

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Kampanye “Pok Pek Prak” ini ditujukan kepada anak - anak muda yang tinggal dan berada di kota Bandung. Sehingga anak - anak muda zaman sekarang dapat lebih mengenal seperti apa karakter orang Sunda dan budaya Sunda.

Dalam sebuah kebudayaan di masyarakat, ada 4 identitas etnik yang harus dipertahankan untuk mempertahankan budaya tersebut, yaitu: bahasa, pakaian, makanan, dan agama. Dalam kasus “Pok Pek Prak” bahasa dan pakaian merupakan pintu masuk yang tepat untuk mempertahankan kebudayaan Sunda di lingkungan masyarakat kota Bandung. Maka kampanye “Pok Pek Prak” ini, mengkomunikasikan bagaimana patokan hidup orang Sunda yang benar dalam kehidupan sehari-hari dilihat dari peribahasanya

Pembuatan kampanye “Pok Pek Prak” ini adalah pembuatan sebuah kampanye dengan kaos yang menjadi kekuatan utama untuk komunikasinya. Hal ini dikarenakan *target audience* yang dalam rentang usia 20 - 30 masih memperhatikan penampilan dan masih saling mempengaruhi keadaan sekitar.

Diharapkan melalui kampanye Pok Pek Prak ini, masyarakat kota Bandung dapat memandang budaya Sunda sebagai sebuah budaya yang harus dipertahankan, sehingga kelak budaya Sunda yang ada di kota Bandung tidak akan hilang dan dapat bersaing dengan budaya lain yang bercampur di tatar Sunda ini.

5.2 Saran

Saran dari penguji terhadap perancangan ini adalah agar brosur yang dibuat terdapat logo dari institusi terkait, sehingga acara yang diadakan lebih jelas siapa yang mendukungnya.