



Editor:  
As. Rakhmad Idris  
Farida Ariyani

**MENEROKA**

**BAHASA, AKSARA,  
DAN SASTRA LAMPUNG**

**MENEROKA BAHASA, AKSARA, DAN  
SASTRA LAMPUNG**

## UU No 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta

### **Fungsi dan sifat hak cipta Pasal 4**

Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf a merupakan hak eksklusif yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi.

### **Pembatasan Pelindungan Pasal 26**

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23, Pasal 24, dan Pasal 25 tidak berlaku terhadap:

- i. Penggunaan kutipan singkat Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait untuk pelaporan peristiwa aktual yang ditujukan hanya untuk keperluan penyediaan informasi aktual;
- ii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk kepentingan penelitian ilmu pengetahuan;
- iii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk keperluan pengajaran, kecuali pertunjukan dan Fonogram yang telah dilakukan Pengumuman sebagai bahan ajar; dan
- iv. Penggunaan untuk kepentingan pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang memungkinkan suatu Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait dapat digunakan tanpa izin Pelaku Pertunjukan, Produser Fonogram, atau Lembaga Penyiaran.

### **Sanksi Pelanggaran Pasal 113**

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

Editor : As. Rakhmad Idris, Farida Ariyani

# **MENEROKA BAHASA, AKSARA, DAN SASTRA LAMPUNG**

Titik Pudjiastuti, Junaiyah H.M, Sudirman AM, Suwarna  
Dwijonagoro, Farida Ariyani, As. Rakhmad Idris, Deris  
Astriawan, Lisa Misliani, Ade Siska, Andi Wijaya, Andriansyah,  
Cece Sobarna, Devi Fauziah Ma'rifat, Dian Indira, Dina  
Ladysa, Eka Sofia Agustina, Elisa Sefriyana, Erizal Barnawi, Evi  
Maha Kastri, Evi Nur Ramadhani, Harits Fadlly, Hazizi, Iing  
Sunarti, Iqbal Hilal, Ira Yusnita, Kiki Zakiah Nur, Megaria, Meli  
Gustina, Mohammad Ridwan, Nirwana Hendrastuty, Novellia  
Yulistin Sanggem, Nurlaksana Eko Rusminto, Rafli Dwi Ardana,  
Ratih Oktasari, Redika Cindra Reranta, Revi Liana, Ridhwan  
Hawari, Ridwan Kesuma, Roby Rakhmadi, Roveneldo, Saka  
Ramadhani Ratululla, Sustiyanti, Tri Wahyuni, Vandan  
Wiliyanti, Yinda Dwi Gustira, Yunita Fitri Yanti, Zaenal Abidin,  
Zulkarnain Yani



*Cerdas, Bahagia, Mulia, Lintas Generasi.*

**MENEROKA BAHASA, AKSARA, DAN SASTRA LAMPUNG**

**Titik Pudjiastuti ... [et al.]**

Editor

**As. Rakhmad Idris, Farida Ariyani**

Desain Cover :

**Syaiful Anwar**

Sumber :

www.shutterstock.com (Muan Sibero)

Tata Letak :

**Cinthia M.S**

Proofreader :

**Tiara Nabilah Azalia**

Ukuran :

**xii, 462 hlm, Uk: 15.5x23 cm**

ISBN :

**978-623-02-7827-3**

Cetakan Pertama :

**Januari 2024**

Hak Cipta 2023, pada Penulis

---

Isi di luar tanggung jawab percetakan

---

**Copyright © 2023 by Deepublish Publisher**

All Right Reserved

Hak cipta dilindungi undang-undang  
Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau  
memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini  
tanpa izin tertulis dari Penerbit.

**PENERBIT DEEPUBLISH**

**(Grup Penerbitan CV BUDI UTAMA)**

Anggota IKAPI (076/DIY/2012)

Jl.Rajawali, G. Elang 6, No 3, Drono, Sardonoharjo, Ngaglik, Sleman

Jl.Kaliurang Km.9,3 – Yogyakarta 55581

Telp/Faks: (0274) 4533427

Website: [www.deepublish.co.id](http://www.deepublish.co.id)

[www.penerbitdeepublish.com](http://www.penerbitdeepublish.com)

E-mail: [cs@deepublish.co.id](mailto:cs@deepublish.co.id)



## SAMBUTAN GUBERNUR LAMPUNG

Sebagaimana kita ketahui bersama, bahwa kebudayaan suatu bangsa merupakan indikator yang mencirikan tinggi atau rendahnya martabat dan peradaban suatu bangsa. Kebudayaan tersebut dibangun oleh berbagai unsur, seperti bahasa, sastra dan aksara, kesenian dan berbagai sistem nilai yang tumbuh dan berkembang dari masa ke masa.

Kebudayaan Nasional kita dibangun atas berbagai kebudayaan daerah yang beragam warna dan corak, sehingga merupakan satu rangkaian yang harmonis dan dinamis. Oleh karena itu, tidak disangkal bahwa bahasa, sastra, aksara daerah, kesenian dan nilai-nilai budaya daerah merupakan unsur penting dari kebudayaan yang menjadi rangkaian kebudayaan nasional.

Provinsi Lampung adalah salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki kekayaan bahasa dan budaya daerah yang patut dibanggakan. Kebanggaan itu direpresentasikan pada moto Provinsi Lampung yang berbunyi "*Sai Bumi Ruwa Jurai*" yang bermakna sebagai satu bumi dengan dua adat budaya yaitu jurai adat Pepadun dan jurai adat Saibatin. *Sai Bumi Ruwa Jurai* juga dimaknai sebagai keberagaman suku yang terdiri atas suku asli Lampung dan pendatang.

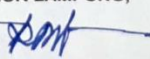
Berdasarkan hal tersebut, Provinsi Lampung memiliki kekayaan bahasa dan budaya daerah serta aksara Lampung yang diwarisi oleh para leluhur Bumi Lampung. Dari jumlah bahasa daerah yang ada di Indonesia sebanyak 719 hanya ada 12 aksara daerah termasuk aksara Lampung.


Hal itu memberikan fakta bahwa kekayaan bahasa, budaya, dan aksara Lampung sangat penting untuk tetap dilestarikan dan dikembangkan. Terhadap pelestarian dan pengembangan bahasa Lampung Provinsi Lampung telah mengeluarkan Peraturan Gubernur Lampung Nomor 39 Tahun 2014 tentang Mata Pelajaran Bahasa dan Aksara Lampung sebagai Muatan Lokal Wajib pada Jenjang Satuan Pendidikan Dasar dan Menengah.

Dengan demikian, penguatan identitas kedaerahan di Provinsi Lampung melalui bahasa Lampung kepada generasi muda dapat dilakukan secara sistematis dan terukur. Pemerintah Provinsi Lampung terus berupaya menjaga kelestarian bahasa daerah, khususnya bahasa Lampung untuk melakukan pembiasaan menggunakan bahasa daerah dan menjadikannya kebanggaan dengan cara pelibatan ekosistem yang luas yang dimulai dari keluarga, sekolah, dan masyarakat.

Sebagai upaya untuk mengoptimalkan hal tersebut, saya bersyukur tahun 2022 yang lalu telah terselenggara Kongres Bahasa Lampung yang Pertama (I). Tentu saja melalui momentum ini diharapkan menjadi tonggak terhadap pelestarian budaya, bahasa dan aksara Lampung di masa mendatang.

Hasil diskusi para peneliti, akademisi, dosen, guru, dan pemerhati bahasa Lampung pada kongres ini telah merumuskan strategi menggali, memelihara, dan mengembangkan bahasa Lampung yang ada di Provinsi Lampung sebagai aset kebudayaan Indonesia. Karya tulis ilmiah tersebut berhasil dibukukan dalam *Bunga Rampai Kongres Bahasa Lampung I: Meneroka Bahasa, Aksara, dan Sastra Lampung*. Saya ucapkan selamat atas terbitnya buku ini sebagai intisari dari Kongres Bahasa Lampung I. Semoga rekomendasi yang dihasilkan mampu menjadi wahana menghidupkan bahasa dan aksara Lampung dalam keseharian.

GUBERNUR LAMPUNG,  
  
ARINAL DJUNAI DI







## **SAMBUTAN KEPALA BIRO KESEJAHTERAAN RAKYAT PEMERINTAH PROVINSI LAMPUNG**

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Allah Subhanahu wa ta'ala, yang telah memberikan keberkahan dan kemudahan dalam pelaksanaan Kongres Bahasa Lampung yang bersejarah ini. Pada kesempatan ini, saya, selaku Kepala Biro Kesejahteraan Rakyat Sekretariat Daerah Provinsi Lampung dan Ketua Panitia Kongres Bahasa Lampung, dengan rasa syukur yang mendalam, mempersembahkan buku *Bunga Rampai Kongres Bahasa Lampung I "Meneroka Bahasa, Aksara, dan Sastra Lampung"*.

Buku ini merupakan hasil kolaborasi yang erat antara para penulis, akademisi, praktisi bahasa, serta pemerhati budaya Lampung. Melalui berbagai tulisan yang menggali dan mengulas aspek bahasa, aksara, dan sastra Lampung, buku ini menjadi acuan penting untuk memperkaya pemahaman kita tentang kekayaan dan keunikan Bahasa Lampung.

Mari kita meneroka bahasa, aksara, dan sastra Lampung dalam buku ini. Kami mengajak pembaca sekalian untuk memasuki dunia yang menakjubkan dari aspek kebahasaan, melalui berbagai penelitian linguistik, kajian sastra, dan sejarah serta penggunaan aksara Lampung yang kaya akan sejarah. Buku ini menghadirkan beragam perspektif dan pendekatan yang memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang struktur bahasa, penggunaannya dalam masyarakat, serta nilai-nilai budaya yang melekat dalam setiap kata dan ungkapan dalam Bahasa Lampung.

Buku *Bunga Rampai Kongres Bahasa Lampung I: "Meneroka Bahasa, Aksara dan Sastra Lampung"* ini juga menjadi tonggak penting dalam upaya pelestarian bahasa daerah. Dalam menghadapi tantangan zaman yang terus berubah, keberadaan bahasa daerah menjadi semakin krusial. Oleh karena itu, melalui buku ini, kita dapat memperluas pemahaman, memperkaya kosakata, serta menggali potensi bahasa, aksara, dan sastra Lampung agar tetap hidup dan relevan di tengah perubahan zaman.

Saya ingin menyampaikan apresiasi yang tulus kepada semua penulis dan kontributor yang penuh dedikasi dan semangat berbagi pengetahuan serta pengalaman mereka dalam mengisi halaman-halaman Buku Bunga Rampai ini. Semangat dan kerja keras mereka menjadi landasan bagi upaya kita semua dalam melestarikan serta

mengembangkan bahasa, aksara, dan sastra Lampung sebagai warisan budaya yang tak ternilai harganya.

Tidak lupa, saya juga ingin menyampaikan terima kasih yang setinggi-tingginya kepada seluruh tim panitia yang telah bekerja keras mewujudkan Kongres Bahasa Lampung yang luar biasa ini, serta mencetak buku *Bunga Rampai Kongres Bahasa Lampung I: "Meneroka Bahasa, Aksara, dan Sastra Lampung"* dengan kualitas yang sangat baik. Tanpa kerjasama, dedikasi, dan semangat juang dari setiap anggota panitia, semua ini tidak akan terwujud.

Akhir kata, saya mengajak seluruh pembaca untuk menjelajahi setiap halaman buku *Bunga Rampai Kongres Bahasa Lampung I "Meneroka Bahasa, Aksara, dan Sastra Lampung"* ini dengan penuh minat dan semangat. Semoga buku ini dapat menjadi sumber inspirasi, pengetahuan, dan apresiasi yang lebih dalam terhadap bahasa, aksara, dan sastra Lampung. Mari kita jaga dan lestarikan bahasa daerah kita sebagai bagian tak terpisahkan dari identitas dan kekayaan budaya kita. Terima kasih.



KEPALA BIRO KESEJAHTERAAN RAKYAT

Ir. RIA ANDARI, M.PD.



## PENGANTAR

Buku *Meneroka Bahasa, Aksara, dan Sastra Lampung* yang ada di hadapan pembaca ini merupakan buku bunga rampai hasil kegiatan Kongres Bahasa Lampung I yang diadakan pada tanggal 8 s.d. 9 Desember 2022 di Hotel Bukit Randu, Bandar Lampung. Buku ini merupakan hasil kolaborasi yang baik antara para penulis, akademisi, praktisi bahasa, serta pemerhati budaya Lampung dalam upaya untuk menggali dan mengungkap kekayaan Bahasa Lampung. Buku ini menghadirkan serangkaian kajian dan tulisan yang beragam, mengulas aspek bahasa, aksara, dan sastra Lampung. Setiap tulisan yang terdapat di dalamnya merupakan kontribusi berharga yang telah melalui proses seleksi ketat, menghadirkan berbagai perspektif dan pendekatan yang menarik.

Di awal buku ini, Anda akan menemukan kajian tentang sejarah dan perkembangan Bahasa Lampung, yang memperlihatkan keunikan serta peran penting bahasa ini dalam konteks sosial dan budaya masyarakat Lampung. Kajian tersebut meliputi aspek fonologi, morfologi, sintaksis, dan leksikon bahasa Lampung. Buku ini diawali dengan tulisan Prof. Titik Pudjiastuti dari Universitas Indonesia.

Selanjutnya, buku ini mengupas tuntas tentang aksara Lampung, yang menjadi salah satu aset budaya yang patut kita lestarikan. Anda akan menemukan tulisan-tulisan yang membahas tentang sejarah, penggunaan, dan upaya pelestarian aksara Lampung. Selain itu, terdapat juga ulasan tentang pengembangan aksara Lampung dalam era digital yang semakin maju.

Tidak hanya itu, buku ini juga menampilkan kajian tentang sastra Lampung. Anda akan menjumpai analisis dan interpretasi berbagai jenis karya sastra, seperti puisi, pantun, dan cerita rakyat Lampung. Melalui tulisan-tulisan ini, kita dapat lebih memahami

nilai-nilai, mitos, serta tradisi yang terkandung dalam sastra Lampung yang menjadi cerminan kehidupan dan budaya masyarakat Lampung.

Selain itu, buku ini juga menghadirkan kajian tentang penerapan Bahasa Lampung dalam konteks kehidupan sehari-hari, seperti dalam pendidikan, media massa, dan komunikasi sosial. Anda akan menemukan pemikiran-pemikiran yang relevan dan solutif terkait pengembangan dan pemberdayaan Bahasa Lampung dalam berbagai bidang.

Melalui buku ini, kami berharap dapat menginspirasi para pembaca untuk lebih mencintai, menghargai, dan mempelajari Bahasa Lampung secara lebih mendalam. Keberadaan buku ini juga diharapkan dapat memberikan dorongan bagi upaya pelestarian dan pengembangan Bahasa Lampung di tengah tantangan zaman yang terus berkembang.

Akhir kata, saya ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua penulis yang telah memberikan kontribusi luar biasa dalam penyusunan buku *Meneroka Bahasa, Aksara, dan Sastra Lampung* ini. Tanpa dedikasi, pengetahuan, dan semangat mereka, buku ini tidak akan menjadi nyata. Saya juga berterima kasih kepada seluruh tim redaksi, penyunting, dan pihak-pihak yang turut serta dalam proses penggarapan buku ini.

Semoga buku *Meneroka Bahasa, Aksara, dan Sastra Lampung* ini dapat memberikan manfaat yang luas bagi pembaca dan menjadi landasan yang kokoh untuk mengembangkan dan merawat kekayaan Bahasa Lampung sebagai bagian tak terpisahkan dari identitas dan warisan budaya kita. Terima kasih.

**BANDARLAMPUNG, DESEMBER 2022**

**Dr. As. Rakhmad Idris, Lc., M.Hum.**

**Dr. Farida Ariyani, M.Pd.**

## DAFTAR ISI

<b>SAMBUTAN .....</b>	<b>v</b>
<b>GUBERNUR LAMPUNG.....</b>	<b>v</b>
<b>SAMBUTAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>KEPALA BIRO KESRA .....</b>	<b>vi</b>
<b>PEMERINTAH PROVINSI LAMPUNG.....</b>	<b>vi</b>
<b>PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>x</b>
BAHASA, AKSARA, DAN GENERASI MILENIAL LAMPUNG .....	2
MERUNUT BAHASA DAN AKSARA LAMPUNG.....	24
BAHASA LAMPUNG DALAM PERSPEKTIF LINGUISTIK HISTORIS KOMPARATIF.....	46
STRATEGI PEMBELAJARAN BAHASA, AKSARA, DAN SASTRA LAMPUNG DALAM IMPLEMENTASI KURIKULUM MERDEKA.....	60
SOLUSI PEMAKAIAN BAHASA LAMPUNG ATAS DIALEK BERBEDA.....	83
HONORIFIK DALAM BAHASA LAMPUNG DIALEK O: ANTARA BAHASA LAMPUNG DAN BAHASA ARAB.....	96
PENGGUNAAN BAHASA LAMPUNG DIALEK O UNTUK KESENIAN GITAR KLASIK LAMPUNG PEPADUN .....	106
MENGOPTIMALKAN FUNGSI KAMUS DWI BAHASA INDONESIA – LAMPUNG DIALEK WAY KANAN SECARA DIGITAL.....	131

PERAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM UPAYA MENJAGA EKISTENSI BAHASA DAN BUDAYA LAMPUNG .....	149
AMALGAMASI DAN PENGARUHNYA TERHADAP PENGUNAAN BAHASA LAMPUNG SEBAGAI BAHASA PERTAMA.....	165
MAKIAN DALAM BAHASA LAMPUNG: KAJIAN SEMANTIK.....	190
BAHASA LAMPUNG DAN PEMBELAJARANNYA DARI MASA KE MASA .....	201
STRATEGI PEMBELAJARAN BERDIFERENSIASI PADA MATA PELAJARAN BAHASA LAMPUNG.....	222
STRATEGI PEMBELAJARAN BERDIFERENSIASI PADA MATA PELAJARAN BAHASA LAMPUNG DALAM IMPLEMENTASI KURIKULUM MERDEKA BELAJAR.....	228
OPTIMALISASI PEMBELAJARAN BAHASA LAMPUNG BERBASIS KOMIK MELALUI PENDEKATAN STEAM.....	238
LANSKAP BAHASA DAN AKSARA LAMPUNG DI RUANG PUBLIK.....	256
AKSARA LAMPUNG DALAM PERSPEKTIF MANUSKRIP KUNO LAMPUNG: KAJIAN AWAL PENYUSUNAN ORTOGRAFI BAHASA LAMPUNG .....	274
EKISTENSI AKSARA LAMPUNG MELALUI PROYEK <i>PARALLEL UNIVERSE</i> DI BUKIT ASLAN SEBAGAI UPAYA PELESTARIAN AKSARA LAMPUNG DI RUANG TERBUKA .....	295
PELESTARIAN AKSARA LAMPUNG MELALUI PENULISAN PLANG NAMA DI KOTA BANDAR LAMPUNG.....	301
KEBIJAKAN MENGHAPUS HURUF GHA/KHA SEBAGAI PENEGASAN DALAM PEMBELAJARAN AKSARA LAMPUNG YANG AMBIGU .....	311

PEMAHAMAN PENGGUNAAN HAD LAMPUNG UNTUK MEWAKILI BUNYI DIALEK SUKU LAMPUNG .....	332
PERMAINAN SERGAP KARTU UNTUK MENINGKATKAN MOTIVASI BELAJAR AKSARA LAMPUNG .....	352
PENERAPAN NILAI-NILAI KARAKTER SASTRA LISAN PEPACCOGH DENGAN MENGGUNAKAN <i>MODEL</i> <i>ASSESSMENT AS LEARNING</i> DI SEKOLAH .....	360
KANIK'AN SEBAGAI PIRANTI NENGAH NYAPPUKH BAGI <i>ULUN LAPPUNG SAIBATIN</i> (KAJIAN ETNOSEMANTIS).....	370
PENDIDIKAN KARAKTER DALAM TRADISI LISAN HAHIWANG YANG TERDAPAT DALAM MANUSKRIP.....	380
REVITALISASI SASTRA LISAN BEBANDUNG DI TULANGBAWANG DAN TULANGBAWANG BARAT SEBAGAI UPAYA PELINDUNGAN KHAZANAH BUDAYA LAMPUNG .....	392
PROSESI SENI PADA PERILAKU BUDAYA MASYARAKAT PEPADUN <i>MEGOU PAK</i> TULANGBAWANG DALAM PERSPEKTIF ETNOGRAFI KOMUNIKASI .....	400
PENGEMBANGAN MATERI AJAR BERBASIS <i>PIIL PESENGGIRI</i> .....	423
ANALISIS TINDAK TUTUR DALAM FILM PENDEK <i>KALAH</i> <i>JUDI JUAL BIAS</i> KARYA KREATOR BUMI LAMPUNG .....	444
<b>DAFTAR PENULIS DAN AFILIASI .....</b>	<b>461</b>

# **PELESTARIAN AKSARA LAMPUNG MELALUI PENULISAN PLANG NAMA DI KOTA BANDAR LAMPUNG**

**Roby Rakhmadi, Vandan Wiliyanti**

## **Pendahuluan**

Bahasa dan aksara Lampung yang merupakan identitas dari provinsi Lampung semakin tergerus dan terpinggirkan oleh arus modernisasi. Semakin sedikit anak muda yang menggunakan bahasa ini dalam kehidupan sehari-hari khususnya di wilayah perkotaan. Beragamnya etnis yang ada di Lampung menyebabkan adanya pergeseran penggunaan bahasa oleh orang-orang di wilayah ini. Terlebih di kota Bandar Lampung semakin jarang terdengar orang berbicara bahasa Lampung di depan umum. Dikhawatirkan bila keadaan ini terus berlanjut bahasa Lampung akan punah karena ditinggalkan pemakainya. Oleh karena itu perlu diadakan usaha pelestarian bahasa dan aksara Lampung baik secara konvensional maupun tidak agar bahasa Lampung bisa dilestarikan atau bahkan dikembangkan lebih lanjut. Bahasa Lampung bisa di-*branding* melalui penulisan aksara pada plang-plang yang ada di kota Bandar Lampung.

*Branding* merupakan keilmuan yang diterapkan pada produk barang dan jasa tapi kemudian meluas ke berbagai objek termasuk kota (<https://www.goodnewsfromindonesia.id/2016/08/24/city-branding-sebagai-identitas-daerah>, diakses pada 4 Januari 2021).

Sebuah kota merupakan entitas yang kompleks dan berkaitan dengan alam, manusia, benda dan lingkungan buatan (Yananda dan Salamah, 2014). *Brand* yang berkekuatan dalam pencerminan identitasnya akan menarik konsumen potensial, wisatawan, investor bahkan perpindahan penduduk (Fernandez, 2013). Luthfi



dan Widyaningrat (2018) menjelaskan jika *branding* sebuah kota memiliki tujuan untuk meningkatkan hubungan investasi bisnis, meningkatkan keunggulan kompetitif pasar pariwisata serta mempromosikan pembangunan ekonomi dan sosial secara umum. Kota membutuhkan suatu identitas yang membedakannya dengan kota lain melalui sebuah *brand*. *Branding* dipandang sebagai alat untuk menyampaikan citra positif dengan tujuan meningkatkan persepsi yang dimiliki untuk membantu meningkatkan daya saing secara keseluruhan (Fernandez dkk., 2013). *Branding* kota diharapkan dapat membentuk citra positif di benak wisatawan karena akan memengaruhi perilaku wisatawan ketika mengunjungi suatu destinasi (Luthfi dan Widyaningrat, 2018).

Suatu kota harus menampilkan identitas yang kuat sehingga dapat membentuk sebuah citra menurut Kavaratzis dan Ashworth (2005) yang menjelaskan bahwa pembentukan *branding* kota dapat memengaruhi peta mental cara pengunjung memersepsikan sebuah kota di benak mereka. Citra merupakan cerminan atau gambaran kondisi dari unsur-unsur yang dimiliki suatu kota pada kurun waktu yang relatif lama. Wisatawan akan menggunakan citra destinasi wisata sebagai panduan yang akan mewakili dalam proses pengambilan keputusan apakah akan berkunjung ke suatu destinasi atau tidak (Eryani, 2013).

Apabila citra suatu kota tersebut jelas, maka calon wisatawan mempunyai gambaran yang cukup jelas mengenai produk wisata yang ada di kota tersebut. Beberapa kota di Indonesia yang sudah memiliki identitas visual kuat dan dinilai berhasil melakukan program *branding* kota adalah Yogyakarta, Bali, dan Kalimantan (Widodo, 2016). Yogyakarta dengan *tagline* Yogya Istimewa menonjolkan budaya keraton sebagai identitas visual dalam upaya *branding* kotanya. Selanjutnya ada Bali dengan budaya Hindu dan Kalimantan dengan motif Dayaknya yang dijadikan sebagai identitas visual dari bahasa desain *branding* kota. Kota tersebut

menjadi pemicu kota-kota lain di Indonesia berlomba melakukan program *branding* untuk daerahnya.

Pariwisata dan budaya lokal menjadi tema yang paling banyak diusung dalam proses perumusan *branding* kota di Indonesia, namun sebagian besar dinilai tidak berhasil mencapai tujuan utama dari *branding* kota tersebut dan hanya berujung pada sebuah logo dan *tagline* saja (<https://jurnaba.co/5-langkah-harus-dipahamisebelum-melakukan-city-branding>, diakses pada 30 Maret 2021). Bandar Lampung sebagai salah satu kota besar di Sumatra bisa menerapkan budaya lokal dalam *branding* terhadap daerahnya.

### **Tinjauan Pustaka**

Hankinson (dalam Kavartzis, 2015) menjelaskan beberapa konsep dasar *branding* tempat yang berangkat dari pengembangan pemahaman terhadap konsep *branding* secara umum seperti *brand image*, *brand positioning*, *brand equity*, *brand identity*, *brand architecture*, *brand orientation* dan *brand endorsement*.

Selain tujuh konsep dasar *branding* di atas, Yananda dan Salamah (2014) menjelaskan istilah lain yang menjadi konsep kunci dalam branding kota. Hal itu adalah *brand awareness*, *brand association*, *brand personality* dan *brand story*. *Brand awareness* diartikan sebagai kekuatan dari kehadiran *brand* dalam benak konsumen. Pengertian lain dari *brand awareness* adalah kemungkinan konsumen familier dengan keberadaan produk ataupun jasa (Wiratama, 2018).

*Brand association* adalah asosiasi yang terbentuk dalam benak pelanggan tentang suatu *brand* berupa atribut, *endorser* atau simbol tertentu. Baik *brand awareness* maupun *brand association* bersama-sama membentuk *brand equity* suatu perusahaan. Sementara itu, personalitas *brand* merupakan seperangkat kepribadian manusia yang terkait atau dimiliki oleh suatu *brand* (Aaker, 1997).

Berbeda dengan citra yang merupakan penilaian umum terhadap suatu *brand*, personalitas *brand* menangkap hal-hal yang

lebih detail karena dapat memberi informasi yang bersifat demografis mengenai *brand* tersebut (Levy dalam Aaker, 1997). Menurut banyak praktisi, personalitas *brand* merupakan elemen kunci untuk membedakannya dengan *brand* lain. Sedangkan *brand story* berbicara mengenai pesan utama yang ingin disampaikan dalam konteks proses *branding* secara keseluruhan. Yananda dan Salamah (2014) menjelaskan jika upaya *branding* pada dasarnya adalah upaya mengisi ruang antara identitas dan citra kota. Selalu ada perbedaan antara citra yang ingin dimiliki oleh suatu tempat dengan persepsi terhadap kondisi riil tempat tersebut. Oleh karena itu upaya *branding* kota menjadi sangat penting untuk tidak hanya memperkenalkan kota melalui komunikasi tapi juga memberikan nilai tambahan bagi identitas kota itu sendiri.

### **Metode**

Tulisan ini menggunakan metode kualitatif dengan kajian literatur guna memperoleh informasi tentang kenyataan sosial. Pendekatan ini dipilih karena didasarkan pada masalah dan tujuan penelitian serta objek penelitian terkait dengan analisis budaya lokal.

Penelitian ini tidak akan menggunakan metode statistika dan matematika. Teknik pengumpulan data dilakukan untuk mengumpulkan informasi dalam materi tertulis. Dokumen dalam hal ini mengacu pada teks tertulis baik visual atau diucapkan melalui medium komunikasi. Studi dilakukan pada buku, jurnal atau hasil penelitian dari sumber yang valid yang berhubungan dengan topik penelitian.

### **Hasil dan Pembahasan**

Penulisan aksara Lampung di plang yang sudah dilakukan merupakan upaya bentuk pelestarian bahasa daerah agar tidak punah.



**Gambar 1. Plang Nama Jalan**

Sumber: Dari berbagai sumber



**Gambar 2. Gerbang Kota Bandar Lampung**

Sumber: <https://www.tribunnews.com/travel/2015/07/23/selfie-di-gapura-mewah-kota-bandar-lampung>

Dengan menuliskan aksara pada plang yang sudah ditetapkan seperti nama jalan, nama gedung dan tugu akan memberikan kesan *branding* yang cukup kuat bagi wilayah Lampung terhadap turis yang berkunjung. Keunikan identitas yang terbentuk akan memberikan kesadaran dan kebanggaan bagi orang lampung sebagai penduduk wilayah yang memiliki peradaban cukup tinggi.



**Gambar 3. Logo Kota Bandar Lampung**

Sumber: Dari berbagai sumber

Aksara Lampung yang dituliskan di logo Kota Bandar Lampung akan memberikan pesan tentang tingginya peradaban Lampung di kalangan para pengunjung dan memberikan identitas yang khas pada wilayah ini bila dibandingkan dengan daerah lain. Terlebih Lampung adalah salah satu daerah di Nusantara yang memiliki bahasa lengkap dengan hurufnya.



**Gambar 4. Logo Bank Lampung**

Sumber: Dari berbagai sumber

Untuk logo Bank Lampung yang dicantumkan aksara merupakan upaya lainnya dalam pelestarian bahasa Lampung dalam bentuk seni agar aksara yang ada dikaitkan khusus dengan Provinsi Lampung. Hal ini merupakan suatu terobosan yang patut dihargai agar Lampung agar tidak kalah dengan provinsi lain dalam pelestarian bahasa daerah



**Gambar 5. Aksara Nusantara**

Sumber: <https://merajutindonesia.id/petaaksara>

Penggunaan aksara Lampung melalui penulisan plang dan simbol bisa menjadi bukti keseriusan dalam pelestarian bahasa daerah. Bahasa Lampung yang saat ini masih dalam pendaftaran *unicode* membutuhkan lebih banyak partisipasi dari semua pihak agar terus bertahan dalam menghadapi gempuran zaman dan tidak telat digerus waktu. Salah satu cara yang bisa dilakukan adalah penggunaan aksara Lampung dalam plang bersamaan dengan huruf latin. Bila diperlukan aksara Lampung pun bisa didaftarkan ke *unicode* agar mampu sejajar dengan huruf-huruf lain di seluruh dunia.

## Simpulan

Berdasarkan pembahasan dalam makalah ini dapat ditarik kesimpulan bahwa bahasa Lampung bisa dilestarikan dengan cara penulisan nama plang agar menjadi ciri khas Lampung dalam *branding* suatu wilayah sekaligus sebagai keunikan tersendiri dari



suatu wilayah. Bila bahasa Lampung terus dipakai dan dilestarikan maka tidak mustahil bahasa Lampung akan terus berkembang dan bisa dipakai dalam berbagai hal contohnya dalam kesenian dan lain-lain sehingga memudahkan generasi muda untuk bangga dalam mengenal dan menggunakan bahasa daerah ini.

## **Daftar Acuan**

### **Jurnal**

- Aaker, J. L. (1997). Dimensions of brand personality, *Journal of marketing research*, 347-356.
- Arifin, Yopi Samsul & Budiwaspada, Agung Eko. (2021). Budaya Lokal Sebagai Unsur Pembentuk Branding Kabupaten Tasikmalaya, 3 (2), 26-37.
- Fernandez, D. (2013). Destination Brands and Website Evaluation: a Research Methology. *Revista Latina de Comunicacion Social*, 622-638.
- Jaya Saputra, Andika, Virginia R, Chintana, Wulandari, Indri, &Yosepa, Yanti. (2022). Analisis Faktor Pergeseran Penggunaan Bahasa Lampung Pada Generasi Z di Kota Bandar Lampung. *Sociologie: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Sosiologi*, 1(1), 43-53.
- Kavaratzis, M. (2004). From city marketing to city branding: Towards a theoretical framework for developing city brands. *Place Branding*, 58-73.
- Kavaratzis, M., & Ashworth, G. J. (2005). City branding: An effective assertion of identity or a transitory marketing trick?, *Tijdschrift Voor Economische En Sociale Geografie*, 506-514.
- Kavaratzis, M., Warnaby, G., Ashworth, G.J.(2015). *Rethinking place branding: comprehensive brand development for cities and regions*, Springer, New York, 16-19.

Wana Putri, Nandita. (2018). Pergeseran Bahasa Daerah Lampung Pada Masyarakat Kota Bandar Lampung. *Prasasti: Journal of Linguistics*, 3(1), 83-97.

### **Buku**

Eryani, A. (2013). Faktor-Faktor Pengambilan Keputusan Wisatawan Untuk Berkunjung Ke Objek Wisata Istana Siak Sri Indrapura Kabupaten Siak Provinsi Riau. Program Studi Usaha Perjalanan Wisata FISIP Universitas Riau

Luthfi, A. (2018). Konsep City Branding Sebuah Pendekatan "The City Brand Hexagon" Pada Pembentukan Identitas Kota. *Universitas Jember*, 315-326.

Yananda, M. dan Salamah, U. (2014). *Branding Tempat: Membangun Kota, Kabupaten, dan Provinsi Berbasis Identitas*. Jakarta: Makna Informasi.

### **Internet**

Branding Sebagai Identitas Daerah, data diperoleh melalui situs internet:

<https://www.goodnewsfromindonesia.id/2016/08/24/city-branding-sebagai-identitas-daerah> pada tanggal 5 Januari 2023.

Lima Langkah yang Harus dipahami Sebelum Melakukan City Branding. Data diperoleh melalui situs internet: <https://jurnaba.co/5-langkah-harus-dipahamisebelum-melakukan-city-branding>

pada tanggal 5 Januari 2023.

Peta Aksara di Nusantara, data diperoleh melalui situs internet: <https://merajutindonesia.id/petaaksara> pada tanggal 6 Januari 2023.

Selfie di Gapura Mewah Kota Bandar Lampung diperoleh melalui situs internet:

<https://www.tribunnews.com/travel/2015/07/23/selfie-di-gapura-mewah-kota-> pada tanggal 6 Januari 2023.