

BAB IV

STRATEGI KREATIF

4.1 Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi dalam perancangan ondel-ondel sebagai maskot Kawasan Perkampung Wisata Budaya Betawi Setu harus melibatkan langkah-langkah yang terstruktur untuk memastikan bahwa maskot tersebut menyampaikan pesan yang diinginkan dan menarik secara visual. Berikut adalah strategi komunikasi yang dapat diterapkan:

1. Menentukan tujuan dan sasaran komunikasi,
2. Penelitian dan pengumpulan data,
3. Konsep desain,
4. Prototipe,
5. Pengembangan identitas maskot,
6. Strategi promosi.

4.2 Analisis Segmentasi, *Targeting*, dan *Positioning*

Segmentasi, targeting, dan positioning adalah metode atau model yang digunakan untuk merancang pesan dan strategi pemasaran yang tepat untuk segmen audiens yang ditargetkan. Berdasarkan observasi dan studi literatur yang dilakukan, berikut adalah hasil dari *segmentasi, targeting, dan positioning* yang diperoleh:

1. Segmentasi
 - a. Segmentasi Geografi
Penggunaan segmentasi ini bertujuan agar perancangan dapat disesuaikan dengan lokasi geografis yaitu Kawasan Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan.
 - b. Segmentasi Demografis
Audiens yang ditargetkan adalah seluruh pengunjung Kawasan Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan. Target audiens meliputi

semua rentang usia, namun fokus utama adalah individu yang berusia antara 13 hingga 21 tahun, tanpa membatasi gender.

c. *Segmentasi Perilaku*

Target audiens yang memiliki rasa ingin tahu mengenai sejarah dan budaya serta memiliki rasa ingin tahu yang tinggi.

2. *Targeting*

Berdasarkan dari pengamatan yang telah dilakukan, sasaran utamanya adalah para pengunjung Setu Babakan, yang mayoritas terdiri dari keluarga kelas menengah dan pelajar dari tingkat SD, SMP, SMA, serta mahasiswa universitas, dan juga masyarakat Betawi, khususnya yang tinggal di wilayah Jabodetabek.

3. *Positioning*

Kawasan Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan menempatkan dirinya sebagai tempat wisata yang berfokus memajukan sektor pariwisata khususnya dalam bidang kebudayaan serta warisan budaya Betawi.

4.3 Analisa Model 5W+1H

1. *What?*

Penggunaan ondel-ondel sebagai maskot Kawasan Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan sebagai media promosi. Selain itu, penggunaan ondel-ondel sebagai maskot dapat membantu memperkenalkan ondel-ondel kepada publik dengan cara yang lebih ramah dan menarik.

2. *Why?*

Kawasan Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan terkenal sebagai destinasi pariwisata yang fokus pada kebudayaan dan warisan budaya Betawi. Mengadopsi ondel-ondel sebagai maskot diharapkan akan menjadi alat komunikasi yang efektif dan meningkatkan daya tarik, memudahkan pengenalan, dan meningkatkan daya ingat terhadap kawasan tersebut.

3. *Who?*

Dari hasil pengamatan mayoritas pengunjung Setu Babakan terdiri dari berbagai kalangan, termasuk keluarga, pelajar dari tingkat SD, SMP, SMA, serta mahasiswa universitas. Selain itu, terdapat juga partisipasi aktif dari masyarakat Betawi, terutama yang tinggal di wilayah Jabodetabek.

4. *When?*

Setelah tahap perancangan selesai, maskot ondel-ondel Kawasan Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan akan mulai diaplikasikan.

5. *Where?*

Maskot ondel-ondel Kawasan Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan akan diaplikasikan pada media *Above the Line* yaitu media sosial Instagram dan media *Below the Line* yaitu poster, X-Banner, dan *signage* banner serta *merchandise* berupa *tote bag*, *T-shirt*, *mug*, gantungan kunci dan stiker.

6. *How?*

Menggunakan strategi komunikasi yang dirancang dalam perancangan ondel-ondel sebagai maskot Kawasan Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan agar informasi yang terdapat pada media yang sudah ditentukan dapat tersampaikan langsung menuju sasaran.

4.1 Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah alat strategis yang digunakan untuk mengidentifikasi dan memahami Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats*) yang mempengaruhi rencana.

Tabel IV-1 Analisis Silang SWOT

| | <i>Strengths</i> | <i>Weaknesses</i> |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Faktor Internal | <ul style="list-style-type: none"> • Ondel-ondel memiliki nilai historis dan budaya yang mendalam, menjadi simbol yang dikenali luas sebagai representasi budaya Betawi. • Maskot dapat diterapkan dalam berbagai media promosi, baik melalui media digital seperti Instagram, maupun media fisik seperti poster, merchandise, dan ambient media seperti standee maskot. | <ul style="list-style-type: none"> • Ada risiko bahwa elemen-elemen tradisional mungkin tidak sepenuhnya sesuai dengan selera atau preferensi semua segmen audiens. • Pengembangan dan produksi maskot serta kampanye promosi memerlukan investasi yang signifikan, yang bisa menjadi beban bagi anggaran pemasaran. |
| Faktor Eksternal | | |
| <i>Opportunities</i> | S-O | W-O |
| <ul style="list-style-type: none"> • Maskot ondel-ondel bisa menjadi daya tarik unik yang membedakan kawasan ini dari tempat wisata lainnya. | <ul style="list-style-type: none"> • Menggunakan berbagai media promosi seperti Instagram, poster, merchandise, dan standee maskot untuk mengedukasi | <ul style="list-style-type: none"> • Mengembangkan maskot yang disesuaikan dengan preferensi dan selera audiens modern. Ini dapat dilakukan melalui survei dan |

| | | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> • Penggunaan maskot dapat menarik minat masyarakat tentang budaya Betawi, meningkatkan apresiasi terhadap warisan budaya lokal | <p>masyarakat tentang warisan budaya Betawi. Ini bisa meningkatkan apresiasi terhadap budaya lokal dan memperkuat daya tarik kawasan wisata.</p> | <p>feedback dari berbagai segmen audiens.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mengembangkan produk kreatif berbasis maskot Ondel-ondel yang bisa dijual sebagai merchandise. Pendapatan dari penjualan ini dapat membantu menutupi investasi dalam pengembangan dan produksi maskot serta kampanye promosi. |
| <i>Threats</i> | S-T | W-T |
| <ul style="list-style-type: none"> • Potensi isu budaya atau sensitivitas terkait penggunaan elemen tradisional dalam maskot bisa memicu kontroversi jika tidak ditangani dengan baik. • Perkampungan Wisata Betawi Setu Babakan harus bersaing dengan | <ul style="list-style-type: none"> • Menggunakan pengakuan luas Ondel-ondel untuk meningkatkan kesadaran budaya dan mengurangi risiko kontroversi. • Mengoptimalkan penggunaan media promosi untuk memperkuat brand awareness dan daya | <ul style="list-style-type: none"> • Memastikan bahwa pengembangan maskot dilakukan dengan memperhatikan sensitivitas budaya untuk menghindari kontroversi. Ini bisa melibatkan konsultasi dengan ahli budaya dan atau jurnal-jurnal |

| | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| berbagai destinasi wisata lainnya yang mungkin lebih dikenal atau memiliki daya tarik yang berbeda. | tarik kawasan wisata. | yang membahas tentang ondel-ondel betawi. <ul style="list-style-type: none"> • Mengalokasikan anggaran pemasaran dengan bijak untuk media promosi yang memiliki jangkauan dan dampak terbesar, seperti media digital. |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

4.2 Strategi Perancangan Media

Pemilihan strategi media harus mempertimbangkan berbagai faktor, termasuk *audiens* target dan tujuan dari media tersebut. Dalam menentukan media promosi yang sesuai, penting untuk mempertimbangkan karakteristik geografis, demografis, dan psikografis dari audiens target. Selain itu, tujuan dari pemilihan media juga harus mempertimbangkan aspek seperti cakupan, frekuensi, konsistensi, dan biaya yang terlibat.

4.2.1 Tujuan Media

Perancangan ini memiliki tujuan yang jelas, yakni menggunakan media yang disiapkan untuk mempromosikan dan menyampaikan informasi tentang Kawasan Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan. Selain itu, perancangan ini juga bertujuan untuk memperkenalkan ondel-ondel sebagai maskot yang mewakili kawasan perkampungan tersebut. Dengan demikian, media yang dihasilkan dari perancangan ini diharapkan dapat menjadi sarana efektif dalam memperkenalkan serta menarik minat mereka untuk mengunjungi dan menjelajahi Kawasan Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan lebih lanjut.

4.2.2 Strategi Media

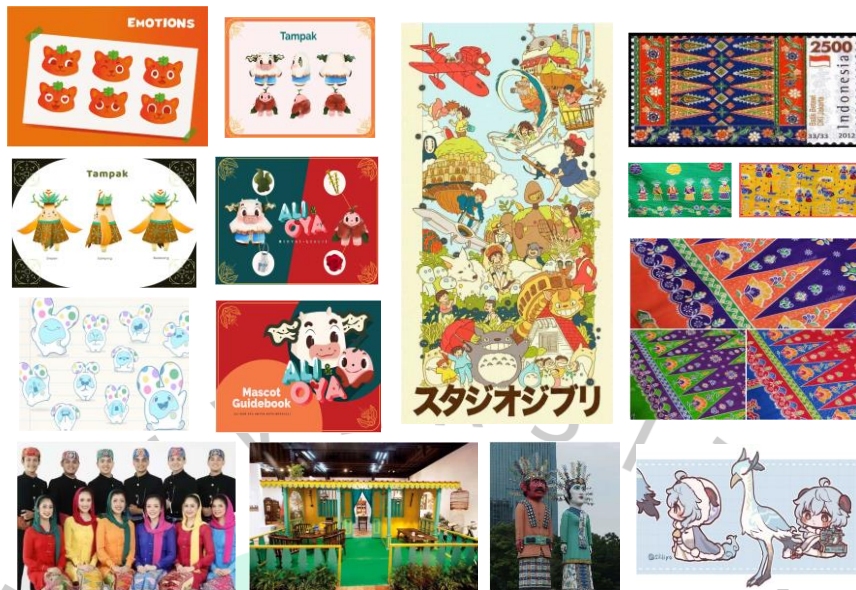
Dalam upaya mencapai target yang ditetapkan, diperlukan penentuan strategi media yang tepat guna agar dapat beroperasi dengan efektif. Strategi pemasaran melibatkan penggunaan media *through the line* seperti Instagram. Media *below the line* seperti poster, serta barang-barang promosi seperti tote bag, T-shirt, mug, gantungan kunci, dan stiker. Lalu, *ambient media* seperti *standee* maskot yang ditempatkan di lokasi yang memiliki banyak lalu lintas seperti pintu masuk tempat wisata, pusat perbelanjaan, dan acara seni.

4.3 Konsep Kreatif & Gaya Desain

Konsep kreatif dalam desain merujuk pada ide-ide unik, orisinal, dan inovatif yang membentuk dasar dari suatu karya desain. Ini melibatkan proses berpikir kreatif untuk menghasilkan solusi yang menarik dan efektif untuk masalah desain yang dihadapi. Konsep kreatif dapat muncul dari inspirasi, penelitian, pemahaman mendalam tentang target audiens, atau bahkan dari pengalaman pribadi. Gaya desain mengacu pada estetika atau tampilan visual dari suatu karya desain. Ini mencakup elemen-elemen seperti pemilihan warna, tipografi, tata letak, komposisi, dan penggunaan elemen dekoratif.

4.3.1 Moodboard

Moodboard digunakan untuk menginspirasi dan memberikan informasi terkait konsep dan berisi gambar-gambar yang memengaruhi estetika visual dan arahan seni dari suatu proyek. Selain itu, *moodboard* dapat menginspirasi narasi, emosi, dan ide (Shaw, 2016).



Gambar IV:1 Moodboard

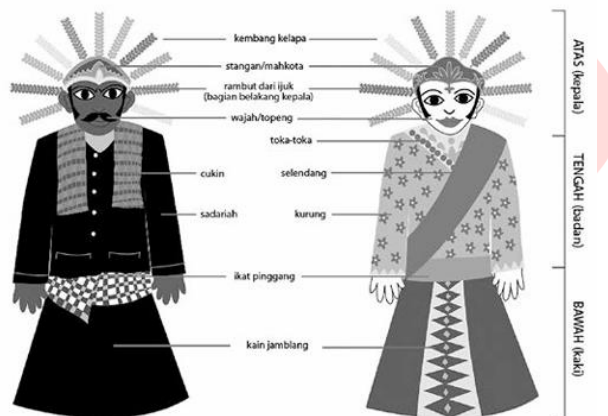
4.3.2 Tone & Manner

Tone & manner (bahasa dan gaya) merujuk pada cara suatu pesan disampaikan atau gaya komunikasi yang digunakan. *Tone* maskot dirancang dengan ekspresi wajah yang ceria dan bersahabat, mencerminkan keramahan dan kehangatan budaya Betawi. Senyum lebar memberikan kesan yang mengundang dan mudah didekati oleh semua kalangan. Sedangkan *manner* pada maskot menggabungkan elemen-elemen tradisional seperti kembang kelapa dan pakaian tradisional, warna yang enak dilihat, serta bentuk karakter yang terlihat menarik bagi generasi muda sekaligus menghormati nilai-nilai tradisional. Maskot ini digunakan secara konsisten di semua media pemasaran dan promosi untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan selalu relevan dan dapat dikenali. Dari poster hingga merchandise, maskot menjadi elemen kunci yang menghubungkan semua materi promosi. Elemen-elemen yang membentuk ondel-ondel dimodifikasi sesuai kebutuhan, termasuk dalam pewarnaan dan bentuknya. Peneliti memilih palet warna yang lembut dan mengadopsi keharmonisan warna *analogus*. Namun, tetap menggunakan warna kulit yang digunakan oleh ondel-ondel pada umumnya yaitu ondel-ondel pria berwarna merah, yang menunjukkan keberanian, dan ondel-ondel perempuan berwarna putih, yang menunjukkan sifat patuh.

4.4 Konsep Desain

4.4.1 Konsep Desain Maskot

Desain maskot ini mengambil inspirasi langsung dari bentuk dan karakteristik visual ondel-ondel tradisional Betawi. Elemen-elemen kunci seperti wajah, mahkota kembang kelapa, dan warna kulit tetap dipertahankan untuk memastikan identitas visual ondel-ondel tidak hilang. Kostum maskot dirancang menyerupai pakaian tradisional Betawi yang digunakan oleh ondel-ondel. Untuk karakteristik laki-laki dan perempuan, mereka mengenakan kostum pangsi dengan ikat pinggang. Perbedaannya terletak pada sarung yang digunakan yaitu ondel-ondel laki-laki mengenakan sarung cukin kotak-kotak, sedangkan perempuan ondel-ondel mengenakan selendang batik Betawi dengan gambar flora di bagian bawahnya. Sarung cukin kotak-kotak untuk laki-laki dan selendang batik Betawi dengan motif rebung untuk perempuan.



Gambar IV:2 Bagian Ondel-ondel, Sumber: (Purbasari, Marianto, & Burhan, 2019)

4.4.2 Konsep Warna

Dalam perancangan ini, pilihan warna sangat diperhatikan, dengan menggunakan palet warna yang lembut dan menyelaraskan keharmonisan warna *analogus*. Warna-warna analogus terletak bersebelahan satu sama lain di dalam lingkaran warna, menciptakan kesan visual yang menyatu dan harmonis. Ini memungkinkan mata untuk melihat kombinasi warna tanpa terasa terlalu kontras atau mencolok.



Gambar IV:3 Warna yang digunakan

4.5 Konsep Verbal

4.5.1 Nama Maskot

Nama maskot digunakan sebagai identitas untuk karakter ondel-ondel yang dirancang. Karakter ondel-ondel laki-laki diberi nama "Awi," yang diambil dari potongan belakang kata "Betawi." Nama Awi memiliki nuansa yang sederhana dan mudah diingat, serta tetap memiliki keterkaitan dengan kata Betawi. Karakter ondel-ondel perempuan diberi nama "Ati," yang diambil dari huruf-huruf yang ada dalam kata "Betawi" yang disusun kembali. Nama Ati memberikan kesan yang lembut dan feminin, sehingga cocok untuk maskot perempuan.

4.5.2 Tipografi

Perancangan ini menggunakan dua jenis huruf. Jenis huruf utama, *Brother Typeface*, digunakan dalam penulisan judul atau nama maskot. Huruf ini dipilih karena memiliki gaya yang dekoratif namun tetap jelas terbaca. Sedangkan untuk grafis lainnya, digunakan *font family Londrina Solid*. Huruf ini dipilih karena tampilannya yang tidak kaku.

1. Brother Typeface

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

2. Lendarina Solid

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
01234567890

4.6 Konsep Perancangan

Proses perancangan karya dimulai setelah konsep desain ditetapkan sebagai panduan. Pada tahap awal, bentuk awal maskot digambar secara manual menggunakan kertas. Sketsa-sketsa ini kemudian dipilih untuk proses digitalisasi.

4.6.1 Sketsa Perancangan Maskot

Sketsa awal menghasilkan empat pilihan desain, yang kemudian diperluas dan diperbaiki selama tahap digitalisasi, yang sangat penting untuk memudahkan pemilihan desain yang akan digunakan untuk merancang karakter ondel-ondel. Proses digitalisasi memungkinkan pemahaman yang lebih baik tentang fitur dan detail sebelum memutuskan desain akhir yang akan digunakan.



Gambar IV:4 Sketsa Awal Maskot

4.6.2 Digitalisasi Alternatif Maskot

Digitalisasi adalah proses mengubah sesuatu yang dibuat secara manual menjadi format digital. Dalam desain, ini melibatkan penggunaan perangkat lunak seperti *Adobe Illustrator* untuk mengubah elemen karya menjadi format digital, yang memungkinkan lebih banyak perubahan dan perubahan.



Gambar IV:5 Alternatif Desain Maskot

4.6.3 Desain Maskot Terpilih

Dipilihlah desain maskot yang paling memenuhi syarat dan tujuan dari berbagai desain karakter yang telah didigitalisasi. Desain maskot ini telah disesuaikan dengan warna *analogus* serta menggunakan ukuran dua kepala atau yang disebut *super deformed* yang memberikan kesan lucu, ramah, dan menarik.



Gambar IV:6 Desain Maskot Terpilih

4.6.4 Tampak Maskot Terpilih

Character sheet berfungsi sebagai referensi visual yang detail dan konsisten untuk karakter yang sedang dirancang. Ini membantu menjaga konsistensi dalam penampilan karakter dari berbagai sudut pandang dan pose yang berbeda.



Gambar IV:7 *Character Sheet* Ondel-ondel Laki-laki



Gambar IV:8 *Character Sheet* Ondel-ondel Perempuan

4.6.5 Gesture Maskot Terpilih

Gesture dalam gambar mengacu pada ekspresi atau gerakan yang menangkap esensi atau karakteristik inti dari objek atau subjek yang digambarkan.

Gesture dapat merujuk pada pose yang ekspresif atau gerakan yang menunjukkan karakter atau perasaan subjek.

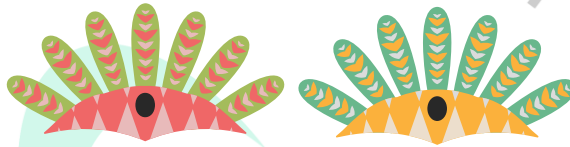


Gambar IV:9 *Gesture Maskot*

4.7 Filosofi Maskot

4.7.1 Bagian Kepala

Hiasan kepala dengan bunga kelapa menggambarkan atau mencerminkan flora yang tumbuh di sekitar pantai. Jakarta dulunya terkenal sebagai pusat pelabuhan, terutama di sekitar Pelabuhan Sunda Kelapa, yang terkenal dengan banyak pohon kelapa di tepi pantai. Kepalanya dihiasi dengan bunga kelapa dengan cara yang mirip dengan gaya rambut pada boneka ondel-ondel. Selain itu, mahkota yang dikenakan ondel-ondel menggambarkan kekuatan kerajaan di wilayah Jakarta yang dipimpin oleh Pangeran Jayakarta, yang berarti "kemenangan".



Gambar IV:10 Bagian Kepala Maskot

4.7.2 Bagian Badan dan Kaki

Baju pangsi adalah pakaian yang biasa dipakai oleh para jawara Betawi. Namun, sekarang lebih dikenal sebagai pakaian adat Betawi yang sering dipakai dalam perayaan atau pertunjukan seni. Bagian selendang, ikat pinggang, dan sarung memiliki motif yang dibuat menggunakan batik rebung Betawi. Motif ini berasal dari pola segitiga yang sama kaki dengan sudut yang tajam. Kemudian motif-motif ini diperluas dan dimasukkan ke dalam berbagai corak, termasuk variasi hias flora dan fauna, geometris, seni tradisional, struktur bangunan bersejarah, makanan tradisional, cerita rakyat, dan permainan anak. Motif bunga juga menggambarkan kesuburan tanah Jakarta.

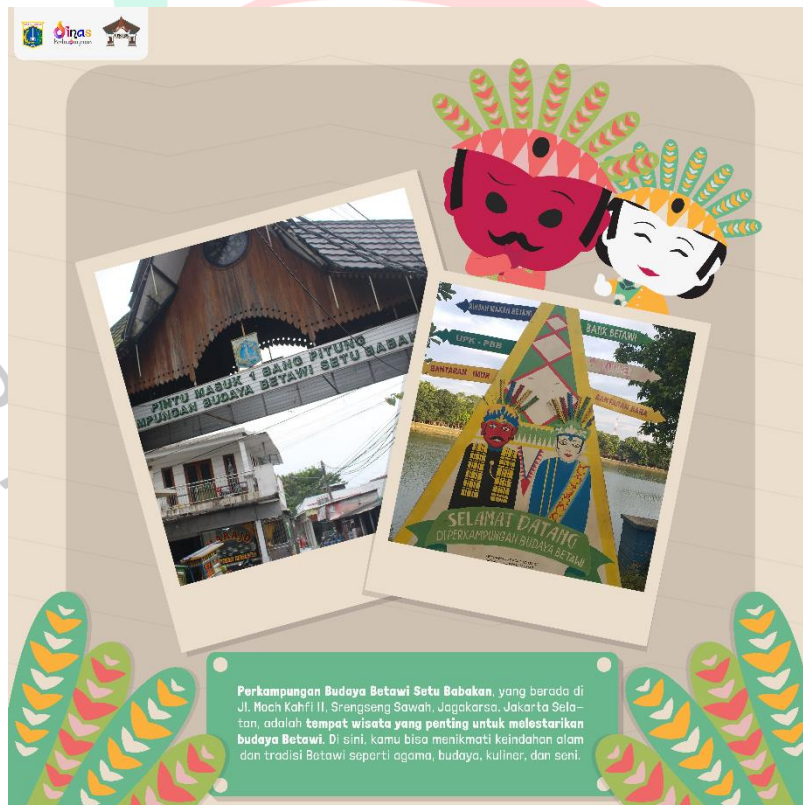


Gambar IV:11 Bagian Badan & Kaki Maskot

4.8 Penerapan Maskot



Gambar IV:12 Standee Maskot Museum Betawi Setu Babakan



Gambar IV:13 Instagram Post



Gambar IV:14 Merchandise



Gambar IV:15 Booth Event



Gambar IV:16 Poster