

**PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL
EVENT PENGENALAN KELOMANG DARAT
OLEH KOMUNITAS HAPPY CRABBIE 2014**



PENCIPTAAN

Oleh :

**Stephanus Brasstya
0811725024**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DISAIN
FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2014**

**PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL
EVENT PENGENALAN KELOMANG DARAT
OLEH KOMUNITAS HAPPY CRABBIE 2014**



PENCIPTAAN

Stephanus Brasstya

0811725024

Tugas Akhir ini diajukan kepada Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta sebagai
salah satu syarat untuk memperoleh
gelar sarjana S-1 dalam bidang
Disain Komunikasi Visual
2014

Tugas Akhir Perancangan berjudul :

PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL EVENT PENGENALAN KELOMANG DARAT OLEH KOMUNITAS HAPPY CRABBIE 2014 diajukan oleh Stephanus Brasstya, NIM 0811725024, Program Studi Disain Komunikasi Visual, Jurusan Disain, Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah dipertanggungjawabkan di didepan Tim Penguji Tugas Akhir pada bulan Juli 2014 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Pembimbing I/ Anggota

Endro Tri Susanto, S.Sn
NIP. 19640921 199403 1 001

Pembimbing II/ Anggota

Indiria Maharsi, S.Sn., M.Sn
NIP.19720909 200812 1 001

Penguji/ Anggota

Drs. Asnar Zacky, M.Sn
NIP. 19570807 198503 1 003

Ketua Program Studi,
Desain Komunikasi Visual

Drs. Hartono Karnadi, M.Sn.
NIP. 19650209 199512 1 001

Mengetahui,
Dekan Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia
Yogyakarta

Ketua Jurusan Desain

Dr. Suastiwi, M.Des.
NIP. 19590802 198803 2 002

M. Sholahuddin, S.Sn, M.T.
NIP. 19701019 199903 1 001

PERSEMBAHAN



*Tugas Akhir saya persembahkan
kepada semua spesies kelomang darat,
semoga adanya perancangan ini menumbuhkan
kecintaan kepada kalian 😊*



***Pong-pongan itu semacam punk-punkan,
Karena mereka dinamis,
tidak pernah mapan di suatu cangkang,
alias anti kemapanan!***

KATA PENGANTAR

Meskipun terhitung lama, akhirnya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Tugas akhir ini dibuat untuk memenuhi persyaratan akademis meraih gelar sarjana (S1) untuk program studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Yogyakarta. Tugas akhir ini adalah merupakan pertanggung jawaban dan bukti serta hasil dari seluruh mata kuliah yang telah ditempuh selama mengenyam pendidikan di program studi Desain Komunikasi Visual Institut Seni Indonesia Yogyakarta sejak tahun 2008 sampai dengan 2014.

Akhir kata, mohon maaf jika masih banyak cacat dan kekurangan dalam Tugas Akhir saya. Karena memang tidak ada yang sempurna di dunia ini jadi harap dimaklumi. Semoga Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat yang positif bagi para pembaca.

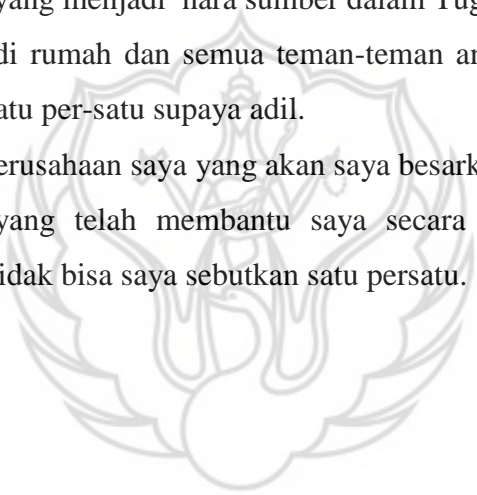
Yogyakarta, 23 Juni 2014

Stephanus Brasstya

UCAPAN TERIMAKASIH

Dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini, penulis tidak dapat mengabaikan jasa semua pihak yang telah membantu. Oleh karena itu, penulis mengucapkan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Tuhan, yang masih memberikan nafas dan kesehatan sehingga Tugas Akhir saya dapat terselesaikan.
2. Segenap dosen yang turut berperan dalam proses penciptaan Tugas Akhir saya
3. Segenap dosen yang pernah mengajar dan memberikan ilmu kepada saya dari semester pertama sampai kelulusan.
4. Segenap orang yang menjadi nara sumber dalam Tugas Akhir saya
5. Keluarga saya di rumah dan semua teman-teman angkatan 2008 tanpa perlu saya sebutkan satu per-satu supaya adil.
6. DIPIMEDIA, perusahaan saya yang akan saya besarkan setelah lulus kuliah.
7. Semua orang yang telah membantu saya secara langsung maupun tidak langsung yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

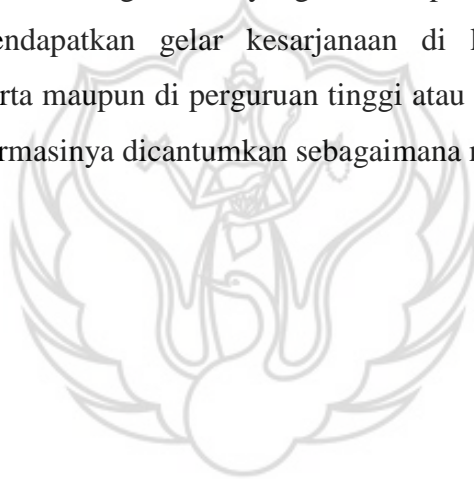


PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul :

PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL EVENT PENGENALAN KELOMANG DARAT OLEH KOMUNITAS HAPPY CRABBIE 2014

yang dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Seni pada Program Studi Disain Komunikasi Visual Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau tugas akhir yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan Institut Seni Indonesia Yogyakarta maupun di perguruan tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya.



Yogyakarta, 23 Juni 2014

Stephanus Brasstya
0811725024

ABSTRAK

Perancangan Komunikasi Visual Event Pengenalan Kelomang Darat oleh Komunitas Happy Crabbie 2014

Oleh: Stephanus Brasstya

Kelomang darat merupakan satwa khas daerah pesisir di pantai-pantai Indonesia. Di dunia ini ada sekitar 13 spesies kelomang darat, 8 di antaranya hidup di Indonesia. Namun, masyarakat pada umumnya tidak mengenal nama kelomang darat. Masyarakat lebih mengenal melalui nama daerahnya seperti pong-pongan (Yogyakarta dan Jawa Tengah) atau Kumang (Jawa Barat). Kelomang darat sering dianggap sebagai keong atau siput, padahal mereka adalah jenis hewan yang berbeda. Selain itu, kelomang darat dianggap sebagai mainan anak-anak, bukan sebagai binatang peliharaan. Padahal kelomang darat bisa dijadikan binatang peliharaan seperti kucing, anjing, atau ikan.

Di tengah ketidakpedulian masyarakat terhadap kelomang darat, ada sebuah komunitas bernama Happy Crabbie yang didirikan oleh Felix J. Wang, seorang pecinta kelomang darat. Komunitas ini berinteraksi di dunia maya lewat jejaring social facebook. Komunitas inilah yang akan berperan sebagai payung untuk memberikan pengenalan dan pemahaman yang benar mengenai kelomang darat.

Pengenalan kelomang darat akan diwujudkan dalam sebuah event yang diikutsertakan pada Pameran Flora dan Fauna Yogyakarta 2014. Event itu akan dirancang dengan berbagai media dan konsep kreatif yang menarik sehingga pesan dan informasi yang ingin disampaikan dapat berjalan dengan sukses.

Kata Kunci : Perancangan Komunikasi Visual, Komunitas Happy Crabbie

ABSTRACT

Land hermit crab is a typical species of coastal area of Indonesia. In this world there are about 13 species of land hermit crabs, 8 of whom live in Indonesia. However, people do not know the name of the land hermit crabs. People are more familiar with names like pong-pongan (Yogyakarta and Center Java) or Kumang (West Java). Land hermit crabs are often regarded as snails or slugs, but unfortunately they are kind of a different animal. In addition, land hermit crabs are considered as children's toys, not as pets. Though we can take care them just like pets such as cats, dogs, or fish.

In the midst of public indifference towards land hermit crabs, there is a community called Happy Crabbie founded by Felix J. Wang, a lover of the land hermit crabs. This community is interacting in the virtual world through social networking such as facebook. This community will act as the protector to provide an introduction and information to understand and hermit crabs.

The introduction of land hermit crabs will be realized in an event that is included in the exhibition Flora and Fauna of Yogyakarta 2014 Event will be designed with a variety of media and creative interesting concepts so that messages and information can be conveyed and run successfully.

Keywords: Visual Communication Design, Community Happy Crabbie

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB 1 : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Batasan Masalah.....	6
D. Tujuan Perancangan	7
E. Manfaat Perancangan	7
F. Metode Perancangan	7
1. Metode Pengumpulan Data.....	7
2. Metode Analisa Data.....	8
3. Langkah-Langkah Perancangan	8
G. Sistematika Perancangan.....	10
BAB 2 : IDENTIFIKASI DAN ANALISIS DATA	
A. Identifikasi	12
1. Tinjauan Kelomang	12
a. Kelomang.....	12
b. Jenis Kelomang Darat di Indonesia	14

1) Ketam Kelapa atau Ketam Kenari.....	15
2) Kelomang Ungu Bersapit Gemuk	16
3) Kelomang Coklat	16
4) Kelomang Stroberi	17
5) Kelomang Keriput.....	18
6) Kelomang Ungu Jingga	19
7) Kelomang Duri.....	20
c. Kelomang dan Anak-anak	21
d. Cara Memelihara	22
1) Terarium.....	22
2) Makanan dan Minuman.....	24
3) Umur, Penyakit, dan Kematian	25
4) Perilaku Kelomang.....	26
2. Komunitas <i>Happy Crabbie</i>	27
3. Flona	29
4. Buku.....	30
a. Definisi	30
b. Jenis Buku	30
1) Buku Pelajaran.....	30
2) Buku Umum	30
3) Buku Rujukan	30
c. Tinjauan Tentang Buku Bergambar	31
d. Hubungan buku dan anak-anak	32
5. Komunikasi Pemasaran	35
a. Advertising	35
b. <i>Sales Promotion</i> (Promosi Penjualan)	35
c. Acara Khusus dan pengalaman	35
d. <i>Public Relation and Publicity</i>	35
e. <i>Direct Marketing</i> (Pemasaran Langsung)	36
f. <i>Personal Selling</i> (Penjualan Pribadi)	36
6. Elemen Desain.....	36

a. Elemen Teks	36
1) Judul.....	36
2) Deck.....	36
3) Byline/ Credit Line/ Write's Credit	36
4) Bodycopy/ Bodytext/ Copy/ Copytext	37
5) Pull quotes/ liftuts	37
6) Callouts	37
7) Kickres/ Eyebrows	37
8) Initial Cap	37
9) Indent	37
10) Lead Line	37
11) Spasi antar paragraf	38
12) Header dan Footer	38
13) Running Head/ Running Headline/ Running tittle/ Running feet/ Runners	38
14) Catatan Kaki	38
15) Nomer Halaman/ page Number	38
16) Jump/ Jump Line/ Countinuation Line	38
17) Signature/ Mandatories	38
18) Nameplate	39
19) Masterhead.....	39
b. Elemen Visual.....	39
1) Foto.....	39
2) Artwork.....	39
3) Informational Graphic/ Infographic.....	39
4) Garis.....	39
5) Kotak/ Box/ Bingkai/ Frame.....	39
6) Inzet/ inset/ <i>Inline Graphics</i>	40
7) <i>Point/ bullets</i>	40
c. Invisible Elemen	40
1) Margin	40

2) <i>Grid</i>	40
3) Prinsip Dasar Layout	40
a) Sequence/ Urutan.....	41
b) Emphasis/ Penekanan	41
c) Balance/ Keseimbangan	41
d) Unity/ Kesatuan	41
4) Tipografi	42
a) Black Letter/ Old English/ Fraktur	42
b) Humanist/ Venetian	42
c) Old Style/ Old Face/ Garalde.....	42
d) Transitional/ Reales	42
e) Modern/ Didone.....	42
f) Slab Serif/ Egyptian/ Square Serif/ Mecanes/ Antiques.....	43
g) San Serif	43
h) Script dan Cursive	43
i) Display/ Dekoratif	43
7. Memilih Huruf.....	44
a. Proses Seleksi.....	44
b. Riset.....	45
c. Huruf dan Pesan	45
8. Ilustrasi	45
a. Realis.....	45
b. Kartun.....	46
c. Kartun Semi Realis.....	47
d. Naturalis	47
e. Dekoratif.....	48
f. Ekspresioanis.....	48
g. Surealis	49
h. Manga.....	49
B. Analisis Data.....	50

1. Analisis Media	50
a. Pameran	50
1) General Fairs (Horizontal Fairs)	50
2) Specialized Show	50
3) Consumers Fairs	50
4) Solo Exhibition	50
b. Buku Bergambar	51
c. Poster	51
d. Brosur	52
e. Jejaring Sosial	52
f. Rontag	52
g. X-Banner	53
h. Floor-ad	53
i. New Media	53
j. T-shirt	53
k. Pin	53
l. Stiker	54
2. Analisis Masalah	54
a. Strength	54
b. Weakness	54
c. Opportunity	54
d. Threat	55

BAB 3 : KONSEP PERANCANGAN

A. Konsep Kreatif	56
1. Tujuan Kreatif	56
2. Strategi Kreatif	57
a. Isi Pesan	57
b. Bentuk Pesan	57
c. Khalayak Sasaran	58
3. Program Kreatif	58

a.	Ide Besar	58
b.	Pemilihan Bentuk Pesan Verbal	59
c.	Pemilihan Bentuk Visual	59
1)	Maskot	59
2)	Ilustrasi.....	60
3)	Warna.....	63
4)	Tipografi	63
B.	Konsep Media	66
1.	Tujuan Media	66
2.	Strategi Media	67
a.	Pameran.....	67
b.	Buku Bergambar	68
c.	Media Publikasi.....	69
1)	Poster	69
2)	Brosur	69
3)	Facebook-Fanspage	69
d.	Merchandise	69
1)	Kaos	70
2)	Stiker	70
3)	Pin	70

BAB 4 : VISUALISASI

A.	Penjaringan Ide Desain	71
1.	Headline Pameran	71
a.	Study Tipografi	71
b.	Pengembangan Tipografi	71
c.	Final Desain.....	72
d.	Konsep.....	72
2.	Ilustrasi	73
a.	Studi Visual.....	73
b.	Digitalisasi Visual	75

c. Konsep.....	76
3. Maskot	77
a. Studi Visual.....	77
b. Digitalisasi Visual	78
c. Konsep.....	81
B. Media.....	82
1. Pameran.....	82
a. Rontag	82
1) Layout	82
2) Final Desain	83
3) Konsep	90
4) Mock Up	90
b. Floor Ad	91
1) Penjaringan Ide.....	91
2) Final Desain	92
3) Konsep	93
4) Mock up	92
c. X-Banner	94
1) Lay out	94
2) Final Desain	95
3) Konsep	96
4) Mock Up	96
d. New Media	97
1) Layout	97
2) Final Desain	98
3) Konsep	100
e. Infografis	100
1) Layout	102
2) Final Desain	103
3) Konsep	108
2. Buku.....	109

a.	Layout	109
b.	Final Desain	121
c.	Konsep	139
3.	Media Publikasi	139
a.	Poster	139
2)	Layout	139
3)	Final Desain	121
4)	Konsep	139
b.	Brosur.....	140
1)	Layout	140
2)	Final Desain	143
3)	Konsep	144
c.	<i>Facebook Cover Photo</i>	145
1)	Layout.....	144
2)	Final Desain.....	144
3)	Konsep.....	145
4)	Mock Up.....	146
4.	<i>Merchandise</i>	146
a.	Kaos	146
1)	Layout.....	146
2)	Final Desain.....	147
3)	Konsep.....	148
4)	Mock Up.....	148
b.	Pin.....	150
1)	Layout.....	150
2)	Final Desain.....	150
3)	Konsep.....	151
c.	Stiker.....	151
1)	Layout.....	151
2)	Final Desain.....	152
3)	Konsep.....	152

5. Display Pameran153

BAB 5 : PENUTUP

A. Kesimpulan156

B. Saran.....157

DAFTAR PUSTAKA159



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1: Kelomang Darat	2
Gambar 2: Gambar Buku Memelihara Kelomang Felix J. Wang.....	4
Gambar 3: Gambar Buku “ <i>Indonesian Land Hermit Crab Splendor</i> ”	7
Gambar 4: Skematika Perancangan	10
Gambar 5: Telur Kelomang	12
Gambar 6: Larva Kelomang	13
Gambar 7: Cangkang dari Pecahan Botol Bekas	14
Gambar 8: Ketam Kelapa	15
Gambar 9: Kelomang Ungu Bersepit Gemuk	16
Gambar 10: Kelomang Coklat	17
Gambar 11: Kelomang Stroberi	18
Gambar 12: Kelomang Keriput.....	19
Gambar 13: Kelomang Ungu Jingga	19
Gambar 14: Kelomang Duri	20
Gambar 15: Kelomang dan Anak-anak	21
Gambar 16: Cangkang yang Dicat	22
Gambar 17: Contoh Crabitat	23
Gambar 18: Contoh Makanan Kelomang Darat	24
Gambar 19: Kegiatan Komunitas 1	28
Gambar 20: Kegiatan Komunitas 2.....	28
Gambar 21: Logo Komunitas	29
Gambar 22: Logo Pameran Flona Yogyakarta 2014	30
Gambar 23: Buku Bergambar untuk Anak.....	31
Gambar 24: Contoh Aliran Realis	46
Gambar 25: Contoh Aliran Kartun	46
Gambar 26: Contoh Aliran Kartun Semi Realis	47
Gambar 27: Contoh Aliran Naturalis	47
Gambar 28: Contoh Aliran Dekoratif	48
Gambar 29: Contoh Aliran Ekspresionis	48

Gambar 30: Contoh Aliran Surrealis	49
Gambar 31: Contoh Aliran Manga.....	49
Gambar 32: Contoh Maskot	60
Gambar 33: Contoh Gambar Vector	61
Gambar 34: Pemandangan Pesisir	61
Gambar 35: Batu Karang	61
Gambar 36: Korral	62
Gambar 37: Cangkang Siput	62
Gambar 38: Aquarium	62
Gambar 39: Studi Warna	63
Gambar 40: Studi Tipografi 1	64
Gambar 41: Studi Tipografi 2	71
Gambar 42: Pengembangan Tipografi	71
Gambar 43: Final Desain Tipografi	72
Gambar 44: Sketsa Makanan dan Minuman	73
Gambar 45: Sketsa Suasana Pantai	73
Gambar 46: Sketsa Kartun Kelomang dan Siput	74
Gambar 47: Sketsa Anatomi Kelomang	74
Gambar 48: Sketsa Cangkang	75
Gambar 49: Ilustrasi Vector	75
Gambar 50: Ilustrasi Vector Pantai	76
Gambar 51: Sketsa Maskot	77
Gambar 52: Maskot Final	78
Gambar 53: Maskot sedang Gembira.....	78
Gambar 54: Maskot Membawa Buku	79
Gambar 55: Maskot Bermain Bola	79
Gambar 56: Maskot Menarik Cangkang	80
Gambar 57: Maskot Membawa Aquarium	80
Gambar 58: Maskot Lanjut Usia	81
Gambar 59: Sketa Layout Rontag	82
Gambar 60: Final Rontag 1	83

Gambar 61: Final Rontag 2	84
Gambar 62: Final Rontag 3	85
Gambar 63: Final Rontag 4	86
Gambar 64: Final Rontag 5	87
Gambar 65: Final Rontag 6	88
Gambar 66: Final Rontag 7.....	89
Gambar 67: Aplikasi Rontag di JEC	90
Gambar 68: Sketsa <i>Floor Ad</i>	91
Gambar 69: Final Desain <i>Floor Ad</i>	91
Gambar 70: Detail <i>Floor Ad</i>	92
Gambar 71: Aplikasi Media <i>Floor Ad</i>	93
Gambar 72: Sketsa X-Banner	94
Gambar 73: Final Desain X-Banner	95
Gambar 74: Aplikasi X-Banner	96
Gambar 75: Sketsa New Media	97
Gambar 76: Final Desain New Media	98
Gambar 77: New Media Sisi Depan	99
Gambar 78: New Media Sisi Belakang yang Bisa Diputar.....	100
Gambar 79: Sketsa Jenis-Jenis Kelomang Darat (kiri), Sketsa Kesalahan Pemeliharaan (kanan).....	101
Gambar 80: Sketsa Sayangi Kelomang Darat (kiri) dan Dilarang Dicat (Kanan)	102
Gambar 81: Sketsa Anatomi Kelomang Darat (kiri)	102
Gambar 82: Final Desain Jenis-Jenis Kelomang Darat.....	103
Gambar 83: Final Desain Kesalahan Umum dalam Pemeliharaan	104
Gambar 84: Final Desain Anatomi Kelomang Darat	105
Gambar 85: Final Desain Jangan Membeli Cangkang yang Dicat	106
Gambar 86: Final Desain Mari Sayangi Kelomang Darat	107
Gambar 87: Sketsa Desain Sampul Buku	109
Gambar 88: Sketsa Halaman i-iii dan 1-2.....	110
Gambar 89: Sketsa Halaman 3-8.....	111

Gambar 90: Sketsa Halaman 9-14.....	112
Gambar 91: Sketsa Halaman 15-20	113
Gambar 92: Sketsa Halaman 21-26	114
Gambar 93: Sketsa Halaman 27-32	115
Gambar 94: Sketsa Halaman 33-38	116
Gambar 95: Sketsa Halaman 39-44	117
Gambar 96: Sketsa Halaman 45-50	118
Gambar 97: Sketsa Halaman 51-56	119
Gambar 98: Sketsa Halaman 57-62	120
Gambar 99: Sketsa Halaman 63.....	121
Gambar 100: Final Desain Sampul	121
Gambar 101: Final Desain Halaman i-iii	122
Gambar 102: Final Desain Halaman 1 - 4.....	123
Gambar 103: Final Desain Halaman 5 - 8.....	124
Gambar 104: Final Desain Halaman 9 - 12.....	125
Gambar 105: Final Desain Halaman 13 - 16.....	126
Gambar 106: Final Desain Halaman 17 - 20	127
Gambar 107: Final Desain Halaman 21 - 24.....	128
Gambar 108: Final Desain Halaman 25 - 28.....	129
Gambar 109: Final Desain Halaman 29 - 32.....	130
Gambar 110: Final Desain Halaman 33 - 36.....	131
Gambar 111: Final Desain Halaman 37 - 40.....	132
Gambar 112: Final Desain Halaman 41 - 44.....	133
Gambar 113: Final Desain Halaman 45 - 48.....	134
Gambar 114: Final Desain Halaman 49 - 52.....	135
Gambar 115: Final Desain Halaman 53 - 56.....	136
Gambar 116: Final Desain Halaman 57 - 60	137
Gambar 117: Final Desain Halaman 61 – 63	138
Gambar 118: Sketsa Layout Poster	140
Gambar 119: Final Desain Poster	141
Gambar 120: Sketsa Brosur	142

Gambar 121: Brosur saat Menutup	143
Gambar 122: Brosur saat Dibuka	143
Gambar 123: Brosur Saat Dibuka 2	144
Gambar 124: Sketsa Cover Facebook Group	145
Gambar 125: Final Desain Facebook Group	145
Gambar 126: Aplikasi Desain Facebook Group	146
Gambar 127: Sketsa Layout Kaos	146
Gambar 128: Final Desain Kaos	147
Gambar 129: Aplikasi Kaos tampak Depan	148
Gambar 130: Aplikasi Kaos tampak Belakang	149
Gambar 131: Sketsa Layout Desain Pin	150
Gambar 132: Final Desain Pin	150
Gambar 133: Sketsa Layout Desain Stiker	151
Gambar 134: Final Desain Stiker	152
Gambar 135: Display Pameran Tampak Depan	153
Gambar 136: Display Pameran Tampak Depan	153
Gambar 137: Display Pameran Tampak Samping Atas.....	154
Gambar 138: Display Pameran Tampak Samping Atas	154
Gambar 139: Display Pameran Tampak Atas	155

BAB I

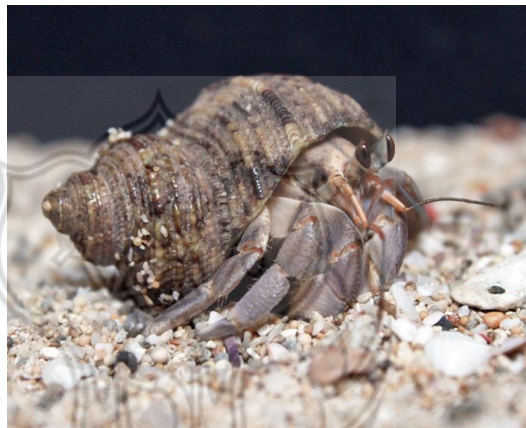
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Satwa seperti apakah kelomang darat, tidak banyak masyarakat yang mengenal jenis hewan pesisir ini. Fenomena yang ada di masyarakat saat ini adalah masih banyak yang belum mengetahui jenis satwa yang dinamakan kelomang darat. Umumnya masyarakat di setiap daerah lebih mengenal kelomang darat lewat bahasa daerah mereka seperti ‘umang’ atau ‘pong-pongan’. Jika sudah mendengar nama daerahnya, tentu mengingatkan masyarakat pada masa kecil mereka ketika masih TK atau SD. Hewan ini sering dijajakan oleh para penjual di depan TK atau SD setempat dari dulu sampai sekarang. Ketidaktahuan masyarakat tentang hewan ini cukup besar, padahal Indonesia merupakan negara dengan jumlah spesies kelomang darat terbanyak dibandingkan dengan negara lain. Di seluruh dunia tercatat ada 13 species kelomang darat, 8 spesies diantaranya tersebar di Indonesia.

Selain tidak mengetahui namanya, masyarakat juga tidak mengetahui mengenai seluk beluk kelomang darat. Ada beberapa hal yang tidak diketahui dan menimbulkan salah kaprah oleh masyarakat mengenai kelomang darat. Pertama, masyarakat sering tidak mampu membedakan kelomang darat dengan keong atau siput. Kelomang darat terlahir tanpa cangkang sedangkan keong terlahir dengan cangkang. Kelomang darat membutuhkan cangkang untuk melindungi perut lunak di belakang tubuhnya yang disebut abdomen. Cangkang yang dipergunakan dan selalu dibawa ke mana-mana tersebut nampak seperti rumah bagi dirinya. Kelomang darat mencari cangkang dari bekas cangkang keong atau siput yang sudah tidak berpenghuni atau diperoleh dengan cara merebut dari pemiliknya. Jika cangkang yang mereka pakai dirasa tidak sesuai lagi untuk ukuran tubuhnya, mereka akan mencari cangkang yang lain. Kelomang darat tidak hanya menggunakan cangkang dari hewan, namun juga benda-benda di sekitarnya seperti botol, atau tempurung kelapa. Benda apa saja yang sekiranya nyaman bagi dirinya.

Kedua, kelomang darat merupakan hewan dengan kelas *Crustacea* yang memerlukan pergantian kulit (*molting*) selama masa hidupnya. Untuk berganti kulit, kelomang darat akan keluar dari cangkangnya dan mengubur diri. Karena itu kelomang memerlukan media untuk mengubur diri seperti pasir laut. Ketiga, kelomang darat juga memerlukan air tawar untuk minum dan air laut untuk kebutuhan ion tubuh serta membasahi insangnya. Keempat, kelomang darat dianggap sebagai satwa yang mudah mati, padahal faktanya kelomang darat bisa hidup lebih dari 10 tahun dengan pemeliharaan yang benar.



Gambar 1: Kelomang Darat
(Foto: Dionisius Ardhi, 2014)

Kelomang darat menjadi satwa peliharaan sekaligus mainan yang menyenangkan bagi anak-anak. Hal ini nampak ketika mereka asyik meniupkan nafas supaya kelomang mau keluar dari cangkangnya. Atau mereka mengadakan balapan adu cepat antara kelomang yang satu dengan yang lain. Berbeda dengan zaman dahulu, saat ini para penjual memoles kelomang darat lebih menarik bagi anak kecil dengan mewarnai atau menggambari cangkang kelomang darat dengan tokoh kartun terkenal seperti Spiderman atau Upin-Ipin. Para penjual masa kini juga menambahkan aksesoris berupa bangunan yang dibuat dari potongan busa.

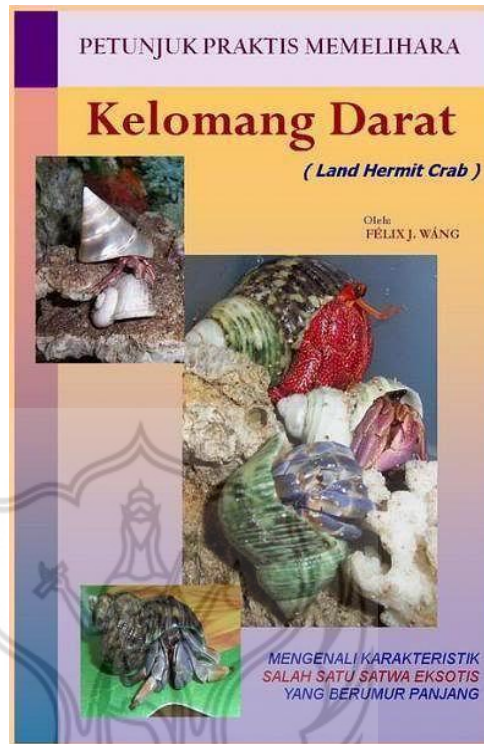
Di Indonesia, kelomang darat sebagai satwa peliharaan memang belum populer untuk dipelihara oleh orang dewasa seperti anjing atau kucing. Selain itu keberadaan hewan ini sering dipandang sebelah mata dan hanya

dianggap 'mainan anak-anak' belaka. Namun, secara perlahan-lahan satwa ini mulai dikenal luas oleh masyarakat. Kelomang darat mulai diminati oleh orang dewasa dan dipelihara secara layak. Hal ini bisa terlihat dari munculnya beberapa toko yang menjual kelomang darat, walaupun jumlahnya belum banyak. Kelomang darat juga pernah dibahas dalam majalah Trubus pada edisi Juni dan Agustus tahun 2006. Bahkan salah satu pemilik toko kelomang darat di Bandung juga pernah mendapat liputan dari stasiun televisi TRANS TV melalui acara Jelang Siang pada tanggal 27 Februari 2012.

Meskipun begitu, kenyataan di lapangan tetap menunjukkan bahwa kelomang darat lebih akrab dengan anak-anak daripada orang dewasa. Padahal, anak-anak pada umumnya hanya menjadikan kelomang darat sebagai mainan karena tidak tahu cara merawat dengan benar, sehingga banyak dari kelomang darat yang mati sia-sia. Hal paling umum mereka meletakkan kelomang darat dalam wadah begitu saja, biasanya tanpa air dan hanya diberi makanan bawaan dari pedagang. Tidak mengherankan bila kelomang darat hanya hidup dalam hitungan hari. Harganya yang relatif murah juga membuat orang tua tidak peduli terhadap keadaan ini dan menganggap kelomang darat hanya mainan bagi anak-anak yang ketika mati bisa dibeli.

Dapat disimpulkan, faktor utama pemicu banyaknya kelomang darat yang mati saat dipelihara adalah kurangnya pengetahuan memelihara kelomang darat oleh pemilik. Berdasarkan pengamatan penulis, para penjual di depan sekolah dan beberapa penjual lain tidak memajang kelomang darat dengan benar, bahkan tidak mengerti cara memeliharanya. Sebab hal-hal umum yang penulis jabarkan pada paragraph kedua tidak diterapkan sehingga umur kelomang darat tidak lama. Padahal, saat ini sudah ada sebuah buku yang membahas mengenai pemeliharaan kelomang darat dan pembahasan kelomang darat secara umum. Buku ini dibuat oleh Felix J. Wang dan diberi judul *Petunjuk Praktis Memelihara Kelomang Darat*. Buku ini diterbitkan pada tahun 2006 dan merupakan satu-satunya buku memelihara kelomang darat di Indonesia. Felix J. Wang boleh dibilang sebagai orang Indonesia

yang menjadi pelopor edukasi tentang cara memelihara kelomang darat yang baik dan benar.



Gambar 2: Buku Memelihara Kelomang Darat oleh Felix J. Wang
(Sumber: Stephanus Brasstya, 2012)

Dari hasil analisa penulis, buku *Petunjuk Praktis Memelihara Kelomang Darat* ditunjukkan untuk kalangan dewasa. Hal ini nampak dari penggunaan kata, gambar, tulisan serta istilah-istilah yang hanya dapat dipahami orang dewasa. Padahal mayoritas peminat kelomang darat adalah anak-anak. Saat ini belum ada satupun buku yang mengulas pemeliharaan kelomang darat untuk anak-anak. Selain itu, buku ini juga memiliki estetika desain yang kurang baik jika ditinjau dengan dasar-dasar ilmu Desain Komunikasi Visual. Misalnya tata letak yang tidak seimbang dan penggunaan tipografi yang tidak sesuai.

Selain menerbitkan buku, Felix juga membangun sebuah komunitas untuk mewadahi minat para pecinta kelomang. Komunitas ini bernama Happy Crabbie. Komunitas ini didirikan oleh Felix J. Wang di Bandung. Mereka

berkomunikasi melalui *mailing list* internet yang bisa diakses melalui http://pets.groups.yahoo.com/group/happy_crabbie/. Namun saat ini akun tersebut sudah jarang aktif karena berpindah ke group facebook Happie Crabbie. Komunitas ini memiliki Visi: mengenalkan cara pemeliharaan kelomang darat sebagaimana mestinya, sehingga kelomang yang diambil dari alam tidak mati sia-sia, memasyarakatkan pola pikir pedagang agar tidak melakukan pengambilan dari alam tanpa memedulikan populasi di habitat aslinya dan memperlakukan kelomang sebagaimana mestinya. Misi komunitas ini adalah menjadikan kelomang darat sebagai salah satu satwa eksotis yang lestari di alam, tapi sekaligus dapat menjadi hewan peliharaan melalui penelitian cara pengembangbiakan secara buatan.

Beberapa acara yang pernah dilakukan Happy Crabbie antara lain bekerja sama dengan komunitas penggemar Moluska, melakukan perjalanan ke pulau-pulau eksotis untuk melihat kehidupan kelomang di habitat aslinya. Di dalam *mailing list* dan facebook, komunitas ini memberikan informasi kelomang darat secara umum. Selain itu, komunitas ini juga mengampanyekan anti *painted shell*. Cangkang kelomang yang sudah diwarnai (*painted shell*), sebetulnya tidak baik untuk kelomang. Hal ini disebabkan sifat cat yang dapat menimbulkan racun bagi kelomang darat serta menutupi pori-pori cangkang. Ditambah lagi para penjual yang melakukan pemaksaan supaya kelomang darat mau keluar dari cangkang lama dan dimasukkan ke dalam cangkang baru yang telah diwarnai.

Pada tahun 2014 nanti, Happy Crabbie berencana mengikuti event yang sekiranya dapat dijadikan sebagai ajang untuk berpromosi dan melakukan kegiatan sesuai dengan Visi dan Misi mereka. Sehingga nantinya masyarakat mengenal satwa ini secara umum dan memiliki pengetahuan memelihara yang baik dan benar. Cara tersebut dilakukan dengan mengikuti pameran atau event yang hadir secara langsung di tengah masyarakat namun masih relevan dengan satwa kelomang darat.

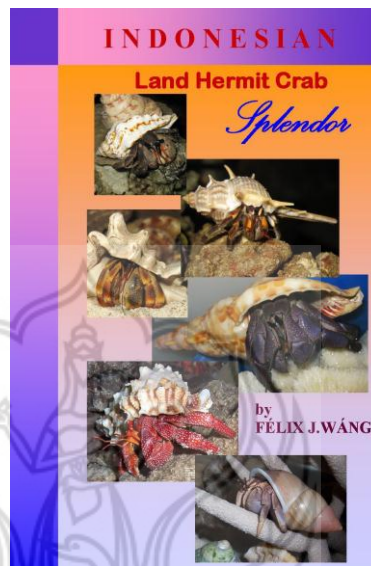
Rencananya komunitas ini akan mengikuti Pameran Flora dan Fauna yang dilakukan di Yogyakarta. Event pameran flora dan fauna ini akan

diadakan di Jogja Expo Center pada tanggal 1-3 Agustus 2014. Acara ini diadakan oleh Walhi, dinas Pertanian dan Peternakan Yogyakarta, serta disponsori majalah Trubus, Flona, dan sponsor lainnya. Acara ini akan diisi dengan bazar hewan dan tanaman, selain itu diikuti pula oleh sejumlah komunitas lain pecinta hewan lain seperti reptil, anjing dan sebagainya.

Event yang akan dilakukan oleh Happy Crabbie berwujud temu antar komunitas yang disertai dengan expo dan seminar. Beberapa hal utama yang ingin disampaikan oleh Happy Crabbie lewat event ini adalah memberikan informasi tentang seluk beluk kelomang darat secara umum kepada masyarakat, cara memelihara yang benar, dan juga kampanye untuk tidak membeli kelomang darat yang sudah dicat (*painted shell*). Penulis juga akan merancang sebuah buku panduan untuk memelihara kelomang darat audience khusus anak. Buku yang penulis buat ini merupakan sebuah jawaban permasalahan mengenai belum adanya buku memelihara kelomang darat untuk anak-anak. Happy Crabbie berfungsi sebagai pihak yang menjadi payung dalam perancangan buku memelihara kelomang darat untuk anak-anak. Tentu buku ini akan dibuat sesuai dengan dasar-dasar ilmu Desain Komunikasi Visual yang baik dan benar. Hal-hal tersebut sejalan dengan visi dan misi yang diangkat oleh komunitas Happy Crabbie. Diharapkan kelomang darat mampu dipahami lebih mendalam sebagai satwa peliharaan yang dipelihara secara layak dan bukan dipandang sebagai mainan anak-anak belaka.

Event ini memiliki acara utama sebagai ajang temu antar sesama pecinta kelomang darat dalam komunitas Happy Crabbie. Event berupa pameran akan dilaksanakan di dalam stan. Di dalam stand tersebut akan dibuat berbagai macam media untuk pengenalan kelomang darat secara umum kepada masyarakat yang hadir dalam pameran. Informasi pengenalan kelomang darat harus bisa mencakup hal-hal yang dijabarkan di paragraph sebelumnya. Media penyampaian informasi ini bisa berwujud poster, brosur, alat peraga dan lain sebagainya. Di dalam stand ini juga akan dipajang berbagai macam kelomang darat untuk memikat perhatian para pengunjung.

Event ini memiliki beberapa acara sampingan, yang pertama adalah menjadi ajang peluncuran buku memelihara kelomang darat untuk anak-anak dan juga sebuah buku baru dari Felix J. Wang buku berjudul “*Indonesian Land Hermit Crab Splendor*”, yang kedua adalah akan ada seminar mengenai kelomang darat dengan Felix J. Wang sebagai pembicara.



Gambar 3: Buku "Indonesian Land Hermit Crab Splendor"
(Sumber: Felix J. Wang, 2013)

Desain Komunikasi Visual menjadi kunci utama kesuksesan event yang diadakan oleh Happy Crabbie. Perancangan ini menarik mengingat masih jarang masyarakat umum yang memperhatikan satwa jenis kelomang darat. Penulis harus bisa menyalurkan informasi-informasi yang ingin disampaikan oleh Happy Crabbie melalui berbagai macam media kreatif yang ada di stan komunitas saat event berlangsung. Desain Komunikasi Visual yang dirancang juga harus bisa mempublikasikan acara ini, sehingga masyarakat sadar akan event ini dan tertarik untuk menyaksikan. Pada intinya perancangan Desain Komunikasi Visual yang dilakukan penulis diharapkan bisa mendukung kesuksesan acara ini dari awal sampai akhir.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana merancang komunikasi visual Event Pengenalan Kelomang Darat kepada masyarakat oleh komunitas Happy Crabie pada tahun 2014?

C. Batasan Masalah

Perancangan ini mengangkat tema pengenalan kelomang darat. Perancangan nantinya akan menghasilkan berbagai media-media komunikasi visual yang akan menjadi penyalur informasi mengenai kelomang darat pada saat event dan publikasinya. Selain itu, penulis juga merancang sebuah buku panduan bergambar memelihara kelomang darat, namun dibatasi pada perancangan grafis buku saja. Segala promosi dan publikasi buku akan diserahkan kepada pihak komunitas.

D. Tujuan Perancangan

Merancang komunikasi visual yang menarik, komunikatif serta efektif sehingga Event Pengenalan Kelomang Darat oleh Komunitas Happy Crabie 2014 mampu diketahui oleh masyarakat dan terselenggara dengan sukses.

E. Manfaat Perancangan

1. Bagi Masyarakat

Mampu mengenalkan kelomang darat secara umum kepada masyarakat, sehingga persepsi masyarakat dapat berubah. Persepsi tersebut bukan hanya memandang kelomang darat sebagai mainan, namun sebagai salah satu binatang peliharaan yang umum.

2. Bagi Mahasiswa Disain Komunikasi Sosial

Menjadi sebuah contoh alternatif pemecahan masalah yang menerapkan ilmu disain komunikasi visual dalam wujud buku panduan bergambar memelihara kelomang darat untuk anak-anak.

Memberikan contoh pemecahan masalah berupa media-media untuk perancangan sebuah event.

F. Metode Perancangan

1. Metode pengumpulan data

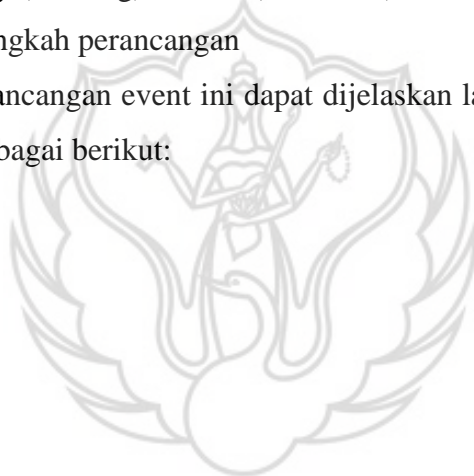
- a. Dilakukan dua cara untuk mendapatkan data tersebut, yaitu:

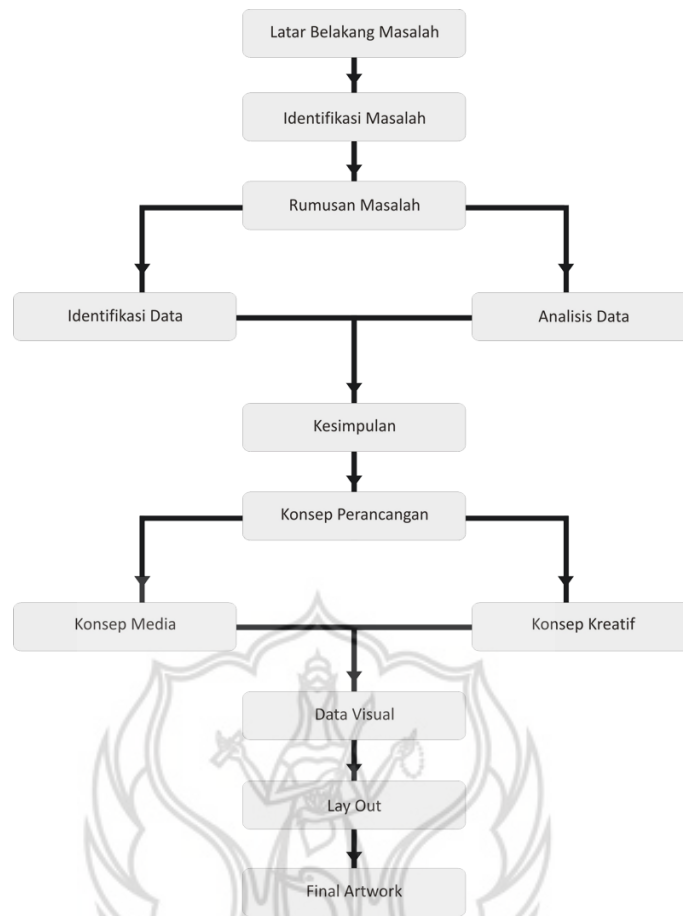
- b. Melakukan studi literatur, yaitu dengan cara mencari sumber-sumber informasi dari berbagai bacaan seperti buku, jurnal, majalah, internet, dan lain-lain.
 - c. Melakukan observasi dengan cara memelihara kelomang, sehingga teori yang dipraktekkan dan akan ditulis tidak salah.
 - d. Melakukan wawancara dengan sumber informasi yang sesuai dengan tema ini.
2. Metode analisa data

Dalam perancangan buku ini menggunakan SWOT, yaitu sebuah metode analisis data berdasarkan Strength (Kekuatan), Weakness (Kelemahan), Opportunity (Peluang), Threat (Ancaman).

3. Langkah-langkah perancangan

Dalam perancangan event ini dapat dijelaskan langkah-langkahnya dalam diagram sebagai berikut:





Gambar 4: Skematika Perancangan
(Sumber: Stephanus Brasstya, 2012)

G. Sistematika perancangan

BAB 1 : PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Rumusan Masalah
- C. Batasan Masalah
- D. Tujuan Perancangan
- E. Manfaat Perancangan
- F. Metode Perancangan
- G. Sistematika Perancangan

BAB 2 : IDENTIFIKASI DAN ANALISIS DATA

- A. Identifikasi Data
- B. Analisis Data

BAB 3 : KONSEP PERANCANGAN

- A. Konsep Kreatif
 - 1. Tujuan Kreatif
 - 2. Strategi Kreatif
 - 3. Program Kreatif
 - a. Ide Besar
 - b. Pemilihan Bentuk Pesan Verbal
 - c. Pemilihan Bentuk Visual
- B. Konsep Media
 - 1. Tujuan Media
 - 2. Strategi Media

BAB 4 : VISUALISASI

- A. Penjaringan Ide Desain
 - 1. Layout/Sketsa
 - 2. Final Desain
- B. Media
 - 1. Layout/Sketsa
 - 2. Final Desain

BAB 5 : PENUTUP

- A. Kesimpulan
- B. Saran

