



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.

PERANCANGAN VISUAL *COMMERCIAL CAMPAIGN*

BARONGSAI OLEH KONG ZI MIAO INDONESIA

Laporan Tugas Akhir

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



Nama : Angelia Andriani
NIM : 12120210154
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni & Desain

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2016

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Angelia Andriani
NIM : 12120210154
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni & Desain
Universitas Multimedia Nusantara
Judul Tugas Akhir :
**PERANCANGAN VISUAL COMMERCIAL CAMPAIGN
BARONGSAI OLEH KONG ZI MIAO INDONESIA**

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.

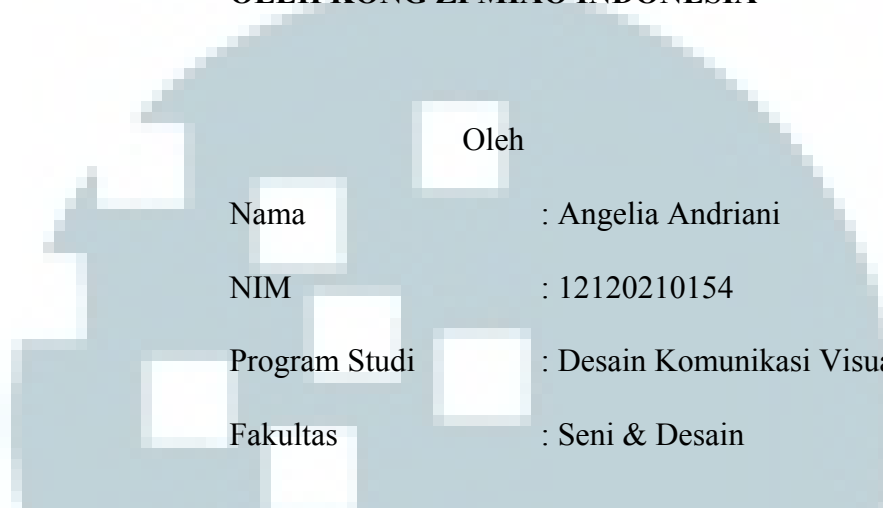
Karya tulis ini bukan terjemahan, murni gagasan, rumusan, dan pelaksanaan penelitian penulis sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing akademik dan narasumber.

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, 5 Juni 2016

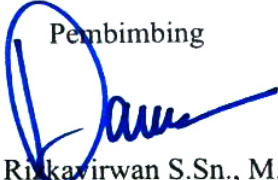

Angelia Andriani

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR
PERANCANGAN VISUAL *COMMERCIAL CAMPAIGN* BARONGSAI
OLEH KONG ZI MIAO INDONESIA



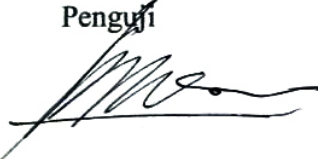
Tangerang, 22 Juni 2016

Pembimbing



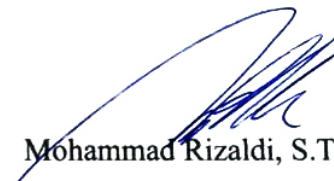
Darfi Rikavirwan S.Sn., M.Ds.

Penguji



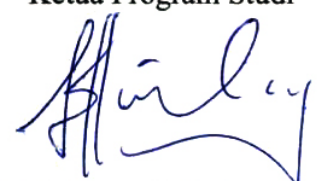
Gideon Kamang F., S.T., M.Ds.

Ketua Sidang



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

Ketua Program Studi



Yusup Sigit Martyastiadi, S.T., M.Inf.Tech.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan anugerah-Nya sehingga tugas akhir berjudul “Perancangan Visual *Commercial Campaign* Barongsai oleh Kong Zi Miao” ini dapat terselesaikan dengan baik.

Laporan tugas akhir ini disusun sebagai syarat kelulusan S1 Desain Komunikasi Visual Universitas Multimedia Nusantara dan memperoleh gelar Sarjana Desain (S.Ds.). Laporan ini dikerjakan dengan berdasarkan hasil penelitian lapangan yang dilakukan oleh penulis secara langsung, juga dianalisis dengan pengetahuan teori dan pemahaman yang diperoleh penulis pada bangku kuliah, serta menggunakan beberapa acuan teori dan konsep dari ahli.

Ucapan terima kasih penulis ucapkan kepada orang-orang yang telah banyak memberikan bantuan dalam proses tugas akhir ini, antara lain:

1. Bapak Yusup S. Martyastiadi, S.T., M.Inf.Tech., selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Darfi Rizkavirwan, S.Sn., M.Ds., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan dalam pengerjaan tugas akhir ini.
3. Raga Putra yang bersedia membantu penelitian dengan menjadi narasumber dan memberikan informasi.

4. Orang tua dan keluarga penulis yang selalu setia memberikan motivasi dan dukungan.
5. Dennis Reynaldo, Evianna Grace Kurnia, Melisa Wijaya, Angela Andriani, Cynthia Tirta, Angelia Jingga, Dessy Angelia, Meilisa Tansil, Cindy Rostandy, Verdy Susanto, Willy Janitra, Felix Tamin, Christian Pranata, Herikson, Tatang Wijaya, Calvin Adria, Michael Parulian, Edho Yoko, dan teman-teman lain yang selalu setia memberikan dukungan dan doa bagi penulis dalam pengerjaan tugas akhir.
6. Berbagai pihak lainnya yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung selama proses pengerjaan tugas akhir ini.

Dengan segala keterbatasan yang ada, penulis menyadari bahwa laporan ini masih memiliki banyak kekurangan dan jauh dari sempurna. Oleh karena itu, masukan dan kritik yang membangun sangat diharapkan dari berbagai pihak guna penelitian yang lebih baik lagi. Besar harapan penulis bahwa laporan ini dapat memberikan banyak manfaat dan pengetahuan bagi semua pihak.

Tangerang, 5 Juni 2016



Angelia Andriani

ABSTRAK

Indonesia merupakan Negara yang kaya akan suku, budaya, dan tradisi. Salah satunya adalah tradisi barongsai yang dibawa oleh etnis Tionghoa. Barongsai merupakan salah satu tradisi di Indonesia yang patut dibanggakan, namun saat ini tradisi ini terancam punah. Remaja jaman sekarang ini tidak memiliki minat untuk ikut bermain barongsai karena dianggap ketinggalan jaman dan memalukan. Paradigma ini termasuk salah satu hasil dari banyaknya budaya modern yang masuk ke Indonesia, khususnya kota besar seperti Jakarta dan Tangerang, yang kemudian mempengaruhi pola pikir masyarakat. Akibat dari isu ini mulai dirasakan oleh tempat pelatihan barongsai Kong Zi Miao Indonesia yang mengalami penurunan anggota. Perancangan visual *commercial campaign* ini bertujuan untuk meningkatkan minat remaja untuk ikut dalam kegiatan barongsai agar tradisi ini dapat tetap terpelihara, ditujukan terutama untuk remaja berusia 15-18 tahun di Tangerang. Perancangan ini didukung dengan beberapa metode pengumpulan data untuk mendapatkan hasil yang maksimal, antara lain wawancara, observasi, dan studi literatur.

Kata kunci: Tradisi, barongsai, komersil, kampanye, remaja, desain.

ABSTRACT

Indonesia is very rich of ethnic, culture, and tradition. One of the tradition is lion dance which was brought by the Tionghoa ethnic. Lion dance is one of the prestigious tradition in Indonesia which is worth to be proud of, but unfortunately, it is threatened to be extinct. Adolescents today do not have interest to be part of the lion dance because they assume it as an old style and embarrassing activity. This negative paradigm is as the result of the bunch of modern cultures coming into Indonesia, especially the metropolis cities like Jakarta and Tangerang, which then influenced the mindser of the people. The effect of this issue is starting to be perceived by Kong Zi Miao as a lion dance training school. Kong Zi Miao is dacing with decreasing amount of the members. This commercial campaign visual project is aiming to increase the adolescents' interest to be involved in practicing lion dance, so that this tradition will stay forever. This project is addressed to the 15-18 years old adolescents living in Tangerang. this project is also supported by several collecting data methods for the maximum result, those are interview, observation, and study of literature.

Key words: Tradition, lion dance, commercial, campaign, adolescent, design.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Batasan Masalah.....	4
1.4. Tujuan Tugas Akhir.....	5
1.5. Manfaat Tugas Akhir.....	5
1.6. Metode Pengumpulan Data.....	5
1.7. Metode Perancangan.....	7

1.8. Skematika Perancangan.....	9
BAB II LANDASAN TEORI.....	10
2.1. Kampanye.....	10
2.1.1. Tujuan Kampanye.....	10
2.1.2. Jenis-jenis Kampanye.....	11
2.1.3. Model Kampanye.....	12
2.1.4. Teknik Kampanye.....	14
2.1.5. Komponen Kampanye.....	15
2.2. Proses Pemasaran.....	19
2.3. Promosi.....	22
2.3.1. Analisis dan Strategi Promosi.....	22
2.4. Konsumen.....	23
2.4.1. Pengambilan Keputusan Konsumen.....	23
2.4.2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	24
2.5. Komunikasi.....	25
2.5.1. Metode Komunikasi.....	25
2.6. Barongsai.....	26

2.6.1. Benefit Barongsai.....	28
2.6.1.1. Benefit Tradisi.....	28
2.6.1.2. Benefit Fisik.....	29
2.7. Tipografi.....	29
2.7.1. Klasifikasi <i>Typeface</i>	29
2.8. <i>Layout</i>	33
2.9. <i>Grid</i>	36
2.10. Psikologi Warna.....	39
2.12. Fotografi.....	41
2.1.4. Ilustrasi.....	41
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	45
3.1. Gambaran Umum.....	45
3.2. Data Penelitian.....	46
3.2.1. Profil Kong Zi Miao.....	46
3.2.2. Wawancara.....	49
3.2.3. <i>Focus Group Discussion</i>	54
3.2.4. Observasi.....	60

3.3. <i>Segmenting</i>	65
3.4. <i>Targetting</i>	65
3.5. <i>Positioning</i>	66
3.6. Kompetitor.....	66
3.7. Studi Eksisting.....	67
3.7.1. Kesimpulan Studi Eksisting.....	70
BAB IV PERANCANGAN	73
4.1. Konsep Perancangan.....	72
4.2. Tujuan Perancangan.....	72
4.3. Strategi Kampanye.....	72
4.3.1. Konsep Pesan Kampanye.....	72
4.3.2. Teknik Kampanye.....	74
4.3.3. Metode Komunikasi Kampanye.....	75
4.3.4. Jenis Kampanye.....	75
4.3.5. Model Perancangan Kampanye.....	75
4.3.6. Komponen Kampanye.....	76
4.3.7. Ide Kreatif.....	76

4.3.8. Media Kampanye.....	78
4.3.9. AIDA	78
4.3.10. SWOT.....	80
4.4. Strategi Perancangan.....	81
4.4.1. Ilustrasi Visual.....	81
4.4.2. <i>Layout</i>	87
4.4.3. Warna.....	87
4.4.4. Tipografi.....	88
4.4.5. Strategi Media Sosial.....	88
4.5. Aplikasi Media.....	90
4.5.1. Poster Media Sosial.....	90
4.5.2. Poster	92
4.5.3. Web.....	94
4.5.4. Iklan Tangga Sekolah.....	94
4.5.5. Iklan Meja Kantin.....	95
4.5.6. Pin.....	96
4.5.7. Mug.....	96

4.5.8. <i>String Bag</i>	97
4.5.9. Memo.....	98
4.5.10. Agenda.....	98
4.5.11. Pembatas Buku.....	99
4.5.12. <i>X-Banner</i>	100
4.6. <i>Timeline</i>	100
4.7. <i>Budgetting</i>	101
BAB V PENUTUP	102
5.1. Kesimpulan.....	102
5.2. Saran.....	103
DAFTAR PUSTAKA	xx
SUMBER LAIN	xxiii
LAMPIRAN	xxv

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Contoh Media ATL.....	16
Gambar 2.2. Contoh Media BTL.....	17
Gambar 2.3. <i>Typeface Old Style</i>	30
Gambar 2.4. <i>Typeface Italic</i>	31
Gambar 2.5. <i>Typeface Transitional</i>	31
Gambar 2.6. <i>Typeface Modern</i>	32
Gambar 2.7. <i>Typeface Egyptian</i>	32
Gambar 2.8. <i>Typeface Sans Serif</i>	32
Gambar 2.9. <i>Mondrian Layout</i>	33
Gambar 2.10. <i>Multipanel Layout</i>	34
Gambar 2.11. <i>Picture Window Layout</i>	34
Gambar 2.12. <i>Copy Heavy Layout</i>	34
Gambar 2.13. <i>Silhouette Layout</i>	35
Gambar 2.14. <i>Big Type Layout</i>	35
Gambar 2.15. <i>Circus Layout</i>	36
Gambar 2.16. <i>Alphabet Inspired Layout</i>	36

Gambar 2.17. <i>Single Column Grid</i>	37
Gambar 2.18. <i>Two Column Grid</i>	37
Gambar 2.19. <i>Multicolumn Grid</i>	38
Gambar 2.20. <i>Modular Grid</i>	38
Gambar 2.21. <i>Hierarchical Grid</i>	39
Gambar 2.22. Ilustrasi Manual.....	42
Gambar 2.23. Ilustrasi Digital.....	43
Gambar 2.24. Ilustrasi <i>Photomontage</i>	43
Gambar 2.25. Ilustrasi <i>Collage</i>	44
Gambar 2.26. Ilustrasi <i>Mixed Media</i>	44
Gambar 3.1. Lokasi Pelatihan Kong Zi Miao.....	47
Gambar 3.2. Foto Bersama Narasumber.....	52
Gambar 3.3. Kegiatan <i>Focus Group Discussion</i>	60
Gambar 3.4. Penulis Dalam Mengikuti Proses Pelatihan.....	63
Gambar 3.5. Proses Pelatihan di Kong Zi Miao.....	64
Gambar 3.6. Proses Pelatihan Barongsai.....	64
Gambar 3.7. Proses Pelatihan Musik.....	64

Gambar 3.8. Kampanye Nike.....	67
Gambar 3.9. Kampanye Crusoe.....	68
Gambar 3.10. Kampanye Volvo.....	69
Gambar 3.11. Kampanye Mitsubishi.....	70
Gambar 4.1. <i>Mindmapping</i>	73
Gambar 4.2. <i>Brainstorming</i> Pesan Kampanye	74
Gambar 4.3. <i>Brainstorming</i> Ide Visual.....	77
Gambar 4.4. Ide-ide Kreatif.....	78
Gambar 4.5. Ilustrasi 1.....	82
Gambar 4.6. Ilustrasi 2.....	84
Gambar 4.7. Ilustrasi 3.....	86
Gambar 4.8. Warna.....	88
Gambar 4.9. <i>Font</i> Roboto.....	88
Gambar 4.10. Tiga Versi Poster Media Sosial.....	91
Gambar 4.11. Tampilan Poster Keseluruhan pada <i>Instagram</i>	92
Gambar 4.12. Tiga Versi Poster.....	93
Gambar 4.13. Tampilan <i>Website</i>	94

Gambar 4.14. Iklan Tangga.....	95
Gambar 4.15. Iklan Meja Kantin.....	95
Gambar 4.16. Aplikasi Iklan Meja Kantin.....	96
Gambar 4.17. Pin.....	96
Gambar 4.18. Mug.....	97
Gambar 4.19. <i>String Bag</i>	97
Gambar 4.20. <i>Memo Book</i>	98
Gambar 4.21. Agenda.....	98
Gambar 4.22. Pembatas Buku.....	99
Gambar 4.23. <i>X-Banner</i>	100

UMN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Tabel Perbandingan.....	61
Tabel 3.2. Tabel Kompetitor.....	66
Tabel 4.1. <i>Timeline</i> Kampanye.....	100
Tabel 4.2. <i>Budgetting</i> Kampanye.....	101

UMN

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1. Skematika Perancangan.....	9
Bagan 4.1. Proses Visual 1	83
Bagan 4.2. Proses Visual 2	85
Bagan 4.3. Proses Visual 3	87

UMN