

BAB IV VISUALISASI

A. Studi Visual

1. Data Visual Logo

a. Kain Panjang Batik Betawi

Kain panjang merupakan bentuk yang umum ditemukan pada kerajinan batik Betawi dan dirasa dapat mewakili identitas visual dari kampanye “KenalNyok” ini.



Gambar 4.1 Kain Panjang Batik Betawi
Sumber Gambar: Muhammad Rizky



Gambar 4.2 Kain dilipat
Sumber Gambar: <https://bit.ly/2qFC4p9>

b. Komunikasi

Sesuai dengan tujuan dari perancangan ini untuk menyampaikan informasi mengenai keberadaan kebudayaan khas Betawi yaitu batik Betawi. Sehingga kata kunci “komunikasi” dipilih untuk dicarikan bentuk visual sebagai elemen logo.



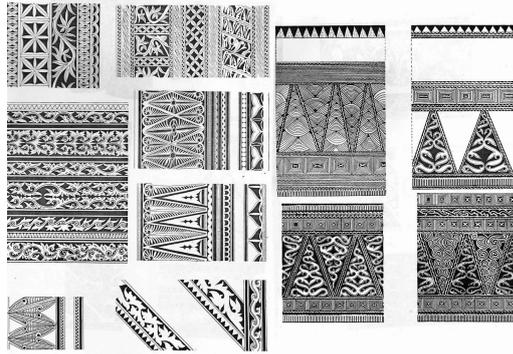
Gambar 4.3 Dua Orang Yang Berkomunikasi
Sumber Gambar: <https://bit.ly/2HGOfS>

c. Motif Tumpal

Motif tumpal atau geometri segitiga merupakan motif yang banyak dijumpai pada kerajinan batik Betawi, selain memiliki makna yaitu keseimbangan, motif ini juga dapat mewakili keberagaman batik Betawi dalam visualisasi logo perancangan.



Gambar 4.4 Motif Tumpal dari Batik Betawi
Sumber Gambar: Muhammad Rizky



Gambar 4.5 Ilustrasi Motif Tumpal
Sumber Gambar: <https://bit.ly/2JTpHgY>

d. Studi Warna

Berdasarkan data visual dan verbal yang telah dikumpulkan, Pemilihan warna yang akan digunakan untuk menjadi identitas dari perancangan didasari dari warna yang biasa ditemukan pada batik Betawi yang cenderung berwarna cerah.



Gambar 4.6 Warna Pada Batik Betawi
Sumber Gambar: Muhammad Rizky

Pemilihan warna untuk menjadi identitas visual dari *digital campaign* ini adalah warna putih, hitam, merah, hijau, jingga, dan ungu. Putih dan hitam akan menjadi warna netral dalam komposisi identitas visual. Warna merah dan oranye yang dipilih akan menjadi warna komplementer dari warna hijau dan ungu agar dalam perancangan identitas visual dan media komunikasi nanti akan memudahkan dalam membuat alternatif dari desain.



Gambar 4.7 Warna Pilihan Untuk Perancangan
Sumber Gambar: Muhammad Rizky

e. Studi Tipografi

Dari banyaknya ragam *typeface* yang akan memberikan kesan dan rasa berbeda untuk komposisi desain nantinya, akan dipilih beberapa jenis font untuk menjadi alternatif *logotype* dan identitas visual. Karakteristik bentuk fleksibel dan sederhana akan dijadikan dasar pemilihan. Untuk berikutnya dikembangkan akan menjadi poin pemilihan alternatif *Typeface*.

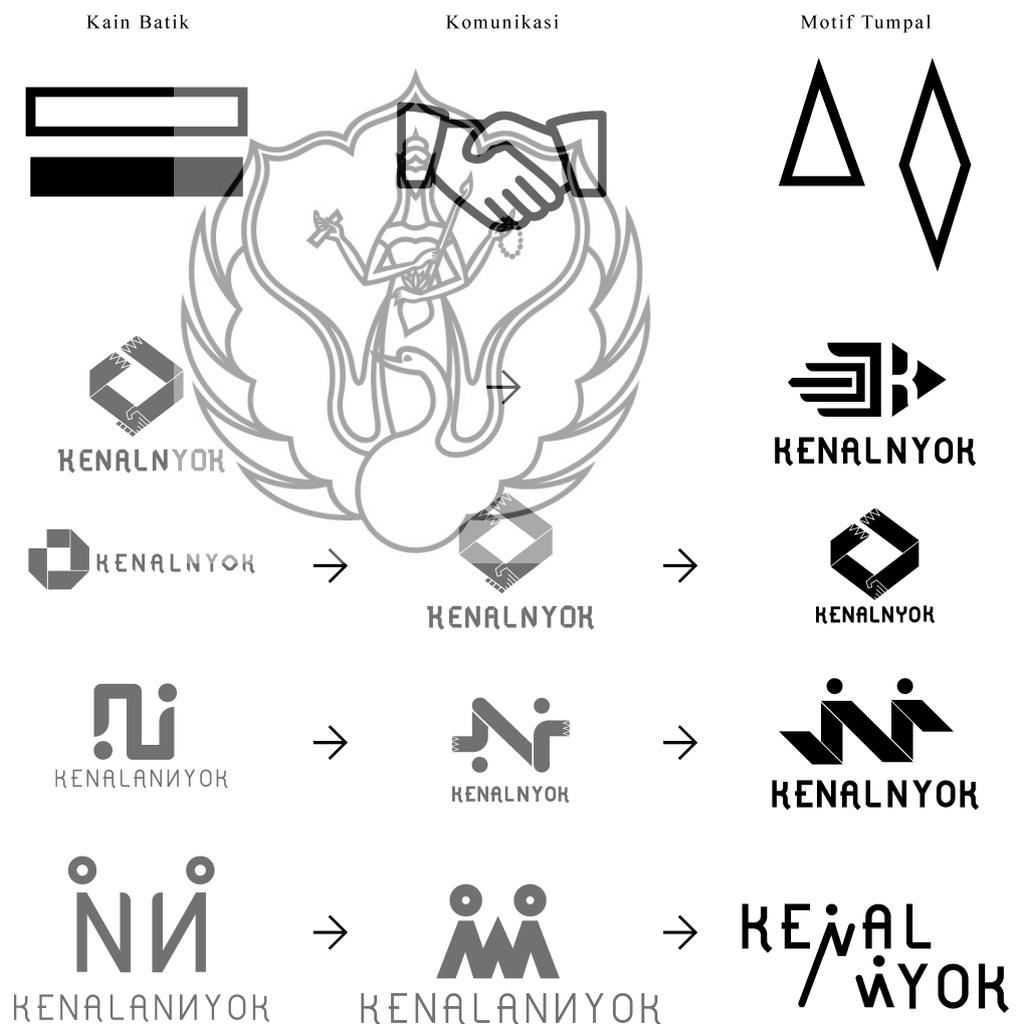


Gambar 4.8 Alternatif *Typeface*
Sumber Gambar: Muhammad Rizky

f. Sketsa Penjaringan Ide

Untuk mendapatkan hasil yang diinginkan sesuai kebutuhan perancangan, perlu melakukan proses penjaringan ide visual yang diawali dengan mengumpulkan kata kunci visual atau *visual key*, kemudian mengumpulkan bentuk dan ikon yang dapat merepresentasikan *visual key* tersebut dalam bentuk visual. Setelah itu masuk dalam sketsa manual yang akan dijadikan dasar dari bentuk visual.

Visual Key : Kain Batik | Komunikasi | Motif Tumpal



Gambar 4.9 Penjaringan Ide Digital
Sumber Gambar: Muhammad Rizky

2. Alternatif Visual Logo

1) Alternatif logo 1



Gambar 4.10 Alternatif Logo 1
Sumber Gambar: Muhammad Rizky

2) Alternatif logo 2



Gambar 4.11 Alternatif Logo 2
Sumber Gambar: Muhammad Rizky

3) Alternatif logo 3



Gambar 4.12 Alternatif Logo 3
Sumber Gambar: Muhammad Rizky

4) Alternatif Logo 4



Gambar 4.13 Alternatif Logo 4
Sumber Gambar: Muhammad Rizky

3. Logo Terpilih



Gambar 4.14 Logo Terpilih
Sumber Gambar: Muhammad Rizky

1) Warna Logo



Gambar 4.15 Variasi Warna Logo
Sumber Gambar: Muhammad Rizky

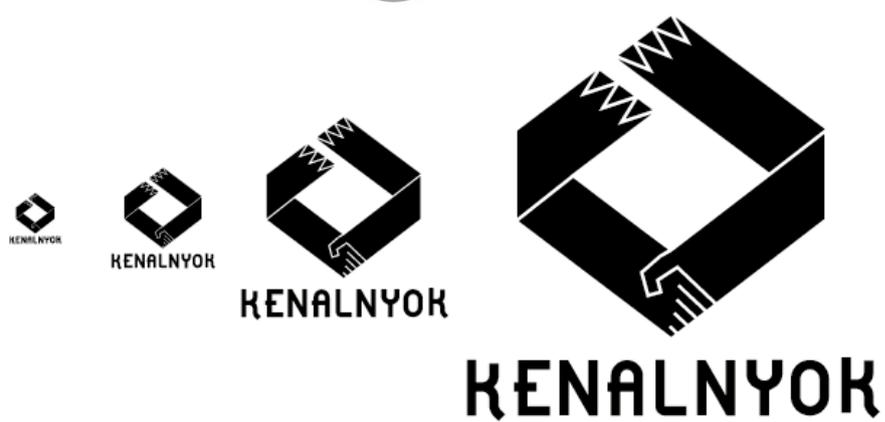
2) Grid Logo



Gambar 4.16 Grid Logo
Sumber Gambar: Muhammad Rizky

3) Skala Logo

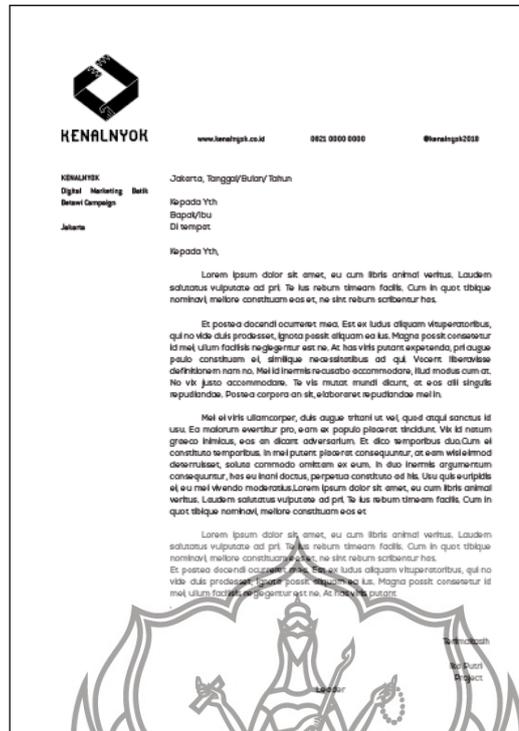
2.5cm 5cm 10cm 20cm



Gambar 4.17 Skala Ukuran Logo
Sumber Gambar: Muhammad Rizky

4. Identitas Visual

1) Alternatif Visual Kop Surat

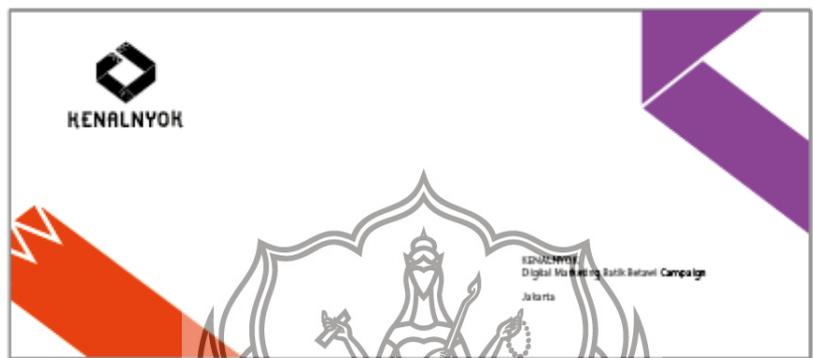


Gambar 4.18 Kop Surat 1
Sumber Gambar: Muhammad Rizky



Gambar 4.19 Kop Surat 2
Sumber Gambar: Muhammad Rizky

2) Alternatif Visual Amplop Surat

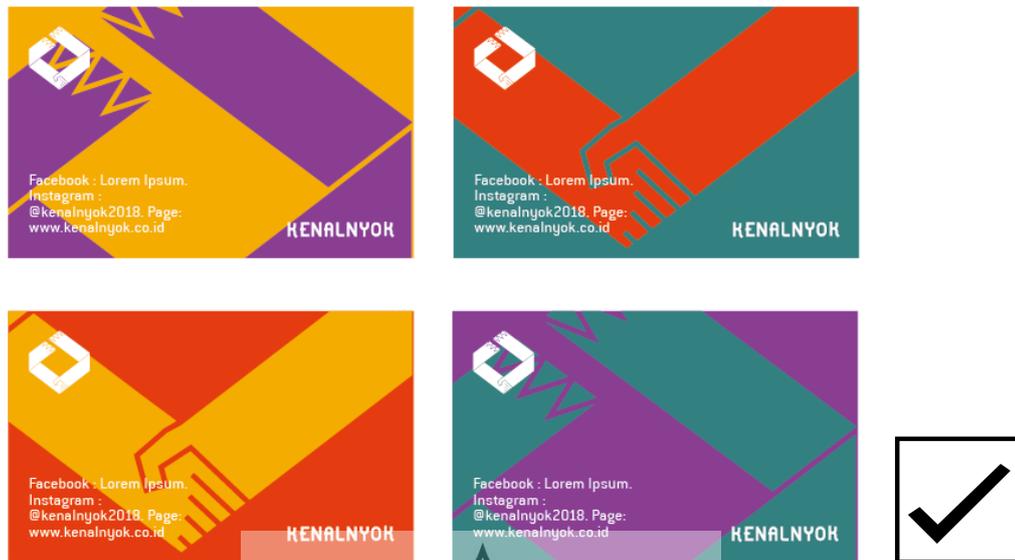


Gambar 4.20 Amplop Surat 1
Sumber Gambar: Muhammad Rizky



Gambar 4.21 Amplop Surat 2
Sumber Gambar: Muhammad Rizky

3) Alternatif Visual Kartu Nama



Gambar 4.22 Kartu Nama 1
Sumber Gambar: Muhammad Rizky



Gambar 4.23 Kartu Nama 2
Sumber Gambar: Muhammad Rizky

4) Ikon

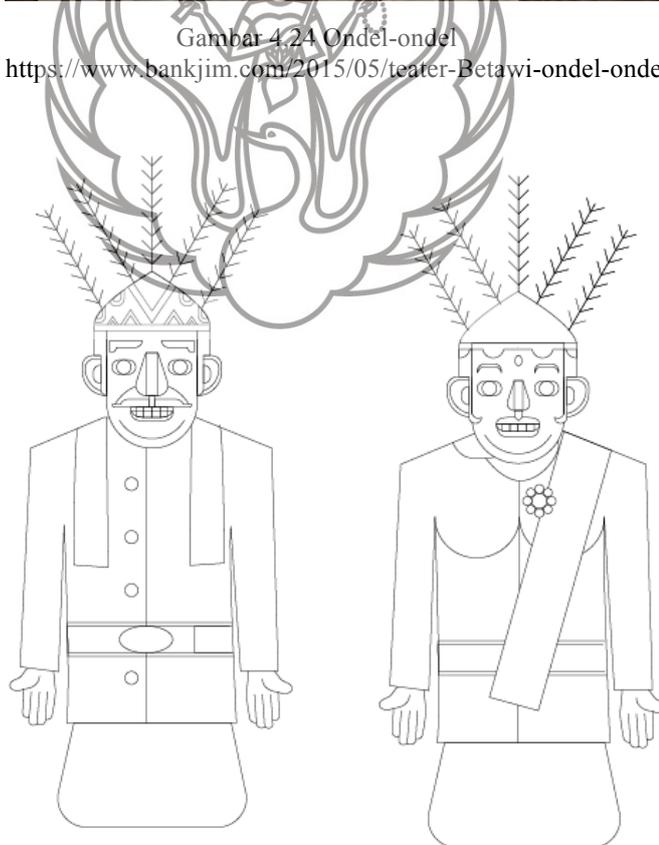
Ikon akan dijadikan sebagai elemen visual untuk mendukung komposisi layout dan identitas visual pada konten media sosial. Beberapa ikon yang dipilih didasarkan pada kebutuhan kampanye dan dari data yang sudah dikumpulkan.

- Ondel-ondel



Gambar 4.24 Ondel-ondel

Sumber: <https://www.bankjim.com/2015/05/teater-Betawi-ondel-ondel.html>



Gambar 4.25 Ikon Ondel-ondel

Sumber: Muhammad Rizky

- Monas



Gambar 4.26 Monas

Sumber: <https://sportourism.id/tourism/42-tahun-lalu-monas-resmi-dibuka-untuk-umum>



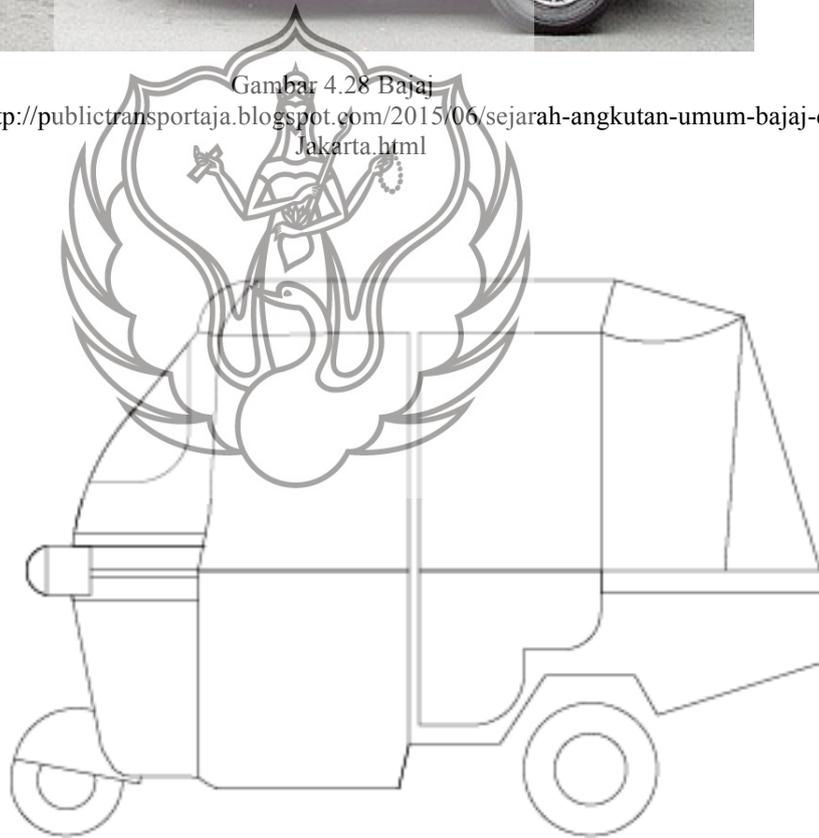
Gambar 4.27 Ikon Monas
Sumber: Muhammad Rizky

- Bajaj



Gambar 4.28 Bajaj

Sumber: <http://publictransportaja.blogspot.com/2015/06/sejarah-angkutan-umum-bajaj-di-Jakarta.html>



Gambar 4.29 Ikon Bajaj
Sumber: Muhammad Rizky

- Tanjidor



Gambar 4.30 Trompet Tanjidor

Sumber: <http://seputartipsindonesia.blogspot.com/2015/11/6-alat-alat-musik-tanjidor.html>



Gambar 4.31 Ikon Trompet Tanjidor

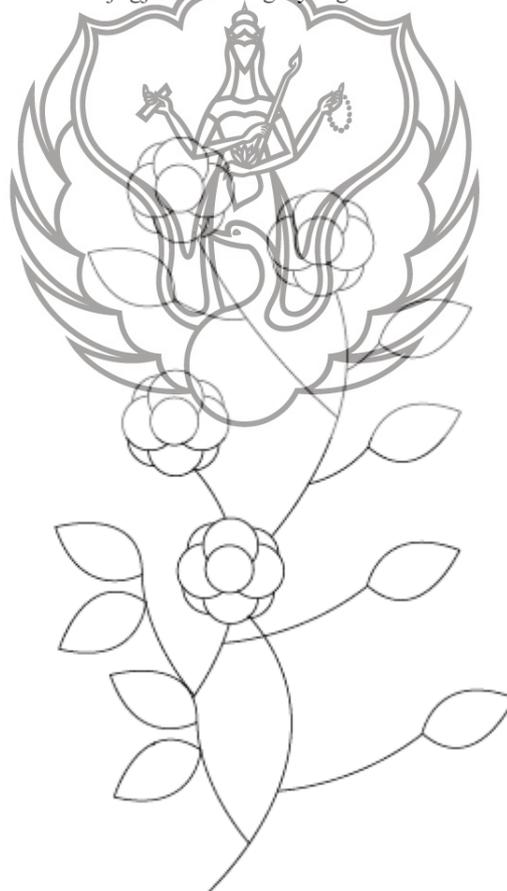
Sumber: Muhammad Rizky

- Buket Bunga



Gambar 4.32 Buket Bunga

Sumber: <http://www.floristjogja.com/bunga-yang-cocok-berdasarkan-bulan-kelahiran/>



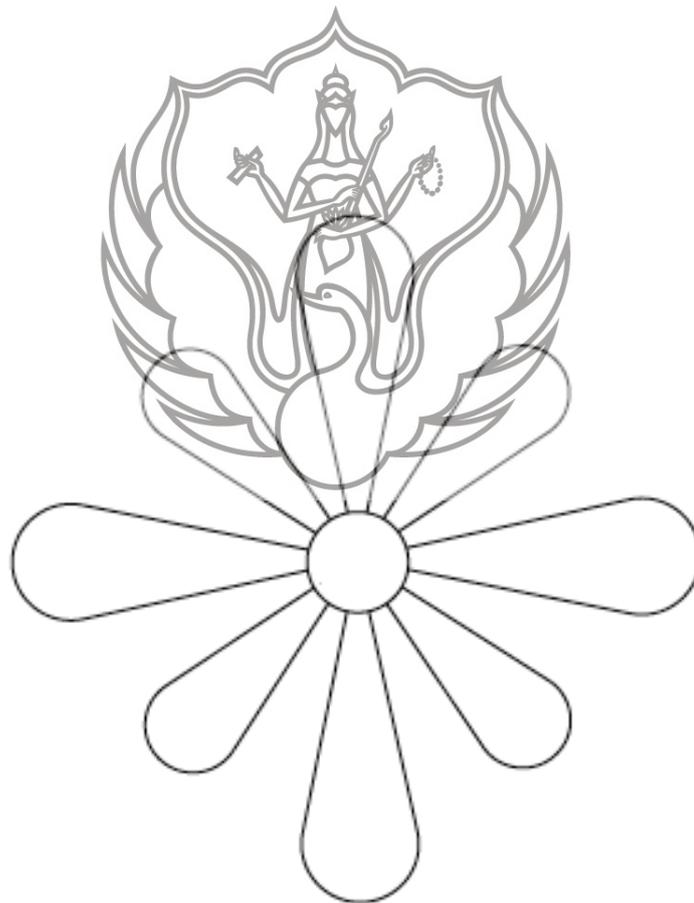
Gambar 4.33 Ikon Buket Bunga
Sumber: Muhammad Rizky

- Bunga Melati



Gambar 4.34 Bunga Melati

Sumber: <https://manfaat.co.id/18-manfaat-bunga-melati-untuk-kesehatan-dan-kecantikan>



Gambar 4.35 Ikon Bunga Melati
Sumber: Muhammad Rizky

- Buah Cermai



Gambar 4.36 Buah Cermai

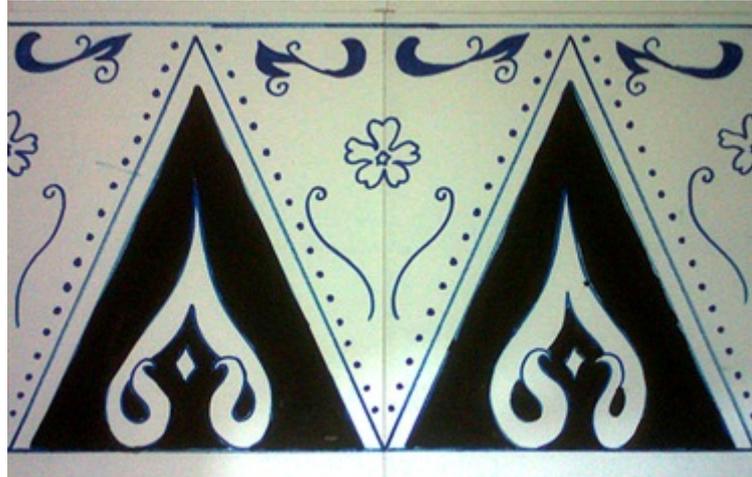
Sumber: <http://belimbing12.blogspot.com/2012/12/v-behaviorurldefaultvmlo.html>



Gambar 4.37 Ikon Buah Cermai

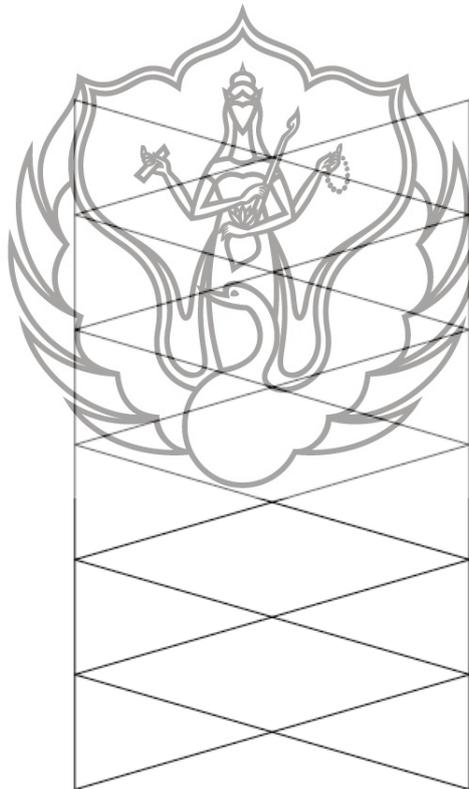
Sumber: Muhammad Rizky

- Pucuk Rebung / Tumpal



Gambar 4.38 Pucuk Rebung/Tumpal

Sumber: <http://abbeart.blogspot.com/2016/08/membuat-motif-hias-tumpal.html>



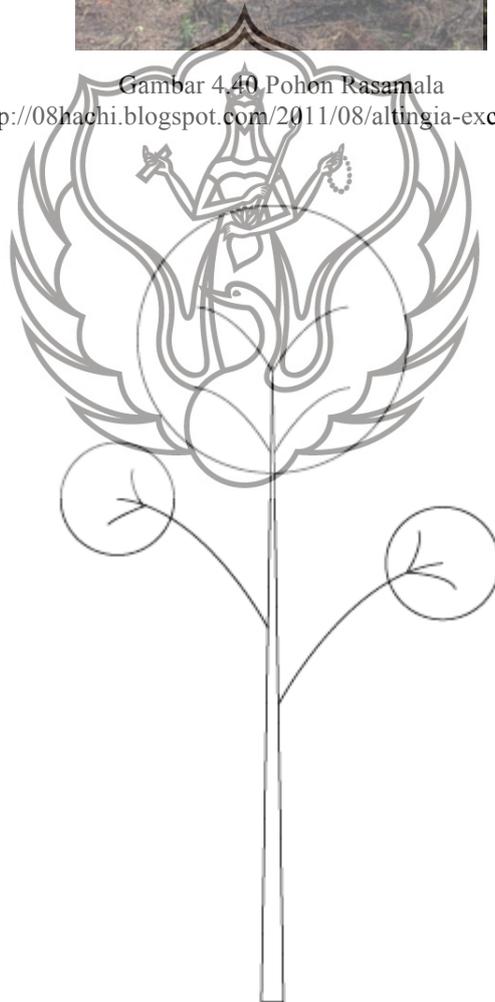
Gambar 4.39 Ikon Pucuk Rebung/Tumpal
Sumber: Muhammad Rizky

- Pohon Rasamala



Gambar 4.40 Pohon Rasamala

Sumber: <http://08hachi.blogspot.com/2011/08/altungia-excelsa-noronha.html>

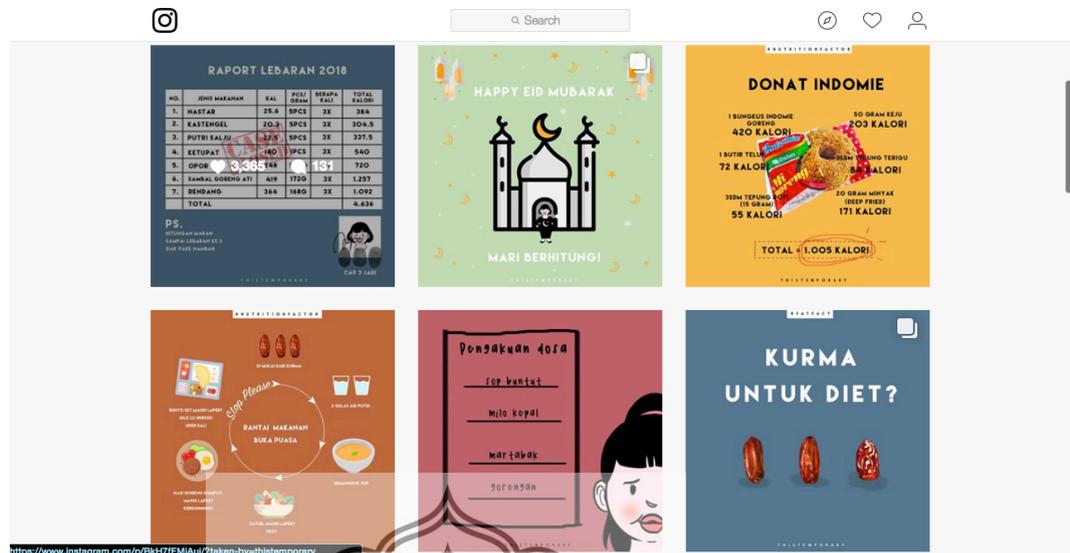


Gambar 4.41 Ikon Pohon Rasamala
Sumber: Muhammad Rizky

B. Digital Campaign

1. Data Visual Digital Campaign

a. Refrensi Akun Instagram



Gambar 4.42 Akun Instagram “ThisTemporary”
Sumber Gambar: <https://www.instagram.com/thistemporary/>



Gambar 4.43 Akun Instagram “NKCTHI”
Sumber Gambar: <https://www.instagram.com/nkcthi/>

2. Media Utama

1) Strategi Kampanye

Dalam Perancangan ini, fokus utama adalah meingkatkan kesadaran (*awareness*) masyarakat terhadap kerajinan batik Betawi melalui *digital campaign* sebagai sarana penyebaran informasi dan metode AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share) sebagai teori yang akan dijadikan dasar dari perancangan. *Digital campaign* ini akan melalui 3 bulan (Mei, Juni, Juli) durasi berkampanye, seperti tabel dibawah ini:

Tanggal Upload Konten Instagram			
Tanggal	Bulan 1 Mei	Bulan 2 Juni	Bulan 3 Juli
1	●●●		●
2			
3		●	
4			●
5		●	
6	●		
7		●	●
8		●	
9		●	
10		●	
11	●	●	
12			
13		●	
14			
15		●	
16	●		
17		●	
18			
19		●	
20			
21	●		
22		■	
23			
24			
25			
26	●		
27			
28			
29			
30			
31	●	■	

Legend

- Unggah konten
- Ulang tahun Jakarta
- Juni sampai 30

Tabel 4.1 Tanggal Unggah Konten KenalNyok
Sumber Gambar: Muhammad Rizky

- Bulan pertama *digital campaign* akan berfokus pada attention dan interest media digital menuju target audience. Didalamnya akan diberikan konten-konten yang memancing dan menampilkan tujuan dari *digital campaign* batik Betawi ini. Pola unggah konten setiap 5 hari untuk memberikan jeda dan memberikan ruang untuk meningkatnya *attention* dan *interest* dari *target audience*.
- Bulan kedua konten yang diberikan akan mulai menambahkan kedalaman informasi sehingga memancing target audience untuk membaca dan kemudian mencari lebih jauh mengenai informasi tersebut (Search). Konten akan diunggah dengan lebih padat setiap 2 hari, sekaligus untuk mendukung dan meningkatkan suasana menjelang ulang tahun kota Jakarta pada 22 Juni.
- Bulan ketiga konten yang diberikan tetap pada kadar informasi yang sama dengan bulan sebelumnya (pertama dan kedua) namun akan dikemas dalam bentuk yang lebih ringkas untuk memberikan informasi yang ringan kepada target audience. Setelah itu konten akan diunggah secara konsisten setiap 3 hari sekali.

Kelebihan dari metode AISAS adalah tidak adanya batasan bagi target audience untuk melalui tahapan secara runtut, target audience dapat melompati atau mundur pada tahapan-tahapan sampai pada tujuan yang ingin dicapai didapatkan. Media utama yang akan difokuskan menjadi sumber konten dan informasi adalah sosial media instagram. Untuk kedepannya, konten dapat juga berintergrasi dengan komunitas budaya Betawi lainnya seperti biografi pembatik, lokasi penjualan batik Betawi, jadwal acara kebudayaan, bedah buku kebudayaan Betawi, acara fashion show batik Betawi, dan bentuk informatif lainnya.

2) Instagram

Konten media sosial instagram akan dibagi menjadi beberapa bagian dan bentuk informasi yang berbeda sehingga menarik bagi *target audience*. Urutan yang akan ditampilkan sesuai dengan urutan unggah pada akun sosial media instagram.

a. Nama Akun

“**kenal.nyok**” akan menjadi nama dari akun Media sosial instagram pada perancangan digital campaign ini. Nama yang dirasa cukup mudah diingat dan merepresentasikan digital campaign ini.

b. Profile Picture



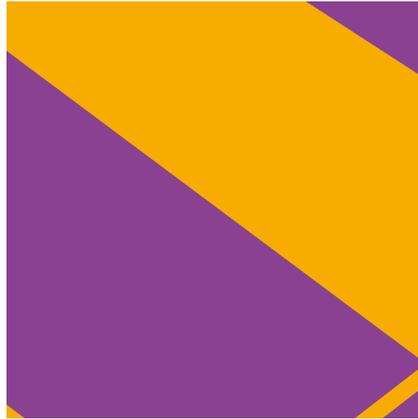
Gambar 4.44 Profile Picture @kenal.nyok
Sumber Gambar: Muhammad Rizky

c. Konten Media

- **Bulan I (Awareness & Interest)**

Tahapan ini, konten akan berisi pengenalan dan tujuan dari akun Kenal.nyok, pantun khas Betawi, dan membahas mengenai permasalahan kebudayaan secara ringkas. Pada bulan pertama, akun instagram dari @Kenal.nyok akan mengunggah 9 *post* berupa gambar logo, pantun, dan pembahasan singkat tentang kebudayaan.

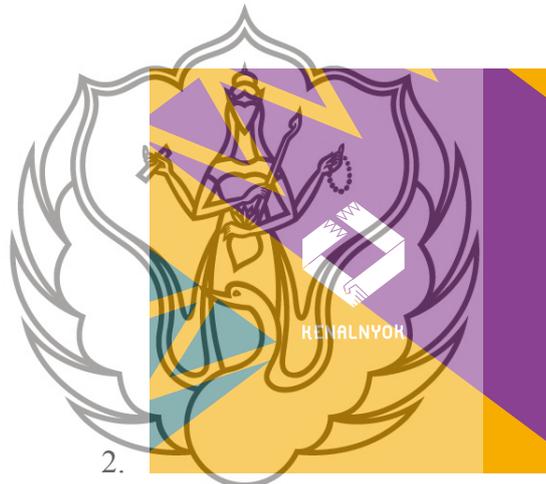
1.



Gambar 4.45 *Post 1*
Sumber Gambar: Muhammad Rizky

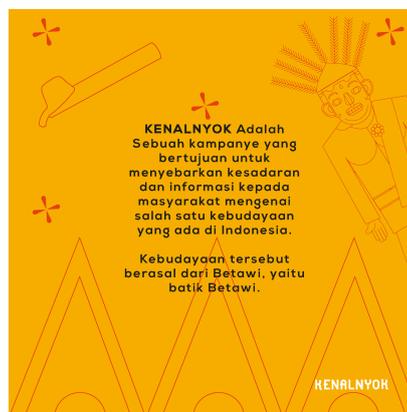
Konten: Unggahan pertama bertujuan sebagai penyeimbang *grid* dengan potongan logo yang dijadikan elemen hiasan.

2.



Gambar 4.46 *Post 2*
Sumber Gambar: Muhammad Rizky

2A



Gambar 4.47 *Post 2A*
Sumber Gambar: Muhammad Rizky

Konten: menggunakan fitur *multiple post* untuk menampilkan logo dari *digital campaign* . (2A) tujuan dari adanya kampanye KenalNyok.

Caption: Halo netizen! Salam kenal ya! Perkenalkan kami kenal.nyok, sebuah akun yang akan memberikan kalian informasi menarik seputar kerajinan budaya khas Betawi yaitu batik Betawi.. pada tau ga? Hehe jangan kaget dan bingung yaa, makanya follow kita dan mari kita berkenalan dengan kerajinan ini...



Konten: Sama seperti unggahan pertama sebagai penyeimbang dari *grid*.



Konten: menggunakan pantun Betawi untuk menimbulkan daya tarik *target audience* dengan konten-konten berikutnya yang akan dihadirkan. Konten berisikan kalimat “Ke Cimone naek damri, beli lilin di warung Umi. Maksud ane ngenalin diri, biar terjalin silaturahmi”.

Caption: Biar lengkap nih yak, kite kenalannye pake pantun! CAKEEP!



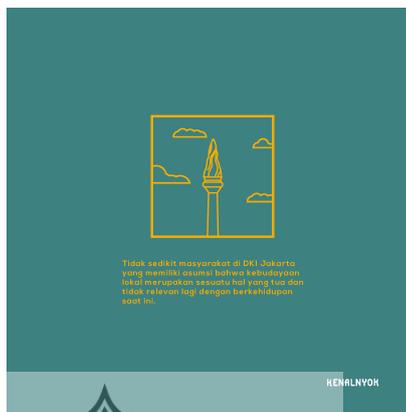
Konten: “Masak mie sayurnye sawi, bikin nasi goreng pake terasi. Jangan ngaku anak Betawi, klo ngga ngerti sama tradisi.

Caption: Tuh bukan anak Betawi doang yang perlu tau sih, yang di Jakarta dan Indonesia juga perlu tau tentang kebudayaan sendiri.



Konten: “ Pak guru makan permen, permennya rasa kedondong. Aku member baru, ikut komen boleh dong.

Caption: Hayo, yang baru follow pengen komen tapi malu? Udah ketik aja tapi yang sopan, biar kita jadi enak kenalannya yakan?

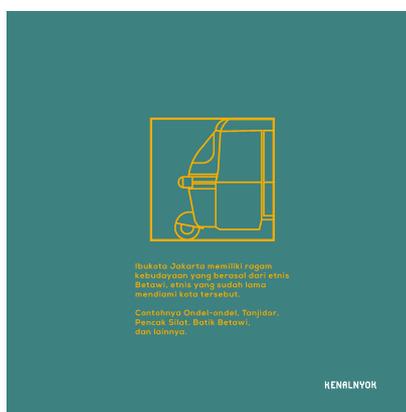


7.

Gambar 4.52 Post 7
Sumber Gambar: Muhammad Rizky

Konten: menampilkan latar belakang permasalahan kebudayaan dalam kalimat “tidak sedikit masyarakat di DKI Jakarta yang memiliki asumsi bahwa kebudayaan lokal merupakan sesuatu hal yang tua dan tidak relevan lagi dengan berkehidupan saat ini.

Caption: menurut ktia ini nih permasalahan kenapa batik Betawi dan ragam kebudayaan lain semakin ditinggalkan oleh generasi muda nan millennial sekarang ini . setuju ga?



8.

Gambar 4.53 Post 8
Sumber Gambar: Muhammad Rizky

Konten: “Ibukota Jakarta memiliki ragam kebudayaan yang berasal dari etnis Betawi, etnis yang sudah lama mendiami kota tersebut. Contohnya Ondel-ondel, Tanjidor, Pencak silat, Batik Betawi, dan lainnya.

Caption: Padahal sebagai masyarakat ibukota kita setidaknya harus mengetahui budaya yang ada di kota ini, dari etnis Betawi saja sudah banyak dan kita harus melestarikan itu semua. Daripada diakui oleh yang lain, nanti kita baru ikutan marah-marah hihi



Gambar 4.54 *Post 9*

Sumber Gambar: Muhammad Rizky

Konten: ‘Kali ini kita akan berfokus pada kain panjang khas Betawi, yaitu batik Betawi’.

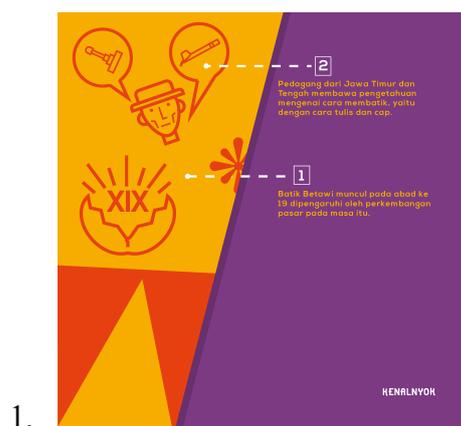
Caption: Nah perkenalan kita sudah cukup kan yaa? Hehe kalo kurang boleh deh komen-komen kemari biar kita ngobrol ya. Abis ini kita akan mulai bahas batik Betawi, oke?



Gambar 4.55 Postingan Bulan 1
Sumber Gambar: Muhammad Rizky

- **Bulan II (Awareness, Interest & Search)**

Pada tahapan kedua, konten akan berfokus pada informasi yang berhubungan dengan batik Betawi, seperti sejarah singkat, deskripsi batik Betawi, alat, perkembangan batik Betawi dari masa-kemasa. Visual yang akan ditampilkan berupa infografis yang akan memanfaatkan fitur multiple post (beberapa post) dalam satu unggahan yang berisikan foto dari bahasan tiap-tiap postingan.



1.

Gambar 4.56 Post 10
Sumber Gambar: Muhammad Rizky

Konten: Infografis yang akan membahas sejarah, perkembangan, spesifikasi batik dan lainnya. Pembahasan dimulai dengan sejarah lahirnya batik Betawi yang dibawa oleh para pedagang dari Jawa Tengah dan Jawa Timur.

Caption: Sejarah singkat batik Betawi, kerajinan ini dipercaya muncul pada abad ke 19 mengikuti perkembangan pasar-pasar pada masa itu seperti Daerah pematikan meliputi Tanah Abang, yakni di Karet Tengsin, Karet Semanggi, Bendungan Ilir, Bendungan Udik, Sukabumi Ilir, Palmerah, Petunduan, Kebayoran Lama, Mampang Prapatan, dan Tebet.

Pengetahuan mengenai batik Betawi dibawa oleh para pedagang dari Jawa Timur dan Jawa Tengah, mereka pula yang menjelaskan metode membatik teknik tulis dengan canting dan teknik cap.



2.

Gambar 4.57 Post 11
Sumber Gambar: Muhammad Rizky

Konten : Menyebutkan beberapa motif batik Betawi yang telah eksis pada awal keberadaan kerajinan ini di Ibukota, dan memberikan informasi maju dan turunnya perkembangan batik Betawi ini pada abad 19.

Caption: Pada masa-masa awal pematikan di kota Batavia, sudah terdapat motif yang cukup dikenal masyarakat seperti motif tumpal, bambu kuning, seser gerimis, dan lainnya. Namun dalam perkembangannya, dikarenakan putusnya generasi asli pembatik

membuat hilang / sangat sulit ditemukannya motif –motif tersebut pada masa ini.

Batik Betawi mencapai puncak kesuksesan pada masa pergerakan nasional, sayangnya kemudian turun pada masa pembangunan.



3.

Gambar 4.58 Post 12
Sumber Gambar: Muhammad Rizky



3A

Gambar 4.59 Post 12A
Sumber Gambar: Muhammad Rizky

Konten : Menyebutkan beberapa warna yang biasa ditemukan pada batik Betawi, pengaruh dan maknanya.

Caption: Ini nih, salah satu hal yang mempengaruhi diferensiasi batik Betawi dari batik lain. Akulturasi budaya merupakan hal yang biasa pada masyarakat Betawi, Berbagai ragam budaya Betawi juga berasal dari akulturasi tersebut. Hal ini juga menunjukkan terbukanya masyarakat Betawi terhadap kebudayaan dan pengetahuan dari luar...

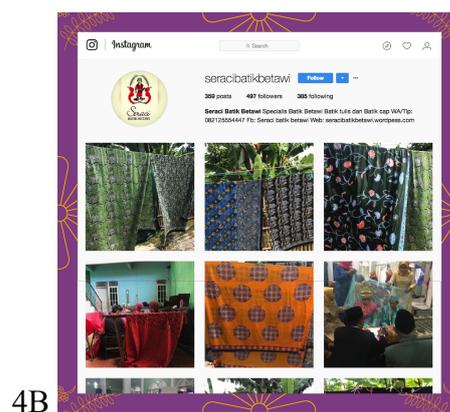
KEREN



Gambar 4.60 Post 13
Sumber Gambar: Muhammad Rizky



Gambar 4.61 Post 13A
Sumber Gambar: Muhammad Rizky



Gambar 4.62 Post 13B
Sumber Gambar: Muhammad Rizky

Konten : Menceritakan Ernawati, seorang anak keturunan Betawi yang memiliki keinginan untuk menghidupkan kembali kerajinan dan

nilai budaya dari etnis Betawi hingga akhirnya ia membuka tempat kerajinan dan berjualan sendiri bernama “Batik Seraci Betawi”

Caption: Kali ini kita akan ceritain sedikit tentang salah satu orang yang memelopori mulai kembali menyalanya semangat dan produksi dari batik Betawi ni!, ayo semuanya mari kita kenalan nih sama ka Ernawati.

Ernawati, merupakan seorang keturunan Betawi yang memiliki ketertarikan dengan dunia batik. Pada masa ia bersekolah di Semarang, ia sudah memperlihatkan ketertarikan tersebut hingga akhirnya diajarkan oleh tantenya yang juga seorang pengrajin batik Hj.Umi Susilo. Hingga akhirnya ia berhasil menjurai kejuaraan mencanting tingkat sma di Semarang. Karena semakin jatuh hati kepada membatik, iya pun melanjutkan pendidikannya di sekolah fashion Susan Budiharjo. Setelah lulus dan kembali ke Jakarta didorong oleh sang tante untuk membuka workshop batik miliknya sendiri. Kemudian munculah batik seraci Betawi pada 2010.

Ia pun berkeinginan untuk menyebarkan pengetahuan mengenai batik Betawi ini dengan cara membina masyarakat sekitar, karena banyak yang putus sekolah dan tidak bekerja. Terimakasih ya Ka Ernawati.



5.

Gambar 4.63 Post 14
Sumber Gambar: Muhammad Rizky

Konten: Deskripsi singkat motif dan variasi bentuk pada batik Betawi

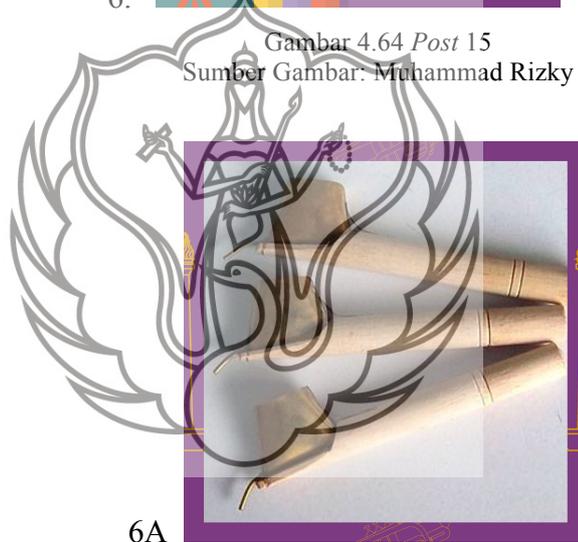
Caption: Batik Betawi merupakan batik pesisir atau pinggiran yang biasanya memiliki motif flora atau buketan. Awalnya seperti batik

pada umumnya, batik ini banyak ditemukan dalam bentuk kain panjang. Namun dalam perkembangannya dalam mengikuti perkembangan pasar semakin banyak variasi seperti menjadi kemeja, pakaian, sarung bantal, dan lainnya. Pokoknya para pengrajin ini selalu kreatif deh.



6.

Gambar 4.64 Post 15
Sumber Gambar: Muhammad Rizky



6A

Gambar 4.65 Post 15A
Sumber Gambar: Muhammad Rizky



6B

Gambar 4.66 Post 15B
Sumber Gambar: Muhammad Rizky

Konten : Alat dan cara membuat menggunakan teknik tulis dengan canting dan teknik cap

Caption: Canting dipakai untuk menuliskan pola batik dengan cairan malam. Canting pada umumnya terbuat dari bahan tembaga dengan gagang bambu

Canting adalah alat yang dipakai untuk memindahkan atau mengambil cairan yang khas digunakan untuk membuat batik tulis, kerajinan khas Indonesia. Canting tradisional untuk membuat batik adalah alat kecil yang terbuat dari tembaga dan bambu sebagai pegangannya.



7.

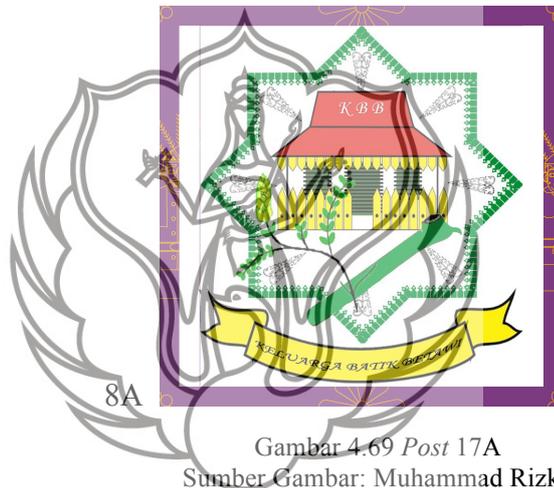
Gambar 4.67 Post 16
Sumber Gambar: Muhammad Rizky

Konten : Untuk memberikan jeda agar tidak monoton sehingga, pada *post* kali ini akan meiadakan informasi dahulu.

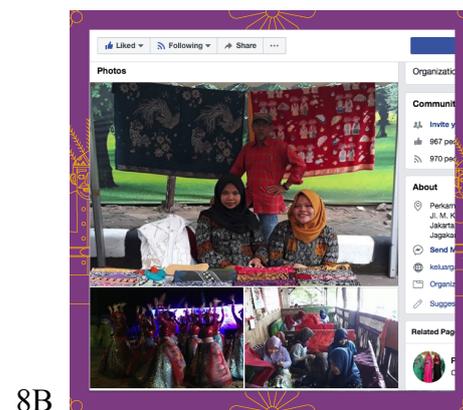
Caption: Haloo, gimana kabar kalian hari ini? sudah semakin kenal belum sama batik Betawi?



Gambar 4.68 Post 17
Sumber Gambar: Muhammad Rizky



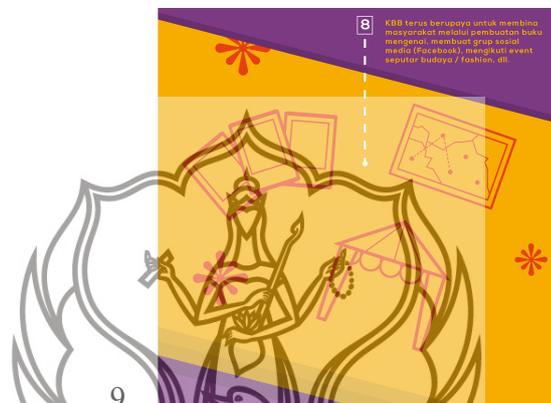
Gambar 4.69 Post 17A
Sumber Gambar: Muhammad Rizky



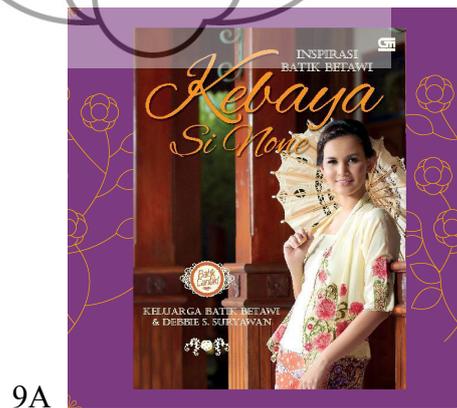
Gambar 4.70 Post 17B
Sumber Gambar: Muhammad Rizky

Konten : Keluarga Batik Betawi (KBB) sebagai komunitas yang terus berupaya untuk melestarikan kerajinan batik Betawi ini.

Caption: Lembaga kebudayaan Betawi melihat kesempatan untuk mengembangkan kembali batik Betawi, kemudian mereka turun tangan mengajak para pembatik muda untuk dibina hingga akhirnya inisiatif untuk membuat komunitas yang fokus terhadap batik Betawi pun muncul, yang kemudian diberi nama keluarga batik Betawi. MAKASIH YE LEMBAGA KEBUDAYAAN BETAWI DAN SEMUANYE YG DUKUNG



Gambar 4.71 Post 18
Sumber Gambar: Muhammad Rizky



Gambar 4.72 Post 18A
Sumber Gambar: Muhammad Rizky



9B

Gambar 4.73 Post 18B
Sumber Gambar: Muhammad Rizky



9C

Gambar 4.74 Post 18C
Sumber Gambar: Muhammad Rizky



9D

Gambar 4.75 Post 18D
Sumber Gambar: Muhammad Rizky

Konten : Ragam kegiatan yang terus dilakukan oleh Keluarga Batik Betawi.

Caption: Nih salah satu hal yang bikin sibuk Keluarga Batik Betawi (KBB). Demi terus menyebarkan pengetahuan dan semangat membatik, mereka melakukan berbagai upaya nih. Nyok kite dukung dahh!

Daaan, seri infografis singkat tentang perjalanan batik Betawi kelaaar, abis ini kita lanjutt kenalannya, biar kite makin akrab yekaan.



- **Bulan III (Awareness, Interest, Search, Action & Share)**

Pada tahapan terakhir, konten akan mulai memiliki tema bahasan yang lebih bervariasi/tidak kaku sehingga selalu menarik untuk audien. Konten bisa berupa informasi sederhana mengenai budaya Betawi, cerita tentang motif batik, biografi orang yang berpengaruh dalam kebudayaan Betawi dan lain-lain.



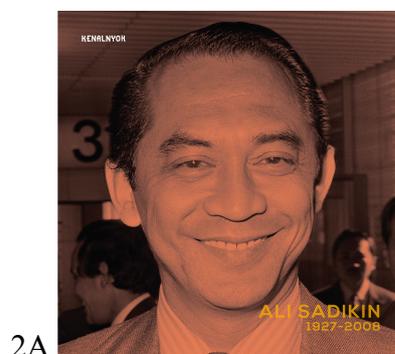
Gambar 4.77 Post 19
Sumber Gambar: Muhammad Rizky

Konten : Penggunaan Ondel-ondel untuk pengusiran makhluk halus dan sial (bala) yang dipercaya oleh masyarakat Betawi.

Caption: semula ondel-ondel yang kita lihat sekarang ini ceria, warna-warni, dll dipercaya manusia Betawi sebagai media untuk tolak bala (sial) dan juga untuk mengusir makhluk halus.



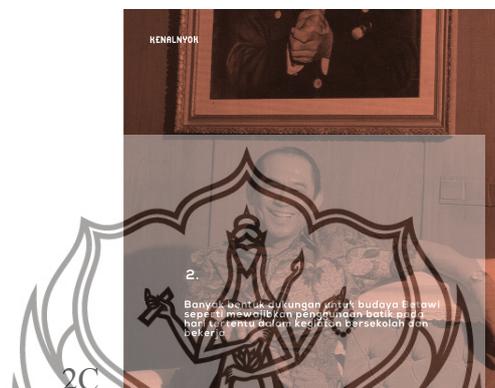
Gambar 4.78 Post 20
Sumber Gambar: Muhammad Rizky



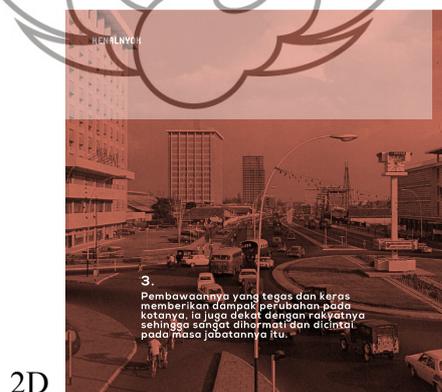
Gambar 4.79 Post 20A
Sumber Gambar: Muhammad Rizky



Gambar 4.80 *Post 20B*
Sumber Gambar: Muhammad Rizky



Gambar 4.81 *Post 20C*
Sumber Gambar: Muhammad Rizky



Gambar 4.82 *Post 20D*
Sumber Gambar: Muhammad Rizky

Konten : #SIAPENIH merupakan kategori konten yang akan membahas biografi singkat seputar orang-orang yang berpengaruh dalam pelestarian batik Betawi. Contohnya mantan guberbur DKI Jakarta Ali Sadikin.

Caption: kenalnyok! Dengan mantan gubernur ibukota yang selain membangun kota Jakarta dengan ketegasannya, ia juga peduli terhadap kelestarian budaya asli etnis Betawi.



3.

Gambar 4.83 Post 21
Sumber Gambar: Muhammad Rizky

Konten : Tanjidor merupakan alat musik yang berasal dari akulturasi budaya Betawi dengan Belanda. Alat musik ini juga dijadikan motif pada batik Betawi.

Caption: Tanjidor adalah salah satu grup musik tradisional Betawi yang sangat terkenal. Seni musik yang dimainkan secara berkelompok ini sangat banyak dipengaruhi oleh musik Eropa. Musik Tanjidor dikembangkan oleh masyarakat Betawi yang banyak tinggal di daerah Bekasi dan Karawang. Daerah ini memang berdekatan dengan Jakarta sehingga budaya Betawi, termasuk Tanjidor, juga sangat kental dalam kehidupan sosial budaya masyarakat setempat.

Tanjidor merupakan ensambel musik yang namanya lahir pada masa penjajahan Hindia Belanda. Kata "tanjidor" berasal dari bahasa Portugis yaitu "tangedor" yang berarti "alat-alat musik berdawai". Dalam kenyataannya, kesenian "tangedor" di Portugis cukup berbeda dengan kesenian Tanjidor di masyarakat Betawi, meskipun sistem tangga nadanya sama-sama diatonik. Tanjidor yang dikembangkan masyarakat Betawi justru lebih didominasi oleh alat musik tiup.

Kapan-kapan kita kupas lebih dalam yak tentang tanjidor, biar pada makin paham!

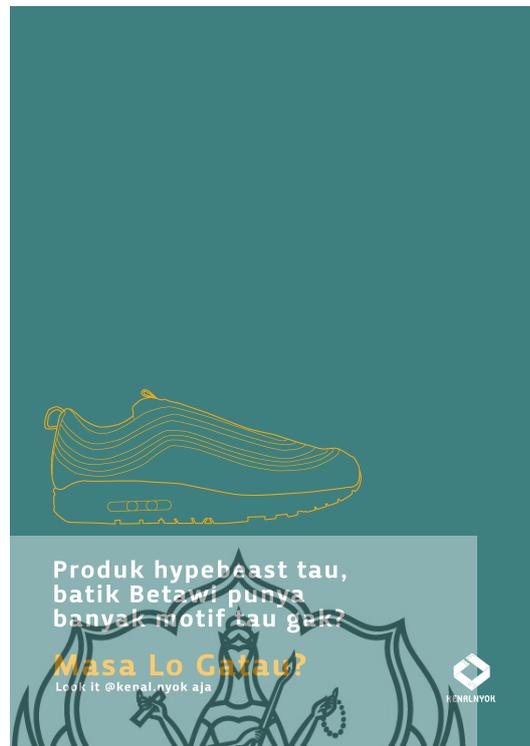


Gambar 4.84 Postingan Bulan 3
Sumber : Muhammad Rizky



3. Media Pendukung

1) Alternatif Poster Digital



Gambar 4.85 Poster 1
Sumber Gambar: Muhammad Rizky



Gambar 4.86 Poster 2
Sumber Gambar: Muhammad Rizky

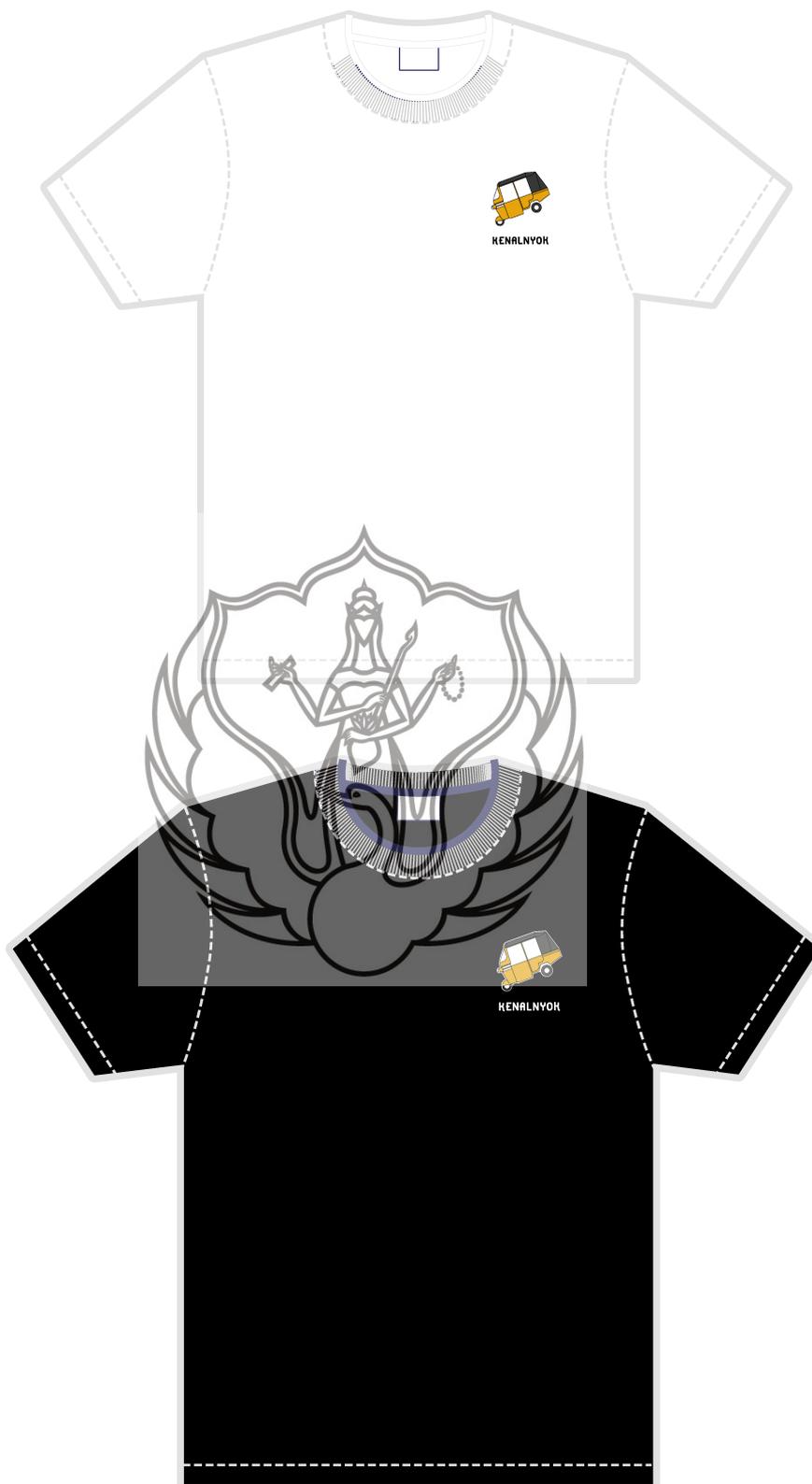
2) Kartu E-Money



Gambar 4.87 Kartu E-Money 1
Sumber Gambar: Muhammad Rizky



Gambar 4.88 Kartu E-Money 2
Sumber Gambar: Muhammad Rizky

3) *T-Shirt*

Gambar 4.89 T-Shirt 1
Sumber Gambar: Muhammad Rizky



Gambar 4.90 T-Shirt 2
Sumber Gambar: Muhammad Rizky



Gambar 4.91 Label T-Shirt
Sumber Gambar: Muhammad Rizky

4) Totebag



Gambar 4.92 Totebag
Sumber Gambar: Muhammad Rizky