



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 PROMOSI BANGUNAN CAGAR
BUDAYA CANDRA NAYA**

Laporan Tugas Akhir

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



Nama : Lydia Edwina Hutami
NIM : 14120210171
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 : Lydia Edwina Hutami

NIM : 14120210171

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Universitas Multimedia Nusantara

Judul Tugas Akhir:

PERANCANGAN PROMOSI BANGUNAN CAGAR BUDAYA

CANDRA NAYA

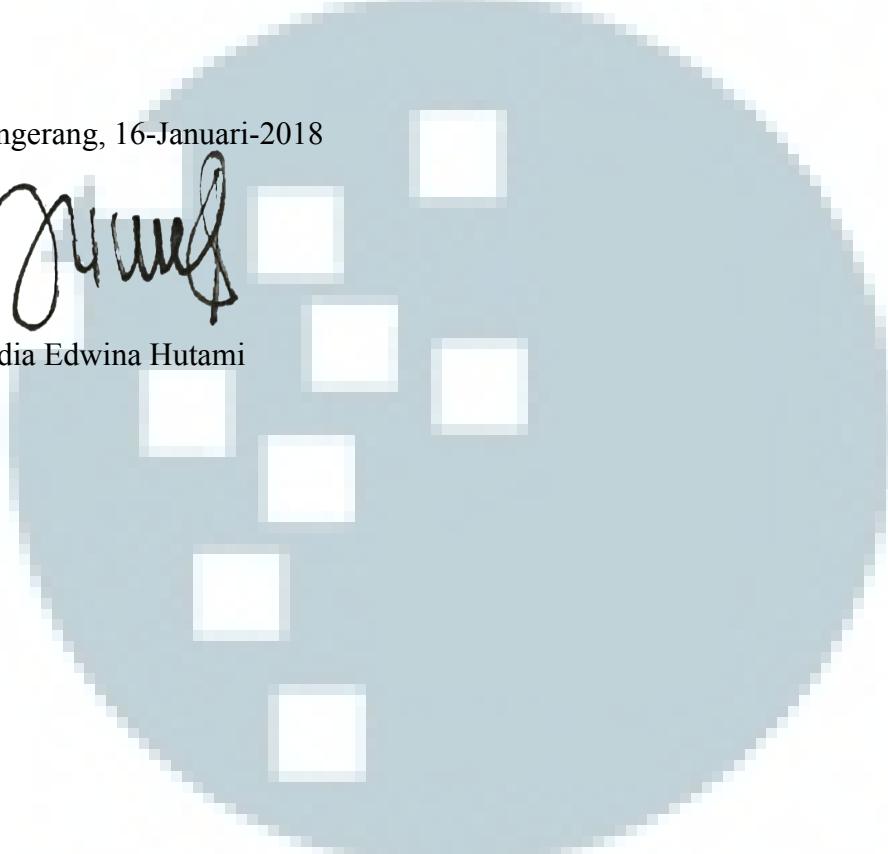
dengan ini menyatakan bahwa, laporan dan karya tugas akhir ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar sarjana, baik di Universitas Multimedia Nusantara maupun di perguruan tinggi lainnya.

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.

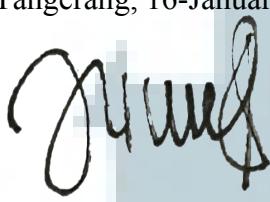
Demikian surat Pernyataan Originalitas ini saya buat dengan sebenarnya, apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan serta ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan

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

Tangerang, 16-Januari-2018



A circular area with a light blue background, containing several white square pixels. A handwritten signature is visible on the left side of this circle.



Lydia Edwina Hutami



HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

PERANCANGAN PROMOSI BANGUNAN CAGAR BUDAYA

CANDRA NAYA

Oleh

Nama : Lydia Edwina Hutami

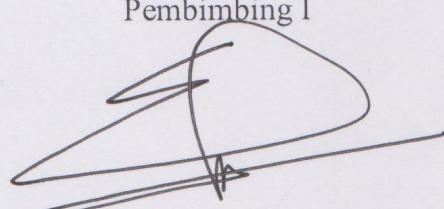
NIM : 14120210171

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

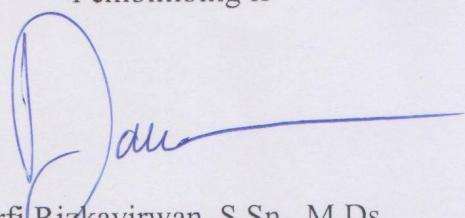
Tangerang, 26 Januari 2018

Pembimbing I



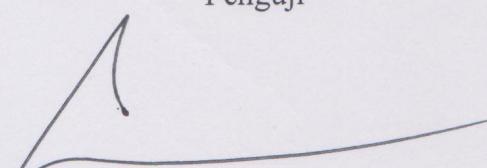
Michelle Elise Lapian, S.Sn., M.M., M.Ds.

Pembimbing II



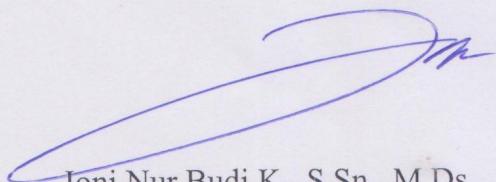
Darfi Rizkavirwan, S.Sn., M.Ds.

Pengaji



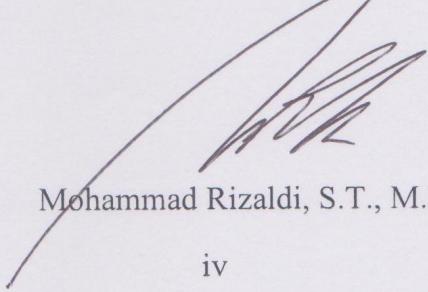
Zamzami Almakki, S.Pd., M.Ds.

Ketua Sidang



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

Ketua Program Studi



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

KATA PENGANTAR

Dengan mengenali sejarah, kita belajar untuk jatuh cinta. Itulah kata mutiara yang disampaikan oleh Kuntowijoyo seorang penulis asal Indonesia. Kalimat tersebut menyadarkan penulis bahwa sebuah sejarah sesungguhnya merupakan hal yang menarik untuk diketahui sehingga kita dapat lebih mengenal dan mencintai sesuatu hal atau objek yang memiliki cerita didalamnya. Sebelumnya saya ingin berterima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa karena telah menuntun saya ke sebuah cagar budaya Candra Naya. Dimana kisah dibalik bangunan tersebut rupanya dapat menambah wawasan kita mengenai kehidupan di Batavia pada masanya.

Sejarah yang dimiliki oleh cagar budaya Candra Naya menarik perhatian penulis untuk membagikannya kepada orang lain. Hal ini disebabkan juga oleh kesadaran penulis bahwa masih banyaknya masyarakat yang tidak mengenal apa itu cagar budaya Candra Naya. Hal ini sangat disayangkan juga karena sepinya pengunjung cagar budaya Candra Naya walaupun lokasinya berdekatan dengan lokasi wisata lain seperti Glodok dan Kota Tua. Penulis memaklumi karena lokasi cagar budaya Candra Naya memang dikatakan tersembunyi maka penulis mengambil kesempatan ini untuk dapat membantu mempromosikan cagar budaya Candra Naya kepada masyarakat terutama masyarakat Jakarta.

Selama proses perancangan promosi yang telah penulis lakukan, penulis menyadari bahwa untuk memperkenalkan sebuah cagar budaya Candra Naya bukanlah suatu hal yang mudah. Segala bentuk tahap perancangan harus dilalui guna menjadikan promosi ini menjadi tepat sasaran. Dengan adanya Tugas Akhir

ini, penulis mengharapkan laporan ini dapat digunakan sebagai pegangan baru bagi siapapun yang ingin melakukan perancangan serupa.

Selama proses perancangan promosi berlangsung, penulis tak lupa untuk berterima kasih kepada pihak – pihak yang telah membantu penulis dalam berbagai hal. Pihak – pihak tersebut antara lain:

1. Mohammad Rizaldi, S.T., M.Ds. selaku ketua program studi yang telah memberikan penulis kesempatan untuk menyelesaikan tugas akhir saya.
2. Michelle E. Lapian, S.Sn, M.M., M.Ds. dan Bapak Darfi Rizkavirwan S.Sn., M.Ds., selaku dosen pembimbing TA penulis yang telah membantu penulis dalam memberikan saran dan arahan dalam proses perancangan tugas akhir ini.
3. Vivi selaku narasumber dari pihak PT. Modernland Tbk yang telah membantu penulis dalam memberikan kesempatan dan izin selama proses perancangan ini berlangsung.
4. Naniek Widayati Dr., Ir., M.T., selaku narasumber dari pihak tim pelestarian cagar budaya Candra Naya yang telah membantu penulis dalam memberikan izin dan kesempatan serta memberikan informasi lebih mengenai cagar budaya Candra Naya.
5. Errend Cavalera yang telah mendukung dan membantu menemani penulis dari awal hingga akhir, serta teman – teman lainnya yang telah mendukung penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

6. Orang tua penulis yang telah memberikan doa dan semangat untuk penulis sehingga tugas akhir ini dapat selesai tepat waktu.
7. Pihak – pihak lain yang tak dapat penulis sebut secara satu persatu yang telah membantu penulis dalam memberikan semangat dan kelancaran sehingga tugas akhir ini dapat berjalan dengan baik.

Tangerang, 16-Januari-2018

Lydia Edwina Hutami

UMN

ABSTRAKSI

Candra Naya merupakan nama sebuah cagar budaya yang ada di Jakarta. Cagar budaya Candra Naya merupakan sebuah rumah peninggalan milik mayor Tionghoa terakhir di Batavia bernama Khouw Kim An. Perancangan promosi cagar budaya Candra Naya bertujuan untuk meningkatkan kepedulian generasi muda dalam melestarikan cagar budaya serta mendukung jalannya projek bisnis Herritage Walk. Dimana perancangan promosi ini ditujukan kepada masyarakat generasi muda khususnya masyarakat yang tinggal di Jakarta. Laporan ini membahas bagaimana cara memperkenalkan bangunan Candra Naya melalui sebuah promosi dimana digunakan metode kualitatif dan kuantitatif dalam proses pengumpulan data dan dilanjutkan dengan perancangan visual promosi untuk ditempatkan kedalam berbagai media promosi.

Kata kunci : Promosi, Desain, Bangunan, Sejarah.



ABSTRACT

Candra Naya is the name of a cultural heritage in Jakarta. Candra Naya cultural heritage is a house belonging to the last major Chinese in Batavia named Khouw Kim An. The design of Candra Naya cultural heritage promotion aims to raise awareness of young generation in preserving the cultural heritage as well as supporting the business of Herritage Walk business. Where the design of this promotion is aimed at the younger generation community, especially people living in Jakarta. This report discusses how to introduce the Candra Naya building through a promotion where qualitative and quantitative methods are used in the data collection process and continued by designing a visual promotion to be placed into various promotional media.

Keywords: *Promotion, Design, Building, History.*



DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	II
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	IV
NAMA DAN GELAR DOSEN	IV
KATA PENGANTAR.....	IV
ABSTRAKSI	VIII
ABSTRACT	IX
DAFTAR ISI	X
DAFTAR GAMBAR.....	XII
DAFTAR LAMPIRAN.....	XVII
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
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Komunikasi	7
2.1.1. Komunikasi Pemasaran.....	7
2.1.2. Desain Komunikasi Visual	7

2.2.	Promosi	9
2.2.1.	Iklan	11
2.2.2.	Jenis – Jenis Promosi	13
2.2.3.	Pesan	14
2.2.4.	Jenis Media Promosi	16
2.3.	Layout	20
2.4.	Tipografi	23
2.5.	Fotografi	24
2.5.1.	Fotografi Iklan	26
BAB III METODOLOGI.....		29
3.1.	Metodologi Pengumpulan Data	29
3.1.1.	Kuesioner	29
3.1.2.	Observasi.....	32
3.1.3.	Wawancara.....	32
3.1.4.	Dokumen.....	33
3.1.5.	Studi Pustaka.....	33
3.2.	Analisis Data.....	33
3.2.1.	Gambaran Umum.....	33
3.2.2.	Analisis Hasil Kuesioner.....	37
3.2.3.	Analisis Hasil Observasi	42
3.2.4.	Analisis Hasil Wawancara	51
3.3.	Metode Perancangan.....	55
3.3.1.	Orientasi	55

3.3.2.	Analisis	56
3.3.3.	Konsep Kreatif.....	56
3.3.4.	Desain	57
3.4.5.	Implementasi.....	58
BAB IV PERANCANGAN DAN ANALISIS		59
4.1.	Perancangan	59
4.2.	Analisis Perancangan.....	60
4.2.1.	Analisis Media	60
4.2.2.	Konsep Kreatif.....	67
4.2.3.	Desain	78
4.2.4.	Implementasi.....	103
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		104
5.1.	Kesimpulan	104
5.2.	Saran	104
DAFTAR PUSTAKA.....		XIV



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1. Poster.....	17
Gambar 2. 2. Media Sosial.....	18
Gambar 2. 3. Web Banner.....	18
Gambar 2. 4. Billboard dan Baliho.....	19
Gambar 2. 5. Brosur.....	20
Gambar 2. 6. Single column	21
Gambar 2. 7. Multiple column	22
Gambar 2. 8. Modular grid	22
Gambar 2. 9. Rule of third	25
Gambar 2. 10. Rule of Third.....	26
Gambar 2. 11. Soft sell	27
Gambar 2. 12. Hard sell	27
Gambar 3. 1. Rumus Slovin.....	30
Gambar 3. 2. Logo PSCN	35
Gambar 3. 3. Foto bangunan Candra Naya.....	36
Gambar 3. 4. Hasil kuesioner.....	37
Gambar 3. 5. Hasil kuesioner.....	38
Gambar 3. 6. Hasil kuesioner.....	39
Gambar 3. 7. Hasil kuesioner.....	40
Gambar 3. 8. Hasill kuesioner.....	41
Gambar 3. 9. Hasil kuesioner.....	41
Gambar 3. 10. Observasi perjalanan.....	43

Gambar 3. 11. Observasi perjalanan	43
Gambar 3. 12. Observasi lokasi	44
Gambar 3. 13. Observasi halaman samping.....	45
Gambar 3. 14. Observasi halaman depan.....	45
Gambar 3. 15. Gedung parkir	46
Gambar 3. 16 ATM Center	46
Gambar 3. 17. Toilet	47
Gambar 3. 18. tampak depan	47
Gambar 3. 19. pintu depan.....	48
Gambar 3. 20. lobby utama.....	48
Gambar 3. 21. ruang samping	49
Gambar 3. 22. ruang doa.....	49
Gambar 3. 23. desain atap.....	50
Gambar 3. 24. ukiran khas	50
Gambar 3. 25. Foto bersama ibu Vivi.....	51
Gambar 3. 26. Poster Pameran.....	53
Gambar 3. 27. Foto bersama ibu Naniek	54
Gambar 4. 1. Tampilan perancangan layout.....	60
Gambar 4. 2. Perbandingan.....	61
Gambar 4. 3. Aktivitas target.....	62
Gambar 4. 4. Mindmapping	68
Gambar 4. 5. Tionghoa	69
Gambar 4. 6. Geometris	69

Gambar 4. 7. Minimalis	70
Gambar 4. 8. Elemen di Candra Naya	71
Gambar 4. 9. Gagang Pintu.....	72
Gambar 4. 10. Pa Kua	72
Gambar 4. 11. List copywrite	75
Gambar 4. 12. Moodboard	79
Gambar 4. 13. Sketsa frame	80
Gambar 4. 14. Edit pertama	81
Gambar 4. 15. Sketsa digital pertama	82
Gambar 4. 16. Sketsa digital kedua	83
Gambar 4. 17. Sketsa digital ketiga	84
Gambar 4. 18. Sketsa digital keempat	85
Gambar 4. 19. Sketsa digital gabungan	86
Gambar 4. 20. Palette color.....	87
Gambar 4. 21. Perubahan warna	89
Gambar 4. 22. Konsep cerita.....	90
Gambar 4. 23. Sketsa Angle	91
Gambar 4. 24. Foto Rule of Third.....	92
Gambar 4. 25. Contoh edit	93
Gambar 4. 26. Final look	94
Gambar 4. 27. Frame setengah	95
Gambar 4. 28. Frame seperempat	95
Gambar 4. 29. Mockup Instagram	97

Gambar 4. 30. Mockup facebook.....	97
Gambar 4. 31. Mockup youtube home web banner	98
Gambar 4. 32. Mockup youtube web banner.....	98
Gambar 4. 33. Mockup kompas web banner	99
Gambar 4. 34. Mockup detik web banner.....	99
Gambar 4. 35. mockup modernland web banner	100
Gambar 4. 36. Mockup LINE chat poster.....	100
Gambar 4. 37. 6 desain Billboard	101
Gambar 4. 38. Brosur sisi depan.....	101
Gambar 4. 39. Brosur sisi belakang.....	102
Gambar 4. 40. Totebag.....	102
Gambar 4. 41. Gantungan kunci	102
Gambar 4. 42. Bolpoint.....	103



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A: LEMBAR BIMBINGAN.....	XVI
LAMPIRAN B: LEMBAR BIMBINGAN SPESIALIS.....	XIX
LAMPIRAN C: PROGRESS.....	XXI

UMN