

ABSTRAK

KAMPANYE PENGGUNAAN BAHASA SUNDA SEBAGAI BAHASA IBU WUJUD APRESIASI BAHASA LOKAL DI BANDUNG

Oleh
Cherry Rinaldy
NRP 1064038

Indonesia memiliki keragaman suku, budaya, dan bahasa. Setiap daerah mempunyai bahasa khasnya sendiri, salah satunya di Kota Bandung yaitu Bahasa Sunda yang sekaligus menjadi Bahasa Ibu di Kota Bandung. Pemakaian Bahasa Sunda di sebagian masyarakat perkotaan Bandung saat ini sudah mulai dilupakan dan digantikan dengan Bahasa Indonesia serta bahasa asing terutama pada kalangan anak- anak sekolah dasar.

Oleh karena itu, diperlukan adanya kampanye untuk mengingatkan dan mengajak ibu dan anak untuk kembali menggunakan Bahasa Sunda melalui media- media yang dekat dengan ibu- ibu dan anak- anak. Konsep komunikasi yang dilakukan adalah mengajak anak- anak dan ibu- ibu untuk belajar Bahasa Sunda dengan cara yang mudah. Sehingga melalui kampanye ini diharapkan anak- anak dapat memakai Bahasa Sunda sebagai bahasa sehari- hari untuk meningkatkan rasa kebanggaan terhadap budaya dan bahasa Sunda dengan bimbingan orang tuanya.

Kata kunci : anak, bahasa sunda, ibu, kampanye

ABSTRACT

THE CAMPAIGN TO PROMOTE THE USAGE OF SUNDANESE LANGUAGE AS A MOTHER TONGUE TO SHOW APPRECIATION FOR THE LOCAL CULTURE IN BANDUNG

Submitted by
Cherry Rinaldy
NRP 1064038

There are various tribes, culture and ethnic in Indonesia. Every region has its own language. Bandung is one of them. The first language of the people of Bandung is the Sundanese language. Nonetheless, fewer Bandung people, especially elementary school students, use the Sundanese language. They prefer speaking Indonesian or even using foreign languages to using their mother tongue.

Based on the condition above, a campaign is needed to remind and invite mothers and their children to revert back to using Sundanese language via the nearest available media. The concept of communication used is encouraging mothers and children to use simple and easy Sundanese language. It is hoped that with parents help, children will use the Sundanese language in their daily lives to improve the sense of nationalism.

Keywords : children, Sundanese language, mother, campaign

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I : PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup	2
1.3 Tujuan Perancangan	3
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	3
1.5 Skema Perancangan	4
BAB II : LANDASAN TEORI	5
2.1 Definisi Bahasa	5
2.2 Pengetian Bahasa Ibu	6
2.3 Fungsi Bahasa Sunda	7
2.4 Kampanye	7
2.4.1 Pengertian Kampanye	7
2.4.2 Aspek Kampanye	8
2.4.3 Jenis Kampanye	8
2.4.4 Pesan Kampanye	9
2.4.5 Tujuan Kampanye	9
2.4.6 Identifikasi dan Segmentasi Khalayak Sasaran	9

2.4.7 Aspek- aspek Perencanaan Kampanye	10
2.5 Psikologi Anak	10
2.5.1 Pengertian Psikologi	10
2.5.2 Masa Anak Tanggung	10
2.5.3 Periode Operasional Formal	11
2.6 Peran Ibu	12
2.6.1 Peran Ibu Sebagai Pendidik	12
2.6.2 Ibu Sebagai Contoh Teladan	12
2.6.3 Penerus Nilai- nilai Kultural	12
2.7 Bahasa Sunda	
2.7.1 Tatakrma dalam Bahasa Sunda	12
 BAB III DATA DAN ANALISA MASALAH	 14
3.1 Data dan Fakta	14
3.1.1 Mandatori	14
3.1.2 Perusahaan atau Lembaga Terkait	17
3.1.3 Sponsorship	18
3.2 Data tentang gejala dan fenomena yang terjadi	18
3.2.1 Data hasil wawancara	18
3.2.2 Data hasil kuesioner	22
3.2.3 Data hasil literatur	25
3.3 Tinjauan Terhadap Proyek atau Persoalan Sejenis	27
3.4 Analisis Terhadap Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta	30
3.4.1 Segmentasi, Targeting, Positioning	30
3.4.2 SWOT	31
 BAB IV PEMECAHAN MASALAH	 33
4.1 Konsep Komunikasi	33
4.2 Konsep Kreatif	34
4.2.1 Gaya Gambar	34

4.2.2 Tampilan Logo	34
4.2.3 Warna	35
4.2.4 Tipografi	35
4.2.5 Batik	36
4.2.6 Konsep verbal	36
4.3 Konsep Media	37
4.4 Timeline	39
4.5 Hasil Karya	40
4.6 Budgeting	53
 BAB V PENUTUP	 54
5.1 Kesimpulan	54
5.2 Saran	54
 DAFTAR PUSTAKA	 55
LAMPIRAN	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Skema Perancangan	4
Gambar 3.1	Logo DAMAS	14
Gambar 3.2	Logo Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Barat	17
Gambar 3.3	Logo Mahanagari	18
Gambar 3.4	Diagram hasil wawancara mengenai Bahasa Sunda	19
Gambar 3.5	Diagram mengenai kepentingan Bahasa Sunda	19
Gambar 3.6	Diagram mengenai tatakrma dalam berbahasa Sunda	19
Gambar 3.7	Diagram mengenai ketertarikan belajar Bahasa Sunda	20
Gambar 3.8	Diagram mengenai pemakaian Bahasa Sunda	20
Gambar 3.9	Diagram mengenai media yang sering dilihat	20
Gambar 3.10	Diagram mengenai media sosial yang sering digunakan	21
Gambar 3.11	Diagram mengenai warna yang identik dengan Sunda	21
Gambar 3.12	Diagram hasil kuesioner mengenai Bahasa Sunda	23
Gambar 3.13	Diagram hasil kuesioner mengenai Bahasa Sunda	23
Gambar 3.14	Diagram hasil kuesioner mengenai Bahasa Sunda	23
Gambar 3.15	Diagram hasil kuesioner mengenai ajaran Bahasa Sunda	24
Gambar 3.16	Diagram hasil kuesioner mengenai Bahasa Sunda	24
Gambar 3.17	Kampanye Bahasa Sunda oleh mahasiswa UPI	27
Gambar 3.18	Kampanye Bahasa Sunda oleh mahasiswa UPI	28
Gambar 3.19	Kampanye Bahasa Sunda oleh mahasiswa UPI	29
Gambar 4.1	Logo Kampanye	34
Gambar 4.2	Timeline	39
Gambar 4.3	Logo Kampanye	40
Gambar 4.4	Poster awareness	41
Gambar 4.5	Poster informing	42
Gambar 4.6	Poster reminding	43

Gambar 4.7	Tampilan Booklet	44
Gambar 4.8	Tampilan Website	47
Gambar 4.9	Tampilan Sosial Media	48
Gambar 4.10	Kalender	49
Gambar 4.11	Penggaris	49
Gambar 4.12	Sticker	50
Gambar 4.13	Kipas	50
Gambar 4.14	Thumbler dan Mug	51
Gambar 4.15	DUDU	51
Gambar 4.16	Aplikasi Poster	52
Gambar 4.17	Aplikasi DUDU	52

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Rangkuman wawancara	58
	A.1 Wawancara dengan Dinding Haerudin	58
	A.2 Wawancara dengan Elin Samsuri	59
Lampiran B	Kuesioner	61
Lampiran C	Sketsa	62