

PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL *SOUVENIR* UNTUK PERAYAAN CAP GO MEH DI SINGKAWANG

Yessy Maria.¹, Dr. Bing Bedjo Tanudjaja², Daniel Kurniawan³

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Kristen Petra

Jalan Siwalankerto 121-131, Siwalankerto, Wonocolo, Surabaya 60236

e-mail: yenyen.1601@gmail.com

Abstrak

Perancangan ini merupakan perancangan *Souvenir* untuk perayaan Cap Go Meh dikota Singkawang, Kalimantan Barat. Tradisi Cap Go Meh di Singkawang adalah tradisi perayaan keberagaman yang dirayakan setiap tahunnya dan juga merupakan akulturasi budaya etnis Tionghoa dan budaya masyarakat lokal. Pada acara Cap Go Meh berlangsung banyak wisatawan yang berkunjung, namun masih kurang adanya *souvenir*. Oleh sebab itu dibutuhkan sebuah *souvenir* yang akan menjadi ciri khas pada tradisi Cap Go Meh Singkawang, sehingga ketika ada wisatawan yang datang ke Singkawang, para wisatawan tidak hanya menonton tradisi Cap Go Meh tetapi juga bisa membeli *Souvenir* atau barang khas dari Singkawang yang bisa dijadikan sebuah kenang-kenangan.

Kata Kunci: Komunikasi Visual, Souvenir, Cap Go Meh, Singkawang, Kalimantan Barat

Abstract

Title: Visual Communication Design about Souvenir for Cap Go Meh Festival in Singkawang

This project is about the designing of souvenir for Cap Go Meh festival in Singkawang City, West Kalimantan. Cap Go Meh is an annual tradition that celebrate diversity, and also a form of Chinese and local culture acculturation. At Cap Go Meh festival, there were many tourists who visit, but unfortunately, the souvenir for the event itself is still lacking. Therefore, some kind of souvenir is needed as the identity for Cap Go Meh festival in Singkawang, so that when tourists were visiting, they could both watch the Cap Go Meh festival's event and buy some souvenirs or typical items from Singkawang as keepsakes of the event.

Keywords :

Visual Communication, Souvenir, Cap Go Meh, Singkawang, West Kalimantan

Pendahuluan

Indonesia merupakan negara kesatuan yang penuh dengan keberagaman dan kekayaan. Indonesia terdiri atas beraneka ragam suku, budaya, ras, daerah, kepercayaan agama dan lain-lain. Keragaman budaya atau "*cultural diversity*" adalah keniscayaan yang dimiliki bangsa Indonesia. Di Indonesia keragaman budaya adalah sesuatu yang tidak dapat dipungkiri lagi keberadaannya, karena Indonesia dibentuk oleh banyaknya jumlah suku bangsa yang tinggal di wilayah Indonesia dan tersebar di berbagai pulau dan wilayah di penjuru Indonesia. Setiap suku bangsa memiliki ciri khas dan karakteristik sendiri pada aspek sosial dan budaya. Dalam konteks pemahaman masyarakat majemuk, selain kebudayaan, selain suku bangsa sekelompok kebudayaan, masyarakat Indonesia juga terdiri dari berbagai adat dan kebudayaan daerah, bersifat kewilayahan yang merupakan

pertemuan dari berbagai adat, kebudayaan kelompok suku bangsa yang ada di daerah tersebut. Salah satu budaya Indonesia yang unik datang dari Kalimantan Barat, Singkawang yaitu Cap Go Meh. Arti dari nama Cap Go Meh adalah Cap Go artinya lima belas dan Meh artinya malam, arti keseluruhannya yaitu malam ke lima belas. Dan Cap Go Meh merupakan tradisi pada hari penghujung perayaan Imlek pada hari ke lima belas. Cap Go Meh adalah tradisi perayaan penutup Imlek. Tujuan diadakannya Tradisi Cap Go Meh adalah sebagai ungkapan rasa syukur kepada Tuhan atas berkah/rejeki yang diberikan pada tahun ini dan sekaligus harapan agar musim berikutnya memperoleh yang lebih baik. Puncak acara Cap Go Meh ini dimaksud untuk mengusir/menangkal gangguan atau kesialan dari roh-roh jahat di perkampungan untuk masa mendatang. Pengusiran roh-roh jahat dan peniadaan kesialan dalam Cap Go Meh disimbolkan dalam pertunjukkan

Tatung/Louya (Tokoh dalam perayaan Cap Go Meh atau sebutan bagi orang yang kerasukan roh para dewa dan leluhur.

Terciptalah sebuah ide untuk membuat sebuah *souvenir* yang akan menjadi ciri khas pada tradisi Cap Go Meh Singkawang, karena setiap tradisi Cap Go Meh Singkawang memiliki nuansa yang berbeda khas dari tradisi Cap Go Meh dan menjadi, sehingga ketika ada wisatawan yang datang ke Singkawang, para wisatawan tidak hanya sekedar menonton tradisi Cap Go Meh tetapi juga bisa membeli oleh-oleh atau barang khas dari Singkawang yang bisa dijadikan sebuah kenang-kenangan.

Tujuan Perancangan ini yaitu melalui *Souvenir* yang untuk dijadikan perayaan Cap Go Meh di Singkawang dapat menjadi pengingat orang-orang akan tentang tempat-tempat para wisatawan kunjungi dan pengalaman indah yang mereka alami.

Batasan Lingkup Perancangan

- Objek yang diteliti adalah segala sesuatu tentang tradisi budaya Cap Go Meh kota Singkawang, Kalimantan Barat
- Ruang lingkup perancangannya dibatasi pada perancangan komunikasi visual kota Singkawang dalam bentuk *souvenir* untuk perayaan Cap Go Meh di Singkawang
- Lokasi penelitian adalah Kota Singkawang, Kalimantan Barat
- Waktu penelitian dan perancangan adalah Januari 2018 – Mei 2018

Metode Perancangan

Data Primer

- Wawancara dengan tokoh dalam perayaan Cap Go Meh di Kota Singkawang.
- Wawancara dengan pelaku usaha di Kota Singkawang.
- Wawancara dengan wisatawan yang menyaksikan erayaan Cap Go Meh di Kota Singkawang.

Data Sekunder

- Memberikan angket untuk mencari informasi tentang pengetahuan responden seputar Kota Singkawang.
- Mengumpulkan dan mencari informasi perayaan Cap Go Meh di Kota Singkawang.
- Survey tingkat kepuasan wisatawan terhadap *souvenir* yang berada di Kota Singkawang, Kalimantan Barat.

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dalam pengolahan datanya. Metode kualitatif yang digunakan menggunakan pendekatan unit analisis 5W 1H

(*Who, What, Why, Where, When, Who*). Metode 5W 1H digunakan untuk mengetahui permasalahan yang terjadi dengan adanya 5w+1h akan lebih mudah dalam menjawab permasalahan yang terjadi pada tradisi budaya di Kota Singkawang sebagai objek yang dapat membentuk suatu perancangan komunikasi visual yang efektif untuk menjangkau masyarakat dan efektif dalam menyampaikan tujuan dan pesan yang diinginkan dengan tepat dalam perancangan Komunikasi Visual *Souvenir* ini.

Landasan Teori

Pengertian Art and craft

Art and craft merupakan karya seni yang dibuat dengan menggunakan keterampilan tangan (*hand skill*) dan memperhatikan segi fungsional (kebutuhan fisik) dan keindahan (kebutuhan emosional). *Art and Craft* dikategorikan sebagai karya seni rupa terapan nusantara. Dalam perkembangannya, *Art and Craft* identik dengan seni kerajinan karena terlihat dari cara pembuatan karya seni kriya dengan menggunakan tangan (*hand made*).

Art and Craft telah ada sejak zaman Prasejarah dilihat dari benda-benda temuan sejak zaman Batu Muda (*Neolitikum*) yang mana manusia sudah mulai tinggal menetap. Benda *Art and Craft* tersebut adalah tembikar dimana tembikar terbuat dari tanah liat dan digunakan sebagai wadah. Tembikar di zaman *Neolitikum* menjadi sebuah hiasan sebagai lambang atau simbol kehidupan spritual. Di periode selanjutnya, *Art and Craft* berkembang baik dalam aspek fungsi, peningkatan kualitas bahan, bentuk dan corak hiasannya. Awalnya benda tersebut berbentuk sederhana, dalam perkembangannya menjadi bentuk macam-macam dan rumit yang disertai hiasan yang membuat banyak variasi dan detailnya.

Istilah Seni Kriya berasal dari bahasa Sansekerta dari kata *Krya* yang berarti mengerjakan. *Krya* terus berkembang menjadi karya, kriya dan kerja. Dalam arti khusus kriya adalah mengerjakan suatu hal untuk menghasilkan sebuah benda atau objek. Namun, semakin berkembang disebutlah seni kriya. Sedangkan dalam kamus besar bahasa Indonesia *Kriya* diartikan sebagai pekerjaan (kerajinan tangan). Dalam bahasa Inggris disebut *Craft* yang berarti energi atau kekuatan, maksudnya adalah suatu keterampilan dalam mengerjakan atau membuat sesuatu.

Pengertian tentang Souvenir

Kata "suvenir" berasal dari kata bahasa Prancis untuk "*remembrance*" atau "*memory*". Kadang-kadang souvenir disebut dengan nama lain, seperti *mementos* (kenang-kenangan) atau *keepsakes* (kenang-kenangan). Sebuah *souvenir* dinilai bukan untuk barang itu sendiri tapi untuk kenangan yang

terkait dengannya. *Souvenir* mengingatkan orang-orang tentang tempat-tempat yang mereka kunjungi dan pengalaman indah yang mereka alami.

Souvenir bisa menjadi pernak-pernik yang diproduksi massal dari toko souvenir, atau bisa juga ditemukan atau dikumpulkan oleh pengunjung. Misalnya, souvenir dari kenaikan gunung mungkin berupa kerucut pinus yang dikumpulkan di sepanjang jalan setapak.

Beberapa jenis souvenir yang umum adalah sebagai berikut: pakaian (terutama kaos dan topi), kartu pos, gantungan kunci, magnet kulkas, stiker, patung, mug, piring, sendok dan plat nomor miniatur. Beberapa orang mengumpulkan beberapa jenis souvenir. Misalnya, seseorang mungkin mengumpulkan kartu pos dari semua tempat yang mereka kunjungi. Mereka mungkin menampilkan semua kartu pos di rumah mereka dalam bingkai atau buku khusus.

Budaya Cap Go Meh

Cap Go Meh atau malam ke-15, merupakan penutup dari seluruh rangkaian acara Tahun baru Imlek. Biasa disebut pula *Goam Siauw* atau *Purnama pertama di Museum Semi*. Asal – Mula keramaian Cap Go Meh dimulai pada masa dinasti Han (206 SM – 220 SM). Kebiasaan menggantung lentera warna-warni di atas pintu masuk, dilakukan masyarakat pada zaman itu.

Dalam sejarah tercatat, bahwa pesta *Goan Siauw* yang semarak itu adalah ketika *Dinasti Ming* di bawah pemerintahan Kaisar Thay Zu (1368 – 1399 M). Waktu itu terpasang sekitar 7.000 buah lentera. Uniknya, lentera-lentera itu beraneka warna dan bentuk, yang dilepas di atas Sungai Yang-tze. Panoramanya sangat fantastis dan menarik.

Sejarah Tentang Singkawang

Singkawang merupakan sebuah wilayah yang berada di pesisir barat Borneo. Nama Singkawang diberikan oleh para pendatang dan pelaut Tionghoa, yang melihat adanya “gunung di mulut lautan” yang sesungguhnya adalah bukit yang terletak di muara sebuah sungai yang ada ditepi laut (dalam bahasa Tionghoa disebut *San Kew Jong*).



Gambar 1. Peta Kalimantan Barat

Veth menganggap pesisir barat Borneo merupakan tempat tersubur dan terindah di antara tempat-

tempat lain di Borneo bagian barat. Para pelaut Tionghoa menyebutkan demikian karena wilayah ini berada di sungai yang bermuara di pantai barat dan wilayah ini dikelilingi beberapa pegunungan. Earl dalam perjalanannya ke Singkawang pada 1834 menyatakan bahwa Singkawang yang dihuni oleh orang Tionghoa ini berada sekitar 15 mil menyusuri pantai dari “Songy Ryah” (Sungai Raya) dan dapat dimasuki melalui muara sungai. Muara sungai Singkawang merupakan tempat yang digunakan untuk memasuki Singkawang. Menyusuri pesisir ketika akan masuk ke sungai Singkawang terdapat sebuah gosong (timbunan pasir di muara sungai atau tepi laut) dengan ukuran 10-12 kaki, namun jika air pasang maka kapal tidak akan dapat masuk. Pesisir Singkawang mengalami angin barat pada bulan Januari sampai Maret, sedangkan bulan-bulan berikutnya didominasi oleh angin selatan di sepanjang hari.

Singkawang di masa ini merupakan permukiman petani, pedagang dan nelayan sebagaimana daerah pesisir barat lain di sekitarnya. Walaupun permukiman di sini sebagian besar dibangun oleh orang Tionghoa, Namun Singkawang juga dihuni oleh orang-orang Dayak yang hidup berdampingan dengan orang Tionghoa.

Cap Go Meh Singkawang

Cap Go Meh pada zaman dahulu sempat tidak diizinkan karena itu tradisi etnis Tionghoa. Tetapi setelah perkembangan zaman dan semakin banyak etnis Tionghoa berada di Kalimantan Barat khususnya di Kota Singkawang. Pada tahun 2003, Cap Go Meh diizinkan untuk turun ke kota dan ke jalan untuk berkeliling membersihkan kota sesuai Tradisi Cap Go Meh. Tradisi Cap Go Meh di Singkawang adalah tradisi yang unik karena merupakan akulturasi budaya etnis Tionghoa dan budaya masyarakat lokal. Walaupun Cap Go Meh artinya malam ke lima belas setelah di hitung dari awal tahun baru Imlek, Cap Go Meh dirayakan pada hari ke lima belas.

Pada tahun ini perayaan Cap Go Meh di Singkawang disebut-sebut sebagai festival Cap Go Meh yang terbesar di Indonesia. Event budaya yang juga dihadiri oleh sejumlah menteri dan wisatawan nusantara maupun mancanegara ini sukses terlaksana, tak tanggung-tanggung, tiga rekor muri berhasil diraih, yaitu rekor muri *tatung* terbanyak dengan jumlah 1.129 *tatung*, rekor lampion terbanyak dengan jumlah 20.607 lampion, dan rekor gerbang Cap Go Meh terbesar dan tertinggi dengan tinggi 16,25X6 meter.

Tinjauan Permasalahan

Permasalahan yang terdapat pada perayaan Cap Go Meh di Singkawang yaitu mengenai tentang minimnya sebuah *souvenir* untuk perayaan Cap Go Meh di Singkawang. Berdasarkan data fakta

tentang perayaan Cap Go Meh di Singkawang yang memiliki tradisi yang dirayakan pada tiap tahunnya sebenarnya memiliki potensi untuk menjadikan sebuah souvenir pada perayaan Cap Go Meh.

Faktanya pada tiap tahun Cap Go Meh selalu dirayakan di Singkawang, Kalimantan Barat. Dari tahun ketahun acara Cap Go Meh ini semakin meriah sehingga banyak turis dari luar pulau maupun luar negeri untuk menyaksikan perayaan Cap Go Meh ini. Akan tetapi masyarakat lokal hanya sekedar mengikuti untuk meramaikan tradisi ini, padahal pada *moment* ini masyarakat dapat menunjukkan keunikan tradisi ini melalui sebuah *souvenir*.

Fakta – Fakta Lapangan

Fakta perayaan Cap Go Meh bagi warga di Singkawang merupakan perayaan keberagaman. Pada saat perayaan berlangsung Etnis Tionghoa, Melayu, Dayak, bahkan para turis dari berbagai daerah berburu menjadi satu. Tidak ada batasan antara etnis dan agama. Parade *Tatung/Louya* adalah daya tarik utama prayaan Cap Go Meh di Kota Singkawang. Para *Tatung* tidak hanya sekedar berpawai tetapi juga menunjukkan kemampuannya. Ada yang duduk atau berdiri di atas tandu yang telah dipasang bilah- bilah golok atau paku-paku tajam.



Gambar 2. Tandu

Dalam perayaan Cap Go Meh ini, para masyarakat sesungguhnya tidak hanya sekedar menyaksikan tradisi Tionghoa, tetapi juga menyaksikan keberagaman dan akulturasi. Dandanan para *Tatung* sangat variatif, ada yang mengenakan baju para pembesar atau prajurit China, ada juga yang berpakaian seperti prajurit suku Dayak.



Gambar 3. Tatung/Louya

Berdasarkan penuturan dari budayawan Singkawang yaitu Hasan Karman mengatakan bahwa beragamnya kostum *Tatung* diyakini

sebagai representasi dari “Roh Leluhur” yang merasuki para *Tatung*. Ada roh prajurit Dayak yang meminta pakaian selayaknya prajurit Dayak, adapula prajurit China, Dewa-dewa, ataupun leluhur dari masyarakat Singkawang sendiri yang sebagian merupakan anak dari pernikahan orang Tionghoa pendatang generasi pertama dengan penduduk setempat.

Terlepas dari keyakinan tersebut, kostum *Tatung* itu sebenarnya juga punya muatan simbolik. Beragamnya atribut *tatung* tersebut menjadi simbol komunikasi yang melambangkan penyatuan antaretnis sekaligus mengedukasi masyarakat Kota Singkawang untuk menjadikan perbedaan sebagai kekuatan untuk membangun masyarakat yang damai.

Selain itu menjelang perayaan Cap Go Meh tahun ini 2018 ada 20.067 *lampion* yang menghiasi kota Singkawang dan *Tatung/louya* yang mengikuti tradisi ini ada 1.129 *tatung*. Peserta *tatung* tidak hanya berasal dari masyarakat suku Tionghoa melainkan juga ada masyarakat dari suku Dayak.

Analisis Data

Sebuah kota di Singkawang, Kalimantan Barat memiliki tradisi yang dirayakan pada setiap tahun pada hari ke-15 setelah dihitung dari awal tahun baru imlek. Tradisi ini dirayakan sebagai ungkapan rasa syukur kepada Tuhan untuk Tahun ini dan juga untuk membuang hal-hal sial pada tahun yang akan datang. Dalam pengusiran ini akan melalui seseorang yang dirasuki oleh dewa/roh yang biasanya disebut dengan *Tatung/Louya*.

Untuk merayakan tradisi ini para *tatung/louya* perlu persiapan sebelum tibanya hari perayaan. Para *Tatung* harus vegetarian beberapa hari sesuai dengan yang di minta oleh dewa/roh leluhur yang di miliki serta minta persetujuan kepada dewa/roh agar dapat mengikuti perayaan Cap Go Meh. Ritual Vegetarian ini memiliki maksud lain yaitu agar para *Tatung/Louya* ketika naik ke tandu yang ada paku-paku atau golok para *Tatung* ini tidak akan terluka. Akan tetapi *Tatung* yang seharusnya tidak akan terluka saat naik tandu biarpun para *Tatung* ini dirasukin oleh dewa/roh leluhur, *Tatung* tetap dapat terluka jika para *Tatung* tidak vegetarian dengan benar.

Setelah itu di hari ke 14 para *Tatung* ini akan mengelilingi kota dan akan memasuki beberapa *klenteng* yang ada di kota Singkawang. Para *Tatung* ini akan meminta restu kepada Dewa karena mereka akan melewati wilayah *klenteng* dan juga akan turun ke jalan untuk membersihkan jalan dari hal-hal sial. Untuk meminta ijin mereka akan melempar sejenis kayu yang jika muncul dua sisi yang sama atau disebut dengan “*sin pui*” dalam bahasa *Hakka*. Sampai diberikan ijin mereka baru pindah ke *klenteng* yang lain. Selama orang tersebut menjadi *Tatung/Louya* atau sudah

dimasukin roh/leluhur harus tetap didampingi mediatornya. Fungsinya untuk berkomunikasi dengan roh yang merasukinya.



Gambar 4. Sin pui

Pada hari ke 15 semua Tatung yang telah siap dengan atribut-atribut masing-masing akan berkumpul di halaman Kantor Wali Kota Singkawang di Jalan Firdaus pada pukul 07.00 WIB dan akan meneruskan rute menuju Jalan Diponegoro. Dari Jalan Diponegoro, peserta akan berbelok ke arah Jalan Sejahtera, kemudian langsung ke Jalan Budi Utomo, melewati Jalan Salam Diman, Jalan Setia Budi, berbelok ke Jalan Niaga dan akan *finish* di Jalan Pai Bakir tempat altar utama.

Analisis Permasalahan

Dalam analisa data dari tinjauan permasalahan yang ada tentang perayaan Cap Go Meh di Singkawang, karena tradisi budaya Tionghoa ini yang dirayakan setiap tahun. Tentu tradisi ini akan menarik banyak pengunjung yang datang untuk menyaksikan pertunjukan Cap Go Meh di Singkawang, agar para pengunjung dapat mengingat *moment* ini di perlukan sebuah produk yang dapat di jadikan oleh-oleh atau biasa di sebut dengan souvenir. *Souvenir* yang dibuat tentu ada kaitannya dengan Cap Go Meh yang menunjukkan kebutuhan emosional seseorang terhadap leluhurnya atau tradisi ini, sehingga *souvenir* ini perlu untuk secara fisik jadi kenangan tidak hanya sekedar dilihat tetapi juga dapat di bawa.

Konsep Media

Tujuan Media

Media merupakan sarana atau alat komunikasi yang menyampaikan pesan tertentu kepada masyarakat luas. Media komunikasi merupakan media yang memegang peranan penting dalam menyampaikan pesan kepada target Audiens. Media meliputi segenap perangkat yang dapat memuat atau membawa pesan-pesan penjualan kepada calon pembeli.

Media dalam perancangan perayaan Cap Go Meh di Singkawang bertujuan untuk mengedukasi para pengunjung turis/wisatawan, karena kebanyakan para wisatawan yang datang menyaksikan perayaan Cap Go Meh ini sebenarnya tidak mengetahui tujuan dan latar belakang dari perayaan Cap Go

Meh tersebut. Untuk itu melalui *souvenir* ini para wisatawan/turis dapat terinformasikan melalui *souvenir* tersebut yang selain menunjukkan tokoh utama acara Cap Go Meh juga menjelaskan detail dari acara tokoh tersebut.

Strategi Media

- Membuat sebuah *souvenir* yang diambil dari tokoh/tokoh *Tatung/Louya*. Hasil gambar dari *Tatung/Louya* di design ulang. Karya souvenir yang dibuat akan melalui art and craft yaitu karya tangan yang menggunakan 3D *printing* membentuk sebuah miniatur yang sesuai gambar.



Gambar 5. Contoh Miniatur

- Karakter pertama yang dipilih yaitu bernama Sam Bong Thai Ci. Karakter ini dipilih karena ketika survei langsung ke lapangan karakter ini sangat menonjol karena banyak dikerumuni oleh orang-orang dan ternyata karakter ini saat dirasuki oleh roh goyangan ditandu dan gerakannya sangat kuat.



Gambar 6. Sam Bong Thai Ci

- Karakter yang ke dua yaitu bernama Latok. Karakter ini dipilih sama dengan Sam Bong Thai Ci, karena juga menonjol pada saat acara. Bedanya karakter ini memiliki kehebatan yang lain yaitu memakan kaca dan juga berjalan diatas arang yang panas, sehingga membuat karakter ini di kerumuni oleh orang-orang.



Gambar 7. Latok

- Karakter yang ke tiga yaitu Cie Mie Sen Kiun . Karakter ini dipilih karena memiliki

kehebatan meramal orang. Banyak orang Singakwang maupun orang luar datang ke Cie Mie Sen Kiun untuk diramal dan dari hasil survei ramalan dari Cie Mie Sen Kiun ini benar.



Gambar 8. Cie Mie Sen Kiun

- Karakter yang ke empat yaitu Datuk. Karakter ini adalah karkter turun temurun yang akhirnya sekarang jatuh ke Anak muda ini yang bernama Afui. Sebelumnya karakter ini merasuki kakeknya Afui yang terkenal dengan kemampuannya menyembuhkan orang sakit. Orang sakit atau orang yang terkena diguna-guna akan datang ke Datuk ini untuk meminta obat.



Gambar 9. Datuk

- Melalui *design souvenir* yang dibuat lalu dikemas dalam bentuk sebuah kemasan. Kemasan yang dibuat hanya berisi 1-2 lembar untuk memuat informasi dan menjelaskan dari produk yang dibuat seperti cerita pendek tokoh perayaan Cap Go Meh.
- Tone warna yang dipilih yaitu warna merah dan *cream* karena konsep *design* yang dibuat sesuai dengan tema Cap Go Meh yang juga merupakan tradisi budaya China yang identik dengan warna merah.



Gambar 10. Warna Merah & Krem

- Pemilihan font yaitu Gang of Three dan Orange Let Plain. Font ini dipilih karena bentuk fontnya memiliki bentuk tulisan china yang sesuai dengan Tema Cap Go Meh yang merupakan budaya China, sehingga terpilihlah font Gang of Three dan Orange Let Plain.



Gambar 11. Font Gang Of Three



Gambar 12. Font Orange Let Plain

Khalayak Sasaran

Perancangan promosi ini memiliki target market yang ingin dicapai yaitu :

Target Audience :

- Demografis

Usia : 25 – 55 tahun

Siklus Hidup Keluarga : Belum menikah/menikah

Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan

Pekerja : Wisatawan, traveler, blogger, wiraswasta, seniman dan lain-lain.

Ras : Semua Ras

Kewarganegaraan : WNI dan WNA

Kelas Sosial : Dari menengah sampai atas

- Geografis

Wilayah : Indonesia

Ukuran Kota : Kota kecil

Karakteristik dan Spesifikasi : Singakwang (Kalimantan Barat)

- Psikografis

Gaya Hidup : Konsumtif, mengikuti perkembangan jaman

Kepribadian : bebas berekspresi

- Behaviouristis : masyarakat yang masih menganut dan percaya dengan budaya adat.

Pemilihan Media

Berdasarkan Segmentasi target audience, maka untuk menentukan panduan media, diperlukan pemilihan media dan menetapkan prioritas media agar tercapai efektifitas komunikasi. Efektifitas media, yaitu media yang paling cocok untuk mengiklankan produk, yang dikaitkan dengan karakteristik produk. Media yang dipakai untuk mempromosikan *Souvenir* dalam perayaan Cap Go Meh di Singkawang adalah *Moving Booth*, *X-Banner*, Kemasan, *Shopping bag*, *Spinner wheel*, *2D Figure*, *T-shirt*, *Flyer*, *Sticker*.

- *Moving Booth*
Dibuat menarik dan mampu menampung sejumlah produk jualan, merangkap juga etalase yang menarik dan informatif. Selain itu juga dibuat fleksibel agar dapat mengikuti prosesi acara yang berpindah tempat.
- *X-Banner*
Digunakan untuk mendapatkan atensi para pengunjung acara, agar terinformasi mengenai produk menarik yang di jual selama acara cap go meh tersebut. Berisi beberapa informasi berupa photoshoot produk dan beberapa kata – kata ajakan untuk memiliki koleksinya.
- Kemasan
Kemasan produk digunakan untuk membungkus dan melindungi produk. Diciptakan menarik dan memiliki fungsi lebih yaitu untuk menjadi alat edukasi masyarakat mengenai cap gomeh, memberikan kesan lebih menjual, elegan, aman dan collectable (barang koleksi).
- *Shopping Bag*
Shopping bag, digunakan untuk bungkus produk yang telah dibeli para pembeli. Keberadaannya dapat juga dimanfaatkan sebagai ‘iklan keliling’ oleh para pembeli, dapat juga digunakan sebagai kenang – kenangan bagi para pembel.
- *Spinning Wheel*
Digunakan sebagai peramai / kegiatan tambahan dan dekorasi menarik pada acara tersebut, terutama pada lokasi penjualan.
- *2D Figure*
Berupa kipas menarik yang dapat dibagikan bagi mereka yang berpartisipasi dalam acara khusus penjualan produk ini. Dapat juga dijadikan sebagai hadiah untuk pemenang spinning wheel.
- *T-shirt*
Bekerja sama dengan panitia acara cap gomeh membuat sebuah Tshirt menarik dengan yang juga dapat digunakan sebagai souvenir. Digunakan secara praktis sebagai alat promosi produk.
- *Flyer*

Merupakan cerita yang dibuat secara singkat dengan maksud untuk menyampaikan info dari produk yang dibuat.

- Sticker
Digunakan sebagai pendukung pada produk agar terlihat menarik.

Konsep Kreatif

Tujuan Kreatif

Dalam membuat sebuah media promosi, selain harus tepat dan efektif, juga harus dapat menarik perhatian sehingga dapat menciptakan suatu produk yang dapat menarik konsumen.

Tujuan kreatif perancangan komunikasi visual untuk mempromosikan souvenir dalam perayaan Cap Go Meh di Singkawang, terdapat tujuan kreatif yang dibuat yaitu :

- Menginformasikan konteks perayaan Cap Go Meh di Singkawang kepada masyarakat luas baik itu wisatawan dalam maupun luar negeri akan pemahaman tentang *Souvenir* yang dibuat untuk mengingatkan para wisatawan akan Cap Go Meh di Singkawang.
- Memperluas citra kota Singkawang dan mempromosikan keunggulan yang ada di kota Singkawang.
- Menarik minat *target audience* untuk membeli produk *souvenir* dalam perayaan Cap Go Meh di Singkawang.

Strategi Kreatif

Strategi kreatif merupakan langkah yang dilakukan untuk mempromosikan produk sampai mencapai tujuan kreatif yang telah ditetapkan. Dimana terdiri dari isi pesan periklanan dan strategi pesan yang akan disampaikan. Pesan yang ingin disampaikan yaitu mengenai souvenir pada acara Cap Go Meh di Singkawang.

Isi Pesan

Isi pesan dalam suatu produk mengandung kekuatan dan efektifitas didalamnya. Isi pesan pada suatu produk harus dapat menarik target audience, membuat terkesan bahkan merangsang keinginan untuk bertindak sesuai dengan pesan yang disampaikan. Melalui produk *souvenir* yang dibuat memiliki pesan yang akan disampaikan yaitu dari bentuk produk yang dibuat menunjukkan simbol komunikasi yang melambangkan penyatuan antaretnis sekaligus mengedukasi masyarakat Kota Singkawang untuk menjadikan perbedaan sebagai kekuatan untuk membangun masyarakat yang damai.

Strategi Pesan

Jika isi pesan suatu produk adalah menyangkut pesan yang ingin disampaikan kepada target audience, maka strategi pesan pada suatu produk menyangkut bagaimana menyampaikan isi pesan

tersebut kepada *target audience*. Untuk strategi pesan penyampaiannya melalui pesan visual merupakan cara penyampaian isi pesan dengan ungkapan visual *display* yang dirancang.

Isi *display* yaitu balok kayu *vintage* yang menjadi tempat untuk memasang produk diatas balok kayu, selain itu juga untuk mempermanis *display* juga dipasang *standing figur 2D* yang berbentuk karakter produk yang dijadikan kipas sebagai hadiah buat para pembeli, *X-Banner* yang akan memuat judul produk dan gambar yang besar supaya keterbacaannya jelas. Selain itu juga promosi melalui *T-shirt* yang dipakai oleh panitia yang bergambar produk yang dijual dan serta *Flyer* yang berisi cerita pendek tentang perayaan Cap Go Meh di Singkawang dan juga tambahan *Sticker* untuk menarik para konsumen.

Eksekusi Final Desain

Souvenir



Gambar 13. Souvenir

Moving Booth



Gambar 14. Moving Booth

X-Banner



Gambar 15. X-Banner

Kemasan



Gambar 16. Kemasan

Shooping Bag



Gambar 17. Shooping Bag

Spinner Wheel



Gambar 18. Spinner Wheel

2D Figure (Kipas)



Gambar 19. 2D Figure (Kipas)

T-shirt



Gambar 20. T-shirt

Sticker



Gambar 21. Sticker

Flyer



Gambar 22. Flyer

KESIMPULAN

Souvenir menjadi pengingat orang-orang akan tentang tempat-tempat para wisatawan kunjungi dan pengalaman indah yang mereka alami. Tentunya setiap tempat wisata memiliki *souvenir* atau oleh-oleh khas dari tempat tersebut. Oleh karena itu, berdasarkan analisis diatas Kota Singkawang yang merupakan kota yang terkenal dengan perayaan Cap Go Meh yang sampai saat ini minim akan sebuah *Souvenir*. Maka untuk itu dengan adanya sebuah *souvenir* diperlukan dengan harapan setelah pulang dari acara Cap Go Meh pengunjung dapat pengingat moment perayaan Cap Go Meh, di Singkawang Kalimantan Barat. Selain itu juga menjadi kebanggaan bagi kota Singkawang yang dapat menunjukkan bakat dengan menghasilkan sebuah karya yang memiliki fungsi dan juga nilai berguna. Perlahan-lahan juga dapat membuat kota Singkawang menjadi kota yang semakin dikenal publik.

DAFTAR PUSTAKA

Apa Yang Dimaksud Dengan Souvenir - Priangansari. *Priangansari*. (2018). Available at: <http://priangansari.co.id/apa-yang-dimaksud-dengan-souvenir/>. Accessed February 26, 2018.

Apa yang dimaksud dengan komunikasi visual?. *Dictio Community*. 2018. Available at: <https://www.dictio.id/t/apa-yang-dimaksud-dengan-komunikasi-visual/3797>. Accessed February 26, 2018.

Capgomeh-Singkawang. (2018). *Capgomeh-Singkawang*. [online] Available at: <http://capgomehsingkawang.wixsite.com/capgomeh-singkawang/page1> [Accessed 7 Feb. 2018].

Fakta Festival Cap Go Meh 2018 di Singkawang, Keren Banget!. Retrieved from <https://travel.idntimes.com/journal/elprianti/fakta-festival-cap-go-meh-2018-di-singkawang-c1c2/full>

Mustafa, A. (2018). *Singkawang, 'Sepetak' Hong Kong di Indonesia*. *CNN Indonesia*. Retrieved 8 February 2018, from <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20170127175405-269-189553/singkawang-sepetak-hong-kong-di-indonesia>

Rahmayani, Any. (2014). *Pemukiman Tionghoa di Singkawang*. Yogyakarta: penerbit Ombak.

Pengertian Seni Kriya, Fungsi, Macam & Contoh Seni Kriya. Retrieved from <http://www.artikelsiana.com/2015/09/pengertian-seni-kriya-fungsi-macam>.

Tatung, Harmoni Budaya dan Religi Singkawang. (2018). *KRATONPEDIA.com: Portal Informasi Budaya Kaum Muda Indonesia*. Retrieved 26 February 2018, from <http://www.kratonpedia.com/article-detail/2012/2/21/244/Tatung%2C.Harmoni.Budaya.dan.Religi.Singkawang.html>

Yoest. 2004. *Tradisi & Kultur Tionghoa*. Jakarta: Gerak Insan Mandiri.