

**PERANCANGAN BUKU VISUAL DESA WISATA SASAK ENDE SEBAGAI MEDIA
PELESTARIAN BUDAYA LOMBOK**

Oleh

Dodi Irfansyah

Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Bumigora Jln. Ismail Marzuki, Kota Mataram,
dodiiyrfansyah@gmail.com

Diterima 03/09/2020, direvisi 27/04/2021, diterbitkan 30/05/2021

ABSTRAK

Desa Wisata Sasak Ende merupakan merupakan sebuah desa yang menyimpan berbagai ragam adat budaya khas masyarakat suku Sasak di Lombok, yang dimana adat kebudayaan lokal tersebut merupakan aset negara yang patut untuk dilestarikan, banyak masyarakat yang sekedar tahu ataupun tidak tahu tentang adat budaya lokal suku Sasak di Lombok, maka dari itu dibutuhkan sebuah media yang bisa memberikan informasi lebih jelas dan detail tentang adat budaya masyarakat suku Sasak di Lombok. Hal inilah yang melatar belarbelakangi penulis tertarik untuk membuat sebuah media berupa buku visual, yang dimana buku tersebut memuat gambar beserta penjelasan tentang gambar tersebut, penggunaan kata-kata yang sederhana dapat mempermudah audien untuk memahami isi dari setiap halaman yang dilampirkan. Buku visual "Desa Wisata Sasak Ende" ini dirancang dengan metode Desain Thinking, yaitu sebuah metode yang berfokus pada target audien. Meliputi sejarah, ragam bangunan, adat kebiasaan dan lain sebagainya. Media yang berupa buku visual ini di harapkan akan digunakan sebagai media pelestarian budaya yang diperuntukkan bagi kalangan remaja hingga dewasa bahkan untuk wisatawan dalam negeri dan manca Negara.

Kata Kunci : Buku Visual, Desa Wisata, Sasak Ende, Pelestarian Budaya.

ABSTRACT

Sasak Ende Tourism Village is a village that stores a variety of cultural customs typical of the Sasak people in Lombok, where the local cultural customs are a state asset that deserves to be preserved, many people only know or don't know about the local cultural customs of the Sasak tribe in Lombok. Lombok, therefore we need a media that can provide clearer and more detailed information about the cultural customs of the Sasak people in Lombok. This is why the author is interested in making a media in the form of a visual book, where the book contains images along with an explanation of the images, the use of simple words can make it easier for the audience to understand the contents of each attached page. The visual book "Desa Wisata Sasak Ende" was designed with the Design Thinking method, which is a method that focuses on the target audience. Covering history, various buildings, customs and so on. It is hoped that the media in the form of visual books will be used as a medium for cultural preservation for adolescents to adults and even for domestic and foreign tourists.

Keywords: Visual Books, Tourism Village, Sasak Ende, Cultural Preservation

I. PENDAHULUAN

Nusa Tenggara Barat (NTB) adalah salah satu provinsi di Indonesia, yang ibu kotanya adalah Mataram. Provinsi ini menyimpan beragam adat, budaya, tradisi, serta beberapa peninggalan-peninggalan bangunan-bangunan sejarah yang masih dilestarikan sampai saat ini. Selain itu banyak terdapat desa-desa yang masih kuat memegang tradisi asli suku Sasak yang kini banyak dijadikan destinasi wisata karena banyak menyimpan keunikan dan budaya luhur nusantara. Salah satu desa yang masih memegang kuat tradisi asli suku Sasak Lombok dapat kita jumpai di Desa Wisata Sasak Ende.

Desa Wisata Sasak Ende merupakan sebuah desa yang berlokasi di Desa Sengkol, Kecamatan Pujut, Kabupaten Lombok Tengah, Nusa Tenggara Barat. Kata Ende memiliki arti “Sebagai Pelindung” atau tapal batas dari desa Rembitan, bisa juga diartikan sebagai tempat untuk melindungi aset negara karena adat kebudayaan lokal juga tentunya merupakan aset negara yang harus dilindungi. Budaya tidak lagi bernuansa tertutup, tetapi terbuka. Sudah ada variasi-budaya yang baru. Hal ini terjadi bukan saja pada budaya nasional, tetapi juga pada budaya daerah. Loyalitas orang terhadap nilai-nilai adat istiadat dan moral memusat tunggal pada budaya asli, tetapi menjadikan multi dimensi. Budaya menjadi bervariasi dan kompleks [1]

Desa ini merupakan salah satu desa yang masih mempertahankan dan melestarikan kebudayaan masyarakat Lombok sampai saat ini, baik dari segi bangunan rumah yang masih menggunakan tanah liat disertai kotoran sapi yang rutin dipoleskan setiap satu bulan sekali, atap alang-alang, pembuatan kain tenun, alat-alat musik maupun tradisi upacara adat istiadat seperti peresean, kawin culik dan lain sebagainya bisa kita jumpai ditempat ini. Dari fenomena ini dapat dikatakan bahwa melalui konteks sosial budaya, akan timbul tanda-tanda yang menyimpulkan tingkah laku sosial dari kebudayaan itu sendiri [2]. Adapun keunggulan dari desa wisata ini dari alokasinya sangat peduli dan mengedepankan dan memperkenalkan ragam budaya Lombok kepada wisatawan, setiap bangunan ditata dan dipergunakan sesuai fungsinya masing-masing. Ketika masuk, para wisatawan akan disambut dengan ragam bentuk bangunan dan tradisi yang ada, wisatawan akan diajak berkeliling oleh tour guide untuk mengetahui ragam yang ada disana, wisatawan bisa lebih fokus menyimak dan bercengkrama dengan penduduk lokal yang ada tanpa harus terganggu dengan penduduk lokal yang menawarkan hasil kerajinannya, karena di beberapa desa wisata di lokasi lain di Lombok beberapa rumah adat dijadikan Art Shop sehingga wisatawan sedikit terganggu ketika menyimak apa yang dijelaskan oleh tour guide, tapi tidak begitu dengan Desa Wisata Sasak Ende, desa ini memiliki satu tempat khusus untuk Art Shop, jadi dari awal kedatangan wisatawan akan difokuskan menyimak ragam adat dan budaya Lombok sampai nanti di akhirnya akan dimanjakan dengan hasil kerajinan dari desa itu yakni dengan berbelanja di Art Shopnya. Hal inilah yang menjadi salah satu keistimewaan yang perlu dilestarikan di Desa Wisata Sasak Ende ini. Agar hal tersebut dapat terlestarikan tentunya dibutuhkan wadah/media supaya masyarakat lokal ataupun non-lokal bisa lebih tahu banyak tentang Desa Wisata Sasak Ende. Memang kita sadari perubahan jaman membuat generasi muda melupakan adat istiadat dan budaya leluhur, itu merupakan tantangan di masa di mana media komunikasi sangat gampang untuk didapatkan. Untuk menjawab tantangan global dalam pelestarian budaya diatas, maka budaya daerah harus bersifat terbuka, yaitu mampu beradaptasi dan menyesuaikan dengan tuntutan global, namun tetap berakar pada nilai-nilai dan moral serta norma budaya

asli. Nilai-nilai positif budaya global diadaptasikan dengan nilai-nilai positif budaya kita, sehingga kepribadian bangsa kita tetap tegak tetapi memiliki nuansa global yang positif. [3] Salah satunya usaha yang bisa diterapkan untuk menarik perhatian generasi muda.

Dari latar belakang yang di paparkan di atas permasalahan inti adalah kebudayaan lokal merupakan hal yang penting untuk dilestarikan, dengan meningkatkan catatan sejarah akan destinasi tersebut maka dapat meningkatkan informasi dan pengetahuan kepada masyarakat dan khususnya wisatawan Lokal & Mancanegara. Maka dari itu perancang ingin membuat buku visual Desa Wisata Sasak Ende sebagai media untuk penyampaian informasi tentang sejarah kebudayaan lokal Lombok secara mendetail dan lebih tersusun agar masyarakat bisa memahami sejarah lokal yang ada di Desa Wisata Sasak Ende. Dan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah “Bagaimana merancang Buku Visual Desa Wisata Sasak Ende Sebagai Media Pelestarian Budaya Lombo

II. METODOLOGI

1. Desain Thinking

Penelitian ini menggunakan Design Thinking sebagai proses merancang Model perancangan buku yang baik. Design Thinking menjadi konsep berpikir dalam menemukan ide yang mulai digemari oleh banyak orang dalam waktu beberapa tahun ini. Design Thinking, akan menjadi konsep yang sangat diperlukan untuk saat ini dan nanti. [4]. Pendapat lainnya Design Thinking sangat esensial dengan manusia sebagai pusat proses inovasi yang menekankan pada observation, collaboration, fast learning, visualization of ideas, rapid concept prototyping dan business analysis.[5] Tahapan dalam proses desain thinking meliputi:

a. Emphatize

Ketika sudah mengetahui user atau pengguna yang akan dituju, maka seorang desainer perlu mengetahui pengalaman, emosi, dan situasi dari si pengguna. Mencoba menempatkan diri sebagai pengguna sehingga dapat benar-benar memahami kebutuhan pengguna. Hal ini dapat dilakukan dengan melakukan wawancara, observasi kehidupan pengguna, dan cara lainnya.

b. Define

Setelah desainer mengerti kebutuhan pengguna, maka desainer perlu menggambarkan sebuah ide atau pandangan user yang akan menjadi dasar dari produk atau aplikasi yang akan dibuat. Hal ini dapat dilakukan dengan membuat list kebutuhan user dan menggunakan pengetahuan mengenai kondisi yang sedang terjadi.

c. Ideate

Dengan kebutuhan yang ada, maka desainer perlu menggambarkan solusi yang dibutuhkan. Hal ini dapat dilakukan dengan cara melakukan evaluasi dari setiap gambaran yang sudah didapat kemudian memilih yang paling cocok untuk diterapkan.

d. Prototype

Ide yang sudah ada sebelumnya maka perlu langsung diimplementasikan dalam sebuah aplikasi atau produk uji coba. Perlu dihasilkan sebuah produknya dan kemungkinan scenario penggunaan.

e. Test

Dari produk atau aplikasi uji coba yang sudah dibuat, maka akan dilakukan sebuah percobaan dengan pengguna. Dari pengalaman pengguna dalam menggunakan produk uji coba, maka akan didapatkan masukan untuk membuat produk yang lebih baik dan melakukan perbaikan pada produk yang ada.

2. Sumber Data Penelitian

a. Data Primer

Data primer adalah data yang dihasilkan penulis secara langsung saat survey lapangan. Wawancara adalah proses memperoleh informasi terkait penelitian dengan cara tanya jawab tatap muka antara pewawancara dengan responden atau narasumber yang dilengkapi dengan pedoman wawancara.[6] Pada perancangan tugas akhir ini, penulis melakukan wawancara kepada narasumber terpercaya untuk memperoleh informasi mengenai Desa Wisata Sasak Ende.

b. Kuisisioner

Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang tidak perlu/ wajib memerlukan kedatangan langsung dari narasumber.[7] Pada perancangan tugas akhir ini, penulis menggunakan kuisisioner secara langsung kepada beberapa audience dan memperoleh data berupa angka persentase dari target audiens

c. Data Sekunder

Data skunder adalah data yang sudah tersedia yang digunakan penulis dalam menyelesaikan penelitian ini, yaitu:

- Buku

Buku menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Balai Pustaka adalah lembar kertas yang berjilid, berisi tulisan atau kosong. Sedangkan menurut Oxford Dictionary, buku adalah hasil karya yang ditulis atau dicetak dengan halaman-halaman yang dijilid pada satu sisi atau hasil karya yang ditujukan untuk penerbitan.

- Jurnal

Jurnal ilmiah sejak tahun 1665 sudah dikenal dalam lingkungan akademik. Jurnal ilmiah berisi data dan informasi yang bersifat ilmiah. Pengertian jurnal ilmiah adalah “majalah publikasi yang memuat KTI (karya tulis ilmiah) yang secara nyata mengandung data dan informasi yang mengajukan iptek dan ditulis sesuai dengan kaidah-kaidah penulisan ilmiah serta diterbitkan secara berkala”. [8] Penulis menggunakan buku dan jurnal untuk mencari informasi yang akan dikumpulkan dan diolah menjadi satu karya visual.

3. Metode Analisis Data

a. Analisis Swot

Untuk menganalisis data dalam perancangan buku ini, penulis menggunakan teknik analisis SWOT. SWOT adalah singkatan dari lingkungan Internal Strengths dan Weaknesses serta lingkungan eksternal Opportunities dan Threats yang dihadapi dunia bisnis.[9] Kottler memberikan kesimpulan mengenai SWOT:

1. Kekuatan (Strength)

- a. Pengalaman dan pandangan industri yang mendalam
- b. Desainer produk yang kreatif tetapi praktis
- c. Penggunaan model bisnis yang sangat efisien dan fleksibel dengan memanfaatkan penjualan dan distribusi pelanggan langsung.

2. Kelemahan (Weakness)

- a. Ketergantungan terhadap modal luar yang diperlukan untuk menumbuhkan bisnis.
- b. Kurangnya pengecer yang dapat bekerja tatap muka dengan pelanggan untuk menghasilkan kesadaran merek dan produk.

c. Kesulitan mengembangkan kesadaran merek (brand awareness) sebagai perusahaan yang baru berdiri.

3. Peluang (Opportunity)

a. Partisipasi dalam industri yang sedang tumbuh

b. Penurunan biaya produk melalui skala keekonomisan

c. Kemampuan untuk mendongkrak usaha pemasaran peserta industri lain untuk membantu menumbuhkan pasar umum.

4. Ancaman (Threat)

a. Persaingan masa depan/potensial dari peserta pasar yang sudah mapan

b. Penurunan ekonomi yang bisa memberi dampak negatif pada pengeluaran orang dari pendapatan bebas untuk produk rekreasi

c. Peluncuran hasil studi yang mempertanyakan keamanan berseluncur atau ketidakmampuan kita mencegah trauma besar yang diakibatkan berseluncur. Analisis SWOT adalah analisis untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (Strength) dan peluang (Opportunities), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (Weakness) dan ancaman (Threats). [10] Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian, perencanaan strategis (strategic planner) harus menganalisis faktor-faktor strategi perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini. Hal ini disebut dengan Analisis Situasi. Model yang paling populer untuk analisis situasi adalah Analisis SWOT.

a. Analisis Lingkungan Eksternal (Peluang dan Ancaman, unit bisnis harus mengamati kekuatan lingkungan makro yang utama dan faktor lingkungan mikro yang signifikan, yang mempengaruhi kemampuannya dalam menghasilkan laba. Unit bisnis harus menetapkan sistem intelijen pemasaran eksternal dan internal. Peluang pemasaran (marketing opportunity) adalah wilayah kebutuhan dan minat pembeli, di mana perusahaan mempunyai probabilitas tinggi untuk memuaskan kebutuhan tersebut dengan menguntungkan. Ancaman lingkungan (environmental threats) adalah tantangan yang ditempatkan oleh tren atau perkembangan yang tidak disukai yang akan menghasilkan penurunan penjualan atau laba akibat tidak adanya tindakan pemasaran defensif.

b. Analisis Lingkungan Internal (Kekuatan dan Kelemahan) Kemampuan menemukan peluang yang menarik dan kemampuan memanfaatkan peluang tersebut adalah dua hal yang berbeda. Setiap bisnis harus mengevaluasi kekuatan dan kelemahan internalnya. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal Peluang (opportunities) dan Ancaman (threats) dengan faktor internal Kekuatan (strengths), dan Kelemahan (weaknesses).

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Konsep Umum

1. Tujuan Kreatif

Perancangan tulisan ini akan mengangkat sebuah tema tentang buku kebudayaan Lombok yang sampai saat ini masih terlestarikan di Desa Wisata Sasak Ende, dengan uniknya tema yang diangkat serta penerapan ilmu Desain Komunikasi Visual dalam perancangannya diharapkan dapat mempermudah audience untuk memahami keberagaman adat budaya yang dimiliki, menumbuhkan rasa cinta terhadap tradisi lokal yang pada akhirnya menciptakan sebuah pelestarian warisan budaya lokal kepada generasi selanjutnya.

2. Strategi Kreatif

- Target Audience

Target audience berdasarkan Analisa audience adalah masyarakat yang berusia 15 tahun keatas, usia ini ditentukan berdasarkan kepada kemampuan untuk menikmati isi dari buku Desa Wisata Sasak Ende ini yaitu selain kemampuan membaca juga kemampuan untuk memahami isi kontennya.

- Format dan Ukuran Buku

Buku visual “Desa Wisata Sasak Ende” ini menggunakan format buku cetak berukuran A4 dengan dimensi rupa 21,5 cm x 29 cm berbentuk Potrait. Pemilihan format dan ukuran ini bertujuan agar target audience mudah dalam memegang buku.

- Isi dan Tema

Buku visual ini akan memuat ragam budaya yang ada di desa wisata sasak ende, kontennya akan berfokus kepada penjelasan yang lebih spesifik agar mempermudah wisatawan untuk memahami lebih banyak tentang budaya Lombok.

- Jenis Buku

Buku “Desa Wisata Sasak Ende” ini merupakan jenis buku visual yang sifatnya memberikan informasi dengan menunjukkan gambar yang disertai penjelasan lebih detail tentang makna dari gambar tersebut.

- Gaya Penulisan Naskah

Gaya penulisan naskah pada buku visual ini menggunakan pemilihan kata yang sederhana dan mudah dipahami/dimengerti.

- Gaya Visualisasi

Karena sifat buku visual ini adalah media untuk mempermudah seseorang mengenali/memahami apa yang dia lihat, maka gaya visualisasi yang digunakan adalah media fotografi dengan rata-rata angle *Eye Level* yaitu sudut pengambilan gambar sejajar dengan objek. Hasilnya memperlihatkan tangkapan pandangan mata seseorang. Teknik ini tidak memiliki kesan dramatis melainkan kesan wajar.

- Teknik Visualisasi

Proses visualisasi pada buku ini akan menggunakan teknik fotografi dan digital dimana pada proses fotografi akan menggunakan kamera DSLR merk Canon EOS 650D dan Sebagian dari kamera Handphone, sementara pada proses pengolahan digital akan menggunakan perangkat lunak grafis CorelDraw X7.

- Teknik Cetak

Saat ini di Indonesia banyak sekali bermunculan mesin cetak digital yang dapat mempermudah proses produksi. Perkembangan dan kemajuan teknologi saat ini sangat berpengaruh terhadap dunia desain grafis. Selain bisa membuat lebih praktis dan efisien, cetak digital juga dapat mempercepat proses produksi sehingga publikasi dapat segera terlaksana. Sementara dari segi bahan material kertas, buku ini akan menggunakan material kertas artpaper dengan jenis 210 gr pada bagian sampul buku dan 120 gr pada bagian isi buku.

B. Konsep Visual

Sebelum memulai perancangan konsep visual, terlebih dahulu perancang mengumpulkan rupa yang sesuai dengan tema perancangan dengan cara *Mind Mapping*. Studi visual ini akan digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam membentuk konsep dan juga layout buku. Berikut Study visual yang akan diterapkan ke dalam buku untuk mendukung tema perancangan.

1. Study Visual Properti

Disini perancang menggunakan beberapa property yang mudah dikenal oleh audience.

a. Bale Lumbang

Bale Lumbang bisa dibilang bangunan tradisional yang paling populer menyangkut kebudayaan Lombok. Studi visual ini akan diterapkan pada halaman judul & background pada halaman buku visual.

b. Motif Kain Songket Lombok

Kain Songket Lombok memiliki ragam motif yang unik dan menarik, motif songket diadaptasi dari bunga, hewan, tradisi, bangunan dan lain sebagainya, setiap motif tentunya memiliki makna tersendiri. Kain songket sangat melekat dalam adat kebudayaan sasak (Lombok).

c. Warna

Warna yang diadaptasi dari kain songket adalah warna-warna dari bunga. Ragam warna dan motif tersebut kemudian diterapkan sebagai estetika pada setiap halaman di dalam buku.

d. Layout Buku

Konsep layout buku yang diterapkan pada perancangan buku visual “Desa Wisata Sasak Ende” ini adalah gaya *Picture Window Layout*. penggunaan gaya *Picture Window Layout* ini membuat desain lebih simple. Dengan penerapan *Picture Window Layout* alur baca bagi pembaca akan lebih runtut dan lebih efektif.

e. Tone Warna

Penerapan tone warna didalam buku yang membahas mengenai kebudayaan lokal ini bertujuan selain sebagai unsur *interest* juga sebagai salah satu cara menarik selera pembaca ketika melihat gambaran dari isi buku tersebut. Pada umumnya tone warna yang diterapkan adalah warna klasik dan ragam warna dari kain songket Lombok, selain menampilkan warna juga corak/motif dari kain tersebut. Warna klasik untuk memberikan kesan tradisional pada buku tersebut.

f. Tipografi

Selain unsur visualisasi, unsur tekstual juga penting untuk dirancang untuk mendukung komunikasi visual. Selain dari sisi kesesuaian dengan tema buku, sisi *readability* atau keterbacaan juga perlu dipertimbangkan dalam pemilihan tipografi.

- **Mistral**

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz 1234567890

- **Script MT Bold**

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz 1234567890

g. Strategi Media

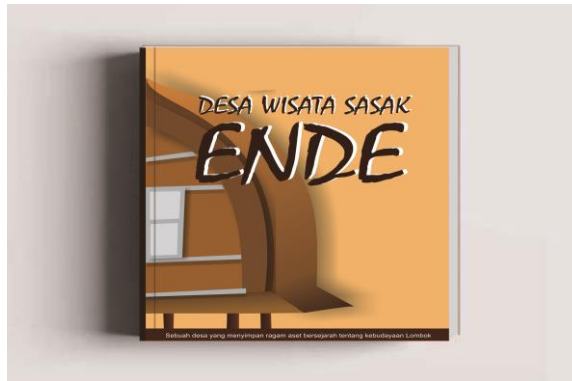
Strategi media perlu dipertimbangkan agar tujuan perancangan dapat tercapai. Pada bagian strategi media, ada dua bagian yaitu media primer yakni buku visual “Desa Wisata Sasak Ende” versi besar & kecil (buku saku) dan media sekunder yakni media yang mendukung dalam proses penyampaian komunikasi media

primer kepada target audience. Media sekunder yang akan digunakan dalam strategi media ini adalah merchandise.

- Buku Visual “Desa Wisata Sasak Ende”

Merupakan media primer yang digunakan untuk mencapai tujuan perancangan. Dalam hal ini yakni memperkenalkan

an lebih banyak tentang keberagaman budaya Lombok yang ada di “Desa Wisata Sasak Ende”



Gambar 1
(cover buku visual)

- Buku Saku (*Mini Book*)

Media ini akan berguna bagi audience untuk mengingat Kembali apa yang telah dibaca dari media primer. Media sangat praktis dan bisa dibawa audience kemana saja, di halaman paling belakang juga terdapat lampiran yang akan menguji kembali ingatan audience tentang apa yang telah dibaca sebelumnya, dengan begitu pengetahuan yang telah didapat akan lebih melekat dipikiran audience.

- Merchandise

Media sekunder Merchandise ini terbagi menjadi 5 jenis merchandise yaitu baju kaos, tas kain (*tote bag*), gelas Mug, pembatas buku dan stiker. Media ini dapat membantu audience untuk mengingat kembali tentang “Desa Wisata Sasak Ende”



Gambar 2
(Media Pendukung Mug)



Gambar 3
(Media Pendukung Baju Kaos)



Gambar 4
(Media Pendukung Berupa Tas Dan stiker)



Gambar 5 (Logo Desa wisata Sasak Ende)

Desa wisata merupakan aset penting yang harus dilestarikan, tidak hanya dengan sekedar tahu nama, tapi juga memahami makna dari setiap bangunan maupun adat kebiasaan dari desa tersebut, dengan adanya buku visual ini diharapkan audience bisa memahami banyak tentang kebudayaan Lombok yang ada di “Desa Wisata Sasak Ende”, tak banyak orang yang bisa memiliki “*Long Term Memory*” atau ingatan jangka panjang, banyak orang cenderung memiliki “*Short Term Memory*” atau ingatan jangka pendek, dengan adanya buku ini maka akan memudahkan audience untuk mengingat kembali tentang makna dari setiap bangunan dan adat istiadat yang ada di “Desa Wisata Sasak Ende”.

IV. KESIMPULAN

Pelestarian budaya serta adat istiadat warisan luhur nenek moyang kita sangatlah penting karena di sanalah tersimpan keunikan dan daya tarik tradisional yang dapat kita sajikan dan pertunjukkan kepada dunia luar dan para wisatawan. Dengan adanya buku visual yang di buat untuk menyampaikan informasi tentang sebuah desa yang masih menerapkan budaya dan adat istiadat suku Sasak di Lombok, yaitu Desa Wisata Sasak Ende. Di harapkan akan mampu memperkenalkan dan mempromosikan desitinasi wisata ini kepada para wisatawan baik di dalam negeri maupun di mancanegara. Perancangan tulisan ini di buat berdasarkan kaedah kaedah dalam desain komunikasi visual yang isi pentingnya akan mengangkat sebuah tema tentang buku kebudayaan Lombok yang sampai saat ini masih terlestarikan budaya sasak secara turun temurun. Lokasi itu ada di Desa Wisata Sasak Ende, dengan uniknya tema yang diangkat serta penerapan ilmu Desain Komunikasi Visual dalam perancangannya diharapkan dapat mempermudah audience untuk memahami keberagaman adat budaya yang dimiliki, menumbuhkan rasa cinta terhadap tradisi lokal yang pada akhirnya menciptakan sebuah pelestarian warisan budaya lokal kepada generasi selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Sumjati, *Manusia dan Dinamika Budaya dari Kekerasan Sampai Baratayuda*. Yogyakarta: Bigraf, 2001.
- [2] N. dan H. Yasa, "Tanda Verbal Pada Film Animasi 'El Empleo,'" *Nawala Vis.*, vol. 2, no. 1, p. 47, 2020, [Online]. Available: <https://jurnal.std-bali.ac.id/index.php/nawalavisual/article/view/77>.
- [3] N. Widjajanto, *Sistem Informasi Akuntansi*. Jakarta: Airlangga, 2001.
- [4] P. Dalsgaard, "Pragmatism and design thinking," *Int. J. Des.*, vol. 8, no. 1, pp. 143–155, 2014.
- [5] Lockwood., *Desain Thinking Integrating Innovation costemer Experience and Brand Value*. New York: All Worth press, 2009.
- [6] M. Nazir, *Metode Penelitian Mohammad Nazir*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 1988.
- [7] D. K. Sukardi, *Dasar-dasar Bimbingan Penyuluhan di Sekolah*. Surabaya: Usaha Nasional, 1983.
- [8] H. Lukman, *Filosofi Kewenangan Organ dan Lembaga Daerah*. Malang: Setara Press, 2012.
- [9] dan K. L. K. Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks, 2009.
- [10] F. Rangkuti, *Analisis SWOT Tehnik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2004.