

ABSTRAK

PERANCANGAN GRAFIS MEDIA PROMOSI KEGIATAN *OUTBOND* BERBASIS KEGIATAN ETIKA TRADISI SUNDA “*SILIH ASIH, SILIH ASUH, SILIH ASAH*”

Oleh:

Arie Winata

NRP 0864093

Masyarakat Sunda modern saat ini sangat memprihatinkan mengingat perilaku yang individualis dan kurangnya pengetahuan mengenai etika tradisi Sunda yaitu *silih asih, silih asuh, silih asah* yang berarti saling mengasihi, saling menjaga dan saling mengayomi. Banyak masyarakat Sunda sendiri sudah tidak mengenal dan memahami budaya tersebut. Masuknya budaya-budaya asing melalui berbagai macam media informasi, seperti televisi, radio, internet, majalah, telah mempengaruhi masyarakat khususnya kalangan remaja. Hal ini dapat terlihat dari fenomena menurunnya etika Budaya Sunda dalam bersosialisasi yang terjadi di lingkungan masyarakat Sunda itu sendiri. Kurangnya rasa saling mengasihi, saling berbagi dan saling menghormati seperti ini sudah dapat dirasakan dalam kehidupan sehari-hari. Seiring berjalannya waktu, bukan hal yang mustahil jika suatu saat etika budaya Sunda ini akan menghilang dari kebudayaan asli Indonesia. Untuk itu diperlukan upaya mengenalkan kembali etika budaya Sunda melalui pendekatan yang lebih efektif. Salah satunya yaitu dengan mengadakan kegiatan untuk mempromosikan budaya Sunda. Kegiatan *outbond* banyak digemari oleh kalangan remaja karena pada usia ini para remaja memiliki rasa keingintahuan yang besar dan menyukai segala sesuatu yang bersifat tantangan. Dengan adanya kegiatan *outbond* berbasis tradisi Sunda ini akan mengenalkan masyarakat terutama remaja kepada etika tradisi Sunda sehingga dapat memahami dan menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari.

Kata kunci:

budaya, etika, remaja, Sunda, tradisi

ABSTRACT

GRAPHIC DESIGN MEDIA PROMOTION ACTIVITY BASED OUTBOUND TO ETHICAL TRADITIONS ” SILIH ASIH, SILIH ASUH, SILIH ASAH ”

Submitted by:

Arie Winata

NRP 0864093

Today's modern society is very alarming considering their individualistic behavior and the lack of knowledge about Sundanese ethical tradition of "silih asih, silih asuh, silih asah" which translated to love one another, care after each other, and protect each other. Many Sundanese themselves have unable to recognize and understand their culture. The influx of foreign cultures through variety of social media, such as television, radio, internet, and magazine has affected our society, especially among teenagers. This action can be reflected from the phenomenon of diminishing Sundanese culture in our social environments that occur in Sundanese society itself. The lack of mutual love, mutual sharing, and mutual respect can be felt in everyday life. Overtime, it is not impossible that the Sundanese ethics culture would disappear from the native culture of Indonesia. Therefore, efforts are required to reintroduce Sundanese cultural ethnics through a more affective approach. One of them is to conduct an activity to promote Sundanese culture. Outbound activities are much favored by the youth because during this time, young teenagers have a very strong sense of curiosity and fond of any challenges. With the Sundanese tradition-based outbound activities, it is expected that the society especially teenagers can be brought back to the introduction of the Sundanese ethical tradition so that they can understand and able to apply the culture to everyday life.

Keywords:

culture, ethical, Sundanese, teenagers, tradition

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Lembar Pengesahan.....	ii
Pernyataan Orisinalitas Karya dan Laporan.....	iii
Pernyataan Publikasi Laporan Tugas Akhir	iv
Kata Pengantar.....	v
Abstrak Bahasa Indonesia.....	vii
Abstrak Bahasa Inggris.....	viii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup	2
1.3 Tujuan Perancangan	2
1.4 Sumber dan Teknik Perancangan	3
1.5 Skema Perancangan	4
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Teori Kebudayaan	5
2.2 Teori Etika Budaya Sunda (’’ <i>Silih Asih, Silih Asuh, Silih Asah</i> ’’)	6
2.3 Teori Promosi	6
2.3.1 Jenis-jenis Promosi	6
2.4 Teori Psikologis Remaja	7
BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH	
3.1 Data dan Fakta	
3.1.1 Lembaga Terkait	10

3.1.2 Mandatori.....	12
3.1.3 Sponsorship	13
3.1.4 Data Wawancara	15
3.1.5 Data Hasil Kuesioner	17
3.1.6 Tinjauan Terhadap Proyek / Persoalan Sejenis	23
3.2 Analisis Terhadap Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta	24
3.3 Program	24

BAB IV PEMECAHAN MASALAH

4.1 Konsep Komunikasi	28
4.2 Konsep Kreatif	29
4.3 Konsep Media	34
4.3.1 Poster	34
4.3.2 Spanduk	35
4.3.3 Flyer	35
4.3.4 Baligo	36
4.3.5 Website.....	36
4.3.6 Iklan Majalah	36
4.3.7 Iklan Media Sosial	36
4.3.8 X-Banner	37
4.3.9 Name Tag	37
4.3.10 Timeline	37
4.4 Hasil Karya	39
4.4.1 Logo <i>Event</i>	39
4.4.2 Poster <i>Awareness</i> Seri 1	40
4.4.3 Poster <i>Awareness</i> Seri 2	41
4.4.4 Poster <i>Awareness</i> Seri 3	42
4.4.5 Poster <i>Informing</i> Seri 1.....	43
4.4.6 Poster <i>Informing</i> Seri 2.....	44

4.4.7 Poster <i>Reminding</i>	45
4.4.8 Spanduk	46
4.4.9 <i>Flyer</i>	47
4.4.10 <i>Baligo</i>	48
4.4.11 <i>Website</i>	49
4.4.12 <i>Gimmick</i>	51
4.4.13 Iklan Media Sosial <i>Facebook</i> dan <i>Twitter</i>	52
4.4.14 <i>X-Banner</i>	53
4.4.15 <i>Name Tag</i>	54
4.4.16 Tiket	54
4.4.17 Umbul-umbul	55
4.4.18 Media Promosi <i>Youtube</i>	56
4.4.19 Iklan Majalah	59
4.5 Biaya Produksi	59
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	61
5.2 Saran	61
DAFTAR PUSTAKA	62
DATA PENULIS	63
LAMPIRAN	64

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Tabel Jenis Tipografi	29
Tabel 4.2 Tabel Warna	29
Tabel 4.3 Tabel Konsep Visual	31
Tabel 4.4 <i>Timeline</i>	38
Tabel 4.5 Tabel Biaya Produksi	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Skema Perancangan	4
Gambar 3.1 Logo BASARNAS	10
Gambar 3.2 Logo WANADRI	11
Gambar 3.3 Logo Kampung Budaya Sindang Barang	12
Gambar 3.4 Logo Eiger	13
Gambar 3.5 Logo Ultra Jaya	14
Gambar 3.6 Diagram Budaya Sunda	17
Gambar 3.7 Diagram Etika Budaya Sunda	18
Gambar 3.8 Diagram Budaya Sunda Bagi Remaja	18
Gambar 3.9 Diagram Cocok Tidaknya Budaya Sunda '' <i>SilihAsih, SilihAsuh, SilihAsah</i> '' Dikemas Dalam <i>Event Outbond</i> Bagi Remaja	19
Gambar 3.10 Diagram Ketertarikan Remaja Terhadap <i>Event</i> yang Bernilai Budaya	20
Gambar: 3.11 Diagram Kunjungan Remaja Terhadap Museum Budaya	20
Gambar: 3.12 Diagram Respon Remaja Terhadap <i>Event Outbond</i> Dijadikan Ekstrakurikuler di Sekolah	21
Gambar: 3.13 Diagram Respon Remaja Terhadap Intens Waktu <i>Event Outbond</i> Dijadikan Ekstrakurikuler di Sekolah	21
Gambar: 3.14 Diagram Respon Remaja Terhadap Lokasi <i>Event Outbond</i> Diadakan di Kota Bogor	22
Gambar: 3.15 Diagram Respon Remaja Terhadap Pengadaan <i>Event</i> Setiap <i>Weekend</i> Sabtu dan Minggu	23
Gambar 3.16 Ladang View Sumedang	24
Gambar 4.1 Logo ''Ngaprak Ka Alam''	39

Gambar 4.2 Poster <i>Awareness</i> Seri 1	40
Gambar 4.3 Poster <i>Awareness</i> Seri 2	41
Gambar 4.4 Poster <i>Awareness</i> Seri 3	42
Gambar 4.5 Poster <i>Informing</i> Seri 1	43
Gambar 4.6 Poster <i>Informing</i> Seri 2	44
Gambar 4.7 Poster <i>Reminding</i>	45
Gambar 4.8 Pengaplikasian Poster	46
Gambar 4.9 Spanduk	46
Gambar 4.10 Pengaplikasian Spanduk	47
Gambar 4.11 <i>Flyer</i>	47
Gambar 4.12 <i>Baligo</i>	48
Gambar 4.13 Pengaplikasian <i>Baligo</i>	49
Gambar 4.14 <i>Website</i>	49
Gambar 4.15 <i>Gimmick</i>	51
Gambar 4.16 Iklan Media Sosial <i>Facebook</i> dan <i>Twitter</i>	52
Gambar 4.17 <i>X-Banner</i>	53
Gambar 4.18 <i>Name Tag</i>	54
Gambar 4.19 Tiket	54
Gambar 4.20 Umbul-umbul	55
Gambar 4.21 Media Promosi <i>Youtube</i>	56
Gambar 4.22 <i>Storyboard</i> 1	57
Gambar 4.23 <i>Storyboard</i> 2	57
Gambar 4.24 IklanMajalah	59

