



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL DALAM
MENINGKATKAN PENGGUNAAN BAHASA
DAERAH DI INDONESIA YANG TERANCAM PUNAH**

Laporan Tugas Akhir

Ditulis sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Desain (S.Ds.)



Nama : Cantika Augalegita Sunandar

NIM : 14120210141

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2018

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Cantika Augalegita Sunandar

NIM : 14120210141

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Universitas Multimedia Nusantara

Judul Tugas Akhir:

PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL DALAM MENINGKATKAN PENGGUNAAN BAHASA DAERAH DI INDONESIA YANG TERANCAM PUNAH

dengan ini menyatakan bahwa, laporan dan karya tugas akhir ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar sarjana, baik di Universitas Multimedia Nusantara maupun di perguruan tinggi lainnya.

Karya tulis ini bukan saduran/terjemahan, murni gagasan, rumusan dan pelaksanaan penelitian/implementasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing akademik dan nara sumber.

Demikian surat Pernyataan Originalitas ini saya buat dengan sebenarnya, apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan serta ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan

gelar (S.Ds.) yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 3 Juli 2018



Cantika Augalegita Sunandar

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL DALAM
MENINGKATKAN PENGGUNAAN BAHASA
DAERAH DI INDONESIA YANG TERANCAM PUNAH**

Oleh

Nama : Cantika Augalegita Sunandar

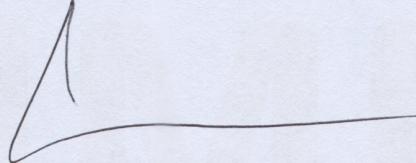
NIM : 14120210141

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

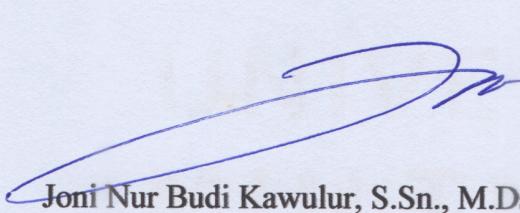
Tangerang, 16 Juli 2018

Pembimbing



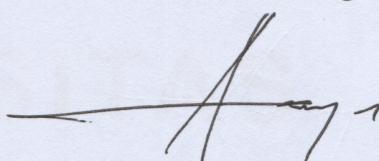
Zamzami Almakki, S.Pd., M.Ds.

Penguji



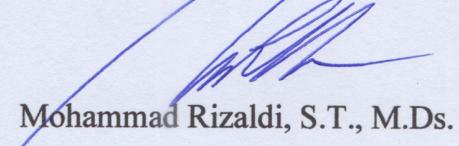
Joni Nur Budi Kawulur, S.Sn., M.Ds.

Ketua Sidang



Ardyansyah, S.Sn., M.M., M.Ds.

Ketua Program Studi



Mohammad Rizaldi, S.T., M.Ds.

KATA PENGANTAR

Terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya tugas akhir ini dapat terselesaikan. Pentingnya dilakukan penelitian ini dilakukan antara lain adalah dalam menjalankan amanah Undang- Undang No 24 Tahun 2009 dalam melestarikan budaya Indonesia, salah satunya bahasa daerah yang merupakan suatu aset kekayaan bangsa. Seiring dengan perkembangan waktu bahasa daerah semakin banyak kehilangan penuturnya. Tujuan dari penelitian ini penulis ingin mengajak kembali masyarakat untuk tetap melestarikan bahasa daerahnya masing- masing.

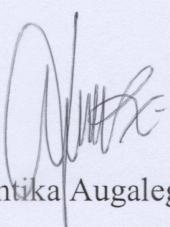
Bapak Tri dari Badan Bahasa mengatakan, "Adanya dan terjaga bahasa daerah sendiri tergantung kembali kepada sikap penuturnya." Maka dari itu, peran setiap masyarakat sangatlah penting dalam menjaga dan melestarikan salah satu aset berharga bangsa ini.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang medukung berlangsungnya penelitian ini :

1. Mohammad Rizaldi, S.T., M.Ds. selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual.
2. Zamzami Almakki, S.Pd., M.Ds. selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak membantu Penulis mulai dari awal hingga akhir proses, memberikan motivasi dan dukungan agar Penulis mampu menyelesaikan tugas akhir.
3. Joni Nur Budi Kawulur, S.Sn., M.Ds. selaku Dosen Pengaji
4. Ardyansyah, S.Sn., M.M., M.Ds. selaku Ketua Sidang

5. Bapak Tri Indira Satya selaku narasumber dari Pusat Perlindungan dan Pengembangan Badan Bahasa, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.
6. Bapak Ganjar Harimansyah selaku narasumber dari Pusat Perlindungan dan Pengembangan Badan Bahasa, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.
7. Ibu dan keluarga yang penulis telah memberikan dukungan
8. Dhiananda, Andrea, Janitia, Dira, Mentari, Min Yoongi, Aisyah, Regina, teman- teman 2k18 wisuda, dan teman - teman yang telah mendukung penulis dalam menyelesaikan tugas akhir.

Tangerang, 18 Juli 2018



Cantika Augalegita Sunandar

ABSTRAKSI

Bahasa daerah merupakan salah satu aset bangsa Indonesia. Seiring dengan berkembangnya waktu, jumlah bahasa daerah ini semakin hilang penuturnya karena beberapa faktor, diantaranya bahasa - bahasa yang semakin ditinggalkan oleh penuturnya. Sebagai warga negara Indonesia, di dalam Undang- Undang No. 24 tahun 2009 telah mengamanahkan untuk melestarikan penggunaan bahasa daerah Indonesia. Maka dari itu diperlukan sebuah perancangan kampanye sosial dalam meningkatkan penggunaan bahasa daerah di Indonesia dan mengambil fokus terhadap bahasa yang mengalami status terancam punah. Tujuan dari kampanye ini meningkatkan penggunaan bahasa daerah di Indonesia yang terancam punah. Teknik pengumpulan data pada kampanye ini menggunakan metode kualitatif dengan wawancara, dan dokumentasi. *Big idea* pada penggambaran visual kampanye yaitu ‘Ironi’ yang menggunakan baliho, *ambient media* berupa stiker, *standee*, dan media sosial.

Kata kunci : kampanye sosial, bahasa daerah, punah



ABSTRACT

Regional language is one of the assets of the Indonesian nation. Along with the development of time, the number of regional languages is increasingly lost its speakers because of several factors, including languages - languages are increasingly abandoned by speakers. As an Indonesian citizen, UU no. 24 Tahun 2009 has been mandated to preserve the use of local Indonesian language. Therefore it is necessary to design a social campaign to improve the use of regional languages in Indonesia and to focus on languages that are endangered. The purpose of this campaign is to increase the use of local languages in Indonesia that are threatened with extinction. Data collection techniques in this campaign use qualitative methods with interviews, and documentation. Big idea on the visual depiction of the campaign is 'Irony' which uses billboards, ambient media in the form of stickers, standers, and social media.

Keywords : social campaign, regional language, extinct



DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAKSI	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	3
1.3. Batasan Masalah	3
1.4. Tujuan Tugas Akhir	4
1.5. Manfaat Tugas Akhir	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1. Tinjauan Teori tentang Bahasa	5
2.1.1. Definisi Bahasa	5
2.1.2. Ciri- ciri Bahasa	5

2.1.3. Kepunahan Bahasa.....	6
2.1.3. Reitalisasai Bahasa yang Terancam Punah.....	6
2.2. Tinjauan Teori tentang Kampanye Sosial.....	7
2.2.1. Desinisi Kampanye	7
2.2.2. Jenis- jenis Kampanye.....	8
2.2.3. Model Kampanye.....	8
2.2.3. Teknik Kampanye.....	10
2.2.4. Strategi Kampanye.....	11
2.2.4. Media.....	12
2.3. Tinjauan Teori tentang Desain Komunikasi Visual.....	13
2.3.1. Teori Prinsip Desain.....	13
2.3.2. Teori tentang Warna.....	16
2.3.3. Teori tentang Tipografi.....	17
2.3.4. Teori Tata Letak atau Layout.....	18
2.3.4. Teori <i>Copywriting</i> dalam desain.....	19
2.3.4. Teori Photography.....	20
BAB III METODOLOGI.....	23
3.1. Metodologi Pengumpulan Data	23
3.1.1. Wawancara.....	23
3.1.2. Dokumentasi	34
3.2. Metodologi Perancangan	37
3.2.1. Perancangan Visual.....	37
3.2.2. Perancangan Kampanye.....	39

BAB IV PERANCANGAN DAN ANALISIS.....	41
4.1. Perancangan	41
4.1.1. <i>Insight</i>	41
4.1.2. <i>Persuassion Mapping</i>	42
4.1.3. <i>Big Idea</i>	44
4.1.4. Strategi Komunikasi.....	44
4.1.5. <i>Visual Brief Collage</i>	46
4.1.6. Konsep Perancangan.....	47
4.1.7. Strategi Perancangan.....	52
4.2. Analisis	68
4.2.1. Analisis Balihlo.....	68
4.2.2. Strategi Stiker.....	68
4.2.3. Strategi <i>Standee</i>	69
4.2.4. Strategi <i>Social Media</i>	69
BAB V PENUTUP	56
DAFTAR PUSTAKA.....	xiv

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Model Kampanye <i>Ostegard</i>	Error! Bookmark not defined.
Gambar 2.2. Gambar yang simetris <i>balance</i>	14
Gambar 2.3. Contoh prinsip penekanan.....	15
Gambar 2.4. Color spectrum.....	17
Gambar 2.5. Komposisi statis vs dinamis.....	20
Gambar 2.6. Contoh arah gerak	21
Gambar 2.7. Contoh arah gerak	22
Gambar 3.1 Penulis dan bapak Tri Indira	24
Gambar 3.2 Peta Bahasa Indonesia.....	25
Gambar 3.3 Diagram bahasa punah	Error! Bookmark not defined.
Gambar 3.4 Diagram bahasa berstatus kritis	27
Gambar 3.5 Diagram bahasa yang terancam punah.....	28
Gambar 3.6 Diagram Bahasa yang mengalami kemunduran.....	29
Gambar 3.7 Diagram bahasa stabil.....	30
Gambar 3.8 Diagram bahasa yang berstatus aman.....	31
Gambar 3.9 Penulis bersama bapak Ganjar	32
Gambar 3.10 Buku hasil terbitan Kemendikbud.....	35
Gambar 3.11 Kamus bahasa Kampang terbitan Kemendikbud	35
Gambar 3.12 <i>Standing banner</i> informasi peta bahasa daerah.....	36
Gambar 3.13 Peta bahasa daerah di Indonesia.....	37
Gambar 4.1 Pemetaan Masalah.....	42
Gambar 4.2 Pemetaan visual.....	43

Gambar 4.3 <i>Visual brief collage</i>	47
Gambar 4.4 <i>Color pallete</i>	48
Gambar 4.5 <i>Typeface Segoe UI</i>	49
Gambar 4.6 <i>Typeface Sitka Banner</i>	49
Gambar 4.7 Logo Abadi	50
Gambar 4.8 Sketsa visual pertama.....	52
Gambar 4.9 Visual pertama yang mengalami revisi.....	53
Gambar 4.10 Visual pertama	54
Gambar 4.11 Sketsa visual kedua	55
Gambar 4.12 Visual kedua baju adat laki- laki.....	56
Gambar 4.12 Visual kedua baju adat perempuan	56
Gambar 4.14 Sketsa visual ketiga.....	Error! Bookmark not defined. 57
Gambar 4.15 Visual ketiga	58
Gambar 4.16 Visual 1 Baliho.....	59
Gambar 4.17 Visual 2 pada media stiker	60
Gambar 4.18 Visual 3 <i>standee</i>	61
Gambar 4.19 Visual 1 <i>posting-an instagram</i>	62
Gambar 4.20 Visual 2 <i>posting-an instagram</i>	63
Gambar 4.21 Visual 3 <i>posting-an instagram</i>	64
Gambar 4.22 Contoh permainan pada <i>posting-an instagram</i>	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4.23 <i>Merchandise t-shirt</i> dalam bahasa Wolio.....	Error! Bookmark not defined. 6

Gambar 4.24 Merchandise totebag dalam bahasa Wolio.....	Error! Bookmark not defined.	7
Gambar 4.25 Visual postingan instagram media sekunder.....		70
Gambar 4.26 Logo kampanye Abadi.....		70



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Tahap AISAS	45
Tabel 4.2. <i>Budgeting</i>	70
Tabel 4.3. <i>Media Plan</i>	71



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A: KARTU BIMBINGAN.....	xii
LAMPIRAN B: SKETSA VISUAL.....	xv
LAMPIRAN C: WAWANCARA PENUTUR.....	xx
LAMPIRAN D: BOOTH.....	xxi

