

Perancangan Visual Media Promosi Festival Agen Perubahan Indonesia 3: Peran Etnis Tionghoa dalam Sejarah Perang Nusantara

Godfrey Kumala¹, Kurnia Setiawan², Mariati³

^{1 2 3} Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Universitas Tarumanagara, Jakarta
godfrey.625170009@stu.untar.ac.id, kurniasetiawan@fsrd.untar.ac.id, mariati@fsrd.untar.ac.id

Abstrak — Banyaknya perjuangan yang dilalui negara ini sampai akhirnya merdeka tidak luput dari campur tangan berbagai macam suku, salah satunya ialah Etnis Tionghoa. Walau terkadang banyak perseteruan antar kaum namun persatuan selalu menjadi jalan dikala ancaman datang. Perhimpunan Tionghoa Indonesia, Museum Pustaka Peranakan Tionghoa, Grafisocial dan Universitas Tarumanagara, hendak mengadakan Festival Agen Perubahan Indonesia yang ke 3 untuk menceritakan peran para pejuang, khususnya Etnis Tionghoa, selama peperangan memperjuangkan Nusantara dan MPPT merupakan wadah yang memiliki banyak berkas terkait perihal tersebut namun justru jarang diketahui. Tujuan perancangan visual media promosi dilaksanakan agar menarik *target audience* untuk mengunjungi Museum Pustaka Peranakan Tionghoa serta ikut serta festival/acara yang akan diadakan dalam rangka ulang tahun Museum Pustaka Peranakan Tionghoa yang ke-10 yaitu Festival Agen Perubahan Indonesia ke-3. Perancangan kampanye ini menggunakan metode kualitatif, wawancara, observasi, dan studi pustaka. Target yang dipilih untuk kampanye ini adalah generasi muda berusia 18 – 25 tahun sebagai generasi yang dapat membawa perubahan, aktif di dunia digital, kreatif, dinamis. Hasil dari perancangan ini berupa visual media promosi yang akan membuat target untuk berperan tertarik untuk mengunjungi MPPT dan Festival Agen Perubahan Indonesia ke-3.

Kata kunci: *Etnis Tionghoa; Generasi Muda; Media Digital Perjuangan; Sejarah Perang.*

I. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang kaya akan keberagaman, ragam suku, ragam bahasa, dan ragam budaya. Banyaknya keberagaman itu justru dapat menjadi pemecah ataupun pemersatu bangsa, tergantung dari masing – masing sudut pandang yang melihat. Banyaknya perjuangan yang dilalui negara ini sampai akhirnya merdeka tidak luput dari campur tangan berbagai macam suku, salah satunya ialah Etnis Tionghoa. Walau terkadang banyak perseteruan antar kaum namun persatuan selalu menjadi jalan dikala ancaman datang. Untuk mengurangi perpecahan dan meningkatkan persatuan yang tidak hanya muncul dikala adanya

ancaman masal, maka edukasi menjadi solusi untuk saling mengenal identitas, ciri khas, serta sejarah sebuah kaum tertentu, Etnis Tionghoa pada pembahasan kali ini.

Etnis Tionghoa memiliki peranan yang cukup besar dalam masa pra-kemerdekaan Indonesia, namun fakta-fakta tersebut justru jarang sekali dibahas pada pendidikan dasar. Bahkan pengamat militer, Jaleswari Pramodhawardani setuju akan hal itu, beliau mengatakan bahwa peran-peran Tionghoa pada negara kerap kali disembunyikan. Hal ini mendorong beberapa tokoh di Indonesia untuk menebarkan sejarah mengenai Etnis Tionghoa di Indonesia agar perjuangan mereka tidak dilupakan begitu saja dan agar

tetap menjunjung tinggi rasa kebangsaan yang satu, bangsa Indonesia.

Festival Agen Perubahan Indonesia ini telah diberlangsungkan sebanyak dua kali, yaitu pada tahun 2019, dan pada tahun 2020, masing - masing mengangkat topik yang berbeda namun tetap berfokus pada tokoh-tokoh maupun gerakan yang membawa perubahan bagi Indonesia, seperti pada tahun Festival Agen Perubahan Indonesia yang diangkat pada 2019 dengan topik “Agen Kekinian” mengenai tokoh-tokoh modern yang membawa perubahan pada bidang maupun daerah tertentu, kemudian pada Festival Agen Perubahan Indonesia di tahun 2020 dengan topik utama “Bersatu Dalam Keragaman” yang mengangkat isu-isu terkait ke-Bhinekaan. Pada Tahun 2021 ini, Perhimpunan Indonesia Tionghoa, Museum Pustaka Peranakan Tionghoa, Grafisosial dan Universitas Tarumanagara, hendak mengadakan lagi Festival Agen Perubahan Indonesia yang ke-3 untuk menceritakan peran para pejuang, khususnya Etnis Tionghoa, yang kerap kali perjuangannya disembunyikan oleh penguasa yang ada sebelumnya, selama peperangan memperjuangkan Nusantara. Dengan harapan selain menceritakan kembali sejarah dalam wujud nyata tanpa pengurangan apapun, semoga adanya

rancangan media promosi ini dapat meningkatkan kunjungan ke Museum Pustaka Peranakan Tionghoa dari kalangan milenial yang dipercaya merupakan golongan dengan dampak terbesar dalam segala jenis pergerakan maupun perubahan yang dapat dialami suatu negara, maka dirancanglah visual media promosi untuk Festival Agen Perubahan Indonesia ke-3 ini.

II. METODE

Pengumpulan data dan metode analisis data yang digunakan adalah *mixed method* dengan melakukan wawancara, observasi, dan studi pustaka.

1. Wawancara

Wawancara kepada narasumber dari Museum Pustaka Peranakan Tionghoa dan Perhimpunan INTI untuk mengetahui lebih detail tentang Museum Pustaka Peranakan Tionghoa dan Perhimpunan Indonesia Tionghoa serta mendapatkan data yang dapat mendukung proses perancangan visual media promosi ini.

2. Observasi

Mengumpulkan data - data yang dibutuhkan untuk perancangan dengan melakukan pengamatan terhadap kegiatan serupa yang ada sebelumnya.

3. Studi pustaka

Pengumpulan data dan teori – teori melalui studi pustaka, jurnal, media cetak

maupun *online* yang berhubungan dengan perancangan ini.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Museum Pustaka Peranakan Tionghoa

Museum Pustaka Peranakan Tionghoa merupakan sebuah museum yang berisi arsip-arsip dan artefak mengenai sejarah Etnis Tionghoa di Indonesia. Dibangun oleh Azmi Abubakar, seorang kelahiran Aceh. Beliau merasa kurang mengenal identitas para pejuang etnis Tionghoa ini serta kurangnya paparan yang ada terhadap para pahlawan ini baik di media maupun buku sejarah yang ada di sekolah-sekolah. Dari situ beliau tergerak untuk membentuk sebuah museum khusus untuk mengapresiasi Etnis Tionghoa yang belum terlalu dikenal oleh orang Indonesia. Dalam rangka 10 tahun usia Museum Pustaka Peranakan Tionghoa, justru museum ini tidak terlalu sering dikunjungi oleh kaum orang muda. Hal ini mendorong Perhimpunan INTI (Perhimpunan Indonesia Tionghoa) bersama dengan Grafisosial dan Fakultas Seni Rupa dan Desain Universitas Tarumanagara untuk mengadakan Festival Agen Perubahan Indonesia 3 dengan tema Peran Etnis Tionghoa dalam Sejarah Perang di Nusantara dengan berkolaborasi

Bersama Museum Pustaka Peranakan Tionghoa.



Gambar 1: Logo Museum Pustaka Peranakan Tionghoa
(Dokumentasi Penulis, 2021)



Gambar 2: Logo Perhimpunan Indonesia Tionghoa
(Dokumentasi Penulis, 2021)



Gambar 3: Logo Grafisosial
(Dokumentasi Penulis, 2021)



Gambar 4: Logo Fakultas Seni Rupa Dan Desain Universitas Tarumanagara
(Dokumentasi Penulis, 2021)

B. Analisis *SWOT*

a. *Strength* (kelebihan): banyaknya sejarah yang diukir oleh Etnis Tionghoa yang membanggakan NKRI.

b. *Weakness* (kelemahan): ketidak-
tertarikan akan hal-hal yang berbau budaya
maupun sejarah.

c. *Opportunity* (peluang):
meningkatkan jiwa ke-Bhinekaan dari
generasi penengah (milenial) yang
merupakan rantai penghubung anak-anak
ke orang dewasa.

d. *Threat* (ancaman): adanya kaum
yang justru tidak menyukai adanya
perbedaan yang dianggap terkadang
sebagai ancaman bagi kaum mayoritas.

Dengan adanya perjuangan yang
dilakukan oleh etnis Tionghoa yang berada
di Indonesia dalam upaya memperjuangkan
NKRI, dengan begitu akan menumbuhkan
rasa sepejuangan dengan generasi milenial
yang tengah meneruskan perjuangan
bangsa walau tidak lagi secara fisik.

C. Strategi dan Konsep Kreatif

Big Idea - #MasihBerperang

Sebuah kampanye yang merayakan 10
tahun berdirinya Musuem Pustaka
Peranakan Tionghoa dengan mengupas
tuntas perjuangan yang telah dilalui Etnis
Tionghoa dalam upaya memperjuangkan
Negara Kesatuan Republik Indonesia yang
jarang kali diketahui oleh kelompok muda,
dengan ini Festival Agen Perubahan

Indonesia ke -3 ingin mengedepankan dan
meluruskan informasi mengenai
perjuangan Etnis Tionghoa dan cara
menunjukkan apresiasi dengan perjuangan-
perjuangan kaum muda yang sekarang ini.

What to say:

Dalam rangka 10 tahun berdirinya MPPT,
mari tunjukkan apresiasi kita terhadap
perjuangan Etnis Tionghoa yang selama ini
jarang terpapar media, dengan
menunjukkan perjuangan-perjuangan kita
(contoh: berjuang dengan belajar, berjuang
dengan mengajar, berjuang dengan
berdagang, dan sebagainya)

How to say:

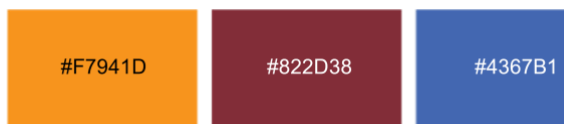
Kampanye dengan dukungan media-
media promosi digital yang dapat
disebarkan via media sosial sehingga
mendapat paparan yang lebih luas, berikut
dengan media non-digital

D. Keputusan Visual



Gambar 5: Logo Acara
(Dokumentasi Penulis, 2021)

Typeface yang digunakan untuk logo kampanye ini adalah *typeface Puchakhon Magnifier* dan *Shoplifter* karena memiliki tampilan yang cocok untuk anak muda serta memberi suasana *rebel* sesuai jiwa muda dan sedikit *oldschool* untuk menyambungkan sejarah. Karena karakter topik utama pada kampanye ini jika diangkat dari sisi “sejarah” saja agak membosankan dan panjang, maka pada kampanye ini penulis akan memberikan gaya yang lebih membangun semangat baru dan bersifat muda. Dengan 3 kata kunci yaitu informatif (*informative*), patriotik (*patriotic*) dan menghargai (*appreciative*).



Gambar 6: Skema Warna
(Dokumentasi Penulis, 2021)

Diatas ini merupakan skema warna secara keseluruhan, dengan mengangkat warna oranye, merah dan biru, sebagai

simbol dari nama kegiatan yaitu Festival Agen Perubahan Indonesia, yang disingkat menjadi A P I.



Gambar 7: Key Visual
(Dokumentasi Penulis, 2021)

Diatas ini *key visual* dari keseluruhan media promosi, *mandatorial asset* termasuk logo penyelenggara (Perhimpunan Indonesia Tionghoa, Museum Pustaka Peranakan Tionghoa, Grafisocial, Fakultas Seni Rupa dan Desain Universitas Tarumanagara), *asset* warna, dan foto-foto bersejarah.

IV. SIMPULAN

Orang Tionghoa Indonesia justru mengambil salah satu andil besar dalam peperangan menuju Negara Kesatuan Republik Indonesia, tepatnya selama masa penjajahan. Terdapat bukti tertulis pada

buku hingga film mengenai Tragedi Batavia 1740 atau yang sering disebut sebagai Geger Pecinan maupun *Chinezenmoord* dimana memakan sekitar 10.000 korban jiwa orang Tionghoa Indonesia, menunjukkan bahwa sebagai Indonesia yang satu, nyawa pun rela dijadikan taruhan demi rakyat yang merdeka, demi Indonesia yang lebih baik. Perlawanan ini lah yang kemudian menyulut api seluruh pulau Jawa untuk akhirnya memiliki tekada untuk merdeka dari negara-negara yang menjajah. Arsip-arsip bersejarah seperti ini jarang dibahas media luas, sekarang dengan perancangan visual media promosi ini dapat menarik lebih banyak orang untuk mengunjungi Musuem Pustaka Peranakan T dan juga hadir pada Festival Agen Perubahan yang ke-3 ini agar lebih mengetahui sejarah yang belum terkupas.

V. UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Pak Azmi Abubakar selaku pendiri Museum Pustaka Peranakan Tionghoa, serta Pak Candra Jap yang telah memberikan izin kepada penulis untuk mengangkat acara yang hendak diselenggarakan INTI sebagai subjek Tugas Akhir, serta telah meluangkan waktu untuk diwawancarai oleh penulis.

Penelitian ini dapat terselesaikan tepat waktu dan dengan baik, berkat bantuan dan dorongan positif dari Bapak Kurnia Setiawan, S.Sn., M.Hum., dan Ibu Mariati, S.Ds., M.Si., selaku pembimbing selama merancang tugas akhir perancangan visual media promosi ini. Semoga laporan tugas akhir ini dapat menginspirasi dan dapat menjadi referensi bagi pembaca maupun calon peserta didik yang akan menempuh tugas akhir yang hendak mengangkat topik serupa.

DAFTAR PUSTAKA

- Adityawan, A. (2011) Tinjauan Desain Grafis. Jakarta: Concept Media.
- Heru. (2017). Desain Komunikasi Visual – Pengertian, Ruang Lingkup, dan Jenisnya, <https://pakarkomunikasi.com/komunikasi-visual/>
- Hakim, B. (2005). Lanturan Tapi Relevan. Yogyakarta: Galangpress.
- Daradjadi. (2013). Geger Pacinan 1740-1743: Persekutuan Tionghoa – Jawa Melawan VOC. Jakarta: Kompas.
- RRustan, Surianto. (2009). Layout Dasar dan Penerapannya. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.