



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, 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.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan penulis, salah satu penyebab semakin berkurangnya kemampuan berbahasa Teochew pada anak Teochew di Pontianak adalah kurang pedulinya generasi muda akan pentingnya meneruskan bahasa Teochew kepada generasi selanjutnya. Jika dibiarkan, tentu saja bahasa Teochew yang merupakan salah satu kebudayaan di Indonesia akan segera menghilang. Oleh sebab itu dirancang sebuah kampanye sosial yang dapat mengingatkan kembali akan pentingnya melestarikan bahasa Teochew dengan meneruskannya kepada generasi selanjutnya.

Dalam mengumpulkan data untuk kampanye ini, digunakan metode penelitian kombinasi kualitatif dan kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuisioner dan wawancara mendalam kepada narasumber ahli maupun awam. Metode perancangan yang digunakan adalah metode perancangan oleh Robin Landa yang mencakup *orientation, analysis, conception, design, dan implementation*.

Kampanye yang memiliki target orang tua muda dan calon orang tua Teochew di Pontianak ini menggunakan pendekatan emosional dan kekeluargaan. Kampanye ini memberikan pesan menyayangi keluarga dengan meneruskan bahasa Teochew. Pesan ini sesuai dengan nilai-nilai yang dianut oleh orang Teochew di

Pontianak yang nilai kekeluargaannya masih sangat tinggi dengan keinginan untuk dapat berbakti kepada orang tua.

Pemilihan media dan strateginya juga disesuaikan dengan target kampanye yang adalah generasi milenial. Media yang dipilih adalah media-media *online* yang sering diakses oleh target kampanye, yaitu media sosial Facebook dan Instagram, *website*, stiker whatsapp dan stiker line. Selain itu juga didukung dengan *merchandise* untuk mengingatkan terus mengenai kampanye ini. Strategi media yang digunakan juga strategi yang sesuai dengan target kampanye, yaitu AISAS yang melibatkan peran serta dari target kampanye secara aktif.

Kampanye sosial pelestarian Bahasa Teochew ini dirancang sedemikian rupa sehingga sesuai dengan tujuannya dan menjawab rumusan masalah, yaitu dapat mengingatkan generasi muda Teochew di Pontianak akan pentingnya untuk melestarikan dan meneruskan bahasa Teochew ini ke generasi-generasi selanjutnya.

5.2. Saran

Dalam merancang kampanye yang baik, perlu dilakukan riset mendalam terhadap masalah dan target dari kampanye. Hal ini dapat membantu dalam menentukan pesan kampanye yang paling tepat bagi kampanye tersebut. Pengenalan mendalam terhadap topik dan target kampanye juga sangat membantu apabila terjadi perubahan fokus atau pesan kampanye.

Topik bahasa di Indonesia masih sangat mungkin untuk dieksplorasi lebih jauh, terutama bahasa-bahasa daerah yang sudah mulai terlupakan atau tidak

populer. Penelitian selanjutnya mungkin dapat membuat perancangan serupa untuk bahasa-bahasa lain yang mulai ditinggalkan. Perancangan lain juga mungkin untuk dilakukan, seperti pendokumentasian bahasa ke dalam buku atau media lain, mempromosikan bahasa, atau perancangan aplikasi atau media interaktif lain dalam pembelajaran bahasa.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA