

ABSTRAK

Penelitian ini membahas Kampanye Gerakan Sejuta Data Budaya sebagai bentuk perlindungan hukum terhadap kekayaan budaya Indonesia. Gerakan Sejuta Data Budaya merupakan kampanye yang dibuat oleh Yayasan Sobat Budaya sebagai media informasi kekayaan budaya Indonesia dan menghindari klaim oleh pihak asing. Dalam hal ini, penulis meneliti strategi Kampanye Gerakan Sejuta Data Budaya untuk remaja di Kota Bandung dengan menggunakan teori kampanye. Dari hasil analisis data, dibutuhkan strategi khusus untuk menarik minat remaja agar berpartisipasi dalam Kampanye Gerakan Sejuta Data Budaya. Penulis memilih Event sebagai media utama, karena dalam sebuah event akan terjadi komunikasi dua arah yang akan mempengaruhi aspek pengetahuan, sikap dan ketrampilan. Tujuan penelitian ini memancing ketertarikan remaja sehingga proses kampanye akan berjalan dengan baik sesuai target, yaitu mendaftarkan sejuta data budaya Indonesia sebagai kekayaan intelektual milik Bangsa Indonesia.

Kata Kunci: *Gerakan Sejuta Data Budaya, Event, Remaja*