

PERANCANGAN BUKU ETNOFOTOGRAFI KAMPUNG ADAT KUTA CIAMIS SEBAGAI MEDIA INFORMASI BAGI GEN Z (USIA 21-24 TAHUN) DALAM EKSPLORASI BUDAYA LOKAL

Muhamad Agung Nugraha ¹, Eka Noviana, Dr. Phil.,M.A. ²
Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Arsitektur dan Desain, Institut Teknologi Nasional Bandung

E-mail: muhamad.agung@mhs.itenas.ac.id dan e.noviana@itenas.ac.id

Abstrak

Kampung adat merupakan bentuk kearifan lokal yang mampu melestarikan tradisi hingga kini. Salah satu contohnya adalah Kampung Kuta di Kabupaten Ciamis, di mana masyarakat menjaga budaya Pamali (tabu) untuk menjaga keseimbangan alam dan tatanan hidup bermasyarakat. Dalam konteks globalisasi, kekhawatiran terhadap minat eksplorasi budaya lokal pada generasi Z dewasa awal semakin meningkat. Melalui wawancara dengan generasi Z dan ketua adat Kampung Kuta, terungkap bahwa meskipun potensi minat masih ada, namun terkendala oleh kurangnya akses informasi yang sesuai dan kekhawatiran akan kontaminasi budaya luar. Sebagai solusi, dirancang sebuah buku dengan pendekatan etnofotografi, dimana foto-foto yang ditampilkan bukan hanya pendokumentasian kegiatan yang dilakukan masyarakat setempat, tetapi foto yang ditampilkan merupakan dokumentasi dari hasil observasi dan wawancara mendalam dengan masyarakat dan tokoh di Kampung Kuta tersebut. Foto-foto yang ditampilkan dimaksudkan untuk membangkitkan minat dan memberikan pemahaman mendalam tentang budaya leluhur tanpa memerlukan kehadiran fisik. Uji coba yang dilakukan kepada target audiens, menunjukkan bahwa pendekatan visual yang disajikan cukup menarik dan meningkatkan rasa penasaran terhadap kegiatan yang dipotret dalam buku tersebut. Melalui pendekatan ini, diharapkan dapat memperkuat dan memperpanjang keberlangsungan budaya lokal dalam era globalisasi yang semakin kompleks.

Kata Kunci: Kampung Kuta, Tradisi, Adat, Gen Z, Etnofotografi, Buku

Abstract

Traditional villages are a form of local wisdom that is able to preserve traditions until now. One example is Kuta Village in Ciamis Regency, where the community maintains the Pamali (taboo) culture to maintain the balance of nature and social order. In the context of globalisation, there is increasing concern about the interest in exploring local culture amongst Generation Z early adults. Through interviews with generation Z and the customary leader of Kuta Village, it was revealed that although the potential for interest still exists, it is constrained by the lack of access to appropriate information and concerns about external cultural contamination. As a solution, an ethnophotography book that introduces Kampung Adat Kuta to the younger generation was designed. The book emphasises visualisation to generate interest and provide a deep understanding of ancestral culture without requiring physical presence. The methods used are observation and literature study. The result is an ethnophotography book which, based on testing with several target audiences, shows that the visual approach presented is quite interesting and increases curiosity about the activities photographed in the book. Through this approach, it is expected to strengthen and prolong the sustainability of local culture in an increasingly complex era of globalisation.

Keywords: Kuta Village, Tradition, Custom, Gen Z, Ethnophotography, Book

1. Pendahuluan

Globalisasi signifikan dalam pertukaran budaya, didorong oleh arus informasi dan teknologi. Akses mudah terhadap budaya asing memengaruhi ekonomi, politik, seni, musik, dan gaya hidup, menimbulkan kekhawatiran akan homogenisasi budaya. Manajemen interaksi antarbudaya penting

untuk menjaga keberagaman dan identitas budaya. Generasi Z Indonesia tertarik pada budaya asing, mengubah minat dari budaya lokal. Meskipun budaya tradisional mengalami penurunan, kampung adat di Jawa Barat memainkan peran vital dalam melestarikan kearifan lokal dengan mempertahankan tradisi. Kampung Adat Kuta di Kabupaten Ciamis adalah contoh kampung adat yang masih ada. Terletak di Desa Karangpaninggal, Ciamis, kampung ini memiliki pola pemukiman linear dengan rumah-rumah terhubung melalui jalan-jalan dusun. Rumah-rumah tersebut kebanyakan dibangun panggung dengan atap jure, sesuai dengan hukum adat yang melarang penggunaan genteng dan besi. Penduduknya mayoritas petani yang menggarap sawah tadah hujan dan memproduksi gula aren sebagai mata pencaharian utama kedua. Proses pembuatan gula aren dilakukan secara turun temurun dengan menggunakan peralatan dari bambu. Selain itu, mereka juga terlibat dalam pembuatan anyaman bambu, pemeliharaan ternak, dan pekerjaan kuli bangunan di desa tetangga.

Kampung Adat Kuta

Kampung Kuta, yang terletak di Desa Karangpaninggal, Ciamis, merupakan sebuah kampung adat yang terkenal dengan karakteristik uniknya dalam pola pemukiman dan tradisi yang masih dipegang teguh oleh warganya. Terletak di wilayah Kabupaten Daerah Tingkat II Ciamis, kampung ini memiliki pemukiman yang berjajar lurus sepanjang jalan desa yang menjadi jalur utama, dengan rumah-rumah panggung yang mematuhi tradisi adat leluhurnya. Selain itu, reputasi Kampung Kuta juga dikenal karena keragaman mata pencaharian penduduknya, yang mayoritas adalah petani padi dan pembuat gula aren. Proses pembuatan gula aren dilakukan secara turun-temurun dengan menggunakan alat-alat tradisional yang terbuat dari bambu. Penduduk juga terlibat dalam aktivitas lain seperti membuat anyaman bambu, beternak, dan bekerja sebagai kuli bangunan di desa sekitar. (PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN DIREKTORAT JENDERAL KEBUDAYAAN BALAI PELESTARIAN NILAI BUDAYA BANDUNG Wilayah Kerja Provinsi Jawa Barat, Jakarta, & dan Lampung, n.d.)

Struktur kepemimpinan di Kampung Kuta terbagi antara kepemimpinan formal dan non-formal. Terdapat kepala desa atau kuwu bersama kepala dusun atau lurah yang memimpin secara resmi, dan ada juga tokoh adat dan kuncen yang memainkan peran penting dalam menjaga tradisi dan adat istiadat. Selain itu, kampung ini juga melaksanakan sejumlah ritual dan upacara adat, seperti Nyuguh, Hajat Bumi, dan Babarait, yang dilakukan untuk memperkuat hubungan dengan leluhur dan alam. Meski demikian, terdapat pula larangan-larangan atau pamali yang harus dihormati oleh penduduk, seperti tidak boleh membangun rumah dengan genteng dan tembok serta dilarang masuk ke hutan keramat tanpa persiapan khusus. (Miharja, Gojali, & Ushuluddin, n.d.)

Etnofotografi

Etnografi, yang awalnya mungkin asing bagi peneliti non-antropologi, pada dasarnya merupakan sebuah tulisan tentang suatu etnis yang biasanya ditulis oleh seorang antropolog setelah penelitian lapangan yang berlangsung berbulan-bulan atau bertahun-tahun. Tulisan etnografi tidak hanya menyajikan fakta seperti dalam features jurnalistik, tetapi juga mencakup analisis mendalam, kualitatif, dan holistik-integratif. Metode utamanya meliputi observasi partisipasi yang berlangsung dalam waktu yang lama dan wawancara mendalam, yang bertujuan untuk memahami pikiran, perilaku, dan kebudayaan suatu masyarakat. Meskipun awalnya banyak digunakan oleh peneliti Eropa dan Amerika pada masa kolonial, etnografi telah berkembang pesat menjadi sebuah metode yang diakui secara global dalam bidang antropologi, dengan karya-karya terkenal seperti yang ditulis oleh Malinowski, Evans-Pritchard, Geertz, dan Spradley. (Litbang & Semarang, n.d.)

Fotografi merupakan alat perekaman yang digunakan untuk mengabadikan peristiwa, situasi, atau objek. Tujuan utama setiap fotografer adalah menciptakan karya seni yang memiliki nilai dan subject matter yang tinggi. Ekspresi diri dalam fotografi seni dapat diwujudkan melalui berbagai cara, seperti memilih objek yang unik, menggunakan teknik pemotretan dan kamar gelap khusus, serta eksperimen dengan metode yang berbeda. Konsistensi dan dedikasi dalam pendekatan ini akan mencerminkan karakteristik pribadi dari fotografer seni. (Arizal, 2021)

Etnofotografi merupakan perpaduan antara etnografi dan fotografi. Sebagai sebuah metode, etnofotografi adalah sebuah karya etnografi yang menggunakan media fotografi untuk membantu para kolaboratornya baik dalam pengumpulan data maupun analisis dan hasilnya. Dengan demikian,

penggunaan materi visual (foto) menjadi komponen utama etnografi. Citra yang digunakan dalam etnografi dapat dibuat oleh peneliti secara langsung sebagai bagian dari penelitian, atau berasal dari dokumen dan subjek secara spontan atau direncanakan sebagai bagian dari penelitian, serta kombinasi dari bahan lainnya. (Sisca Haryani & Pengkajian Seni, 2022)

Gen Z Terhadap Budaya

Generasi Z, yang lahir antara tahun 1996 dan 2012, dikenal sebagai kelompok yang tumbuh bersama dengan kemajuan teknologi digital. Mereka terampil dalam menggunakan teknologi dan sering disebut sebagai generasi internet karena keahlian mereka dalam mengadopsi perangkat dan aplikasi baru. Berkat akses yang luas terhadap internet, khususnya melalui media sosial, Gen Z memiliki kesempatan untuk menjelajahi budaya dan pandangan dunia yang beragam. Meskipun lebih tertarik pada tren budaya barat di platform media sosial, mereka masih memiliki kesadaran terhadap budaya asli Indonesia. (Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Gresik Jawa Timur Indonesia, Putu Dharmawan Pradhana, Made Prihanadi Dwi Surya Putri, & Elly Sutrisni, 2023)

Namun, kecanduan media sosial telah menimbulkan fenomena FoMO (Fear of Missing Out) di kalangan Gen Z. Mereka cenderung mengikuti tren konten yang mayoritas berasal dari budaya barat, mengakibatkan perhatian mereka terhadap budaya lokal menjadi tergeser. Meskipun ada upaya untuk mempromosikan budaya Indonesia di media sosial, respon dari Gen Z cenderung terbatas, yang menyebabkan kekhawatiran terhadap pelestarian budaya lokal di era digital yang terus berkembang. (Putu, Karuni, Cahyani, Artha, & Narayana, n.d.)

Buku

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia disebutkan bahwa buku adalah helai kertas berjilid yang berisikan tulisan untuk dibaca atau kosong untuk ditulis. Selain itu buku adalah sarana informasi yang efektif karena memuat informasi yang lebih lengkap (Muktiono, 2003), atau menjadi sarana pembelajaran yang paling efektif, karena selain mudah untuk dipahami, juga berisikan lengkap segala informasi. Dalam masyarakat buku untuk anak-anak umumnya adalah buku bergambar, karena untuk seumurannya anak-anak yang paling mudah mereka tangkap dalam hal pembelajaran adalah masih sebatas gambar yang mereka anggap menarik dari pada hanya dalam bentuk tulisan. Sedangkan untuk orang dewasa lebih fleksibel dan mudah memahami dari berbagai penyampaian, lewat sebatas tulisan saja maupun gambar. (Muktiono, 2003)

Desain layout dalam sebuah buku, fungsi utamanya adalah untuk mendukung konsep atau pesan yang ingin disampaikan, dalam mendesain sebuah buku memerlukan ekstra kerja untuk menjamin berhasilnya penyampaian sebuah pesan. (Asthararianty & Fanny Lesmana, 2018) Jadi dalam konteks perancangan buku, desain layout memiliki peran utama dalam mendukung konsep atau pesan yang hendak disampaikan. Untuk mencapai keberhasilan dalam penyampaian pesan, proses desain buku memerlukan dedikasi tambahan. Desain layout yang optimal dapat meningkatkan pengalaman pembaca, mempermudah penyampaian informasi, dan menciptakan keseimbangan visual yang memperkuat esensi pesan yang ingin diungkapkan melalui buku tersebut.

Warna adalah sesuatu yang akrab dengan keseharian, namun kemampuan mempersepsikannya sebagai dasar pengaplikasian pada proses kreatif dapat dipelajari. Warna memasuki berbagai bentuk komunikasi visual. Sebuah warna atau serangkaian palet warna memiliki kekuatan untuk memuat makna simbolik, membangkitkan emosi atau suasana tertentu, menyampaikan suatu pesan, atau sederhananya dapat menarik perhatian. Sebagai elemen visual, warna mampu menyampaikan pesan dan membangun makna tanpa perlu menggunakan kata-kata. (Rahardja & Purbasari, 2018)

Tipografi adalah media yang penting terutama dalam membuat teks menjadi berguna atau mudah digunakan. tipografi berasal dari bahasa Yunani *typhos* dan *graphein* yang berarti bentuk tulisan, jadi dapat dikatakan tipografi merupakan ilmu yang mempelajari bentuk huruf. Tipografi memiliki peran penting dalam setiap karya desain grafis yang berlangsung dari setiap masa ke masa. (Made, Radithya Kanta, & Artayasa, n.d.)

2. Metode Penelitian

Observasi dan wawancara dilakukan secara langsung ke Kampung Adat Kuta, dengan tujuan mengumpulkan data tentang permasalahan yang berkaitan dengan perancangan Tugas Akhir. Observasi dilakukan pada bulan Maret dan April 2024 karena keterbatasan waktu Tugas Akhir dan ada beberapa ritual yang tidak terdokumentasikan karena diluar batas waktu observasi.

Wawancara dilakukan kepada ketua adat kampung kuta dan beberapa orang yang bersangkutan sebagai perwakilan dari target audiens dan kemudian memberikan informasi pada sesi wawancara. Dalam sebuah perbincangan di Kampung Adat Kuta, saya diberi kesempatan langka untuk berbicara dengan Bapak Warsim Setiawan Usia 60 tahun Sebagai Ketua Adat. Selain itu wawancara target audiens dilakukan kepada 4 orang Gen Z dengan rentang umur 21-24 tahun.

Observasi dilakukan pada bulan Maret dan April 2024 di Kampung Adat Kuta Ciamis. Observasi dilakukan dengan pendekatan etnografi dengan menjadi bagian dari masyarakat untuk mengetahui adat dan budaya mereka dengan didampingi oleh ketua adat yang diantaranya meliputi topografi, bentuk serta aturan rumah, adat larangan, budaya, kesenian, ritual dan upacara adat, pekerjaan, pendidikan dan keseharian yang dilakukan di rumah.

Pada penyelesaian topik permasalahan ini, diperlukan penggunaan literatur tertentu guna meningkatkan kualitas hasil penelitian. Penelitian ini menggunakan beberapa literatur yang membahas Kampung Adat Kuta secara lengkap, serta literatur lain yang membahas tentang Etnofotografi, Gen Z terhadap budaya, dan Buku Etnofotografi.

3. Hasil dan Pembahasan

Dari hasil analisis data yang didapat dan mendapatkan informasi saat melakukan pengumpulan data, diantaranya seperti sejarah, arsitektur, ritual, upacara adat, kesenian, adat, budaya, dan keseharian masyarakat di Kampung Adat Kuta Ciamis, data tersebut diperoleh dari hasil studi literatur dan juga observasi langsung dengan pendekatan etnografi di Kampung Adat Kuta Ciamis. Hasil pengumpulan data lainnya seperti hasil wawancara narasumber yang mewakili target audiens dan akan digunakan sebagai acuan perancangan Buku Etnofotografi Kampung Adat Kuta Ciamis Sebagai Media Peningkatan Kesadaran Generasi Z Terhadap Minat Eksplorasi Budaya Lokal.

3.1 Hasil Wawancara

Hasil wawancara dengan Ketua Adat Kampung Kuta Ciamis

Setelah melakukan wawancara dengan Ketua Adat Kampung Kuta empat narasumber yang mewakili target audiens, dapat disimpulkan bahwa mereka sikap terbuka dan tanggung jawab yang mendalam seperti yang dipegang teguh oleh Bapak Warsim Setiawan dan masyarakat Kampung Adat Kuta secara keseluruhan. Mereka tidak hanya berusaha untuk memperkenalkan kekayaan budaya mereka kepada dunia, tetapi karena ada kekhawatiran potensi kontaminasi budaya buruk dari luar mereka juga berkomitmen untuk melindungi dan melestarikan warisan leluhur mereka dari tantangan zaman.

Sedangkan dari target audiens, rata-rata Gen Z sudah jarang bersentuhan dengan adat dan budaya lokal, tapi diantara mereka masih ada yang memiliki ketertarikan terhadap adat dan budaya lokal. Salah satu penyebabnya adalah kurangnya media yang mengangkat adat dan budaya lokal yang sesuai dengan minat mereka. Media yang mengangkat adat dan budaya lokal rata-rata lebih banyak tekstual, sedangkan mereka mengakui bahwa Gen Z tidak terlalu tinggi dalam minat membaca dan lebih tertarik jika informasi lebih banyak disampaikan dengan cara visual.

Personifikasi Target Audiens (Hasil wawancara dengan target audience)

Dibawah ini merupakan hasil wawancara dengan beberapa target audience, yang selanjutnya dirangkum dan dipersonifikasikan. R. Aldy Priyatna (Mahasiswa/ Freelancer// 22 tahun) merupakan personifikasi dari target audiens yang akan dituju. Aldy adalah seorang mahasiswa tingkat akhir sekaligus juga seorang freelancer graphic design. Ia cukup berminat untuk menggali lebih lanjut mengenai budaya

lokal, terutama dari wilayah Jawa Barat melalui media yang menyajikan visualisasi yang jelas, karena ia mengakui bahwa kurangnya exposure terhadap kegiatan budaya tersebut membuatnya kurang memahami adat dan budaya Sunda yang kental. Ia mengatakan bahwa sebagai seorang Gen Z di era globalisasi saat ini, dia merasa kurang akrab dengan budaya dan tradisi Sunda, apalagi tentang Kampung Adat Kuta. Dia juga mengungkapkan keinginannya untuk secara langsung menjelajahi daerah tempat tradisi-tradisi dan budaya-budaya sunda tersebut berasal.

Insight Target Audiens

- Needs

Mebutuhkan media informasi yang memberikan informasi mengenai budaya dan adat sunda untuk menjadi jembatan terhadap kehausan informasi mengenai hal-hal tersebut.

- Want

Menginginkan media informasi yang bisa menjelaskan dan memvisualisasikan dengan jelas mengenai budaya dan adat sunda seperti kampung adat yang masih kental dengan budaya dan adat istiadatnya.

- Fear

Tidak mau kecewa dan salah persepsi Ketika mengunjungi tempat adat dan budaya karena kurangnya informasi yang jelas sebelum menjelajahi lebih jauh secara langsung

- Dreams

Mempunyai keinginan bisa merasakan pengalaman untuk melihat adat dan budaya lokal tanpa harus datang ke tempat secara langsung sebelumnya melalui media informasi yang menyajikan visualisasi yang jelas dan menarik.

3.2 Observasi dan Dokumentasi



Gambar 1. Gerbang masuk hutan keramat



Gambar 2. Ternak Warga



Gambar 3. Kesenian Gembyung dan Terbang



Gambar 4. Proses Pembuatan Gula Aren



Gambar 5. Gondang Buhun



Gambar 6. Buka Puasa Bersama
Sesepuh Dan Ketua Adat

3.3 Analisa SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunity, Threats*)

Proses keputusan diambil secara strategis selalu terkait dengan misi, tujuan, strategi dan pengembangan kebijakan. Oleh karena itu, perencana strategis harus menganalisis faktor-faktor strategis (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) dalam kondisi saat ini. Pada Tabel 1 menunjukkan analisis SWOT pada Kampung Adat Kuta Ciamis.

Tabel. 1 Analisa SWOT

	<i>Strenghts</i>	<i>Weaknesses</i>
Faktor Internal (Internal Issues)	1. Memiliki nilai-nilai <i>local wisdom</i> . 2. Memiliki larangan yang berguna untuk Kesehatan lingkungan. 3. Hutan larangan yang menjaga kondisi alam. 4. Nilai-nilai kerukunan/gotong royong. 5. Bangunan rumah yang masih dijaga sesuai adat. 6. Memiliki penjaga adat. 7. Terkenal dengan gula aren.	1. Akses yang rumit. 2. Kurang melakukan komunikasi dengan dunia luar. 3. Akses sinyal internet kurang baik. 4. Tidak ada sekolah untuk memberikan edukasi pada anak-anak dengan mudah. 5. Infrastruktur terbatas karena adanya larangan-larangan
Faktor Eksternal (External Issues)		

<i>Oppostunities</i>	<i>Strenghts - Oppostunities</i>	<i>Weaknesses-Opportunities</i>
1. Pemerintah mengadakan pariwisata tentang budaya. 2. Gen Z merasa rindu akan adat dan budaya leluhur. 3. Kemajuan dibidang teknologi internet. 4. Kemajuan infrastruktur transportasi. 5. Pemerintah mendukung UMKM lokal. 6. Identitas budaya menjadi isu penting ditengah globalisasi.	1. Menjadi destinasi wisata Ciamis. 2. Promosi wisata yang mengangkat tema kearifan lokal atau <i>ecotourism</i>. 3. Mengenalkan Kampung Adat Kuta melalui internet/ media sosial yang dekat dengan Gen Z. 4. Membangun Kampung Adat Kuta sebagai sentra industry UMKM.	1. Mengajak masyarakat luar untuk dating ke Kampung Adat Kuta (Promosi Wisata), terutama Gen Z untuk merasakan pengalaman baru tanpa adanya akses internet.

<i>Threats</i>	<i>Strenghts - Threats</i>	<i>Weaknesses - Threats</i>
1. Budaya luar atau asing lebih menarik. 2. Sosial media yang condong memfasilitasi krisis identitas. 3. Kerusakan lingkungan. 4. Takut terkontaminasi budaya luar. 5. Gen Z yang kekurangan minat membaca.	1. Mengajak masyarakat luar terutama Gen Z untuk dating dan merasakan pengalaman untuk melihat adat dan budaya lokal secara langsung tanpa adanya kontaminasi dari luar.	1. Merancang media informasi tentang kondisi Kampung Adat Kuta kepada Gen Z dengan eksplorasi visual tanpa harus datang dan mengkontaminasi adat dan budaya di Kampung Adat Kuta.

Berdasarkan hasil analisis SWOT sebelumnya dan juga kesimpulan dari wawancara dengan target audiens, strategi yang paling memungkinkan dan relevan adalah melalui penerapan matriks ***Weaknesses - Threats***. Ini berarti merancang sebuah media informasi yang menggambarkan kondisi Kampung Adat Kuta kepada generasi Z dengan penekanan pada aspek visual, tanpa perlu mengunjungi langsung dan memengaruhi adat dan budaya di kampung tersebut.

Problem Statement

Dari hasil analisis data dapat disimpulkan dan ditetapkan sebuah masalah utama dimana Kampung Adat Kuta sebenarnya terbuka kepada orang luar untuk memahami adat dan budaya mereka, namun dengan kekhawatiran budaya luar dapat merusak adat istiadat asli mereka. Disamping itu, belum adanya media

yang sesuai untuk menjembatani kaum generasi muda bersentuhan dengan mereka (Kampung Kuta) menjadi sebuah kendala, padahal sebagian kaum generasi muda ada yang masih berminat terhadap adat dan budaya lokal.

Problem Solution

Setelah menganalisis hasil *insight* target audiens dan juga hasil dari analisis SWOT maka ditetapkan sebuah solusi yaitu menjembatani Gen Z agar dapat mengalami dan memahami adat dan budaya lokal di Kampung Kuta tanpa mengganggu keaslian dan integritas budaya setempat, maka dilakukan perancangan sebuah media yang menyediakan informasi terperinci dan komprehensif, dengan mengeksplorasi aspek visualnya secara mendalam.

4. Pembahasan

4.1 Message Planning

Model komunikasi yang digunakan adalah Lasswell. Model komunikasi Lasswell melibatkan lima komponen: Who (siapa), Says What (mengatakan apa), In Which Channel (melalui saluran apa), To Whom (kepada siapa), dan With What Effect (dengan efek apa). Berikut adalah penerapan model Lasswell untuk perancangan buku etnofotografi ini:

1. Who (Siapa):
 - Dinas Kebudayaan Ciamis (sebagai penerbit dan inisiator)
2. Says What (Mengatakan Apa):
 - Menjembatani generasi Z usia 21-24 tahun dengan warisan budaya leluhur.
 - Menyediakan edukasi dan eksplorasi budaya lokal melalui fotografi etnografi.
 - Menekankan pentingnya pelestarian budaya lokal di era globalisasi.

What To Say

Berdasarkan hasil analisis diatas dan hasil dari *Insight Target Audiens* maka telah ditentukan pesan yang ingin disampaikan dalam buku etnofotografi ini yaitu “Jembatan Kerinduan Terhadap Leluhur”.

How To Say

Strategi Pembagian Isi Buku

Buku ini dibagi menjadi 5 bagian atau babak besar, diantaranya adalah sebagai berikut:

- Bab Alam
Dalam bab ini akan membahas dan menampilkan mengenai latar belakang Kampung Adat Kuta, dari mulai lokasi, lahan pertanian, hutan keramat, dan area penduduk.
- Bab Manusia
Dalam bab ini akan membahas dan menampilkan mengenai keseharian masyarakat, kelahiran, merawat anak, dan mata pencaharian masyarakat.
- Bab Ritual
Dalam bab ini akan membahas dan menampilkan mengenai beberapa ritual, dari mulai ritual membangun rumah, memati rumah, masuk hutan keramat, serta aturan adat dan ritual lainnya.
- Bab Kesenian
Dalam bab ini akan membahas dan menampilkan mengenai beberapa kesenian khas yang biasa ditampilkan masyarakat adat disana.
- Bab Keagamaan
Dalam bab ini akan membahas dan menampilkan mengenai kebiasaan dan kegiatan keagamaan yang biasa dilakukan masyarakat adat disana.

Bahasa Visual

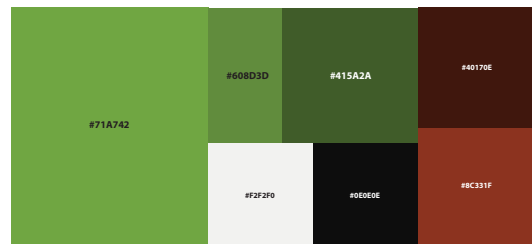
Bahasa visual yang digunakan dalam perancangan buku ini ditekankan pada visual fotografi yang ditampilkan, yaitu *Traditional Romantic*. Jadi hasil setiap fotografi yang ditampilkan akan di olah agar setiap fotonya terkesan lebih dramatis karena berlandaskan dan mencakup semua detail dan selaras dengan *What To Say*.

Tone and Manner

Untuk *color palette* diambil dari area persawahan dan hutan di Kampung Adat Kuta sendiri.



Gambar 7. Referensi Warna Berdasarkan Alam di Kampung Kuta



Gambar 8. Color Palette yang akan digunakan

Bahasa

Bahasa yang digunakan dalam buku ini adalah Bahasa Indonesia, dengan teks penjelasan etnografi yang ditulis secara jelas dan tidak bertele-tele.

Typography

Untuk jenis huruf yang di pakai ada tiga jenis, yang pertama ada huruf untuk judul utama cover yaitu **Orbital Bold**.

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Sedangkan untuk Sub headline menggunakan jenis huruf **Brother 1816**.

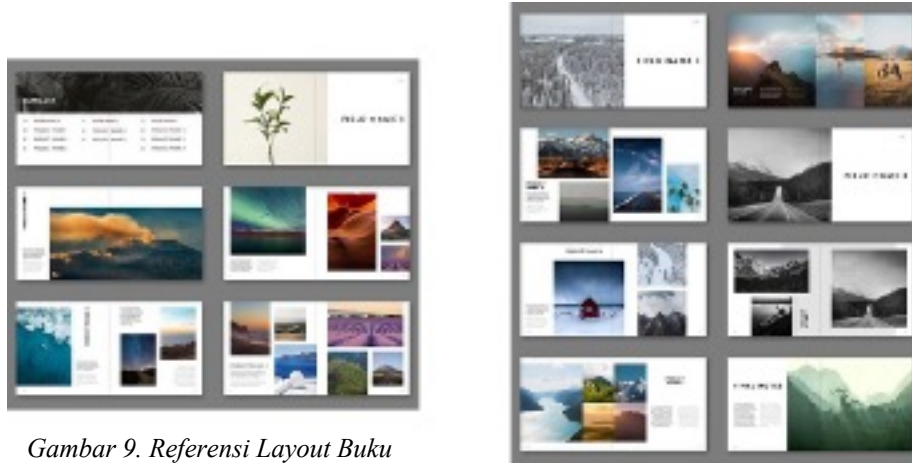
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Sedangkan untuk Body text menggunakan jenis huruf **Rig Sans**.

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Layout Buku

Layout yang saya gunakan kira-kira seperti referensi dibawah. Beberapa foto disandingkan dengan berbagai macam layout, kemudian disitu ada sedikit penjelasan-penjelasan mengenai etnografi Kampung Adat Kuta.



Gambar 9. Referensi Layout Buku

3. In Which Channel (Melalui Saluran Apa):

- Buku etnofotografi yang tersedia dan dijual di Gramedia.
- Media sosial dan platform digital untuk promosi buku.
- Acara peluncuran buku dan pameran budaya.

4. To Whom (Kepada Siapa):

- Generasi Z usia 21-24 tahun.
- Masyarakat umum yang tertarik pada budaya lokal.

5. With What Effect (Dengan Efek Apa):

- Meningkatkan kesadaran dan minat generasi muda terhadap budaya lokal.
- Edukasi mengenai keberagaman dan keunikan budaya tradisional Indonesia.
- Memperkuat identitas budaya nasional di kalangan generasi muda.
- Mengurangi ketertarikan yang berlebihan terhadap budaya luar dengan menyediakan alternatif lokal yang menarik.

4.2 Strategi Penyebaran Media

Strategi penyebaran media yang digunakan adalah AISAS, tabelnya sebagai berikut :

Tabel. 2 Model Komunikasi AISAS

Attention	Interest	Search	Action	Share
Tujuan: Menarik perhatian audiens Gen Z dengan kesan visual yang menarik dan konten yang relevan. Pesan: Memperkenalkan buku etnofotografi Kampung Adat Kuta sebagai sesuatu yang menarik dan berbeda. Media Pendukung: Postingan Instagram yang menampilkan mockup cover dan cuplikan menarik dari buku.	Tujuan: Membangkitkan minat audiens Gen Z terhadap budaya lokal dan eksplorasi visual melalui konten buku. Pesan: Menampilkan potensi konten menarik dalam buku yang memancing rasa ingin tahu. Media Pendukung: Postingan yang menampilkan mockup cover dan sebagian isi buku di media sosial.	Tujuan: Mendorong audiens Gen Z untuk mencari lebih lanjut tentang Kampung Adat Kuta dan ketersediaan buku. Pesan: Memperjelas bahwa buku ini merupakan sumber informasi yang berharga tentang destinasi lokal dan budaya. Media Pendukung: Informasi tentang buku dan Kampung Adat Kuta yang tersedia di situs web, e-commerce, dan toko offline.	Tujuan: Mengubah minat menjadi tindakan dengan melakukan pembelian buku dan ketertarikan eksplorasi budaya lokal. Pesan: Memperjelas langkah-langkah praktis untuk memperoleh buku. Media Pendukung: Link langsung ke halaman pembelian online atau informasi tentang lokasi toko offline yang menjual buku.	Tujuan: Mendorong audiens Gen Z untuk berbagi pengalaman positif mereka dengan buku dan destinasi yang dijelajahi. Pesan: Mengajak untuk berbagi pengalaman positif mereka dengan orang lain dan memperluas dampak positif buku. Media Pendukung: Instagram.

Distribusi Buku

Buku ini akan didistribusikan melalui Dinas Kebudayaan dan Pariwisata serta Dinas Pendidikan Jawa Barat. Buku tersebut akan disebar ke beberapa perpustakaan pemerintah, sehingga bisa diakses secara gratis oleh target audiens. Langkah ini bertujuan untuk menjangkau pembaca yang lebih luas dan memberikan akses mudah kepada masyarakat terhadap konten buku.

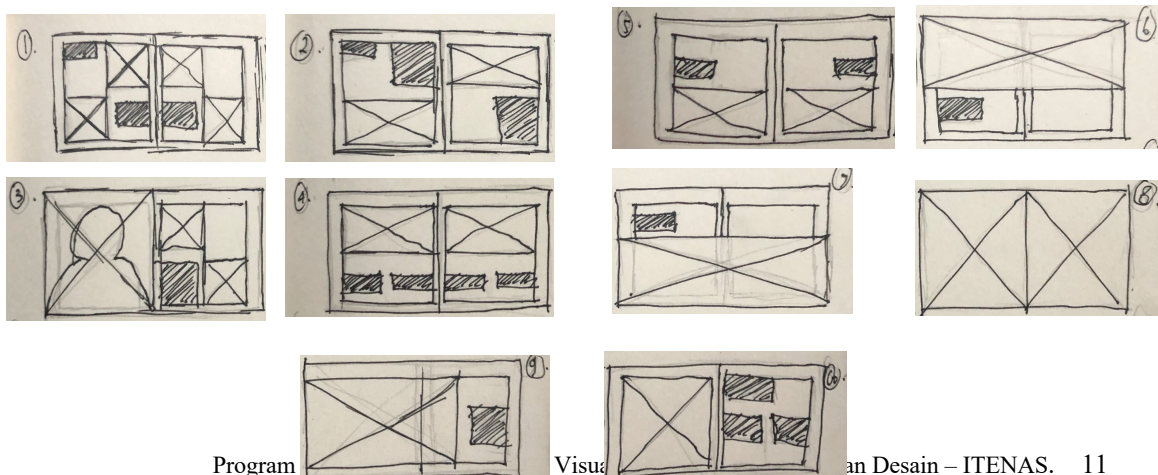
Selain itu, buku ini juga akan tersedia untuk dibeli oleh individu yang berminat. Penjualan komersial akan dilakukan melalui Gramedia. Untuk mendukung strategi pemasaran ini, akan ada postingan di akun Instagram resmi Gramedia, yang akan menampilkan informasi tentang buku. Selain itu, poster-poster promosi akan ditempatkan di berbagai gerai Gramedia untuk menarik perhatian calon pembeli yang mengunjungi toko-toko tersebut.

Buku ini diproduksi dengan kualitas tinggi, menggunakan bahan hard cover dan matt paper, dan berisi 120 halaman full color. Desain ini dipilih untuk memberikan pengalaman membaca yang menyenangkan dan tahan lama. Harga Pokok Produksi (HPP) untuk satu buku adalah Rp. 150.000,00 dengan produksi sebanyak 100 eksemplar. Harga jual buku ini diperkirakan berkisar antara Rp. 250.000,00 hingga Rp. 400.000,00 per eksemplar, yang mempertimbangkan biaya produksi serta margin keuntungan yang wajar untuk penjualan retail.

4.3 Proses Perancangan

Sketsa Layout

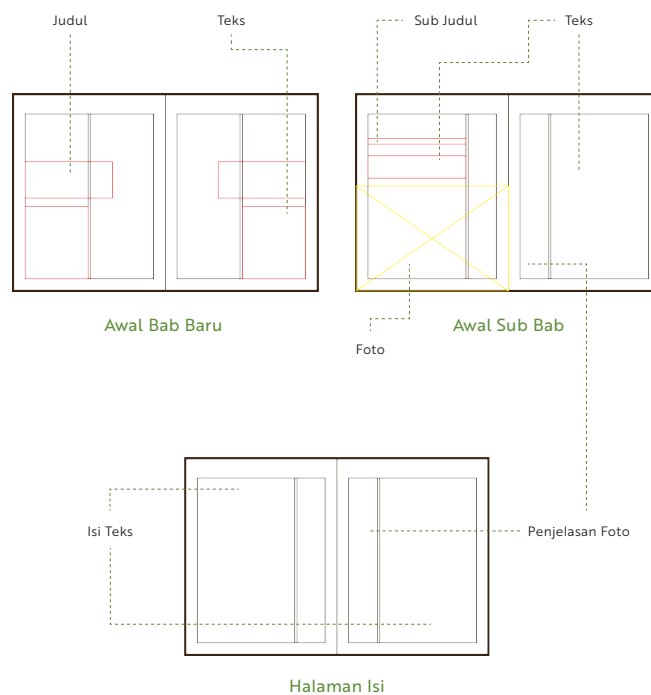
Ukuran Buku 19 cm x 24,5 cm



Gambar 10. Sketsa Layout Buku

Layout Master

Dalam perancangan ini menggunakan tiga layout master utama sebagai bagian dari bukunya, ada layout untuk awal setiap bab baru, kemudian layout untuk setiap sub bab, dan terakhir ada layout untuk isi teks.



Gambar 11. Layout Master Buku

Foto Terpilih



*Gambar 12. Beberapa sampel foto
terpilih
Color Grading*



Gambar 13. Pewarnaan dan editing foto

Warna untuk foto *landscape* menonjolkan kehangatan dan mencerminkan nuansa alami. Demikian pula, foto potret menggunakan palet warna yang hangat. Semua foto rata-rata memperlihatkan detail dengan

sangat jelas agar tekstur terlihat lebih menonjol. Sedangkan untuk sebagian foto menggunakan warna yang cukup gelap untuk mencerminkan nuansa sakral atau serius, terutama dalam dokumentasi kegiatan seperti ritual-ritual yang dilaksanakan di sana.

4.4 *Desain dan Mock-up*

Untuk buku sendiri berukuran 24,5 x 19 cm menggunakan kertas matte paper. Cover bukunya menggunakan hard cover dengan finishing doff dan penggunaan foil di bagian teks judul.



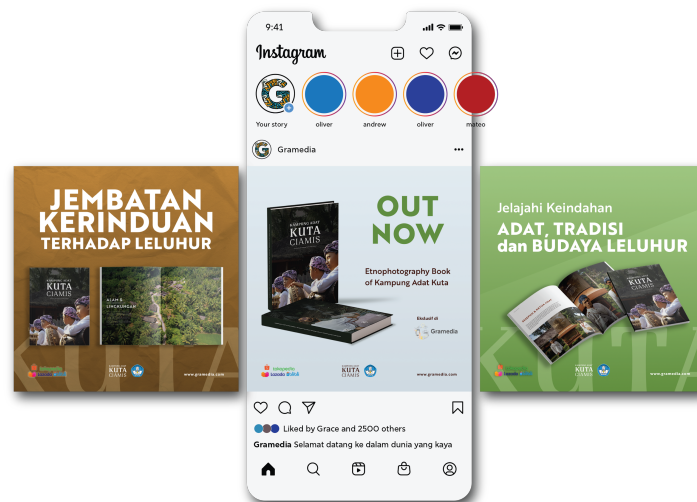
Gambar 14. Desain dan Mock-up Buku Jadi

Instagram Post

Untuk mempromosikan buku ini, beberapa desain postingan Instagram telah dibuat. Karena buku ini ditujukan untuk dijual, postingan tersebut akan diunggah di akun Instagram Gramedia sebagai penerbitnya.



Gambar 15. Postingan Promosi Instagram



Gambar 16. Postingan Promosi Instagram

Poster

Untuk promosi offline, telah dibuat sebuah poster berukuran A2. Poster ini akan ditempatkan di area strategis, tepatnya di depan toko-toko buku, untuk menarik perhatian pelanggan dan menginformasikan tentang peluncuran buku ini.



Gambar 17. Poster Promosi Buku

5. Kesimpulan

Hasil perancangan buku etnofotografi tentang Kampung Adat Kuta berhasil mencapai tujuannya untuk menarik minat generasi Z terhadap budaya lokal. Dengan menggunakan pendekatan visual yang kuat, buku ini mampu memberikan pemahaman mendalam tentang budaya leluhur Kampung Kuta tanpa memerlukan kehadiran fisik di lokasi. Uji coba terhadap target audiens menunjukkan bahwa mereka tertarik dari segi visual dan penasaran dengan kegiatan yang dipotret dalam buku tersebut. Oleh karena itu, buku ini tidak hanya berhasil menjembatani kesenjangan informasi antara generasi muda dan budaya lokal, tetapi juga memperkuat dan memperpanjang keberlangsungan budaya lokal dalam menghadapi tantangan globalisasi yang semakin kompleks. Perancangan ini menunjukkan bahwa buku etnofotografi sebagai media visual yang menyuguhkan informasi visual kegiatan dan kebudayaan masyarakat adat dapat menjadi alat efektif dalam edukasi tentang budaya lokal.

6. Daftar Referensi

- Arizal, F. W. (2021). Etnofotografi Kesenian Wayang Krucil. *JoLLA: Journal of Language, Literature, and Arts*, 1(4), 474–491. doi:10.17977/um064v1i42021p474-491
- Litbang, P. B., & Semarang, A. (n.d.). *MEMAHAMI ETNOGRAFI ALA SPRADLEY Ethnographic Understanding by Spradley*.
- Made, I., Radithya Kanta, D., & Artayasa, N. (n.d.). *ANALISIS TIPOGRAFI PADA LOGO SPRITE*. Retrieved from <http://ojs.uhnsugriwa.ac.id/index.php/jpr>
- Miharja, D., Gojali, M., & Ushuluddin, F. (n.d.). *TRADISI KEAGAMAAN PADA MASYARAKAT ADAT KAMPUNG KUTA KABUPATEN CIAMIS*.
- Muktiono, J. D. (2003). *Aku cinta buku : menumbuhkan minat baca pada anak*.
- PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN DIREKTORAT JENDERAL KEBUDAYAAN BALAI PELESTARIAN NILAI BUDAYA BANDUNG Wilayah Kerja Provinsi Jawa Barat, K., Jakarta, D., & dan Lampung, B. (n.d.). *KAJIAN KEARIFAN LOKAL DI KAMPUNG KUTA KABUPATEN CIAMIS*.
- Putu, N., Karuni, P., Cahyani1, E., Artha, G. A., & Narayana, D. J. (n.d.). *UPAYA PELESTARIAN BUDAYA ASLI INDONESIA MELALUI FENOMENA FOMO GENERASI Z DI MEDIA SOSIAL TIKTOK MENUJU INDONESIA EMAS*.
- Rahardja, A., & Purbasari, M. (2018). *WARNA DARI WARISAN SEBAGAI IDENTITAS: MELIHAT TEKSTIL DAN KULINER JAWA* (Vol. 11).
- Sisca Haryani, N., & Pengkajian Seni, H. (2022). *DESKOVI: Art and Design Journal KAJIAN PELESTARIAN SONGKET PANDAI SIKEK DENGAN PENDEKATAN ETNOFOTOGRAFI* (Vol. 5).
- Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Gresik Jawa Timur Indonesia, P., Putu Dharmawan Pradhana, I., Made Prihanadi Dwi Surya Putri, N., & Elly Sutrisni, K. (2023). Copyright© Creative Commons Attribution 4.0 International License 'ADA APA DENGAN GEN Z' STUDI FENOMENOLOGI GENERASI NET DI TENGAH DILEMATISASI ANTARA GAYA HIDUP DAN KEARIFAN LOKAL. *Jurnal Manajerial*, 10. doi:10.30587/manajerial.v10i03.6196