



TUGAS AKHIR - DV 184801

**PERANCANGAN ILUSTRASI UNTUK *SOUVENIR*
T-SHIRT KEDIRI DENGAN TEMA *FOLKLORE*
JANGKA JAYABAYA**

**ANITA KUSUMA DEWI
NRP. 0831154000082**

Dosen Pembimbing :
Ir. BAROTO TAVIP INDROJARWO, M.Si
NIP. 196409301990021001

DEPARTEMEN DESAIN PRODUK INDUSTRI
FAKULTAS DESAIN KREATIF DAN BISNIS DIGITAL
INSTITUT TEKNOLOGI SEPULUH NOPEMBER
SURABAYA, 2020



Tugas Akhir – DV 184801

PERANCANGAN ILUSTRASI UNTUK *SOUVENIR T-SHIRT* KEDIRI DENGAN TEMA *FOLKLORE* JANGKA JAYABAYA

ANITA KUSUMA DEWI
NRP. 0831154000082

Dosen Pembimbing
Ir. BAROTO TAVIP INDROJARWO, M.Si
NIP. 196409301990021001

ROGRAM STUDI DESAIN PRODUK - DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS DESAIN KREATIF DAN BISNIS DIGITAL
INSTITUT TEKNOLOGI SEPULUH NOPEMBER
SURABAYA, 2020

Halaman ini sengaja dikosongkan



Final Project – DV 184801

***ILLUSTRATION DESIGN FOR T-SHIRT SOUVENIRS
KEDIRI WITH THE THEME IS FOLKLORE OF
JANGKA JAYABAYA***

**ANITA KUSUMA DEWI
NRP. 0831154000082**

Lecturer
**Ir. BAROTO TAVIP INDROJARWO, M.Si
NIP. 196409301990021001**

***INDUSTRIAL DESIGN PROGRAMME - VISUAL COMMUNICATION DESIGN
FACULTY OF CREATIVE DESIGN AND DIGITAL BUSINESS
INSTITUTE OF TECHNOLOGY SEPULUH NOPEMBER
SURABAYA, 2020***

Halaman ini sengaja dikosongkan

LEMBAR PENGESAHAN

PERANCANGAN ILUSTRASI UNTUK *SOUVENIR T-SHIRT* KEDIRI
DENGAN TEMA *FOLKLORE* JANGKA JAYABAYA

TUGAS AKHIR (DV 184801)

Disusun Untuk Memenuhi syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Desain (S.Ds)
pada
Program Studi S-1 Desain Produk – Desain Komunikasi Visual
Fakultas Desain Kreatif dan Bisnis Digital
Institut Teknologi Sepuluh Nopember

Oleh :

Anita Kusuma Dewi

NRP. 08311540000082

Surabaya, 30 Juli 2020

Periode wisuda 122 (September 2020)

Mengetahui,

Kepala Departemen Desain Produk

Disetujui,

Dosen Pembimbing



Bambang Tristiyono, S.T., M.Si

NIP. 19700703 199702 1 001

Ir. Baroto Tavip Indrojarwo, M.Si

NIP. 19640930 199002 1 0010

Halaman ini sengaja dikosongkan

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS TUGAS AKHIR

Saya mahasiswa Bidang Studi Desain Komunikasi Visual, Program Studi S – 1 Departemen Desain Produk, Fakultas Desain Kreatif dan Bisnis Digital, Institut Teknologi Sepuluh Nopember. Surabaya.

Nama Mahasiswa : **Anita Kusuma Dewi**

NRP : **0831154000082**

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis Tugas Akhir yang saya buat dengan judul **“PERANCANGAN ILUSTRASI UNTUK *SOUVENIR T-SHIRT* KEDIRI DENGAN TEMA *FOLKLORE* JANGKA JAYABAYA”** adalah :

- 1) Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapat gelar sarjana di universitas lain, kecuali pada bagian – bagian sumber informasi dicantumkan sebagai kutipan / referensi dengan cara yang semestinya.
- 2) Dibuat dan diselesaikan sendiri dengan menggunakan data – data hasil pelaksanaan penelitian dalam proyek tersebut.

Demikian pernyataan ini saya buat dan jika tidak memenuhi apa yang telah dinyatakan diatas maka saya bersedia karya tulis Tugas Akhir ini dibatalkan.

Surabaya, 30 Juli 2020

Yang membuat pernyataan



Anita Kusuma Dewi

0831154000082

Halaman ini sengaja dikosongkan

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT, kerana berkat rahmat serta hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir untuk memenuhi sebagian persyaratan guna kelulusan Tugas Akhir.

Penulisan Laporan Tugas Akhir ini dapat terselesaikan berkat bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis menyampaikan rasa hormat serta terima kasih secara tulus kepada :

1. Kedua orang tua saya yang senantiasa mendukung dan mendoakan kelancaran proses pengerjaan perancangan ini.
2. Bapak Eko, Bapak Harito, Bapak Rudi, Mas John, dan Ibu Ana yang telah memberikan banyak sekali masukan untuk proses pengerjaan perancangan ini
3. Bapak Ir. Baroto Tavip Indrojarwo, M.Si. selaku dosen pembimbing Tugas Akhir yang telah memberikan bimbingan serta arahan di sela-sela kesibukan beliau.
4. Dosen penguji Sayatman. S.T, M.Si. dan Bambang Mardiono Soewito, S.Sn, M.Sn. atas bimbingannya selama proses siding serta kritik dan saran yang membangun dalam pengerjaan perancangan ini serta hal-hall di luar perancangan.
5. Yusti, Arta, Indy, Berlin, Manda, Ilma, Fitri, Lala, dan teman-teman lainnya yang tidak sayasebutkan satu per satu yang telah banyak membantu dan memberi penulis semangat dan doa selama proses pengerjaan perancangan ini.
6. Halida, Indi, dan Dhira yang telah bertahan bersama-sama dengan penulis dan saling menguatkan selama proses perancangan ini. Kalian hebat.
7. Kepada EXO terutama Oh Sehun yang lagu-lagu serta visualnya yang luar biasa senantiasa menemani penulis di masa-masa yang sulit selama pengerjaan dan memberikan semangat unuk segera menuntaskan perancangan ini.
8. Item yang sentiasa menemani dan menghibur penulis selama proses perancangan.
9. Dan kepada orang-orang yang nyinyir dibelakang saya, karena nyinyiran kalian penulis bisa menyelesaikan tugas akhirnya dengan baik

Surabaya, 30 Juli 2020

Penulis,

Anita Kusuma Dewi

Halaman ini sengaja dikosongkan

PERANCANGAN ILUSTRASI UNTUK SOUVENIR T-SHIRT KEDIRI DENGAN TEMA FOLKLORE JANGKA JAYABAYA

Anita Kusuma Dewi - 08311540000082
Program Studi Desain Komunikasi Visual
Departemen Desain Produk
Fakultas Desain Kreatif dan Bisnis Digital
Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya

ABSTRAK

Kediri dikenal sebagai daerah yang memiliki banyak wisata serta *folklore* yang menarik. Salah satu dari beragam *folklore* tersebut adalah Jangka Jayabaya, adanya *folklore* tersebut berpotensi menarik wisatawan lokal dan mancanegara. Wisatawan yang berkunjung ke Kediri pun meningkat tiap tahunnya, hal ini menyebabkan permintaan akan souvenir meningkat. Sayangnya, kebanyakan desain yang sudah ada terkesan monoton dan tidak bervariasi.

Metode yang dilakukan pada perancangan ini dimulai dari metode *depth interview* dengan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Kediri dengan tujuan mendapat informasi tentang isi Jangka Jayabaya yang berpotensi untuk diangkat sebagai konten kaos, observasi dengan produk daerah dan observasi dengan *brand* Mayus. Kemudian, penulis melakukan eksplorasi visual dari beberapa gaya gambar. Setelah menemukan gaya gambar lalu membuat alternative desain. Selanjutnya alternative desain tersebut diujikan dengan melakukan *depth interview* dengan bapak John R. Gerarth yaitu seorang ilustrator. Setelah itu, ilustrasi diaplikasikan pada kaos dan totebag sebagai *prototype* untuk diujikan melalui kuisioner kepada target audiens untuk mengetahui tingkat ketertarikan dan masukan untuk desain kaos yang dirancang. Setelah itu membuat perbaikan untuk desain akhir dan tahap terakhir melakukan *user testing* untuk mendapatkan saran pengembangan produk kedepannya.

Luaran yang di hasilkan dalam perancangan antara lain 20 desain ilustrasi kaos dengan 6 isi Jangka Jayabaya yang berbeda. Keenam prediksi tersebut mewakili setiap beberapa isi dari prediksi Jayabaya yang ada dan menjadi konten ilustrasi folklor yang dihasilkan kedalam bentuk kaos. Jenis kaos yang digunakan adalah *cotton combed 20s*, dengan teknik sablon DTG. Sehingga warna yang dihasilkan terlihat lebih tajam.

Kata Kunci : Ilustrasi, Souvenir, Kediri, Jangka Jayabaya

Halaman ini sengaja dikosongkan

***ILLUSTRATION DESIGN FOR T-SHIRT SOUVENIRS KEDIRI WITH THE
THEME IS FOLKLORE OF JANGKA JAYABAYA***

Anita Kusuma Dewi - 08311540000082
Visual Communication Design Major
Product Design Departement
Faculty of Creative Design and Digital Business
Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya

ABSTRACT

Kediri is known as an area that has a lot of tourism and interesting folklore. One of the various folklores is the Jangka Jayabaya, the existence of the folklore has the potential to attract local and foreign tourists. Tourists visiting Kediri also increase every year, this causes demand for souvenirs to increase. Unfortunately, most existing designs seem monotonous and not varied.

The method used in this design starts from the depth interview method with the Department of Culture and Tourism of the District of Kediri with the aim of obtaining information about the contents of the Jangka Jayabaya that has the potential to be appointed as t-shirt content, observation with regional products and observation with the Mayus brand. Then, the writer makes a visual exploration of several picture styles. After finding the style of the image then make an alternative design. Then the alternative design was tested by conducting a depth interview with Mr. John R. Gerarth, an illustrator. After that, the illustration was applied to the t-shirt and totebag as a prototype to be tested through a questionnaire to the target audience to find out the level of interest and input for the design of the t-shirts designed. After that make improvements to the final design and the final stage of doing user testing to get product development suggestions going forward.

The output produced in the design included 20 T-shirt illustration designs with 6 different Jaya Jaya contents. The six predictions represent each of the various contents of Jayabaya's prediction and become folklore illustration content produced in the form of t-shirts. The type of t-shirt used is cotton combed 20s, with DTG screen printing technique. So the resulting color looks sharper.

Keyword: Illustration, Souvenir, Kediri, Jangka Jayabaya

Halaman ini sengaja dikosongkan

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	x
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiv
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR TABEL	xxii
DAFTAR BAGAN	xxiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	2
1.1 Latar Belakang	2
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Rumusan Masalah	6
1.4 Batasan Masalah.....	6
1.5 Tujuan Penelitian.....	6
1.6 Manfaat Penelitian.....	7
1.7 Ruang Lingkup	7
BAB II	8
TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Studi Eksisting.....	8
2.2.1 Kompetitor	9
2.3 Tinjauan Teori Penunjang	13
2.3.1 Pengertian souvenir.....	13
2.3.2 Kategori Souvenir	14
2.3.3 Teori <i>Souvenir T-shirt</i>	14
2.3.4 Sejarah Jangka Jayabaya.....	15
2.3.5 Teori Folklore	16
2.3.6 Teori Pariwisata	19
2.3.6 Perilaku Konsumen Dalam Berwisata	20
2.3.7 Pengertian Ilustrasi	21
2.3.8 Gaya Gambar	21
2.3.9 Aliran Seni Rupa.....	23
2.3.10 Teori Warna	26

2.3.11 Kombinasi Warna	27
2.3.12 Teori Tipografi.....	29
2.3.13 Teori Packaging	30
2.3.14 <i>Brand Identity</i>	33
2.3.15 Visual Identity.....	35
2.3.16 Logo sebagai Identitas Visual Brand Kaos.....	37
2.4 Definisi T-shirt/kaos oblong.....	38
2.4.1 Material T-shirts	41
2.4.2 Teknik Produksi.....	41
BAB III	43
METODOLOGI DESAIN	44
3.1 Metode Penelitian.....	44
3.1.1 Sumber dan Jenis Data.....	44
3.1.2 Lokasi Penelitian.....	45
3.1.3 Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.2 Alur Riset	47
3.3 Rancangan penelitian	48
BAB IV	56
ANALISA DAN PEMBAHASAN	56
4.1 Hasil Penelitian.....	56
4.1.1 <i>Depth Interview</i>	56
4.1.2 Observasi	59
4.1.3 Sketsa Studi Eksperimental I.....	62
4.1.4 Studi Eksperimental I.....	68
4.1.5 Sketsa Studi Eksperimental II.....	70
4.1.6 Studi Eksperimental II	72
4.1.7 Hasil Post Test 1	83
4.2 Hasil Analisis Penelitian	89
4.2.1 Hasil Analisis Studi Eksperimantal I.....	89
4.2.2 Hasil Analisis Studi Eksperimantal II.....	90
4.2.3 Hasil Analisis Kuesioner	91
4.2.4 Hasil User Testing	92
4.2.5 Kesimpulan User Testing.....	94
4.3 Analisa Target Audiens	95
BAB V	97
KONSEP DAN IMPLEMENTASI DESAIN	98
5.1 Penelusuran Masalah	98

5.1.1 Penelusuran Objek Desain	98
5.2 Konsep Dasar	98
5.3 Keyword	100
5.3.1 Rasuk-an	100
5.3.2 Kriteria Desain	102
5.3.3 Elemen Visual.....	103
5.3.4 Kriteria Kaos.....	105
5.4 Proses Desain	108
5.4.1 Proses Sketsa, outline, dan digital	108
5.4.2 Implementasi Desain.....	138
5.5 Konsep Bisnis dan Produksi	152
5.5.1 Mitra Produksi	152
5.5.2 Produksi dan Biaya	152
5.5.3 Media Pendukung	154
5.5.4 Strategi Pemasaran.....	156
5.5.5 Kemasan.....	157
BAB VI	159
PENUTUP	160
6.1 Kesimpulan.....	160
6.2 Saran	160
DAFTAR PUSTAKA	161
LAMPIRAN	164

Halaman ini sengaja dikosongkan

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Statistik Wisatawan Kabupaten Kediri.....	3
Gambar 1. 2 Beberapa desain kaos brand lokal dan mancanegara (sumber : google.com).....	4
Gambar 1. 3 Gaya gambar Romantism (sumber: Pinterest.com)	5
Gambar 2. 1 Kaos DAGADU (sumber: Dagadu.co.id)	9
Gambar 2. 2 Kaos Joger (sumber: jejakpiknik.com).....	10
Gambar 2. 3 Ilustrasi dari Gustave Dore.....	23
Gambar 2. 4 Ilustrasi karya Yoshitaka Amano	23
Gambar 2. 5 Gaya Gambar Romanticism (sumber: britanica.com).....	25
Gambar 2. 6 Gaya Arsitektur di Era Romanticism (sumber: Google.com).....	26
Gambar 2. 7 Color Wheel (sumber:serupa.co.id)	27
Gambar 2. 8 Acuan Palet warna dari Wayang (sumber:id.quora.com)	28
Gambar 2. 9 Ilustrasi perbandingan additive dan subtractive color model	29
Gambar 2. 10 Beberapa logo brand souvenir di Indonesia	38
Gambar 4. 1 Foto bagian depan Petilasan	59
Gambar 4. 2 Kaos Disparbud Kabupaten Kediri	60
Gambar 4. 3 Wayang Krucil Jayabaya.....	61
Gambar 4. 4 Sketsa Studi Eksperimental 1 (sumber: Dewi, 2019).....	62
Gambar 4. 5 Sketsa Studi Eksperimental 1 (sumber: Dewi, 2019).....	63
Gambar 4. 6 Sketsa Studi Eksperimental 1 (sumber: Dewi, 2019).....	64
Gambar 4. 7 Sketsa Studi Eksperimental 1 (sumber: Dewi, 2019).....	65
Gambar 4. 8 Sketsa Studi Eksperimental 1 (sumber: Dewi, 2019).....	66
Gambar 4. 9 Sketsa Studi Eksperimental 1 (sumber: Dewi, 2019).....	67
Gambar 4. 10 Sketsa Studi Eksperimental 1 (sumber: Dewi, 2019).....	68
Gambar 4. 11 Sketsa Studi Eksperimental 2 (sumber: Dewi, 2019).....	70
Gambar 4. 12 Sketsa Studi Eksperimental 2 (sumber: Dewi, 2019).....	71
Gambar 4. 13 User Testing 1 (sumber: Dewi, 2019)	92
Gambar 4. 14 User Testing 2 (sumber: Dewi, 2019)	93
Gambar 4. 15 User Testing 3 (sumber: Dewi, 2019)	94
Gambar 5. 1 Sketsa logo (sumber: Dewi, 2020)	100
Gambar 5. 2 Alternatif logo (sumber: Dewi, 2020)	101
Gambar 5. 3 Logo utama Rasuk-an (sumber: Dewi, 2020)	101
Gambar 5. 4 Ilustrasi Amano style (sumber: Dewi, 2019)	103
Gambar 5. 5 Kerangka Frame (sumber: Dewi, 2020).....	104
Gambar 5. 6 Pallette warna (sumber: Dewi, 2019).....	105
Gambar 5. 7 Kaos Oblong polos O-Neck	106
Gambar 5. 9 Left chest dan Full back	107
Gambar 5. 10 Full front	107
Gambar 5. 11 Varian desain Jangka 1 (sumber: Dewi, 2020)	109
Gambar 5. 12 Varian desain Jangka 1 (sumber: Dewi, 2020)	111
Gambar 5. 13 Varian desain Jangka 1 (sumber: Dewi, 2020)	112
Gambar 5. 14 Varian desain Jangka 2 (sumber: Dewi, 2020)	114
Gambar 5. 15 Varian desain Jangka 2 (sumber: Dewi, 2020)	115

Gambar 5. 16 Varian desain Jangka 2 (sumber:Dewi, 2020)	116
Gambar 5. 17 Varian desain Jangka 3 (sumber: Dewi, 2020)	118
Gambar 5. 18 Varian desain Jangka 3 (sumber: Dewi, 2020)	119
Gambar 5. 19 Varian desain Jangka 3 (sumber: Dewi, 2020)	121
Gambar 5. 20 Varian desain Jangka 4 (sumber: Dewi, 2020)	123
Gambar 5. 21 Varian desain Jangka 4 (sumber: Dewi, 2020)	124
Gambar 5. 22 Varian desain Jangka 4 (sumber: Dewi, 2020)	126
Gambar 5. 23 Varian desain Jangka 4 (sumber: Dewi, 2020)	127
Gambar 5. 24 Varian desain Jangka 4 (sumber: Dewi, 2020)	128
Gambar 5. 25 Varian desain Jangka 5 (sumber: Dewi, 2020)	130
Gambar 5. 26 Varian desain Jangka 5 (sumber: Dewi, 2020)	131
Gambar 5. 27 Varian desain Jangka 5 (sumber: Dewi, 2020)	133
Gambar 5. 28 Varian desain Jangka 6 (sumber: Dewi, 2020)	135
Gambar 5. 29 Varian desain Jangka 6 (sumber: Dewi, 2020)	136
Gambar 5. 30 Varian desain Jangka 6 (sumber: Dewi, 2020)	137
Gambar 5. 31 Alternatif Desain Jangka no.2 (sumber: Dewi, 2020).....	138
Gambar 5. 32 Alternatif Desain Jangka no.2 (sumber: Dewi, 2020).....	139
Gambar 5. 33 Alternatif Desain Jangka no.2 (sumber: Dewi, 2020).....	139
Gambar 5. 34 Alternatif Desain Jangka No.4 (sumber: Dewi, 2020)	140
Gambar 5. 35 Alternatif Desain Jangka No.4 (sumber: Dewi, 2020)	140
Gambar 5. 36 Alternatif Desain Jangka No.4 (sumber: Dewi, 2020)	141
Gambar 5. 37 Alternatif Desain Jangka No.4 (sumber: Dewi, 2020)	141
Gambar 5. 38 Alternatif Desain Jangka no.5 (sumber: Dewi, 2020).....	142
Gambar 5. 39 Alternatif Desain Jangka no.5 (sumber: Dewi, 2020).....	142
Gambar 5. 40 Alternatif Desain Jangka no.5 (sumber: Dewi, 2020).....	143
Gambar 5. 41 Alternatif Desain Jangka No.6 (sumber: Dewi, 2020)	143
Gambar 5. 42 Alternatif Desain Jangka no.6 (sumber: Dewi, 2020).....	144
Gambar 5. 43 Alternatif Desain Jangka no.6 (sumber: Dewi, 2020).....	144
Gambar 5. 44 Alternatif Desain Jangka no.6 (sumber: Dewi, 2020).....	145
Gambar 5. 45 Alternatif Desain Jangka no.6 (sumber: Dewi, 2020).....	145
Gambar 5. 46 Alternatif Desain Jangka no.6 (sumber: Dewi, 2020).....	146
Gambar 5. 47 Alternatif Desain Jangka no.8 (sumber: Dewi, 2020).....	146
Gambar 5. 48 Alternatif Desain Jangka no.8 (sumber: Dewi, 2020).....	147
Gambar 5. 49 Alternatif Desain Jangka no.8 (sumber: Dewi, 2020).....	147
Gambar 5. 50 Alternatif Desain Jangka no.14 (sumber: Dewi, 2020).....	148
Gambar 5. 51 Alternatif Desain Jangka no.14 (sumber: Dewi, 2020).....	148
Gambar 5. 52 Alternatif Desain Jangka no.14 (sumber: Dewi, 2020).....	149
Gambar 5. 53 Alternatif Desain Jangka no.14 (sumber: Dewi, 2020).....	149
Gambar 5. 54 Variasi warna kaos (sumber: Dewi, 2020).....	150
Gambar 5. 55 Variasi warna kaos (sumber: Dewi, 2020).....	150
Gambar 5. 56 Implementasi Desain (sumber: Dewi, 2020).....	151
Gambar 5. 57 Impementasi pada Kaos (sumber: Dewi, 2020)	151
Gambar 5. 58 Totebag (sumber: Dewi, 2020).....	154
Gambar 5. 59 Katalog Rasukan (sumber: Dewi, 2020)	155
Gambar 5. 60 Website Rasukan (sumber: Dewi, 2020)	156
Gambar 5. 61 Sosial media IG (sumber: Dewi, 2020)	156
Gambar 5. 62 Kemasan Produk Kaos (sumber: Dewi, 2020)	157
Gambar 5. 63 Label Tag (sumber: Dewi, 2020).....	158

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 7 Jenis-Jenis Kaos (sumber:kaosmurahbandung.com)	41
Tabel 5. 1 Biaya Satuan Kaos Polos Lengan Pendek DTG	153
Tabel 5. 2 Biaya Satuan Kaos Polos Lengan Panjang DTG	153
Tabel 5. 3 Biaya Satuan Kaos Polos Warna DTG	154

Halaman ini sengaja dikosongkan

DAFTAR BAGAN

Bagan 3. 1 Alur Riset (sumber: Dewi, 2019).....	47
Bagan 5. 1 Konsep Desain (sumber: Dewi, 2020)	99
Bagan 5. 2 Kriteria Desain Souvenir (sumber: Dewi, 2020)	102
Bagan 5. 3 Konsep bisnis dan produksi (sumber: Dewi, 2020)	152

Halaman ini sengaja dikosongkan

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

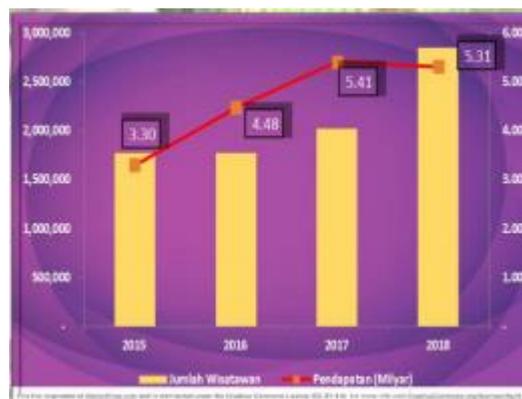
Kabupaten Kediri merupakan salah satu daerah di Jawa Timur yang memiliki sejarah panjang dimulai dari kerajaan Kediri dahulu. Kerajaan Kediri mencapai puncak kejayaan saat dipimpin oleh Prabu Sri Maharaja Sang Mapanji Jayabhaya Sri Warmeswara Madhusudana Awataranindita Suhtrisingha Parakrama Uttunggadewa (1135-1157) atau lebih dikenal dengan Prabu Sri Aji Jayabaya, yang merupakan tokoh legendaris dalam sejarah Kediri. Kediri sendiri merupakan cikal bakal dari berdirinya beberapa kerajaan besar di Nusantara. Pada masa kejayaan kerajaan Kediri dipimpin oleh Sri Aji Jayabaya, yang berhasil menyatukan dua kerajaan Panjalu dan Jenggala, dan terkenal dengan prediksi-prediksi mengenai masa yang akan datang di Nusantara atau lebih dikenal dengan Jangka Jayabaya. Ramalan atau prediksi mengenai masa yang akan datang adalah sebuah budaya Jawa kuno yg masih melekat hingga sekarang. Dari tokoh legenda Jayabaya, ramalan menjadi hal yg krusial bagi masyarakat Jawa, terlebih untuk prediksi mengenai masa yang akan terjadi sudah tertulis sejak ratusan tahun yang lalu. Sehingga bagi keturunan Jawa, realisasi dari prediksi tersebut dapat dikemas menjadi budaya khas dari daerah Kediri.

Kediri memiliki tempat pariwisata yang beraneka ragam, baik wisata alam hingga wisata sejarah atau budaya. Kabupaten ini memiliki kebudayaan yang harus dipertahankan dan diwariskan. Pada tahun 2018, tercatat sekitar 2,8 juta wisatwan berkunjung ke Kabupaten Kediri baik wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara. Menilik grafik kunjungan wisata tercatat di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kediri, jumlah wisatawan mengalami kenaikan yang cukup signifikan dari tahun ke tahun dan terakhir pada tahun 2018. Data tersebut tercatat dalam badan statistika Kabupaten Kediri¹. Seringkali wisatawan yang berkunjung ke Kediri dengan tujuan untuk berlibur melepas penat akan aktivitas ataupun melakukan wisata rohani yang ada di Kediri. Maka dari itu, hal ini menjadi

¹ https://caridokumen.com/queue/statistik-daerah-kabupaten-kediri-_5a46e9bcb7d7bc7b7a26e07f_pdf?queue_id=-1

potensi yang besar bagi Pemerintah Kabupaten Kediri untuk mengenalkan folklore Jangka Jayabaya yang mengangkat prediksi masa yang akan datang sehingga wisatawan memiliki antusiasme yang tinggi ketika mengunjungi Kediri.

Peningkatan volume kunjungan wisatawan terukur pula dalam pemasukan dari hasil pendapatan asli daerah, dimana pada tahun 2015 besaran PAD yang didapat sebesar 3,30 milyar rupiah, tahun 2016 sebesar 4,48 milyar rupiah, tahun 2017 sebesar 5,41 milyar rupiah, dan si tahun 2018 sebesar 5,31 milyar rupiah².



Gambar 1. 1 Data Statistik Wisatawan Kabupaten Kediri (sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Kediri)

Bupati Kabupaten Kediri, dr. Hj. Haryanti Sutrisno mengungkapkan bahwa semakin banyak wisatawan yang datang tentu mereka akan memburu souvenir yang merupakan salah satu jenis produk ekonomi kreatif dan yang harus diperhatikan dari souvenir harusnya disesuaikan dengan minat pasar pariwisata, hal itu untuk meningkatkan daya beli bagi wisatawan lokal maupun mancanegara yang datang ke suatu daerah. Selain itu industri wisata harus dibarengi dengan souvenir bernilai seni agar mendapatkan nilai yang setimpal sehingga wisatawan tidak kecewa jika datang berkunjung.

Menurut Kasi bidang pemasaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kediri, ibu Lilik Suguharti mengatakan bahwa wisatawan yang berkunjung ke Kediri lebih tertarik untuk membeli oleh-oleh berupa makanan daripada souvenir kaos. Hal ini dikarenakan kualitas souvenir kaos oleh-oleh Kediri masih sangat kurang dan desain dikerjakan kebanyakan asal-asalan. Padahal sektor

² https://caridokumen.com/queue/statistik-daerah-kabupaten-kediri-_5a46e9bcb7d7bc7b7a26e07f_pdf?queue_id=-1

ekonomi kreatif ini mempunyai peluang besar untuk dikembangkan mengingat jumlah wisatawan Kediri tiap tahun mengalami peningkatan. (wawancara, 21 November 2018)



Gambar 1. 2 Beberapa desain kaos brand lokal dan mancanegara (sumber : pinterest.com)

Dilihat dari gambar diatas, contoh dari daerah yang memiliki desain kaos yang mampu mengangkat daerahnya dengan tema serta bahan kaos yang nyaman. Gaya gambar yang digunakan berbeda dengan gaya gambar pada kebanyakan souvenir kaos daerah, hal ini dapat menarik minat wisatawan untuk membeli souvenir kaos tersebut. Pemilihan font sesuai dengan gaya gambar yang digunakan dalam desain kaos daerah seperti gambar diatas. Kediri sendiri memiliki potensi yang besar untuk membuat souvenir fashion dalam bentuk produk T-shirt atau kaos karena meningkatnya angka kunjungan wisatawan dari tahun ke tahun membuat peluang besar untuk lebih mengembangkan souvenir Kediri. Konten yang dikembangkan oleh pemerintah Kabupaten Kediri adalah cerita Panji, padahal banyak konten lain yang dapat diangkat sebagai salah satu media promosi Kediri. Dalam perancangan ini yang menjadi studi kasus adalah mengenai Jangka Jayabaya. Riset yang dilakukan berfokus pada isi Jangka Jayabaya yang memuat prediksi-prediksi mengenai masa yang akan terjadi di bumi Nusantara. Jangka Jayabaya memiliki peranan penting dalam menyampaikan peringatan kepada masyarakat luas dan menjadi salah satu prediksi yang dipercayai oleh sebagian besar masyarakat Jawa hingga sekarang, namun banyak dari masyarakat sekarang yang mulai melupakan Jangka Jayabaya tersebut. Oleh karena itu, dalam perancangan ini penulis bermaksud untuk mengangkat konten folklor tersebut dengan merancang 20 desain souvenir kaos dengan tema Jangka Jayabaya, yaitu memunculkan potensi folklor masyarakat lainnya di Kabupaten Kediri.



Gambar 1. 3 Gaya gambar Romanticism (sumber: Pinterest.com)

Visual kausnya menggunakan gaya gambar *romanticism* dengan teknik *digital*. *Romanticism* muntul pada akhir abad ke-18 di Eropa Barat. Istilah *romanticism* pertama kali digunakan di Jerman pada akhir 1700-an oleh para kritikus August dan Friedrich Schlegel yang menulis buku kritik berjudul *romantische Poesie*. Seni lukis ini menyebar hingga ke Indonesia, salah satu tokoh yang berperan penting dalam penyebaran gaya visual tersebut adalah Raden Saleh dari tahun 1829 hingga 1865. Para pelukis yang mengikuti aliran gaya visual tersebut mengedepankan imajinasi, subjektif, intensitas emosional, suasana yang seperti mimpi, dan menggambarkan perasaan yang kuat.

Konten visual dari kaos akan menampilkan penggambaran dari isi Jangka Jayabaya dari berbagai adegan. Lalu diikuti dengan beberapa kalimat penjelas yang memberikan informasi yang berkaitan dengan isi dari Jangka Jayabaya tersebut. Diharapkan dengan adanya konsep perancangan kaos ini dapat menyampaikan maksud dari peringatan-peringatan yang ada dalam Jangka Jayabaya terhadap masyarakat luas dan menambah pengetahuan serta melestarikan warisan leluhur berupa folklor dalam bentuk souvenir kaos bagi wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Kediri dari informasi yang diberikan pada kaos.

1.2 Identifikasi Masalah

Bersarkan penjelasan-penjelasan diatas, dapat diidentifikasi masalah-masalah yang menjadi dasar dari perancangan ini, antara lain :

1. Desain pada souvenir yang sudah ada, belum pernah mengangkat Jangka Jayabaya sebagai daya tarik folklor yang ada di Kabupaten Kediri.
2. Kebanyakan desain yang digunakan pada souvenir terkesan monoton dan tidak bervariasi.
3. Dibutuhkannya inovasi baru pada desain agar mencapai target pasar mancanegara dan lokal.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka rumusan masalah yang diangkat pada perancangan ini adalah “Bagaimana cara merancang sebuah desain souvenir kaos Kabupaten Kediri dengan tema Jangka Jayabaya untuk mempersuasi wisatawan berkunjung dan mempromosikan salah satu folklor Kediri bergaya ilustrasi *romanticism* dan *Amano art style*?”

1.4 Batasan Masalah

Dari masalah yang ada, maka dibutuhkan batasan masalah yang akan dikerjakan dan dicari solusinya. Batasan pada penelitian ini antara lain :

1. Pada perancangan ini, penulis akan menyelesaikan masalah dan mengaplikasikan ilmu desain komunikasi visual yang berhubungan dengan desain souvenir.
2. Perancangan ini fokus membahas tentang souvenir berupa kaos.
3. Tema yang diangkat adalah Jangka Jayabaya menurut acuan kitab Jangka Jayabaya versi gubahan dari kitab Musarar.
4. Gaya visual yang digunakan adalah *romanticism* dan *Amano* menurut acuan “*Romaticism*” dari Repositori Universitas Hawaii dan “*Amano style art*” oleh Yoshitaka Amano
5. Desain souvenir kaos yang dirancang sebanyak 20 desain
6. Studi lokasi penelitian dibataskan pada lingkup Kabupaten Kediri, Provinsi Jawa Timur.

1.5 Tujuan Penelitian

1. Merancang ilustrasi untuk souvenir kaos mengenai Jangka Sri Aji Jayabaya di Kediri yang memiliki daya tarik dan dapat bermanfaat terhadap wisatawan

2. Memberikan tampilan visual yang menarik pada souvenir dan dapat menjadi kebanggaan masyarakat Kediri yang sesuai dengan kriteria target pasar.
3. Membantu pengembangan sektor pariwisata Kediri, khususnya dalam sektor wisata sejarah terutama mengenai Jangka Sri Aji Jayabaya yang terkenal sehingga dapat digunakan sebagai konsep cinderamata khususnya dalam pembuatan souvenir daerah berupa kaos.

1.6 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan memiliki manfaat berikut :

1. Bagi wisatawan, menyediakan souvenir terutama dibidang pakaian dengan desain ilustrasi yang menarik mengangkat tema Jangka Jayabaya.
2. Bagi masyarakat Kediri, tersedianya souvenir sebagai identitas Kediri dalam bentuk pakaian yang sesuai dengan tren pasar masa kini.
3. Bagi pemerintah, dapat menjadi salah satu sarana promosi pariwisata Kediri dan meningkatkan pengembangan sektor pariwisata serta industry kreatif di Kediri.

1.7 Ruang Lingkup

Ruang lingkup dari perancangan ini adalah sebagai berikut:

1. Studi mengenai souvenir kaos serta elemen-elemen aksesoris pendukung, diantaranya souvenir, trend dan bahan atau material.
2. Studi visual sebagai desain utama pada souvenir berupa kaos adalah isi Jangka Jayabaya.
3. Studi literatur mengenai Jangka Jayabaya
4. Studi eksisting terhadap produk serupa yang pernah dibuat sebelumnya
5. Studi mengenai gaya gambar untuk ilustrasi.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini dilakukan tidak terlepas dari penelitian-penelitian terdahulu yang pernah dilakukan sebagai refisi dalam memperkaya bahan kajian dan perbandingan pada penelitian penulis. Berikut merupakan penelitian terdahulu terkait dengan penelitian yang dilakukan penulis:

- Sumbo Tinarbuko (2006)

Dalam jurnalnya berjudul “**Semiotika Desain Oblong Dagadu Djokdja**”, keunikan dari produk tersebut adalah selalu memberikan bingkai estetika pada hal-hal yang bersifat keseharian. Desain yang mengutamakan huruf dan tipografi sebagai kekuatan utama verbalisasi merupakan desain bergaya populer. Desain bergaya populer ditandai dengan warna cenderung bersandar pada kecerahan daripada kelembutan. Tipografi gaya populer umumnya lebar dan gemuk, umumnya berjenis Futura dan Gothik.

- Agus Supriono (2011)

Judul penelitian “**Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Membeli Produk Kaos Oblong Pada Garmen Iyan Jaya Jember** “. Penelitian ini menggambarkan faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen membeli kaos oblong pada garmen Iyan Jaya Jember. Berdasarkan analisis table frekuensi, faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen membeli produk kaos oblong pada Garmen Iyan Jaya Jember adalah budaya, faktor sosial yang terdiri dari teman dan tetangga, faktor psikologi yang terdiri dari produk, ukuran produk, harga dan tempat. Dari penelitian tersebut penulis mendapatkan informasi dan gambaran dalam hal promosi dan produksi *brand* kaos kedepannya.

2.2 Studi Eksisting

Studi eksisting adalah salah satu metode yang dilakukan untuk mendapatkan kelebihan dan kekurangan dari media sejenis yang dapat dijadikan sebagai tolak ukur bagi tugas akhir yang nantinya dapat menunjang proses perancangan.

2.2.1 Kompetitor

1. Kaos Dagadu

Dagadu merupakan milik sebuah perusahaan yang bernama PT. Aseli Dagadu Djokdja yang berkedudukan di Yogyakarta. Dagadu saat ini telah menjadi salah satu ikon cenderamata khas Yogyakarta. "Everything about Djokdja" adalah tema yang digunakan Dagadu untuk pembuatan produk – produknya. Salah satu jenis produk dari dagadu adalah "Oblong pedia". Konsep dari Oblong pedia, memunculkan cerita wayang, prajurit atau jalan di Jogja. Visualnya berupa ilustrasi dari tempat tersebut dan juga terdapat beberapa paragraf berisi deskripsi dari bangunan yang ditampilkan. Material kaos yang digunakan adalah *cotton combed 30s*.



Gambar 2. 1 Kaos DAGADU (sumber: Dagadu.co.id)

2. Joger

Joger atau biasa disebut juga dengan Joger pabrik kata-kata merupakan oleh-oleh khas Bali berupa kaos oblong. Selain kaos, Joger juga

menawarkan produk lain seperti gantungan kunci, tas dan sandal. Joger berdiri tanggal 19 Januari 1981. Kata Joger berasal dari gabungan nama sang pemilik yakni Joseph Theodorus Wulianadi dan Mr. Gerhard Seeger. Desain pada kaos Joger menampilkan kata-kata unik yang biasanya berisi motivasi dan prinsip dalam hidup. Pada bagian belakang kaos juga terdapat kata-kata yang berisi informasi. Produk Joger hanya dipasarkan di Bali, karena sang pendiri memiliki prinsip untuk menyejahterakan warga Bali. Sehingga yang ingin membeli produk Joger harus mengunjungi Bali terlebih dahulu.



Gambar 2. 2 Kaos Joger (sumber: jejakpiknik.com)

No.	Parameter	Souvenir Kaos DAGADU	Souvenir Kaos Joger
1.	Desain: meliputi grafis, warna	 <p>Oblong pedia : Konten kaos menampilkan desain yang mengusung tema utama: <i>“Everything about Djokdja”</i>. Contohnya seperti artefaknya, bahasanya, kultur kehidupan, maupun hal-hal sederhana yang dilakukan dalam keseharian. Untuk visual, desain yang ditampilkan cukup bervariasi, ada yang hanya berupa tipografi, ilustrasi sederhana dengan menggunakan 2-3 warna saja hingga ilustrasi yang cukup detail. Varian warna</p>	 <p>Konten pada kaos Joger terkenal dengan desain yang menampilkan kata-kata unik yang biasanya berisi motivasi dan prinsip hidup. Selain itu ada desain berbentuk tipografi dari kata “Bali”, motif, dan lain-lain. Untuk visual, gaya gambar yang digunakan adalah vektor sederhana yang tidak detail dengan menggunakan warna terang yaitu merah, hitam, hijau, merah, abu-abu, kuning, dan merah muda.</p>

		<p>kaos menggunakan warna khas Jawa (merah, kuning, hijau) dan warna netral (putih dan hitam). Salah satu jenis produk Dagadu adalah Oblong pedia. Konsep dari Oblong pedia yaitu memunculkan cerita wayang, prajurit atau jalan di Jogja. Visual yang digunakan berupa ilustrasi dari tempat tersebut dan juga terdapat beberapa paragraph berisi deskripsi dan informasi dari bangunan yang ditampilkan.</p> <p><i>Layout</i> desain dibuat seperti artikel. Ilustrasi yang digunakan terlihat seperti siluet dengan satu warna hitam atau putih. <i>Layout</i> desain berada ditengah dengan sablon <i>full print</i>.</p>	<p><i>Layout</i> desain rata-rata berada di tengah, namun terdapat konten informasi juga dibagian belakang kaos, sehingga bagian belakang tidak kosong. Hal unik dari kaos ini adalah bagian belakang terdapat kaa-kata jenaka, menggunakan kata sehari-hari yang berisi rasa terima kasih untuk pembeli.</p>
2.	Varian Produk	Kaos lengan pendek dan kaos lengan panjang	Kaos lengan pendek dan kaos lengan panjang
3.	Bahan	<i>Cotton combed 30s</i>	<i>Cotton combed 30s</i>
4.	Jenis sablon	Teknik sablon yang digunakan adalah jenis sablon plastisol	Teknik sablon yang digunakan adalah DTG
5.	Ukuran	M-XL	S-XL
6.	Harga	Rp. 90.000-Rp. 100.000	Rp. 130.000-Rp. 200.000

2.3 Tinjauan Teori Penunjang

2.3.1 Pengertian souvenir

Souvenir adalah benda yang berfungsi sebagai pengingat akan suatu pengalaman tertentu, diproduksi secara komersial dan seringkali dihubungkan secara universal dengan turisme (Prakosa & Cheon: 2013)

Cinderamata atau souvenir adalah sesuatu yang dibawa oleh seorang wisatawan ke tempat tinggalnya sebagai kenang-kenangan dari suatu tempat wisata yang telah dikunjungi dan berkaitan dengan benda tersebut. Dalam Bahasa Indonesia, istilah ini disinonimkan dengan oleh-oleh, souvenir, tanda mata, atau kenang-kenangan. Cinderamata dapat berupa pakaian seperti kaos atau topi, aksesoris seperti kalung atau gelang, kerajinan tangan seperti tas atau guci, dan berupa alat masak dapur. Benda-benda tersebut dapat diberi tanda seperti tulisan sehingga wisatawan yang membeli cinderamata dapat mengetahui dari mana asal barang tersebut³

Menurut Robert G. Healy (1994:138) souvenir wisata didefinisikan disini sebagai setiap barang yang nyata yang dapat dibeli oleh wisatawan di tempat wisata dan dimaksudkan untuk disebarluaskan ke masyarakat luas. Definisi ini tidak termasuk di tempat makan atau penginapan, atau jasa tidak berwujud, seperti pemandu wisata dan jasa transportasi. Souvenir wisata termasuk: (1) produk natural termasuk kacang, kerang, batu, dan bahan makanan yang belum diolah seperti buah atau kelapa mentah; (2) Kerajinan didefinisikan sebagai barang yang dibuat menggunakan tangan atau dibuat dengan menggunakan alat-alat sederhana atau peralatan dan yang menggabungkan elemen substansial dari keterampilan kerajinan; (3) buatan tangan item lainnya termasuk artisanal yang diproses dari bahan makanan (biji kopi, madu, sari tebu, vanili); (4) produksi lokal seperti bir, furnitur, dan barang-barang buatan pabrik lainnya; atau (5) barang non-lokal seperti ritel di lokasi wisata, termasuk film, kartu pos, buku panduan, T shirt, dan peralatan olahraga⁴

³ https://id.wikipedia.org/wiki/Cendera_mata

⁴ Robert G. Healy (1994) 'Tourist Merchandise' as a means of generating local benefits from ecotourism, *Journal of Sustainable Tourism*. Duke University, Durham, NS, 27707, USA:Routledge

2.3.2 Kategori Suvenir

Adapun beberapa kategori tiap jenis souvenir sangatlah beragam, ada yang berupa *garment*, *apparel*, *print ad*, dan juga *gift*. Spesifikasi jenis bahan tiap kategorinya adalah sebagai berikut:

- *Garment*: jenis souvenir yang menggunakan material dasar kain, contohnya adalah kaos, polo shirt, topi, kemeja, kaos kaki, dan sebagainya.
- *Apparel*: jenis souvenir yang tidak menggunakan bahan dasar kain. Contohnya adalah tas, sepatu, sandal, ikat pinggang, dan sebagainya.
- *Print Ad*: jenis souvenir yang dihasilkan melalui proses cetak. Contohnya poster, stiker, buku, dan sebagainya.
- *Gift*: jenis souvenir yang dijadikan sebagai hadiah pada event tertentu. Contohnya mug, kipas, figure, set alat tulis, dan sebagainya.

2.3.3 Teori Souvenir T-shirt

Cinderamata sendiri adalah sesuatu yang dibawa oleh seorang wisatawan ke tempat tinggalnya sebagai kenang-kenangan dari suatu tempat wisata yang telah ia kunjungi dan berkaitan dengan benda tersebut. Dalam Bahasa Indonesia, istilah ini disinonimkan dengan oleh-oleh, souvenir, tanda mata, atau kenang-kenangan. Cinderamata dapat berupa pakaian seperti kaos atau topi, aksesoris seperti kalung atau gelang, kerajinan tangan seperti tas atau guci, dan berupa alat masak dapur. Benda-benda tersebut dapat diberi tanda seperti tulisan sehingga wisatawan yang membeli cinderamata dapat mengetahui dari mana asal barang tersebut⁵.

Menurut Robert G. Healy (1994: 145) diantara souvenir-souvenir yang ada, yang paling umum dijual adalah T-shirt/kaos. Banyak tempat wisata dan sejenisnya yang memiliki logo yang menghiasi T-shirt dan berbagai macam model pakaian yang serupa memiliki tujuan tertentu. Mereka menciptakan kesatuan identitas yang terorganisir bagi karyawan dan

⁵ <https://id.wikipedia.org/wiki/Cenderamata>

relawan. Selain itu, pakaian adalah media standart untuk para wisatawan. T-shirt/kaos dapat berfungsi sebagai media promosi yang sangat efektif⁶.

2.3.4 Sejarah Jangka Jayabaya

Prabu Jayabaya adalah tokoh yang identik dengan ramalan masa depan Nusantara. Terdapat beberapa naskah yang berisi “Ramalan Joyoboyo”, antara lain *Serat Jayabaya Musarar*, *Serat Pranitiwakya*, dan lain sebagainya. Dikisahkan dalam *Serat Jayabaya Musarar*, pada suatu hari Jayabaya berguru pada seorang ulama bernama Maolana Ngali Samsujen. Dari ulama tersebut, Jayabaya mendapat gambaran tentang keadaan Pulau Jawa sejak zaman diisi oleh Aji Saka sampai datangnya hari Kiamat. Dari nama guru Jayabaya di atas dapat diketahui kalau naskah serat tersebut ditulis pada zaman berkembangnya Islam di Pulau Jawa. Tidak diketahui dengan pasti siapa penulis ramalan-ramalan Jayabaya. Sudah menjadi kebiasaan masyarakat saat itu untuk mematuhi ucapan tokoh besar. Maka, si penulis naskah pun mengatakan kalau ramalannya adalah ucapan langsung Prabu Jayabaya, seorang raja besar dari Kediri.

Oleh Pujangga, Kitab Asrar digubah dan dibentuk lagi dengan pendirian dan cara yang lain, yakni dengan jalan mengambil pokok/permulaan cerita Raja Jayabaya dari Kediri. Nama mana diketahui dari Kakawin Bharatayudha, yang dikarang oleh Mpu Sedah pada tahun 1079 Saka = 1157 M atas titah Sri Jayabaya di Daha/ Kediri. Setelah mendapat pathokan/data baru, raja Jayabaya yang memang dikenal masyarakat sebagai pandai meramal, sang pujangga (Pangeran Wijil) lalu menulis kembali, dengan gubahan "Jangka Jayabaya" dengan ini yang dipadukan antara sumber Serat Bharatayudha dengan kitab Asrar serta gambaran pertumbuhan negara-negara dikarangnya sebelumnya dalam bentuk babad. Lalu dari hasil, penelitiannya dicarikan inti sarinya dan diorbitkan dalam bentuk karya-karya baru dengan harapan dapat menjadi sumber semangat perjuangan bagi generasi anak cucu di kemudian hari.

⁶ Robert G. Healy (1994) Tourist Merchandise' as a means of generating local benefits from ecotourism, Journal of Sustainable Tourism. Duke University, Durham, NS, 27707, USA:Routledge

Cita-cita yang pujangga yang dilukiskan sebagai zaman keemasan itu, jelas bersumber semangat dari gambaran batin Sultan Agung. Jika kita teliti secara kronologi, sekarang ternyata menunjukkan gambaran sebuah negara besar yang berdaulat penuh yang kini bernama "Republik Indonesia". Kedua sumber yang diperpadukan itu ternyata senantiasa mengilhami para pujangga yang hidup diabad-abad kemudian, terutama pujangga terkenal R.Ngabei Ronggowasito, cucu buyut pujangga Yasadipura I pengganti Pangeran Wijil I.

Jangka Jayabaya dari Kitab Asrar ini sungguh diperhatikan benar-benar oleh para pujangga di Surakarta dalam abad 18/19 M dan sudah terang merupakan sumber perpustakaan dan kebudayaan Jawa baru. Hal ini ternyata dengan munculnya karangan-karangan baru, Kitab Asrar/Musarar dan Jayabaya yang hanya bersifat ramalan belaka. Sehingga setelah itu tumbuh bermacam-macam versi teristimewa karangan baru Serat Jayabaya yang bersifat hakikat bercampur jangka atau ramalan, akan tetapi dengan ujaran yang dihubungkan dengan lingkungan historisnya satu sama lain sehingga merupakan tambahan riwayat buat negeri ini.

Semua itu telah berasal dari satu sumber benih, yakni Kitab Asrar karya Sunan Giri ke-3 dan Jangka Jayabaya gubahan dari kitab Asrar tadi, plus serat Mahabarata karangan Mpu Sedah & Panuluh. Dengan demikian, Jangka Jayabaya ini ditulis kembali dengan gubahan oleh Pangeran Wijil I pada tahun 1675 Jawa (1749 M) bersama dengan gubahannya yang berbentuk puisi, yakni **Kitab Musarar**⁷.

2.3.5 Teori Folklore

A. Pengertian Folklore

Kata folklor berasal dari bahasa Inggris, yaitu *folklore*. Dari dua kata dasar, yaitu *folk* dan *lore*. *Folk* artinya sama dengan kata kolektif. Menurut Alan Dundes (dalam Danandjaja, 1991), *folk* adalah sekelompok orang yang memiliki ciri-ciri pengenal fisik, sosial, dan kebudayaan sehingga

⁷ Jurnal HISTORIA Volume 6, Nomor 2, Tahun 2018, ISSN 2337-4713 (e-ISSN 2442-8728) 391
SERAT JANGKA JAYABAYA RELASI SASTRA, SEJARAH DAN NASIONALISME.

dapat dibedakan dari kelompok-kelompok lainnya. Sedangkan yang dimaksud dengan *lore* adalah tradisi *folk*, yaitu sebagian kebudayaan yang diwariskan secara turun-menurun secara lisan atau melalui suatu contoh yang disertai dengan gerak isyarat atau alat pembantu pengingat.

Pernyataan Endraswara (2010: 3) kekhasan folklor terletak pada aspek penyebarannya. Sedangkan, Taylor (Danandjaya, 2003: 31) folklor adalah bahan-bahan yang diwariskan dari tradisi, melalui kata-kata dari mulut-kemulut maupun dari praktik adat istiadat. Dengan kata lain, folklor pada dasarnya merupakan wujud budaya yang diturunkan dan atau diwariskan secara turun-temurun secara lisan (oral). Folklor yang sering diteliti yaitu cerita prosa rakyat. Menurut Bascom dibuku Danandjaja (2007: 50), cerita prosa rakyat dibagi menjadi 3 golongan, yaitu mite (myth), legenda (legend), dongeng (folktale).

Definisi folklor secara keseluruhan adalah sebagian kebudayaan suatu kolektif, yang tersebar dan diwariskan turun-menurun diantara kolektif macam apa saja, secara tradisional dalam versi yang berbeda, baik dalam bentuk lisan maupun contoh yang disertai gerak isyarat atau alat pembantu pengingat.

B. Ciri-ciri Folklor

Ciri-ciri pengenal utama folklor pada umumnya dapat dirumuskan sebagai berikut:

- a) Penyebaran dan pewarisannya biasanya dilakukan secara lisan dari satu generasi ke generasi berikutnya.
- b) Folklor bersifat tradisional, disebarkan diantara kolektif tertentu dalam waktu yang cukup lama (paling sedikit dua generasi).
- c) Folklor ada dalam versi-versi yang berbeda. Hal ini diakibatkan oleh cara penyebarannya yang dari mulut ke mulut, biasanya bukan melalui cetakan atau rekaman, sehingga oleh proses lupa diri manusia, folklor dengan mudah dapat mengalami perubahan. Walaupun demikian perbedaannya hanya terletak pada bagian luarnya saja, sedangkan bentuk dasarnya dapat tetap bertahan.

- d) Folklor bersifat anonim, yaitu nama penciptanya sudah tidak diketahui orang lagi.
- e) Biasanya mempunyai bentuk berumus atau berpola.
- f) Folklor mempunyai kegunaan dalam kehidupan bersama suatu kolektif. Cerita rakyat misalnya mempunyai kegunaan sebagai alat pendidik, pelipur lara, protes sosial, dan proyeksi keinginan terpendam.
- g) Folklor bersifat pralogis, yaitu mempunyai logika sendiri yang tidak sesuai dengan logika umum
- h) Folklor menjadi milik bersama dari kolektif tertentu. Hal ini sudah tentu diakibatkan karena penciptanya yang pertama sudah tidak diketahui lagi, sehingga setiap anggota kolektif yang bersangkutan merasa memilikinya.
- i) Folklor pada umumnya bersifat polos dan lugu, sehingga seringkali kelihatannya kasar dan terlalu spontan.

C. Bentuk-bentuk Folklor di Indonesia

Menurut Brunyand (1978), seorang ahli folklor dari AS, folklor dapat dikategorikan dalam 3 kelompok berdasarkan tipenya:

a. Folklor lisan:

Folklor lisan adalah folklor yang bentuknya memang murni lisan. Bentuk-bentuk (*genre*) folklor yang termasuk ke dalam kelompok besar ini antara lain:

- Bahasa rakyat (*folk speech*) seperti logat, julukan, pangkat tradisional, dan title kebangsawanan.
- Ungkapan tradisional, seperti peribahasa, pepatah, dan pemeo.
- Pertanyaan tradisional seperti teka-teki.
- Puisi rakyat, seperti pantun, gurindam, dan syair.
- Cerita prosa rakyat, seperti mite, legenda, dan dongeng.
- Nyanyian rakyat.

b. Folklor sebagai lisan :

Folklor sebagai lisan adalah folklor yang bentuknya merupakan campuran unsur lisan dan unsur bukan lisan. Kepercayaan rakyat, misalnya, yang oleh orang “modern” disebut takhayul terdiri dari

pernyataan yang bersifat lisan ditambah gerak isyarat yang dianggap mempunyai makna gaib. Bentuk-bentuk folklor yang masuk dalam kelompok besar ini adalah:

- Kepercayaan rakyat
- Permainan rakyat
- Tarian rakyat
- Teater rakyat
- Adat-istiadat
- Upacara dan pesta rakyat

c. Folklor bukan lisan :

Folklor bukan lisan adalah folklor yang bentuknya bukan lisan, walaupun cara pembuatannya diajarkan secara lisan. Kelompok besar ini dapat dibagi dua subkelompok, yakni yang material dan bukan material. Folklor yang masuk dalam golongan material adalah:

- Arsitektur rakyat (bentuk asli lumbung padi, rumah asli daerah, dan lain-lain)
- Kerajinan tangan rakyat
- Obat-obatan tradisional
- Makanan dan minuman rakyat

Sedangkan folklor yang termasuk dalam golongan bukan material antara lain:

- Gerak isyarat tradisional
- Bunyi isyarat untuk komunikasi rakyat
- Musik rakyat.

2.3.6 Teori Pariwisata

Pariwisata adalah aktifitas bersantai atau aktifitas waktu luang. Perjalanan wisata dilakukan pada saat seseorang bebas dari pekerjaan yang wajib dilakukan, yaitu pada saat mereka cuti atau libur (Yulianto et. Al., 2007). Pariwisata erat hubungannya dengan kegiatan yang sering dilakukan oleh banyak orang yaitu jalan-jalan (travel). Industri pariwisata banyak diminati baik itu dari dalam negeri maupun luar negeri. Banyak istilah yang digunakan

di dalam industri pariwisata. Berikut ini adalah istilah-istilah menurut Medlik (2003) yang sering digunakan di dalam industri pariwisata:

1. Akomodasi pariwisata, istilah ini berhubungan dengan biaya yang harus dikeluarkan oleh seorang turis untuk akomodasi lebih dari satu malam. Istilah akomodasi dibagi menjadi 2 jenis yaitu akomodasi pariwisata perusahaan dan akomodasi pariwisata swasta.
2. Tujuan pariwisata mencakupi negara, wilayah, kota, dan area lain yang menarik bagi para turis / wisatawan. Tempat ini juga menjadi tempat aktivitas utama bagi para turis / wisatawan untuk menghabiskan waktu.
3. Turis atau wisatawan yang mempunyai arti pendatang yang melakukan kunjungan minimal satu malam dengan beberapa tujuan seperti liburan, bisnis, atau tujuan yang lainnya.

2.3.6 Perilaku Konsumen Dalam Berwisata

Perilaku wisatawan menurut Ali Hasan (2008:129) adalah respon psikologis yang kompleks yang muncul dalam bentuk perilaku atau tindakan yang khas secara perseorangan yang langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan produk serta menentukan proses pengambilan keputusan dalam melakukan pembelian produk termasuk dalam melakukan pembelian ulang, yang dimaksud adalah wisatawan berkunjung ke daerah tujuan wisata, membeli souvenir, dan suatu saat wisatawan tersebut kembali berkunjung karena merasa nyaman dan percaya

Jurnal Ani Wijayanti (2004:108), menggambarkan perilaku wisatawan, yaitu *“Tourist behavior can be defined as the behavior that tourist display in searching for, purchasing, using, evaluating, and disposing of products, services, and ideas they expect will satisfy their needs”*. Perilaku yang diperhatikan wisatawan dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan mengabaikan produk, jasa, atau ide yang diharapkan dapat memuaskan wisatawan untuk dapat memuaskan kebutuhannya

dengan mengkonsumsi produk atau jasa yang ditawarkan di daerah tujuan wisata⁸.

2.3.7 Pengertian Ilustrasi

Pengertian ilustrasi adalah proses penggambaran objek, baik visual maupun audio dan lain-lain. Komunikasi visual merupakan suatu komunikasi melalui wujud yang dapat diserap oleh indera pengelihatannya. Pada media komunikasi, khususnya media cetak, terdiri atas beberapa unsur yaitu warna, tipografi, ilustrasi, layout, fotografi, dan lain sebagainya. Dalam kamus besar Bahasa Indonesia (Balai Pustaka, 1996), ilustrasi dibagi menjadi dua jenis yaitu ilustrasi audio dan ilustrasi visual.

Ilustrasi audio berarti musik yang mengiringi suatu pertunjukan sandiwara di pentas, radio atau musik yang melatari sebuah film. Ilustrasi visual atau yang lebih dikenal dengan kata lain ilustrasi yaitu gambar dapat berupa foto atau lukisan untuk membantu memperjelas isi buku, karangan, dan sebagainya dapat juga bermakna gambar, desain, diagram untuk penghias halaman sampul. Dalam new Encyclopedia (funk & wagnals) Ilustrasi adalah materi gambar yang ditampilkan dengan teks dan memperjelas atau memperindah/ membuat lebih menarik. Juga dapat berupa peta diagram hiasan, mereka biasanya ditampilkan dalam bentuk pemandangan, manusia, atau hubungan objek-objek dalam beberapa jenis secara tidak langsung dengan symbol. Wojirsch berpendapat, ilustrasi merupakan gambaran pesan yang tak terbaca yang dapat menguraikan cerita, berupa gambar dan tulisan, yaitu bentuk grafis informasi yang memikat. Sehingga dapat menielaskan makna Yang terkandung didalam pesan tersembunyi (1995).

2.3.8 Gaya Gambar

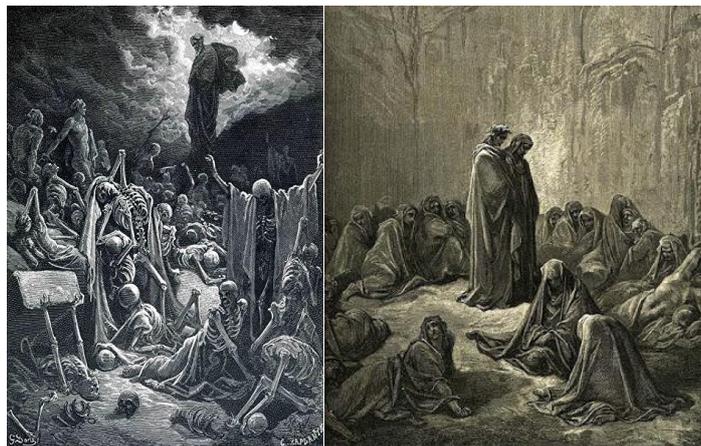
Gaya gambar merupakan ciri khas yang terlihat dari karya ilustrasi sehingga menjadi sang ilustrator. Gaya gambar memiliki banyak variasi dari tradisional hingga kontemporer yang dimana bersifat tren, perkembangannya menghasilkan banyak variasi gaya, namun jika dilihat

⁸ Suhartono, Ani Wijayanti. 2004. *Pentingnya Perilaku Konsumen dalam Menciptakan Iklan yang Efektif*. Surabaya: universitas Kristen Petra.

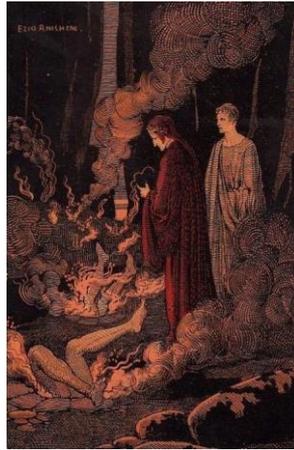
garis besarnya bentuk pencitraan dapat dibagi menjadi dua, bersifat literal dan bersifat konseptual, kedua bentuk ilustrasi ini dapat digunakan di berbagai peran ilustrasi, sebagai informasi, opini, narasi, persuasi, dan identitas. Penggunaan gaya gambar dapat mendukung tercapainya sebuah ilustrasi⁹

Dalam perancangan ini, penulis mengambil gaya gambar dari beberapa referensi. Terdapat dua jenis gambar yaitu gambar suasana dan gambar ilustrasi imajinatif yang melibatkan manusia

1. Gambar suasana menggunakan gaya ilustrasi *romanticism*. Gaya ilustrasi romantisisme yang diangkat ini merupakan asimilasi dari gambar suasana tragedi dan semi realis. Penulis mengambil referensi gambar suasana tragedi dari karya Gustave Dore yang merupakan seorang *illustrator*, pemahat kayu, dan seniman asal Prancis yang terkenal dengan karyanya berjudul *Rabelais*, *Balzac*, *Milton*, dan *Dante*. Dore menyajikan objek gambar suasana yang ilustratif dengan kesan yang tragis dengan garis gambar yang tipis. Maka dari itu, penulis menggunakan gaya gambar ini karena sesuai dengan kriteria gambar yang menyajikan pemvisualisasian dari isi ramalan dengan garis yang tipis sehingga dapat menggambarkan ilustrasi lebih imajinatif.



⁹ Witabora Joneta (2012) Peran Dan Perkembangan Ilustrasi *Humaniora*, 3 (2), 659-667



Gambar 2. 3 Ilustrasi dari Gustave Dore
(sumber: pinterest)

2. Gambar ilustrasi imajinatif yang melibatkan penggambaran tokoh ini adalah pengaruh gaya gambar dari ilustrator Yoshitaka Amano. Gaya gambar yang digunakan oleh Yoshitaka adalah gaya gambar Amano yang dimana gaya tersebut merupakan perpaduan antara gaya gambar surealis seperti realis menggunakan teknik modern *free drawing*. Karakter dari gaya gambar Amano ini adalah gaya gambar yang imajinatif serta terkesan surealis. Dengan penggunaan warna yang terkesan ringan serta dapat memberikan makna tersendiri disetiap karyanya.



Gambar 2. 4 Ilustrasi karya Yoshitaka Amano
(sumber: pinterest)

2.3.9 Aliran Seni Rupa

Aliran seni rupa atau mazhab seni rupa adalah pergerakan seniman-seniman yang memiliki satu prinsip-prinsip dan gaya/style yang sama dalam menciptakan karya yang tercetus dalam periode waktu tertentu. Aliran seni rupa terbagi melalui skala pergerakan (mazhab besar atau kecil) dan sumber

tercetusnya aliran seperti pergerakan bersama seniman dalam menyikapi sesuatu (*movement*), *school* (paguyuban/ perguruan) dan lain-lain. Ada pergerakan yang sengaja dicetuskan oleh suatu grup/ instansi, ada juga yang terjadi secara alamiah dalam konteks masyarakat tertentu.

Aliran seni rupa juga bersifat fluktuatif, aliran lama yang sebelumnya ditinggalkan atau telah banyak ditinggalkan dapat muncul kembali dengan berbagai pengembangan retrospektifnya. Aliran juga dapat terpengaruh satu sama lain dan mungkin saja melahirkan aliran baru. Seniman secara individu juga dapat terpengaruh atau sengaja mengambil khazanah yang disukai/disetujui ke dalam karyanya jika memang pengaruhnya dinilai positif dalam memperkaya kedalaman karyanya.

2.3.9.1 Aliran Seni *Romanticism*

Romantisisme, sikap atau orientasi intelektual yang menjadi ciri dari banyak karya sastra, lukisan, musik, arsitektur, kritik, dan historiografi dalam peradaban Barat dari periode akhir abad ke-18 hingga pertengahan abad ke-19. Romantisisme dapat dilihat sebagai penolakan terhadap aturan tatanan, ketenangan, keharmonisan, keseimbangan, idealisasi, dan rasionalitas yang melambangkan Klasisisme secara umum dan Neoklasikisme akhir abad ke-18 pada khususnya. Romantisme lebih menekankan terhadap aspek individu, subyektif, irasional, imajinatif, personal, spontan, emosional, visioner, dan transendental. Pada masa itu banyak seniman yang menolak praktik-praktik industrialisasi yang kurang memperhatikan dampak negatifnya terhadap alam. Kata *romantic* sendiri diambil dari kata *roman*, yaitu tulisan fiksi romansa abad pertengahan yang dramatis dan cenderung memiliki berbagai fantasi aneh. Kata itu kemudian dikaitkan dengan rasa yang muncul untuk pemandangan alam, prospek “luhur” atau ilahiah, sebuah kecenderungan yang tercermin dalam meningkatnya penekanan pada teori estetika yang agung dibandingkan dengan yang indah.

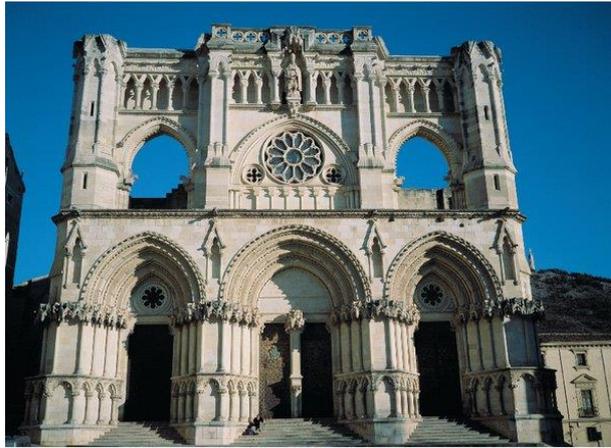


Gambar 2. 5 Gaya Gambar Romanticism (sumber: britannica.com)

Di antara sifat-sifat khas Romantisisme adalah sebagai berikut:

- Penghargaan yang mendalam terhadap keindahan alam;
- Pemuliaan emosi secara umum atas akal dan indra atas akal;
- Berbalik pada diri dan pemeriksaan kepribadian manusia yang tinggi dan suasana hati dan potensi mentalnya;
- Keasyikan dengan kejeniusan, pahlawan, dan figur luar biasa pada umumnya, dan fokus pada hasrat dan perjuangan batinnya;
- Pandangan baru tentang seniman sebagai pencipta yang sangat individual, yang semangat kreatifnya lebih penting daripada kepatuhan ketat pada aturan formal dan prosedur tradisional;
- Penekanan pada imajinasi sebagai pintu gerbang menuju pengalaman transenden dan kebenaran spiritual;
- Minat obsesif pada budaya rakyat, asal-usul budaya nasional dan etnis, dan era abad pertengahan;
- Kecenderungan untuk yang eksotis, yang jauh, yang misterius, yang aneh, yang gaib, yang mengerikan, yang sakit, dan bahkan tentang satanisme¹⁰.

¹⁰ <https://www.britannica.com/art/Romanticism>



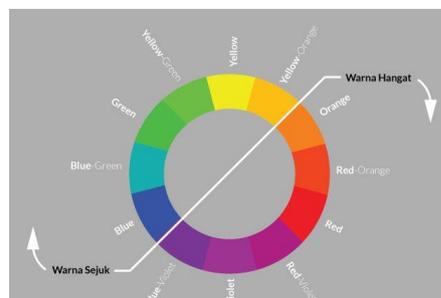
Gambar 2. 6 Gaya Arsitektur di Era Romanticism (sumber: britanica.com)

2.3.10 Teori Warna

Pengertian warna adalah kesan yang diperoleh mata dari cahaya yang dipantulkan oleh benda-benda yang dikenai cahaya tersebut. Benda yang dipantuli cahaya mengabsorpsi sebagian atau seluruh warna yang memantul. Sehingga pada saat hanya warna merah yang dipantulkan dan

warna lain diabsorpsi, maka benda tersebut menjadi warna merah. Dalam kacamata seni rupa dan desain, pengertian warna menurut Prawira adalah “Warna termasuk salah satu unsur keindahan dalam seni dan desain selain unsur-unsur visual yang lain” (Sulasmidarma Prawira, 1989: 4). Lebih lanjut lagi, Sadjiman Ebdy Sanyoto (2005: 9) mendefinisikan warna secara fisik dan psikologis. Warna secara fisik adalah sifat cahaya yang dipancarkan, sedangkan secara psikologis sebagai bagian dari pengalaman indera penglihatan. Terdapat tiga elemen yang penting dari pengertian warna. Unsur tersebut ialah benda, mata dan unsur cahaya. Secara umum, pengertian warna dapat didefinisikan sebagai unsur cahaya yang dipantulkan oleh sebuah benda. Kemudian diinterpretasikan oleh mata berdasarkan cahaya yang mengenai benda tersebut. Selain itu permukaan benda yang dipantulkan cahaya juga dapat dipengaruhi oleh pigmen warna, baik secara alami maupun rekayasa manusia (cat)¹¹.

Roda Warna atau biasa disebut color wheel adalah lingkaran ilustratif yang dapat digunakan untuk menggambarkan berbagai hubungan warna, dimulai dari warna primer, sekunder, dan tersier.



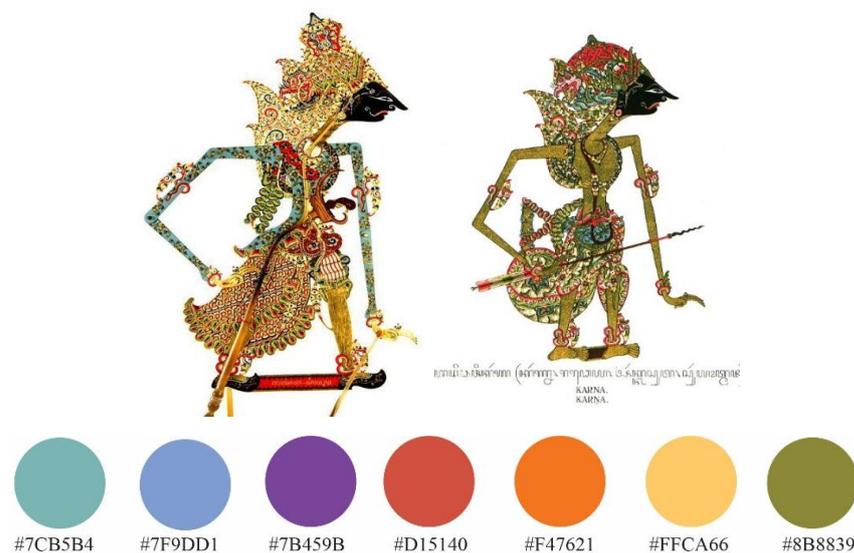
Gambar 2. 7 Color Wheel (sumber:serupa.co.id)

2.3.11 Kombinasi Warna

Kombinasi warna adalah memadukan dua warna atau lebih, warna-warna yang bersebelahan atau berdampingan, serta berseberangan. Kombinasi warna dapat membantu meningkatkan nilai estetika suatu tampilan/desain. Melalui komposisi warna yang menarik, hasil akhir yang ingin ditampilkan akan terlihat lebih menarik.

¹¹ <https://serupa.id/teori-warna/>

Pada perancangan ini penulis menggunakan warna dasar Jawa yaitu merah, kuning, hitam, dan putih yang digunakan dalam pembuatan wayang kulit. Dari empat warna tersebut akan diolah sesuai dengan pewarnaan pada wayang kulit sehingga menghasilkan warna lain yang lebih beragam. Warna putih mengendalikan warna merah dan biru dan warna kuning mengendalikan jingga dan hijau. Dalam kaitannya dengan sistem warna ini, Sunaryo (1996:42-48) mengemukakan bahwa keempat arah tersebut juga menunjukkan logam-logam yaitu tembaga, emas, besi, dan perak pada arah selatan, barat, utara, dan timur yang berhubungan dengan merah, kuning, hitam, dan putih.



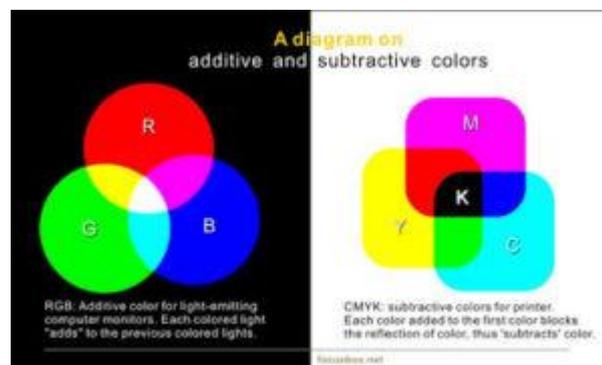
Gambar 2. 8 Acuan Palet warna dari Wayang (sumber: id.quora.com)

- **Warna Printing**

CMYK- singkatan dari Cyan, Magenta, Yellow dan Key (Black) merupakan proses pencampuran warna berdasarkan pigmen yang umum dipergunakan dalam dunia percetakan. Masing-masing pigmen warna dicampurkan dengan komposisi tertentu akan menghasilkan warna lainnya. Berbeda dengan model warna RGB dimana pada model warna RGB masing-masing warna dasar berfungsi untuk mencerahkan warna dasar, maka pada model warna CMYK masing-masing warna dasar ditimpakan pada medium putih untuk mengurangi kecerahan warna dari warna dasar putih. Oleh

karena itulah maka model warna CMYK dikenal juga dengan istilah *subtractive color model*.

Perbedaan antara model *additive* dan *subtractive* inilah yang menyebabkan perbedaan model warna yang digunakan pada perangkat elektronik dan pada proses pencetakan. Pada proses pencetakan digunakan model warna *subtractive* CMYK karena diasumsikan warna putih adalah warna bidang atau media cetak selain untuk kepentingan ekonomis, sehingga proses warna CMYK akan mengabaikan warna putih. Hal ini berkebalikan dengan proses warna RGB dimana kombinasi dari tiga warna dasar pada model RGB akan menghasilkan warna putih dan mengabaikan warna hitam.



Gambar 2. 9 Ilustrasi perbandingan additive dan subtractive color model
(sumber:sudtomsablon.com)

2.3.12 Teori Tipografi

Tipografi yang mudah dikenal masyarakat adalah tipografi yang khas dan konsisten pada setiap media yang digunakan dengan menggunakan tipografi yang unik dan mudah terbaca¹²

Danton Sihombing (2001) mengatakan bahwa terdapat empat buah prinsip pokok dalam tipografi yang sangat mempengaruhi keberhasilan suatu desain tipografi yaitu kemudahan membaca text dengan huruf pilihan (*legibility*), tingkat keterbacaan huruf (*readability*), tingkat kemudahan penglihatan huruf (*visibility*), dan tingkat kejelasan huruf sehingga mudah dibaca (*clarity*).

¹² Wheeler, Alina. 2009. Designing brand identity an essential guide for the entire branding. Publisher : John Wiley & Sons, Inc, Hoboken, New Jersey

Menurut Priscilia Yunita Wijaya (1999) dalam penelitiannya mengenai tipografi dengan judul Tipografi dalam Desain Komunikasi Visual dikatakan bahwa tipografi sebagai *visual language*, yang berarti bahasa yang dapat dilihat. Tipografi adalah salah satu sarana untuk menterjemahkan kata-kata yang terucap ke halaman yang dapat dibaca. Hampir semua hal yang berhubungan dengan desain komunikasi visual mempunyai unsur tipografi di dalamnya. Kurangnya perhatian pada tipografi dapat mempengaruhi desain yang indah menjadi kurang atau tidak komunikatif.

2.3.13 Teori Packaging

Menurut Oxford Dictionary, kemasan (packaging) adalah bahan yang digunakan untuk membungkus atau melindungi suatu barang. Daya tarik pada sebuah kemasan sangatlah penting untuk menarik minat konsumen dan mempengaruhi tindakan konsumen, baik secara sadar maupun secara tidak sadar.

- **Pengertian Kemasan**

Kemasan adalah desain kreatif yang mengaitkan bentuk, struktur, material, warna, citra, tipografi, dan elemen-elemen desain dengan informasi produk agar produk dapat dipasarkan. Kemasan digunakan untuk membungkus, melindungi, mengirim, mengeluarkan, menyimpan, mengidentifikasi dan membedakan sebuah produk di pasar (Klimchuk dan Krasovec, 2006:33)

Menurut Kotler dan Keller (2009:27), pengemasan adalah kegiatan merancang dan memproduksi wadah atau bungkus sebagai sebuah produk. Pengemasan adalah aktivitas merancang dan memproduksi kemasan atau pembungkus untuk produk. Biasanya fungsi utama dari kemasan adalah untuk menjaga produk, namun sekarang kemasan menjadi factor yang cukup penting sebagai alat pemasaran (Rangkuti, 2010:132).

Kemasan yang dirancang dengan baik dapat membangun kualitas merek dan mendorong penjualan. Kemasan adalah bagian pertama produk yang dihadapi pembeli dan mampu menarik atau menyingkirkan pembeli.

Pengemasan suatu produk biasanya dilakukan oleh produsen untuk dapat merebut minat konsumen terhadap pembelian barang. Produsen berusaha memberikan kesan yang baik pada kemasan produknya dan menciptakan model kemasan baru yang berbeda dengan produsen lain yang memproduksi produk-produk sejenis dalam pasar yang sama.

- **Packaging dalam Desain Grafis**

adalah dekorasi visual pada permukaan kemasan (Nilsson & Ostrom, 2005) dalam Cahyorini & Rusfian (2013), dan terdiri dari empat sub dimensi, yaitu: nama merek, warna, tipografi, dan gambar.

1. Nama Merek Asosiasi Pemasaran Amerika mendefinisikan merek (brand) sebagai nama, istilah, tanda, simbol, atau rancangan, atau kombinasi dari semuanya, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasikannya dari barang atau jasa dari satu penjual/kelompok penjual dan mendeferensiasikan dari para pesaing (Kotler & Keller, 2012).
2. Warna Literatur pemasaran mengungkapkan bahwa warna kemasan memiliki kemampuan untuk membangkitkan perasaan, perilaku emosi pada konsumen yang berbeda (Mustikiwa & Marumbwa, 2013). Warna memiliki potensi untuk menciptakan kesan yang mendalam dan tahan lama serta citra produk atau merek. Dalam kemasan produk, pemasar menggunakan warna untuk menarik perhatian konsumen yang dapat menciptakan perasaan positif atau negatif tentang produk/brand tertentu. Asadhollahi & Givee (2007) dalam Mustikiwa & Marumbwa, (2013) berpendapat bahwa warna kemasan mengkomunikasikan, menggambarkan, dan menampilkan fitur-fitur yang menyolok mata serta atribut intangibel dari sebuah merek. Hal ini dengan demikian berarti bahwa warna membawa pesan khusus mengenai merek yang pada akhirnya menciptakan proposisi penjualan yang unik (unique selling proposition).
3. Tipografi "Typography" (Tipografi) merupakan suatu ilmu dalam memilih dan menata huruf dengan pengaturan penyebarannya pada

ruang-ruang yang tersedia, untuk menciptakan kesan tertentu, sehingga dapat menolong pembaca untuk mendapatkan kenyamanan membaca semaksimal mungkin. Tipografi dapat juga dikatakan “visual language”

4. Gambar Gambar (image) menurut Klimchuck & Krasovec (2007) dalam Cahyorini & Rusfian, (2013) termasuk foto, ilustrasi, simbol/icon, dan karakter. Secara khusus gambar berfungsi pula untuk menarik perhatian, memperjelas sajian ide, mengilustrasikan/menghiasi fakta yang mungkin cepat akan dilupakan atau diabaikan tidak digambarkan.

- **Struktur Desain Struktur desain**

Berkaitan dengan fitur-fitur fisik kemasan, dan terdiri dari 3 sub-dimensi: bentuk, ukuran, dan material.

- 1.) Bentuk Bentuk mempengaruhi proteksi dan fungsi keamanan dalam menyentuh, menuangkan, dan menyimpan (Smith, 1993) dalam (Cahyorini & Rusfian, 2013). Sedangkan menurut Nilsson & Ostrom (2005) dalam Cahyorini & Rusfian (2013) menyatakan bahwa bentuk yang lebih sederhana lebih menarik dari pada yang biasanya, dan persegi panjang lebih banyak disukai dari pada kotak.
- 2.) Ukuran Ukuran adalah measurement yaitu cara menilai jumlah objek, waktu, atau situasi sesuai dengan aturan tertentu.
- 3.) Material Sejarah penggunaan bahan kemasan sudah berlangsung dengan sangat lama. Bahan kemasan pada mulanya menggunakan daun, kulit hewan, produk pecah belah, dan tas. Bahan kemasan mempengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas produk (Smith, 1993).

Sedangkan **menurut Shimp** (2000) menyatakan bahwa bahan kemasan dapat membangkitkan emosi dan perasaan tertentu, biasanya tanpa orang tersebut menyadarinya.

Desain *packaging* yang digunakan oleh produk aksesoris kaos ini harus bisa memberikan kondisi aman untuk produk yang diproduksi secara eksklusif, serta memberikan kesan yang bernilai.

- **Informasi Produk**

Salah satu fungsi kemasan adalah untuk mengkomunikasikan produk melalui Informasi yang tertera. Informasi produk dapat membantu konsumen dalam mengambil keputusan pembelian dengan lebih hati-hati. (Silayoi & Speece, 2005).

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dikatakan bahwa kemasan memiliki peranan yang cukup penting bagi suatu produk. Selain berfungsi sebagai pelindung produk, kemasan juga secara tidak langsung menggambarkan jati diri produk itu sendiri. Dimensi-dimensi dari kemasan memiliki peran masing-masing untuk menghasilkan kemasan yang baik dan menarik, karena semakin menarik kemasan tersebut semakin menarik perhatian para konsumen. Pada perancangan ini, penulis akan memakai kemasan yang mempunyai fungsi lain selain untuk kemasan kaos, yaitu kemasan dalam bentuk tas kecil atau pouch serut. Selain dapat membantu mengurangi penggunaan sampah plastik, kemasan tersebut dapat digunakan secara terus menerus tanpa takut merusak lingkungan.

2.3.14 Brand Identity

Identitas merek atau *brand identity* adalah seperangkat asosiasi merek yang diciptakan oleh para penyusun strategi merek. Asosiasi-asosiasi ini mencerminkan kedudukan suatu merek dan merupakan suatu janji kepada pelanggan dari anggota organisasi. Identitas merek akan membantu kemantapan hubungan diantara merek dan peanggan melalui proposisi nilai yang melibatkan manfaat fungsional, manfaat emosional atau ekspresi diri¹³ (Kotler & Keller, 2006). *Brand identity* merupakan asosiasi merek yang unik yang menunjukkan janji kepada konsumen. Agar menjadi efektif, identitas merek perlu beresonansi dengan konsumen, membedakan merek dari pesaing, dan mewakili apa organisasi dapat dan akan lakukan dari waktu ke waktu (Aaker, 2008).

¹³ Kotler & Keller. 2006:261 6 David A. Aaker , Erich Joachimsthaler . 2009. Brand Leadership: Building Assets In an Information Economy. Publisher: Free Press. Hal. 43

Elemen brand adalah upaya visual bahkan kadangkala fisik yang bertindak mengidentifikasi dan mendefinisikan suatu produk atau jasa perusahaan. Elemen brand formal seperti nama, jenis logo, dan slogan bersatu untuk identitas visual suatu brand atau perusahaan (Kotler dan Pfoertsh, 2008). Beberapa elemen *brand identity* adalah sebagai berikut :

a. Nama merek

Nama merek adalah yang pertama dan mungkin ekspresi terbesar atau wajah dari 14 menjadi asset berharga, seperti halnya brand itu sendiri. Nama brand akan digunakan dalam segala bentuk komunikasi antar perusahaan dengan konsumen prospektifnya (Kotler dan Pfoertsch, 2008).

b. Logo

Logo adalah tampilan grafis dari nama merek atau perusahaan. Kekuatan simbol tidak boleh dianggap remeh “karena manusia cenderung menjadi lebih mudah menerima citra dan simbol dibanding yang lainnya, logo yang kuat dapat memberi kohesi dan membangun kesadaran identitas brand, memudahkan pengenalan dan ingatan kembali” (Kotler dan Pfoertsch, 2008).

c. Slogan (*Tagline*)

Slogan brand adalah kalimat yang mudah dikenal dan diingat yang seringkali menyertai nama brand dalam program komunikasi pemasaran. Tujuan utama slogan adalah mendukung citra merek yang diproyeksikan oleh nama dan logo merek (Kotler dan Pfoertsch, 2008).

d. Kisah Merek

Kisah dapat menjadi lebih penting dalam kehidupan perusahaan. Sebagai suatu konsep, kisah bahkan memenangkan tempat berpijak yang penting dalam perdebatan tentang cara brand masa depan akan dibentuk. Jika Anda ingin brand tersebut menjadi benar-benar special, anda perlu memiliki kisah tentang bagaimana perusahaan dimulai (Kotler dan Pfoertsch, 2008).

Lebih lanjut, Reid (2006) mengemukakan beberapa langkah dalam membentuk *brand identity*, yaitu sebagai berikut :

1. Membuat rancangan bisnis, visi dan misi, dan beberapa hal yang menunjukkan bahwa merek tersebut berbeda dengan lainnya.
2. Melakukan survey atau wawancara kepada masyarakat mengenai persepsi mereka terhadap merek..
3. Melakukan penelitian terhadap merek pesaing yang memiliki kemiripan.
4. Membuat logo, tagline, dan hal-hal lainnya yang mendukung dalam pembentukan *brand identity*.
5. Melakukan survey secara berkala mengenai persepsi masyarakat terhadap merek tersebut.

2.3.15 Visual Identity

Identitas visual (*visual identity*) merupakan gambaran produk/perusahaan sesama lainnya. Identitas digunakan untuk mengenali dan juga membedakan sesuatu dengan yang lain. Identitas yang ditampilkan secara konsisten akan memberi gambaran pada publik bahwa entitas (barang/jasa, organisasi/perusahaan, tempat/daerah, dan sebagainya) tersebut konsekuen dan professional. Dari situlah diharapkan dapat meningkatkan *brand awareness* dan *brand image* di benak masyarakat (Suriyanto Rustan, 2009:54). Sedangkan definisi kata visual menurut Kus Besar Bahasa Indonesia adalah dapat dilihat dengan indra penglihatan (mata); berdasarkan penglihatan; bentuk. Jadi identitas visual adalah system komunikasi visual yang membentuk entitas/kepribadian dari perusahaan lembaga maupun produk.

Elemen-elemen yang masuk termasuk identitas visual antara lain :

1. Nama

Nama pada identitas perusahaan ataupun produk menjadi atribut identitas yang membentuk *brand image* awal di benak publik. Semua atribut identitas lainnya seperti logo, tipografi, warna, gambar, dan lain-lain dibentuk dengan berpijak pada nama. Jenis-jenis nama dapat dibuat menggunakan nama dari founder, bersifat deskriptif yaitu menggambarkan bidang usaha/jasa, bersifat metafora yang diambil dari benda/tempat/orang/bahasa asing yang dianggap mewakili kualitas

perusahaan, ataupun kombinasi dari beberapa poin di atas. (Surianto Rustan, 2009:60)

2. Logo

Logo adalah elemen gambar/symbol pada identitas visual. Logo berasal dari bahasa Yunani “Logos” yang berarti kata, pikirkan, pembicaraan, akal budi. Fungsi dari logo antara lain :

- a. Sebagai identitas diri, sebagai pembeda identitas kita dengan orang lain.
- b. Tanda jaminan kualitas
- c. Mencegah peniruan/pembajakan (Surianto Rustan, 2009:12-13).

Suatu logo yang ideal, secara keseluruhan merupakan suatu instrument rasa harga diri dan nilai-nilai yang mampu mewujudkan citra positif. Logo merupakan atribut paling utama yang terlihat secara fisik. Melalui logo, dapat terlihat atribut non fisik lainnya dari sebuah entitas, seperti visi dan misi, corporate value, dan sebagainya. Menurut David E. Carter (Adi Kusrianto, 2007) pertimbangan-pertimbangan tentang logo yang baik itu harus mencakup beberapa hal berikut :

- a) Original & distinctive, atau memiliki nilai kekhasan, keunikan, dan daya pembeda yang jelas.
- b) Legible, atau memiliki tingkat keterbacaan yang cukup tinggi meskipun diaplikasikan dalam berbagai ukuran dan media yang berbeda-beda.
- c) Simple atau sederhana, dengan pengertian mudah ditangkap dan dimengerti dalam waktu yang relative singkat.
- d) Memorable, atau cukup mudah untuk diingat, karena keunikannya, bahkan dalam kurun waktu yang lama.
- e) *Easily associated with the company*, dimana logo yang baik akan mudah dihubungkan atau diasosiasikan dengan jenis usaha dan citra suatu perusahaan atau organisasi.
- f) *Easily adaptable for all graphic media*. Disini factor kemudahan mengaplikasikan (memasang) logo baik yang

menyangkut bentuk fisik, warna maupun konfigurasi logo pada berbagai media grafis perlu diperhitungkan pada proses pencanangan. Hal itu untuk menghindari kesulitan-kesulitan dalam penerapannya.

Berikut adalah jenis-jenis logo menurut Wheeler (Ramanda, 2011), antara lain :

- a. Logo berupa tulisan (*letter marks*)
Logo ini terdiri atas tulisan atau singkatan yang berdiri sendiri dari produk atau lembaga dan dirancang.
- b. Logo berupa huruf (*letter form*)
Logo ini terdiri dari satu huruf atau lebih yang berkarakter dan memiliki peran sebagai pengingat nama perusahaan.
- c. Logo berupa emblem (*emblems*)
Logo ini digunakan jika sebuah nama perusahaan sudah tidak dapat dipresentasikan oleh elemen visual yang sederhana.
- d. Logo berupa elemen visual (*pictorial marks*)
Logo yang berupa sebuah elemen visual yang dapat dipahami secara harfiah tanpa membutuhkan waktu lama untuk memahaminya dan telah disederhanakan serta disesuaikan dengan keadaan.
- e. Logo berupa simbol abstrak (*abstract/symbol marks*)
Logo ini terdiri atas simbol yang menghantarkan sebuah ide menarik dari perusahaan dan sering kali digunakan untuk membubuhkan sebuah strategi ambiguitas.

2.3.16 Logo sebagai Identitas Visual Brand Kaos

Pada perancangan ini logo dibuat sebagai media visual untuk mengenalkan identitas Kediri kepada target audiens melalui brand kaos souvenir tematik yang bertemakan Jangka Jayabaya. Logo tersebut berfungsi sebagai pencitraan sehingga apa yang menjadi keunikan dari produk tercemin pada logo. Umumnya pemakaian logo untuk *clothing*

brand di Indonesia berjenis *picture marks* dan *letter marks* yang menunjukkan ciri khas dari brand tersebut.



Gambar 2. 10 Beberapa logo brand souvenir di Indonesia

Berdasarkan dari uraian diatas, pada perancangan ini penulis menggunakan *letter mark* logo dimana nama dari brand kaos dapat terbaca dengan jelas oleh target audiens

2.4 Definisi T-shirt/kaos oblong

Kaos oblong atau disebut juga sebagai *T-shirt* adalah jenis pakaian yang menutupi sebagian lengan, seluruh dada, bahu, dan perut. Kaus oblong biasanya tidak memiliki kancing, kerah, ataupun saku. Pada umumnya, kaus oblong berleher pendek (melewati bahu hingga sepanjang siku) dan berleher bundar. Bahan yang umum digunakan untuk membuat kaus oblong adalah katun atau poliester (atau gabungan keduanya). Mode kaus oblong meliputi mode untuk wanita dan pria, dan dapat dipakai semua golongan usia, termasuk bayi, remaja, ataupun orang dewasa. Kaus oblong pada mulanya digunakan sebagai pakaian dalam. Sekarang kaus oblong tidak lagi hanya digunakan sebagai pakaian dalam tetapi juga sebagai pakaian sehari-hari.

Berikut merupakan jenis-jenis kaos yang ada dipasaran :

NO.	NAMA KAOS	KETERANGAN
1.	T-shirt O-Neck	Kaos dengan lubang leher O-Neck memang jenis kaos yang standar. Disebut O-Neck karena

		bentuk lubang lehernya yang menyerupai huruf “O”. Jenis Tshirt O-Neck beragam, ada yang polos dan ada juga ringer tee yang memiliki list warna pada lengan dan leher kaos.
2.	T-shirt V-Neck 	Kaos jenis ini disebut kaos V-Neck karena Lubang lehernya menyerupai huruf “V”. Bentuk V ini terbentuk dari dua garis ribs yang bertemu di sekitar dada atas. Sudut pertemuan kedua ujung ribs itu bervariasi tergantung selera designer yang tentunya mengikuti permintaan pasar.
3.	T-shirt U-Neck 	Lubang leher kaos U-Neck bisa dikatakan perpaduan antara O-Neck dan VNeck.
4.	T-shirt Y-Neck 	Kaos dengan lubang leher kaos Y-Neck mirip dengan kaos V-Neck, namun ditambah belahan ke bawah sampai dada dengan dilengkapi kancing seperti pada kaos kerah/wangky (polo shirt). Jumlah kancingnya bisa disesuaikan selera yang diinginkan.
5.	T-shirt Turtle Neck	Kaos leher kura-kura. Kaos jenis ini diberi nama kura-kura karena memang lubang lehernya yang

		panjang menyerupai leher kura-kura. Pada dasarnya kaos turtleneck sama dengan kaos O-Neck, yang membedakan diantara keduanya adalah panjang dari ribs (bahan pinggiran lubang leher). Kaos turtleneck mempunyai ribs yang lebih panjang.
6.	Kaos Reglan O-Neck 	Kaos reglan memiliki pola yang berbeda dengan pola kaos konvensional (oblong) terutama pada sambungan tangan. Jika kaos konvensional sambungan tangannya tegak lurus/diagonal dari ketiak langsung ke pundak luar, maka jenis kaos reglan memiliki sambungan miring dari ketiak langsung ke lubang leher sehingga memiliki pola tangan yang lebih besar dari kaos konvensional.
7.	Kaos Reglan V-Neck 	Kaos jenis reglan ini mempunyai lubang leher menyerupai hiruf "V". Bentuk V ini terbentuk dari dua garis ribs yang bertemu di sekitar dada atas.
8.	Kaos Kerah (Polo)	Kaos kerah/Wangky (<i>Polo shirt</i>) adalah kaos yang memiliki kerah dibagian lubang lehernya. Kaos jenis ini biasa menggunakan kain jenis lacoste namun tetap bisa

		<p>menggunakan jenis bahan kaos yang lain.</p>
--	---	--

Tabel 2. 1 Jenis-Jenis Kaos (sumber:kaosmurahbandung.com)

Berdasarkan uraian diatas, penulis menggunakan jenis kaos O-Neck yang dimana model kaos ini mudah ditemui dipasaran serta model tersebut cukup familiar bagi target audiens.

2.4.1 Material T-shirts

Material kaos yang dipakai dalam perancangan ini adalah :

<p>KATUN (COMBED 20S, 24S, 30S)</p> 	<p>Bahan katun combed dibuat dari 100% serat kapas murni. Bahan combed memiliki karakteristik yang halus, nyaman, dingin dan menyerap keringat ketika dikenakan. Tentunya hal ini membuat katun combed sangat cocok digunakan pada negara dengan iklim tropis seperti Indonesia. Kain combed memiliki serat benang yang halus sehingga ketika dijadikan pakaian akan tampak lebih rata dan rapih.</p>
--	---

2.4.2 Teknik Produksi

A. Teknik Cetak DTG (Direct to Garment)

Teknik cetak DTG merupakan tekhnologi sablon kaos modern yang memanfaatkan printer inkjet dengan tinta khusus tekstil sehingga menghasilkan sablon berkualitas tinggi. Sistemnya kurang lebih sama seperti mencetak di atas

kertas, hanya saja ini media cetaknya adalah kain/kaos. Hasil cetak DTG tajam dan awet jadi tidak ada masalah meski dicuci dan di setrika berulang kali. Kelebihan lain dari teknik cetak DTG adalah bisa mencetak banyak warna sekaligus dalam satu desain. Produk yang biasa di-print menggunakan DTG adalah kaos, celemek, handuk, sarung bantal, dan sebagainya. Cara print DTG di kaos hitam berbeda, agar warna bisa muncul dengan jelas, printing pada kain berwarna hitam atau gelap memerlukan dasar (under-base) warna putih terlebih dahulu.

- Kelebihan dari Teknik Cetak DTG
 1. Sablon DTG bisa untuk semua warna tanpa ada batasan warna
 2. Tidak perlu membuat film warna seperti sablon manual
 3. Pengoperasiannya lebih sederhana, yaitu menggunakan computer
 4. Hasil cetak tajam dan warna yang merata serta mempunyai resolusi yang tinggi apabila dibandingkan dengan sablon manual.
 5. Hasil cetak sablon DTG halus dan dapat meresap pada bahan kaos sehingga tetap awet meskipun sudah dicuci berkali-kali.
 6. Hemat biaya dan waktu

Halaman ini sengaja dikosongkan

BAB III

METODOLOGI DESAIN

Penulis menggunakan dua tahap dalam melakukan penelitian pada proyek perancangan ini. Pada tahapan yang pertama ialah tahap penelitian kualitatif, selain itu penulis juga meneliti menggunakan teknik observasi dan pengumpulan data skunder dari data-data yang sudah ada. Data kualitatif penulis didapatkan dari hasil *depth interview* kepada ahli Ilustrasi, ahli budaya, serta ahli kaos yang mendukung dalam proses pembuatan produk souvenir kaos ini.

Metode Perancangan tahap kedua yakni dengan cara *experimental search* dengan menggunakan metode brainstorming. Penggunaan metode brainstorming dalam penelitian ini bertujuan agar dapat menguraikan dan menghubungkan berbagai data untuk menghasilkan ide baru yang dapat digunakan sebagai keputusan desain dan strategi yang dibutuhkan dalam proyek.

3.1 Metode Penelitian

3.1.1 Sumber dan Jenis Data

3.1.1.1 Jenis Data

1. Data Kualitatif

Data kualitatif adalah data yang disajikan dalam bentuk kata verbal bukan dalam bentuk angka. Yang termasuk data kualitatif dalam penelitian ini yaitu gambaran umum obyek penelitian, meliputi hasil dari wawancara, diskusi, atau pengamatan.

2. Data Kuantitatif

Data kuantitatif adalah jenis data yang dapat diukur atau dihitung secara langsung, yang berupa informasi atau penjelasan yang dinyatakan dengan bilangan atau berbentuk angka.

3.1.1.2 Sumber Data

1. Data Primer

Data Primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di lapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang memerlukannya. Dalam merancangan ini, data primer diperoleh dari wawancara dengan narasumber terkait, studi eksperimental, dan kuesioner.

2. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan penulis dari sumber-sumber yang telah ada. Data ini digunakan untuk mendukung informasi primer yang telah diperoleh yaitu dari :

- a. Literatur teori tentang pariwisata, souvenir/*merchandising*, *t-shirts*, teknik cetak, *brand signature*, dan *folklore*
- b. Data dari Penelitian terdahulu yang berhubungan.
- c. Data eksisting
- d. Situs di internet yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan

3.1.2 Lokasi Penelitian

Penelitian akan dilaksanakan di Kediri, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kediri untuk mengetahui tingkat kunjungan wisatawan baik domestik maupun dari luar negeri dan souvenir apa yang paling banyak diminati. Penelitian juga di lakukan pada tempat-tempat yang menjadi peninggalan kerajaan Kediri pada masa pemerintahan Sri Aji Jayabaya serta beberapa tempat bangunan bersejarah lainnya.

3.1.3 Teknik Pengumpulan Data

A. *Depth Interview*

Pertama penulis melakukan tahapan penelitian melalui metode pengumpulan data kualitatif, dengan tujuan untuk mendapatkan pengetahuan mengenai gaya gambar ilustrasi yang sesuai untuk menggambarkan isi dari Jangka Jayabaya, media berupa kaos serta media pendukung berupa totebag, stiker, dan pin. Kemudian tentang karakter dalam penggambaran yang digambarkan oleh Jayabaya pada Jangka Jayabaya seperti apa, serta data-data lain yang tidak mampu didapatkan selain melalui *depth interview* secara langsung terhadap Perancangan Ilustrasi untuk Souvenir T-shirt Kediri ini.

Depth interview yang dilakukan adalah dengan mewawancarai secara mendalam terhadap beberapa Pakar Ahli Budaya dan pakar ahli Ilustrasi.

Data yang digunakan untuk mengetahui tentang :

- a) Desain ilustrasi mana yang layak untuk diproduksi.

- b) Desain ilustrasi mana yang dapat direvisi, di kembangkan dan di eksplorasi.
- c) Penilaian terhadap hasil desain ilustrasi awal hingga final desain.
- d) Mengetahui langsung cara pembuatan produk.
- e) Mengetahui hal-hal apa saja yang harus diperhatikan sesuai dengan pengalaman ahli.
- f) Lama pembuatan hingga kesulitan yang mungkin terjadi saat proses pembuatan.

Penulis juga melakukan penelitain dan wawancara kepada beberapa sumber yang juga berpengalaman dan ahli dalam hal merchandising. Untuk mengetahui tentang minat pasar terhadap trend fashion kaos yang akan dibuat .Data yang digunakan adalah untuk mengetahui tentang:

- a. SWOT konsep lebih detail
- b. Minat pasar terhadap konsep desain
- c. Standarisasi kaos yang layak untuk dipasarkan
- d. Menambah referensi baru sesuai dengan keadaan pasar yang sebenarnya

B. Observasi

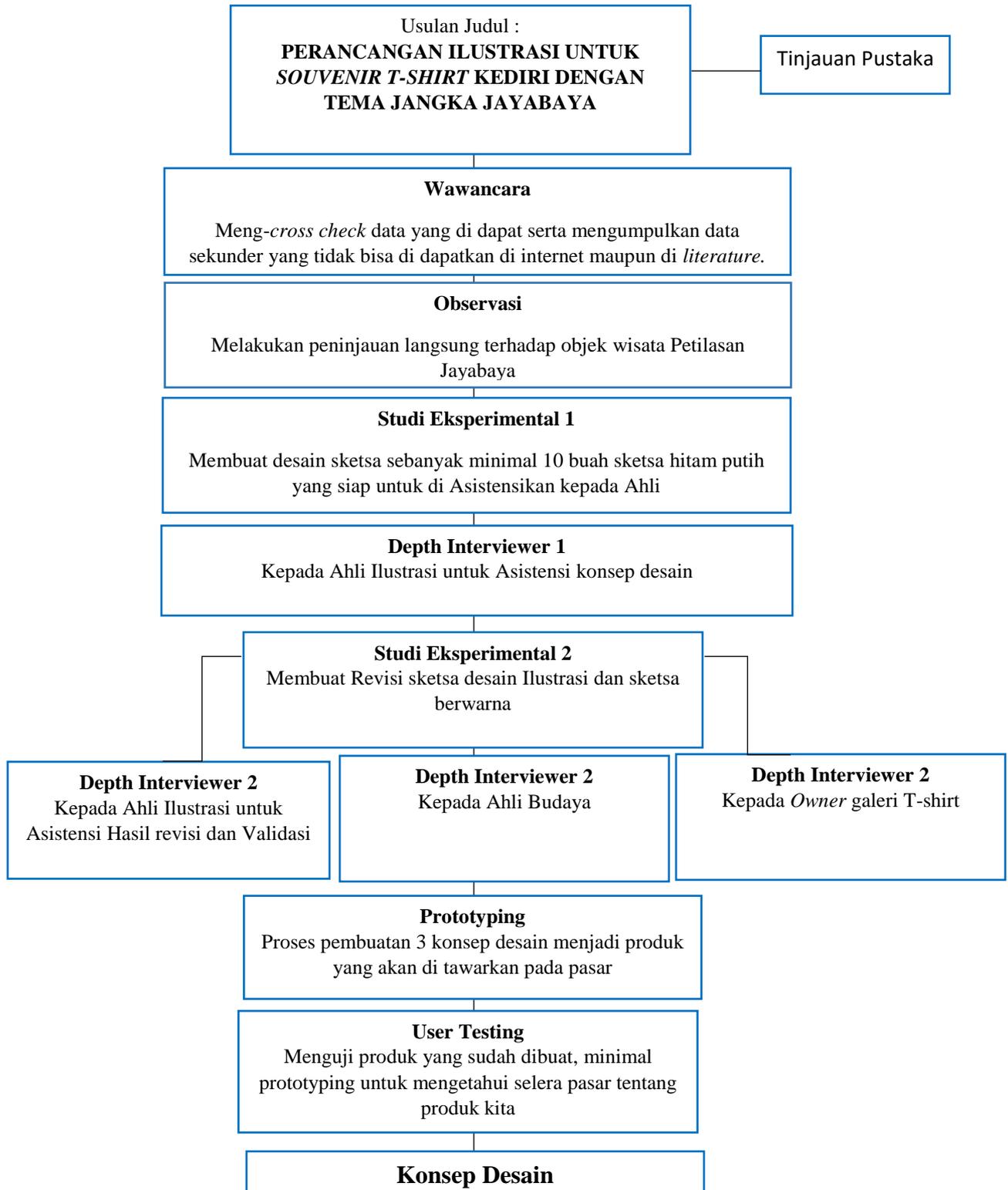
Observasi akan dilakukan di Tempat Wisata daerah Petilasan Jayabaya yang terletak di Kabupaten Kediri, observasi ini untuk melihat langsung seperti apa corak peninggalan Jayabaya. Selain pengamatan kepada objek utama yaitu area petilasan, penulis juga mengamati pengunjung yang merupakan target segmen untuk penjualan aksesoris kaos bertemakan Jangka Jayabaya.

C. Penggalian Literatur

Teknik penggalian literatur dilakukan dengan cara pencarian kata kunci literasi pada berbagai sumber pustaka seperti perpustakaan dan mesin pencarian google nuntuk mendapatkan beberapa literatur berupa buku dan artikel mengenai pembahasan tersebut.

3.2 Alur Riset

Berikut adalah diagram alur penelitian yang akan dijadikan acuan dalam pelaksanaan penelitian untuk perancangan ilustrasi pada souvenir kaos.



Bagan 3. 1 Alur Riset (sumber: Dewi, 2019)

3.3 Rancangan penelitian

- **Wawancara**

Wawancara ini dilakukan untuk meng-*cross check* apakah data yang di dapat dari literatur sudah sesuai dengan pakemnya serta mendapatkan data tentang minat wisatawan yang datang ke Kediri terhadap souvenir kaos. Wawancara ini dilakukan terhadap Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kediri, dalang Wayang Krucil Kediri, serta Dosen Budaya.

Dalam melakukan wawancara tersebut, hal yang perlu dipersiapkan:

1. Handphone untuk mendokumentasi baik foto. video dan suara
2. Buku dan pensil untuk mencatat

No.	Protokol Wawancara :
1.	Mendapatkan gambaran umum mengenai Prabu Jayabaya beserta Jangka Jayabaya
2.	Mendapatkan data wisatawan dari Dinas terkait
3.	Mengetahui perbedaan Jangka Jayabaya versi kitab Musarar dan versi Sabdo palon

Pertanyaan Wawancara terhadap Disparbud Kab. Kediri :

No.	Pertanyaan
1.	Bagaimana pendapat anda mengenai pariwisata sejarah di Kabupaten Kediri, khususnya tentang Prabu Sri Aji Jayabaya ?
2.	Apa saja nilai-nilai yang diwariskan oleh Prabu Sri Aji Jayabaya dalam budaya masyarakat Kediri ?
3.	Apakah barang peninggalan pada masa Prabu Sri Aji Jayabaya masih ada ?, baik berupa prasasti atau kitab ?
4.	Berapakah jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Kediri dalam kurun waktu 5 tahun terakhir ?

5	Apakah sudah tersedia souvenir yang merepresentasikan Kabupaten Kediri khususnya souvenir kaos ?
6.	Apakah banyak wisatawan yang mengunjungi tempat wisata yang masih berkaitan dengan sejarah Prabu Sri Aji Jayabaya ?

Pertanyaan Wawancara terhadap Dalang Wayang Krucil :

No.	Pertanyaan
1	Bagaimana sejarah mengenai Sri Aji Jayabaya ?
2	Apa perbedaan dari Jangka Sri Aji Jayabaya versi Sabdo Palon dengan versi Kitab Musarar ?

Pertanyaan ini akan dilakukan hingga mendapatkan gambaran konsep desain. Diharapkan dari wawancara tersebut mampu menghasilkan konsep desain yang sesuai dengan isi Jangka Jayabaya.

- **Studi Eksperimental 1**

Membuat konsep desain berdasarkan hasil penelitian kurang lebih 10 sketsa dengan 5 desain untuk prototyping.

Dalam pembuatan konsep desain ini ,penulis mengumpulkan data berupa gambar dan informasi mengenai Jangka Jayabaya ,terlebih lagi Jangka Jayabaya yang isinya relevan dengan zaman sekarang dan belum banyak orang yang mengetahuinya ,setelah terkumpul maka dipilih 5 isi dari Jangka Jayabaya dan mulai dibuatlah desain sketsa dengan beberapa konsep desain untuk masing-masing jangkanya.

Beberapa konsep desain yang di kembangkan adalah ilustrasi karakter pada isi jangkanya Jayabaya dengan beberapa frame berbentuk lingkaran dan kotak.

Sketsa dibuat dalam bentuk manual lalu dibuat secara digital untuk mempermudah dalam proses memberi warna, sketsa di cetak dalam lembar A4 yang berisi beberapa alternative sketsa dengan ukuran sketsa masing-masing 1:1 dengan aslinya

Dari konsep desain yang telah rancang, diharapkan menghasilkan minimal 5 desain alternatif

- **Depth Interview 1**

Dalam *Depth interview* 1 hasil dari Studi Eksperimental 1 di tunjukkan kepada Ahli Ilustrasi sebagai proses Asistensi.

Hal yang disiapkan adalah:

1. Alternatif gambar dan Prototyping
2. Handphone untuk mendokumentasi baik foto, video dan suara
3. Buku dan pensil untuk mencatat

Protokol *Depthinterviewer* 1

No.	Protokol
1.	Asistensi Gambar (memberikan penilaian dan pemilihan konsep desain yang memiliki potensi untuk dikembangkan /direvisi)
2.	Meminta masukan berupa kritik, saran, komentar dan revisi dari hasil desain
3.	Meminta dokumentasi baik foto maupun bukti koreksi

Pertanyaan *Depth Interview* 1 :

No.	Pertanyaan
1	Bagaimana Konsep Desain No.1?(secara ide,bentuk, komposisi ornamen, warna, estetika,proporsi,skala,gaya gambar)
2	Adakah masukan atau Revisi untuk desain ini ?
3	Apakah Desain ini memiliki potensi untuk dikembangkan ? seperti apa ?

Pertanyaan ini akan dilakukan hingga konsep desain terakhir. Diharapkan dari setiap konsep desain dapat teraplikasi baik untuk jangka Jayabaya yang terpilih, mendapatkan 3 konsep prototipe yang bisa dikembangkan melalui revisi dan mendapat apresiasi.

- **Studi Eksperimental 2**

Membuat perbaikan atau revisi dari hasil Studi eksperimental 1 yang sudah ditentukan untuk konsep desain dan pengembangannya. Konsep desain akan diterapkan pada masing-masing isi jangka Jayabaya tersebut.

Proses langsung dikerjakan secara digital ,namun tidak menutup kemungkinan untuk adanya sketsa manual. Hasil akan di print kedalam bentuk A4 dengan masing-masing per lembar berupa 1 konsep desain berisi 5 jenis isi jangka terpilih.

3 konsep terpilih untuk prototipe akan dibuat gambar teknik untuk pengerjaan lebih lanjut dan kebutuhan asistensi dengan tujuan untuk mengetahui apakah gambar teknik ini cukup mewakili untuk pembuatan produk dalam jumlah sedikit hingga masal.

Diharapkan dari Studi Eksperimental 2 ditemukan desain alternatif terbaik untuk proses produksi dengan minimal sedikit revisi dan gambar teknik dari 3 konsep desain yang akan dijadikan prototipe

- **Depthinterview 2**

1. Ahli Ilustrasi

Mengasistensikan kembali hasil dari Studi Eksperimental 2 yaitu hasil revisi untuk memperoleh hasil yang lebih valid dan terbaik dari proses perbaikan desain. Proses asistensi ini ditujukan kepada ahli desain aksesoris yang pernah di interview sebelumnya :

Hal yang disiapkan adalah:

1. Alternatif gambar dan Prototyping
2. Handphone untuk mendokumentasi baik foto. video dan suara
3. Buku dan pensil untuk mencatat

Hasil Revisi akan di berikan kebalik kepada Ahli yang sama untuk mendapatkan validasi desain.

Protokol *Depth Interview 2* :

No.	Protokol
1.	Asistensi hasil Revisi (memberikan penilaian dan pemilihan konsep desain yang memiliki potensi untuk dikembangkan /direvisi akhir)

2.	Meminta masukan berupa kritik, saran, komentar dan revisi akhir dari hasil desain
3.	Meminta Dokumentasi berupa foto bersama dan bukti koreksi

Pertanyaan *Depth Interview 2* :

No.	Pertanyaan
1	Bagaimana revisi Konsep Desain No.1 ? (secara ide,bentuk, komposisi ornamen, warna, estetika,proporsi,skala,gaya gambar)
2	Adakah masukan atau Revisi akhir untuk desain ini ?
3	Apakah Desain sudah layak untuk realisasikan ?
4	Apakah gambar teknik untuk 3 desain prototipe terpilih sudah mampu mewakili produk untuk proses pembuatannya ?
5	Saran dan masukan

Pertanyaan ini akan dilakukan hingga konsep desain terakhir. Diharapkan dari setiap revisi memiliki desain yang jauh lebih baik dari sebelumnya dengan minimal revisi, mendapatkan 3 konsep gambar teknik yang benar dan mendapat apresiasi.

2. Ahli Budaya

Depthinterview 2 juga ditujukan kepada ahli budaya sebagai ahli dalam sejarah serta budaya terkait dengan tema.

Hal yang disiapkan adalah:

1. Alternatif gambar dan Prototiping
2. Handphone untuk mendokumentasi baik foto. video dan suara
3. Buku dan pensil untuk mencatat

Protokol :

- A. Menunjukkan hasil desain yang sudah direvisi termasuk desain gambar teknik untuk prototype.
- B. Meminta masukan berupa kritik, saran, komentar untuk revisi desain gambar teknik dan desain alternative lainnya
- C. Meminta Dokumentasi berupa foto bersama dan bukti koreksi

No.	Pertanyaan
1	Bagaimana Konsep Desain No.1 ? (secara ide,bentuk, komposisi ornamen, warna, estetika,proporsi,skala,gaya gambar)
2	Adakah masukan untuk desain ini ?
3	Apakah Desain sudah layak untuk realisasikan ?
4	Apakah gambar teknik untuk 3 desain prototipe terpilih sudah mampu mewakili produk untuk proses pembuatannya ?
5	Saran dan masukan

3. Ahli Kaos

Depthinterview 2 juga ditujukan kepada ahli kaos sebagai ahli dalam bidang perkaosan itu sendiri.

Hal yang disiapkan adalah:

1. Alternatif gambar dan Prototyping
2. Handphone untuk mendokumentasi baik foto. video dan suara
3. Buku dan pensil untuk mencatat

Protokol :

- A. Menunjukkan hasil desain yang sudah direvisi termasuk desain gambar teknik untuk prototype.
- B. Meminta masukan berupa kritik, saran, komentar untuk revisi desain gambar teknik dan desain alternative lainnya
- C. Meminta Dokumentasi berupa foto bersama dan bukti koreksi

No.	Pertanyaan
1.	Jenis bahan kaos seperti apa yang ideal dan paling diminati untuk dijadikan souvenir ?
2.	Bagaimana kriteria ilustrasi pada kaos souvenir yang diminati oleh konsumen / pasar?
3.	Bagaimana Konsep Desain No.1 ? (secara ide,bentuk, komposisi ornamen, warna, estetika,proporsi,skala,gaya gambar)
4.	Adakah masukan untuk desain ini ?
5.	Apakah Desain sudah layak untuk realisasikan ?
6.	Apakah gambar teknik untuk 3 desain prototipe terpilih sudah mampu mewakili produk untuk proses pembuatannya ?

7.	Saran dan masukan
----	-------------------

- **Prototyping**

Proses pembuatan prototype sebagai media untuk user testing produk kepada masyarakat , Proses ini dilakukan dengan teknik *screen printing* pada kaos agar pembuatannya tidak memakan banyak waktu. Disini penulis menggunakan material kain kaos catton combed 20s, yang dimana kebanyakan toko-toko penjual souvenir kaos menggunakan bahan ini untuk dijual. Karena bahannya yang tipis dan mudah menyerap keringat, sehingga cocok untuk daerah beriklim tropis seperti di Indonesia.

- **User Testing**

Membawa hasil prototipe kepada segmen atau masyarakat untuk merka memberikan penilaian terhadap produk .

Hal yang dipersiapkan adalah prototipe, form pertanyaan dan sketsa desain (jika dibutuhkan)

Protokol:

Pertanyaan merupakan data diri skala penilaian dan kolom masukan

Nama :

Umur :

P/L :

Status : (Pelajar/mahasiswa/kerja)

Desain No.1

1. Bentuk (skala 1-5 = Buruk - Bagus)
2. Warna (skala 1-5 = Buruk - Bagus)
3. Proporsi (skala 1-5 = Buruk - Bagus)
4. Skala (skala 1-5 = Buruk - Bagus)
5. Gaya gambar/visualisasi/illustrasi (skala 1-5 = Buruk - Bagus)
6. Komposisi (skala 1-5 = Buruk - Bagus)
7. Konten (skala 1-5 = Buruk - Bagus)
8. Apakah sudah menyampaikan pesan dan informasi (skala 1-5 = Buruk - Bagus)

9. Ketertarikan (skala 1-5 = Buruk - Bagus)

Saran :.....

Dibutuhkan 15-50 Responden, diharapkan kebutuhan akan responden ini terpenuhi, mendapatkan selera pasar yang pas dan menemukan metode pemasaran yang benar

- Final Desain
Merupakan hasil akhir dari riset berupa sketsa desain yang sudah tervalidasi untuk dijadikan produk dan dipasarkan

BAB IV

ANALISA DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 *Depth Interview*

1. Hasil wawancara yang dilakukan kepada Dinas Pariwisata Kabupaten Kediri, Ibu Lilik Sugiharti S,h. bagian pemasaran

Lokasi : Kantor Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kediri

Tanggal : 21 November 2018

Waktu : 15.30 – 16.30 WIB

Peralatan : Alat perekam suara

Ibu Lilik Sugiharti selaku Kasi Pemasaran Kabupaten Kediri mengatakan bahwa Kediri mempunyai berbagai macam daya tarik. Ada wisata alam, wisata buatan, budaya, dan kuliner. Wisata alam misalnya pegunungan dan air terjun. Wisata buatan misalnya waduk, taman rekreasi, wisata edukasi seperti kampung anggrek, kampung durian, kampung Inggris dan kampung indian. Sedangkan wisata budaya misalnya candi, peninggalan sejarah, kesenian dan upacara adat. Sasaran pariwisata Kediri meliputi wisatawan dalam negeri, baik dari wilayah Jawa Timur maupun wilayah luar Jawa Timur. Karakteristik wisatawan Kediri konsumtif seperti wisatawan pada umumnya. Mereka berwisata membawa uang untuk kuliner, membeli oleh-oleh dan souvenir. Namun mereka lebih tertarik untuk membeli oleh-oleh berupa makanan daripada souvenir kaos. Hal ini dikarenakan kualitas souvenir kaos oleh-oleh Kediri masih sangat kurang dan desain dikerjakan kebanyakan asal-asalan. Padahal sektor ekonomi kreatif ini mempunyai peluang besar untuk dikembangkan mengingat jumlah wisatawan Kediri tiap tahun mengalami peningkatan.

2. Hasil wawancara yang dilakukan kepada Dinas Pariwisata Kabupaten Kediri, Bapak Eko Priatno, S.s. bagian arkelog

Lokasi : Kantor Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kediri

Tanggal : 21 November 2018

Waktu : 15.30 – 16.30 WIB

Peralatan : Alat perekam suara

Bapak Eko Prianto selaku Kasi pengamat tradisi dan kebudayaan mengatakan bahwa bidang pariwisata di dunia ada banyak dan setiap negara di dunia pasti mempunyai pariwisata unggulan. Beliau mengatakan di Indonesia sendiri kalau ingin memajukan pariwisata alamnya pasti kalah dengan Swiss dan China karena wisata alam disana jauh lebih bagus, untuk wisata buatan kita pasti kalah dengan Hongkong, Singapore, Amerika yang Disney Land. Dilihat dari kompetitor yang ada, bidang kepariwisataan Indonesia mempunyai keunggulan lebih kuat pada sektor budayanya, apabila kebudayaan kita dijual kita tidak akan kehabisan karena kita mempunyai banyak sekali budaya. Atas dasar keragaman budaya itu yang mendasari kita untuk mengembangkan sektor pariwisata dibidang kebudayaan.

Selain itu souvenir itu sangat luas, bisa kaos, pin, gantungan kunci, bisa hiasan, dan sebagainya. Mungkin souvenir yang ada belum maksimal karena itu semua butuh proses, mungkin yang sudah ada seperti kaos, kaos kita sekarang sudah mulai menjual dengan ilustrasi berupa barong, caplokan, dan jaranan karena itu, mungkin orang-orang mulai tidak malu lagi memakai kaos dengan gambar tersebut karena itu mendakan bahwa budaya itu mulai diterima di kalangan masyarakat. Kalau dulu masyarakat tidak mau memakai kaos bergambarkan jaranan karena stigma masyarakat mengenai jaranan itu buruk. Untuk souvenir yang lain ada dalam bentuk wayang krucil, ganongan, dan itu banyak sekali.

Peninggalan pada masa Jayabaya sendiri dapat ditemui dalam kitab buatan Mpu Sedah dan Mpu Panuluh yakni Kitab Musasar, Kitab

Bharatayudha. Beliau mengatakan bahwa kitab-kitab tersebut sekarang berada di Belanda yang dimana kita tahu bahwa mereka menjajah kita selama beberapa abad sehingga barang-barang seperti kitab-kitab pada masa Jayabaya dibawa kesana. Selain itu ada prasasti Hantang yang di temukan di desa Ngantang, Malang. Sekarang posisi prasasti ini ada dimonumen nasional di Jakarta , dari sini kita tahu bahwa tokoh Sri Aji Jayabaya ini adalah tokoh nyata yang keberadannya bisa dipertanggung jawabkan secara keilmuan.

3. Hasil wawancara yang dilakukan kepada Pakar Budaya Wayang Krucil

Kediri, Bapak KRT. Harjito Mudho Darsono

Lokasi : Dusun Maron, Desa Senden, Kec. Kayen Kidul, Kab.

Kediri

Tanggal : 21 Januari 2019

Waktu : 15.00 – 17.00 WIB

Peralatan : Alat perekam suara

Bapak KRT. Harjito Mudho Darsono menyatakan bahwa, jika ingin membahas tentang asal usul Sri Aji Jayabaya beliau memberikan saran agar tidak membahas tentang Sri Aji Jayabaya, dikarenakan asal usul mengenai Jayabaya itu dirasa terlalu berat untuk dibahas oleh mahasiswa dan terlalu berat untuk dibahas dalam skripsi. Beliau memberikan saran jika tetap ingin mengambil tentang Jayabaya, lebih baik mengambil tentang Jangka Jayabaya karena menurut beliau Jangka Jayabaya lebih mudah untuk dibahas dalam perancangan ini. Beliau juga mengatakan bahwa orang Kediri saja tidak ada yang tau dimana letak pasti bekas Kerajaan Kediri, dan sesuai dengan nama Kediri sendiri yang mempunyai makna kembali kepada diri sendiri. Jadi apapun yang dilakukan itu semua kembali lagi kepada diri sendiri. Beliau menambahkan apabila untuk tahap melakukan skripsi atau tugas akhir lebih baik mengambil Jangka Jayabaya saja, karena bisa dikatakan pembahasannya tidak seberat membahas tentang sang Prabu Sri Aji Jayabaya.

Bapak Harjito memberikan penjabaran mengenai perbedaan Jangka Jayabaya versi yang tercetak dan versi Sabdo Palon. Beliau mengatakan perbedaan dari dua versi tersebut adalah versi Kitab Musarar itu terlihat seperti lebih menjunjung sang raja karena pada saat itu masyarakat Kediri sangat menghormati raja mereka, dan pada saat itu masyarakat Kediri di bagian pusat kerajaan belum banyak yang memeluk agama Islam. Dengan dibuatnya Jangka jayabaya yang dimana didalam Jangka tersebut seolah-olah menyanjung raja mereka, sehingga mereka mau untuk menerima dan memeluk agama Islam pada saat itu. Kalau menurut versi Sabdo Palon ini berisikan tentang kisah masuknya Islam dan penolakan yang dilakukan oleh Sabdo palon Naryo Genggong. Untuk pembahasan yang ini beliau tidak dapat menjelaskan lebih rinci lagi karena dikhawatirkan akan terjadi keributan besa apabila beliau menceritakan versi Sabdo palon ini.

4.1.2 Observasi

Observasi ini dilakukan dengan cara mengamati benda-benda dari peninggalan dari suatu kerajaan atau masa yang masih dapat ditemui saat ini. Observasi ini bertujuan untuk menemukan corak budaya pada masa kerajaan tersebut masih ada.

A. Petilasan Sri Aji Jayabaya



Gambar 4. 1 Foto bagian depan Petilasan

Pada gambar diatas adalah penampakan dari bagian depan petilasan Sri Aji Jayabaya, yang dimana tempat ini menjadi tempat moksa/lenyapnya sang Raja Kediri tersebut. Di dalam petilasan ini terdapat 3 bangunan utama, yakni bangunan loka moksa, loka busana, dan loka makuta. Masing-masing bangunan tersebut mempunyai makna, loka moksa adalah tempat dimana Jayabaya melepaskan kedudukannya sebagai titisan dari dewa wisnu. Loka

busana adalah tempat dimana Jayabaya menanggalkan seluruh pakaiannya sebelum melakukan moksa, dan yang terakhir adalah loka makuta dimana bangunan ini diyakini sebagai tempat Jayabaya melepaskan mahkotanya sebelum melakukan moksa.

Pada bangunan utama tempat ini berbentuk mata yang seolah-olah melihat sekitar yang dikelilingi oleh pagar yang terbuat dari semen. Ditempat ini sering dijadikan untuk wisata religi bagi orang-orang yang menginginkan sesuatu misalnya jodoh atau kesuksesan. Pada setiap malam Selasa Kliwon atau pada malam Jum'at Legi jumlah wisatawan yang datang ke tempat ini lebih ramai daripada hari biasanya dikarenakan pada setiap hari itu diadakan ritual rutin yang bertempat di petilasan tersebut.

B. Kaos dari Disparbud Kabupaten Kediri



Gambar 4. 2 Kaos Disparbud Kabupaten Kediri

Diatas adalah kaos yang dibuat oleh bagian Pemasaran dari Dinas Pariwisata dan Budaya kabupaten Kediri, kaos tersebut dijual di Simpang Lima Gumul. Pada gambar sebelah kanan adalah penggambaran Panji dalam rangka menyambut acara festival internasional Panji yang diselenggarakan oleh pemerintah Kabupaten Kediri mengambil tokoh Bujang Ganong yang hendak melamar Dewi Sekartaji, dan pada sebelah kiri merupakan penggambaran potensi wisata yang ada di Kabupaten Kediri. Untuk pembuatan desainnya sendiri tidak terpatok pada satu style gambar sehingga lebih bebas dalam membuat sebuah desain kaos yang dijual oleh pihak Dinas Pariwisata sendiri, selain tidak ada patokan untuk style gambar dalam hal pemilihan warna pun tidak ada acuan yang tetap untuk dijadikan patokan. Sehingga pemilihan warna dapat lebih beragam.

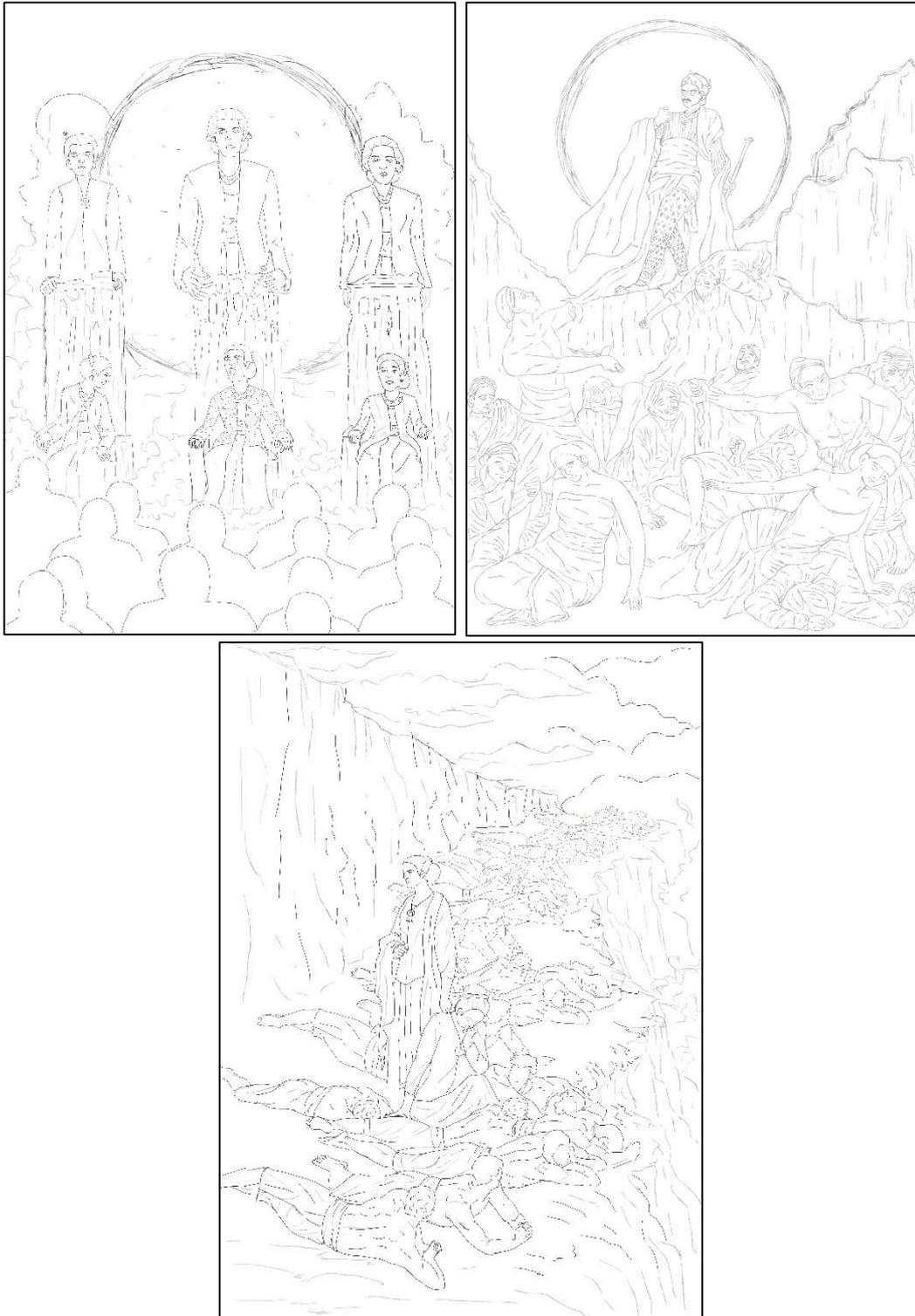
C. Wayang Karakter Jayabaya



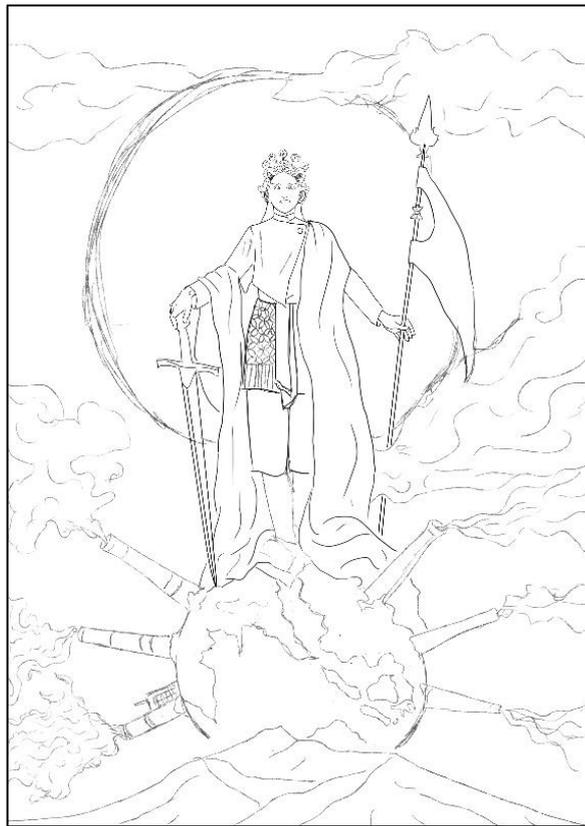
Gambar 4. 3 Wayang Krucil Jayabaya

Wayang Krucil adalah wayang khas Kediri yang dimana wayang tersebut terbuat dari kayu. Diatas adalah penokohan wayang untuk sosok Sri Aji Jayabaya, karena sosoknya yang dihormati oleh masyarakat Kediri maka dibuatlah wayang krucil tersebut. Untuk gambar visual Sri Aji Jayabaya sendiri tidak ada karena sosoknya yang tidak bisa digambarkan atau divisualisasikan.

4.1.3 Sketsa Studi Eksperimental I



Gambar 4. 4 Sketsa Studi Eksperimental I (sumber: Dewi, 2019)



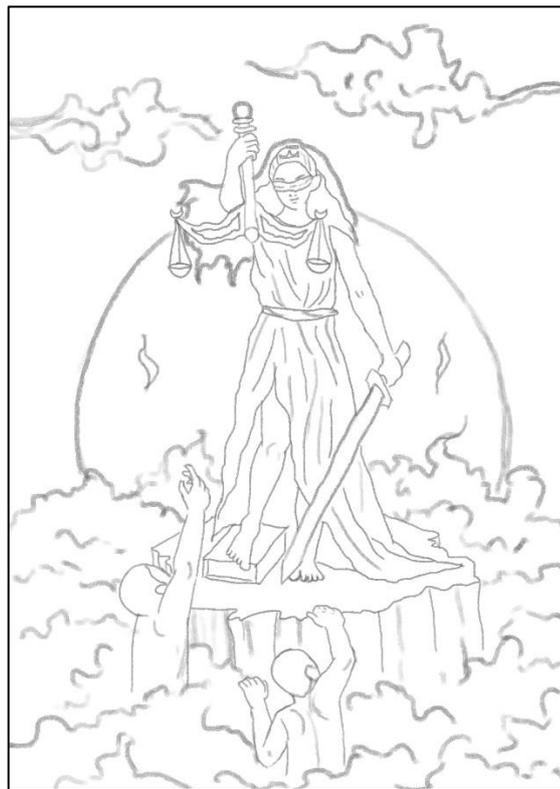
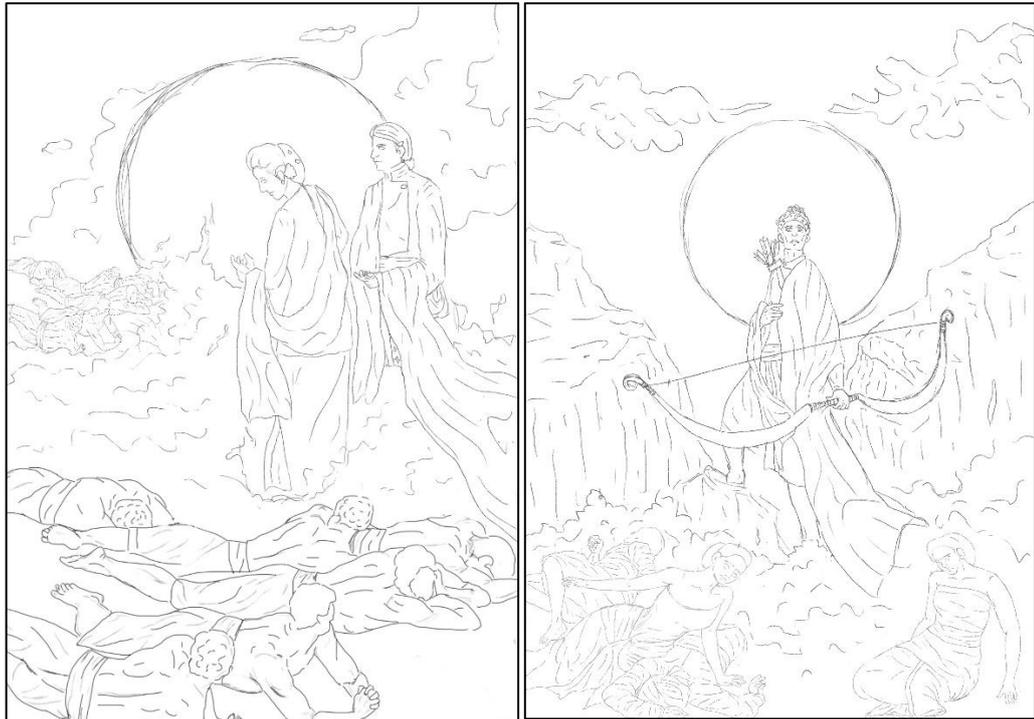
Gambar 4. 5 Sketsa Studi Eksperimental 1 (sumber: Dewi, 2019)



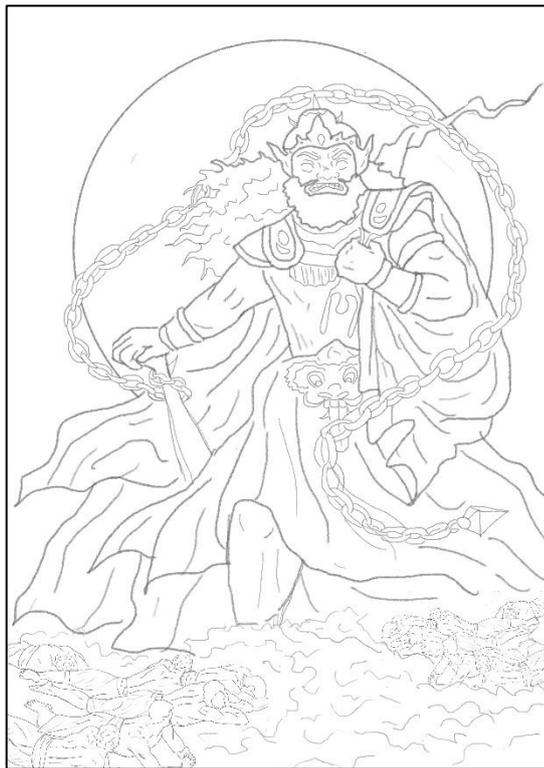
Gambar 4. 6 Sketsa Studi Eksperimental 1 (sumber: Dewi, 2019)



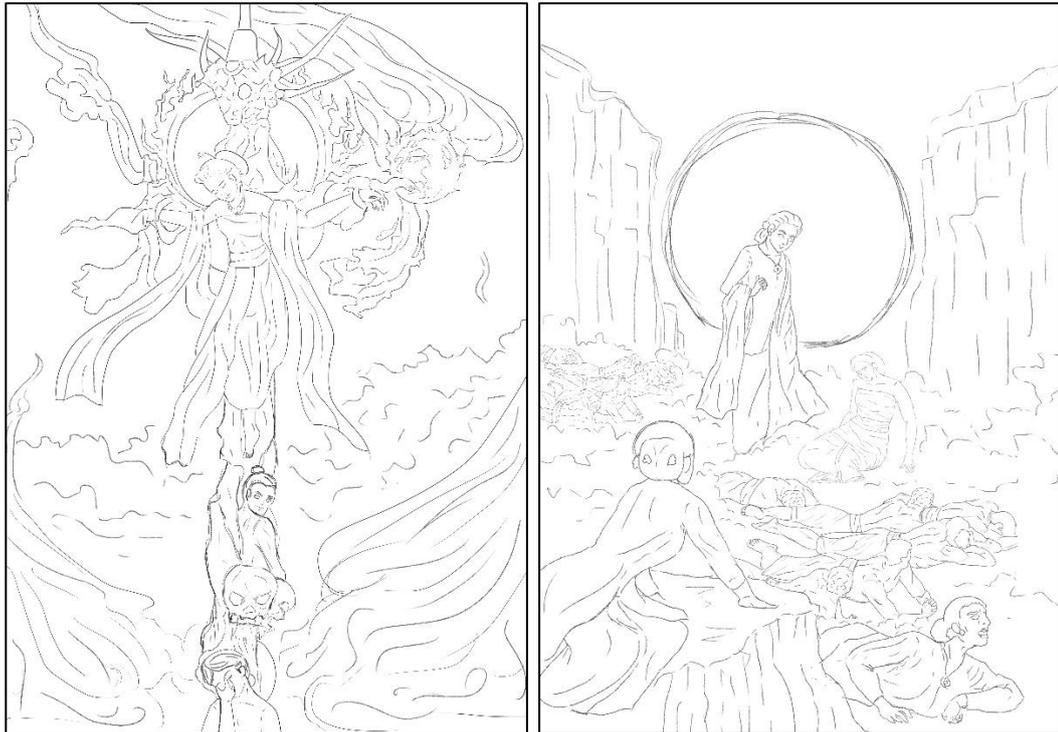
Gambar 4. 7 Sketsa Studi Eksperimental 1 (sumber: Dewi, 2019)



Gambar 4. 8 Sketsa Studi Eksperimental 1 (sumber: Dewi, 2019)



Gambar 4. 9 Sketsa Studi Eksperimental 1 (sumber: Dewi, 2019)



Gambar 4. 10 Sketsa Studi Eksperimental 1 (sumber: Dewi, 2019)

4.1.4 Studi Eksperimental I

Narasumber : Kak John G. Reinhart

Tempat : Universitas Petra Surabaya

Tanggal : 18 September 2019

Waktu : 15.00 – 17.15 WIB

Tujuan : Diskusi tentang sketsa hasil studi eksperimental pertama.

Pendapat mengenai kesesuaian dengan konsep yang telah ditentukan.

Output : saran dan informasi untuk hasil studi eksperimental. Catatan

Alat : Alat tulis

Berikut adalah beberapa poin penting dari wawancara pertama dengan John G. Reinhart, seorang ilustrator :

1. Gaya gambar yang dipilih sangat menarik, terlihat gaya gambar yang dipakai ada campuran dari gaya gambar Yoshitaka Amano dan Gustave

Dore. Dimana style dari kedua tokoh tersebut sangat erat kaitannya dengan ilustrasi yang imajinatif dan memberikan kesan *warning* atau peringatan.

2. Dapat ditambahkan ornamen-ornamen yang menunjukkan rasa nusantaranya, misal ditambahkan aksesoris batik seperti yang dipakai oleh Yoshitaka Amano disetiap karya yang dilahirkan tidak lepas dari sentuhan-sentuhan ornamen Jepang.
3. Dalam proses pewarnaannya bisa menggunakan warna yang sedikit atau memakai warna dasar khas Jawa (hitam, putih, merah, kuning), dimana pemilihan warna tersebut dapat menguntungkan ketika kaos tersebut akan diproduksi secara massal. Selain itu dengan pemilihan warna yang tergolong sedikit dapat menjadi sebuah tantangan bagi kita untuk mengolahnya.

4.1.5 Sketsa Studi Eksperimental II

- Sketsa Berwarna



Ukuman Ratu ora adil. Akeh pangkat kang jahat jail. Nakuw pada ganjil, wong sing apik podho kepencil. Makayo apik manungsa isin, luwih utomo ngapus

Ukuman Ratu ora adil. Akeh pangkat kang jahat jail. Nakuw pada ganjil, wong sing apik podho kepencil. Makayo apik manungsa isin, luwih utomo ngapus



Wektu akeh dandang dilunekake kuntul. Wong salah dianggep bener. Pengkhianat nikmat. Durjana sangsoyo sempurna. Wong lugu keblenggu. Wong mutyo dikunjoro

Wektu akeh dandang dilunekake kuntul. Wong salah dianggep bener. Pengkhianat nikmat. Durjana sangsoyo sempurna. Wong lugu keblenggu. Wong mutyo dikunjoro



wegah makayo kepingin urip kaya Raja. Ngumbar nafsu angkara murka anggededekake duraka. Wong bener tengger-tenger, wong salah bungah-bungah. Wong apik di tampik, wong jahat munggah pangkat.

wegah makayo kepingin urip kaya Raja. Ngumbar nafsu angkara murka anggededekake duraka. Wong bener tengger-tenger, wong salah bungah-bungah. Wong apik di tampik, wong jahat munggah pangkat.

Gambar 4. 11 Sketsa Studi Eksperimental 2 (sumber: Dewi, 2019)

- Sketsa Berwarna



Gambar 4. 12 Sketsa Studi Eksperimental 2 (sumber: Dewi, 2019)

4.1.6 Studi Eksperimental II

- **Ahli Ilustrasi**

Narasumber : Kak John G. Reinhart

Tempat : Universitas Katholik Petra Surabaya

Tanggal : 10 Oktober 2019

Waktu : 15.00 – 17.15 WIB

Tujuan : Diskusi tentang sketsa hasil studi eksperimental kedua.

- Pendapat mengenai kesesuaian dengan konsep yang telah ditentukan.

Output : saran dan informasi untuk hasil studi eksperimental. Catatan

Alat : Alat tulis

Setelah wawancara pertama, penulis mendapat masukan dan saran. Penulis merevisi sketsa dan kembali bertatap muka dengan kak John. Poin penting dari wawancara kedua adalah :

1. Gaya gambar sudah sangat baik, tinggal dilanjutkan saja
2. Sebaiknya untuk gaya gambar Marvel diganti menjadi gaya gambar Amano, karena kesan yang disampaikan dari gaya gambar tersebut kurang masuk dengan tema yang isinya mengenai peringatan.
3. Pemilihan warnanya sangat menarik, dimana warna-warna yang dipilih memberikan kesan peringatan tersebut.
4. Detailnya lebih diperjelas, sehingga ornament pendukung dalam gambar dapat menyampaikan maksud dari isi Jangka jayabaya yang diangkat tersebut.

• **Ahli Budaya**

Narasumber : Pak Prof. Rudi Irawanto,S.PD, M.Sn

Tempat :Dusun Maron, Desa Senden, Kec. Kayen Kidul,
Kab. Kediri

Tanggal : 15 Oktober 2019

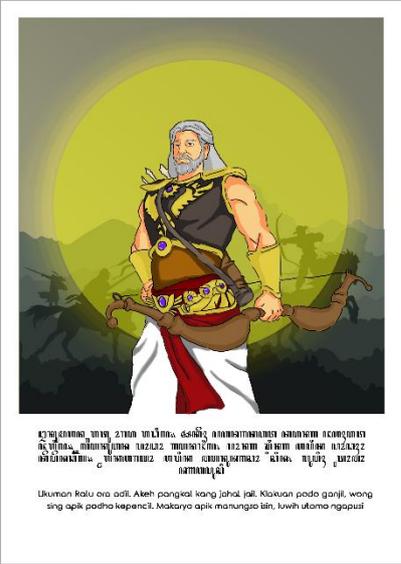
Waktu : 10.00 – 12.00 WIB

Tujuan : Diskusi tentang sketsa hasil studi eksperimental kedua.
-Pendapat mengenai kesesuaian dengan konsep yang telah ditentukan.

Output : Saran dan informasi untuk hasil studi eksperimental. Catatan

Alat : Alat tulis dan alat perekam suara

No.	Gambar	Keterangan
1.	<p>Ramalan nomor 5</p>  <p>Wegah mekanya kapingin ulip kaya Raja. Ngumbar nalis angkara merka anggelekeke sumpo. Wong besar tangane-tangane, wong jalaib bingah-bingah. Wong apik aji tamak, wong jahak mungah pangkal.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Gaya gambar yang digunakan lebih condong ke gaya gambar barat, seperti Marvel atau DC • Unsur Jawanya kalau bisa lebih diperlihatkan lagi. • Penggambaran karakternya mungkin bisa menggunakan penggambaran orang Jawa yang berbadan kecil, karena konsep kuat menurut orang Jawa itu bukan yang berbadan besar. • Pemilihan warna yang digunakan sudah bagus, atau mungkin bisa menggunakan warna Jawa. Orang Jawa biasanya menggunakan 5

		<p>macam warna, yaitu merah, biru, kuning, hitam, dan putih. Dimana warna-warna ini memiliki makna tersendiri.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mungkin kotak frame putihnya bisa dihilangkan atau bentuknya jangan yang terlalu kotak.
2.	<p>Ramalan nomor 6</p>  <p>Ukunan Kalu ora adli. Akèh pangkal kang jahal jali. Klakuan padu ganjil, wong sing apik padha kepencil. Makarya apik marungia bini, luwih utomo ngapusi</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Mungkin gambarnya bisa di detailkan lagi. • Mungkin warna pada background bisa memakai warna Jawa yang tadi itu. • Untuk jenis font yang digunakan sudah cukup bagus. • Mungkin bisa ditambahkan sedikit semiotika dalam pembuatan gambar. Seperti semiotika indeks.
3.	<p>Ramalan nomor 14</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Hampir sama seperti sebelumnya, penggambaran karakter sedikit terpengaruh oleh gaya gambar barat. Tapi tidak apa-apa, karena gaya gambar seperti ini yang anak muda biasanya sukai. • Untuk gambar backgroundnya bisa menggunakan latar yang lebih variatif.

	 <p>Wektu akah dandang diluncakak kuntul. Wang salah dianggap benar. Pengkhianat nikmat. Dujana sangsoyo sempurna. Wang lugu keblenggu. Wang mulya dikunjara.</p>	
4	<p>Ramalan nomor 14</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Gambar yang dibuat sudah baik, tetapi karakter yang dipakai kurang pas dengan konten. • Pesan yang ingin disampaikan sudah dapat tersampaikan dengan baik. • Mungkin bisa ditambahkan tulisan dari Jangka Jayabaya nya • Kesan dari penggambarannya sudah tersampaikan • Coba eksplorasi lagi karakter seperti gambar tersebut • Backgroundnya mungkin bisa ditambah dengan beberapa elemen seperti awan atau yang lainnya agar bisa mendapatkan kesan yang lebih dramatis

		<ul style="list-style-type: none"> • Warna yang digunakan sudah menggambarkan tentang peringatan
5	<p>Ramalan nomor 5</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Gambarnya sudah dapat mewakili isi dari tema yang diangkat • Penggambaran karakternya sesuai dengan kondisi sekarang • Pesannya sudah tersampaikan dengan baik • Mungkin bisa ditambahkan tulisan dari Jangka Jayabaya nya • Kesan dari penggambarannya sudah tersampaikan • Coba eksplorasi lagi karakter seperti gambar tersebut • Warna yang digunakan sudah menggambarkan tentang peringatan dan eyecatching

6	<p>Ramalan nomor 6</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Gambarnya sudah dapat mewakili isi dari tema yang diangkat • Penggambaran karakternya sudah sangat dramatis • Pesannya sudah tersampaikan dengan baik, mungkin bisa lebih dirapikan lagi • Mungkin bisa ditambahkan tulisan dari Jangka Jayabaya nya • Coba eksplorasi lagi karakter seperti gambar tersebut • Warna yang digunakan sudah menggambarkan tentang peringatan
---	---	---

- **Ahli Kaos**

Narasumber : Ibu Ana Sumarnah, M.Pd

Tempat : Jl. Sambikerep 69, Sambikerep Surabaya

Tanggal : 4 Desember 2019

Waktu : 10.00 – 12.00 WIB

Tujuan : Diskusi tentang sketsa hasil studi eksperimental kedua.
 -Pendapat mengenai kesesuaian dengan konsep yang telah ditentukan.

Output : Saran dan informasi untuk hasil studi eksperimental. Catatan

Alat : Alat tulis dan alat perekam suara

1.	Fokus Penelitian :
	Gambaran singkat mengenai souvenir kaos
	Jenis Data :
	Data minat konsumen pasar terhadap souvenir kaos
	Pertanyaan :
	4. Jenis bahan kaos seperti apa yang ideal dan paling diminati untuk dijadikan souvenir ?
	5. Bagaimana kriteria ilustrasi pada kaos souvenir yang diminati oleh konsumen / pasar?
	Jawaban :
1. Jenis bahan kaos yang paling ideal untuk digunakan dalam <i>merchandising</i> adalah bahan cotton combed 20s atau 30s karena kaos tersebut dapat menyerap keringat dengan baik serta ringan ketika dipakai. Sedangkan untuk proses pencetakannya lebih baik menggunakan printing polymex. Printing Polymex lebih tahan lama dan bisa mencetak banyak warna.	
2. Sejauh ini, souvenir kaos yang paling diminati memang ilustrasi. Namun ilustrasi yang ditampilkan pada kaos juga harus unik dan	

	<p>orisinil atau original, sehingga orang yang memakainya akan merasa bangga dan percaya diri ketika memakai kaos tersebut. Selain itu pemilihan warna yang digunakan dalam ilustrasi juga penting. Bisa saja menggunakan warna dominan, atau sedikit warna tetapi mengena sehingga dapat mengingatkan konsumen dengan pengalaman berwisata di tempat tersebut.</p>
--	---

No.	Gambar	Keterangan
1.	<p>Ramalan nomor 5</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Gaya gambar yang digunakan sangat menarik untuk anak muda. • Sedikit ditambahkan karakter pendukung agar apa yang ingin disampaikan itu bisa tersampaikan dengan baik. • Pemilihan warna yang digunakan sudah bagus, jadi tidak perlu diganti mungkin bisa ditambah variasi warnanya. • Mungkin kotak frame putihnya bisa dihilangkan atau bentuknya jangan yang terlalu kotak.
2.	<p>Ramalan nomor 6</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Mungkin gambarnya bisa di detailkan lagi. • Mungkin warna pada background bisa memakai warna Jawa yang tadi itu.

	 <p>Ukuman Raku ora asli. Akeh pangkal kang jahat jati. Klakuan pada garji, wong sing apik padha kepencit. Makarya apik manungsa bini, luhw utomo nggopati</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Untuk jenis font yang digunakan sudah cukup bagus. • Mungkin bisa ditambahkan sedikit semiotika dalam pembuatan gambar. Seperti semiotika indeks.
<p>3.</p>	<p>Ramalan nomor 14</p>  <p>Wektu akah dandang diluncakake kuntul. Wong salah dilanggap boner. Penghinaani rikmat. Durjana sangaya sampurna. Wong lugu kebenggan. Wong mulya ditunjara</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Hampir sama seperti sebelumnya, penggambaran karakter sedikit terpengaruh oleh gaya gambar barat. Tapi tidak apa-apa, karena gaya gambar seperti ini yang anak muda biasanya sukai. • Untuk gambar backgroundnya bisa menggunakan latar yang lebih variatif.

4

Ramalan nomor 14



- Gambarnya sudah dapat mewakili isi dari tema yang diangkat
- Penggambaran karakternya sedikit mendapatkan pengaruh dari gaya gambar Yoshitaka Amano
- Pesannya sudah tersampaikan
- Mungkin bisa ditambahkan tulisan dari Jangka Jayabaya nya
- Kesan dari penggambarannya sudah tersampaikan
- Coba eksplorasi lagi karakter seperti gambar tersebut
- Backgroundnya mungkin bisa ditambah agar bisa mendapatkan kesan yang dramatis
- Warna yang digunakan sudah menggambarkan tentang peringatan

5

Ramalan nomor 5



- Gambarnya sudah dapat mewakili isi dari tema yang diangkat
- Penggambaran karakternya sedikit mendapatkan pengaruh dari gaya gambar Yoshitaka Amano
- Pesannya sudah tersampaikan
- Mungkin bisa ditambahkan tulisan dari Jangka Jayabaya nya
- Kesan dari penggambarannya sudah tersampaikan
- Coba eksplorasi lagi karakter seperti gambar tersebut
- Backgroundnya mungkin bisa ditambah agar bisa mendapatkan kesan yang dramatis
- Warna yang digunakan sudah menggambarkan tentang peringatan

6	<p>Ramalan nomor 6</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Gambarnya sudah dapat mewakili isi dari tema yang diangkat • Penggambaran karakternya sedikit mendapatkan pengaruh dari gaya gambar Yoshitaka Amano • Pesannya sudah tersampaikan • Mungkin bisa ditambahkan tulisan dari Jangka Jayabaya nya • Kesan dari penggambarannya sudah tersampaikan • Coba eksplorasi lagi karakter seperti gambar tersebut • Backgroundnya mungkin bisa ditambah agar bisa mendapatkan kesan yang dramatis • Warna yang digunakan sudah menggambarkan tentang peringatan
---	---	--

4.1.7 Hasil Post Test 1

Data kuisioner menggunakan skala likert yaitu skala yang digunakan untuk mengukur persepsi, sikap atau pendapat seseorang terhadap desain yang disediakan. Jumlah responden yang telah mengisi kuisioner ini berjumlah 50 responden. Nilai yang didapatkan akan diolah hingga memperoleh nilai interval (rentang jarak) dan interpretasi persen untuk mengetahui nilai dengan metode mencari interval skor persen. Berikut kriteria interpretasi skornya berdasarkan interval:

- Angka 0% – 19,99% = Sangat tidak setuju / Sangat buruk
- Angka 20% – 39,99% = Tidak setuju / Kurang bagus
- Angka 40% – 59,99% = Cukup / Netral
- Angka 60% – 79,99% = Setuju / Bagus
- Angka 80% – 100% = Sangat setuju / Sangat bagus

1.	Jenis Kelamin
	<ul style="list-style-type: none"> • Perempuan: 67,9% • Laki-laki: 32,1%
2.	Usia
	<ul style="list-style-type: none"> • 17- 20 tahun: 15,1% • 21-25 tahun: 84,9% • 26-30 tahun: 0%
3.	Pendapatan Per-bulan
	<ul style="list-style-type: none"> • 0 - 500.000 : 52,8% • 500.000 - 1.000.000 : 18,9% • 1.000.000 - 2.000.000 : 11,3,% • 2.000.000 - 4.000.000 : 5,7% • > 4.000.000 : 11,3%
4.	Profesi
	<ul style="list-style-type: none"> • Pelajar/mahasiswa: 71,7% • Pegawai negeri: 1,9% • Pegawai Swasta: 15% • Lain-lain: 28,9%
5	Asal
	<ul style="list-style-type: none"> • Kediri : 66% • Daerah Jawa Timur (selain Kediri) : 28,3% • Luar Jawa Timur : 5,7% • Luar Negeri : 0%

1.	Apakah kalian mengetahui tentang Jangka Jayabaya ?
	<ul style="list-style-type: none"> • Ya : 47,2% • Tidak : 52,8%
2.	Apakah kalian mengetahui tentang souvenir kaos Kediri ?
	<ul style="list-style-type: none"> • Ya : 60,4% • Tidak : 39,6%
3.	Apakah kalian pernah menjumpai souvenir kaos yang mengangkat tema Jangka Jayabaya ?
	<ul style="list-style-type: none"> • Ya : 20,8% • Tidak : 79,2%

1.	Dalam perancangan Tugas Akhir saya menggunakan dua alternative pemilihan gaya gambar yang akan menjadi tolak ukur dalam pembuatan ilustrasi yang saya kerjakan.
	<ul style="list-style-type: none"> • Marvel : 61,5% • DC : 38,5%

Rating Jangka Jayabaya no. 5	
	 <p>Rating 1 (Sangat kurang) – 5 (Sangat setuju)</p>
1	Pemilihan warna yang digunakan
	Rating 1 (Sangat kurang) – 5 (Sangat setuju)

	<p>1 : 3,8%</p> <p>2 : 3,8%</p> <p>3 : 5,7%</p> <p>4 : 41,5%</p> <p>5 : 45,3%</p> <p>Interval : 44,2%</p> <p>Interpretasi skor perhitungan : Netral</p>
2	<p>Kesan gambar dapat mewakili isi dari jangka Jayabaya</p>
	<p>Rating 1 (Sangat kurang) – 5 (Sangat setuju)</p> <p>1 : 0%</p> <p>2 : 11,3%</p> <p>3 : 17%</p> <p>4 : 50,9%</p> <p>5 : 20,8%</p> <p>Interval : 40,4%</p> <p>Interpretasi skor perhitungan : Netral</p>
3	<p>Bagaimana kesesuaian ukuran konten gambar pada kaos</p>
	<p>Rating 1 (Sangat buruk) – 5 (Sangat bagus)</p> <p>1 : 0%</p> <p>2 : 9,4%</p> <p>3 : 26,4%</p> <p>4 : 41,5%</p> <p>5 : 22,6%</p> <p>Interval : 40%</p> <p>Interpretasi skor perhitungan : Netral</p>

	Rating Jangka Jayabaya No.6

	  <p>Ukuran: 100x100, 200x200, 300x300, 400x400, 500x500, 600x600, 700x700, 800x800, 900x900, 1000x1000</p> <p>Ukuran: 100x100, 200x200, 300x300, 400x400, 500x500, 600x600, 700x700, 800x800, 900x900, 1000x1000</p>
1	Pemilihan warna yang digunakan
	<p>Rating 1 (Sangat kurang) – 5 (Sangat setuju)</p> <p>1 : 0%</p> <p>2 : 7,5%</p> <p>3 : 11,3%</p> <p>4 : 47,2%</p> <p>5 : 34%</p> <p>Interval : 43,2%</p> <p>Interpretasi skor perhitungan : Netral</p>
2	Kesan gambar dapat mewakili isi dari Jangka Jayabaya
	<p>Rating 1 (Sangat kurang) – 5 (Sangat sudah)</p> <p>1 : 0%</p> <p>2 : 9,4%</p> <p>3 : 9,4%</p> <p>4 : 47,2%</p> <p>5 : 34%</p> <p>Interval : 43 %</p> <p>Interpretasi skor perhitungan : Sangat sudah</p>
3	Bagaimana kesesuaian ukuran konten gambar pada kaos ?
	<p>Rating 1 (Sangat buruk) – 5 (Sangat bagus)</p> <p>1 : 0%</p>

	2 : 5,7% 3 : 24,5% 4 : 45,3% 5 : 20,8% Interval : 39,6% Interpretasi skor perhitungan : Tidak setuju
3	Bagaimana kesesuaian ukuran konten gambar pada kaos ?
	Rating 1 (Sangat buruk) – 5 (Sangat bagus) 1 : 3,8% 2 : 20,8% 3 : 28,3% 4 : 22,6% 5 : 24,5% Interval : 36,4% Interpretasi skor perhitungan : Tidak setuju

4.2 Hasil Analisis Penelitian

4.2.1 Hasil Analisis Studi Eksperimental I

Hasil studi ekperimental dengan melakukan wawancara kepada kak John G. Reinhart selaku ahli Ilustrasi dari Universitas Katholik Petra Surabaya untuk memberikan penilaian serta masukan untuk eksplorasi gaya gambar.

Beliau mengatakan bahwa gaya gambar yang digunakan sudah cukup bagus dari segi penggambaran karakternya. Dari penokohan karakter dalam ilustrasi sudah mampu menampilkan kesan jahat, beliau menambahkan saran untuk melihat lebih banyak lagi referensi gaya gambar dari Yoshitaka Amano serta Gustave Dore karena menurut beliau gaya gambar yang digunakan dalam ilustrasi tersebut sejenis dengan gaya gambar Yoshitaka Amano dan Gustave Dore. Menurut beliau gambar alternative desain pertama sudah cukup layak untuk dijadikan sebagai sketsa ilustrasi souvenir kaos namun mendapatkan beberapa koreksi berupa konsistensi dalam memvisualisasikan serta memberikan saran mengenai warna yang akan digunakan dalam proses

pewarnaan gambar. Begitupun untuk penilaian desain alternative kedua dan ketiga.

Untuk penggambaran visualnya dirasa sudah sesuai dengan anak muda, yang dimana kebanyakan dari mereka menyukai sesuatu yang berbeda. Beliau juga menyarankan untuk menggunakan warna yang berhubungan dengan *warning* agar pesan yang disampaikan dapat disalurkan dengan baik.

4.2.2 Hasil Analisis Studi Eksperimental II

Hasil studi ekperimental dengan melakukan wawancara mendalam mengenai gaya gambar kepada Bapak Prof. Rudi Irawanto, S.PD, M.Sn selaku dosen Seni dan Budaya di Universitas Negeri Malang untuk menentukan konsep desain dan gaya visual untuk dijadikan acuan dalam perancangan ilustrasi pada kaos souvenir Kediri.

Beliau mengatakan bahwa alternatif desain yang ditunjukkan sudah layak untuk dijadikan souvenir kaos karena gaya visualnya mengikuti trend yang sedang hangat dikalangan anak muda, yang mana mengangkat tema yang tergolong jarang digunakan oleh pihak manapun dengan kesan modern menggunakan gaya gambar Marvel atau DC. Konsep warna Jawa yang tidak terlalu mencolok juga cocok untuk target segmentasi usia 21-25 tahun. Namun pemilihan warna pada gaya visual ini dirasa masih kurang karena semua menggunakan warna yang hampir mirip disetiap karakternya sehingga sedikit membuat bosan.

Untuk gaya gambar yang satunya warna yang digunakan sangat anti-mainstream dimana pemilihan warnanya sangat mencolok tetapi masih enak dipandang. Penggambaran tokoh dalam gaya gambar satunya sangat imajinatif tetapi masih nyambung dengan pesan dari ramalan yang diangkat, dimana dalam ramalan tersebut banyak mengandung pesan tentang peringatan. Mungkin kekurangannya hanya kurang rapi saja dalam penggambaran karakternya, selebihnya sudah cukup bagus.

Kak John G. Reinhart selaku ahli ilustrasi mengatakan bahwasannya pemilihan warna pada dua gaya gambar yang diberikan mempunyai kekuatan

dan kelemahan masing-masing. Warna pada gaya gambar pertama cukup bagus tetapi kurang memberikan kesan peringatan, serta gaya gambarnya mungkin lebih mengena gaya gambar yang kedua. Pemilihan warna untuk gaya gambar yang kedua cukup unik karena menggunakan sedikit warna serta warna-warna tersebut bisa mewakili kesan peringatan tersebut. Untuk gaya gambar pertama terlihat seperti gaya gambar DC atau lebih ke gaya gambar ala-ala barat sehingga kesan peringatan itu kurang mengena, ditambah lagi penggambaran karakternya menggunakan style ala DC menjadikan gaya gambar pertama itu seolah-olah seperti seorang pahlawan padahal maksudnya sebaliknya. Jadi untuk pemilihan gaya gambar yang pertama dirasa kurang pas untuk mewakili isi dari Jangka Jayabaya tetapi masih oke, mungkin gaya gambarnya dibuat seperti gaya gambar kedua.

Ibu Ana Sumarnah, M.Pd selaku ahli kaos mengatakan bahwasannya pemilihan warna pada dua gaya gambar yang diberikan mempunyai kekuatan dan kelemahan masing-masing. Warna pada gaya gambar pertama sudah bagus tetapi kurang dapat menggambarkan maksud dari gambarnya apa, mungkin penggambarannya untuk karakter yang hanya satu saja bisa ditambah karekturnya untuk memperkuat maknanya. Pemilihan warna untuk gaya gambar yang kedua cukup unik dan jarang dipilih karena menggunakan sedikit warna serta warna-warna tersebut sedikit bisa mewakili kesan peringatan dari isi Jangka Jayabaya tersebut. Untuk gaya gambar kedua gambarnya sudah bagus tetapi untuk orang yang tidak tahu isi dari Jangka Jayabaya mungkin tidak tahu apa maksud dari gambarnya. Bahan kaos yang digunakan untuk souvenir kaos sebaiknya menggunakan kaos bahan katun combed atau katun bamboo dimana jenis kaos tersebut mempunyai bahan yang bagus untuk menyerap keringat. Untuk jenis mencetak gambarnya mungkin bisa dengan cara printing, karena lebih hemat untuk waktu serta dapat mencetak warna lebih banyak.

4.2.3 Hasil Analisis Kuesioner

Lebih dari setengah responden pada kuesioner berjenis kelamin perempuan (67,9%) dan sisanya adalah laki-laki (32,1%). Range usia

responden yaitu antara 17 tahun hingga 30 tahun dengan penghasilan antara Rp 500.000 hingga Rp 4.000.000. Mayoritas responden berdomisili di Pulau Jawa.

Kesimpulan yang dapat diambil dari hasil kuesioner adalah souvenir kaos khas Kediri cukup mewakili penggambaran Jangka Jayabaya, desain yang ditawarkan cukup merepresentasikan Jangka Jayabaya yang diangkat menjadi konten. Gaya ilustrasi yang digunakan serta pemilihan warnanya cukup memuaskan. Hal tersebut dapat dilihat dari semua hasil interval yang menunjukkan angka antara 40% – 43% yang mana interpretasi skor berdasarkan interval tersebut adalah “Netral/Cukup”.

4.2.4 Hasil User Testing

Hasil yang di dapat dari beberapa user testing adalah sebagai berikut:



Gambar 4. 13 User Testing 1 (sumber: Dewi, 2019)

User testing 1:

Target pengguna pertama bernama Yusriya Salsabila Wibisono, seorang mahasiswi berusia 19 tahun yang sedang menempuh kuliah di Universitas Airlangga mengambil program studi Sastra Inggris. Yusya sendiri mempunyai hobi jalan-jalan atau berwisata saat memiliki waktu luang. Menurut Yusya kaos yang dikenakan sudah tergolong bagus, bahan kaos terasa dingin saat dipakai. Ilustrasi pada kaos dirasa sudah cukup menarik dengan mengusung tema tersebut, baik dari segi pemilihan warnanya maupun gestur

karakternya. Yusya memberikan saran agar frame putih pada gambar tersebut dihilangkan supaya terlihat lebih bebas.



Gambar 4. 14 User Testing 2 (sumber: Dewi, 2019)

User Testing 2:

Target pengguna kedua adalah seorang mahasiswi Psikologi Universitas Airlangga Surabaya yang berusia 22 tahun bernama Arta Dayinta. Arta memiliki ketertarikan terhadap souvenir-souvenir lokal. Menurut Arta, secara keseluruhan desain ilustrasi yang ditawarkan sudah cukup menarik, meskipun ada beberapa hal yang mendapatkan kritikan serta saran. Kritikan tersebut berupa bahan kaos yang dirasa terlalu tipis serta hasil printing yang kurang luwes, ketika dipegang hasil printing gambarnya terasa kurang menyatu dengan kain kaosnya. Ukuran gambar sendiri pada kaos tersebut sudah cukup pas hanya saja peletakan gambarnya kurang sedikit keatas. Selain itu warna yang terlihat sudah menarik, dari segi gambar juga sudah menarik hanya saja dieksekusi dengan hasil print yang kurang baik, tulisan pada kaos mungkin bisa ditaruh di bagian belakang kaos agar bagian belakang kaos tidak kosong. Arta memberi saran agar kaos yang digunakan lebih tebal sedikit serta menghilangkan frame putih pada gambar yang ada.



Gambar 4. 15 User Testing 3 (sumber: Dewi, 2019)

User testing 3:

Target pengguna ketiga adalah Siti Rochmah, mahasiswi Psikologi Universitas Airlangga Surabaya yang berusia 21 tahun. Siro mempunyai ketertarikan terhadap dunia *fashion*. Menurut Siro desain kaos tersebut sudah cukup bagus, tapi bahan kaos yang digunakan terlalu tipis untuk ukuran katun combed 30s namun terasa lebih dingin. Siro juga mengatakan bahwa ilustrasinya juga sudah bagus hanya saja sedikit terhalang oleh frame yang mengelilingi gambar tersebut. Pemilihan warnanya cukup menarik. Siro memberi saran agar tulisan yang ada di kaos bisa ditaruh di bagian belakang kaos, mungkin hasil print kaosnya bisa lebih baik lagi kedepannya dengan teknik print yang lebih bagus.

4.2.5 Kesimpulan User Testing

Apabila dibandingkan dengan kaos wisata sejenis, souvenir kaos Kediri dengan mengangkat tema Jangka Jayabaya sudah cukup baik dan memuaskan. Desain ilustrasinya dapat menggambarkan sedikit tentang Jangka Jayabaya yang diangkat dengan lebih bersahabat tidak terlalu jahat, baik dari gestur karakter ataupun warnanya. Gaya ilustrasi yang digunakan tergolong unik karena jarang ditemui gaya ilustrasi serupa pada souvenir kaos wisata. Walaupun memakai gaya vernakular, desain souvenir kaos Kediri masih dapat

diterima dikalangan anak muda. Warnanya menarik, namun tidak terlalu berlebihan. Komposisi pada desain dirasa sudah pas.

Target pengguna juga memberikan beberapa masukan diantaranya perlu adanya variasi layout pengaplikasian desain pada kaos agar tidak membosankan dan target pengguna memiliki banyak pilihan baik desain dari segi ilustrasi hingga warna kaos yang digunakan. Selain itu diperlukan konsistensi pada gaya visual untuk mempertahankan ciri khas. Karakter akan lebih baik lagi jika dibuat lebih berani dalam artian menunjukkan sisi jahatnya.

4.3 Analisa Target Audiens

A. Demografis

Perancangan souvenir kaos ini ditujukan kepada orang-orang yang tertarik dengan folklor wisata sejarah kabupaten Kediri dengan profil sebagai berikut :

1. Usia : 17-30 tahun
2. Jenis kelamin : laki-laki dan perempuan
3. Domisili : diluar kabupaten Kediri dan mancanegara
4. Berpenghasilan Rp. 500.000 – 4.000.000/ bulan
5. Pendidikan terakhir : SMA, Perguruan tinggi (D3,S1)
6. Strata sosial : sosial menengah dan kelas atas
7. Pekerjaan : Mahasiswa, Wiraswasta, Pegawai Negeri, Wirausaha.

Alasan memilih target audiens tersebut :

1. Usia

Usia 17 tahun termasuk ke dalam kategori remaja awal dimana mereka memiliki pemikiran yang terbuka dan sudah bisa menentukan keinginan untuk membeli suatu barang. Lalu, usia 25 tahun ke atas merupakan usia prouktif pekerja, sehingga mereka sudah mampu secara finansial (finansial stabil). Usia tersebut juga merupakan masa aktif seseorang melakukan perjalanan wisata dalam negeri maupun mancanegara dan mereka memiliki anggaran khusus untuk membeli souvenir. Sedangkan usia 30 tahun merupakan batas masa dimana tingkat produktivitasnya berkurang.

2. Jenis Kelamin

Target audiens tidak dibatasi oleh jenis kelamin tertentu, karena keduanya memiliki peluang untuk membeli souvenir tersebut.

3. Domisili

Target audiens utama dalam perancangan ini adalah wisatawan, yaitu yang berasal dari luar kabupaten Kediri dan mancanegara. Target sekunder dari perancangan ini adalah masyarakat Kabupaten Kediri dan sekitarnya.

4. Penghasilan

Penghasilan paling kecil yaitu Rp.500.000,- dimana target audiens adalah pelajar tetapi masih menyisihkan uangnya untuk membeli souvenir. Penghasilan paling tinggi adalah Rp.4.000.000,- dimana target dapat menanggung biaya berwisata ke Kediri dan membeli souvenir khas Kabupaten Kediri.

5. Pendidikan terakhir

Pendidikan sangat berpengaruh dimana seseorang dapat menilai dan mengapresiasi sebuah produk dengan baik, salah satunya produk souvenir.

6. Strata sosial

Strata sosial ini mempengaruhi kesanggupan dan keinginan orang untuk membeli produk sesuai dengan penghasilannya.

7. Pekerjaan

Jika sudah bekerja, seseorang memiliki waktu luang dan aktif melakukan perjalanan wisata dalam negeri maupun mancanegara dan mereka memiliki anggaran khusus untuk membeli souvenir.

B. Psikografis

Berdasarkan riset dan data yang diperoleh, segmentasi psikografis yang dituju adalah sebagai berikut :

1. Menyukai travelling
2. Menyukai kegiatan berwisata
3. Menyukai sejarah dan folklor
4. Menyukai fashion dan memakai kaos di kesehariannya

Halaman ini sengaja dikosongkan

BAB V

KONSEP DAN IMPLEMENTASI DESAIN

5.1 Penelusuran Masalah

Perancangan ilustrasi t-shirt sebagai souvenir kabupaten Kediri dengan mengangkat konten Jangka Jayabaya merupakan salah satu upaya untuk memberikan variasi dan alternative dalam sebuah persouveniran khususnya desain *t-shirt* yang ditujukan untuk meningkatkan rasa bangga terhadap wisata wisata dan *folklore* yang ada di Kediri.

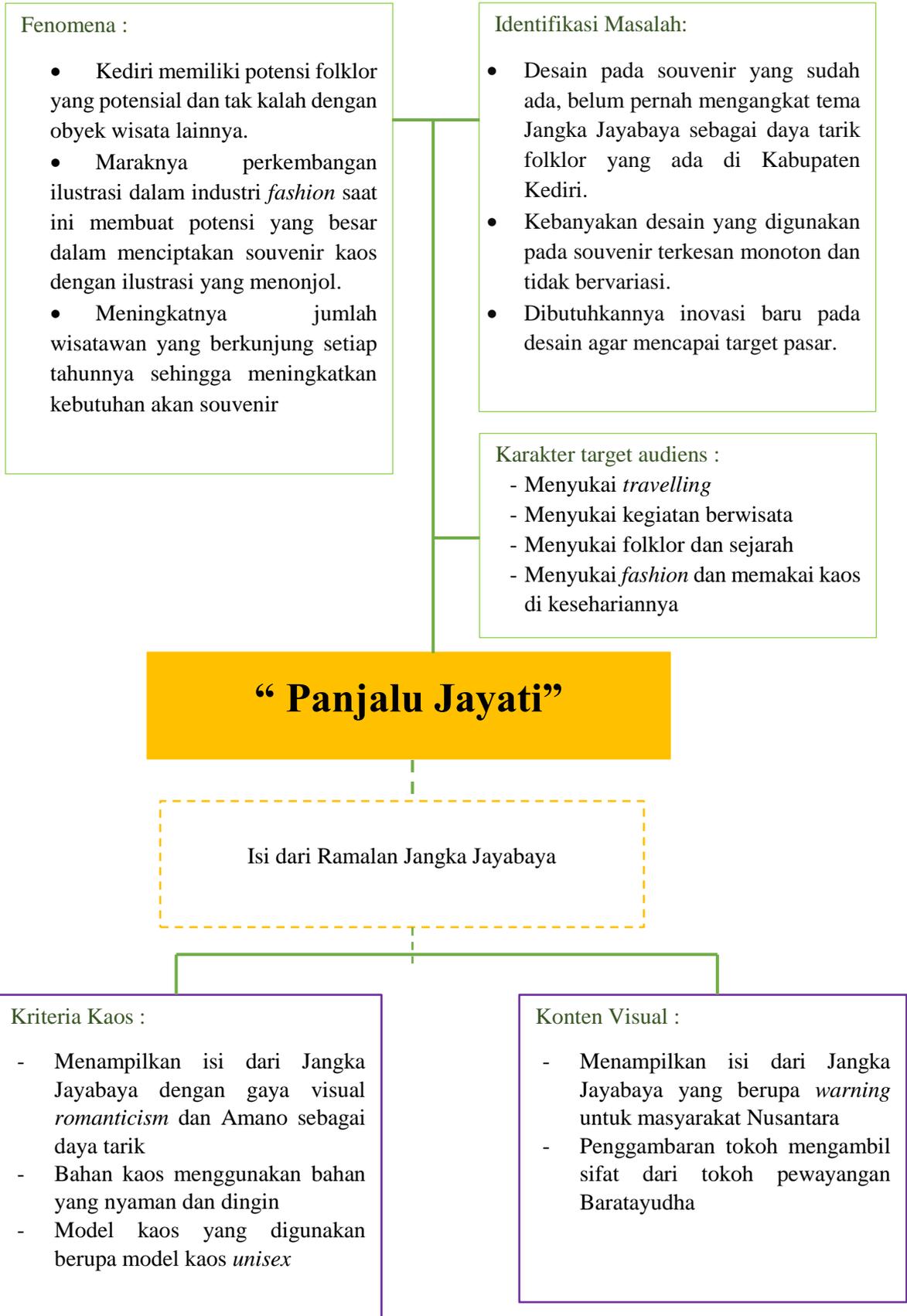
Konsep visual dari perancangan ini di tentukan melalui hasil riset dan analisa yang dilakukan melalui depth interview dengan target audiens seperti antropolog dinas pariwisata kabupaten Kediri, dosen desain komunikasi visual universitas petra, dan pemilik butik *Mayus Collection*.

5.1.1 Penelusuran Objek Desain

Kabupaten Kediri memiliki banyak daya tarik, salah satunya adalah Jangka Jayabaya yang berkembang di daerah tersebut. Jangka Jayabaya tidak hanya sekedar ramalan biasa, namun Jangka Jayabaya sangat diyakini kebenarannya oleh masyarakat sekitar di daerah Kediri. Souvenir kaos dengan tema tersebut dirasa dapat merepresentasikan Kediri dengan baik karena Jangka Jayabaya sudah menjadi suatu berita yang dipercaya oleh orang-orang sekitar dalam kurun waktu yang lama dan masyarakat meyakini bahwa isi dari jangka tersebut benar-benar sudah pernah terjadi, sedang terjadi, dan akan terjadi.

5.2 Konsep Dasar

Pada perancangan souvenir kaos ini, penulis mengangkat fenomena Kediri yang mempunyai daya tarik dalam folklornya yaitu Jangka Jayabaya yang telah lama di percayai oleh masyarakat umum. Wisatawan pun tertarik dengan folklor dan jumlah kunjungan meningkat tiap tahunnya. Bertambahnya wisatawan tersebut mempengaruhi kebutuhan akan souvenir untuk menciptakan inovasi baru. Berikut konsep desain dari perancangan ini :



Bagan 5. 1 Konsep Desain (sumber: Dewi, 2020)

5.3 Keyword

Keyword atau kata kunci yang akan dijadikan acuan dalam perancangan ini adalah “*Panjalu Jayati*”. Panjalu Jayati yang mempunyai arti Kediri Menang. Secara keseluruhan makna keyword ini adalah menggambarkan masa kejayaan Kediri di masa pemerintahan Sri Aji Jayabaya, ditandai dengan adanya Jangka Jayabaya, kemudian hal tersebut yang diangkat dalam tema perancangan ini. *Keyword* ini diimplementasikan pada ilustrasi kaos yang menggambarkan *icon* dan unsur-unsur yang menonjol pada Jangka Jayabaya. Dengan tujuan agar souvenir Kediri mampu untuk membuat Kediri berjaya kembali.

5.3.1 Rasuk-an

Berdasarkan analisi dan pengamatan, maka ditetapkan konsep desain dalam perancangan ini adalah “*Panjalu Jayati*”. Oleh karena itu nama *brand* kaos souvenir Kabupaten Kediri ini adalah Rasuk-an. Kata Rasuk-an sendiri diambil dari bahasa krama madya yaitu rasukan yang berarti pakaian. Kata ini dipilih karena dekat dengan bahasa keseharian masyarakat Kediri serta masyarakat Jawa pada umumnya. selain hal tersebut, nama Rasuk-an dapat langsung memberikan gambaran mengenai souvenir apa yang akan ditawarkan kepada masyarakat.



Gambar 5. 1 Sketsa logo (sumber: Dewi, 2020)



Gambar 5. 2 Alternatif logo (sumber: Dewi, 2020)



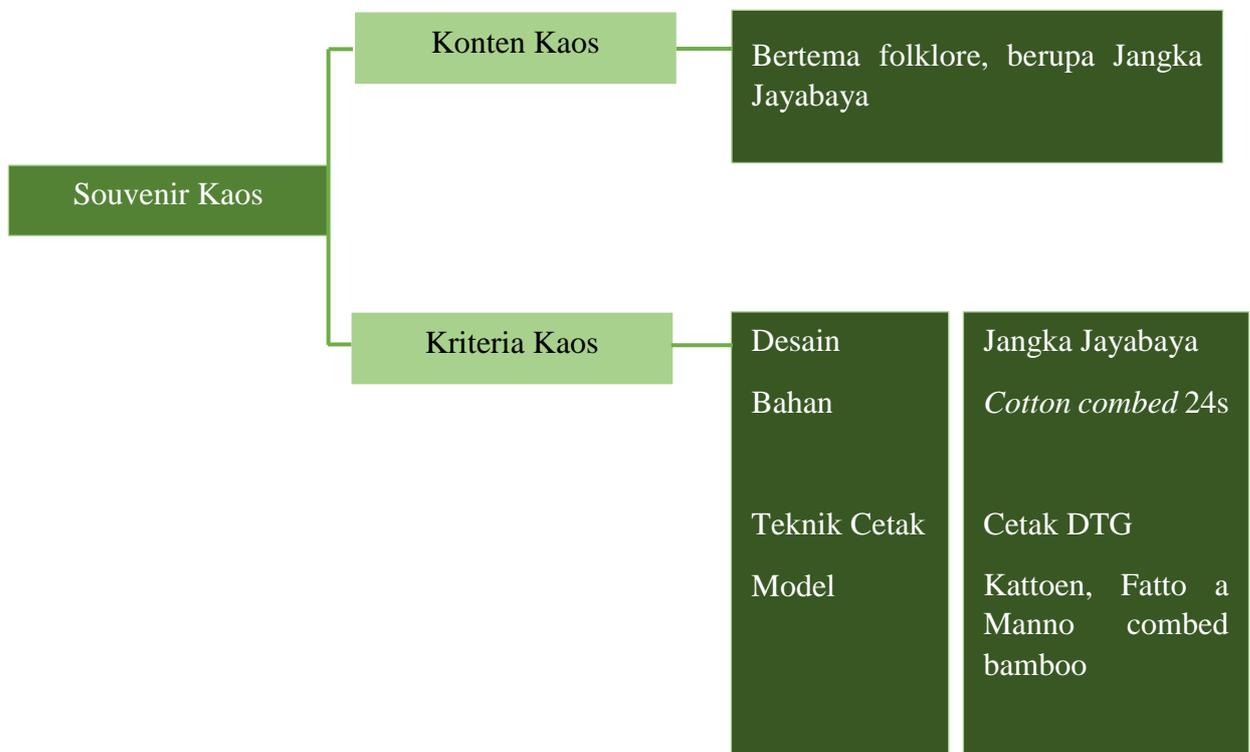
Gambar 5. 3 Logo utama Rasuk-an (sumber: Dewi, 2020)

Gambar diatas merupakan logo *brand* berupa logotype dari nama Rasukan. Bentuknya *handlettering* agar terlihat *simple* dan mudah dibaca. Warna yang digunakan adalah warna kuning yang merupakan salah satu dari 5 warna dasar khas Jawa. Pada *background* berwarna, warna logo hanya dapat menggunakan warna hitam dan putih.

5.3.2 Kriteria Desain

Berdasarkan riset diatas, didapatkan kriteria dsain souvenir kaos yang akan dirancang sebagai berikut:

1. Desain souvenir kaos menampilkan isi dari Jangka Jayabaya dalam hal folklor daerah Kediri.
2. Desain souvenir kaos memiliki tema khusus yaitu Jangka Jayabaya yang dimana isi dari Jangka Jayabaya yang diambil untuk divisualisasikan.
3. Desain souvenir kaos menampilkan gambar isi dari Jangka Jayabaya dengan gaya gambar *romanticism x amano* dan terdapat tulisan dari Jangka Jayabaya yang divisualisasikan.



Bagan 5. 2 Kriteria Desain Souvenir (sumber: Dewi, 2020)

5.3.3 Elemen Visual

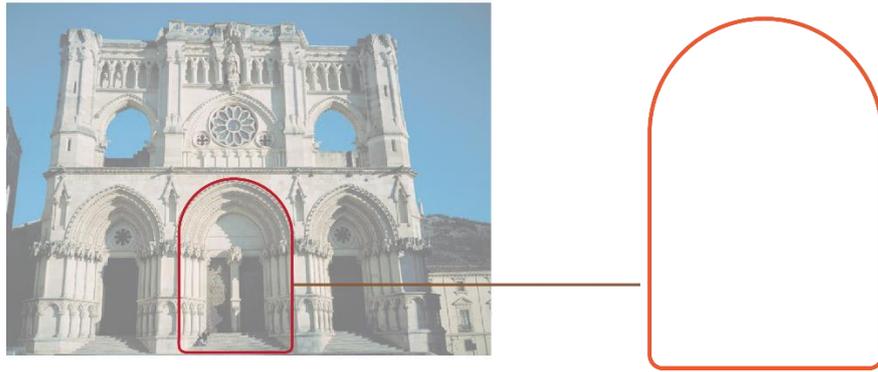
A. Ilustrasi

Ilustrasi pada kaos souvenir Kabupaten Kediri ini menggunakan gaya gambar *romanticism x amano style*. *Romanticism* adalah salah satu era yang sulit untuk dipahami. Era romantisisme dipengaruhi oleh datangnya revolusi industri yang mulai meninggalkan kealamian dunia dan destruktif terhadap lingkungan. Banyak seniman yang menolak praktik-praktik industrialisasi yang kurang memperhatikan dampak negatifnya terhadap alam. Kata romantik diambil dari kata roman, yaitu tulisan fiksi romansa abad pertengahan yang dramatis dan cenderung memiliki berbagai fantasi aneh. Amano adalah style yang dikembangkan oleh seorang ilustrator asal Jepang, yakni Yoshitaka Amano dimana gaya tersebut merupakan perpaduan antara gaya gambar surealis seperti realis menggunakan teknik modern *free drawing*. Karakter dari gaya gambar Amano ini adalah gaya gambar yang imajinatif.

Gaya gambar ini dipilih karena mampu untuk menampilkan visualisasi dari isi Jangka Jayabaya yang sulit untuk dipahami. Selain itu, *brand* kompetitor di Kabupaten Kediri tidak ada yang menggunakan gaya gambar ini, sehingga dapat menjadi keunikan dan pembeda dari souvenir kaos yang akan dibuat.



Gambar 5. 4 Ilustrasi Amano style (sumber: Dewi, 2019)



Gambar 5. 5 Kerangka Frame (sumber: Dewi, 2020)

Pada perancangan ini penulis menggunakan bingkai yang berasal dari perpaduan antara lingkaran serta kotak yang diambil dari bentuk arsitektur pagar pintu yang berkembang pada era *romanticism*.

B. Tipografi

Jenis tipografi yang digunakan pada visual desain kaos Kediri ini beragam, disesuaikan dengan gaya gambar *romanticism x Amano*. Font yang digunakan adalah gabungan font san serif dan font handwriting yang mendukung kesan yang diinginkan. Font handwriting digunakan pada judul dan font san serif digunakan pada isi paragraf yang berisi informasi.

Nama Font	Jenis Font	Contoh
Rounded Elegance	San Serif	Panjalu Jayati
Amalina	Handwriting	<i>Panjalu Jayati</i>
Pangram	San Serif	Panjalu Jayati
Jawadwipa	Dekoratif	panjalu jayati

C. Warna

Penentuan *pallette* warna disesuaikan dari warna pada penokohan wayang kulit pada cerita perang Bharatayudha yaitu dengan warna utama hitam, putih, merah, kuning. Dari empat warna tersebut akan diolah sesuai dengan pewarnaan pada wayang kulit sehingga menghasilkan warna lain. Warna putih mengendalikan warna merah dan biru dan warna kuning mengendalikan jingga dan hijau. Dalam kaitannya dengan sistem warna ini, Sunaryo (1996:42-48)

mengemukakan bahwa keempat arah tersebut juga menunjukkan logam-logam yaitu tembaga, emas, besi, dan perak pada arah selatan, barat, utara, dan timur yang berhubungan dengan merah, kuning, hitam, dan putih.



Gambar 5. 6 Pallette warna (sumber: Dewi, 2019)

D. Strategi Komunikasi

Tujuan komunikasi yang dilakukan adalah untuk memasarkan produk souvenir sekaligus mengenalkan sejarah dan budaya yang menjadi ciri khas Kabupaten Kediri khususnya tentang Jangka Jayabaya, pendekatan komunikasi disini disajikan dalam bentuk visual yang dimana mencoba untuk memberikan edukasi kepada para wisatawan yang berkunjung ke Kediri, dimana wisatawan tidak hanya menikmati namun juga ikut mengenal dan menghargai nilai – nilai sejarah serta budaya yang dimiliki oleh Kediri. Dengan begitu secara tidak langsung bisa dikatakan apabila souvenir dapat membantu mempromosikan Kabupaten Kediri.

5.3.4 Kriteria Kaos

A. Model

Model kaos yang digunakan dalam perancangan ini ada satu jenis, yaitu kaos oblong *Kattoen premium cotton 24s*. Disebut O-Neck karena bentuk

lubang lehernya yang menyerupai huruf “O”. Kaos O-Neck ini lebih nyaman dipakai dibandingkan dengan jenis lainnya dan netral, dapat dipakai oleh laki-laki maupun perempuan.



Gambar 5. 7 Kaos Oblong polos O-Neck

B. Ukuran

Berikut adalah ukuran kaos *unisex* yang dapat digunakan laki-laki maupun perempuan :

- **Lengan Pendek**

Ukuran	Dimensi (lebar x panjang)	Harga Retail	
		Putih	Warna
S	46cm x 67cm	Rp. 54,900	Rp. 59.900
M	48cm x 68cm	Rp. 54,900	Rp. 59.900
L	51cm x 71cm	Rp. 54,900	Rp. 59.900
XL	53cm x 72cm	Rp. 54,900	Rp. 59.900
XXL	57cm x 74cm	Rp. 59,900	Rp. 64.900

- **Lengan panjang**

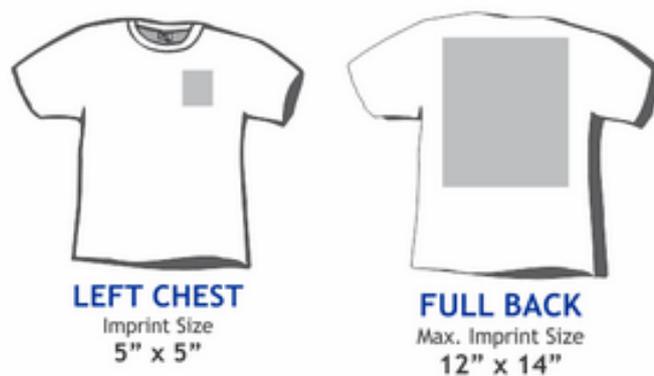
Ukuran	Dimensi (lebar x panjang)	Harga Retail	
		Putih	Warna
S	46cm x 67cm	Rp. 64,900	Rp. 69.900
M	48cm x 68cm	Rp. 64,900	Rp. 69.900

L	51cm x 71cm	Rp. 64,900	Rp. 69.900
XL	53cm x 72cm	Rp. 64,900	Rp. 69.900
XXL	57cm x 74cm	Rp. 69,900	Rp. 74.900

C. Layout/Tata Letak

Tata letak yang digunakan pada perancangan kaos Kediri ini terdiri dari 3 jenis:

1. *Left chest* dan *Full back*. Bagian depan kaos, judul konten terletak pada bagian kiri agar terkesan simple. Konten informasi diletakkan pada bagian belakang dengan tata letak full back yang berisi Ilustrasi dan informasi bersamaan.



Gambar 5. 8 *Left chest* dan *Full back*

2. *Full front*. Ilustrasi dan informasi berada pada bagian depan kaos, agar detail gambar dan informasi dapat terlihat dengan jelas.



Gambar 5. 9 *Full front*

D. Bahan/Material

Pemilihan bahan/material sangat mempengaruhi daya tarik seseorang untuk membeli. Oleh karena itu, bahan yang digunakan pada perancangan kaos Kediri ini adalah cotton combed 20's. Karakteristik dari bahan ini lebih awet daripada bahan katun biasa, tingkat penyusutan lebih rendah daripada bahan katun biasa, rib leher 2 cm menggunakan jahitan jarum tunggal, jahitan rata standar untuk area leher dan pundak, Tanpa jahitan samping. Bahan ini memiliki ketebalan sedang dimana tidak terlalu tipis dan juga tidak tebal.

E. Teknik Cetak

Teknik cetak menggunakan mesin print DTG (direct to garment). Hasil print dari teknik sablon DTG akan tercetak lebih halus dan juga tidak luntur karena memakai tinta khusus garment (kain). Selain itu mesin juga dapat mencetak gambar dengan tingkat kerumitan yang tinggi, cocok digunakan pada perancangan souvenir kaos Kediri karena memiliki visual dengan tingkat kerumitan yang tinggi.

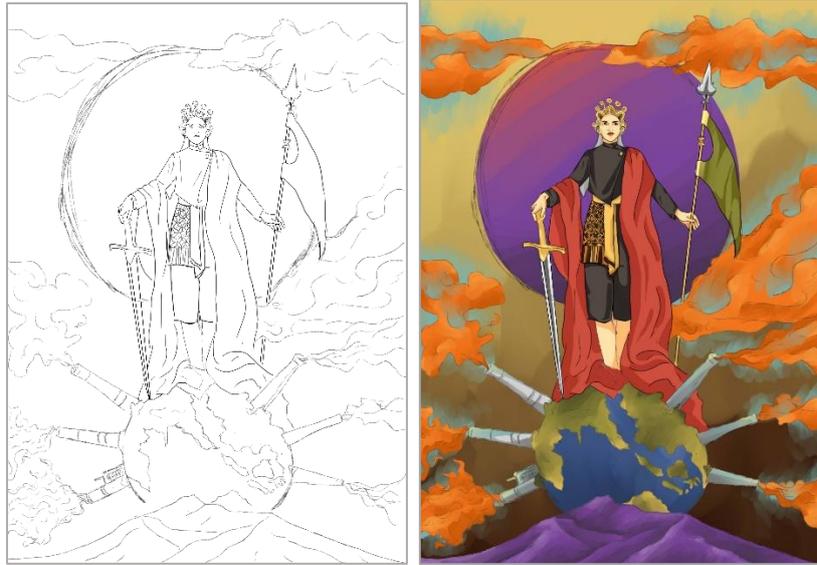
5.4 Proses Desain

Proses desain dilakukan adalah diawali dengan menentukan konten melalui proses sketsa, lalu selanjutnya dengan membuat outline, hingga proses digitalisasi.

5.4.1 Proses Sketsa, outline, dan digital

1. Ramalan Jayabaya Nomor 2

Ramalan Jayabaya nomor 2
“ Bumi saya suwe saya mengkeret, sekilan bumi dipajeki, jaran doyan sambel, kreta roda papat setugel. Wong wadon nganggo pakaian lanang, iki bakal yen nemoni wolak-walike jaman.”
Arti
Maksudnya adalah bumi semakin lama semakin kecil, dimana sejengkal tanah saja dikenai pajak, manusia pada berebut apapun, kereta roda empat yang hanya separuhnya. Seorang perempuan memakai pakaian laki-laki, ini semua akan ditemui ketika jaman sudah terbalik.



Jangka Jayabaya



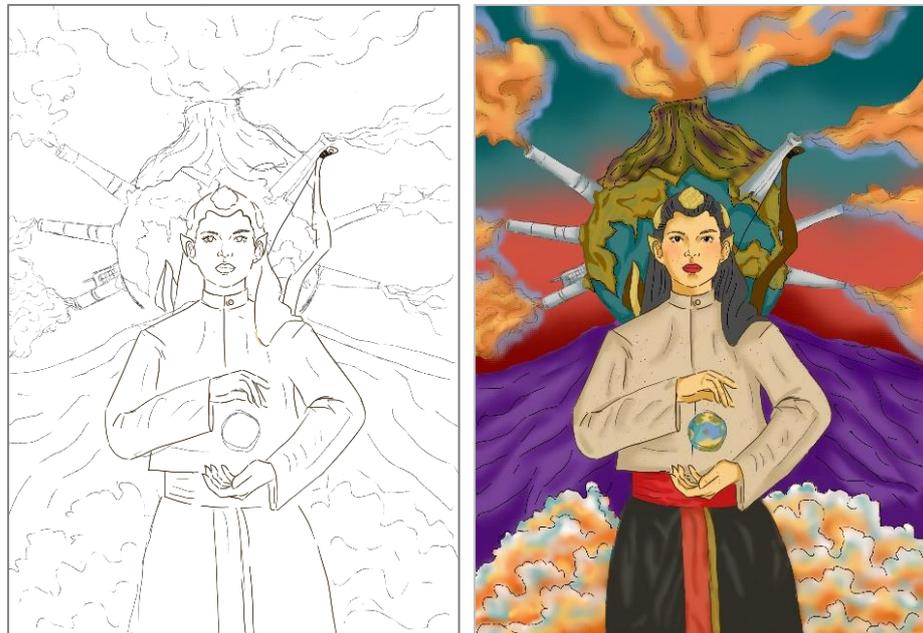
kediri
Kabupaten

Buri sora sora saya mengheer, ekkun buri diyaek, anu
saya sanyal, sora pada papah sruget Wong wadon ngaggo
patraen lantang, si baliu yek nemon, wawak, wawak, amek.

Gambar 5. 10 Varian desain Jangka 1 (sumber: Dewi, 2020)

Gambar diatas merupakan proses desain ilustrasi imajinatif dari isi ramalan Jayabaya nomor 2. Ilustrasi menggambarkan penggambaran menurut dari isi ramalan Jayabaya dimana dalam prediksinya tersebut mengungkapkan akan terjadinya penarikan pajak untuk segala hal serta banyaknya fenomena perempuan yang terlihat seperti lelaki. Proses desain pertama yang dilakukan

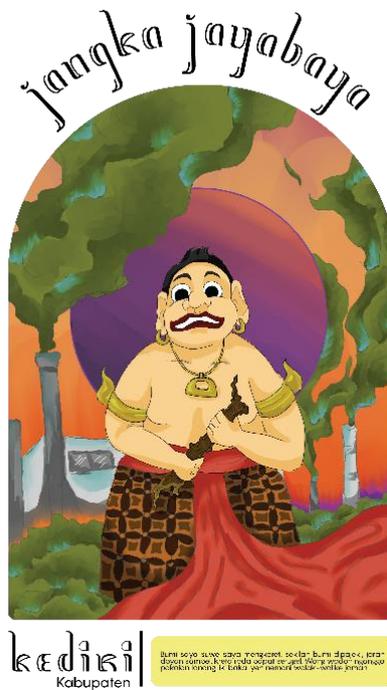
adalah membuat sketsa kasar, kemudian masuk proses digital dengan membuat outline gambar dari sketsa tersebut di aplikasi SAI, lalu dilanjutkan dengan pewarnaan secara digital pada gambar. Setelah itu proses pewarnaan selesai, ditambahkan tipografi menggunakan jenis font Dekoratif serta dibingkai membentuk jendela, bentuk bingkai tersebut diambil dari bentuk bingkai pintu pada bangunan arsitektur di masa romantisime. Selain itu terdapat tulisan Kediri yang menunjukkan nama daerah serta tulisan dari Jangka Jayabaya yang diangkat.





Gambar 5. 11 Varian desain Jangka 1 (sumber: Dewi, 2020)

Gambar diatas merupakan proses desain ilustrasi imajinatif dari isi ramalan Jayabaya nomor 2. Ilustrasi menggambarkan penggambaran menurut dari isi ramalan Jayabaya dimana dalam prediksinya tersebut mengungkapkan akan terjadinya penarikan pajak untuk segala hal serta banyaknya fenomena perempuan yang terlihat seperti lelaki. Proses desain pertama yang dilakukan adalah membuat sketsa kasar, kemudian masuk proses digital dengan membuat outline gambar dari sketsa tersebut di aplikasi SAI, lalu dilanjutkan dengan pewarnaan secara digital pada gambar. Setelah itu proses pewarnaan selesai, ditambahkan tipografi menggunakan jenis font Dekoratif serta dibingkai membentuk jendela, bentuk bingkai tersebut diambil dari bentuk bingkai pintu pada bangunan arsitektur di masa romantisime. Selain itu terdapat tulisan Kediri yang menunjukkan nama daerah serta tulisan dari Jangka Jayabaya yang diangkat.



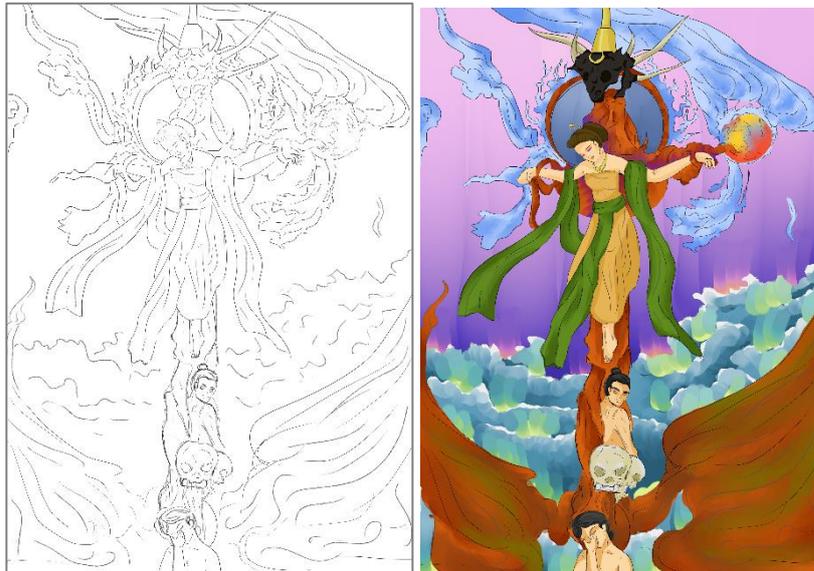
Gambar 5. 12 Varian desain Jangka 1 (sumber: Dewi, 2020)

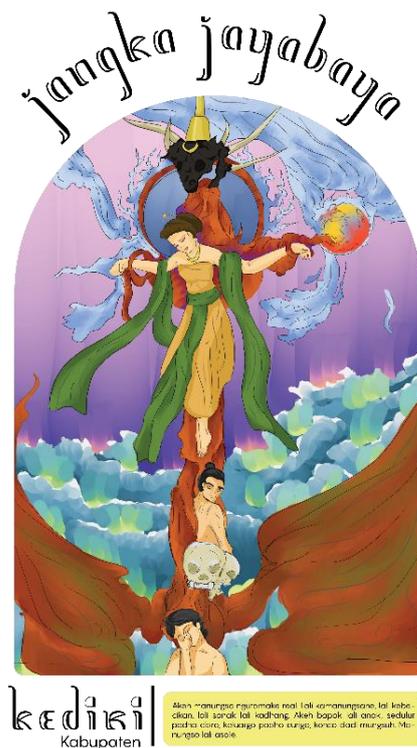
Gambar diatas merupakan proses desain ilustrasi imajinatif dari isi ramalan Jayabaya nomor 2. Ilustrasi menggambarkan penggambaran menurut dari isi ramalan Jayabaya dimana dalam prediksinya tersebut mengungkapkan akan terjadinya penarikan pajak untuk segala hal serta banyaknya fenomena perempuan yang terlihat seperti lelaki. Proses desain pertama yang dilakukan adalah membuat sketsa kasar, kemudian masuk proses digital dengan membuat outline gambar dari sketsa tersebut di apikasi

SAI, lalu dilanjutkan dengan pewarnaan secara digital pada gambar. Setelah itu proses pewarnaan selesai, ditambahkan tipografi menggunakan jenis font Dekoratif serta dibingkai membentuk jendela, bentuk bingkai tersebut diambil dari bentuk bingkai pintu pada bangunan arsitektur di masa romantisime. Selain itu terdapat tulisan Kediri yang menunjukkan nama daerah serta tulisan dari Jangka Jayabaya yang diangkat.

2. Ramalan Jayabaya Nomor 4

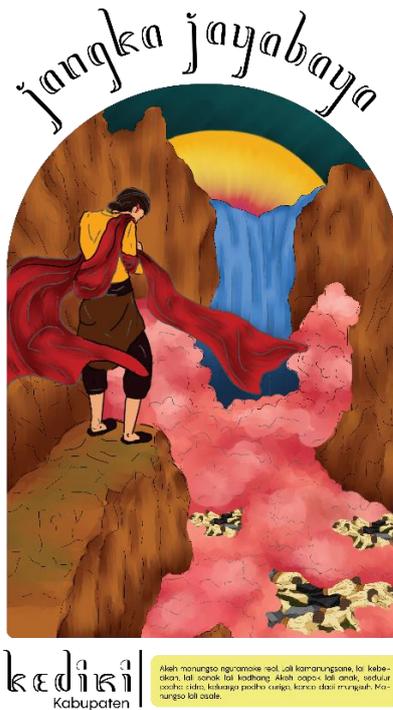
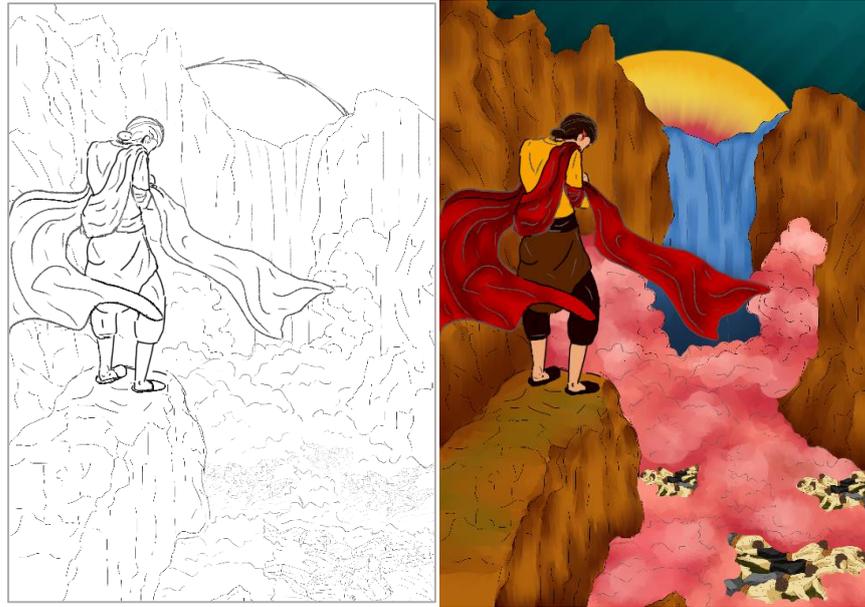
Ramalan Jayabaya nomor 4
“ Akeh manungso ngutamake real. Lali kamanungsane, lali kebecikan, lali sanak lali kadhang. Akeh bapak lali anak, sedulur podho cidro, keluarga podho curigo, konco dadi mungsuh. Manungso lali asale. “
Arti
Maksudnya adalah akan ada banyak manusia yang mengutamakan harta, melupakan jati dirinya sebagai manusia. Lupa akan kebaikan, lupa akan saudara serta lupa orang tua. Banyak ayah yang lupa dengan anaknya, bersaudara tapi saling menyakiti, masih keluarga tapi saling mencurigai, teman jadi lawan. Manusia lupa akan darimana asal usul mereka.





Gambar 5. 13 Varian desain Jangka 2 (sumber: Dewi, 2020)

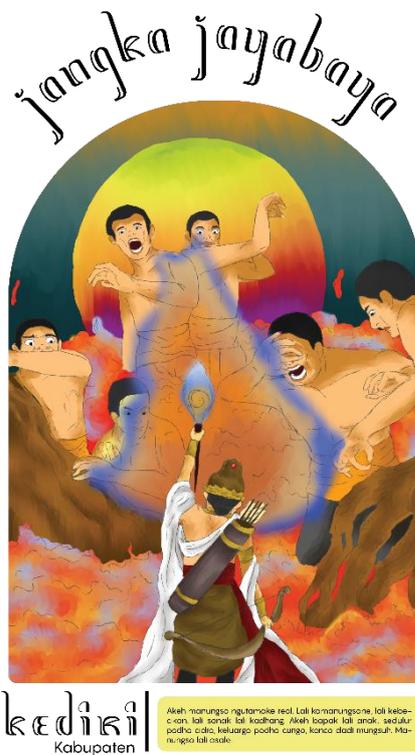
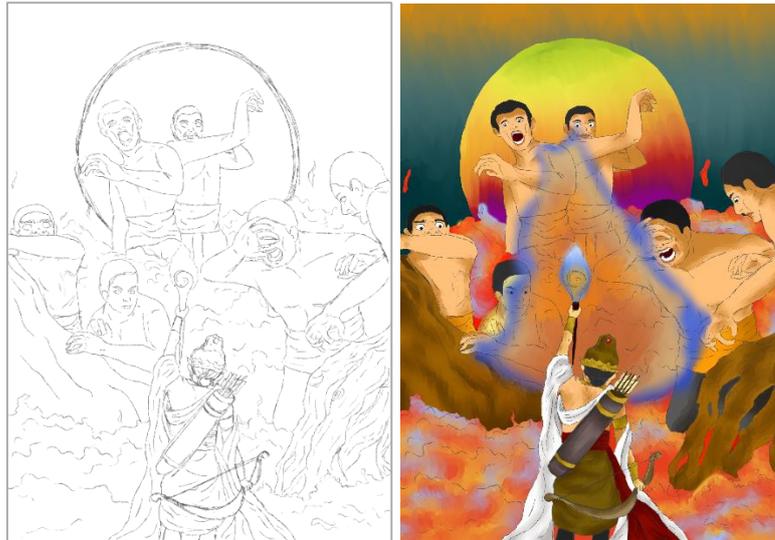
Gambar diatas merupakan proses desain ilustrasi imajinatif dari isi ramalan Jayabaya nomor 4. Ilustrasi menggambarkan penggambaran menurut dari isi ramalan Jayabaya dimana dalam prediksinya tersebut mengungkapkan akan terjadinya ketamakan, melupakan keluarga, hingga saling menyakiti antar manusia. Proses desain pertama yang dilakukan adalah membuat sketsa kasar, kemudian masuk proses digital dengan membuat outline gambar dari sketsa tersebut di aplikasi SAI, lalu dilanjutkan dengan pewarnaan secara digital pada gambar. Setelah itu proses pewarnaan selesai, ditambahkan tipografi menggunakan jenis font Dekoratif serta dibingkai membentuk jendela, bentuk bingkai tersebut diambil dari bentuk bingkai pintu pada bangunan arsitektur di masa romantisime. Selain itu terdapat tulisan Kediri yang menunjukkan nama daerah serta tulisan dari Jangka Jayabaya yang diangkat.



Gambar 5. 14 Varian desain Jangka 2 (sumber: Dewi, 2020)

Gambar diatas merupakan proses desain ilustrasi imajinatif dari isi ramalan Jayabaya nomor 4. Ilustrasi menggambarkan penggambaran menurut dari isi ramalan Jayabaya dimana dalam prediksinya tersebut mengungkapkan akan terjadinya ketamakan, melupakan keluarga, hingga saling menyakiti antar manusia. Proses desain pertama yang dilakukan adalah membuat sketsa kasar, kemudian masuk proses digital dengan membuat outline gambar dari sketsa

tersebut di aplikasi SAI, lalu dilanjutkan dengan pewarnaan secara digital pada gambar. Setelah itu proses pewarnaan selesai, ditambahkan tipografi menggunakan jenis font Dekoratif serta dibingkai membentuk jendela, bentuk bingkai tersebut diambil dari bentuk bingkai pintu pada bangunan arsitektur di masa romantisime. Selain itu terdapat tulisan Kediri yang menunjukkan nama daerah serta tulisan dari Jangka Jayabaya yang diangkat.

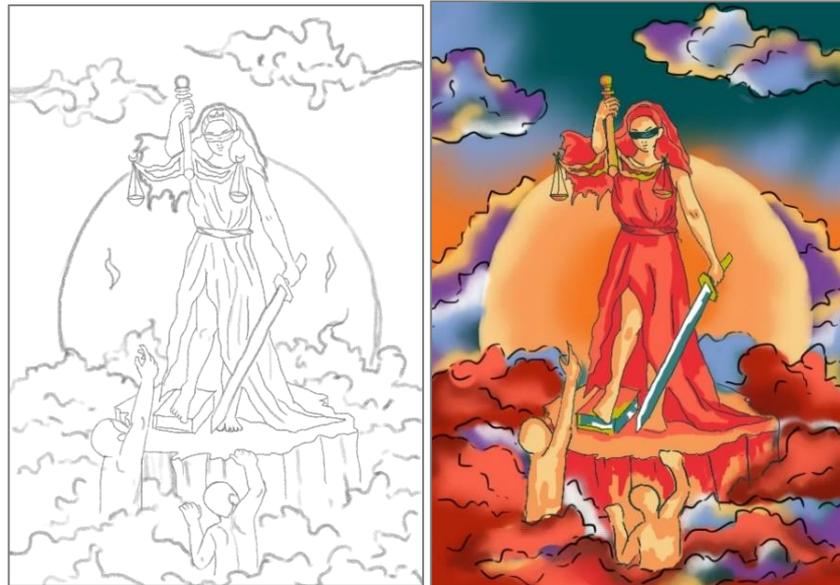


Gambar 5. 15 Varian desain Jangka 2 (sumber:Dewi, 2020)

Gambar diatas merupakan proses desain ilustrasi imajinatif dari isi ramalan Jayabaya nomor 4. Ilustrasi menggambarkan penggambaran menurut dari isi ramalan Jayabaya dimana dalam prediksinya tersebut mengungkapkan akan terjadinya ketamakan, melupakan keluarga, hingga saling menyakiti antar manusia. Proses desain pertama yang dilakukan adalah membuat sketsa kasar, kemudian masuk proses digital dengan membuat outline gambar dari sketsa tersebut di aplikasi SAI, lalu dilanjutkan dengan pewarnaan secara digital pada gambar. Setelah itu proses pewarnaan selesai, ditambahkan tipografi menggunakan jenis font Dekoratif serta dibingkai membentuk jendela, bentuk bingkai tersebut diambil dari bentuk bingkai pintu pada bangunan arsitektur di masa romantisime. Selain itu terdapat tulisan Kediri yang menunjukkan nama daerah serta tulisan dari Jangka Jayabaya yang diangkat.

3. Ramalan Jayabaya Nomor 5

Ramalan Jayabaya nomor 5
“ Ukuman Ratu ora adil. Akeh pangkat kang jahat jail. Klakuan podo ganjil, wong sing apik podho kepencil. Makaryo apik manungso isin, luwih utomo ngapusi “
Arti
Maksudnya adalah pada zaman sekarang ini banyak hukuman yang tidak adil, banyak orang yang mempunyai jabatan tetapi malah menyalah gunakan jabatannya untuk hal yang tidak baik. Banyak sekali tingkah laku yang mulai ganjil atau aneh, dimana manusia yang baik malah tersingkir. Banyak manusia yang malu bekerja yang jujur dan mendapatkan hasil sedikit, manusia lebih memilih untuk menipu tetapi mendapatkan hasil yang banyak.



Jangka Jayabaya



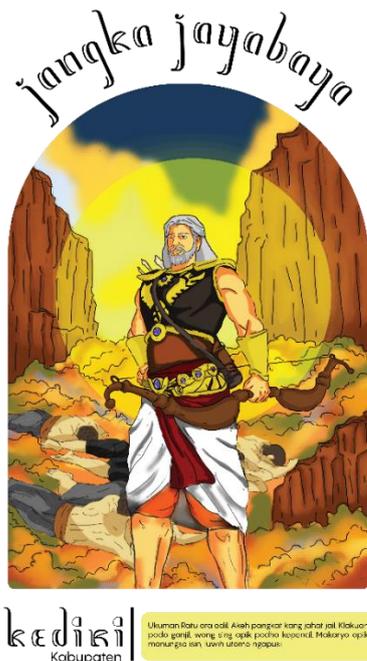
kediri
Kabupaten

Ukuman Ratu ora adil. Akeh pangkat kang jahar jal. Klakuan
pada gangg, wring ting apik pada kaperati. Makarya apik
manungsa lan kuthi utama ngapusi

Gambar 5. 16 Varian desain Jangka 3 (sumber: Dewi, 2020)

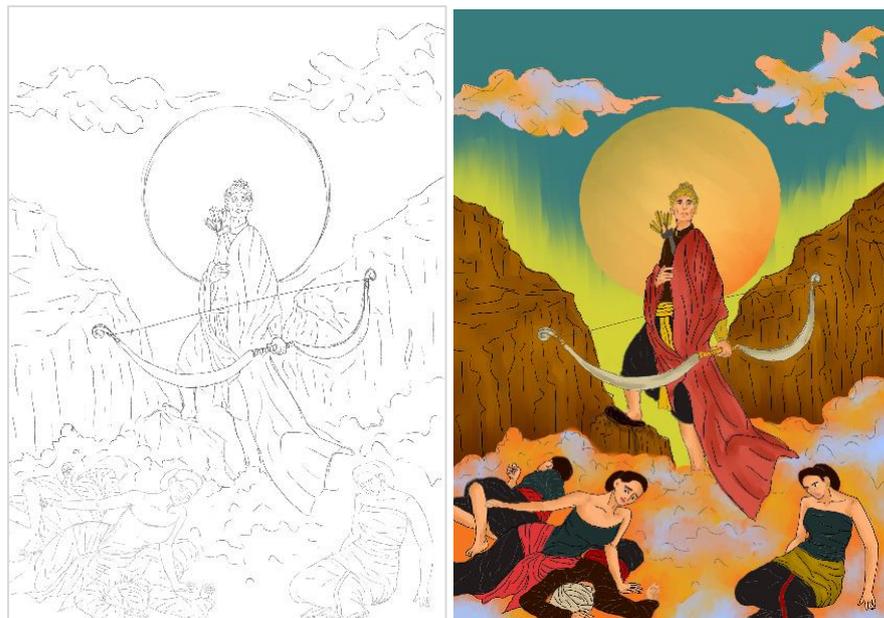
Gambar diatas merupakan proses desain ilustrasi imajinatif dari isi ramalan Jayabaya nomor 5. Ilustrasi menggambarkan penggambaran menurut dari isi ramalan Jayabaya dimana dalam prediksinya tersebut mengungkapkan akan terjadinya ketidakadilan dalam system hukum, dimana banyak orang yang melakukan hal-hal yang ganjil dan mulai banyak manusia yang memilih untuk menipu sesama manusia lainnya. Proses desain pertama yang dilakukan adalah

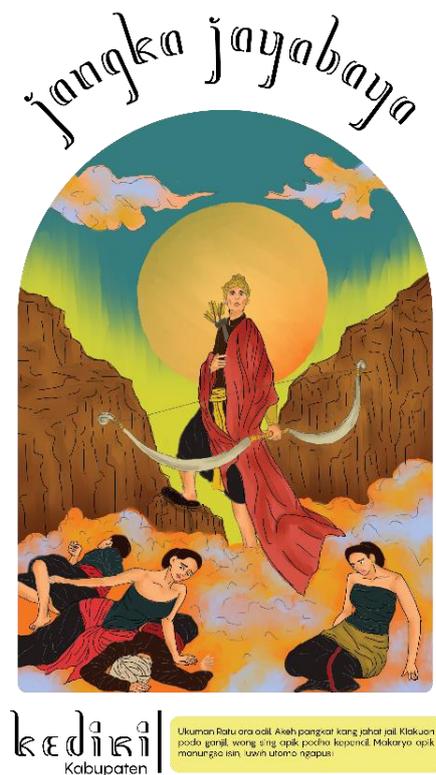
membuat sketsa kasar, kemudian masuk proses digital dengan membuat outline gambar dari sketsa tersebut di aplikasi SAI, lalu dilanjutkan dengan pewarnaan secara digital pada gambar. Setelah itu proses pewarnaan selesai, ditambahkan tipografi menggunakan jenis font Dekoratif serta dibingkai membentuk jendela, bentuk bingkai tersebut diambil dari bentuk bingkai pintu pada bangunan arsitektur di masa romantisime. Selain itu terdapat tulisan Kediri yang menunjukkan nama daerah serta tulisan dari Jangka Jayabaya yang diangkat.



Gambar 5. 17 Varian desain Jangka 3 (sumber: Dewi, 2020)

Gambar diatas merupakan proses desain ilustrasi imajinatif dari isi ramalan Jayabaya nomor 5. Ilustrasi menggambarkan penggambaran menurut dari isi ramalan Jayabaya dimana dalam prediksinya tersebut mengungkapkan akan terjadinya ketidakadilan dalam system hukum, dimana banyak orang yang melakukan hal-hal yang ganjil dan mulai banyak manusia yang memilih untuk menipu sesama manusia lainnya. Proses desain pertama yang dilakukan adalah membuat sketsa kasar, kemudian masuk proses digital dengan membuat outline gambar dari sketsa tersebut di aplikasi SAI, lalu dilanjutkan dengan pewarnaan secara digital pada gambar. Setelah itu proses pewarnaan selesai, ditambahkan tipografi menggunakan jenis font Dekoratif serta dibingkai membentuk jendela, bentuk bingkai tersebut diambil dari bentuk bingkai pintu pada bangunan arsitektur di masa romantisime. Selain itu terdapat tulisan Kediri yang menunjukkan nama daerah serta tulisan dari Jangka Jayabaya yang diangkat.



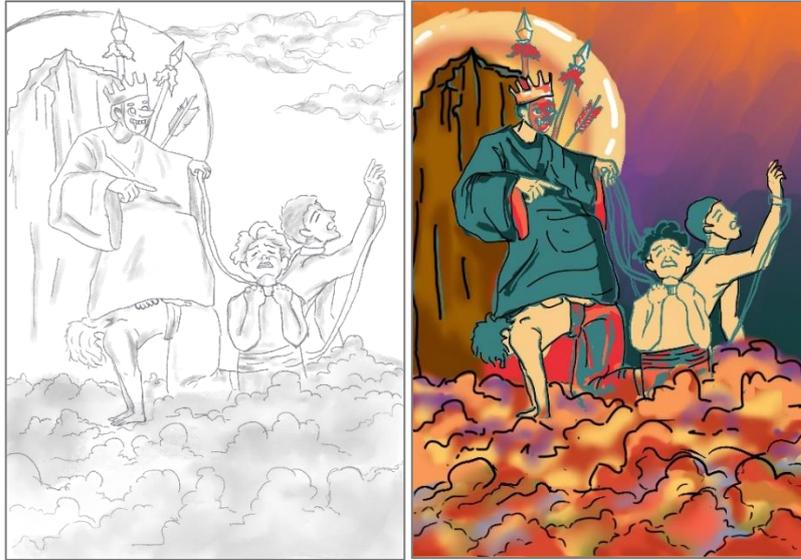


Gambar 5. 18 Varian desain Jangka 3 (sumber: Dewi, 2020)

Gambar diatas merupakan proses desain ilustrasi imajinatif dari isi ramalan Jayabaya nomor 5. Ilustrasi menggambarkan penggambaran menurut dari isi ramalan Jayabaya dimana dalam prediksinya tersebut mengungkapkan akan terjadinya ketidakadilan dalam system hukum, dimana banyak orang yang melakukan hal-hal yang ganjil dan mulai banyak manusia yang memilih untuk menipu sesama manusia lainnya. Proses desain pertama yang dilakukan adalah membuat sketsa kasar, kemudian masuk proses digital dengan membuat outline gambar dari sketsa tersebut di aplikasi SAI, lalu dilanjutkan dengan pewarnaan secara digital pada gambar. Setelah itu proses pewarnaan selesai, ditambahkan tipografi menggunakan jenis font Dekoratif serta dibingkai membentuk jendela, bentuk bingkai tersebut diambil dari bentuk bingkai pintu pada bangunan arsitektur di masa romantisime. Selain itu terdapat tulisan Kediri yang menunjukkan nama daerah serta tulisan dari Jangka Jayabaya yang diangkat.

4. Ramalan Jayabaya Nomor 6

Ramalan Jayabaya nomor 6
“ Wegah makaryo kepingin urip kaya Raja. Ngumbar nafsu angkara murka anggedekake duroko. Wong bener tenger-tenger, wong salah bungah-bungah. Wong apik di tampik, wong jahat mungguh pangkat. “
Arti
Maksudnya adalah banyak orang yang tidak mau bekerja keras tetapi ingin mempunyai kehidupan yang mewah. Mengumbar nafsu mendatangkan amarah sang Ilahi dan membuat kejahatan semakin besar. Orang yang benar malah memikirkan apa kesalahan yang sudah diperbuat, sedangkan orang yang salah malah merasa senang atas kesalahan yang diperbuatnya. Orang yang baik dia disingkirkan, sedangkan orang yang jahat di agung-agungkan dan mempunyai kuasa.



Jangka Jayabaya



kediri
Kabupaten

Wagèn makarya kepingan unip kaya Baya Ngambar maku angkara murka - angapadikaku duraku. Wong benar renger-renger, wong saah bungah-bungah. Wong apik di amalik, wong jahat munggan pangkat.

Gambar 5. 19 Varian desain Jangka 4 (sumber: Dewi, 2020)

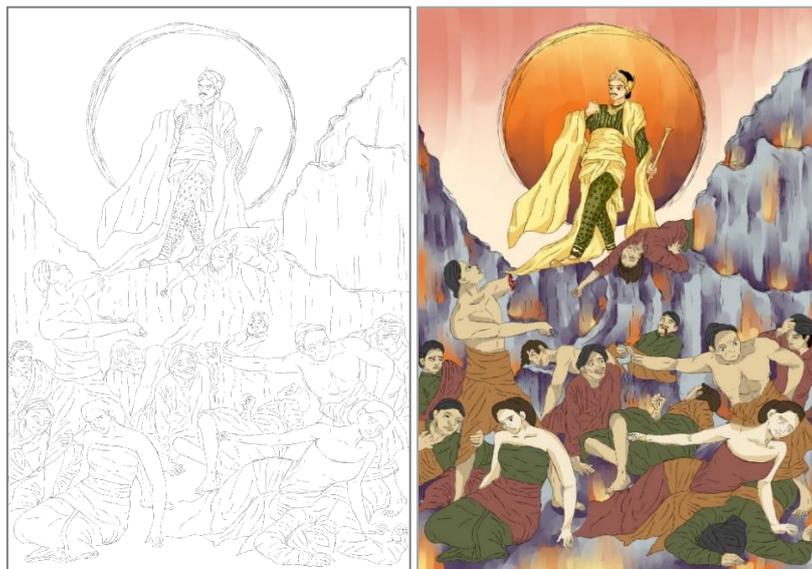
Gambar diatas merupakan proses desain ilustrasi imajinatif dari isi ramalan Jayabaya nomor 6. Ilustrasi menggambarkan penggambaran menurut dari isi ramalan Jayabaya dimana dalam prediksinya tersebut mengungkapkan akan terjadinya banyak orang yang tidak mau bekerja namun ingin hidup enak, banyak orang baik yang disalahkan, dan banyak orang yang melakukan

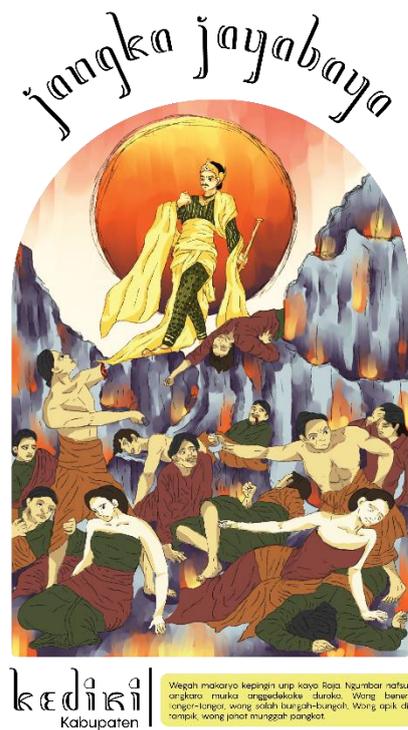
kejahatan merasakan kesenangan. Proses desain pertama yang dilakukan adalah membuat sketsa kasar, kemudian masuk proses digital dengan membuat outline gambar dari sketsa tersebut di aplikasi SAI, lalu dilanjutkan dengan pewarnaan secara digital pada gambar. Setelah itu proses pewarnaan selesai, ditambahkan tipografi menggunakan jenis font Dekoratif serta dibingkai membentuk jendela, bentuk bingkai tersebut diambil dari bentuk bingkai pintu pada bangunan arsitektur di masa romantisime. Selain itu terdapat tulisan Kediri yang menunjukkan nama daerah serta tulisan dari Jangka Jayabaya yang diangkat.



Gambar 5. 20 Varian desain Jangka 4 (sumber: Dewi, 2020)

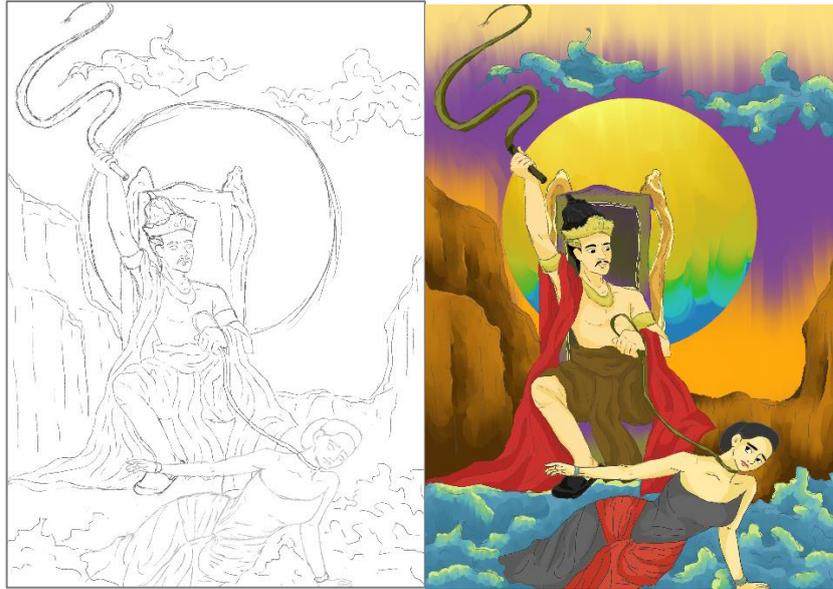
Gambar diatas merupakan proses desain ilustrasi imajinatif dari isi ramalan Jayabaya nomor 6. Ilustrasi menggambarkan penggambaran menurut dari isi ramalan Jayabaya dimana dalam prediksinya tersebut mengungkapkan akan terjadinya banyak orang yang tidak mau bekerja namun ingin hidup enak, banyak orang baik yang disalahkan, dan banyak orang yang melakukan kejahatan merasakan kesenangan. Proses desain pertama yang dilakukan adalah membuat sketsa kasar, kemudian masuk proses digital dengan membuat outline gambar dari sketsa tersebut di aplikasi SAI, lalu dilanjutkan dengan pewarnaan secara digital pada gambar. Setelah itu proses pewarnaan selesai, ditambahkan tipografi menggunakan jenis font Dekoratif serta dibingkai membentuk jendela, bentuk bingkai tersebut diambil dari bentuk bingkai pintu pada bangunan arsitektur di masa romantisime. Selain itu terdapat tulisan Kediri yang menunjukkan nama daerah serta tulisan dari Jangka Jayabaya yang diangkat.





Gambar 5. 21 Varian desain Jangka 4 (sumber: Dewi, 2020)

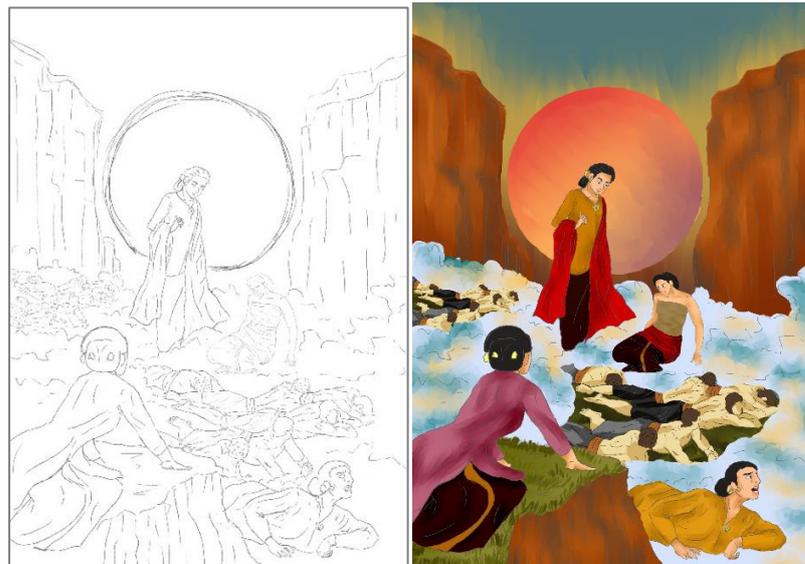
Gambar diatas merupakan proses desain ilustrasi imajinatif dari isi ramalan Jayabaya nomor 6. Ilustrasi menggambarkan penggambaran menurut dari isi ramalan Jayabaya dimana dalam prediksinya tersebut mengungkapkan akan terjadinya banyak orang yang tidak mau bekerja namun ingin hidup enak, banyak orang baik yang disalahkan, dan banyak orang yang melakukan kejahatan merasakan kesenangan. Proses desain pertama yang dilakukan adalah membuat sketsa kasar, kemudian masuk proses digital dengan membuat outline gambar dari sketsa tersebut di apikasi SAI, lalu dilanjutkan dengan pewarnaan secara digital pada gambar. Setelah itu proses pewarnaan selesai, ditambahkan tipografi menggunakan jenis font Dekoratif serta dibingkai membentuk jendela, bentuk bingkai tersebut diambil dari bentuk bingkai pintu pada bangunan arsitektur di masa romantisime. Selain itu terdapat tulisan Kediri yang menunjukkan nama daerah serta tulisan dari Jangka Jayabaya yang diangkat



Gambar 5. 22 Varian desain Jangka 4 (sumber: Dewi, 2020)

Gambar diatas merupakan proses desain ilustrasi imajinatif dari isi ramalan Jayabaya nomor 6. Ilustrasi menggambarkan penggambaran menurut dari isi ramalan Jayabaya dimana dalam prediksinya tersebut mengungkapkan akan terjadinya banyak orang yang tidak mau bekerja namun ingin hidup enak, banyak orang baik yang disalahkan, dan banyak orang yang melakukan kejahatan merasakan kesenangan. Proses desain pertama yang dilakukan adalah membuat

sketsa kasar, kemudian masuk proses digital dengan membuat outline gambar dari sketsa tersebut di aplikasi SAI, lalu dilanjutkan dengan pewarnaan secara digital pada gambar. Setelah itu proses pewarnaan selesai, ditambahkan tipografi menggunakan jenis font Dekoratif serta dibingkai membentuk jendela, bentuk bingkai tersebut diambil dari bentuk bingkai pintu pada bangunan arsitektur di masa romantisime. Selain itu terdapat tulisan Kediri yang menunjukkan nama daerah serta tulisan dari Jangka Jayabaya yang diangkat.

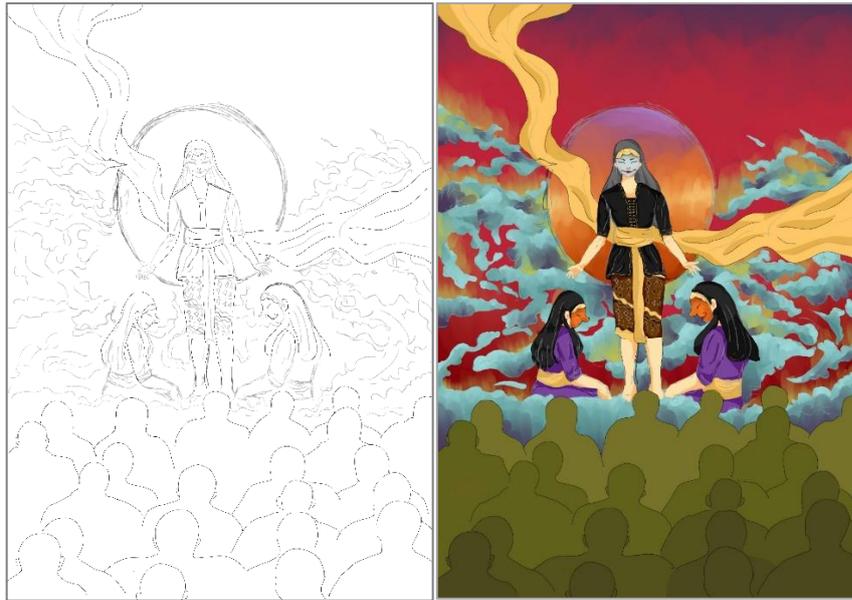


Gambar 5. 23 Varian desain Jangka 4 (sumber: Dewi, 2020)

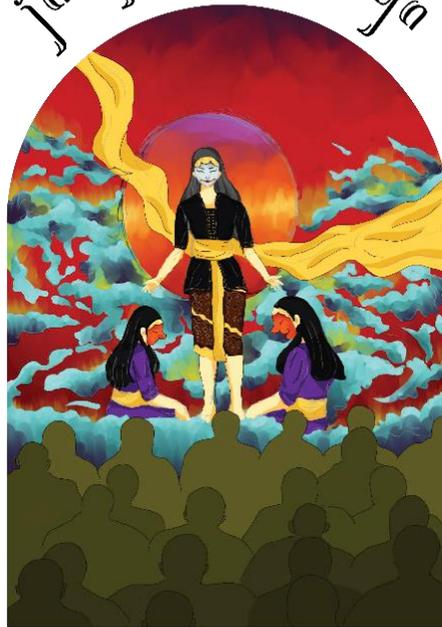
Gambar diatas merupakan proses desain ilustrasi imajinatif dari isi ramalan Jayabaya nomor 6. Ilustrasi menggambarkan penggambaran menurut dari isi ramalan Jayabaya dimana dalam prediksinya tersebut mengungkapkan akan terjadinya banyak orang yang tidak mau bekerja namun ingin hidup enak, banyak orang baik yang disalahkan, dan banyak orang yang melakukan kejahatan merasakan kesenangan. Proses desain pertama yang dilakukan adalah membuat sketsa kasar, kemudian masuk proses digital dengan membuat outline gambar dari sketsa tersebut di aplikasi SAI, lalu dilanjutkan dengan pewarnaan secara digital pada gambar. Setelah itu proses pewarnaan selesai, ditambahkan tipografi menggunakan jenis font Dekoratif serta dibingkai membentuk jendela, bentuk bingkai tersebut diambil dari bentuk bingkai pintu pada bangunan arsitektur di masa romantisime. Selain itu terdapat tulisan Kediri yang menunjukkan nama daerah serta tulisan dari Jangka Jayabaya yang diangkat.

5. Ramalan Jayabaya Nomor 8

Ramalan Jayabaya nomor 8
“Akeh jago tanpo bojo, wanito podho ora setiyo, laku sedheng bubah jare gagah. Akeh biyung adol anak, akeh wanito adol awak. Bojo ijol-ijolan jarene jempolan. “
Arti
Maksudnya adalah akan ada banyak laki-laki yang tidak mempunyai istri, perempuan banyak yang tidak setia. Orang yang melakukan hal yang menyimpang dikira gagah padahal itu adalah sesuatu yang membawa kehancuran. Banyak ibu yang menjual anaknya, banyak perempuan yang menjual diri. Tukar menukar istri menjadi sebuah kebanggaan.



Jangka Jayabaya



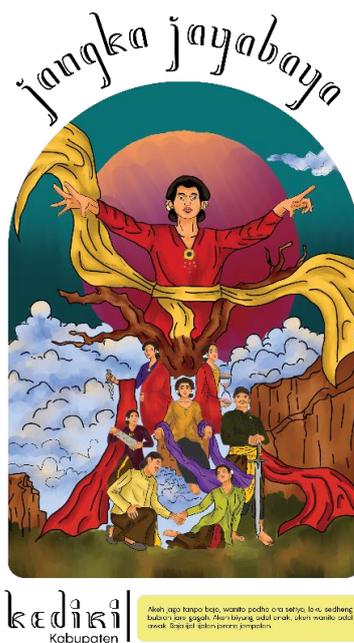
kediri
Kabupaten

Atah jago tanpa baju, wanita udha ora seliya, laku sechene bubrah jare gagah. Alen biyung adal anak, akheh wanita adal awak. Saja (al) apitan jarene jempakar.

Gambar 5. 24 Varian desain Jangka 5 (sumber: Dewi, 2020)

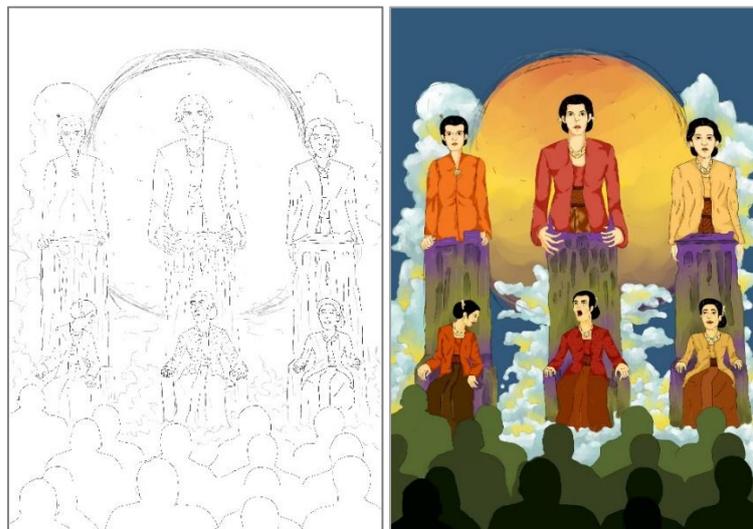
Gambar diatas merupakan proses desain ilustrasi imajinatif dari isi ramalan Jayabaya nomor 8. Ilustrasi menggambarkan penggambaran menurut dari isi ramalan Jayabaya dimana dalam prediksinya tersebut mengungkapkan akan terjadinya pria yang kehilangan istri-istri mereka, selain itu banyak

perempuan yang menjual anaknya, namun hal tersebut mengundang kehancuran. Proses desain pertama yang dilakukan adalah membuat sketsa kasar, kemudian masuk proses digital dengan membuat outline gambar dari sketsa tersebut di aplikasi SAI, lalu dilanjutkan dengan pewarnaan secara digital pada gambar. Setelah itu proses pewarnaan selesai, ditambahkan tipografi menggunakan jenis font Dekoratif serta dibingkai membentuk jendela, bentuk bingkai tersebut diambil dari bentuk bingkai pintu pada bangunan arsitektur di masa romantisime. Selain itu terdapat tulisan Kediri yang menunjukkan nama daerah serta tulisan dari Jangka Jayabaya yang diangkat.



Gambar 5. 25 Varian desain Jangka 5 (sumber: Dewi, 2020)

Gambar diatas merupakan proses desain ilustrasi imajinatif dari isi ramalan Jayabaya nomor 8. Ilustrasi menggambarkan penggambaran menurut dari isi ramalan Jayabaya dimana dalam prediksinya tersebut mengungkapkan akan terjadinya pria yang kehilangan istri-istri mereka, selain itu banyak perempuan yang menjual anaknya, namun hal tersebut mengundang kehancuran. Proses desain pertama yang dilakukan adalah membuat sketsa kasar, kemudian masuk proses digital dengan membuat outline gambar dari sketsa tersebut di aplikasi SAI, lalu dilanjutkan dengan pewarnaan secara digital pada gambar. Setelah itu proses pewarnaan selesai, ditambahkan tipografi menggunakan jenis font Dekoratif serta dibingkai membentuk jendela, bentuk bingkai tersebut diambil dari bentuk bingkai pintu pada bangunan arsitektur di masa romantisime. Selain itu terdapat tulisan Kediri yang menunjukkan nama daerah serta tulisan dari Jangka Jayabaya yang diangkat.



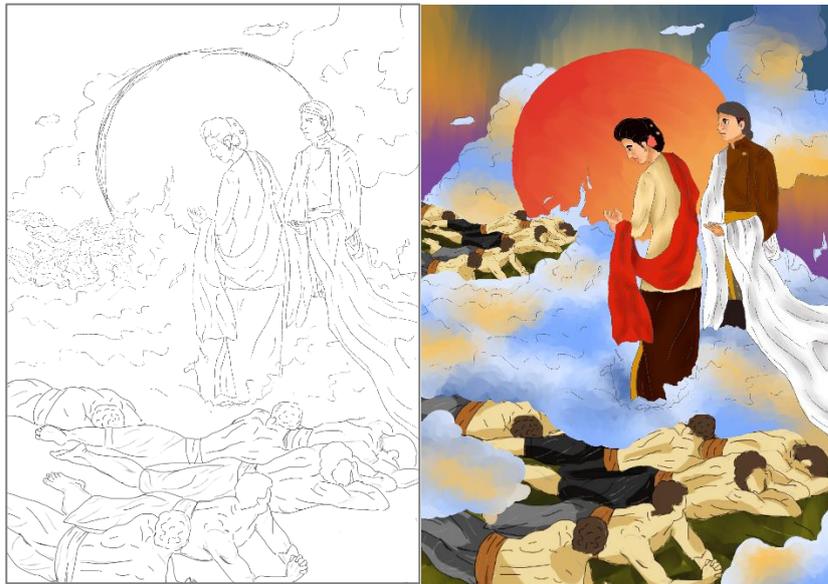


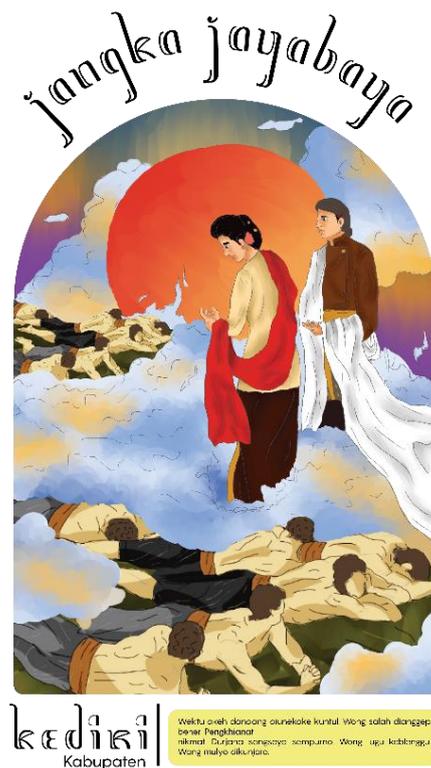
Gambar 5. 26 Varian desain Jangka 5 (sumber: Dewi, 2020)

Gambar diatas merupakan proses desain ilustrasi imajinatif dari isi ramalan Jayabaya nomor 8. Ilustrasi menggambarkan penggambaran menurut dari isi ramalan Jayabaya dimana dalam prediksinya tersebut mengungkapkan akan terjadinya pria yang kehilangan istri-istri mereka, selain itu banyak perempuan yang menjual anaknya, namun hal tersebut mengundang kehancuran. Proses desain pertama yang dilakukan adalah membuat sketsa kasar, kemudian masuk proses digital dengan membuat outline gambar dari sketsa tersebut di aplikasi SAI, lalu dilanjutkan dengan pewarnaan secara digital pada gambar. Setelah itu proses pewarnaan selesai, ditambahkan tipografi menggunakan jenis font Dekoratif serta dibingkai membentuk jendela, bentuk bingkai tersebut diambil dari bentuk bingkai pintu pada bangunan arsitektur di masa romantisime. Selain itu terdapat tulisan Kediri yang menunjukkan nama daerah serta tulisan dari Jangka Jayabaya yang diangkat.

6. Ramalan Jayabaya Nomor 14

Ramalan Jayabaya nomor 14
“ Wektu akeh dandang diunekake kuntul. Wong salah dianggep bener. Pengkhianat nikmat. Durjana sangsoyo sempurna. Wong lugu keblunggu. Wong mulyo dikunjoro.”
Arti
Maksudnya adalah bakal ada masa dimana kejahatan menjadi benar. Orang yang salah dia dianggap yang benar. Pengkhianat mendapatkan kenikmatan, kejahatan semakin terlihat sempurna. Orang yang polos, orang yang baik malah tidak dapat berbuat apa-apa, dan orang yang mulia seperti para tokoh agama malah dipenjara





Gambar 5. 27 Varian desain Jangka 6 (sumber: Dewi, 2020)

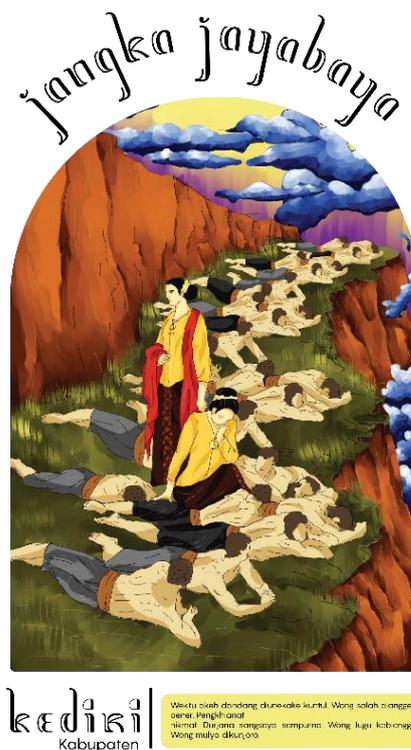
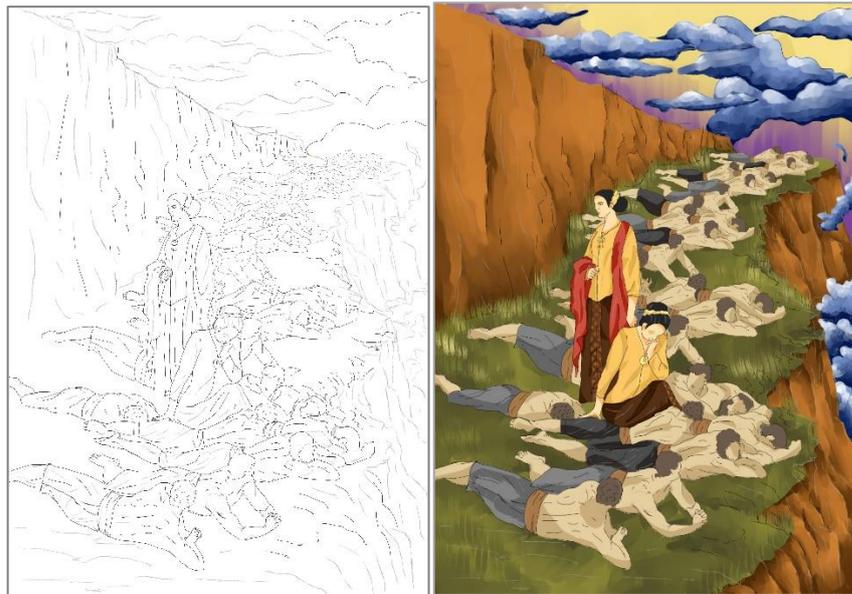
Gambar diatas merupakan proses desain ilustrasi imajinatif dari isi ramalan Jayabaya nomor 14. Ilustrasi menggambarkan penggambaran menurut dari isi ramalan Jayabaya dimana dalam prediksinya tersebut mengungkapkan akan terjadinya masa dimana kejahatan dianggap wajar, yang salah dianggap benar, yang jahat berkuasa, dan banyak pemuka agama yang dipenjara. Proses desain pertama yang dilakukan adalah membuat sketsa kasar, kemudian masuk proses digital dengan membuat outline gambar dari sketsa tersebut di apikasi SAI, lalu dilanjutkan dengan pewarnaan secara digital pada gambar. Setelah itu proses pewarnaan selesai, ditambahkan tipografi menggunakan jenis font Dekoratif serta dibingkai membentuk jendela, bentuk bingkai tersebut diambil dari bentuk bingkai pintu pada bangunan arsitektur di masa romantisime. Selain itu terdapat tulisan Kediri yang menunjukkan nama daerah serta tulisan dari Jangka Jayabaya yang diangkat.



Gambar 5. 28 Varian desain Jangka 6 (sumber: Dewi, 2020)

Gambar diatas merupakan proses desain ilustrasi imajinatif dari isi ramalan Jayabaya nomor 14. Ilustrasi menggambarkan penggambaran menurut dari isi ramalan Jayabaya dimana dalam prediksinya tersebut mengungkapkan akan terjadinya masa dimana kejahatan dianggap wajar, yang salah dianggap benar, yang jahat berkuasa, dan banyak pemuka agama yang dipenjara. Proses desain pertama yang dilakukan adalah membuat sketsa kasar, kemudian masuk proses digital dengan membuat outline gambar dari sketsa tersebut di aplikasi

SAI, lalu dilanjutkan dengan pewarnaan secara digital pada gambar. Setelah itu proses pewarnaan selesai, ditambahkan tipografi menggunakan jenis font Dekoratif serta dibingkai membentuk jendela, bentuk bingkai tersebut diambil dari bentuk bingkai pintu pada bangunan arsitektur di masa romantisime. Selain itu terdapat tulisan Kediri yang menunjukkan nama daerah serta tulisan dari Jangka Jayabaya yang diangkat.



Gambar 5. 29 Varian desain Jangka 6 (sumber: Dewi, 2020)

Gambar diatas merupakan proses desain ilustrasi imajinatif dari isi ramalan Jayabaya nomor 14. Ilustrasi menggambarkan penggambaran menurut dari isi ramalan Jayabaya dimana dalam prediksinya tersebut mengungkapkan akan terjadinya masa dimana kejahatan dianggap wajar, yang salah dianggap benar, yang jahat berkuasa, dan banyak pemuka agama yang dipenjara. Proses desain pertama yang dilakukan adalah membuat sketsa kasar, kemudian masuk proses digital dengan membuat outline gambar dari sketsa tersebut di aplikasi SAI, lalu dilanjutkan dengan pewarnaan secara digital pada gambar. Setelah itu proses pewarnaan selesai, ditambahkan tipografi menggunakan jenis font Dekoratif serta dibingkai membentuk jendela, bentuk bingkai tersebut diambil dari bentuk bingkai pintu pada bangunan arsitektur di masa romantisime. Selain itu terdapat tulisan Kediri yang menunjukkan nama daerah serta tulisan dari Jangka Jayabaya yang diangkat.

5.4.2 Implementasi Desain

A. Ramalan Jayabaya No. 2



Gambar 5. 30 Alternatif Desain Jangka no.2 (sumber: Dewi, 2020)



Gambar 5. 31 Alternatif Desain Jangka no.2 (sumber: Dewi, 2020)



Gambar 5. 32 Alternatif Desain Jangka no.2 (sumber: Dewi, 2020)

B. Ramalan Jayabaya Nomor 4



Gambar 5. 33 Alternatif Desain Jangka No.4 (sumber: Dewi, 2020)



Gambar 5. 34 Alternatif Desain Jangka No.4 (sumber: Dewi, 2020)



Gambar 5. 35 Alternatif Desain Jangka No.4 (sumber: Dewi, 2020)



Gambar 5. 36 Alternatif Desain Jangka No.4 (sumber: Dewi, 2020)

C. Ramalan Jayabaya Nomor 5



Gambar 5. 37 Alternatif Desain Jangka no.5 (sumber: Dewi, 2020)



Gambar 5. 38 Alternatif Desain Jangka no.5 (sumber: Dewi, 2020)



Gambar 5. 39 Alternatif Desain Jangka no.5 (sumber: Dewi, 2020)

D. Ramalan Jayabaya Nomor 6



Gambar 5. 40 Alternatif Desain Jangka No.6 (sumber: Dewi, 2020)



Gambar 5. 41 Alternatif Desain Jangka no.6 (sumber: Dewi, 2020)



Gambar 5. 42 Alternatif Desain Jangka no.6 (sumber: Dewi, 2020)



Gambar 5. 43 Alternatif Desain Jangka no.6 (sumber: Dewi, 2020)



Gambar 5. 44 Alternatif Desain Jangka no.6 (sumber: Dewi, 2020)



Gambar 5. 45 Alternatif Desain Jangka no.6 (sumber: Dewi, 2020)

E. Ramalan Jayabaya Nomor 8



Gambar 5. 46 Alternatif Desain Jangka no.8 (sumber: Dewi, 2020)



Gambar 5. 47 Alternatif Desain Jangka no.8 (sumber: Dewi, 2020)



Gambar 5. 48 Alternatif Desain Jangka no.8 (sumber: Dewi, 2020)

F. Ramalan Jayabaya Nomor 14



Gambar 5. 49 Alternatif Desain Jangka no.14 (sumber: Dewi, 2020)



Gambar 5. 50 Alternatif Desain Jangka no.14 (sumber: Dewi, 2020)



Gambar 5. 51 Alternatif Desain Jangka no.14 (sumber: Dewi, 2020)



Gambar 5. 52 Alternatif Desain Jangka no.14 (sumber: Dewi, 2020)

E. Varian Warna



Gambar 5. 53 Variasi warna kaos (sumber: Dewi, 2020)



Gambar 5. 54 Variasi warna kaos (sumber: Dewi, 2020)



Gambar 5. 55 Implementasi Desain (sumber: Dewi, 2020)



Gambar 5. 56 Impementasi pada Kaos (sumber: Dewi, 2020)

5.5 Konsep Bisnis dan Produksi

Setelah mendesain ilustrasi dan mengaplikasikannya pada kaos, kemudian dibutuhkan system bisnis dan produksi agar proses penjualan berjalan dengan lancar dan siap untuk dijual.

PRODUKSI	HARGA	PROMOSI
Tema Isi ramalan Jangka Jayabaya	Kaos polos lengan pendek Rp. 120.000	Online Website resmi dan Instagram
Gaya <i>Amano style</i>	Kaos polos lengan panjang Rp. 150.000	Offline Toko <i>merchandise</i> "Rasuk-an" daerah Jalan Hayam Wuruk, Kediri
Timing Desain baru keluar setiap 3 bulan	Kaos polos warna Rp. 130.000	

Bagan 5. 3 Konsep bisnis dan produksi (sumber: Dewi, 2020)

5.5.1 Mitra Produksi

Dalam proses pembuatan desain souvenir kaos Kabupaten Kediri ini dibutuhkan mitra/rekan kerja yang tepat agar produk yang dihasilkan sesuai dengan yang diharapkan.

1. Jasa sablon

Jasa sablon digunakan dalam proses produksi kemasan. Kemasan memiliki sablon logo brand pada bagian depannya.

2. Jasa *printing*

Sebelum memilih tempat *printing* kaos yang tepat, terlebih dahulu membandingkan harga dan kualitas *printing*. Pada perancangan souvenir kaos ini bermitra dengan produsen souvenir *printing* dengan mesin DTG untuk hasil yang maksimal.

5.5.2 Produksi dan Biaya

Berikut adalah rincian biaya produksi kaos :

No.	Keterangan	Detail	Jumlah	Harga	Harga Satuan	Jumlah
1	1 per kaos	Lengan Pendek	1 pcs	Rp. 54.900	Rp. 54.900	Rp. 54.900
2	Jasa printing DTG	<i>Full print</i>	1 pcs	Rp. 40.000	Rp. 40.000	Rp. 40.000
3	Kemasan	<i>Pouch</i>	10 pcs	Rp. 197.000	Rp. 19.700	Rp. 19.700
4	Tag	<i>Print</i>	100 pcs	Rp. 50.000	Rp. 500	Rp. 500
5	Label	<i>Print</i>	100 pcs	Rp. 50.000	Rp. 500	Rp. 500
TOTAL						Rp. 115.600

Tabel 5. 1 Biaya Satuan Kaos Polos Lengan Pendek DTG

No.	Keterangan	Detail	Jumlah	Harga	Harga Satuan	Jumlah
1	1 per kaos	Lengan Pendek	1 pcs	Rp. 64.900	Rp. 64.900	Rp. 64.900
2	Jasa printing DTG	<i>Full print</i>	1 pcs	Rp. 40.000	Rp. 40.000	Rp. 40.000
3	Kemasan	<i>Pouch</i>	10 pcs	Rp. 197.000	Rp. 19.700	Rp. 19.700
4	Tag	<i>Print</i>	100 pcs	Rp. 50.000	Rp. 500	Rp. 500
5	Label	<i>Print</i>	100 pcs	Rp. 50.000	Rp. 500	Rp. 500
TOTAL						Rp. 125.600

Tabel 5. 2 Biaya Satuan Kaos Polos Lengan Panjang DTG

No.	Keterangan	Detail	Jumlah	Harga	Harga Satuan	Jumlah
1	1 per kaos	Lengan Pendek	1 pcs	Rp. 59.900	Rp. 59.900	Rp. 59.900
2	Jasa printing DTG	<i>Full print</i>	1 pcs	Rp. 40.000	Rp. 40.000	Rp. 40.000

3	Kemasan	<i>Pouch</i>	10 pcs	Rp. 197.000	Rp. 19.700	Rp. 19.700
4	Tag	<i>Print</i>	100 pcs	Rp. 50.000	Rp. 500	Rp. 500
5	Label	<i>Print</i>	100 pcs	Rp. 50.000	Rp. 500	Rp. 500
TOTAL						Rp. 120.600

Tabel 5. 3 Biaya Satuan Kaos Polos Warna DTG

5.5.3 Media Pendukung

Selain produksi souvenir berbentuk kaos, sebuah produk akan memiliki value yang lebih dengan menambahkan media pendukung didalamnya. Contoh media pendukung dalam perancangan ini adalah:

1. Totebag

Totebag akan menjadi media pendukung pertama dalam perancangan souvenir kaos Kabupaten Kediri. *Totebag* dipilih karena dapat mengaplikasikan desain dan juga akan berguna untuk dipakai sehari-hari. *Totebag* ini didistribusikan secara bersamaan dengan media utama, yaitu souvenir kaos



Gambar 5. 57 Totebag (sumber: Dewi, 2020)

2. Katalog

Katalog adalah daftar koleksi untuk desain dari setiap konten ilustrasi dalam souvenir kaos Kabupaten Kediri. Daftar tersebut berbentuk buku, yang memuat informasi mengenai desain serta informasi tentang isi dari Jangka

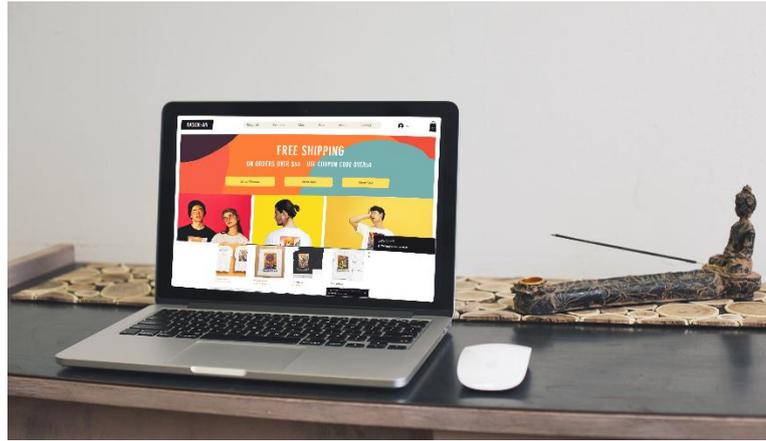
Jayabaya. Katalog ini didistribusikan melalui gerai resmi toko dan juga pada tempat-tempat pariwisata.



Gambar 5. 58 Katalog Rasukan (sumber: Dewi, 2020)

3. Website

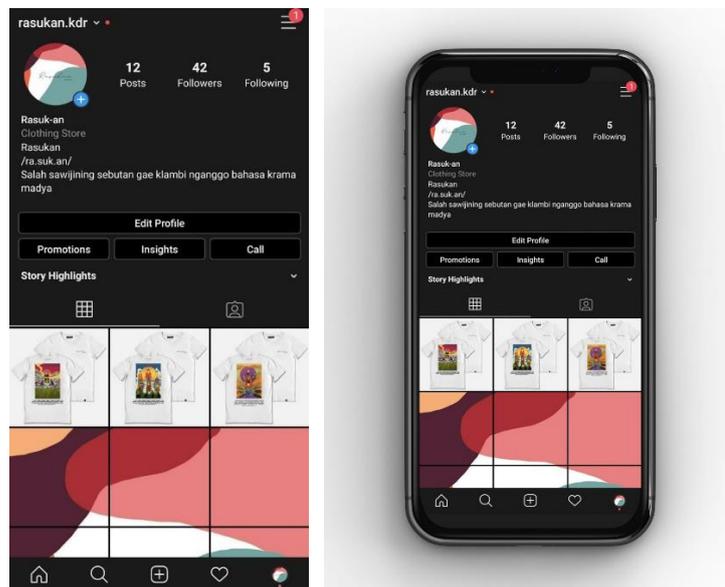
Media ini merupakan media online utama yang menampilkan informasi mengenai detail produk dari brand souvenir Kediri ini. Selain terdapat katalog, dalam media ini juga terdapat pelayanan pelanggan. Adanya media ini juga dapat meningkatkan kredibilitas brand sehingga konsumen lebih yakin dan percaya.



Gambar 5. 59 Website Rasukan (sumber: Dewi, 2020)

4. Sosial media

Sosial media yang digunakan adalah Instagram. Di masa modern ini, sosial media sangat berperan penting untuk mempromosikan produk sebuah usaha. Media ini dapat mengunggah foto maupun video sehingga dapat digunakan sebagai katalog online.



Gambar 5. 60 Sosial media IG (sumber: Dewi, 2020)

5.5.4 Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran dilakukan secara online dan offline.

1. Online

Pemasaran dengan cara online adalah hanya untuk mempromosikan produk dan menampilkan desain yang dipasarkan agar dilihat oleh masyarakat, tetapi tidak ada penjualan atau transaksi online. Produk souvenir kaos Kediri hanya bisa dibeli secara offline dan datang ke Kabupaten Kediri. Pemasaran online melalui media sosial Instagram dan website resmi.

2. Offline

Pemasaran secara offline adalah dengan bekerja sama dengan *guide tour* dan travel untuk mengajak tamu mengunjungi toko. Selain itu, ikut serta berkontribusi dalam kegiatan pariwisata sebagai bentuk promosi. *Store* utama berada di daerah Jl. Hayam Wuruk yaitu di wilayah strategis Kabupaten Kediri agar mudah ditemukan.

5.5.5 Kemasan



Gambar 5. 61 Kemasan Produk Kaos (sumber: Dewi, 2020)

Kemasan merupakan salah satu faktor penting dalam penjualan, kemasan dengan desain yang unik dan menarik memberikan nilai jual lebih dan mudah diingat oleh masyarakat. Kemasan pada souvenir pakaian memiliki kriteria yang sesuai dengan segmentasinya. Kemasan yang digunakan berbahan dasar kain

kanvas yang berbentuk pouch dengan ukuran 20 cm x 25cm dan terdapat logo pada bagian depannya. Bahan kain dipilih dengan tujuan untuk mengurangi sampah plastik, selain itu pouch tersebut juga sangat bermanfaat karena bisa digunakan kembali sebagai wadah penyimpanan barang di kemudian hari. Kemudian juga terdapat media pendukung kemasan seperti label pada kaos, label tag harga dan kartu ucapan terima kasih.



Gambar 5. 62 Label Tag (sumber: Dewi, 2020)

Halaman ini sengaja dikosongkan

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa “Perancangan Ilustrasi untuk Souvenir *T-Shirt* Kediri Dengan Tema *Folklore* Jangka Jayabaya” dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- Ilustrasi yang menggunakan gaya visual *romanticism x amano* pada kaos souvenir Kediri sangat menarik target audiens, sehingga berpotensi mempengaruhi masyarakat untuk ikut melestarikan folklor daerah.
- Adanya souvenir dengan gaya visual ilustrasi yang menarik mampu meningkatkan reputasi dan membangun kepercayaan target audiens sehingga tercermin citra positif.
- Hasil dari perancangan ini dapat memenuhi kebutuhan perkembangan pariwisata Kabupaten Kediri dengan memiliki *merchandise* berupa souvenir kaos yang menarik.

6.2 Saran

Berdasarkan dari proses yang telah dilalui, penulis mendapatkan beberapa masukan yang dapat digunakan untuk mengembangkan perancangan ini kedepannya:

- Kediri memiliki beragam potensi folklore serta objek wisata sejarah lainnya, seperti folklor Dewi Sekartaji yang dapat diangkat sebagai konten visual kedepannya.
- Model, bahan dan warna kaos ditambah agar lebih bervariasi. Konsep pemilihan warna kaos dapat merujuk pada kesesuaian warna kulit.
- Teknik sablon atau cetak dapat divariasikan lebih dari satu macam teknik sablon.
- Ditambahkan desain yang lebih sederhana sebagai variasi desain.
- *Layout* desain dapat disesuaikan dengan perkembangan gaya *fashion* terkini.
- Ditambahkan media alternatif lainnya seperti gantungan kunci, sandal, dan lain-lain.

Halaman ini sengaja dikosongkan

DAFTAR PUSTAKA

Robert G. Healy (1994) Tourist Merchandise' as a means of generating local benefits from ecotourism, *Journal of Sustainable Tourism*. Duke University, Durham, NS, 27707, USA:Routledge

Wheeler, Alina. 2009. *Designing brand identity an essential guide for the entire branding*. Publisher : John Wiley & Sons, Inc, Hoboken, New Jersey

Witabora Joneta (2012) Peran Dan Perkembangan Ilustrasi *Humaniora*, 3 (2), 659-667

Cullen, Cheryl Dangel, Cyr, Lisa L, and Hickey, Lisa (2007). *The Little Book of Big Prommotiond*. United Stated of America: Rockpot Publisher.

Swanson, K. Kristen (1994).*Souvenir Marketing In Tourism Retailing: Shopper and Retailer Perceptions*

https://caridokumen.com/queue/statistik-daerah-kabupaten-kediri-_5a46e9bcb7d7bc7b7a26e07f_pdf?queue_id=-1

Shim, A. Terence (2003). *Periklanan dan Promosi*, edisi 5, jilid 1 Komunikasi Pemasaran Terpadu. Jakarta: Erlangga

Suhartono, Ani Wijayanti. 2004. *Pentingnya Perilaku Konsumen dalam Menciptakan Iklan yang Efektif*. Surabaya: universitas Kristen Petra.

http://rri.co.id/surabaya/post/berita/472866/pariwisata/selama_liburan_jumlah_wisatawan_di_kediri_alami_lonjakan.html

<https://serupa.id/teori-warna/>

<http://dagadu.co.id/bantuan/tentang-dagadu-djokdja>

Soewarno, Hari Moch (2004) *Ramalan Joyoboyo versi Sabdo Palon*. Kediri

Suprana, J. (2009), *Naskah-Naskah Kompas Jaya Suprana*, Jakarta: Elex Media Komputindo, hlm. 12–14

Bohl, A. (1997), *Guide to Cartooning*, Gretna, LA: Pelican Publishing Company, hlm. 10–12

<https://serupa.id/perpaduan-warna/>

Hill, Will. (2005), *The Complete Typographer: A Manual for Designing with Type*, Page One Publishing Private Limited, Singapore.

Sanyoto, Sadjiman Ebdi. 2005. *Dasar-dasar Tata Rupa & Desain*. Yogyakarta: Arti Bumi Intaran.

Prawira, Sulasmi Darma. 1989. *Warna sebagai salah satu unsur seni & desain*. Jakarta: P2LPTK.

Art Insight: Art Timeline, Repositori Universitas Ball State. Diakses tanggal 03 Maret 2018. <http://www.bsu.edu/artinsight/media/timeline.pdf>

Romanticism, Repositori Universitas Hawaii. Diakses tanggal 03 Maret 2018. <http://www2.hawaii.edu/~freeman/courses/phil330/14.%20Romanticism.pdf>

<https://www.britannica.com/art/Romanticism>

Jurnal HISTORIA Volume 6, Nomor 2, Tahun 2018, ISSN 2337-4713 (e-ISSN 2442-8728) 391 SERAT JANGKA JAYABAYA RELASI SASTRA, SEJARAH DAN NASIONALISME.

LAMPIRAN

Tabel Periodisasi Sejarah Seni Dunia

Secara singkat periodisasi aliran seni rupa berarti gaya/style seni dari masa ke masa berdasarkan inskripsi yang terekam di sejarah seni rupa. Periodisasi tersebut dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Periode Seni	Tahun
Egyptian Art/ Seni Mesir Kuno	3000 – 350 SM
Greek Art/ Seni Yunani Kuno	900 – 30 SM
Roman Art/ Seni Roma	500 SM – 400
Chinese Art / Seni Cina	202 SM – 220
Pre-Columbia/ Pra Kolombia	900 – 1299
India	1200 – 1299
Romanesque	1000 – 1200
Gothic Art	1100 – 1300

Periode Seni	Tahun
China (Dinasti Ming)	1368 – 1643
Italian Renaissance/ Renaissans Itali	1400 – 1600
Northern Renaissance/ Renaissans Utara	1400 – 1600
Baroque	1600 – 1700
India (Pengaruh Islam)	1725 – 1775
Rococo	1700 – 1776
Oceania	Sekitar 1780-an
Neo Classicism	1780 – 1820
Romanticism/ Romantisisme	1800 – 1850
Oceania	1875 – 1970

Periode Seni	Tahun
Realism/ Realisme	1850 – 1900
Impressionism/ Impresionisme	1860 – 1886
Africa/ Afrika	1900 – 1950
Africa/ Afrika	1900 – 1999
Fauvism/ Fauvisme	1904 – 1908
Japan/ Jepang	1880 – 1920
Cubism/ Kubisme	1908 – 1914
Surrealism/ Surealisme	1921 – 1942
Abstract Expressionism/ Abstrak Ekspresionisme	1946 – 1960
Pop Art	1950 – 1960

Periode Seni	Tahun
Minimalism/ Minimalisme	1960 – 1970
Neo Expressionism	Sekitar 1980-an

Depth Interview

4. Hasil wawancara yang dilakukan kepada Dinas Pariwisata Kabupaten Kediri, Bapak Eko Priatno, S.s. bagian arkelog dan Ibu Lilik Sugiharti S,h. bagian pemasaran

Lokasi : Kantor Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kediri

Tanggal : 21 November 2018

Waktu : 15.30 – 16.30 WIB

Peralatan : Alat perekam suara

1.	Fokus Penelitian :
	Gambaran umum tentang sejarah Prabu Sri Aji Jayabaya
	Jenis Data :
	Deskripsi secara luas dan lengkap tentang Prabu Sri Aji Jayabaya
	Pertanyaan :
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana pendapat anda mengenai pariwisata sejarah di Kabupaten Kediri, khususnya tentang Prabu Sri Aji Jayabaya ? 2. Apa saja nilai-nilai yang diwariskan oleh Prabu Sri Aji Jayabaya dalam budaya masyarakat Kediri ?

	<p>3. Apakah barang peninggalan pada masa Prabu Sri Aji Jayabaya masih ada ?, baik berupa prasasti atau kitab ?</p>
	<p>Jawaban :</p>
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Baik, bidang pariwisata di dunia ada banyak dan setiap negara di dunia pasti mempunyai pariwisata unggulan. Di Indonesia sendiri kalau ingin memajukan pariwisata alamnya pasti kalah dengan Swiss dan China karena wisata alam disana jauh lebih bagus, untuk wisata buatan kita pasti kalah dengan Hongkong, Singapore, Amerika yang Disney Land. Dilihat dari kompetitor yang ada, bidang kepariwisataan Indonesia mempunyai keunggulan lebih kuat pada sektor budayanya, apabila kebudayaan kita dijual kita tidak akan kehabisan karena kita mempunyai banyak sekali budaya. Atas dasar keragaman budaya itu yang mendasari kita untuk mengembangkan sektor pariwisata dibidang kebudayaan. 2. Souvenir itu sangat luas, bisa kaos, pin, gantungan kunci, bisa hiasan, dan sebagainya. Apakah sudah maksimal ?, nah mungkin belum karena itu semua butuh proses, mungkin yang sudah ada seperti kaos, kaos kita sekarang sudah mulai menjual dengan ilustrasi berupa barong, caplok, dan jaranan karena itu mungkin orang-orang mulai tidak malu lagi memakai kaos dengan gambar tersebut karena itu mendakan bahwa budaya itu mulai diterima di kalangan masyarakat. Kalau dulu masyarakat tidak mau memakai kaos bergambarkan jaranan karena

	<p>stigma masyarakat mengenai jaranan itu buruk. Untuk souvenir yang lain ada dalam bentuk wayang krucil, ganongan, dan itu banyak sekali.</p> <p>3. Peninggalan pada masa Jayabaya dapat ditemui dalam kitab buatan Mpu Sedah dan Mpu Panuluh yakni Kitab Musasar, Kitab Bharatayudha. Kitab-kitab itu sekarang berada dimana ?, bisa dibbilang kitab-kitab itu sekarang berada di Belanda yang dimana kita tahu bahwa mereka menjajah kita selama beberapa abad sehingga barang-barang seperti kitab-kitab pada masa Jayabaya dibawa kesana. Selain itu ada prasasti Hantang yang di temukan di desa Ngantang, Malang. Sekarang posisi prasasti ini ada dimonumen nasional di Jakarta sana, dari sini kita tahu bahwa tokoh Sri Aji Jayabaya ini adalah tokoh nyata yang keberadannya bisa dipertanggung jawabkan secara keilmuan.</p>
2.	<p>Fokus Penelitian</p> <p>Gambaran umum tentang jumlah wisatawan ke Kabupaten Kediri</p> <p>Jenis Data</p> <p>Deskripsi secara luas dan lengkap tentang jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kediri</p> <p>Pertanyaan</p> <p>4. Berapakah jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Kediri dalam kurun waktu 5 tahun terakhir ?</p> <p>5. Apakah sudah tersedia souvenir yang merepresentasikan Kabupaten Kediri khususnya souvenir kaos ?</p> <p>6. Apakah banyak wisatawan yang mengunjungi tempat wisata yang masih berkaitan dengan sejarah Prabu Sri Aji Jayabaya ?</p> <p>Jawaban</p>

	<p>4. Jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Kediri cukup banyak, dilihat dari jumlah wisatawan yang tercatat di dinas pariwisata. Tetapi di luar itu masih banyak lagi jumlah wisatawan yang berkunjung kesini.</p> <p>5. Sudah ada, kita punya beberapa souvenir yang ditawarkan kepada wisatawan. Berupa kaos yang dikeluarkan oleh dinas pariwisata dengan rentang harga 40 ribu sampai 85 ribu, itu dilihat dari bahan yang digunakan dan kualitas sablonnya juga. Selain kaos masih ada gantungan kunci, pin, topi, totebag dan wayang kecil. Barang-barang tersebut bisa dibeli di toko dan pusat oleh-oleh seperti di GTT Pusat Oleh dan di Tourism Informasi Centre (TIC) di SLG</p> <p>6. Untuk wisatawan yang berkunjung ke tempat petilasan Sri Aji Jayabaya dalam kurun waktu 5 tahun kemarin cukup banyak total jumlah wisatwawan yang berkunjung kesana ada 121.451 orang, baik yang dari masyarakat lokal hingga warga dari mancanegara.</p>
--	---

5. Hasil wawancara yang dilakukan kepada Pakar Budaya Wayang Krucil

Kediri, Bapak KRT. Harjito Mudho Darsono

Lokasi : Dusun Maron, Desa Senden, Kec. Kayen Kidul, Kab. Kediri

Tanggal : 21 Januari 2019

Waktu : 15.00 – 17.00 WIB

Peralatan : Alat perekam suara

1.	Fokus Penelitian :
	Jangka Sri Aji Jayabaya
	Jenis Data :
	Deskripsi mengenai Jangka Sri Aji Jayabaya

	<p>Pertanyaan :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana sejarah mengenai Sri Aji Jayabaya ? 2. Apa perbedaan dari Jangka Sri Aji Jayabaya versi Sabdo Palon dengan versi Kitab Musarar ?
	<p>Jawaban :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kalau membahas tentang asal usul Sri Aji Jayabaya saya sarankan jangan, soalnya asal usul mengenai beliau itu terlalu berat untuk ukuran mahasiswa dan untuk dibahas dalam skripsi. Kalau mau mengangkat Jangka Jayabayanya itu tidak apa-apa, kenapa saya tidak memperbolehkan itu karena bekas Kerajaan Kediri apa masih ada dan apa ada yang tau dimana letaknya ?, kan tidak ada yang tau dimana letak pastinya Kerajaan Kediri itu pernah berdiri. Seperti namanya Kediri = kembali dalam diri sendiri. Jadi lebih baik untuk skripsi, ambil Jangka Jayabaya nya saja. 2. Bedanya yaitu kalau versi Kitab Musarar itu seperti menjunjung sang raja karena pada saat itu masyarakat Kediri sangat menghormati raja mereka, dan pada saat itu masyarakat Kediri di bagian pusat kerajaan belum banyak yang memeluk agama Islam. Dengan dibuatnya Jangka jayabaya yang dimana didalam Jangka tersebut seolah-olah menyanjung raja mereka, sehingga mereka mau untuk menerima dan memeluk agama Islam. Kalau versi Sabdo Palon ini berisi tentang kisah masuknya Islam dan penolakan oleh Sabdo palon Naryo Genggong. Untuk yang ini saya tidak bisa memberitahu lebih lanjut, karena didalam versi tersebut terdapat rahasia yng bila terungkap bisa membuat keributan banyak kalangan.

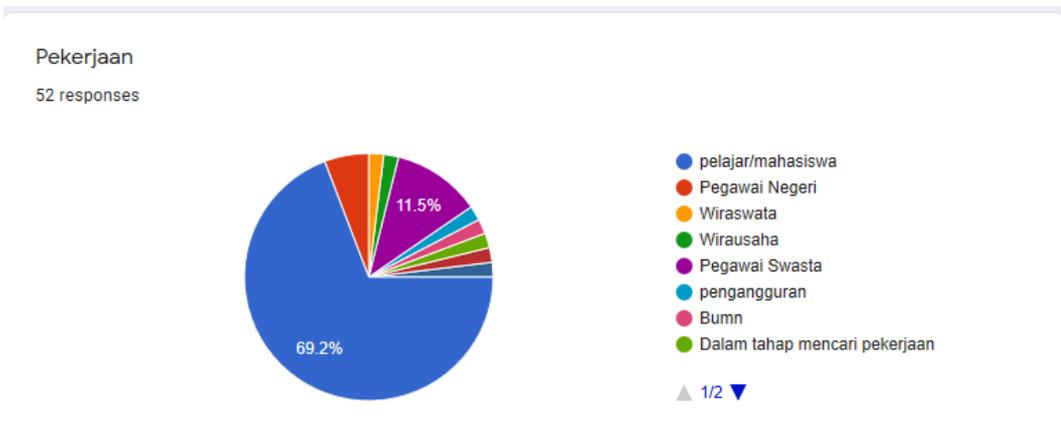
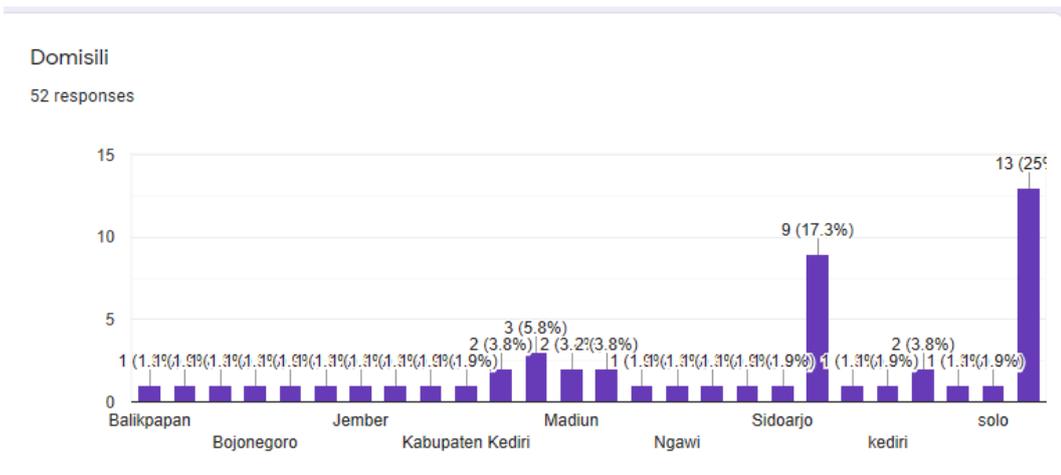
6. Hasil wawancara yang dilakukan kepada Pakar Desain, Bapak Prof. Rudi Irawanto, S.PD, M.Sn Dosen DKV dan Dosen Budaya di Universitas Negeri Malang

Lokasi : Dusun Maron, Desa Senden, Kec. Kayen Kidul, Kab. Kediri
 Tanggal : 2 September 2019
 Waktu : 10.00 – 12.00 WIB
 Peralatan : Alat perekam suara

1.	Fokus Penelitian :
	Jangka Sri Aji Jayabaya
	Jenis Data :
	Deskripsi mengenai Jangka Sri Aji Jayabaya
	Pertanyaan :
	1. Bagaimana sejarah mengenai Jangka Sri Aji Jayabaya ? 2. Apa perbedaan dari Jangka Sri Aji Jayabaya versi Kitab Musarar dengan versi Asli?
	Jawaban :
1. Jangka Jayabaya sendiri muncul pada perang Diponegoro, dimana pada saat itu rakyat mempercayai bahwa masa kejayaan pada pemerintahan Prabu Jayabaya dapat mereka capai kembali. Jadi Jangka Jayabaya pada masa itu ibarat seperti kisah yang gemilang sehingga rakyat ingin untuk mengulang lagi masa kejayaan tersebut. Secara tidak langsung Jangka Jayabaya ini berisi tentang beberapa kejadian yang sudah pernah terjadi dimasa lampau dan menjadi pemacu semangat pada masa perang Diponegoro saat itu untuk mewujudkan masa kejayaan tanah Jawa lagi.	
2. Perbedaannya adalah kitab yang Jangka Jayabaya sekarang ini adalah kitab yang ditulis berdasarkan kitab musarar dimana kitab musrar ini mengandung isi tentang ajaran agama islam. Dimana pada saat itu merupakan masa penyebaran agama Islam yang dilakukan oleh wali songo. Untuk kitab Jayabaya yang asli isinya sangat berbeda dengan serat Jayabaya yang tersebar luas saat ini, dimana pada Jangka Jayabaya yang asli isinya mengandung nilai- nilai kehidupan	

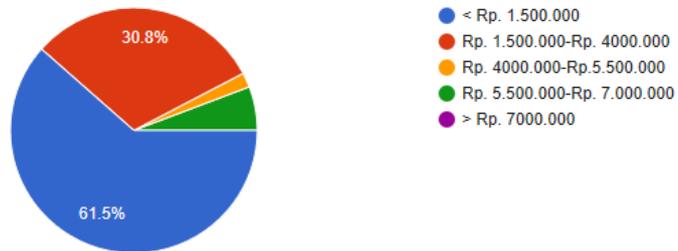
yang luhur dan tidak seperti Jangka Jayabaya yang kita ketahui saat ini. Kalau mau mengangkat Jangka Jayabaya, lebih baik memakai Jangka Jayabaya yang sudah diketahui oleh banyak orang.

Kuisisioner



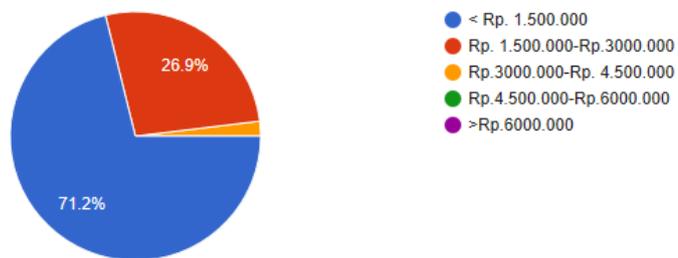
Pemasukan per bulan

52 responses



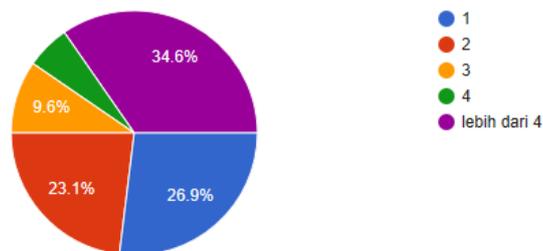
Pegeluaran per bulan

52 responses



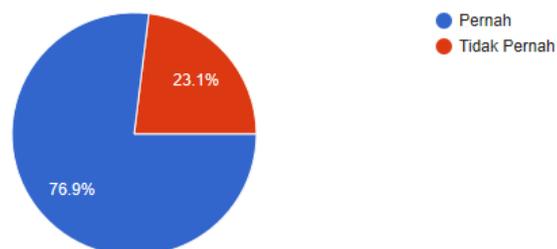
Berapa sekali dalam setahun Anda berkunjung ke luar kota ?

52 responses



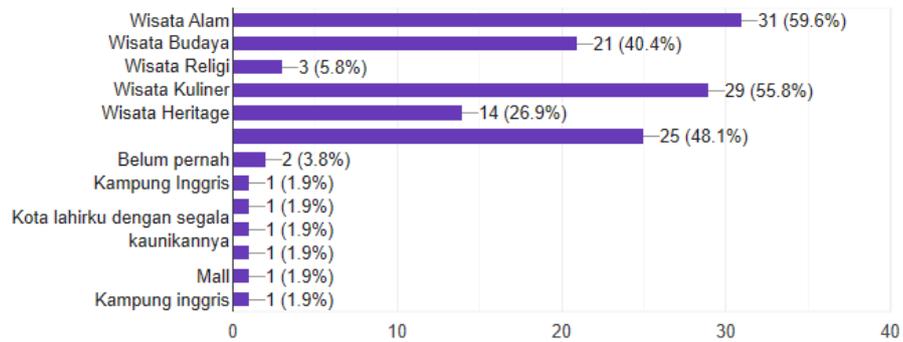
Pernahkan Anda berkunjung ke Kediri ?

52 responses



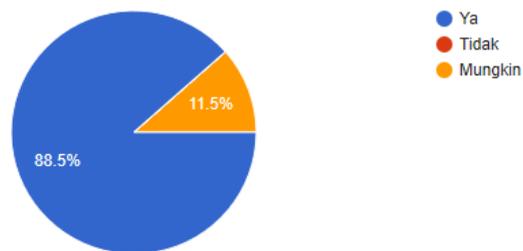
Apa yang membuat Anda tertarik dengan Kediri ? (Bisa pilih lebih dari 1)

52 responses



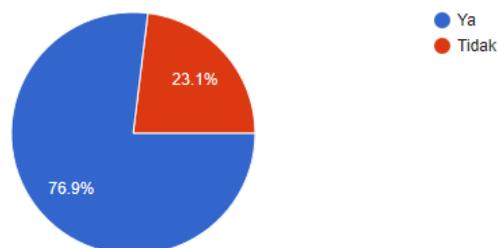
Menurut Anda apakah penting kebutuhan souvenir bagi sebuah daerah ?

52 responses



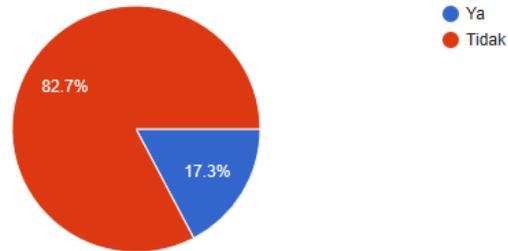
Apakah Anda termasuk seseorang yang gemar membeli souvenir dari suatu daerah ?

52 responses



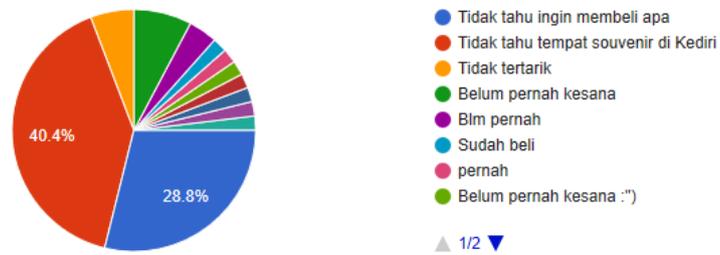
Pernahkah Anda membeli souvenir Kabupaten Kediri ?

52 responses



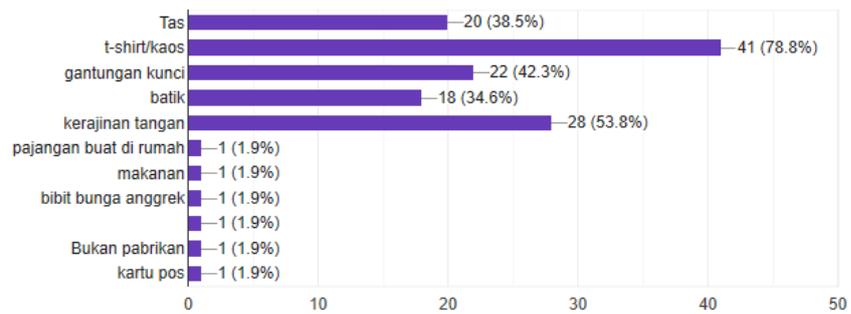
Jika belum, mengapa Anda belum pernah membeli souvenir kabupaten Kediri ?

52 responses



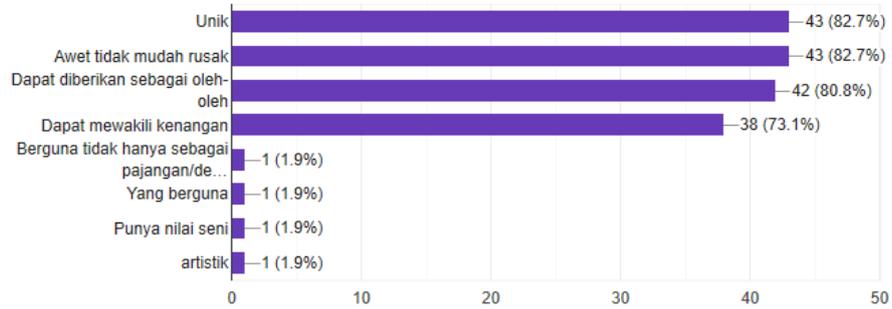
Jenis souvenir apakah yang menarik bagi Anda ? (Bisa memilih lebih dari 1)

52 responses



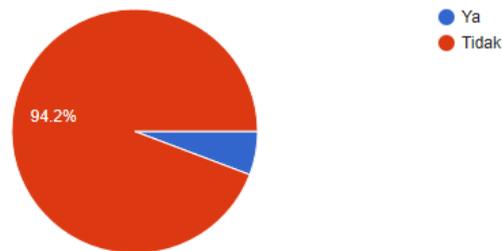
Souvenir apa yang Anda inginkan ?

52 responses



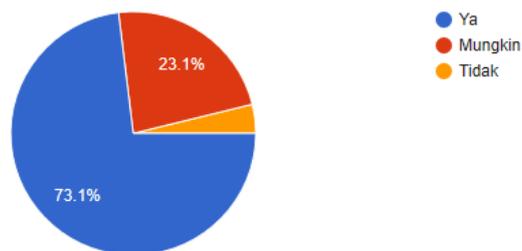
Apakah Anda tahu souvenir Kediri yang mengangkat Jangka Jayabaya ?

52 responses



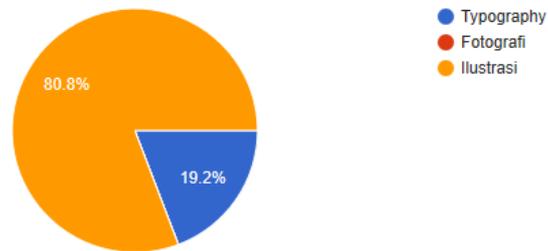
Apakah Anda tertarik souvenir dalam bentuk kaos ?

52 responses



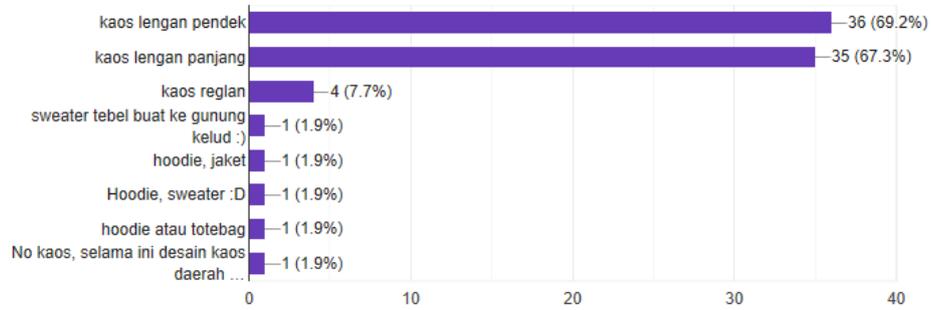
Desain souvenir pakaian apa yang Anda sukai ?

52 responses



Produk kaos seperti apa yang Anda inginkan ?

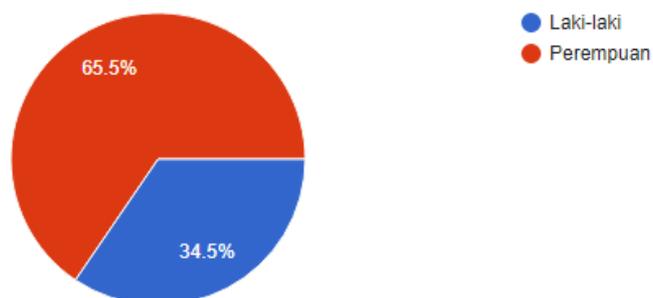
52 responses



Kuisisioner post test

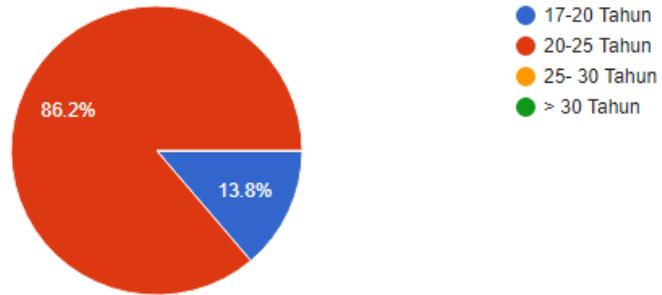
Jenis Kelamin

58 responses



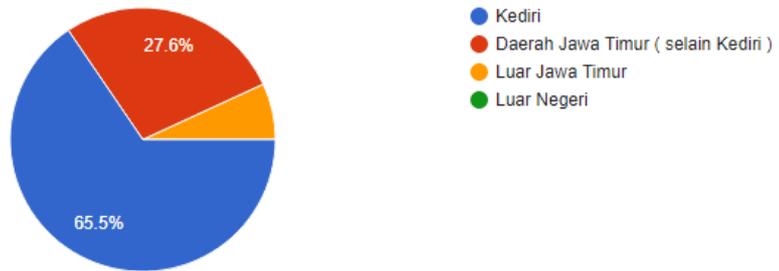
Usia

58 responses



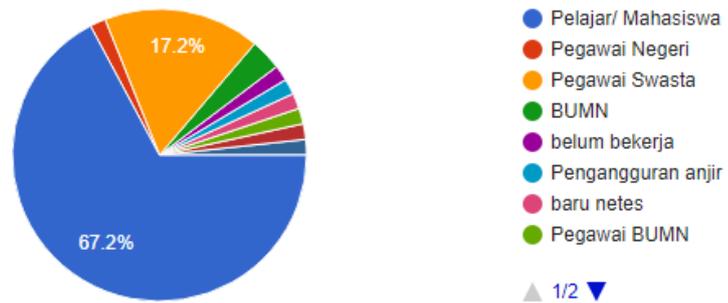
Asal

58 responses



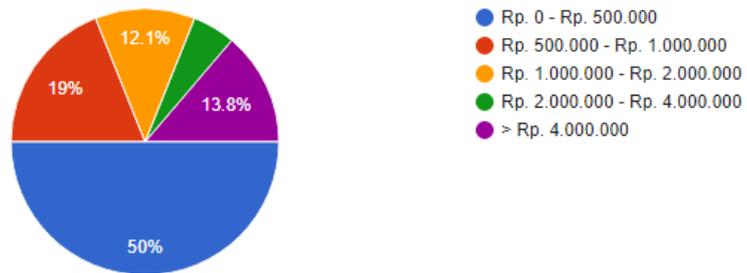
Pekerjaan

58 responses



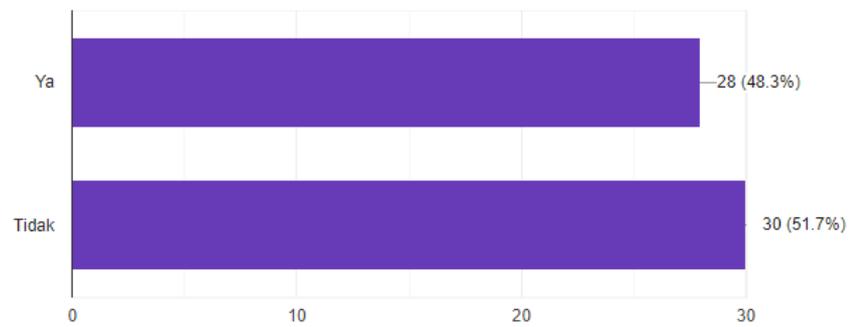
Penghasilan

58 responses



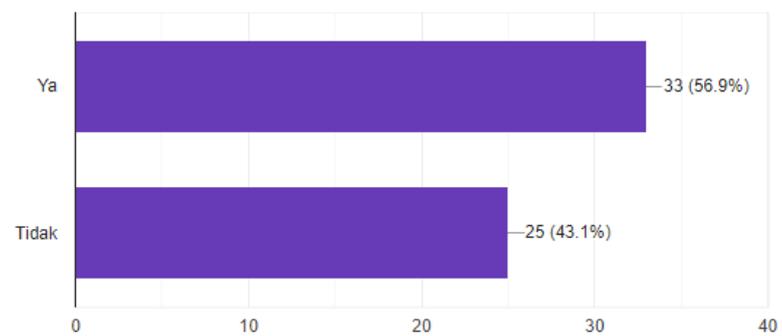
Apakah kalian mengetahui tentang Jangka Jayabaya ?

58 responses



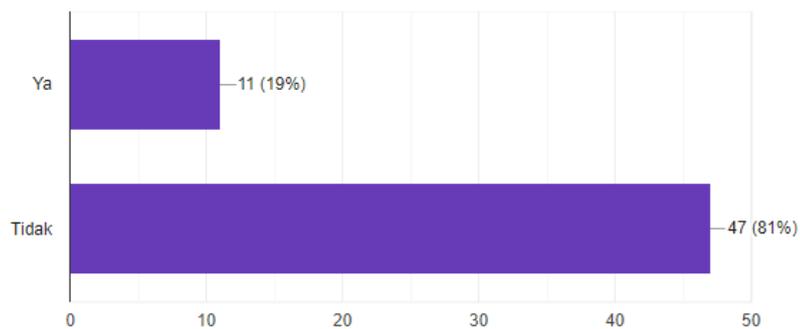
Apakah kalian mengetahui tentang souvenir kaos Kediri ?

58 responses



Apakah kalian pernah menjumpai souvenir kaos yang mengangkat tema Jangka Jayabaya ?

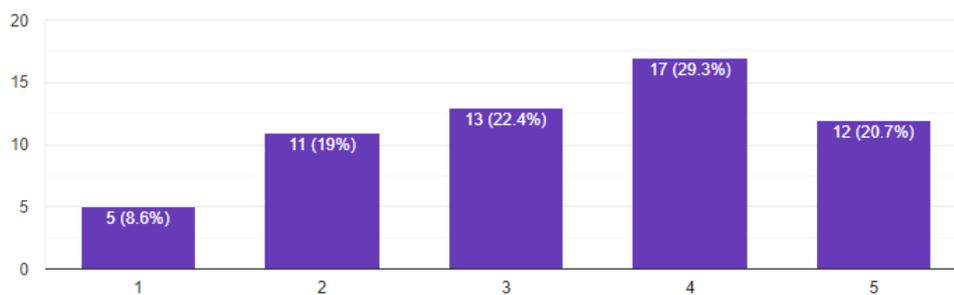
58 responses



Jangka Jayabaya Nomer 14

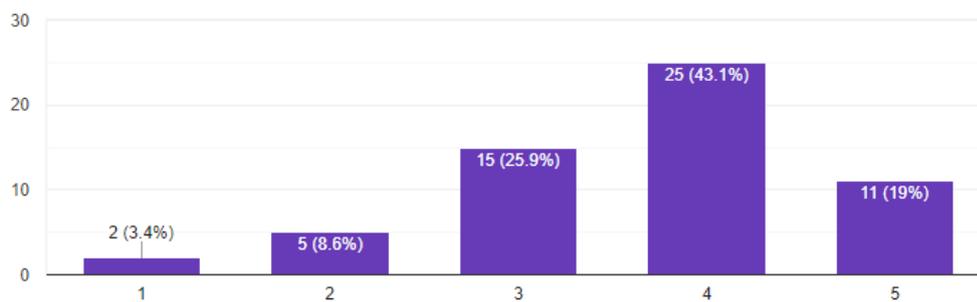
Pemilihan warna yang digunakan

58 responses



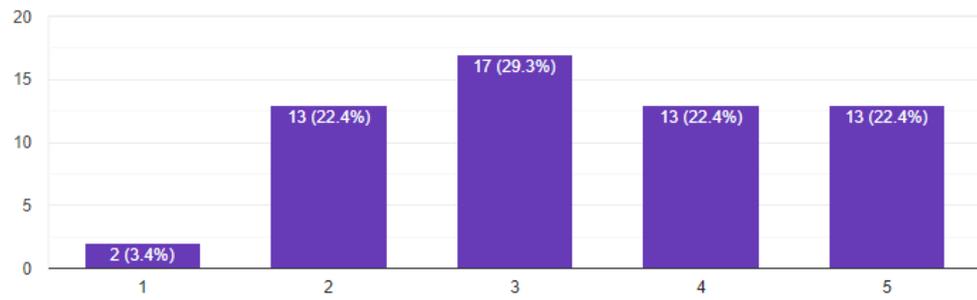
Kesan gambar dapat mewakili isi dari Jangka Jayabaya

58 responses



Bagaimana kesesuaian ukuran konten gambar pada kaos ?

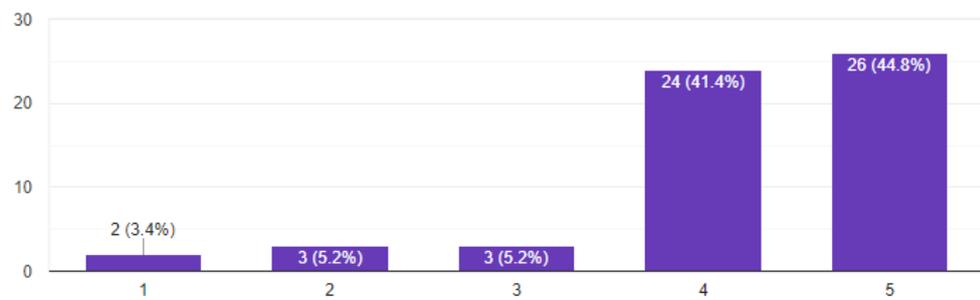
58 responses



Jangka Jayabaya No.5

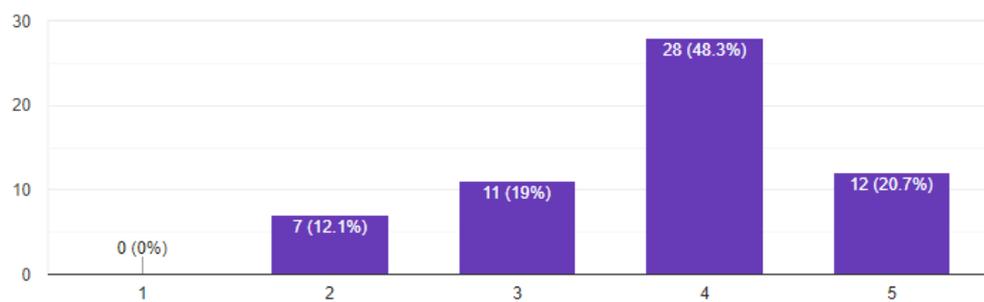
Pemilihan warna yang digunakan

58 responses



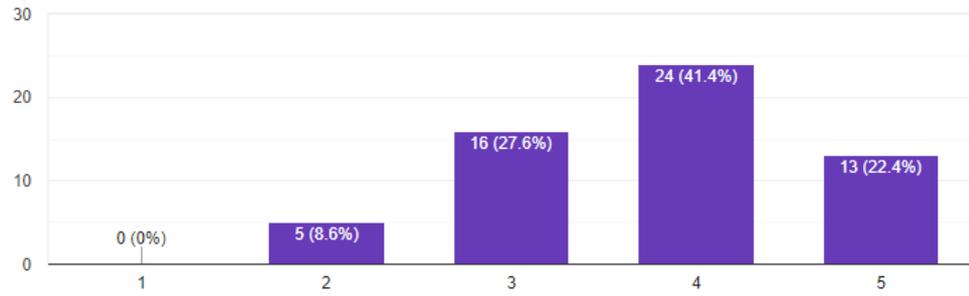
Kesan gambar dapat mewakili isi dari Jangka Jayabaya

58 responses



Bagaimana kesesuaian ukuran konten gambar pada kaos ?

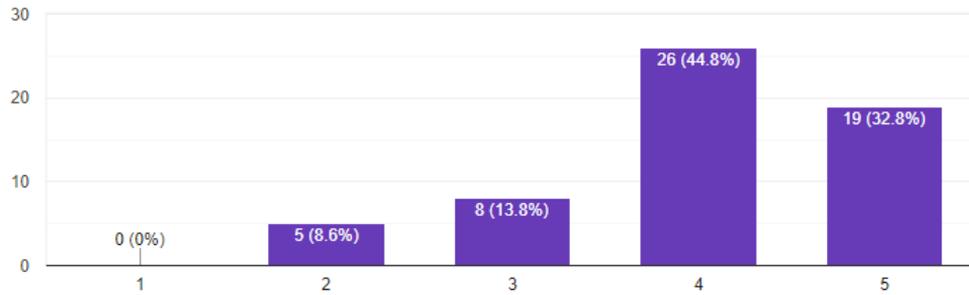
58 responses



Jangka Jayabaya No. 6

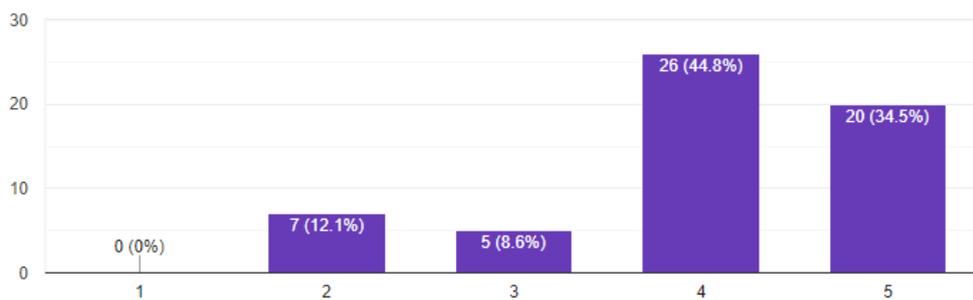
Pemilihan warna yang digunakan

58 responses



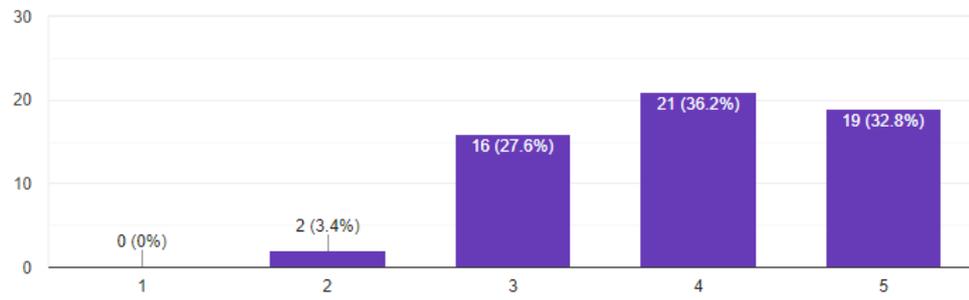
Kesan gambar dapat mewakili isi dari Jangka Jayabaya

58 responses



Bagaimana kesesuaian ukuran konten gambar pada kaos ?

58 responses



Halaman ini sengaja dikosongkan

BIOGRAFI PENULIS



Anita atau akrab dikenal dengan panggilan Iwed, lahir di Kediri pada tanggal 15 Oktober 1997. Penulis merupakan anak tunggal dari pasangan Djunaidi Baskoro dan Mistiatini. Menempuh pendidikan sekolah dasar selama 6 tahun di SDN Ngletih, lalu MTsN 2 Kota Kediri dan SMAN 1 Kota Kediri. Pada tahun 2015, penulis menjadi mahasiswa program sarjana di Desain ITS Surabaya dengan program studi Desain

Komunikasi Visual.

Selama masa perkuliahan penulis mengikuti berbagai kegiatan acara dan komunitas sehingga penulis menemukan ketertarikan pada bidang desain grafis dan kewirausahaan. Tahun pertama perkuliahan, penulis bergabung dengan komunitas KOI dan Dabrush. Pada tahun 2018, penulis mendalami bidang desain grafis dalam hal rebranding infografis saat melakukan kerja praktik di Humas ITS, Surabaya. Penulis juga pernah bergabung di komunitas 99Designs untuk melakukan freelance pada beberapa klien dan berpartisipasi dalam Himpunan Jurusan bagian Kewirausahaan selama dua kali.

Berangkat dari ketertarikan tersebut, penulis telah menyelesaikan dan menghasilkan beberapa produk pakaian pada “Perancangan Ilustrasi untuk souvenir t-shirt Kediri dengan tema folklore Jangka Jayabaya” sebagai salah satu upaya mengembangkan bisnis souvenir di Kabupaten Kediri dan mampu mempromosikan folklore Kediri kepada wisatawan.

HP: 085717170909

Email: anitadewi151097@gmail.com

Instagram: @ardorwed