

ABSTRAK

Indonesia merupakan sebuah negara yang memiliki berbagai macam budaya. Dari Sabang hingga Merauke dapat ditemukan keanekaragaman ciri khas budaya masing-masing. Di Jawa Barat ada salah satu warisan budaya yang dimiliki suku Sunda selain tari jaipong dan angklung yaitu Aksara Sunda. Saat ini Aksara Sunda oleh pemerintah telah dilakukan upaya pelestarian dengan menggunakannya pada plang jalan yang ada di Kota Bandung. Pada perkembangannya Aksara Sunda kurang diketahui oleh masyarakat Kota Bandung itu sendiri khususnya para remaja di Kota Bandung. Kepopuleran Aksara Sunda dikalahkan dengan masuknya pengaruh budaya barat yang juga memiliki bentuk huruf yang menjadi ciri-khas yaitu Jepang dan Korea. Kemajuan teknologi merupakan keuntungan bagi setiap orang, begitu juga dengan Aksara Sunda. Disamping itu juga Aksara Sunda harus mampu bangkit dan berubah untuk dapat menanamkan rasa bangga pada diri remaja Kota Bandung. Tujuan akhirnya ialah perancangan kampanye yang tepat terhadap pengenalan dan penggunaan kembali Aksara Sunda di kalangan para remaja Kota Bandung.

Kata kunci: aksara sunda; kampanye; remaja.

ABSTRACT

Indonesia is a country that has so many cultures. From Sabang to Merauke, we can find cultures with their own characteristic. In West Java province, besides Jaipong dance and Angklung music instrument, Sundanese culture has also Aksara Sunda (Ancient Sundanese Letters). In order to conserve Aksara Sunda, the government apply Aksara Sunda in every road in Bandung, capital of West Java. The people of Bandung itself especially the youth have less known about the development of Aksara Sunda. The popularity of Aksara Sunda had been defeated by the Japanese and Korean letters that have unique forms. The development of technology that had been increasing and more sophisticated recently has been giving advantages to the conservation of Aksara Sunda due to a rapid information that people easily can get. Meanwhile, a proper and accurate campaign is needed in order to re-introduce Aksara Sunda to the youth people, so the youth will be proud having Aksara Sunda as their culture and they will preserve the heritage of Sundanese culture by using Aksara Sunda in their daily life.

Keywords: aksara sunda; campaign; teens.

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
PERNYATAAN ORISINALITAS LAPORAN PENELITIAN	ii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	xii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Ruang Lingkup	3
1.4 Tujuan Perancangan	3
1.5 Manfaat Perancangan	4
1.6 Teknik Pengumpulan Data	4
1.7 Skema Perancangan	6

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Aksara Sunda	7
-------------------------------	----------

2.1.1 Definisi Aksara Suna	7
2.1.2 Aksara di Indonesia	7
2.2 Kampanye	8
2.2.1 Pengertian Kampanye	8
2.2.2 Maksud dan Tujuan Kampanye	8
2.2.3 Jenis-jenis Kampanye	9
2.3 Desain Grafis	10
2.3.1 Definisi Desain Grafis	10
2.3.2 Desain Grafis dan Tipografi	10
2.3.3 Tujuan Desain Grafis	11
2.4 Media Komunikasi	12
2.4.1 Pengertian Media Komunikaasi	12
2.4.2 Fungsi Media Komunikasi	12
2.5 Pendidikan	13
2.5.1 Definisi Pendidikan	13
2.5.2 Metode Pendidikan Menurut Carl Rogers	13
2.5.3 Jenis Pendidikan	14
2.6 Remaja	15
2.6.1 Pengertian Remaja	15
2.7 SWOT	16

BAB III DATA DAN ANALISIS

3.1 Data dan Fakta	18
3.1.1 Aksara Nusantara dan Huruf Latin	18
3.1.2 Problematika Budaya dan Aksara Nusantara	19
3.1.3 Aksara Sunda	20
3.1.4 Tipologi Aksara Sunda	21
3.1.5 Penulisan Aksara Sunda	24
3.1.6 Landasan Perda dan Kebijakan Hukum Mengenai Aksara	26
3.1.7 Aksara Daerah sebagai Ciri, Jatidiri dan Kebanggaan Bangsa	27
3.2 Mandatori	28
3.2.1 Komunitas Aksara Kuno (Aksakun)	28
3.3 Sponsorship	32
3.1.3 Unkl347	32
3.3 Tinjauan Terhadap Penelitian atau Proyek Sejenis	33
3.4 Analisis Terhadap Permasalahan Sesuai dengan Data dan Fakta ..	34
3.5 Hasil Penelitian	35
3.5.1 Hasil Angket atau Kuesioner	36
3.5.2 Hasil Wawancara Terhadap Narasumber atau Informan	38
3.5.2.1 Hasil Wawancara Dinas Pendidikan Kota Bandung	38
3.5.2.2 Hasil Wawancara dengan Pelajar dan Mahasiswa	39
3.6 Segmentasi, Targetting dan Positioning	40
3.6.1 Segmentasi	40

3.6.2 <i>Targetting</i>	41
3.6.3 <i>Positioning</i>	41

BAB IV PEMECAHAN MASALAH

4.1 Konsep Komunikasi	44
4.2 Konsep Kreatif	45
4.2.1 Konsep Visual	45
4.3 Konsep Media	48
4.4 Hasil Karya	52
4.4.1 Logo	52
4.4.2 <i>Leaflet</i>	53
4.4.3 Poster	54
4.4.4 <i>Web Banner</i>	55
4.4.5 Poster <i>Awareness</i>	56
4.4.6 Poster <i>Informing</i>	57
4.4.7 Poster <i>Reminding</i>	58
4.4.8 <i>Website</i>	59
4.4.10 <i>Application</i>	61
4.4.11 <i>Social Media</i>	62
4.4.12 <i>Merchandise</i>	63
4.5 Pembiayaan Media Kampanye	63

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan	64
-----------------------------	-----------

5.2 Saran Penulis	64
--------------------------------	-----------

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DATA PENULIS

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	Prasasti Kawali 1	21
Gambar 3.2	Prasasti Kawali 2	22
Gambar 3.3	Prasasti Kawali 3	22
Gambar 3.4	Prasasti Batutulis	23
Gambar 3.5	Aksara Swara	24
Gambar 3.6	Aksara <i>Ngalagena</i>	25
Gambar 3.7	Aksara Angka	26
Gambar 3.8	Shinta Ridwan mengajar di kelas Aksakun	29
Gambar 3.9	Suasana belajar Aksara Sunda di Aksakun	29
Gambar 3.10	Suasana kegiatan pameran Aksara Sunda	30
Gambar 3.11	Suasana kegiatan kampanye Aksara Sunda oleh Aksakun	30
Gambar 3.12	Suasana kegiatan kampanye Aksara Sunda oleh Aksakun	31
Gambar 3.13	Suasana kegiatan pameran Aksara Sunda di Unpad	31
Gambar 3.14	Logo Unkl347	32
Gambar 3.15	Poster pengenalan tipografi Hangul (Korea)	33
Gambar 3.16	Poster pengenalan tipografi Hangul (Korea)	34
Gambar 4.1	Logo kampanye Aksara Sunda	44
Gambar 4.2	<i>Campaign Media Timeline</i>	49
Gambar 4.3	Logo kampanye	50
Gambar 4.4	<i>Leaflet</i> tampak depan, isi dan belakang	51
Gambar 4.5	Poster kampanye	52
Gambar 4.6	Poster kampanye	53
Gambar 4.7	Desain <i>web banner</i>	53
Gambar 4.8	Poster <i>awareness</i>	54

Gambar 4.9	Poster <i>informing</i>	55
Gambar 4.10	Poster <i>reminding</i>	56
Gambar 4.11	<i>Website</i> kampanye Aksara Sunda	58
Gambar 4.12	Desain aplikasi di <i>smartphone</i>	59
Gambar 4.13	<i>Social media</i> Facebook	60
Gambar 4.14	Desain <i>t-shirt</i> kampanye	61
Gambar 4.15	Desain pin kampanye	61
Gambar 4.16	Desain <i>bookmarks</i>	62