

# PORTOFOLIO DESAIN MEDIA

## TINDAK TUTUR BARUDAK

Narasumber :

1. Amelia Citra Dewi - 229010002
2. Fickry Abdi Rabbani - 229010008
3. Malika Kirani Alwi- 229010017



# HISTORI TINDAK TUTUR BARUDAK

Kata tindak tutur berarti Tindakan berbicara atau menyampaikan pesan dan barudak mengartikan anak-anak. Jadi arti Tindak Tutur Barudak yaitu “Anak-anak yang menyampaikan suatu pesan” brand ini menyampaikan bagaimana cerita, ekspresi, melalui produk pakaian.

Kata “barudak” yang berarti anak muda dalam Bahasa sunda menegaskan akar budaya local dan target utama brand, yaitu generasi muda Indonesia yang kreatif dan dinamis. kita juga memasukan budaya Bahasa local untuk menegaskan ke terkaitan judul dengan budaya adat nasional jawa barat.

**1. Kesesuaian dengan Gaya Hidup Anak Muda:**  
Nama ini terasa akrab, santai, dan relevan di kalangan anak muda. Dengan penggunaan istilah lokal seperti "Barudak," brand mampu membangun koneksi emosional dengan audiens yang bangga akan budaya serta bahasa daerah mereka.

**2. Kombinasi Budaya dan Modernitas:**  
"Tindak Tutur" mencerminkan nilai-nilai komunikasi dan ekspresi yang sarat makna dari budaya lokal. Sementara itu, "Barudak" menambahkan unsur modern yang sesuai dengan gaya hidup dan preferensi generasi muda, menciptakan kesan brand yang segar, kreatif, dan dinamis.

## DATA FAKTA TINDAK TUTUR

**3. Menawarkan Keunikan:**  
Nama ini memiliki karakter yang berbeda dibandingkan dengan kebanyakan brand fashion lainnya. Dengan menonjolkan identitas lokal yang unik dan semangat anak muda, "Tindak Tutur Barudak" dapat menjadi pilihan yang menonjol di tengah persaingan pasar.

**4. Cocok dengan Konsep Produk:**  
Brand ini tidak hanya menawarkan pakaian, tetapi juga menghadirkan media untuk menyampaikan cerita, pesan, atau bentuk ekspresi yang dekat dengan tren dan gaya hidup anak muda masa kini.

**5. Menginspirasi Generasi Muda:**  
Nama ini mencerminkan semangat anak muda yang ingin berbicara, mengekspresikan diri, dan memberikan inspirasi kepada lingkungan sekitarnya. Pakaian menjadi medium untuk menyampaikan ide-ide tersebut secara kreatif.

## Artikel

# “Tindak Tutur Barudak”

Dua artikel ini menjelaskan bagaimana kami mengambil tema tindak tutur barudak,nah barudak di sini di jelaskan sebagai perkataan gaul yang familiar secara umum dan viral.

<https://www.kompasiana.com/nabilahanun2573/648987454ad-dee074f398c32/mengenal-istilah-barudak>.

<https://banten.tribunnews.com/2023/06/03/arti-kata-barudak-yang-populer-di-kalangan-anak-gaul-berasal-dari-bahasa-sunda>

# SWOT Analisis

SWOT	Identifikasi bahasa
Strength	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Perpaduan antara bahasa Sunda gaul dengan motif tradisional Batik Mega Mendung menciptakan desain unik yang memadukan modernitas dan budaya klasik.</li><li>2. Desain ini berpotensi menarik wisatawan lokal dan internasional yang mencari produk budaya khas Indonesia.</li><li>3. Desain berbasis kata-kata Sunda gaul seperti "Kumaha Barudak? Well" dan "Alah Sia Boy" sangat relatable, mudah diterima oleh target pasar muda.</li></ol>
Weakness	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Bahasa gaul cepat berubah, sehingga desain bisa kehilangan relevansi jika tren bergeser.</li><li>2. Dapat sulit menembus pasar diluar komunitas sunda karena penggunaan bahasa yang spesifik</li><li>3. Desain kombinasi ini bisa dengan mudah ditiru oleh kompetitor tanpa lisensi.</li></ol>
Opportunities	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Memanfaatkan festival atau pameran budaya untuk memperkenalkan produk yang menggabungkan Mega Mendung dan bahasa Sunda gaul.</li><li>2. Menawarkan produk berdesain Mega Mendung dengan elemen bahasa Sunda gaul untuk pasar internasional</li><li>3. Memperluas lini produk seperti outerwear, jaket, atau kemeja kasual dengan aksen Mega Mendung pada saku, kerah, atau lengan.</li></ol>
Threats	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Banyak brand lokal maupun nasional yang sudah menggunakan motif batik, sehingga persaingan dalam elemen ini cukup tinggi.</li><li>2. Kombinasi bahasa Sunda gaul dan Mega Mendung dapat dengan mudah ditiru oleh kompetitor yang tidak menghormati hak kekayaan intelektual, sehingga melemahkan keunikan brand.</li><li>3. Pasar di luar komunitas Sunda atau Jawa Barat bisa lebih sulit ditembus karena kurangnya hubungan emosional dengan elemen budaya Sunda dan batik</li></ol>

# SWOT Analisis

## TINDAK TUTUR BARUDAK

### Ekspresi Sunda Gaul:

Menggunakan frasa Sunda modern dan desain visual unik untuk menggambarkan kreativitas budaya lokal.

Dari Dalam

### Ekspansi ke Pasar Nasional dan Diaspora Sunda:

Mengembangkan strategi pemasaran yang menarik bagi komunitas Sunda di luar Jawa Barat dan luar negeri.

Dari Luar

# Mind Mapping

Bahasa sunda

anak muda

Emas

Gen Z

Gaul

Modern

Trend

Komunitas sunda

Batik

Braga

Sunda

Jawa barat

Mega mendung

Aksara sunda

Bandung

Unik

Ungkapan lokal

Slang

Sehari hari

# MoodBoard



សង្កាត់  
សង្កាត់

Sangkuriang



# Target Audience Profile:

## Demografis

Usia: Utama 15–30 tahun, Pendukung 31–40 tahun

Jenis Kelamin: Laki-laki/Perempuan

Status Ekonomi: Kelas menengah (B dan C), daya beli menengah, mencari produk terjangkau dan berkualitas

## Geografis

Utama: Urban dan semi-urban (Jakarta, Bandung, Yogyakarta, Surabaya, Bali)

Pendukung: Kawasan dengan kesadaran budaya lokal (Jawa Barat)

## Psikografis

Kepribadian: Open-minded, kreatif, ekspresif

Minat: Fashion streetwear, seni, budaya lokal

Perilaku: Mendukung UMKM, mengutamakan kualitas dan desain unik

Preferensi Belanja: Marketplace online (Shopee, Tokopedia, Instagram), toko offline (concept store, pop-up market)

Kisaran Harga: Rp50.000 Rp100.000 per kaos

# Benefit & Value:

## Manfaat Produk

Fungsional: Bahan berkualitas, desain limited edition, Keunikan,ciri khas..

Emosional: Koneksi budaya, peningkatan kepercayaan diri, kebanggaan kolektif

Sosial: Memperkenalkan budaya,Melestarikan Budaya.

## Nilai yang Ditawarkan

Personal: Ekspresi diri otentik, kenyamanan maksimal.

Sosial: Brand yang casua,menarik minat,Budaya,Modern.

Budaya: Pelestarian budaya lokal, adaptasi modern tradisi.

# Positioning

Pernyataan: "TUTUR KATA BARUDAK, kaos lokal yang menggabungkan kenyamanan, desain eksklusif, dan kearifan budaya untuk anak muda yang ingin mengekspresikan diri dengan gaya kasual penuh makna."

Pilar:

Ekspresi diri yang relevan  
Modernisasi budaya lokal  
Kualitas dan keberlanjutan

Diferensiasi:

Unik dan bermakna  
Produksi terbatas  
Slogan: "Gaya Lokal,Gaya Modern"

Kesimpulan : mengenalkan bahasa sunda namun mencakup hal yang umum dan dapat dipahami.kami mengambil kata atau kalimat "viral" yang memancing audiens umum yang sering bersosial media..

# Strategi Implementasi:

Kampanye "Kaos Berbicara" – Ajak pelanggan berbagi cerita dengan hashtag #TuturKataKita

Kolaborasi dengan Komunitas Lokal – Ciptakan desain edisi khusus

Pemberian Nilai Tambah – Kartu kecil menjelaskan aspek referensi baju sebagai pengenalan tempat wisata

Storytelling Digital – Konten kreatif di Instagram/TikTok tentang proses kreatif dan budaya

Kesimpulan : kami ingin membuat brand ini yang memiliki ciri khas jawa barat namun di terima khalayak umum,seperti pesaing kita di bali dimana kadang kita membeli pakain khas bali dengan tulisan dan ciri kebudayaan bali.karena audiens memiiki pandangan jika ke bali tidak pas tanpa membeli baju dengan ciri khas bali.brand ini juga menerapkan hal tersebut datang ke braga tidak pas tanpa membeli tindak tutur barudak.



## Studi Warna

Kami memilih warna khas brand ini emas dan hitam ini dari salah satu tempat wisata di braga bandung hal ini untuk menguatkan aspek pariwisata.

warna emas kami pilih untuk memberi kesan keberuntungan,kemewahan,dan keindahan sejalan dengan kebudayaan di indonesia yang beragam.

Biru dngker kepercayaan, martabat, kecerdasan, dan otoritas. .walaupun warna ini hanya di pakai sebagai second warna seperti di postcard dan produk packaging.

# Aksara Sunda

Vowels (Aksara Swara) and Diacritics (Rarangkén)							
ା	ା	ି	୦	ୁ	େ	ୟ	
[a]	[ə]	[i]	[ɔ]	[u]	[e]	[y]	
ତ	ତ	ତ	ତ	ତ	ତ	ତ	
କା	କେ	କି	କୋ	କୁ	କେ	କୌ	
ତ	ତ	ତ	ତ	ତ	ତ	ତ	
କାର	କଙ୍ଗ	କର	କିଲା	କ୍ୟା	କାହା	କ	
Consonants (Aksara Ngalagena)							
ତ	ତ	ତ	ତ	ତ	ତ	ତ	
କା	ଗା	ନଗା	କା	ଜା	ନ୍ୟା	ତା	ଦା
[ka]	[ga]	[n̩ga]	[t̩a]	[d̩a]	[n̩ya]	[t̩a]	[da]
ତ	ତ	ତ	ତ	ତ	ତ	ତ	
ପା	ବା	ମା	ଯା	ରା	ଲା	ଵା	ଶା
[pa]	[ba]	[ma]	[ja]	[ra]	[la]	[wa]	[sa]
Consonants for foreign words							
ତ	ତ	ତ	ତ	ତ	ତ	ତ	
ଫା	କା	ବା	ଖା	ଜା	କା	ଶା	
[fa]	[qa]	[va]	[xa]	[za]	[k̩a]	[ʃ̩a]	
Numerals							
୦	୧	୨	୩	୪	୫	୬	୭
୦	୧	୨	୩	୪	୫	୬	୭

# Studi Topografi

dari studi topografi kami mengambil konsep aksara sunda dan sangkuriang dan kami redesign sebagai logo dari type font sangkuriang dan aksara sunda sebagai strip produk dengan sedikit sentuhan modrn

## Font sangkuriang

ତ	ତ	ତ	ତ	ତ
ତ	ତ	ତ	ତ	ତ
ତ	ତ	ତ	ତ	ତ
ତ	ତ	ତ	ତ	ତ
ତ	ତ	ତ	ତ	ତ

Website Defont Font  
Komersial

sundadigi.com

ତିନକୁରିଅଂ

ତିନକୁରିଅଂ

ତିନକୁରିଅଂ

ତିନକୁରିଅଂ

ତିନକୁରିଅଂ

T T B

Logo  
Strip T-shird

ତିନକୁରିଅଂ

T T B

Logo Merek  
Ambigram

ତିନକୁରିଅଂ

Ambigram

**Logo Merek**



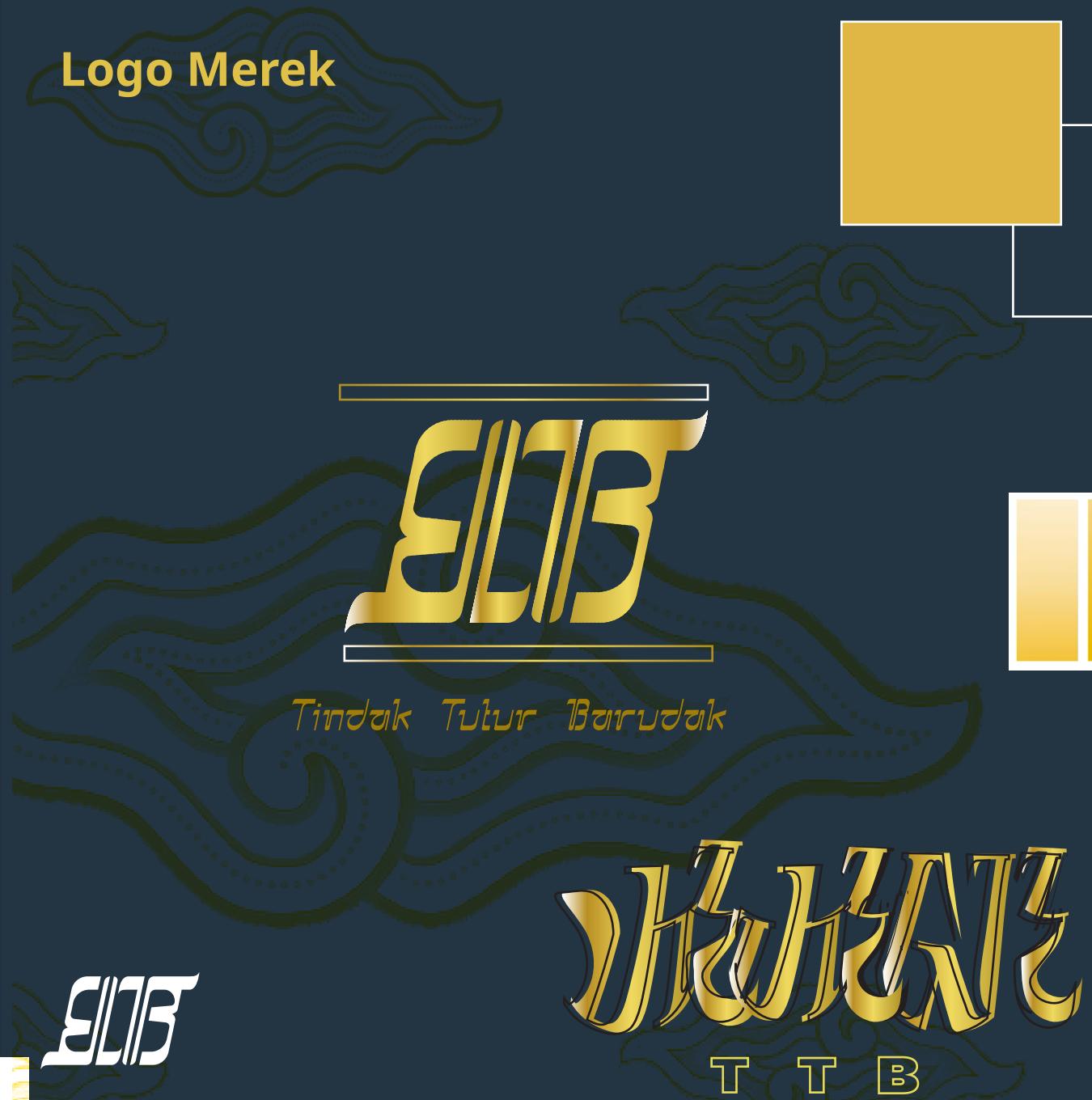
*Tindak Tulur Buruduk*

**Logo Strip Merek**

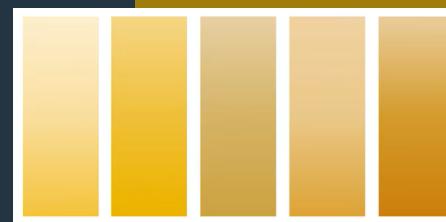


*Finish Logo*

# Logo Merek



## T shird



## Font Tshird

KUMARHA  
刀刃迦  
BHARUDAK  
臘羅迦  
WELL-BRUN  
威爾-龍

Alah  
Sia  
Bol  
B3. 沙乐

# Kemewahan Produk



Warana emas ,memberi kesan kemewahan,keindahan, keyakinan, kebanggaan, dan nilai abadi sejalan dengan kami yang memasukan unsur aksara sunda,font sangkuriang,dan batik sebagai identitas kebanggaan,kemewahan,keindahan,dan niai abadi budaya indonesia yang beragam.

biru dongker ini ,profesionalitas,kepercayaan, martabat, kecerdasan, dan otoritas. Dalam psikologi, warna biru tua sering dikaitkan dengan perasaan ketenangan, kedamaian, dan ketenangan batin.

# Design Fotocard



Tindak Tulur Barudak



braga bandung



Taman di braga bandung



Tempat romantis para gen z



Apa yang istimewa dari Bandung?

Semua Gambar Maps Video Berita

## Taman di Braga Bandung

Bukan hanya sekadar taman, Braga Bandung terkenal dengan tempatnya yang romantis. Jika Anda sedang berjalan-jalan dengan pasangan, jangan lupa untuk mengunjungi taman di Braga Bandung. Dilengkapi dengan hiasan taman seperti lampu dan tempat duduk, menambah suasana taman menjadi lebih seru.



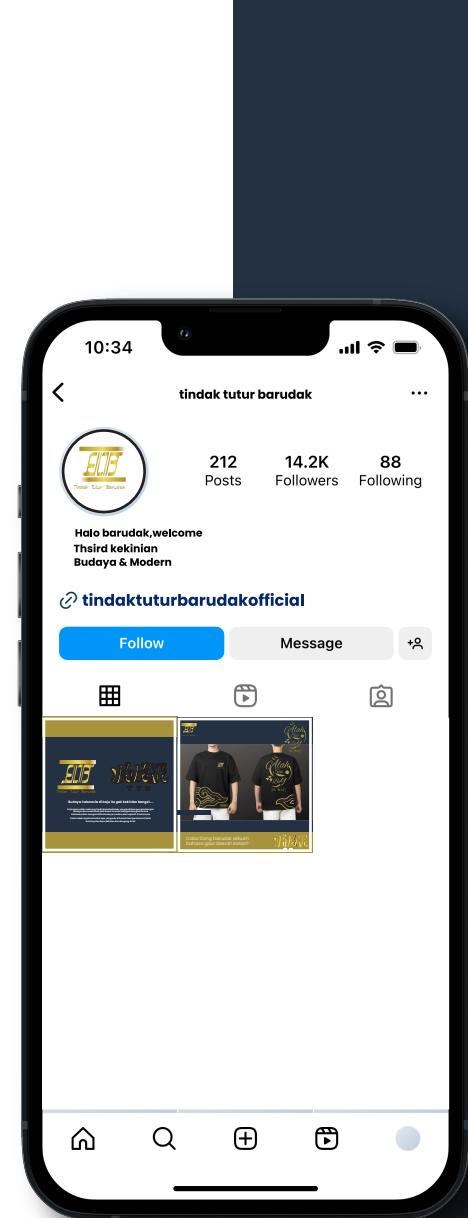
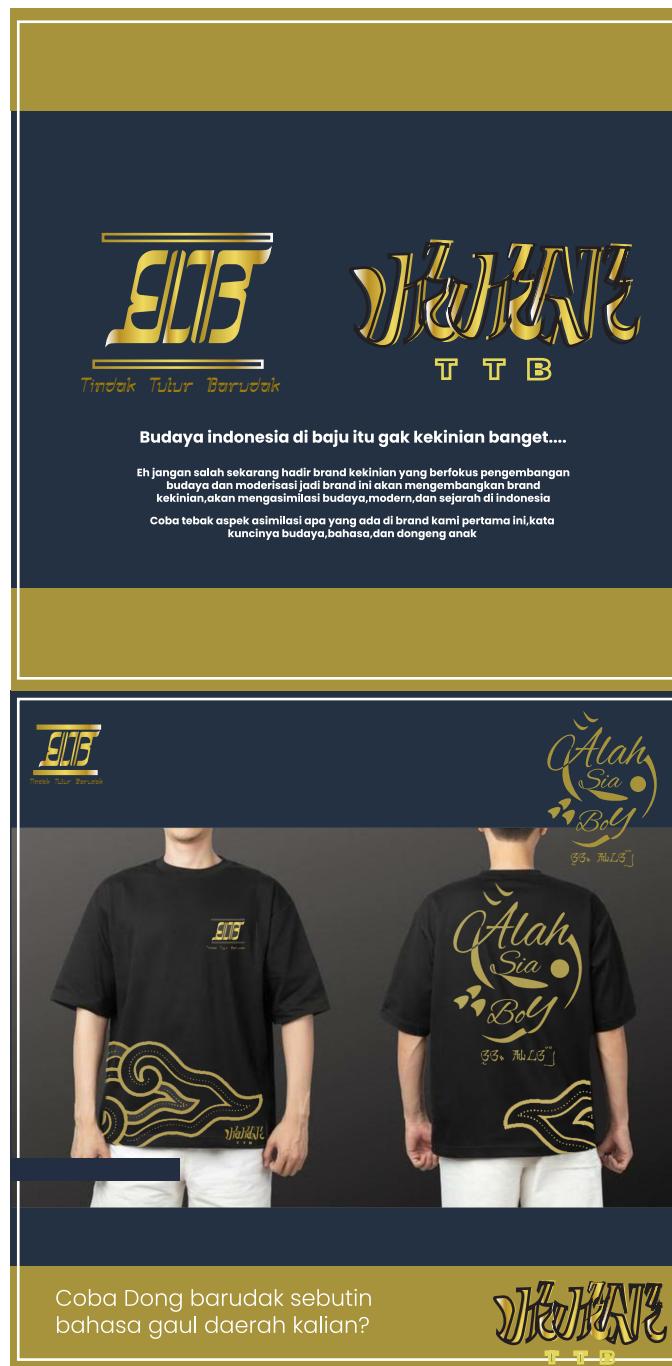
INDONESIA. BANDUNG. GEDUNG SATE



Test-Barcode-1234

# Model





Tindak Menerapkan strategi timbal balik konsumen,jadi kita memberikan pertanyaan yang umum,kekinian,uptudet,dan gaul agar masuk pada target konsumen kita yaitu generasi Genz,dan bertahan di ranah moderasi

Contoh : "Coba dong barudak sebutin bahasa gaul daerah kalian?"

Dan di jawab audiens : ""Ngantuk banget, nok" yang artinya "Sangat ngantuk". dalam bahasa gaul bali

# REVISI

**REFERENSI KONSEP MODERN**

**BUDAYA & MODERN**  
MEGA MENDUNG

**TIPOGRAFI & MODERN**

BAHASA DAERAH GAUL

**KONSEP & MODERN**

TATA LETAK BUDAYA, TIPOGRAFI & BAHASA DAERAH GAUL



## Referensi Desain

**Desain ini menampilkan aspek penting dalam modern yaitu :**

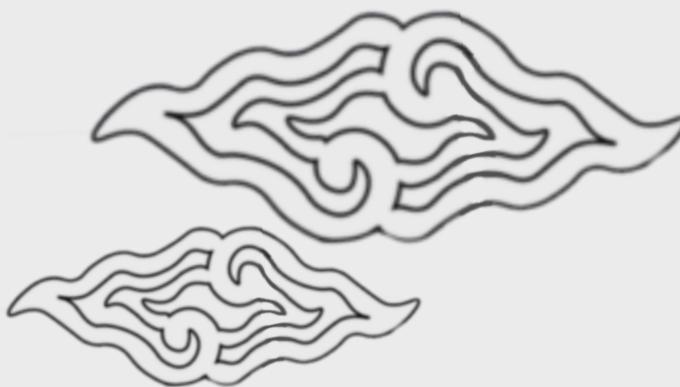
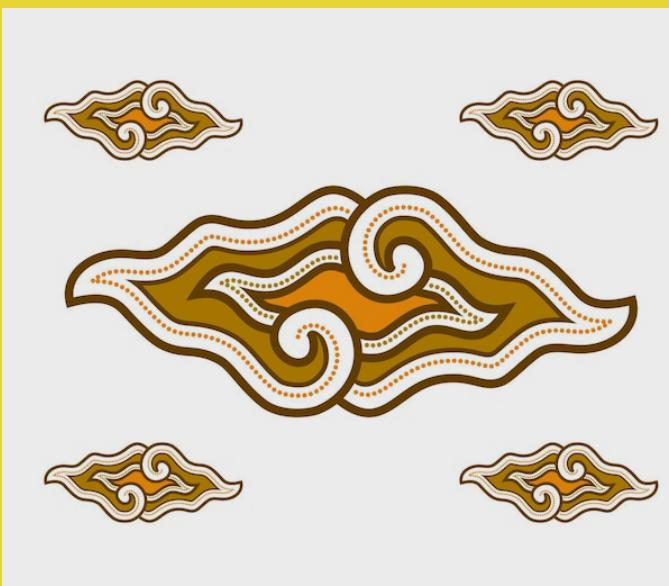
**kesederhanaan,  
ketegasan,  
minimalis (hanya 3 warna),  
dan fungsional.**

## Kami merevisi dari aspek

**kesederhanaan, ketegasan,  
minimalis (hanya 3 warna),  
fungsi  
nal dan  
menambahkan budaya,  
bahasa daerah (gaul).**

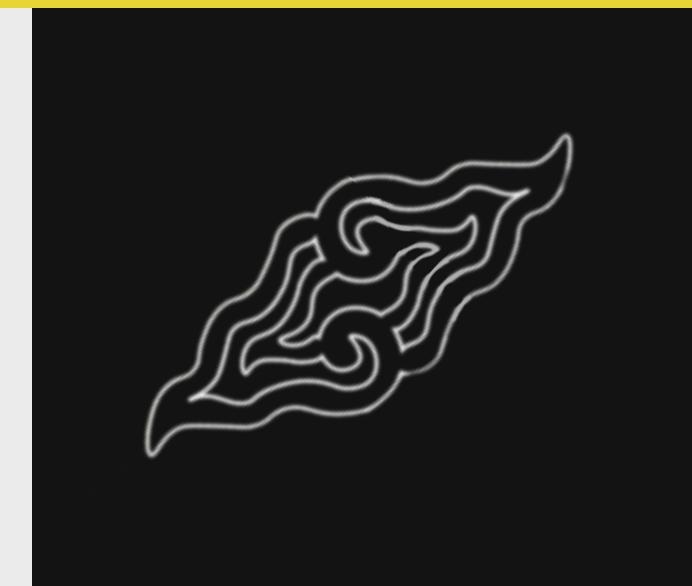
# BUDAYA & MODERN

MEGA MENDUNG



kami mengsedrhanakannya menjadi pattern agar memiliki konsep modern yaitu :

**kesederhanaan (membuatnya lebih kecil),  
ketegasan (pattern),  
minimalis (1&2 warna putih/hitam),  
dan fungsional (sebagai tambahan atribut  
desain).**  
**menambahkan budaya**



# TIPOGRAFI & MODERN

BAHASA DAERAH GAUL



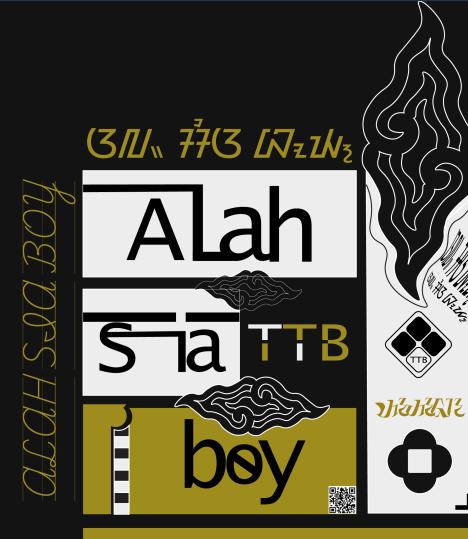
Kami merubah topografi untuk mendapat kesan modern :

Minimalis  
(menggunakan 2 warna emas,putih)

Ketegasan  
(penggunaan font)

Fungsional  
(sebagai topografi desain pakaian belakang)

Budaya  
(sebagai penambah keindahan desain)



# KONSEP & MODERN

TATA LETAK BUDAYA, TIPOGRAFI & BAHASA DAERAH GAUL



# KONSEP & MODERN

TATA LETAK BUDAYA, TIPOGRAFI & BAHASA DAERAH GAUL

