

ABSTRAK

PERANCANGAN KAMPANYE PENGENALAN DAN PELESTARIAN AKSARA LAMPUNG BAGI KALANGAN REMAJA DI PROPINSI LAMPUNG

Oleh

Elisabet Rasita Sinaga

NRP 1264024

Indonesia memiliki beragam budaya dan juga bahasa daerah yang patut untuk dilestarikan. Namun, dari berbagai budaya daerah tersebut diperkirakan hanya bahasa yang memiliki aksara yang kuatlah yang akan bertahan. Bahasa Lampung, sebagai salah satu bahasa daerah Nusantara memiliki aksara Lampung (kaganga) yang patut untuk dilestarikan. Namun sangat disayangkan, masyarakat Lampung khususnya anak muda Lampung kurang menyadari pentingnya aksara Lampung. Semakin berkembangnya jaman, aksara Lampung mulai dilupakan dan kurang diminati di kalangan anak muda. Padahal, sudah seharusnya bagi anak muda sebagai penerus bangsa untuk melestarikan aksara Lampung sebagai kebanggaan dan jati diri sebagai masyarakat Lampung.

Di era kemajuan teknologi ini anak muda dapat dengan mudah memperoleh informasi melalui media internet. Hampir setiap anak muda merupakan pengguna internet dan juga memiliki akun media sosial. Perancangan kampanye aksara Lampung yang modern, young, playful dan kreatif dengan media diantaranya internet/ digital, diikuti media cetak terjadwal (majalah & koran), dan media luar ruang dirasa menjadi media yang dekat dengan kehidupan anak muda untuk perancangan kampanye dengan tujuan memperkenalkan dan menumbuhkan rasa ingin melestarikan aksara Lampung sebagai kebanggaan dan jati diri sebagai masyarakat Lampung.

Kata Kunci : aksara, budaya, kaganga, kampanye, Lampung.

ABSTRACT

CAMPAIGN DESIGN OF INTRODUCING AND PRESERVING LAMPUNG ALPHABET FOR TEENAGERS IN LAMPUNG

Elisabet Rasita Sinaga/1264024

Indonesia has various cultures and local languages that are worth preserving. However, among the many local languages, only languages that have strong alphabets will survive. The language of Lampung has the alphabet called *kaganga* that should be preserved. Unfortunately, the people of Lampung, especially the young people, are not aware of the importance of Lampung alphabet. These days Lampung alphabet begins to be forgotten and paid attention to by young people. In fact, it is important for young people to preserve Lampung alphabet so that this can be the identity and pride of Lampung.

In the era of advanced technology young people can easily get information through Internet. Almost all young people are Internet users and have social media accounts. The design of the campaign is intended to be modern, young, playful and creative with media like Internet/digital, supported by scheduled printed media (magazines and newspapers), and outdoor media which is close to young people's life. The design aims to introduce and raise the awareness of preserving Lampung alphabet as the identity and pride of Lampung.

Keywords: alphabet, campaign, cululture, *kaganga*, Lampung,

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I: PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup	2
1.3 Tujuan Perancangan	2
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	3
1.5 Skema Penelitian	4
BAB II: LANDASAN TEORI	5
2.1 Aksara	5
2.1.1 Definisi Aksara	5
2.1.2 Aksara Nusantara dan Problematika Budaya	5
2.1.3 Aksara Lampung	6
2.1.4 Sejarah Aksara Lampung	6
2.1.5 Penggunaan Aksara Lampung	7
2.1.6 Penulisan Aksara Lampung	7
2.2 Kampanye	10
2.2.1 Pengertian Kampanye	10
2.2.1 Maksud dan Tujuan	11
2.2.3 Jenis Kampanye	11

2.3	Tipografi	12
2.3.1	Definisi Tipografi	12
2.3.2	Prinsip Tipografi	12
2.4	Media Komunikasi	13
2.4.1	Pengertian Media Komunikasi	13
2.4.2	Fungsi Media Komunikasi	13
2.4.3	Pemanfaatan Media Komunikasi untuk Kalangan Remaja	14
2.5	Pendidikan	14
2.5.1	Definisi Pendidikan	14
2.5.2	Metode Pendidikan	15
2.6	Remaja	16
2.6.1	Pengertian Remaja	16
2.6.2	Tahap Perkembangan Remaja	16
3.1	Data dan Fakta	18
3.1.1	Mandatori, Institusi Terkait, dan <i>Sponsorship</i>	18
3.1.2	Hasil Penelitian	22
3.1.3	Tinjauan Terhadap Proyek Sejenis	31
3.2	Analisis Terhadap Permasalahan Sesuai dengan Data dan Fakta	31
3.2.1	Segmentasi, <i>Targeting</i> , dan <i>Positioning</i>	32
3.2.2	SWOT	33
BAB IV: PEMECAHAN MASALAH		37
4.1	Konsep Komunikasi	37
4.2	Konsep Visual	38
4.3	Hasil Karya	41
4.4	Pembiayaan Media Kampanye	49
BAB V KESIMPULAN		51
5.1	Kesimpulan	51
5.2	Saran Penulis	52
DAFTAR PUSTAKA		53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Induk Huruf aksara Lampung	8
Gambar 2.2 Anak huruf aksara Lampung (atas)	9
Gambar 2.3 Anak huruf aksara Lampung (bawah)	9
Gambar 2.4 Anak huruf aksara Lampung (samping)	10
Gambar 2.5 Tanda baca aksara Lampung	10
Gambar 2.6 Angka aksara Lampung	10
Gambar 3.1 Logo Lampung Heritage	18
Gambar 3.2 Komunitas Lampung Heritage	19
Gambar 3.4 Logo Indoesat Ooreedoo	21
Gambar 3.5 Diagram jenis kelamin menurut hasil pembagian angket	22
Gambar 3.6 Diagram usia menurut hasil pembagian angket	22
Gambar 3.7 Diagram pendidikan terakhir menurut hasil pembagian angket...	23
Gambar 3.8 Diagram pekerjaan menurut hasil pembagian angket	23
Gambar 3.9 Diagram pengeluaran perbulan menurut hasil pembagian angket	23
Gambar 3.10 Diagram tempat tinggal menurut hasil pembagian angket.....	23
Gambar 3.11 Diagram pernah tinggal di Lampung menurut hasil pembagian angket	23
Gambar 3.12 Diagram lama tinggal di Lampung menurut hasil pembagian Angket	23
Gambar 3.13 Diagram hasil pembagian angket mengenai pengetahuan akan aksara Lampung	24
Gambar 3.14 Diagram hasil pembagian angket mengenai pengetahuan akan sejarah aksara Lampung	24
Gambar 3.15 Diagram hasil pembagian angket mengenai kemampuan mem- baca dan menulis aksara Lampung	24
Gambar 3.16 Diagram hasil pembagian angket mengenai tingkat kesulitan membaca dan menulis aksara Lampung	25
Gambar 3.17 Diagram hasil pembagian angket mengenai tingkat kemenarikan aksara Lampung	25

Gambar 3.18 Diagram hasil pembagian angket mengenai tingkat eksistensi Aksara Lampung	25
Gambar 3.19 Diagram hasil pembagian angket mengenai ketertaerikan akan Aksara Lampung	26
Gambar 3.20 Diagram hasil pembagian angket mengenai kepentingan melestarikan kebudayaan	26
Gambar 3.21 Diagram hasil pembagian angket mengenai sumber pengetahuan aksara Lampung	26
Gambar 3.22 Diagram hasil pembagian angket mengenai media komunikasi yang paling dekat	26
Gambar 3.23 Diagram hasil pembagian angket mengenai tingkat penggunaan media sosial	27
Gambar 3.24 Gapura Bandar Lampung	30
Gambar 3.25 Poster Tipografi Hangul	32
Gambar 4.1 Logo Kampanye	37
Gambar 4.2 Warna Kampanye	38
Gambar 4.3 Tipografi Kampanye	39
Gambar 4.4 Timeline Media Kampanye	41
Gambar 4.5 Logo Kampanye	41
Gambar 4.6 Poster Awareness	42
Gambar 4.7 Poster Informing	43
Gambar 4.8 Poster Reminder	44
Gambar 4.9 Merchandise	45
Gambar 4.10 Web Banner	46
Gambar 4.11 Booklet	47
Gambar 4.12 Preview Website	47
Gambar 4.13 Preview Social Media	48
Gambar 4.14 Preview Motion Video	49

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A	53
LAMPIRAN B	57

