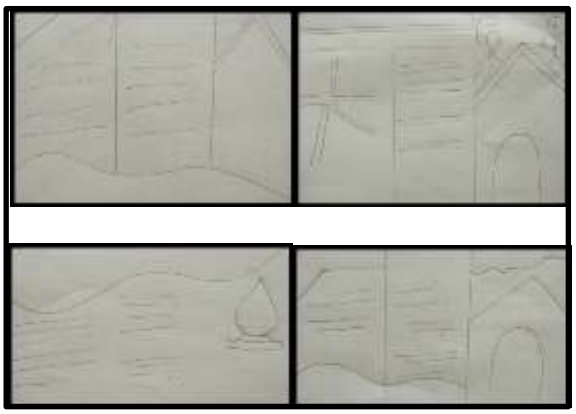
Gambar 4.14 Desain Sketsa X-banner Terpilih
(Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016)

4. Brosur

Brosur merupakan media yang menampilkan informasi produk secara terperinci, baik untuk kelebihan produk bentuk fisik, ukuran dan warna produk.brosur merupakan media yang wajib dimiliki oleh perusahaan, karena brosur adalah media promosi yang efektif untuk menyampaikan informasi-informasi seputer produk dan perusahaan. Untuk menjadi media promosi yang menarik, brosur Sanggar Gubug Wayang akan menampilkan bahasa yang informatif dan desain yang menarik.

INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA

a. Sketsa Alternatif Desain Brosur Tampak Depan



Gambar 4.15 Sketsa Alternatif Desain Brosur Tampak Depan

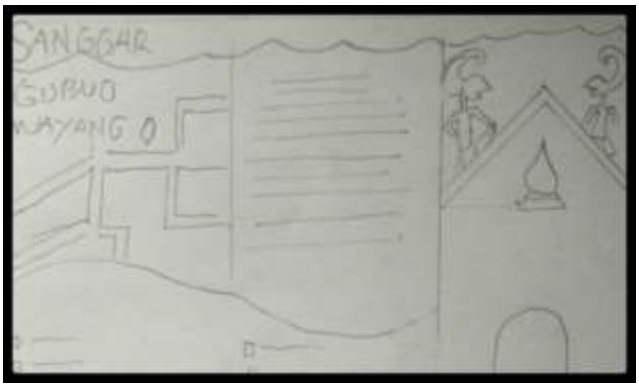
(Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016)

b. Sketsa Alternatif Desain Brosur Terpilih 2

Gambar 4.16 Sketsa Alternatif Desain Brosur Terpilih 2

(Sumber: Hasil Olahan Peneliti 2016)

c. Sketsa Brosur Terpilih

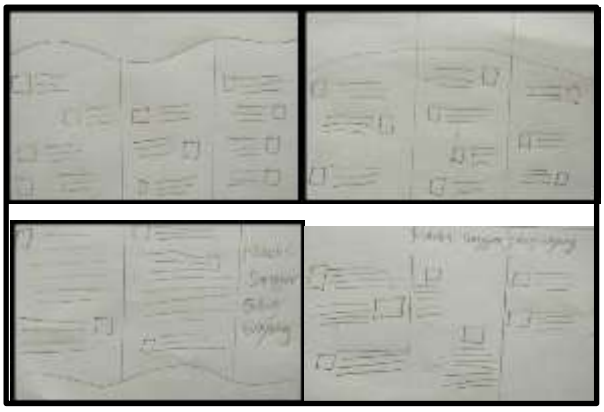


Gambar 4.17 Sketsa Brosur Terpilih

INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA

(Sumber: Hasil Olahan Peneliti 2016)

a. Sketsa Alternatif Brosur Tampak Belakang

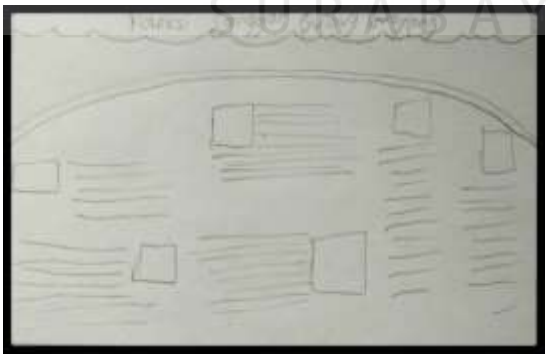


Gambar 4.18 Sketsa Alternatif Desain Brosur Tampak Belakang
(Sumber: hasil olahan peneliti 2016)

b. Sketsa Alternatif Desain Brosur Terpilih 2

Gambar 4.19 Sketsa Alternatif Desain Brosur Terpilih 2
(Sumber: Hasil olahan peneliti 2016)

c. Sketsa Brosur Terpilih



Gambar 4.20 Sketsa Brosur Terpilih
(Sumber: Hasil olahan peneliti 2016)

INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA

4.9 Media Budgeting

Tabel 4.2 Media Budgeting

No	Jenis Media	Ukuran	Jumlah Produk	Harga	Estimasi Biaya
1	Youtube	-	1	Gratis	Gratis
2	Poster	A3	300	Rp. 5000,-	Rp. 1.500.000,-
3	X-Banner	60cm X 160cm	3	Rp. 45.000,-	Rp. 135.000,-
4	Brosur	A4	200	Rp.2500	Rp. 500.000,-
Jumlah					Rp. 2.135.000,-

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016.

4.10 Implementasi

Sketsa desain yang telah terpilih akan di implementasikan pada masing-masing media yang ditetapkan dalam perancangan video koleksi Sanggar Gubug Wayang sebagai berikut :

1. Youtube

Sesuai dengan konsep yang diterapkan, maka dalam visualisasi dalam Youtube menggunakan teknik *western*. Konsep yang diterapkan dengan gaya visual yang bertemakan untuk menunjukkan atau memperkenalkan Sanggar Gubug Wayang sebagai tempat yang baru dengan koleksi berbagai jenis wayang sebagai wadah untuk melestarikan budaya bangsa. Tujuan kreatif sangat diperlukan agar Sanggar Gubug Wayang dapat dikenal masyarakat melalui video youtube. Video yang dibuat sesuai konsep yang ditentukan yaitu Interest. Video menampilkan berbagai

INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA

jenis koleksi wayang dan beberapa benda antik serta menampilkan beberapa bagian tempat yang menarik di Sanggar Gubug Wayang yang dapat digunakan sebagai pengambilan gambar atau berfoto oleh para pengunjung. Video berdurasi 00:02:07 (dua menit tujuh detik). Backsound yang digunakan pada video ini adalah tembang lagu Jawa sesuai dengan ciri khas Sanggar Gubug Wayang. Video juga menggunakan narasi dan juga caption untuk menjelaskan setiap bagian yang ditampilkan dalam video.

Gambar 4.21 Implementasi Desain Youtube
(Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016)

2. Poster

Poster adalah media promosi luar ruangan yang sering digunakan dan mudah dijumpai dimana dan kapan saja. Kepopuleran dari sebuah poster sebagai alat media promosi banyak ditentukan baik di papan pengumuman, di pinggir jalan, maupun tempat lainnya. Poster merupakan media yang informatif, dapat di baca berulang-ulang, menjangkau audiens, dan atraktif. Maka dari itu Sanggar Gubug Wayang menggunakan poster

sebagai acuan untuk diaplikasikan ke media lainnya. Ukuran Poster 50cm X 70cm dengan menggunakan kertas Art Paper Full Colour. Dibagian atas poster terdapat logo dari Sanggar Gubug Wayang dan logo Pemerintah Kota Mojokerto sebagai wujud jika Sanggar ini merupakan salah satu destinasi wisata yang berada di kota Mojokerto. Dibawah logo terdapat dua tokoh pewayangan yaitu sebelah kiri adalah tokoh Arjuna dan sebelah kanan adalah Bima. Dua tokoh ini merupakan point of interest yang dapat mewakilkan Sanggar Gubug Wayang sesuai dengan namanya. Bentuk dari visual poster yang menggambarkan rumah merupakan lambang kesederhanaan dari Sanggar dan mewujudkan bahwa sanggar merupakan tempat atau wadah berkumpulnya para pecinta budaya dan seni Indonesia untuk dapat melestarikannya. Tulisan yang terdapat pada bagian bawah wayang merupakan ajakan agar wisatawan dapat mengenal, mempelajari, dan melestarikan budaya bangsa melalui Sanggar Gubug Wayang. Beberapa foto yang terdapat pada poster adalah salah satu contoh koleksi yang di miliki. Dibawah foto terdapat Tagline "*Back to Culture*" yang dapat menggambarkan sifat dari Sanggar Gubug Wayang Itu sendiri. Serta menampilkan alamat, HTM, dan jam kunjungan sebagai media informasi bagi calon wisatawan.

INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA

Gambar 4.22 Implementasi Desain Poster
(Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016)

3. X-Banner

X-Banner merupakan media yang menarik karena bisa diletakkan dimana saja dan dapat dibongkar pasang untuk dibawa ke lokasi lainnya. X-Banner tersedia dalam ukuran 60cm X 160cm dalam sistem cetak, media ini dicetak dengan bahan Frontline 230. X-banner merupakan salah satu media yang sangat menarik dalam

sebuah media promosi, karena informasi yang ditampilkan mirip dengan poster yang hanya berbeda dari segi ukuran.

Gambar 4.23 Implementasi Desain X-banner
(Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2016)

4. Brosur

Desain Brosur Sanggar Gubug Wayang Diimplementasikan menjadi tiga lipatan yang berukuran kertas A4. Brosur Sanggar Gubug Wayang Di cetak full colour dengan teknik cetak menggunakan digital print 2 sisi kertas art paper. Kertas art paper menggunakan ketebalan 150 gram dimana brosur yang digunakan tidak terlalu tipis dan tidak terlalu tebal sehingga dapat memudahkan khalayak dalam menyimpannya. Isi informasi brosur ini lebih detail dan lebih lengkap karena

terdapat informasi seputar Sanggar Gubug Wayang, koleksi Sanggar Gubug Wayang dan denah Lokasi Sanggar Gubug Wayang.

Gambar 4.24 : Implementasi Desain Brosur Tampak Depak
(Sumber : Olahan Peneliti, 2016)

Gambar 4.25 : Implementasi Desain Brosur
(Sumber : Olahan Peneliti, 2016)