

Perancangan Video Promosi Kampoeng Hompimpa Sebagai Wadah Permainan Tradisional Indonesia

Adelia Leo Gunadi; Ferdy Tanumihardjo; Darius Andana Haris
Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Universitas Tarumanagara
adelialeo09@gmail.com, ferdyt@fsrd.untar.ac.id, dariush@fpsi.untar.ac.id

Abstrak - Indonesia merupakan negara yang memiliki beragam kebudayaan dan adat istiadat. Salah satunya adalah permainan tradisional Indonesia yang merupakan suatu warisan budaya asli Indonesia dan juga kekayaan budaya Indonesia. Dari data yang didapatkan, Indonesia memiliki sekitar 2.600 permainan tradisional. Namun dari jumlah itu hanya 60% yang masih bertahan. Perkembangan jaman yang semakin modern membuat anak-anak jaman sekarang tidak lagi mengenal dan bermain permainan tradisional Indonesia karena semakin banyak permainan modern yang muncul. Salah satu wadah pelestarian permainan tradisional Indonesia adalah Kampoeng Hompimpa. Perancangan video promosi ini bertujuan agar Kampoeng Hompimpa dapat lebih dikenal oleh orang tua sehingga mereka dapat mengajak anak mereka bermain dan berinteraksi. Dalam video ini ditampilkan permainan-permainan tradisional Indonesia yang dapat dilakukan secara berkelompok dengan teman seusia di ruang terbuka.

Kata Kunci : Permainan Tradisional Indonesia; Promosi; Video

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang memiliki beragam kebudayaan dan adat istiadat. Salah satunya adalah permainan tradisional Indonesia yang merupakan suatu warisan budaya asli Indonesia dan juga kekayaan budaya Indonesia. Peneliti permainan tradisional, Zaini Alif, mengungkapkan Indonesia memiliki sekitar 2.600 permainan tradisional. Namun dari jumlah itu hanya 60 persen yang masih bertahan.

Terdapat beberapa permainan tradisional yang masih sering dimainkan

diantaranya adalah congklak 23%, petak umpet 16%, lompat tali 13%, galasin 10%, kelereng 9%, bentengan 8%, layang-layang 6%, engklek 6%, ular naga 5%, dan engrang 4%. (Sindo, 2015).

Permainan tradisional dapat meningkatkan kemampuan motorik halus, melatih konsentrasi, melatih sportivitas dan mengatur strategi dalam bermain.

Namun, seiring dengan perkembangan jaman yang semakin modern membuat anak-anak jaman sekarang tidak lagi mengenal dan bermain permainan tradisional Indonesia karena semakin banyak permainan modern

yang muncul. Hal tersebut banyak terjadi di daerah Jabodetabek, dimana anak-anak lebih asyik bermain gadget dan kurang interaksi dengan antar-sesama. Salah satu akibat hilangnya budaya Indonesia seperti permainan tradisional adalah terjadi sifat individualisme yang semakin berpeluang menjadi budaya keseharian masyarakat Indonesia.

Berkurangnya minat anak dalam bermain permainan tradisional didukung juga oleh orang tua yang belum mengetahui adanya suatu wadah permainan tradisional, dimana anak mereka dapat bermain dan berinteraksi dengan anak seusia mereka. Ditambah dengan minimnya ruang terbuka di Jakarta berdasarkan data, yaitu luas RTH di Jakarta hanya berjumlah 9,98% dari total luas wilayah. Hal ini membuat anak-anak jaman sekarang tidak memiliki tempat untuk bermain permainan tradisional sehingga membuat mereka lebih menyukai bermain *game online* maupun menggunakan media sosial seperti Youtube dan Instagram.

Salah satu wadah yang menyediakan ruang terbuka untuk bermain permainan tradisional adalah Kampoeng Hompimpa. Kampoeng Hompimpa merupakan sebuah komunitas sosial-budaya dan pendidikan melalui media permainan tradisional

Indonesia untuk melestarikan kearifan lokal dan sebagai media pembelajaran bagi kehidupan anak-anak. Komunitas ini terdiri dari kumpulan para pemuda yang peduli untuk melestarikan permainan tradisional dan kehidupan sosial anak-anak Indonesia. Kampoeng Hompimpa resmi berdiri pada April 2017 di Tangerang dan sudah memiliki empat cabang di Semarang, Pontianak, Malang dan Yogyakarta. Kampoeng Hompimpa bersifat terbuka, profesional dan berasaskan kekeluargaan. Kampoeng Hompimpa berlokasi di Jl. Desa Curug Tgr. No.21, Curug Sangereng, Kec. Klp. Dua, Tangerang, Banten. Salah satu program Kampoeng Hompimpa adalah #DolananYuk, yang merupakan program bermain permainan tradisional bersama Kampoeng Hompimpa seperti dhakon, engklek, gobak sodor, ular naga, dan beberapa permainan lain. Ada juga program Hompimpa ke Sekolah, Info Dolanan mengenai informasi dan pengetahuan tentang permainan tradisional melalui media sosial dan website serta Festival Hompimpa.

Untuk meningkatkan pengetahuan orang tua mengenai komunitas ini yang memiliki ruang terbuka untuk bermain permainan tradisional sehingga adanya kebutuhan perancangan media promosi baik di media sosial maupun website untuk Kampoeng Hompimpa. Pemilihan media sosial dan website sebagai wadah promosi dikarenakan dari

hasil kuisisioner, khalayak sasaran aktif menggunakan media sosial. Hasil kuisisioner menunjukkan dari 25 responden, media sosial yang digunakan secara berurutan adalah Instagram (61,5%), Youtube (26,9%), dan website (11,6%). Maka dari itu, perancang memilih Instagram, Youtube serta Website sebagai wadah dari media promosi yang sesuai untuk Kampoeng Hompimpa.

Video promosi ini ditujukan agar Kampoeng Hompimpa dapat lebih dikenal oleh orang tua sehingga mereka dapat mengajak anak mereka bermain dan berinteraksi dengan teman seusia di ruang terbuka dan bermain permainan tradisional melalui wadah Kampoeng Hompimpa.

II. METODE

Pengumpulan data yang akan dilakukan dalam proses perancangan adalah sebagai berikut:

Wawancara

Melakukan wawancara dengan narasumber dari Kampoeng Hompimpa untuk mengetahui data-data tambahan.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tujuan perancangan video promosi ini adalah Kampoeng Hompimpa dapat lebih diketahui oleh khalayak sasaran dan mereka dapat mengajak anak mereka bermain dan berinteraksi dengan teman seusia di ruang

terbuka dan bermain permainan tradisional Indonesia.

Pendekatan yang digunakan pada video promosi ini adalah orang tua yang mengenang kembali masa lalu mereka mengenai asyik dan serunya bermain permainan tradisional dengan teman-teman mereka sehingga anak mereka juga ingin merasakan permainan tradisional tersebut dan orang tua mengajak anaknya bermain melalui Kampoeng Hompimpa.

Video promosi yang dirancang memiliki konsep yaitu meningkatkan kembali orang tua kepada jaman mereka kecil dulu yang seru dan asyik bermain permainan tradisional sehingga mereka dapat kembali mengajak anak mereka kembali bermain permainan tradisional di ruang terbuka dan berinteraksi dengan teman-teman seusia mereka.

Video promosi yang dirancang akan banyak menggunakan angle close up untuk menunjukkan ekspresi dari pemeran, extreme close up untuk menunjukkan detail-detail, long shot untuk penekanan terhadap lingkungan sekitar atau setting dalam scene, medium shot untuk memfokus dua orang aktor yang saling berhadapan dan berinteraksi dan establish shot untuk menunjukkan lokasi. Durasi video akan dibuat adalah 3 menit agar pesan yang ingin disampaikan dapat tersalurkan dengan baik serta jika durasi video

terlalu lama akan membutuhkan biaya yang lebih banyak.

Hasil perancangan :



Gambar 1. Bagian Opening Scene 1

Sumber : Dokumen Pribadi



Gambar 2. Bagian Opening Scene 2

Sumber : Dokumen Pribadi

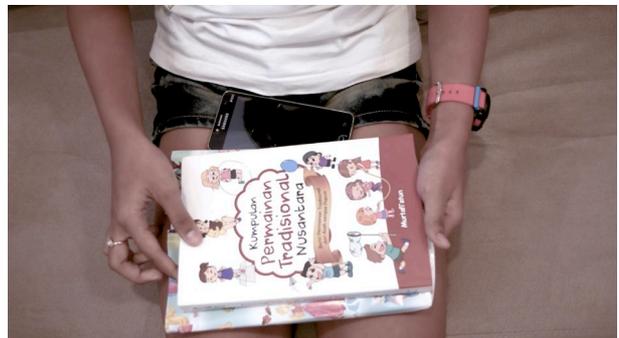
Pada bagian opening video menceritakan banyaknya gedung tinggi disertai dengan padatnya kota Jakarta yang ramai akan kendaraan dilengkapi dengan masyarakat yang sibuk dan asyik dengan gadget mereka masing-masing. Ditampilkan lapangan yang sepi dan kosong, untuk menggambarkan dimana pada jaman sekarang orang-orang

sudah mulai berkurang bermain dan berinteraksi di ruang terbuka.



Gambar 3. Milkha mendapatkan hadiah

Sumber : Dokumen Pribadi



Gambar 4. Milkha membuka hadiah

Sumber : Dokumen Pribadi

Pada scene 3 menceritakan Milkha berulang tahun, ia sedang duduk di ruang tamu sambil bermain gadget. Kemudian kedua orang tuanya memberikan sebuah hadiah buku permainan tradisional Indonesia. Milkha bingung kenapa diberikan buku tersebut oleh orang tuanya. Ayah Milkha pun teringat akan masa kecilnya bermain permainan tradisional.



Gambar 5. Flashback orang tua Milkha

Sumber : Dokumen Pribadi



Gambar 8. Ayah menjelaskan permainan

Sumber : Dokumen Pribadi



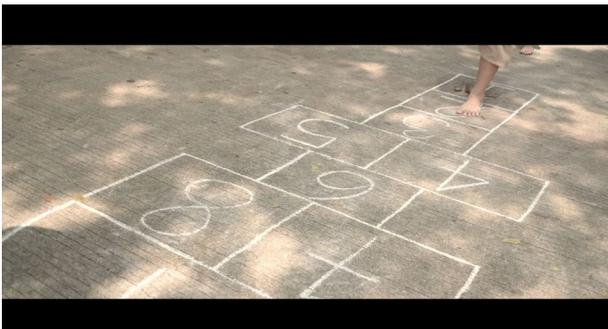
Gambar 6. Mereka hompimpa

Sumber : Dokumen Pribadi



Gambar 9. Ibu menjelaskan permainan

Sumber : Dokumen Pribadi



Gambar 7. Bermain Engklek

Sumber : Dokumen Pribadi

Pada scene 4 menceritakan masa kecil dari orang tua Milkha, dimana ayah dan ibu milkha beserta dengan teman-teman sebayanya sedang asyik bermain salah satu permainan tradisional Indonesia yaitu engklek gunung.

Pada scene 5, ayah Milkha memberitahukan kepada Milkha nama permainan tradisional yang dimainkan oleh ayahnya itu. Kemudian ibu Milkha juga menceritakan permainan lainnya yang dulu dimainkan oleh ibunya sewaktu masih kecil bersama dengan teman-teman sebayanya.



Gambar 10. Flashback orang tua bermain

Sumber : Dokumen Pribadi



Gambar 11. Mereka suit
Sumber : Dokumen Pribadi



Gambar 14. Ayah mengajak ke kampoeng Hompimpa
Sumber : Dokumen Pribadi



Gambar 12. Mereka bermain Congklak
Sumber : Dokumen Pribadi



Gambar 15. Milkha gembira
Sumber : Dokumen Pribadi

Pada scene 6 menceritakan masa kecil dari orang tua Milkha, dimana ayah dan ibu milkha beserta dengan teman-teman sebayanya sedang asyik bermain salah satu permainan tradisional Indonesia yaitu Congklak.

Pada scene 7, ibu Milkha memberitahukan nama permainan tradisional itu. Milkha ingin mencoba semua permainan yang diceritakan orang tuanya. Kemudian ayahnya mengajaknya pergi ke Kampoeng Hompimpa untuk dapat bermain permainan tradisional.



Gambar 13. Ibu menjelaskan permainan
Sumber : Dokumen Pribadi



Gambar 16. Mereka datang
Sumber : Dokumen Pribadi



Gambar 17. Milkha bermain congklak

Sumber : Dokumen Pribadi



Gambar 21. Milkha bermain kelereng

Sumber : Dokumen Pribadi



Gambar 18. Milkha bermain lompat tali

Sumber : Dokumen Pribadi



Gambar 22. Milkha gembira

Sumber : Dokumen Pribadi



Gambar 19. Milkha bermain engklek

Sumber : Dokumen Pribadi



Gambar 23. Ending

Sumber : Dokumen Pribadi



Gambar 20. Milkha bermain ularnaga

Sumber : Dokumen Pribadi

Pada scene 8 menceritakan Milkha yang asyik bermain permainan tradisional bersama dengan Kampoeng Hompimpa. Ia mencoba banyak sekali permainan tradisional Indonesia. Disana juga terlihat kedua orang tua Milkha yang bertemu dengan teman masa kecilnya.

IV. SIMPULAN

Perancangan video promosi ini bertujuan agar Kampoeng Hompimpa dapat lebih dikenal oleh orang tua sehingga mereka dapat mengajak anak mereka bermain dan berinteraksi. Dalam video ini ditampilkan permainan-permainan tradisional Indonesia yang dapat dilakukan secara berkelompok dengan teman seusia di ruang terbuka. Video promosi ini akan di tampilkan di media sosial yaitu, Instagram, Youtube, dan Website kampoeng hompimpa. Durasi video adalah 3 menit.

V. UCAPAN TERIMA KASIH

Selama penelitian dan perancangan ini banyak dukungan dan juga bantuan dari berbagai pihak, maka dari itu diucapkan terima kasih kepada:

Kepada Orang tua penulis, Bapak Rudy Gunadi dan Ibu Tjoeng Wie Nyoeck yang selalu memberikan dukungan baik secara materi maupun non-materi.

Kepada saudara penulis, Chintia Leo Gunadi dan Chrestian Leo Gunadi yang memberikan dukungan dan membantu penulis. Juga kepada Bapak Edy Chandra S.Sn, M.I.Kom selaku ketua Program Studi Desain Komunkasi Visual.

Bapak Kurnia Setiawan S.Sn, M.Hum selaku

Dekan Fakultas Desain Komunikasi Visual.

Dan kepada pihak-pihak lain yang telah begitu banyak membantu namun tidak dapat disebutkan satu persatu.

DAFTAR PUSTAKA

- Haryanto. (2007, April 11). Konsep Dasar Teori Pencahayaan.
- Juniper, A., & Newton, D. (2011). *101 Top Tips for Dslr Video*. Ilex.
- Kusrianto, A. (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Indonesia.
- Sadiman, A. S. (2009). *Media Pendidikan*. Jakarta, Indonesia: PT Raja Grafindo Persada.
- Sadiman, A. S. (2005). *Media Pendidikan*. 49.
- Sindo, K. (2015, April 30). *10 Permainan Anak Tradisional Terpopuler*. Diakses pada 20 Febuari 2019 dari <https://nasional.sindonews.com/read/995647/163/10-permainan-anak-tradisional-terpopuler-1430362336>