

## ***ABSTRACT***

Currently, Sundanese language use is in really pathetic condition. Sundanese language that's should be counted as Bandung's citizens identity is now rarely used. Moreover in middle-up status adolescence girl's. There is a lot of things that occurred that influence adolescence girl not to use Sundanese language in their lives. One of it is their idea's about Sundanese language, the other is other languages that used in their friend-cycle. Therefore, for the completion of the problem stated, with approach through campaign that's remind and to invite them to use Sundanese language so that they are not shy to use Sundanese language with approach through medias that are close to them, through activities that are favored by them.

Keywords : Sundanese language, adolescence girl, campaign

## **ABSTRAK**

Penggunaan Bahasa Sunda akhir-akhir ini sangat memprihatinkan. Bahasa Sunda yang merupakan identitas orang Bandung dan seharusnya digunakan oleh penduduknya, kini jarang digunakan oleh penduduknya. Terlebih di kalangan remaja putri menengah ke atas. Terdapat banyak factor yang mempengaruhi remaja putri dalam berbahasa Sunda sehingga mereka enggan menggunakannya di lingkungan kehidupan mereka, salah satunya adalah pemikiran mereka tentang bahasa Sunda dan juga bahasa yang sering digunakan oleh teman-teman di sekitar mereka. Oleh karena itu, diperlukan adanya kampanye untuk mengingatkan dan mengajak remaja putri agar tidak malu menggunakan bahasa Sunda dengan pendekatan melalui media-media yang dekat dengan keseharian remaja putri, melalui kegiatan yang disenangi remaja putri.

Kata kunci : bahasa Sunda loma, remaja putri, kampanye

## DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN	v
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup	2
1.3 Tujuan Perancangan	2
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	3
1.4.1 Wawancara	3
1.4.2 Studi Pustaka	3
1.4.3 Kuisisioner	3
1.5 Skema Perancangan	4
1.6 Pembabakan	5
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Pengertian Bahasa	6

2.2	Pengertian Bahasa Ibu	6
2.3	Pengertian Desain Komunikasi dan Visual (DKV)	8
2.4	Pengertian Bahasa Sunda	9
	2.4.1 Fungsi Bahasa Sunda	10
2.5	Pengertian Kampanye	11
	2.5.1 Jenis Kampanye	11
	2.5.2 Tujuan Kampanye	12
	2.5.3 Strategi Komunikasi Kampanye	12
2.6	Pengertian Remaja	13
2.7	Pengertian Gestalt	14

### BAB III DATA DAN ANALISIS MAJALAH

3.1	Data Instansi Pemberi Proyek	15
	3.1.1 Departemen Pariwisata dan Budaya Jawa Barat	15
	3.1.2 Pemerintah Provinsi Jawa Barat	16
	3.1.3 Perusahaan Terkait	17
	3.1.3.1 Majalah Gogirl!	17
	3.1.3.2 IM3	18
3.2	Analisis Target Kampanye	18
	3.2.1 <i>Segmentasi, Targeting, Postitioning</i> (STP)	18
	3.2.1.1 Segmentasi	19
	3.2.1.2 Targeting	19
	3.2.1.3 Positioning	19
	3.2.2 SWOT	20
3.3	Karya Sejenis	21
3.4	Analisis Terhadap Permasalahan Sesuai Dengan Data dan Fakta	21
	3.4.1 Kuisisioner	22
	3.4.2 Data Wawancara	26
	3.4.3 Data Studi Literatur	27

	3.4.3.1 Internet	27
	3.4.3.2 Koran Kompas Belia	31
BAB IV	PEMECAHAN MASALAH	
4.1	Strategi	32
	4.1.1 Strategi Komunikasi	32
	4.1.2 Strategi Kreatif	33
	4.1.3 Strategi Visual	41
	4.1.3.1 <i>Font</i> Yang Digunakan	42
	4.1.3.2 Warna Yang Digunakan	42
4.2	Hasil Perancangan	43
	4.2.1 Logo Kampanye	43
	4.2.2 Poster	45
	4.2.3 <i>Website</i>	48
	4.2.4 Facebook dan Twitter	52
	4.2.5 <i>Short Message Service</i> dari <i>Provider</i>	54
	4.2.6 Iklan Majalah	56
	4.2.7 Dudu	57
	4.2.8 Gimmick Majalah	58
4.3	Penutup	61
	DAFTAR PUSTAKA	62
	DAFTAR LAMPIRAN	66
	LAMPIRAN 1 :Wawancara	67
	LAMPIRAN 2 : Kuisisioner	69
	LAMPIRAN 3 : Sketsa	71
	DATA PENULIS	
	UCAPAN TERIMA KASIH	

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Pendapat remaja putri mengenai bahasa Sunda	23
Tabel 3.2	Pendapat remaja putri mengenai seberapa seringnya mereka menggunakan bahasa Sunda dalam percakapan sehari-hari	23
Tabel 3.3	Pendapat remaja mengenai banyaknya penggunaan bahasa Sunda dalam suatu percakapan sehari-hari	24
Tabel 3.4	Pendapat remaja tentang pemicu penggunaan bahasa Sunda	25
Tabel 4.1	<i>Timeline</i> Kampanye	40

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Skema Perancangan	4
Gambar 2.1	Contoh <i>Law Of Simplicity</i>	14
Gambar 2.2	Contoh <i>Proximity</i>	
Gambar 3.1	Logo Departemen Pariwisata dan Budaya Jawa Barat	15
Gambar 3.2	Logo Pemerintah provinsi Jawa Barat	16
Gambar 3.3	Logo Gogirl!	17
Gambar 3.4	Logo IM3	18
Gambar 3.5	Kampanye mengenai bahasa Sunda oleh mahasiswa UPI	22
Gambar 3.6	Batik Tasikmalaya	30
Gambar 4.1	Penanda tahap <i>attention</i>	34
Gambar 4.2	Penanda tahap <i>interest</i>	35
Gambar 4.3	Penanda tahap <i>desire</i>	37
Gambar 4.4	Penanda tahap <i>action</i>	39
Gambar 4.5	Logo map hayu nyunda	43
Gambar 4.6	Logo Black and White hayu nyunda	45
Gambar 4.7	Logo invert hayu nyunda	45
Gambar 4.8	Poster <i>Attention</i>	46
Gambar 4.9	Poster <i>Interest</i>	47
Gambar 4.10	Poster <i>Desire</i>	47
Gambar 4.11	Poster <i>Action</i>	48
Gambar 4.12	Tampilan <i>Website</i> Tahap <i>Attention</i>	49
Gambar 4.13	Tampilan <i>Website</i> Tahap <i>Interest</i>	50
Gambar 4.14	Tampilan <i>Website</i> Tahap <i>Desire</i>	51
Gambar 4.15	Tampilan <i>Website</i> Tahap <i>Action</i>	52
Gambar 4.16	<i>Icon-Icon</i> <i>Horoscope</i>	53

Gambar 4.17	Tampilan <i>Facebook</i> Pada Tahap (1) <i>Attention</i> (2) <i>Interest</i> (3) <i>Desire</i> (4) <i>Action</i>	54
Gambar 4.18	Tampilan <i>Twitter</i> Pada Tahap (1) <i>Attention</i> (2) <i>Interest</i> (3) <i>Desire</i> (4) <i>Action</i>	55
Gambar 4.19	Contoh <i>SMS</i> dari <i>provider</i>	56
Gambar 4.20	<i>Print Ad</i> pada Tahap (1) <i>Attention</i> (2) <i>Interest</i> (3) <i>Desire</i> (4) <i>Action</i>	57
Gambar 4.21	Ambience Dudu	58
Gambar 4.22	Gimmick Kipas Tahap (1) <i>Attention</i> (2) <i>Interest</i> (3) <i>Desire</i> (4) <i>Action</i>	59
Gambar 4.23	Gimmick Selipan Buku Tahap (1) <i>Attention</i> (2) <i>Interest</i> (3) <i>Desire</i> (4) <i>Action</i>	60
Gambar 4.24	Gimmick Pin	60



## **DAFTAR LAMPIRAN**

Wawancara

Kuisisioner

Sketsa