

ABSTRAK

KAMPANYE MEMPOPULERKAN KEMBALI SENI IKET SUNDA BAGI REMAJA di KOTA BANDUNG

Oleh
Valeria Kurniawati
NRP 1064007

Seni dan budaya di Indonesia sangat banyak dan beraneka ragam, dengan karakteristik yang berbeda disetiap daerahnya. Seni dan budaya di masing-masing daerah tersebut ada yang masih dikenal dan dilestarikan, ada juga yang sudah hilang terkikis perubahan jaman yang semakin modern. Salah satu jenis seni budaya yang terlupakan dan mulai dilestarikan kembali di daerahnya adalah seni iket. Semenjak dikeluarkannya program pemerintah untuk menggunakan iket, banyak orang yang menggunakannya tapi kebanyakan tidak tahu kalau ada arti dari rupa setiap iket.

Maka dari itu tujuan perancangan ini adalah menjadikan masyarakat luas khususnya kaum muda mengenal seni iket Sunda melalui video sehingga bisa dikenal lebih dalam dan menjadikan iket Sunda sebagai ciri khas berpakaian masyarakat khususnya kaum muda di Kota Bandung. Manfaat dari perancangan ini supaya para remaja bisa mempelajari cara menggunakan iket Sunda dan mau menggunakannya.

Media-media yang digunakan merupakan media yang ada sekitar lingkungan target, yaitu poster yang akan ditempel disekolah-sekolah, media sosial berupa Facebook dan Youtube, video, ambience media pada angkot. Media utama yang digunakan adalah video yang bisa di akses dengan mudah oleh para remaja melalui jejaring social Facebook yang terhubung ke Youtube.

Melalui perancangan kampanye seni iket ini, diharapkan para remaja bisa lebih mengenal iket yang merupakan salah satu kebudayaan di Indonesia yang patut untuk dilestarikan dan menjadikannya sebagai ciri khas dari masyarakat Bandung.

Kata kunci : Indonesia, iket, remaja, Sunda

ABSTRACT

THE IKET SUNDANESE ARTS REPOPULARIZATION CAMPAIGN for TEENS in BANDUNG

Submitted by

Valeria Kurniawati

NRP 1064007

Arts and culture in Indonesia are numerous and diverse, with different characteristics in each region. Some arts and culture in each of these areas are still known and preserved, but some others are already gone as they are eroded by the changes in the more modern era. One type of art and culture that is forgotten and started to be reconserved in it's real in iket art. Ever the since government launcher programs to use iket, many people use it, but most of them are not aware of the existence of iket.

Thus the purpose of this design is to make the public, especially young people know about iket Sundanese art through video so that it can be known more and make iket dress as being typical Sundanese, especially for young people in Bandung. The benefits of this design are that the teens can learn how to use iket Sunda and want to use it.

The media used is an existing media in accordance with the target environment. The posters will be posted in the junior high schools, social media such as Facebook and video on YouTube, ambient media on public transportation. The main media used is a video that can be accessed easily through social networks Facebook or Youtube.

Through the design of this iket art campaign, hopefully the teenagers will know more about iket, one of Indonesia's culture that deserves to be preserved and make it as a characteristic of the people in Bandung.

Keywords : Indonesia, iket, Sunda, teenagers

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
ABSTRAK BAHASA INDONESIA.....	iii
ABSTRAK BAHASA INGGRIS.....	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN.....	v
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup.....	2
1.3 Tujuan Perancangan.....	3
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	3
1.5 Skema Perancangan.....	3
BAB II LANDASAN TEORI.....	5
2.1 Definisi Kampanye.....	5
2.1.1 Jenis-Jenis Kampanye.....	6
2.1.2 Teknik Kampanye.....	8
2.1.3 Fungsi Kampanye.....	8
2.1.4 Media Kampanye.....	8
2.2 Seni dan Budaya.....	9
2.2.1 Pengertian Seni.....	10
BAB III DATA dan ANALISIS MASALAH.....	12
3.1 Data dan Fakta.....	12

3.1.1	Seni Iket Sunda.....	12
3.1.2	Lembaga yang Terkait.....	18
3.1.3	Penyebaran Kuesioner.....	20
3.1.4	Analisis terhadap Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta.....	26
3.1.5	Tinjauan terhadap Proyek Sejenis.....	27
3.1.6	STP (Segmenting, Targeting, Positioning).....	28
3.1.7	SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threats).....	29
BAB IV PEMECAHAN MASALAH.....		31
4.1	Konsep Komunikasi.....	31
4.2	Konsep Kreatif.....	32
4.3	Konsep Media.....	32
4.4	Hasil Karya.....	34
4.4.1	Logo Kampanye.....	34
4.4.2	Poster.....	35
4.4.3	Video <i>You Tube</i>	39
4.4.4	Brosur.....	41
4.4.5	Media Sosial.....	42
4.4.6	Ambience Media.....	43
4.4.7	Aksesoris.....	45
4.5	Timeline.....	46
4.6	Budgeting.....	47
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		48
5.1	Kesimpulan.....	48
5.2	Saran.....	48

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DATA PENULIS

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Skema Perancangan.....	4
Gambar 3.1	Barangbang Semplak.....	15
Gambar 3.2	Parekos Jengkol.....	15
Gambar 3.3	Julang Ngapak.....	15
Gambar 3.4	Candra Sumirat.....	16
Gambar 3.5	Naratas Wetan.....	16
Gambar 3.6	Logo Kota Bandung.....	18
Gambar 3.7	Diagram hasil pembagian kuesioner pada remaja berumur 13-20 tahun mengenai pengetahuan tentang Seni Iket Sunda.....	20
Gambar 3.8	Diagram hasil pembagian kuesioner pada remaja berumur 13-20 tahun mengenai tahu Seni Iket Sunda darimana.....	21
Gambar 3.9	Diagram hasil pembagian kuesioner pada remaja berumur 13-20 tahun mengenai rupa iket apa saja yang diketahui.....	22
Gambar 3.10	Diagram hasil pembagian kuesioner pada remaja berumur 13-20 tahun mengenai ketertarikan untuk menggunakan iket Sunda	23
Gambar 3.11	Diagram hasil pembagian kuesioner pada remaja berumur 13-20 tahun mengenai tahu tidaknya bahwa setiap Rabu diwajibkan menggunakan iket Sunda.....	24
Gambar 3.12	Diagram hasil pembagian kuesioner pada remaja berumur 13-20 tahun mengenai penting tidaknya iket Sunda untuk diketahui.....	24
Gambar 3.13	Diagram hasil pembagian kuesioner pada remaja berumur 13-20 tahun mengenai iket Sunda apa saja yang biasa digunakan.....	26
Gambar 3.14	<i>World Hijab Day</i> 2014.....	27
Gambar 3.15	<i>Screenshoot</i> Tutorial Hijab.....	28
Gambar 4.1	Logo.....	34
Gambar 4.2	Font.....	34
Gambar 4.3	Awareness 1.....	35

Gambar 4.4	Awareness 2.....	36
Gambar 4.5	Informing 1.....	37
Gambar 4.6	Informing 2.....	38
Gambar 4.7	Reminding.....	39
Gambar 4.8	Screenshoot Video Youtube.....	40
Gambar 4.9	Brosur.....	41
Gambar 4.10	Facebook.....	42
Gambar 4.11	Youtube.....	42
Gambar 4.12	Angkot sebagai Ambience Media bagian luar.....	43
Gambar 4.13	Angkot sebagai Ambience Media bagian dalam.....	43
Gambar 4.14	Ambience di Sekolah.....	44
Gambar 4.15	Aksesoris berupa Kaos dan Handban.....	45

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Timeline.....	46
Tabel 4.2 Budgeting.....	47