

ABSTRAK

KAMPANYE INFORMASI TEMPAT AKULTURASI BUDAYA TIONGHOA DAN BUDAYA LOKAL DI KOTA CIREBON

Oleh
Muhammad Keefe Ramadhan
NRP 1464075

ABSTRAK

Indonesia adalah negara multietnis yang dikenal dengan aneka ragam kekayaannya budayanya. Hal ini, tentu membuat banyaknya kelompok masyarakat yang tersebar di seluruh Indonesia. Salah satu kelompok masyarakat tersebut adalah etnis Tionghoa yang merupakan etnis minoritas dengan identitas dan budaya yang khas. Di Indonesia, akulturasi yang terjadi antara masyarakat bumiputra atau masyarakat lokal dan keturunan Tionghoa sudah banyak terjadi dan hasilnya dapat kita lihat di dalam kehidupan kita sehari-hari, baik itu dalam hal kuliner, tradisi, budaya atau religi. Salah satu daerah yang memiliki ciri khas dalam pembauran atau akulturasinya adalah kawasan kota Cirebon. Di kota ini, akulturasi antara kaum bumiputra dan keturunan Tionghoa sudah terjalin dengan baik, bahkan jauh sebelum Negara Kesatuan Republik Indonesia berdiri. Maka dari itu, dalam kampanye ini, penulis berniat untuk mengangkat topik ini guna mengingatkan kembali masyarakat, terutama anak muda akan keanekaragaman yang ada di Indonesia. Pemecahan masalah diselesaikan dengan metode penelitian yang meliputi; kuesioner, wawancara, studi pustaka, dan observasi. Dengan pendekatan visual bergaya minimalis dan modern yang menarik bagi anak muda, namun dapat dimengerti oleh semua kalangan. Penggunaan media sosial sebagai media utama serta media outdoor dan media cetak sebagai media pendukung dilakukan agar kampanye ini bisa mencapai target seluas-luasnya.

Kata Kunci : *akulturasi; budaya; Tionghoa; Cirebon; kampanye*

ABSTRACT

INFORMATION CAMPAIGN OF CHINESE AND LOCAL ACCULTURATION PLACE IN CIREBON

By
Muhammad Keefe Ramadhan
NRP 1464075

ABSTRACT

Indonesia is a multiethnic country known for its diverse cultural wealth. This, makes a large number of community groups spread throughout Indonesia. One of these community groups is ethnic Chinese who are minorities with a distinctive identity and culture. In Indonesia, the acculturation that occurs between the bumiputra community or the local community and Chinese descendants has happened a lot and the results can be seen in our daily lives, whether in terms of culinary, tradition, culture or religion. One area in Indonesia that has a characteristic in its integration or acculturation is the city of Cirebon. In this city, acculturation between the bumiputra and Chinese descendants has been well established, even long before the Unitary State of the Republic of Indonesia was established. Therefore, in this campaign, the author intends to raise this topic to remind people, especially young people about diversity in Indonesia. Problem solving is solved by research methods which include; questionnaire, interview, literature study, and observation. With a minimalist and modern visual approach that appeals to young people, it can be understood by all people. The use of social media as the main media and outdoor media and print media as supporting media is carried out so that this campaign can reach the broadest target.

Keywords: acculturation; culture; Chinese; Cirebon; campaign

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR ORISINALITAS LAPORAN.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR DIAGRAM.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
 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.....	2
1.5 Skema Perancangan	4
 BAB II : LANDASAN TEORI.....	 5
2.1 Teori Kampanye.....	5
2.1.1 Jenis-jenis Kampanye	5
2.1.1.1 Kampanye yang Berorientasi pada hal-hal yang Bersifat Ideologi atau Perubahan Sifat	5
2.1.2 Jenis-jenis Kampanye Berdasarkan Isi atau Muatannya	6
2.1.2.1 Kampanye Positif	6
2.1.2.1 Kampanye Negatif.....	6

2.2 Teori Etnisitas dan Multikulturalisme	6
2.3 Teori Media Sosial	9
2.3.1 Tujuan Media Sosial	10
2.4 Teori Fotografi	11
2.4.1 Implikasi Sosial dan Budaya	12
 BAB III URAIAN DATA DAN ANALISIS	 13
3.1 Data dan Fakta.....	13
3.1.1 Dinas Pariwisata dan Budaya Jawa Barat	13
3.1.2 Objek-objek dan Bukti Akulturasi di Kota Cirebon	15
3.1.2.1 Kompleks Pemakaman Sunan Gunung Jati	15
3.1.2.2 Vihara Dewi Welas Asih	18
3.1.2.3 Keraton Kasepuhan Cirebon	19
3.1.2.4 Masjid Merah Panjunan	21
3.1.2.5 Hasil Kuesioner.....	22
3.2 Tinjauan Karya Sejenis	31
3.3 SWOT	33
3.4 Analisis STP.....	34
 BAB IV : PEMECAHAN MASALAH	 35
4.1 Konsep Komunikasi	35
4.2 Konsep Kreatif	35
4.2.1 Konsep Desain	35
4.2.2 Konsep Fotografi	35
4.2.3 Konsep Warna	36
4.2.4 Tipografi	36
4.2.5 Media	36
4.3 Karya.....	39
4.3.1 Logo Kampanye.....	39
4.3.2 Key Visual	40

4.3.3 Budgeting	39
 BAB V : PENUTUP	47
5.1 Kesimpulan	47
5.2 Saran.....	47
 DAFTAR PUSTAKA	48
LAMPIRAN.....	50



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Logo Disparbud Jabar	13
Gambar 3.2 Komplek Pemakaman Sunan Gunung Jati	15
Gambar 3.3 Tempat Berdoa Umat Muslim dan Masyarakat Tionghoa	16
Gambar 3.4 Vihara Dewi Welas Asih.....	33
Gambar 3.5 Keraton Kasepuhan	19
Gambar 3.6 Gerbang Keraton Kasepuhan	20
Gambar 3.7 Mimbar Masjid Panjunan.....	21
Gambar 3.8 Keramik Masjid Panjunan.....	21
Gambar 3.9 Cuplikan Layar Video Tinjauan 1.....	31
Gambar 3.10 Cuplikan Layar Video Tinjauan 2.....	32
Gambar 3.11 Cuplikan Layar Video Tinjauan 3.....	32
Gambar 4.1 Skema Warna	36
Gambar 4.2 Logo Kampanye	39
Gambar 4.3 Visual <i>Attention</i> dan <i>Interest</i> 1.....	40
Gambar 4.4 Visual <i>Attention</i> dan <i>Interest</i> 2.....	40
Gambar 4.5 Penerapan Visual <i>Attention</i> dan <i>Interest</i> pada Media <i>Outdoor</i>	41
Gambar 4.6 Penerapan Visual <i>Attention</i> dan <i>Interest</i> pada Media Instagram	41
Gambar 4.7 Tahapan <i>Search</i> di Media Sosial.....	42
Gambar 4.9 Tampilan <i>Website</i> untuk Tahapan <i>Search</i>	43
Gambar 4.10 Visual Tahapan <i>Action</i> 1	44
Gambar 4.11 Visual Tahapan <i>Action</i> 2	44
Gambar 4.12 Cuplikan Layar Audio Visual	45
Gambar 4.13 <i>Gimmick</i>	45

DAFTAR DIAGRAM

Gambar 3.1 Diagram Usia Responden.....	22
Gambar 3.2 Diagram Gender Responden	23
Gambar 3.3 Diagram Pekerjaan Responden	23
Gambar 3.4 Diagram Domisili Responden	24
Gambar 3.5 Diagram Media Sosial Responden	25
Gambar 3.6 Diagram Kondisi Keluarga Responden.....	24
Gambar 3.7 Diagram Pandangan Responden Akan Kebhinekkaan.....	26
Gambar 3.8 Diagram Pengalaman Responden.....	27
Gambar 3.9 Diagram Hubungan Antargolongan di Indonesia.....	28
Gambar 3.10 Diagram Faktor Hubungan Antargolongan di Indonesia	28
Gambar 3.11 Diagram Penilaian Responden Terhadap Akulturasi Budaya	29
Gambar 3.12 Diagram Pendapat Responden Akan Urgensi Akulturasi Budaya	30

DAFTAR TABEL

Gambar 1.1 Tabel Skema Perancangan	4
Gambar 4.1 Tabel <i>Timeline</i> Kampanye	38
Gambar 4.2 Tabel <i>Budgeting</i>	46

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A Sketsa Logo	50
------------------------------	----