



# 7.95%

SIMILARITY OVERALL

SCANNED ON: 12 JUL 2024, 4:15 PM

## Similarity report

Your text is highlighted according to the matched content in the results above.

● IDENTICAL  
0.11%

● CHANGED TEXT  
7.83%

## Report #22002861

BAB I PENDAHULUAN 1.1 Latar Belakang Masyarakat Betawi Kuno menggunakan ondel-ondel sebagai bagian dari ritual sakral, dan mereka sering dikaitkan dengan aspek mistis (Wahidiyat, 2019). 2 17 Ondel- ondel adalah figur boneka besar berukuran sekitar dua meter tinggi dan delapan puluh sentimeter lebar.

14 Boneka ini terbuat dari anyaman bambu untuk tubuhnya, topeng untuk wajahnya, dan ijuk untuk rambutnya. (Chienita, Susanto, & Winduwati, 2018).

Ondel-ondel dianggap sebagai penghubung dengan roh nenek moyang, alat untuk mengusir roh jahat yang berkeliaran, dan penarik keberuntungan. Menurut kepercayaan masyarakat Betawi pada masa itu, wabah penyakit diyakini akan berkurang setelah mereka mengarak ondel-ondel keliling kampung (Aulia & Kurniasari, 2022). Ondel-ondel sekarang hadir dalam bentuk seni pertunjukan dan dekoratif, serta produk cenderamata yang mendukung industri lokal. Ondel-ondel ini tersedia dalam ukuran kecil berbentuk dua atau tiga dimensi, yang cocok dijadikan sebagai souvenir yang mencerminkan Jakarta dan budaya Betawi (Purbasari, Marianto, & Burhan, 2019) . Namun, selain digunakan dalam seni pertunjukan dan dekorasi, saat ini ondel-ondel juga dimanfaatkan sebagai sarana untuk mencari nafkah, seperti mengamen. Aktivitas ini berpotensi mengurangi nilai-nilai kebudayaan yang melekat pada ondel-ondel (Akmaliyah, Zulfa, & Rochmawati, 2021). Kawasan Perkampungan Wisata Budaya Betawi Setu Babakan dibangun dengan fokus pada tujuan utama untuk menjaga warisan budaya

REPORT #22002861

Betawi. Tempat tersebut berada di Jalan Moch Kahfi II, RT13/8, Srengseng Sawah, Jagakarsa, Jakarta Selatan. Sebagai pengganti Condet, Setu Babakan diresmikan sebagai cagar budaya Betawi baru berdasarkan PERDA DKI Jakarta No.3 Tahun 2005. Masyarakat Betawi mendapat manfaat dari penetapan ini dengan memberikan bidang yang membantu mempertahankan kelestarian budaya mereka, seperti kesenian, adat istiadat, sastra, makanan, pakaian, dan arsitektur. Wisatawan dapat berinteraksi langsung dengan masyarakat Betawi di Setu Babakan (Sasongko & Jumardi, 2021). Namun, tidak ada maskot yang dapat diingat yang dapat diketahui oleh orang-orang yang berkunjung ke daerah tersebut. Maskot adalah komponen dari pendekatan promosi yang bertujuan untuk menarik perhatian dan meningkatkan kesan terhadap objek wisata. Sebagai alat bantu promosi, maskot dirancang untuk menarik perhatian luas masyarakat dan membangun hubungan emosional antara pengunjung dengan objek wisata, sehingga lebih mudah diingat dan dikenali. Selain itu, maskot memiliki potensi untuk diadaptasi menjadi berbagai souvenir menarik (Riko & Abidin, 2022). Berdasarkan latar belakang dan kunjungan peneliti ke Kawasan Perkampungan Wisata Budaya Betawi Setu Babakan, diperlukan sebuah perancangan ondel-ondel sebagai maskot kawasan tersebut. Maskot ini berfungsi sebagai alat bantu dalam promosi kawasan tersebut sebagai tempat wisata kebudayaan Betawi serta membantu mempromosikan ondel-ondel sebagai simbol

budaya Betawi yang memiliki nilai dan budaya Betawi. 1 1.2

Identifikasi Masalah Peneliti menemukan permasalahan yang perlu dipecahkan berdasarkan uraian latar belakang, yaitu diperlukannya media untuk memperkenalkan kembali ondel-ondel dengan bentuk yang ramah agar masyarakat menjadi lebih tertarik serta diperlukannya maskot yang mudah diingat dan dikenali oleh para pengunjung Kawasan Perkampungan Wisata Budaya Betawi Setu Babakan. 1.3 Rumusan Masalah Peneliti merumuskan dua rumusan masalah sebagai dasar penyelesaian masalah, yaitu: 1. Bagaimana cara membuat perancangan ondel-ondel sebagai maskot Kawasan Perkampungan Wisata Budaya Betawi Setu Babakan? 2. Bagaimana cara menjamin bahwa nilai-nilai budaya dan sejarah yang terkandung dalam ondel-ondel tetap diperhatikan saat membuat maskot? 1.4 Tujuan Penelitian Berdasarkan latar belakang dan penjelasan masalah, peneliti memiliki tujuan dalam menulis tugas akhir yaitu: a. Merancang ondel-ondel dengan tampilan yang lebih ramah kepada masyarakat dalam bentuk perancangan mascot Kawasan Perkampungan Wisata Budaya Betawi Setu Babakan. b. Mengembangkan ondel-ondel sebagai maskot untuk digunakan sebagai media promosi dan menyampaikan informasi tentang Kawasan Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan. c. Melestarikan nilai budaya yang terdapat pada ondel-ondel 1.5 Manfaat Penelitian 1. Bagi peneliti, penelitian ini memungkinkan peneliti untuk memperdalam pengetahuan tentang budaya Betawi serta mengembangkan

keterampilan dalam merancang dan mendesain maskot yang berbasis budaya. Dengan melakukan penelitian mendalam, peneliti dapat menggali sejarah, nilai-nilai, dan simbol-simbol budaya Betawi yang akan diimplementasikan dalam desain maskot. Selain itu, keterampilan teknis dan kreatif dalam mendesain maskot juga akan semakin terasah. 2. Bagi masyarakat umum, mendapatkan manfaat dari upaya pelestarian budaya Betawi melalui maskot yang dirancang, yang dapat meningkatkan kesadaran dan pemahaman tentang nilai-nilai budaya tersebut. Maskot yang dihasilkan dari penelitian ini dapat digunakan sebagai alat promosi pariwisata, menarik wisatawan dan mendukung ekonomi lokal melalui produk-produk budaya yang terkait. 3. Bagi universitas, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan ajar atau referensi terutama dalam mata kuliah yang berkaitan dengan budaya, seni, dan desain. Penelitian ini juga dapat mendorong kolaborasi dengan berbagai pihak, seperti pemerintah, komunitas budaya, dan industri kreatif, yang dapat membuka peluang untuk proyek-proyek inovatif di masa depan.

7 1.6 Sistematika Penulisan Bab I Bab ini menjelaskan tentang konteks latar belakang permasalahan, identifikasi masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan susunan penulisan. Bab II Bab kedua ini mengulas dan mencakup telaah literatur serta teori-teori yang menjadi dasar dalam merancang tugas akhir. Bab III Bab ini menjelaskan tentang struktur perancangan yang meliputi cara pengumpulan data, paparan data, analisis data, dan kesimpulan berdasarkan data yang terkumpul. Bab IV Berisi tentang strategi inovatif, ide karya, strategi komunikasi, metode media, gagasan kreatif, elemen visual, pendekatan verbal, dan hasil akhir karya. Bab V Membahas kesimpulan dari perancangan tugas akhir serta penutup. BAB II TINJAUAN UMUM 3 2.1 Tinjauan Pustaka Tinjauan literatur termasuk penelitian sebelumnya atau literatur akademik yang berkaitan dengan topik penelitian. Berikut adalah beberapa hasil penelitian yang tersedia dan dipelajari oleh peneliti: a. Supriyanto. (2017). Bentuk Estetik Ondel-Ondel. Gelar: Jurnal Seni Budaya , 71-80. Jurnal ini menjelaskan mengenai sejarah keberadaan ondel-ondel yang

ditemukan dari tulisan seorang pedagang Inggris bernama W. Scot pada abad ke-17 di Banten. Informasi tersebut dikutip dari W. Fruin Mees dalam buku karyanya yang berjudul “ Geschiedenis Van Java jilid dua. Buku tersebut mencatat bahwa pada tahun 1605, seorang pedagang Belanda menyaksikan Pangeran Jayakarta Wijayakrama yang menghadiri upacara sunatan Raja Banten bernama Abdul Mafakhir membawa boneka raksasa yang diyakini merupakan ondel-ondel. Selain itu berita mengenai kemunculan ondel-ondel juga terjadi pada penghujung abad ke-19. Berita tersebut dijelaskan oleh seorang warga negara Amerika bernama E. R. Schidmore yang datang ke Batavia melalui bukunya yang berjudul “ Java, The Gardeb of The East tentang terdapat pertunjukan seni Betawi berupa tarian-tarian di jalanan. Pada tahun 1910 terdapat foto boneka berukuran besar terlihat mirip boneka potehi yang berasal dari Cina. Temuan keberadaan ondel-ondel selanjutnya ditemukan di Hotel des Indies pada tahun 1923. Temuan tersebut menjelaskan bahwa ondel-ondel menggunakan motif topeng dengan wajah raksasa. Terdapat bukti-bukti berupa foto yang mendukung dugaan temuan terkait ondel-ondel. Tujuan utama dari jurnal ini adalah memahami bentuk dan makna ondel-ondel dengan menerapkan pendekatan estetika pada lima karya ondel-ondel yang berasal dari museum dan sanggar ondel-ondel yang dianalisis dalam penelitian ini. Ondel-ondel juga menjadi bagian penting dari hiburan masyarakat dan dianggap sebagai perlengkapan wajib. Keberadaannya mencerminkan berbagai aspek kehidupan masyarakat Betawi, berfungsi sebagai ekspresi budaya yang menyoroti perilaku serta mempertegas identitas mereka sebagai orang Betawi. b. 13 Rima Lestari & Dimas Krisna Aditya. (2018). Perancangan Buku Ilustrasi Tentang Sejarah Ondel-Ondel Betawi. e-Proceeding of Art & Design , 1522- 1530. Jurnal ini mengkaji pembuatan buku ilustrasi tentang sejarah ondel- ondel Betawi. Penulis berharap buku ilustrasi ini dapat mengajarkan remaja tentang seni ondel-ondel. 22 Hasil perancangan ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan tentang seni tradisional Betawi. Penulis memilih untuk menyampaikan informasi tentang kesenian ondel-ondel melalui buku, terutama untuk remaja usia

delapan belas hingga dua puluh enam tahun. Alasan ini didasarkan pada pemahaman bahwa remaja pada usia ini memiliki pengalaman dan ikatan yang kuat dengan seni tersebut. Selain itu, nilai-nilai moral menentukan bagaimana sikap ditetapkan dalam rancangan ini. Buku ini dibuat dengan kolaborasi dengan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan DKI Jakarta dan diterbitkan oleh Elex Media Komputindo. 4 Tujuan buku ini adalah untuk meningkatkan pemahaman orang tentang seni Betawi dan untuk digunakan sebagai materi pelajaran dalam mata pelajaran Seni dan Budaya DKI Jakarta. c. Daniel Saarani & Taufan Hidayatullah. (2021). **27** Perancangan Kartu Permainan Kesenian Ondel-Ondel. *Divagatra: Jurnal Penelitian Mahasiswa Desain*, 155-168. Jurnal ini membahas bagaimana membuat kartu permainan kesenian ondel-ondel dengan tujuan untuk menyampaikan kembali informasi tentang seni ondel-ondel dengan harapan bahwa mereka akan menarik audiens target. Tujuan utamanya adalah mendorong mereka untuk mempertahankan kelestarian budaya, merawat warisan, dan meningkatkan kesadaran terhadap fenomena yang tengah berkembang, khususnya perubahan fungsi ondel-ondel yang kini menjadi alat pengamen. Dalam proses perancangan ini, dilakukan penerapan metode yang terfokus pada perancangan informasi, terutama yang berkaitan dengan seni ondel- ondel. Konsep perancangan dipilih dan dirancang dengan tujuan menarik bagi audiens target. Kartu game digunakan sebagai media dengan tema yang menampilkan keindahan seni ondel-ondel dalam perancangan media informasi ini. Audiens target yang dimaksud adalah masyarakat di Kota Jakarta, yang berada dalam rentang usia 15-18 tahun, yakni remaja pertengahan. Target ini mencakup orang dari semua jenis kelamin, baik laki-laki maupun perempuan, serta mereka yang telah menyelesaikan sekolah menengah atas atau universitas. Memiliki status sosial yang beragam, meliputi kategori menengah bawah dan menengah atas. **20** Perkembangan fisik, psikologis, dan sosial signifikan terjadi pada kelompok usia ini. Mereka sedang menghadapi masa pubertas, yang seringkali dipenuhi dengan kesulitan dan tekanan. Akibatnya, sangat penting untuk membuat informasi atau media yang disesuaikan dengan kebutuhan dan karakteristik audiens

target ini. d. Yeni Handayani, Akhmad Syaekhu Rakhman, & Arief Hidayat. (2023). Ondel-Ondel sebagai Ikon Seni Tradisi Betawi. *Chronologia: Journal of History Education* , 35-44. Jurnal ini mengulas tentang asal-usul seni ondel-ondel Betawi dan keberadaannya saat ini. **12** Metode yang digunakan dalam penulisan ini mengikuti empat tahap dalam metode sejarah: heuristik, kritik, interpretasi, dan historiografi. Jurnal ini menjelaskan bahwa Ondel-ondel dianggap sebagai representasi seni tradisional dari kota Jakarta, dengan pilihan warna dan motif yang digunakan untuk menghiasnya memiliki makna yang unik. Ondel-ondel pria berwarna merah dan ondel-ondel wanita berwarna putih keduanya melambangkan dua kekuatan, baik dan jahat. Wajah ondel-ondel pria berwarna merah menunjukkan kejahatan, sedangkan wajah ondel-ondel wanita berwarna putih menunjukkan kebaikan, yang menjelaskan mengapa ondel-ondel selalu berpasang- pasangan. **2** Mengingat bahwa Jakarta adalah kota pelabuhan, dengan Pelabuhan Sunda Kelapa yang terkenal dengan pohon kelapa di sepanjang pantainya, bunga kelapa di kepala adalah simbol tumbuhan di pantai. Bunga kelapa ini memiliki bentuk rambut ondel-ondel yang mirip hiasan di 5 kepala. Mahkota dengan ondel-ondel menunjukkan keberadaan kerajaan tertinggi di Jakarta, yang sebelumnya diwakili oleh figur Pangeran Jayakarta, yang mengandung arti kemenangan. Untuk wanita, selendang ondel-ondel dengan motif bunga mencerminkan kesuburan tanah Jakarta. Untuk pria, selendang ondel-ondel dengan motif kotak atau sarung. Berdasarkan tinjauan pustaka di atas, peneliti akan memanfaatkan data tersebut sebagai pedoman dan referensi dalam merancang maskot ondel-ondel. Peneliti akan menggunakan informasi mengenai ondel-ondel yang terdapat dalam jurnal-jurnal tersebut. Selain itu, data ini akan berfungsi sebagai bukti pendukung selama proses desain.

## 2.2 Tinjauan Teori

### 2.2.1 Maskot

Maskot berfungsi sebagai alat komunikasi yang efektif dan juga sebagai proses yang dapat digunakan sebagai media promosi. Maskot mampu menjadi representasi visual yang kuat bagi instansi, lembaga, atau perusahaan tertentu. Peran maskot juga membantu dalam memudahkan pengingatan oleh masyarakat (Abdurrohman, Addin,

& Rina, 2023). Maskot dibuat untuk membantu dalam proses komunikasi kepada audiens yang dituju, dengan tujuan membangkitkan emosi positif melalui penampilan visual (Novica & Hidayat, 2018). Maskot memiliki potensi sebagai lambang yang membantu dalam membentuk hubungan memori dengan sebuah objek, produk, atau merek, sehingga memiliki keunggulan komersial yang signifikan (D & Waridah, 2018). Sebuah contoh maskot yang sukses dalam hal pengenalan dan daya ingat adalah maskot dari gerai makanan Kentucky Fried Chicken (KFC). Maskot yang masih digunakan hingga kini adalah Colonel Sanders, pendiri KFC pada tahun 1952.

Colonel Sanders, yang sebenarnya bernama Harland Sanders, adalah contoh maskot yang mewakili mereknya dengan gambaran dari pendirinya. Pembuatan maskot ini bertujuan untuk memberikan identitas manusiawi pada merek, sehingga merek tersebut terasa lebih hidup dan membuat audiens merasa nyaman dalam berinteraksi dengan merek tersebut (Supardi & Arianti, 2021). Desain maskot juga bisa diterapkan dalam acara sebagai alat promosi, dengan maksud untuk memperoleh penerimaan lebih baik dari audiens terhadap citra acara. Berbeda dengan produk atau perusahaan yang sudah memiliki identitas merek, acara biasanya belum memiliki citra yang jelas. Oleh karena itu, perlu ada perantara yang bisa menyampaikan makna acara kepada audiens potensial, dan salah satu caranya adalah melalui pembuatan maskot (Supardi & Arianti, 2021).

### 2.2.2 Desain

**Karakter** Pembuatan karakter melibatkan proses menggambarkan emosi atau sifat manusia dengan tujuan tertentu. Dalam proses kreatifnya, desain

karakter harus secara visual mencerminkan kehidupan yang menyerupai manusia. **19** Sebuah desain karakter yang efektif adalah yang gampang dipercaya dan mudah diingat. Karakter

yang gampang dipercaya biasanya memiliki sifat yang akrab tetapi ditempatkan dalam situasi yang unik, sehingga audiens dapat merasa terhubung dengan karakter tersebut. Sementara itu, karakter yang gampang diingat adalah yang menarik secara visual dan mampu menimbulkan emosi audiens yang dituju (Novica & Hidayat, 2018). **8** 6 Dalam desain maskot,

karakter dapat berupa manusia, robot, monster, hewan, tumbuhan, hingga



objek mati. Karakter dapat dibuat dengan menggabungkan berbagai atribut seperti alam, fisik, dan pekerjaan. Saat merancang karakter, penting untuk mempertimbangkan elemen penting yang harus disertakan dalam karakter tersebut dan menggunakan referensi dari berbagai sumber serta desain visual sebelumnya. (Riko & Abidin, 2022). Thomas dan Johnston menjelaskan bahwa konsep "appeal" dalam desain karakter mengacu pada daya tarik yang menarik perhatian penonton terhadap desain karakter dan menghargai aspek visual yang diberikan. Mereka mencatat bahwa karakter dapat memiliki berbagai sifat, baik menarik atau tidak, kompleks atau sederhana, baik atau buruk. Namun, yang terutama adalah karakter tersebut harus memiliki daya tarik yang kuat untuk memikat perhatian penonton dan membuat mereka ingin mengenal lebih dalam. Sebuah desain karakter yang menarik tidak hanya dari segi penampilannya, tetapi juga dari kepribadiannya yang memikat. Pontilas mengidentifikasi empat prinsip desain yang relevan dalam merancang karakter, yaitu silhouette, bentuk, proporsi, dan pose (Novica & Hidayat, 2018).

### 2.2.3 Desain Grafis

Prinsip desain grafis sendiri terdiri dari lima elemen penting, yaitu kesatuan (unity), keseimbangan (balance), ritme (rhythm), penekanan (emphasis), dan proporsi (Aesthetika, Poppy, Andi, & Recoba, 2023).

1. Kesatuan (unity) Kesatuan adalah saat elemen desain bersatu untuk menciptakan kesan yang seimbang dan harmonis, istilah "kesatuan" digunakan. Setiap komponen membantu satu sama lain untuk menyampaikan pesan dari desain yang dibuat.
2. Keseimbangan (balance) Keseimbangan mengacu pada fakta bahwa setiap elemen desain harus tampil secara proporsional, seperti menjaga proporsi yang tepat antara warna, teks, dan gambar.
3. Ritme (rhythm) Ritme dalam desain mengacu pada pengaturan yang menghasilkan aliran yang teratur dan harmonis. Ini melibatkan pengulangan atau variasi elemen dengan memperhatikan ruang antara mereka, menciptakan sensasi transisi. Pola pengulangan elemen yang serupa dan konsisten membentuk irama.
4. Penekanan (emphasis) Penekanan bertujuan untuk mengarahkan perhatian

pengamat sehingga pesan dapat dipahami dengan lebih baik. Namun, perlu diingat bahwa tidak ada elemen yang harus disorot secara berlebihan.

Jika itu dilakukan, desain akan menjadi terlalu rumit dan pesan utama

tidak akan tersampaikan dengan jelas. **9** 5. Proporsi Proporsi mengacu pada

perbandingan antara satu elemen dalam suatu komposisi atau objek dengan

elemen lainnya, atau dengan keseluruhan komposisi atau objek. 2.2.4 Warna Warna

dikelompokkan berdasarkan penggunaannya menjadi dua kategori, model warna

additive menggunakan standar warna dasar Merah, Hijau, dan Biru (RGB),

sedangkan warna subtractive berasal dari pigmen. **26** Warna additive berasal dari

7 cahaya, yang disebut spektrum. Sebaliknya, model warna subtractive, seperti

Cyan, Magenta, dan Kuning (CMYK), umumnya digunakan dalam pencetakan.

Kedua model warna ini mengatur warna dasar dalam roda warna, di mana

warna-warna dasar additive dan subtractive saling berlawanan atau

melengkapi dalam lingkaran tersebut (Aesthetika, Poppy, Andi, & Recoba,

2023). Kualitas, atau kecerahan, warna, dan chroma, atau kekuatan,

adalah tiga dimensi utama warna, menurut teori Munsell yang dibuat

pada tahun 1858. Nama-nama warna membuat mengenali warna lebih mudah. **11** **23** Teori

warna Munsell menggunakan tiga warna primer: merah (M), kuning (K), dan biru (B). **11** **25**

Ketika dua warna primer ini dicampur, mereka menghasilkan warna sekunder.

Berdasarkan keharmonisannya warna dibagi menjadi lima, yaitu: 1. Warna

Komplementer Warna yang berlawanan satu sama lain dalam lingkaran warna

yang terpisah 180 derajat. Dua warna ini menghasilkan kombinasi warna

yang luar biasa. Merah-Hijau, Biru-Oranye, dan Ungu-Kuning. 2. Warna

Analogus Warna-warna yang berdekatan satu sama lain disebut sebagai

analogus. Skema warna yang mirip sering terlihat di alam dan menarik

bagi mata. Warna- warna ini bekerja sama dengan baik untuk menciptakan

suasana yang cerah dan ceria. 3. Warna Triadic Skema warna triadik

memadukan tiga warna yang berjarak sama dalam lingkaran warna dalam

bentuk segitiga yang sama di atas roda warna. Efek kontras yang

menarik dihasilkan dari kombinasi ini. 4. Warna Split Komplementer Skema

ini menggunakan satu warna tambahan daripada warna komplementer. Metode

ini mencapai harmoni warna yang menyenangkan dengan menggunakan formula

"Y" terbalik. 5. Warna Tetradic Penggunaan bersama dua warna komplementer menciptakan perbedaan yang jelas antara warna hangat dan dingin. 2.2.5 Tipografi Tipografi adalah studi seni dan desain huruf,

yang mengharuskan kita untuk selektif dalam pemilihan jenis huruf, terutama ketika mengkomunikasikan pesan visual melalui media visual. Ini melibatkan pengaturan layout, ukuran, bentuk, dan karakter huruf, yang semuanya harus disusun dengan hati-hati untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan sesuai dengan yang diinginkan (Aesthetika, Poppy, Andi, & Recoba, 2023). Berikut merupakan huruf berdasarkan anatomi-nya, yaitu: 1. **6 Serif**

Huruf serif adalah jenis huruf yang memiliki sepatu, kait, atau mata pancing di ujung karakternya. Fitur ini, yang sering disebut sebagai

counterstroke dalam tipografi, membantu meningkatkan keterbacaan teks. 8 Merek yang ingin mengekspresikan konsep yang berkelas, elegan, dan mewah

sering menggunakan serif, yang sudah lama dikenal.. 2. Sans Serif Huruf sans serif tidak memiliki kait atau sepatu seperti huruf serif.

Mereka sering digunakan oleh merek yang ingin menampilkan kesan kontemporer dan visioner karena tampilannya lebih tegas dan kontemporer

dibandingkan dengan huruf serif. 3. Script Huruf script atau handwriting dikenal sebagai huruf tangan, adalah jenis huruf yang tampak alami dan elegan. Kesamaan dengan tulisan tangan manusia dan kaligrafi adalah ciri

utama huruf skrip atau tulisan tangan. Merek yang ingin menampilkan kesan kecantikan, vintage, dan vintage sering menggunakan huruf yang

saling terhubung. 4. Decorative Huruf decorative, disebut huruf display atau huruf ornamental, memiliki bentuk yang tidak teratur dan agak sulit untuk dibaca.

**6** Karena sifatnya yang unik dan mudah dikenali, huruf ini dirancang khusus untuk menampilkan citra merek. 2.2.6 Layout Layout adalah penempatan

atau penyusunan elemen desain dalam sebuah media untuk mendukung konsep atau pesan yang ingin disampaikan. Salah satu prinsip utama layout

adalah urutan, penekanan, keseimbangan, dan kesatuan. Selain itu, ada dua elemen yang tak terlihat, yaitu grid dan margin. Margin membatasi

tepi kertas dan ruang yang diisi oleh elemen layout lainnya, sedangkan grid, yang berupa garis yang tidak terlihat, membantu penempatan elemen layout dengan lebih teratur (Surianto, 2008). Menurut Tom Lincy, prinsip layout yang efektif meliputi beberapa elemen kunci. Pertama, ada kebutuhan untuk menciptakan komposisi yang menyenangkan secara visual. Variasi juga penting untuk menghindari kesan membosankan atau monoton. Keseimbangan dalam layout harus dijaga agar terlihat harmonis dan serasi. Irama, baik dalam pengulangan bentuk atau unsur-unsur layout maupun dalam pilihan warna, juga memainkan peran penting. Harmoni adalah keseimbangan antara elemen- elemen yang menciptakan kesan yang nyaman dan estetis. Proporsi mencerminkan perbandingan yang tepat antara elemen-elemen dalam layout. Terakhir, kontras adalah kombinasi warna gelap dan terang. untuk menciptakan tampilan yang menarik (Agung, 2019).

### 2.2.7 Ondel-ondel

Ondel-ondel adalah boneka raksasa yang tingginya sekitar dua meter lima puluh sentimeter dan lebarnya sekitar delapan puluh sentimeter. Bagian tubuhnya terbuat dari anyaman bambu, dan rambutnya dihiasi dengan ijuk (Chienita, Susanto, & Winduwati, 2018).

**15** Peraturan Gubernur Provinsi DKI Jakarta Nomor 11 tahun 2017 menetapkan ondel-ondel sebagai salah satu simbol budaya Betawi.

**2** Ondel-ondel didefinisikan sebagai sepasang boneka, di mana yang berwajah laki-laki memiliki wajah 9 berwarna merah dengan alis tebal, kumis, dan ekspresi yang ramah. Sementara itu, ondel-ondel berwajah perempuan memiliki wajah berwarna putih dengan mata hitam sayu dengan alis melengkung, bulu mata yang lentik, bibir yang berwarna merah, giwang atau anting, serta memakai mahkota di dahi. Ondel-ondel juga memiliki filosofi atau makna tersendiri, di mana dianggap sebagai lambang kekuatan yang mampu menjaga keamanan, ketertiban, keberanian, kejujuran, dan ketegasan serta menolak segala bentuk manipulasi. Dalam fungsi-fungsinya, ondel-ondel digunakan dalam berbagai upacara tradisional masyarakat Betawi. Secara praktis, ondel-ondel digunakan sebagai dekorasi dalam acara-acara seremonial yang diselenggarakan oleh Pemerintah DKI Jakarta, festival, pertunjukan seni luar negeri, pameran,

pusat perbelanjaan, sektor pariwisata, tempat pertemuan, dan lingkungan umum yang memiliki nilai estetik dan keamanan. Dalam penempatannya, nilai estetika menjadi pertimbangan utama dalam meletakkan ondel-ondel di lokasi tertentu.

### 2.2.8 Kawasan Perkampungan Wisata Budaya Betawi Setu Babakan

Perkampungan Budaya Betawi adalah tempat di Jakarta di mana pengunjung dapat menemukan dan menikmati berbagai aspek kehidupan tradisional Betawi, seperti keindahan alam, komunitas lokal, tradisi, budaya, dan materi yang berfungsi sebagai sumber informasi dan rekaman tentang ke-Betawi-an. Salah satu proyek pengembangan pariwisata budaya, Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan, terletak di Jagakarsa, Jakarta Selatan, bertujuan untuk meningkatkan sektor pariwisata, khususnya di bidang kebudayaan dan kuliner di Indonesia, terutama di Jakarta (Nugraha & Putri, 2022). Setu Babakan adalah sebuah pemukiman yang dirancang dengan tujuan utama untuk mempertahankan warisan budaya Betawi. Selain menjadi tujuan wisata sejarah, area ini juga terus diperindah dengan keindahan alamnya serta tradisi-tradisi Betawi yang mencakup aspek keagamaan, kebudayaan, dan seni (Sasongko & Jumardi, 2021).

### 2.2.9 Promosi Promosi adalah serangkaian

kegiatan yang bertujuan untuk menyebarkan informasi tentang suatu produk kepada konsumen dengan tujuan meningkatkan atau mempertahankan penjualan. Tujuan utamanya adalah untuk menarik minat konsumen sehingga mereka memilih produk tersebut di tengah banyaknya produk serupa lainnya. Promosi yang sukses sangat bergantung pada kemampuan komunikasi yang efektif. Komunikasi yang efektif meyakinkan pelanggan untuk membeli barang, yang menghasilkan peningkatan penjualan dan keuntungan yang lebih besar bagi produsen (Arini, Hartono, Luri, & Bambang, 2019).

### 2.2.10 Media Promosi melibatkan penggunaan berbagai jenis media komunikasi untuk menyampaikan pesan secara efektif. Media komunikasi adalah alat yang memfasilitasi penyebaran pesan dari komunikator kepada masyarakat (Arini, Hartono, Luri, & Bambang, 2019). Seperti yang diuraikan oleh Burnett (2005) dalam karyanya, media komunikasi dapat dikelompokkan ke dalam beberapa kategori, termasuk:

- 1 Above The Line ATL merupakan strategi

promosi yang ditujukan kepada audiens yang luas dan umumnya dilakukan oleh manajemen pusat suatu produk untuk membangun citra merek.

Komunikasi ATL menggunakan media massa seperti televisi, radio, dan cetak sebagai sarana utama untuk menyampaikan pesan.

10 2. Below The Line

Komunikasi BTL mengarah kepada audiens yang lebih terbatas. Biasanya,

BTL dilakukan oleh penjual produk dengan tujuan untuk merangsang pembelian melalui interaksi langsung, pengujian produk, dan kegiatan serupa.

3. Through The Line Seiring dengan perkembangan media baru yang

memanfaatkan teknologi dan platform daring, konsep TTL muncul sebagai

pendekatan yang mengintegrasikan elemen promosi dari ATL dan BTL. 1 Contoh

penggunaan TTL adalah melalui media sosial seperti Instagram, Facebook,

dan platform lainnya.

4. Ambient Media Ambient media , sebagai bentuk

media BTL, memiliki cakupan yang luas terhadap audiens target. Media

ini sering digunakan untuk meningkatkan kesadaran konsumen terhadap suatu

produk dengan cara memungkinkan merek berinteraksi langsung dengan

konsumen dan memberikan pengalaman yang berkesan. Melalui pengalaman yang

tidak terlupakan ini, kesadaran akan produk dan merek dapat meningkat secara signifikan.

11 BAB III METODOLOGI DESAIN 3.1 Sistematika Perancangan Peneliti

akan merencanakan pembuatan maskot untuk Perkampungan Budaya Betawi Setu

Babakan dengan menggunakan The Design Method yang dikembangkan oleh Eric

Karjaluoto. Metode ini terdiri dari empat tahap utama, yaitu Discovery,

Planning, Creative , dan Application . Dalam tahap Discovery , peneliti

mengumpulkan informasi dan data yang relevan mengenai budaya Betawi dan

ondel-ondel. Pada tahap Planning , peneliti menyusun strategi dan konsep

maskot berdasarkan temuan dari tahap sebelumnya. Selanjutnya, pada tahap

Creative , peneliti membuat sketsa dan beberapa alternatif maskot dengan

mengacu pada referensi visual yang telah diperoleh. Akhirnya, tahap

Application memaparkan hasil dari penerapan desain maskot yang telah

dibuat. Untuk mencapai hasil yang optimal, proses penelitian ini

melibatkan berbagai langkah yang direncanakan dengan baik.

3.2 Metode Pengumpulan Data Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif

deskriptif, yang melibatkan observasi, wawancara, dan penelitian literatur. Tujuan dari penggunaan pendekatan ini adalah untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang background penelitian. Penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena subjek penelitian secara menyeluruh, seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lainnya. Metode ini digunakan untuk mendeskripsi fenomena yang diteliti dengan menggunakan kata- kata dan bahasa yang sesuai dengan lingkungan alamiah (Moloeng, 2007).

1. Observasi Tujuan utama penggunaan metode observasi untuk mendapatkan pemahaman langsung tentang subjek penelitian. Pada tanggal 14 Desember 2023, observasi ini dilakukan secara langsung di Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan. Salah satu lokasi yang dikenal sebagai Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan berfungsi sebagai ruang kreatif yang berfungsi sebagai dapur budaya Betawi. 16 Lokasinya adalah di Jl. 16 21 Moch Kahfi II, RT 16 21 24 13/RW.8, Srengseng Sawah, Jagakarsa, Kota Jakarta Selatan, DKI Jakarta 12640. 2. Wawancara Di Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan, peneliti mewawancarai Bapak Indra Sutisna, S.Kom, Sekretaris Forum Pengkajian dan Pengembangan Perkampungan Budaya Betawi. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk 12 mendapatkan perspektif langsung dari seorang budayawan Betawi tentang sejarah dan nilai-nilai positif yang terkandung dalam ondel-ondel. 3. Kajian Literatur Proses penelitian sangat tergantung pada kajian literatur yang mendalam, yang memiliki peran penting sebagai pedoman dan dasar rujukan untuk mengatasi suatu topik permasalahan. Pentingnya studi literatur memungkinkan peneliti untuk merinci serta menyusun metode penyelesaian yang tepat dalam konteks penelitian. Analisis mendalam terhadap sumber- sumber literatur ini bertujuan untuk mengumpulkan referensi yang mendalam mengenai pembuatan maskot dan bentuk ondel-ondel. 3.3 Analisis Data Hasil data yang sudah diperoleh selanjutnya digunakan sebagai landasan untuk mengembangkan konsep awal dalam Perancangan Motion Graphic Sejarah Ondel- Ondel Betawi. Data tersebut berperan sebagai dasar informasi yang penting untuk memberikan dukungan dalam proses Perancangan Motion Graphic Sejarah Ondel- Ondel

Betawi. Berikut ini merupakan hasil dari data yang telah dikumpulkan:

1. Observasi Kawasan Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan adalah subjek penelitian ini. Kawasan ini memiliki banyak tempat untuk dikunjungi dan banyak daya tarik. Wisata budaya, air, dan agraris adalah tiga jenis wisata yang dapat dinikmati pengunjung. Mereka juga dapat menyaksikan berbagai pertunjukan seni, tradisi, cerita rakyat, karya sastra, kuliner, pakaian tradisional, dan arsitektur khas Betawi. Kawasan ini juga memiliki lingkungan alam yang asri ditambah dapat melihat secara langsung aktifitas masyarakat Betawi yang ada disana. Selain itu, peneliti melakukan observasi terhadap ondel-ondel yang ada disana dengan tujuan melihat langsung bentuk ondel-ondel sebagai referensi. Pengamatan langsung yang dilakukan oleh peneliti menemukan bahwa pakaian ondel-ondel menggunakan warna yang kontras dengan menggunakan motif batik Betawi. Salah satu pembuat ondel-ondel di Setu Babakan menjelaskan bahwa pemilihan warna baju ondel-ondel harus menggunakan warna yang bertabrakan sehingga dapat menarik perhatian orang-orang. Wajah ondel-ondel laki-laki diberi warna merah karena melambangkan sifat berani, kekuatan, dan ketegasan yang dimiliki oleh pria Betawi. Warna wajah ondel-ondel perempuan berwarna putih yang dikaitkan dengan sifat perempuan Betawi yang bersifat patuh dan penurut. Selain menemukan ondel-ondel yang berpasangan, peneliti juga menemukan ondel-ondel kecil yang masyarakat disana menyebutnya anak ondel-ondel.

2. Wawancara Berikut adalah pertanyaan yang peneliti berikan kepada narasumber Bapak Indra Sutisna, S.Kom yang menjabat sebagai Sekretaris Forum Pengkajian dan Pengembangan Perkampungan Budaya Betawi yang dilakukan pada tanggal 27 Januari 2024.

Tabel Error: Reference source not found-1 Pertanyaan Wawancara No.

Pertanyaan 1. Bagaimana proses sejarah ondel-ondel Betawi berlangsung? 13

2. Apakah terdapat perbedaan antara ondel-ondel zaman dahulu dan saat ini? 3. Apakah diperlukan suatu media yang mampu memberikan informasi dan edukasi tentang ondel-ondel Betawi? Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Indra, peneliti menyimpulkan bahwa ondel-ondel merupakan salah satu



dari delapan ikon budaya Betawi. Informasi dari para budayawan dan literatur menunjukkan bahwa awalnya ondel-ondel tidak disebut dengan nama tersebut, melainkan dengan nama barongan yang bermakna sebarung atau berkelompok. Pada awalnya, fungsi ondel-ondel tidaklah sebagai penghibur, melainkan lebih bersifat ritual, seperti sebagai penolak bala dan pengusir roh halus. Hal ini terjadi karena pada tahun 1830an dasar-dasar keagamaan belum begitu kuat. Namun, seiring dengan kemajuan keagamaan dan pemahaman masyarakat fungsi ondel-ondel itu berkembang. Pada periode tahun 1960-1970 ondel-ondel mulai difungsikan sebagai alat hiburan dalam acara-acara seperti sunatan dan kegiatan mengamen. Popularitas ondel-ondel semakin meningkat ketika lagu "Ondel-Ondel" karya Benyamin Sueb dikenal di kalangan masyarakat. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa fungsi ondel-ondel saat ini berbeda dengan masa lampau. Pelestarian budaya ondel-ondel menjadi sangat penting agar masyarakat memiliki pemahaman yang mendalam dan muncul rasa tanggung jawab bersama untuk menjaga eksistensi ondel-ondel.

3. Studi Literatur Berikut merupakan beberapa studi literatur penting yang peneliti gunakan sebagai pencaharian data dan referensi pembelajaran dalam membuat perancangan ondel-ondel sebagai maskot Kawasan Perkampungan Wisata Budaya Betawi Setu Babakan.

a. Jurnal berjudul "Ondel-ondel Kekinian: Boneka Besar Betawi di Zaman Modern" oleh (Purbasari, Marianto, & Burhan, 2019). Jurnal ini meninjau penelitian ondel-ondel yang dilakukan dari tahun 2012 hingga 2018. Penelitian ini dilakukan menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis semiotika, dan data dikumpulkan secara sistematis dan deskriptif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mempelajari hubungan struktural antara elemen-elemen ondel-ondel dan cara mereka berinteraksi dengan masyarakat dalam kehidupan sehari-hari selama periode yang diteliti. Hasil dan diskusi dari jurnal ini menunjukkan bahwa ondel-ondel mengalami perubahan statusnya dari objek sakral yang digunakan dalam ritual pengusiran roh jahat menjadi objek yang mendukung pariwisata budaya.

4 Tiga komponen utama biasanya membentuk struktur ondel-ondel: kepala (bagian atas), badan (bagian tengah), dan kaki (bagian bawah).

Meskipun tidak ada aturan warna yang spesifik untuk ondel-ondel, kombinasi warna yang saling bertabrakan adalah ciri khas gaya warna Betawi. Namun, media yang digunakan, ukurannya, dan relevansinya mengubah komponen yang membentuk ondel. Sistem pewarnaan mengalami perubahan, dengan pola kontras digantikan oleh teknik yang lebih fleksibel seperti monokromatik, analogus, dan lainnya. Bentuk juga 14 disesuaikan untuk tujuan teknis, praktis, dan efisiensi. 4 Tidak selalu, bagian-bagian ondel-ondel digunakan secara utuh, dari kepala hingga kaki. Ini karena bagian kepala memiliki hiasan mahkota dan kembang kelapa, yang membedakannya dari boneka besar lain di Indonesia. Namun, gambar mahkota dan kembang kelapa sering disederhanakan dalam bentuk dan warna ketika dibuat lebih besar. b. Jurnal berjudul “Ondel-ondel Kontemporer Sebagai Simbol Masyarakat Jakarta Saat Ini” oleh (Haryandi, 2016) Jurnal ini mengkaji perubahan yang terjadi pada ondel-ondel tradisional, yang awalnya ditampilkan secara sakral, namun kini beradaptasi dengan perkembangan zaman. Perubahan ini dilakukan oleh beberapa orang untuk membuat ondel-ondel terlihat lebih fleksibel, modern, dan praktis. Ondel-ondel tradisional memiliki ciri khas berupa boneka manusia berukuran besar. 3 Bagian tubuh ondel-ondel tradisional mengenakan baju pangsi untuk laki-laki dan baju kurung untuk perempuan, lengkap dengan kain ikat pinggang dan selempang. Pakaian ondel-ondel tradisional biasanya berwarna cerah tanpa motif, meskipun ada juga yang bermotif meriah. Bagian kepala ditandai dengan bentuk wajah berbentuk oval yang dominan, dengan mahkota yang mempercantik puncak kepala dan hiasan kembang kelapa.. Ekspresi wajah ondel-ondel tradisional sangat jelas dan menarik, dengan mata, telinga, dan mulut berukuran besar, sehingga fokus utama terletak pada wajah. 3 18 Wajah ondel-ondel laki-laki diberi warna merah, sementara perempuan diberi warna putih atau kuning. Menurut beberapa seniman yang membuat ondel-ondel, warna merah mencerminkan keberanian dan ketegasan laki-laki Betawi, sementara warna putih melambangkan kesucian dan keanggunan perempuan Betawi. Perkembangan ondel-ondel berkaitan dengan fungsinya sebagai ikon atau simbol kota Jakarta. Penulis dalam jurnalnya

menjelaskan bahwa simbol adalah segala sesuatu yang dilepaskan dari makna dasarnya dan digunakan untuk memberikan makna lain berdasarkan pengalaman. Misalnya, bentuk palang dapat mewakili konsep “kekristenan”, warna putih untuk “kesucian” bentuk V untuk “perdamaian” dan sebagainya. Pada teori semiotika Ronald Barthes setiap gambaran visual dapat ditafsirkan secara berbeda yang melibatkan serangkaian tanda yang dapat berubah-ubah dan individu dapat memilih untuk memperhatikan atau mengabaikan tanda-tanda yang mereka pilih. Teori ini digunakan sebagai dasar untuk mengurangi atau menyederhanakan struktur ondel-ondel dalam pemaknaan denotatif maupun konotatifnya. Hasil analisis terhadap ketiga bentuk ondel-ondel pada penelitian tersebut memang terdapat banyak bagian elemen-elemen dari ondel-ondel yang dimodifikasi atau disederhanakan oleh pendesain ondel-ondel. Namun, bagian wajah, kembang kelapa, dan warna kulit ondel-ondel tetap dianggap sebagai simbol visual yang penting dalam mempertahankan identitasnya. Ondel-ondel kontemporer yang diamati dalam jurnal tersebut merupakan hasil kreativitas yang berdasarkan interpretasi baru individu terhadap ondel-ondel tradisional. Interpretasi ini didorong oleh tujuan-tujuan subjektif untuk memelihara tradisi serta oleh motivasi untuk 15 memperbarui gagasan-gagasan dengan pendekatan modern, dengan harapan meningkatkan daya tarik dan apresiasi publik saat ini.

3.4 Analisis Karya Sejenis Berdasarkan paparan data yang didapatkan, peneliti membuat perbandingan desain maskot ondel-ondel dengan membandingkan tiga struktur utama ondel-ondel yaitu bagian kepala (bagian atas), badan (bagian tengah), kaki (bagian bawah) penggunaan warna, dan bentuk karakter. Maskot 1: Maskot Jambore dan Raimuna Daerah DKI 2023 Maskot 2: Setu dan Siti karya Andre Farras 2023 Maskot 3: Ondel-ondel bernama Ja karya Salsabilla Aulia Rahma 2023

Tabel Error: Reference source not found-2 perbandingan desain maskot ondel-ondel

Elemen Maskot 1 Maskot 2 Maskot 3 Kepala (Bagian Atas) ☒ Maskot ini menyederhanakan bagian kembang kelapa dengan warna yang berbeda-beda namun tetap membentuk ornamen kembang kelapa ☒ Penggunaan mahkota pada ondel-onde

l disederhanakan ☒ Maskot ini tidak terlalu menyederhanakan bentuk kembang kelapa dan menggunakan warna yang berbeda-beda ☒ Penggunaan mahkota pada ondel-ondel disederhanakan ☒ Maskot ini menyederhanakan bentuk kembang kelapa menjadi seperti bunga matahari tetapi tetap menunjukkan identitasnya ☒ Posisi mahkota di taruh diatas kembang kelapa Badan (Bagian Tengah) ☒ Pakaian disesuaikan dengan tema acara maskot ☒ Pakaian menggunakan baju adat Betawi ☒ Menggunakan ikat pinggang dan sarung di Pundak dan selempang ☒ Pakaian tidak menggunakan baju adat Betawi Kaki (Bagian Bawah) ☒ Disesuaikan dengan tema acara maskot ☒ Menggunakan kain sarung dan bermotif batik rebung Betawi pada ondel-ondel perempuan ☒ Maskot dibuat menggunakan celana Warna ☒ Warna kulit tetap mengikuti warna ondel-ondel yaitu merah untuk laki-laki dan putih Perempuan ☒ Menggunakan warna kontras ☒ Warna kulit mengikuti warna ondel-ondel, yaitu merah untuk pria dan putih untuk perempuan ☒ Menggunakan warna yang tidak terlalu mencolok tetapi tetap bertabrakan ☒ Warna kulit tetap mengikuti warna ondel-ondel yaitu merah untuk laki-laki, namun tidak berpasangan ☒ Menggunakan warna yang soft dan enak dipandang mata Bentuk Karakter Super Deformed Super Deformed Super Deformed 16 3.5 Kesimpulan Analisis Berdasarkan analisis data dan penelitian terkait, dapat disimpulkan bahwa ondel-ondel, yang awalnya memiliki fungsi sakral dalam ritual Betawi sebagai penolak bala dan pengusir roh halus, telah mengalami perubahan signifikan baik dalam fungsi maupun tampilan seiring berjalannya waktu. Ondel-ondel sekarang tidak hanya digunakan sebagai simbol budaya Betawi, tetapi juga digunakan untuk mendorong pariwisata budaya dan hiburan. Hal ini menunjukkan bahwa ondel-ondel telah bertransformasi menjadi ikon yang dapat menggabungkan nilai-nilai tradisional dengan tuntutan modernitas. Proses perancangan ondel-ondel modern melibatkan modifikasi elemen-elemen tradisional yang dilakukan dengan cermat agar tetap menjaga identitas utamanya. Elemen-elemen penting seperti wajah, kembang kelapa, dan warna kulit tetap dipertahankan untuk memastikan identitas visual ondel-ondel tidak

hilang. Namun, modifikasi ini juga dilakukan dengan mempertimbangkan perkembangan zaman dan kebutuhan untuk menarik perhatian publik yang lebih luas. Misalnya, penggunaan warna yang lebih soft dan desain yang lebih dinamis ditambahkan untuk memberikan daya tarik visual yang kuat. Perubahan ini mencerminkan upaya kreatif yang dilakukan oleh seniman dan desainer untuk melestarikan dan memperbarui tradisi Betawi dengan pendekatan yang lebih modern. Selain itu, perubahan ini juga bertujuan untuk meningkatkan pengenalan dan apresiasi terhadap ondel-ondel di kalangan masyarakat luas, termasuk generasi muda yang mungkin kurang familiar dengan warisan budaya ini. Dengan demikian, ondel-ondel tidak hanya berfungsi sebagai artefak budaya yang dilestarikan, tetapi juga sebagai medium yang hidup dan berkembang sesuai dengan konteks sosial dan budaya saat ini.

#### BAB IV STRATEGI KREATIF 4.1 Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi dalam perancangan ondel-ondel sebagai maskot Kawasan Perkampungan 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.

#### 17 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? 18 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.

5 4.4 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 Error: Reference source not found-3 Analisis Silang SWOT

Strengths Weaknesses 19 Faktor Eksternal Faktor Internal

- ☒ 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.
- ☒ 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.

Opportunities S-O W-O

- ☒ Maskot ondel-ondel bisa menjadi daya tarik unik yang membedakan kawasan ini dari tempat wisata lainnya.
- ☒ Penggunaan maskot dapat menarik minat masyarakat tentang budaya Betawi, meningkatkan apresiasi terhadap warisan budaya lokal
- ☒ Menggunakan berbagai media promosi seperti Instagram, poster, merchandise, dan standee maskot untuk mengedukasi masyarakat tentang warisan budaya Betawi. Ini bisa meningkatkan apresiasi terhadap budaya lokal dan memperkuat daya tarik kawasan wisata.
- ☒ Mengembangkan maskot yang disesuaikan dengan preferensi dan selera audiens modern. Ini dapat dilakukan melalui survei dan feedback dari berbagai segmen audiens.
- ☒ 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.

Threats S-T W-T

- ☒ Potensi isu budaya atau sensitivitas
- ☒ Menggunakan pengakuan luas
- ☒ Memastikan bahwa pengembangan terkait penggunaan elemen tradisional dalam maskot bisa memicu kontroversi

jika tidak ditangani dengan baik. ❑ Perkampungan Wisata Betawi Setu Babakan harus bersaing dengan berbagai destinasi wisata lainnya yang mungkin lebih dikenal atau memiliki daya tarik yang berbeda. Ondel-ondel untuk meningkatkan kesadaran budaya dan mengurangi risiko kontroversi. ❑ Mengoptimalkan penggunaan media promosi untuk memperkuat brand awareness dan daya tarik kawasan wisata. maskot dilakukan dengan memperhatikan sensitivitas budaya untuk menghindari kontroversi. Ini bisa melibatkan konsultasi dengan ahli budaya dan atau jurnal-jurnal yang membahas tentang ondel-ondel Betawi. ❑ Mengalokasikan anggaran pemasaran dengan bijak untuk media promosi yang memiliki jangkauan dan dampak terbesar, seperti media digital.

1 4.5 Strategi Perancangan Media Pemilihan strategi media harus mempertimbangkan berbagai faktor, termasuk audiens target dan tujuan dari media tersebut.

1 10 Dalam menentukan media promosi yang sesuai, penting untuk mempertimbangkan karakteristik geografis, demografis, dan psikografis dari audiens target.

1 Selain itu, tujuan dari pemilihan media juga harus mempertimbangkan aspek seperti cakupan, frekuensi, konsistensi, dan biaya yang terlibat. 4.5 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. 4.5.2 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 21 ditempatkan di lokasi yang memiliki banyak lalu lintas seperti



pintu masuk tempat wisata, pusat perbelanjaan, dan acara seni. 4.6

**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. 4.6.1 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).

4.6.2 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 membantu 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.

#### 4.7 Konsep Desain

##### 4.7.1 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 22 Betawi dengan gambar flora di bagian bawahnya. Sarung cukin kotak-kotak untuk laki-laki dan selendang batik Betawi dengan motif rebung untuk perempuan..

##### 4.7.2 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.

#### 4.8 Konsep Verbal

##### 4.8.1 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.

##### 4.8.2 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 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
01234567890 2. Londarina Solid ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 01234567890 4.9 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. 4.9.1 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. 4.9.2  
Digitalisasi Alternatif Maskot Digitalisasi adalah proses mengubah sesuatu  
yang dibuat secara manual menjadi format digital. Dalam desain, ini  
melibatkan penggunaan perangkat lunak 2D seperti Adobe Illustrator untuk  
mengubah elemen karya menjadi format digital, yang memungkinkan lebih  
banyak perubahan dan perubahan. 4.9.3 Desain Maskot Terpilih Dipilihlah  
desain maskot yang paling memenuhi syarat dan tujuan dari berbagai  
desain karakter yang telah didigitalisasi. Desain maskot ini telah  
d disesuaikan dengan warna analogus serta menggunakan ukuran dua kepala  
atau yang disebut super deformed yang memberikan kesan lucu, ramah,  
dan menarik. 4.9.4 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. 4.9.5  
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. 4.10  
Filosofi Maskot 4.10.1 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".

4.10.2 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.

4.11 Penerapan Maskot

24 BAB V PENUTUP 5.1 Kesimpulan Penelitian tentang "Perancangan Ondel-Ondel Sebagai Maskot Kawasan Perkampungan Wisata Budaya Betawi Setu Babakan menyimpulkan bahwa Ondel- Ondel adalah simbol seni dan budaya yang sangat penting untuk menggambarkan identitas Betawi. Maskot ini dibuat untuk melestarikan warisan budaya dan mempromosikan tradisi Betawi yang unik dan menarik kepada masyarakat umum dan wisatawan. Proses penelitian mencakup pengumpulan data, analisis, dan pengembangan berbagai maskot Ondel-Ondel. Maskot Ondel-Ondel yang paling efektif dalam menyampaikan nilai-nilai dan karakteristik khas Betawi diharapkan dapat menjadi ikon yang kuat dan menarik yang dapat menarik perhatian dan meningkatkan kesadaran dan apresiasi terhadap budaya Betawi, khususnya di Kawasan Perkampungan Wisata Budaya Betawi Setu Babakan.

5.2 Saran Disarankan agar penelitian ini dilanjutkan dengan studi yang lebih mendalam mengenai elemen-elemen budaya Betawi lainnya, seperti musik, tarian, dan kuliner, untuk menciptakan maskot yang lebih komprehensif dan beragam. Selain itu, mengintegrasikan

REPORT #22002861

teknologi dalam penyebaran dan promosi maskot, seperti penggunaan media digital, animasi, dan aplikasi interaktif, dapat memperluas jangkauan dan daya tarik maskot kepada audiens yang lebih luas, termasuk generasi muda. Mengembangkan program pendidikan dan kampanye kesadaran yang berfokus pada pentingnya pelestarian budaya Betawi juga sangat dianjurkan. Program-program ini bisa diimplementasikan di sekolah, universitas, dan komunitas untuk meningkatkan apresiasi terhadap budaya lokal. 25



REPORT #22002861

## Results

Sources that matched your submitted document.

● IDENTICAL ● CHANGED TEXT

INTERNET SOURCE		
1.	<b>2.47%</b> publication.petra.ac.id <a href="https://publication.petra.ac.id/index.php/dkv/article/download/8668/7825">https://publication.petra.ac.id/index.php/dkv/article/download/8668/7825</a>	●
INTERNET SOURCE		
2.	<b>0.78%</b> etnis.id <a href="https://etnis.id/featured/nyatanya-ondel-ondel-bukan-sekedar-boneka/">https://etnis.id/featured/nyatanya-ondel-ondel-bukan-sekedar-boneka/</a>	●
INTERNET SOURCE		
3.	<b>0.58%</b> repository.upi-yai.ac.id <a href="http://repository.upi-yai.ac.id/8261/1/THESIS%20KRISTIANUS%20HARYANDI%2...">http://repository.upi-yai.ac.id/8261/1/THESIS%20KRISTIANUS%20HARYANDI%2...</a>	●
INTERNET SOURCE		
4.	<b>0.38%</b> journal.isi.ac.id <a href="https://journal.isi.ac.id/index.php/PRO/article/download/2429/1036">https://journal.isi.ac.id/index.php/PRO/article/download/2429/1036</a>	●
INTERNET SOURCE		
5.	<b>0.37%</b> journal.uin-alauddin.ac.id <a href="https://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/nazzama/article/view/36727/17064">https://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/nazzama/article/view/36727/17064</a>	●
INTERNET SOURCE		
6.	<b>0.34%</b> medium.com <a href="https://medium.com/dot-intern/mengenal-jenis-fungsi-font-ccabd1690f9b">https://medium.com/dot-intern/mengenal-jenis-fungsi-font-ccabd1690f9b</a>	●
INTERNET SOURCE		
7.	<b>0.34%</b> repository.usahid.ac.id <a href="http://repository.usahid.ac.id/2607/1/Tesis%20Gabungan%20OK.pdf">http://repository.usahid.ac.id/2607/1/Tesis%20Gabungan%20OK.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
8.	<b>0.31%</b> ejournal.unesa.ac.id <a href="https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/article/download/47278/39506/">https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/article/download/47278/39506/</a>	●
INTERNET SOURCE		
9.	<b>0.28%</b> repository.dinamika.ac.id <a href="https://repository.dinamika.ac.id/id/eprint/3966/1/16421000063-2019-STIKOMS...">https://repository.dinamika.ac.id/id/eprint/3966/1/16421000063-2019-STIKOMS...</a>	●



REPORT #22002861

INTERNET SOURCE		
10.	0.25% <a href="http://www.labamu.co.id">www.labamu.co.id</a> <a href="https://www.labamu.co.id/article/cara-membuat-strategi-pemasaran-produk-e...">https://www.labamu.co.id/article/cara-membuat-strategi-pemasaran-produk-e...</a>	●
INTERNET SOURCE		
11.	0.25% <a href="http://informatika.untag-sby.ac.id">informatika.untag-sby.ac.id</a> <a href="https://informatika.untag-sby.ac.id/backend/uploads/pdf/Nuki_Adi_maulana_1...">https://informatika.untag-sby.ac.id/backend/uploads/pdf/Nuki_Adi_maulana_1...</a>	●
INTERNET SOURCE		
12.	0.25% <a href="http://repository.iainpare.ac.id">repository.iainpare.ac.id</a> <a href="https://repository.iainpare.ac.id/id/eprint/650/1/14.1400.013.pdf">https://repository.iainpare.ac.id/id/eprint/650/1/14.1400.013.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
13.	0.23% <a href="http://repository.unj.ac.id">repository.unj.ac.id</a> <a href="http://repository.unj.ac.id/36564/2/BAB%201.pdf">http://repository.unj.ac.id/36564/2/BAB%201.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
14.	0.22% <a href="http://journal.untar.ac.id">journal.untar.ac.id</a> <a href="https://journal.untar.ac.id/index.php/koneksi/article/download/3913/2296/8305">https://journal.untar.ac.id/index.php/koneksi/article/download/3913/2296/8305</a>	●
INTERNET SOURCE		
15.	0.21% <a href="http://www.regulasip.id">www.regulasip.id</a> <a href="https://www.regulasip.id/book/14928/read">https://www.regulasip.id/book/14928/read</a>	●
INTERNET SOURCE		
16.	0.2% <a href="http://www.cnnindonesia.com">www.cnnindonesia.com</a> <a href="https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20221212141238-275-886332/perka...">https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20221212141238-275-886332/perka...</a>	● ●
INTERNET SOURCE		
17.	0.17% <a href="http://megapolitan.kompas.com">megapolitan.kompas.com</a> <a href="https://megapolitan.kompas.com/read/2021/09/17/10523651/makna-warna-on...">https://megapolitan.kompas.com/read/2021/09/17/10523651/makna-warna-on...</a>	●
INTERNET SOURCE		
18.	0.16% <a href="http://ojs.unigal.ac.id">ojs.unigal.ac.id</a> <a href="https://ojs.unigal.ac.id/index.php/modrat/article/download/3263/2467/12587">https://ojs.unigal.ac.id/index.php/modrat/article/download/3263/2467/12587</a>	●
INTERNET SOURCE		
19.	0.16% <a href="http://download.garuda.kemdikbud.go.id">download.garuda.kemdikbud.go.id</a> <a href="http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=1205053&amp;val=982...">http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=1205053&amp;val=982...</a>	●
INTERNET SOURCE		
20.	0.16% <a href="http://e-journal.uajy.ac.id">e-journal.uajy.ac.id</a> <a href="https://e-journal.uajy.ac.id/1573/3/2EM16225.pdf">https://e-journal.uajy.ac.id/1573/3/2EM16225.pdf</a>	●



REPORT #22002861

INTERNET SOURCE		
21. 0.15%	<a href="https://eprints2.undip.ac.id/id/eprint/22379/3/BAB%20II.pdf">eprints2.undip.ac.id</a> <i>https://eprints2.undip.ac.id/id/eprint/22379/3/BAB%20II.pdf</i>	● ●
INTERNET SOURCE		
22. 0.14%	<a href="https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/artdesign/arti...">openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id</a> <i>https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/artdesign/arti...</i>	●
INTERNET SOURCE		
23. 0.13%	<a href="https://www.indrak.eu.org/2022/11/warna-tersier-merupakan-perpaduan-antar...">www.indrak.eu.org</a> <i>https://www.indrak.eu.org/2022/11/warna-tersier-merupakan-perpaduan-antar...</i>	●
INTERNET SOURCE		
24. 0.12%	<a href="https://www.liputan6.com/lifestyle/read/4870022/desa-wisata-kampung-betaw...">www.liputan6.com</a> <i>https://www.liputan6.com/lifestyle/read/4870022/desa-wisata-kampung-betaw...</i>	●
INTERNET SOURCE		
25. 0.11%	<a href="https://www.detik.com/jabar/berita/d-6237238/warna-primer-adalah-pengertia...">www.detik.com</a> <i>https://www.detik.com/jabar/berita/d-6237238/warna-primer-adalah-pengertia...</i>	●
INTERNET SOURCE		
26. 0.09%	<a href="https://digilib.iainkendari.ac.id/285/3/08.%20BAB%20II.docx">digilib.iainkendari.ac.id</a> <i>https://digilib.iainkendari.ac.id/285/3/08.%20BAB%20II.docx</i>	●
INTERNET SOURCE		
27. 0.08%	<a href="https://ojs.unikom.ac.id/index.php/divagatra/article/view/5703">ojs.unikom.ac.id</a> <i>https://ojs.unikom.ac.id/index.php/divagatra/article/view/5703</i>	●