

ABSTRAK
TRANSFORMASI PAKAIAN ADAT SUNDA PANGSI DAN KEBAYA

Oleh

Dikdik Putra Nugraha

NRP 1664901

Indonesia adalah bangsa majemuk yang memiliki keanekaragaman suku dan budaya. Kekayaan tersebut menjadikan negara ini memiliki semboyan Bhinneka Tunggal Ika yang berarti berbeda-beda tetapi tetap satu jua. Salah satunya ialah Suku Sunda yang merupakan kelompok etnis yang berasal dari bagian barat pulau Jawa. Sunda memiliki macam-macam pakaian adat salah satunya adalah pangsi dan kebaya yang sudah menjadi warisan budaya Bangsa Indonesia.

Tujuan perancangan ini adalah untuk Meningkatkan antusias anak muda terhadap pakaian adat sunda pangsi dan kebaya agar eksistensinya tetap terjaga sehingga generasi yang akan datang tetap mengetahui pakaian adat sunda pangsi dan kebaya serta merancang videografi dengan gaya visual yang menarik sehingga dapat diterima oleh generasi muda. Metode yang digunakan adalah wawancara, kuesioner, dan studi Pustaka secara *online* dan *offline*. Media utama perancangan ini yaitu videografi, media penunjang untuk promosi yaitu media sosial youtube dan Instagram.

Berdasarkan hasil survey kuesioner yang di bagikan kepada 100 orang responden dengan rentang usia 18-25 tahun untuk mendukung penelitian ini, didapatkan data bahwa masih ada masyarakat yang tidak mengetahui pangsi dan kebaya. Rata-rata generasi muda di Indonesia khususnya yang berdomisili di pulau Jawa Barat lebih banyak menggunakan produk atau *brand* dari luar negeri. Ada beberapa hal yang membuat pakaian adat sunda pangsi dan kebaya ini mulai ditinggalkan oleh generasi muda salah satunya karena di nilai kuno dan sulit bagaimana cara memakainya.

Kata Kunci : Pakaian adat, transformasi

ABSTRACT
TRANSFORMATION TRADITIONAL CLOTHES OF SUNDA PANGSI AND
KEBAYA

Submitted by

Dikdik Putra Nugraha

NRP 1664901

*Indonesia is a pluralistic nation that has diverse ethnics and cultural diversity. This national wealth inspired the National motto *Bhinneka Tunggal Ika*, meaning unity in diversity. One of this wealth is the Sundanese, an ethnic group originating from the western part of Java. The Sundanese people have a variety of traditional clothes, such as pangsi and kebaya which have become the cultural heritage of the Indonesian nation.*

The aim of this campaign is to increase the awareness and enthusiasm of young adults for Sundanese pangsi and kebaya, so that their existence will be maintained for the future generations. The method used for this research are by doing interviews, questionnaires, and literature studies both online and offline. The main media for this campaign is videography, with supporting media for promotions on social media such as youtube and Instagram.

Based on the results of survey distributed to 100 respondents with age range between 18-25 years old, there were still people who did not know about pangsi and kebaya. The average young generation in Indonesia, especially in West Java, prefer to wear foreign brands. There are several reasons why the traditional Sundanese pangsi and kebaya began to be abandoned by the younger generation, some of them because they are considered old-fashioned and difficult to use.

keyword : Traditional clothes, Transformation

DAFTAR ISI

BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup	3
1.3 Tujuan Perancangan.....	3
1.4 Teknik pengumpulan data.....	4
1.5 Skema Perancangan	5
BAB II LANDASAN TEORI.....	6
2.1 Videografi Jurnalistik.....	6
2.2 Teori Transformasi	8
2.3 Pakaian Adat.....	10
2.4 Motion Grafik.....	11
2.5 <i>Storyboard</i>	12
2.6 <i>Streetwear</i>	15
2.7 Tipografi.....	15
2.8 Warna.....	16
2.9 Media	16
2.10 Kolase.....	17
BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH	19
3.1. Data dan Fakta.....	19
3.1.1. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung.....	19
3.1.2 Data bagian pakaian adat sunda pangsi dan kebaya	21
3.2.2. Kuesioner	22
3.2 Wawancara Budayawan.....	30

3.3. Tinjauan Karya Serupa.....	33
3.4.1 Analisis STP (Segmenting, Targetting and Positioning)	34
3.4.2 Analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunities, Threats).....	35
BAB IV PEMECAHAN MASALAH	36
4.1 Konsep Komunikasi.....	36
4.2 Konsep Kreatif.....	37
4.2.1 Gaya Gambar.....	37
4.2.2 Warna.....	38
4.2.3 Tipografi.....	38
4.3 Konsep Media.....	39
4.3.1 Timeline	42
4.4 Hasil Karya.....	43
4.4.1 Hasil transformasi pakaian adat sunda pangsi dan kebaya.....	43
4.4.2 <i>Moving storyboard</i> proses transformasi pakaian adat sunda pangsi dan kebaya.....	49
4.4.3 <i>Moving storyboard</i> video jurnalistik.....	45
4.4.4 <i>Moving Storyboard</i> video hasil transformasi pakaian adat sunda pangsi dan kebaya	46
4.5 Budgetting	51
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	52
5.1 Kesimpulan.....	52
5.2 Saran	53

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.5 Skema Perancangan	5
Tabel 4.3.1 Timeline.....	42
Tabel 4.5 Budgeting	51



DAFTAR DIAGRAM

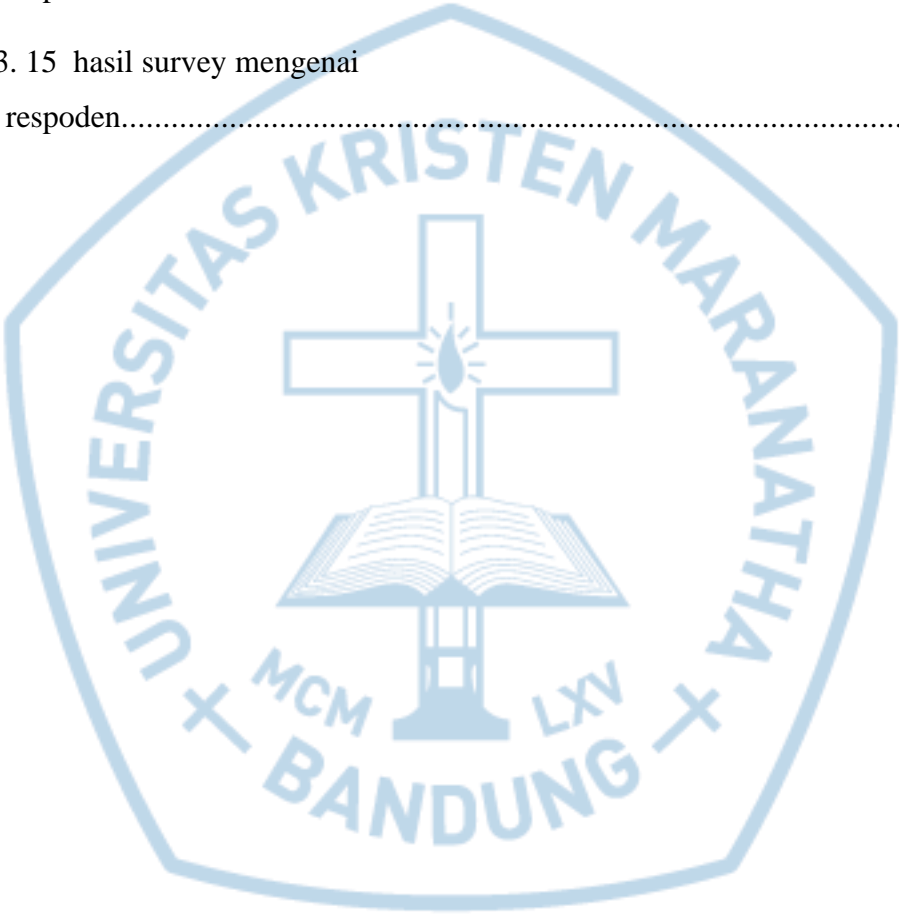
Gambar 3. 2 hasil survey mengenai jenis kelamin responden.....	21
Gambar 3. 3 hasil survey mengenai usia dari responden	22
Gambar 3. 4 hasil survey mengenai pekerjaan dari responden.....	22
Gambar 3. 5 hasil survey mengenai tempat tinggal dari responden	23
Gambar 3. 6 hasil survey mengenai pakaian adat sunda pangsi dan kebaya.....	23
Gambar 3. 7 hasil survey mengenai pendapat pakaian adat sunda pangsi dan kebaya.....	24
Gambar 3. 8 hasil survey mengenai apakah responden mempunyai pakaian adat sunda pangsi dan kebaya.....	24
Gambar 3. 9 hasil survey mengenai kemana responden memakai pakaian adat sunda pangsi dan kebaya.....	25
Gambar 3. 10 hasil survey mengenai responden mengetahui atau tidak program rebo nyunda	25
Gambar 3. 11 hasil survey mengenai pendapat responden tentang sosialisasi pemerintah terhadap pangsi dan kebaya	26
Gambar 3. 12 hasil survey mengenai media yang sering responden lihat	26

Gambar 3. 13 hasil survey mengenai bentuk visual apa yang responden sukai 27

Gambar 3. 14 hasil survey mengenai pendapat jika pangsi dan kebaya di kampanyekan dengan visual yang anak muda minati 27

Gambar 3. 15 hasil survey mengenai pendapat responden..... 28

Gambar 3. 15 hasil survey mengenai pendapat responden..... 28



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Scheme color</i>	15
Gambar 3. 1 Logo Disparbud	18
Gambar 3. 2 Pakaian adat sunda pangsi dan kebaya	20
Gambar 3. 17 Foto bersama kang Wawan (kordinator dapur seni teras Cibiru Bandung).....	29
Gambar 3. 17 Karya dari Christopher Simmonds	32
Gambar 3. 18 Karya dari Christopher Simmonds	32
Gambar 4.1 Moodboard transformasi pangsi dan kebaya (sumber : Hasil Karya Penulis).....	36
Gambar 4.2 <i>Mock up</i> penayangan transformasi pangsi dan kebaya di youtube (sumber : Hasil Karya Penulis).....	39
Gambar 4.3 <i>Mock up</i> iklan transformasi pangsi dan kebaya di instagram stories (sumber : Hasil Karya Penulis).....	39
Gambar 4.4 <i>Mock up</i> iklan transformasi pangsi dan kebaya di instagram feeds sumber : Hasil Karya Penulis)	40
Gambar 4.5 Mock up feeds instagram transformasi pangsi dan kebaya (sumber : Hasil Karya Penulis)	41
Gambar 4.6 Mock up iklan reminding pangsi dan kebaya di instagram feeds (sumber : Hasil Karya Penulis).....	41
Gambar 4.8 Transformasi kebaya ke bentuk yang lebih modern (sumber : Hasil Karya Penulis).....	42

Gambar 4.9 Transformasi kebaya hijab ke bentuk yang lebih modern (sumber : Hasil Karya Penulis).....	43
Gambar 4.10 Transformasi pangsi ke dalam bentuk yang lebih modern (sumber : Hasil Karya Penulis).....	43
Gambar 4.11 Transformasi pangsi ke dalam bentuk yang lebih modern (sumber : Hasil Karya Penulis).....	44
Gambar 4.12 <i>Moving Storyboard</i> proses transformasi pangsi dan kebaya (sumber : hasil karya penulis).....	45
Gambar 4.13 <i>Moving Storyboard</i> proses transformasi pangsi dan kebaya (sumber : hasil karya penulis).....	46
Gambar 4.14 <i>Moving Storyboard</i> proses transformasi pangsi dan kebaya (sumber : hasil karya penulis).....	46
Gambar 4.15 <i>Moving Storyboard</i> proses transformasi pangsi dan kebaya (sumber : hasil karya penulis).....	47
Gambar 4.16 Wawancara dengan budayawan (sumber : hasil karya penulis).....	47
Gambar 4.17 Wawancara dengan pelaku streetwear di Bandung (sumber : hasil karya penulis).....	48
Gambar 4.18 <i>Moving storyboard</i> hasil tranformasi pangsi dan kebaya (sumber : hasil karya penulis).....	49
Gambar 4.19 <i>Moving storyboard</i> hasil tranformasi pangsi dan kebaya (sumber : hasil karya penulis).....	49
Gambar 4.20 <i>Moving storyboard</i> hasil tranformasi pangsi dan kebaya (sumber : hasil karya penulis).....	50

Gambar 4.21 *Moving storyboard* hasil transformasi pangsi dan kebaya
(sumber : hasil karya penulis) 50

Gambar 4.22 *Moving storyboard* hasil transformasi pangsi dan kebaya
(sumber : hasil karya penulis)..... 51



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A : Kuesioner

Lampiran B : Wawancara

Lampiran C : Proses dan Sketsa Tugas Akhir

