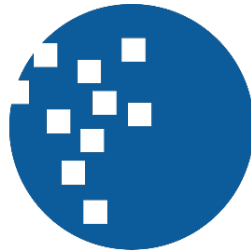


PERANCANGAN KAMPANYE MENOLAK MENONTON

FILM BAJAKAN MELALUI SITUS STREAMING



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN TUGAS AKHIR

Vellyn Laurentcia
0000026678

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

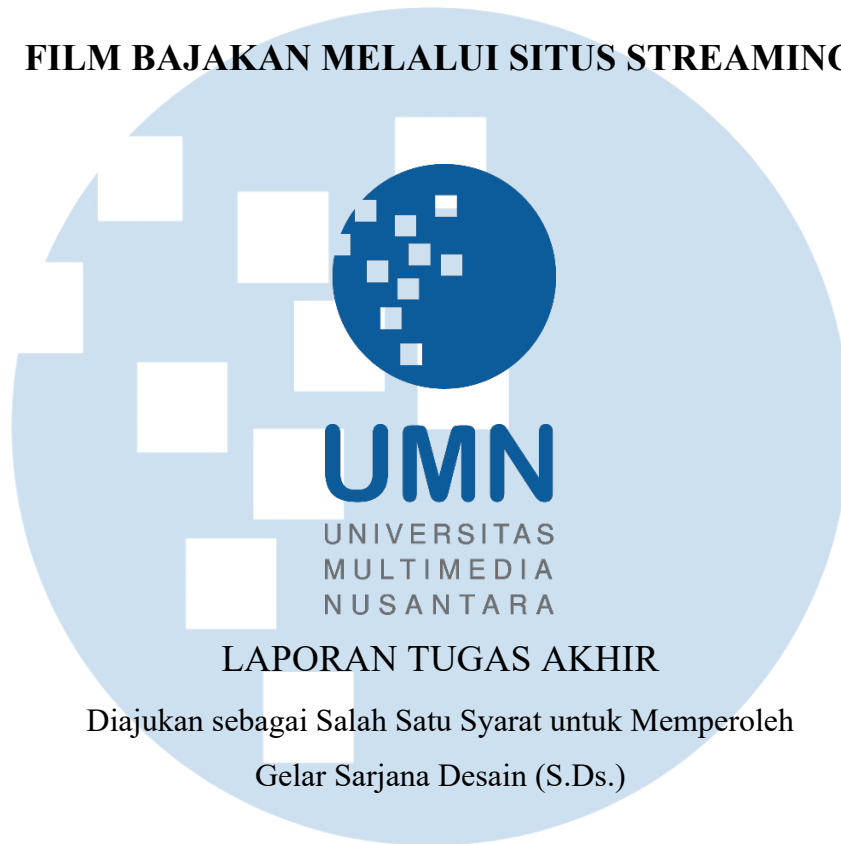
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2022

PERANCANGAN KAMPANYE MENOLAK MENONTON

FILM BAJAKAN MELALUI SITUS STREAMING



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Desain (S.Ds.)

Vellyn Laurentcia

0000026678

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2022

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Vellyn Laurentcia
Nomor Induk Mahasiswa : 00000026678
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Tugas Akhir dengan judul:

PERANCANGAN KAMPANYE MENOLAK MENONTON FILM BAJAKAN MELALUI SITUS STREAMING

merupakan hasil karya saya sendiri **bukan plagiat** dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di **Daftar Pustaka**.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan **kecurangan/penyimpangan**, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan **TIDAK LULUS** untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 14 Juni 2022



Vellyn Laurentcia

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul
**PERANCANGAN KAMPANYE MENOLAK MENONTON FILM
BAJAKAN MELALUI SITUS STREAMING**

Oleh
Nama : Vellyn Laurentcia
NIM : 00000026678
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Selasa, 14 Juni 2022
Pukul 14.30 s.d 15.15 dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



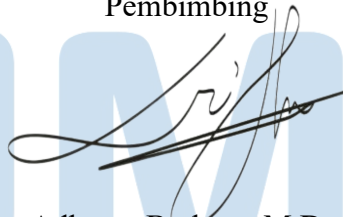
Dr. Anne Nurfarina, M.Sn.
0416066807/E069425

Penguji



Ardiles Akyuwen, M.Sn.
0323067804/E067811

Pembimbing



Adhreza Brahma, M.Ds.
0304088702/E042750

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual



Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A.
0311099302/ E043487

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas academica Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Vellyn Laurentcia
NIM : 00000026678
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain
Jenis Karya : Tugas Akhir

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul.

PERANCANGAN KAMPANYE MENOLAK MENONTON FILM BAJAKAN MELALUI SITUS STREAMING

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 14 Juni 2022

Yang menyatakan,



Vellyn Laurentcia

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur atas selesainya penulisan laporan tugas akhir ini dengan judul Perancangan Kampanye Menolak Menonton Film Bajakan melalui Situs Streaming. Laporan ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat mencapai gelar Sarjana Desain jurusan Desain Komunikasi Visual pada Fakultas Seni dan Desain Universitas Multimedia Nusantara.

Film merupakan salah satu hiburan bagi masyarakat yang dapat dinikmati melalui berbagai platform, diantaranya adalah situs daring. Penayangan film melalui situs daring memudahkan akses untuk melakukan pembajakan film secara digital dan dapat berdampak buruk pada industri film karena para pelaku industri film tidak mendapatkan hasil pendapatan dari karya yang telah dibuat. Tujuan penulis menyusun laporan ini adalah untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap dampak pembajakan film bagi industri film serta meningkatkan pemahaman masyarakat atas pentingnya hak cipta.

Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada beberapa pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan laporan tugas akhir ini:

1. Dr. Ninok Leksono, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Muhammad Cahya Mulya Daulau, S.Sn., M.Ds., selaku Dekan Fakultas Seni dan Desain Universitas Multimedia Nusantara.
3. Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A., selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Multimedia Nusantara.
4. Adhreza Brahma, M.Ds., sebagai pembimbing penulis yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Dr. Anne Nurfaina, M.Sn., selaku dosen penguji yang telah memberikan masukan untuk penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Andy Mardani, S.Sn., M.I.Kom., sebagai narasumber yang telah membantu penulis memperdalam wawasan mengenai Hak Kekayaan Intelektual dan Hak Cipta.

7. Jose Prabowo, sebagai narasumber yang telah membantu penulis dalam memperdalam wawasan mengenai industri perfilman dari segi kru film.
8. Stefanus Wijaya, sebagai narasumber yang telah membantu penulis mendapatkan sudut pandang yang baru dari sisi pengguna situs *streaming* bajakan.
9. Keluarga penulis yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
10. Michael Fernanlie, Agatha Febriyanti, Yohanes Marchello, Clarissa Suryaputri, dan Ruben Christian yang telah memberikan dukungan dalam menyelesaikan pembuatan Tugas Akhir.

Tangerang, 14 Juni 2022



Vellyn Laurentcia

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERANCANGAN KAMPANYE MENOLAK MENONTON

FILM BAJAKAN MELALUI SITUS STREAMING

Vellyn Laurentcia

ABSTRAK

Film termasuk salah satu hiburan masyarakat yang dapat dinikmati dari berbagai platform, seperti situs daring dengan berbagai genre yang menyebabkan mudahnya akses untuk melakukan pembajakan film secara digital dan berdampak pada industri perfilman. Maraknya kasus pembajakan film mendasari alasan penulis membuat perancangan kampanye untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap dampak pembajakan film bagi industri perfilman serta meningkatkan pemahaman masyarakat atas pentingnya hak cipta. Berdasarkan data hasil survei yang dilakukan oleh YouGov untuk Coalition Against Privacy, mayoritas konsumen film bajakan berusia 18-24 tahun, sehingga batasan masalah yang diambil mulai dari usia 18-24 tahun dan menggunakan metode kombinasi sebagai metode pengumpulan data seperti kuesioner, wawancara dan studi eksisting. Penulis menggunakan metode tersebut untuk mendapatkan data yang sesuai dengan sasaran sehingga dapat dipercaya. Hasil dari perancangan kampanye ini dapat dilihat melalui media elektronik dan media elektronik. Dengan penelitian ini, penulis dapat mengurangi kasus pembajakan film dan semakin menghargai para pembuat karya.

Kata kunci: pembajakan film, kampanye sosial, situs streaming bajakan, industri perfilman

U M N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

DESIGNING CAMPAIGN AGAINST MOVIE PIRACY THROUGH PIRATED WEBSITES

Vellyn Laurentcia

ABSTRACT (English)

Movies are one of the public entertainments that can be enjoyed from various platforms, such as online websites. These platforms can facilitate access to digital movie piracy thus have a bad impact on the movie industry. The increase in movie piracy cases prompted me as the author to design a campaign to raise public awareness of the impact from movie piracy for the film industry and also to increase public understanding of the importance of copyright law. According to a survey conducted by YouGov for the Anti-Privacy Coalition, the majority consumers of pirated movies are between the ages of 18 and 24, thus limits the samples taken between 15 to 29 years old. The purpose of using combination approach such as questionnaires, interviews, and existing research, helps collect the data that is in accordance with the specific target. The results of this campaign can be seen through electronic media and electronic media. With this research, the author can reduce cases of movie piracy and appreciate every creator or artist.

Keywords: *movie industry, movie piracy, social campaign, pirated streaming site*

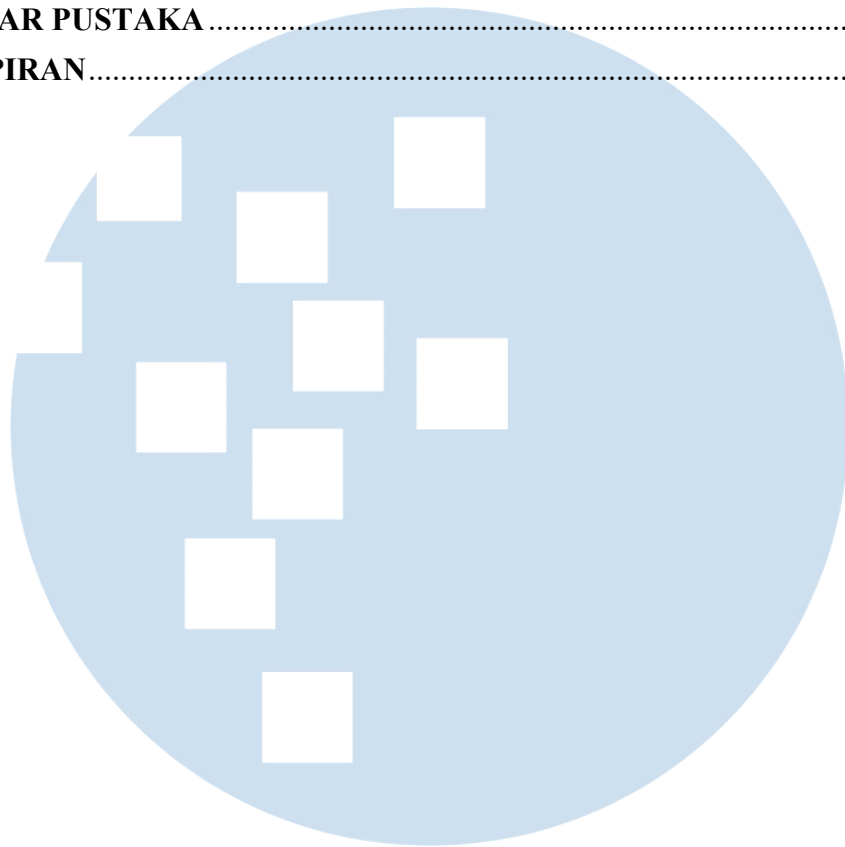
U M N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT (English)</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Batasan Masalah.....	2
1.4 Tujuan Tugas Akhir.....	3
1.5 Manfaat Tugas Akhir.....	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Kampanye	5
2.1.1 Jenis Kampanye.....	5
2.1.2 Tujuan Kampanye.....	6
2.1.3 Model Kampanye.....	7
2.1.4 Komunikasi Persuasif.....	8
2.1.5 Copywriting dalam Periklanan.....	9
2.1.6 Media Kampanye.....	11
2.1.7 AISAS Model Marketing	14
2.2 Desain Grafis.....	15
2.2.1 Elemen Desain.....	15
2.2.2 Prinsip Desain	16
2.2.3 Tipografi.....	17
2.2.4 Warna	23

2.2.5	Fotografi	28
2.2.6	Ikon, Indeks dan Simbol	32
2.2.7	<i>Layout</i>	33
2.3	Pembajakan Film.....	37
2.3.1	Jenis Media Pembajakan Film	37
2.3.2	Hak Kekayaan Intelektual.....	39
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN	41
3.1	Metodologi Penelitian.....	41
3.1.1	Metode Kuantitatif	41
3.1.2	Metode Kualitatif.....	46
3.1.2.3	Kesimpulan.....	56
3.2	Metodologi Perancangan	57
BAB IV	STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN.....	59
4.1	Strategi Perancangan	59
4.1.1	Overview	59
4.1.2	Strategy.....	64
4.1.3	Ideas	70
4.1.4	Design.....	75
4.1.5	Production dan Implementation	93
4.2	Analisis Perancangan	93
4.2.1	Analisis Warna.....	94
4.2.2	Analisis Tipografi.....	94
4.2.3	Analisis Aset Fotografi	95
4.2.4	Analisis Copywriting	96
4.2.5	Analisis Desain <i>E-Poster</i>	96
4.2.6	Analisis <i>Billboard</i>	97
4.2.7	Analisis Digital Ads.....	98
4.2.8	Analisis Sosial Media Ads	99
4.2.9	Analisis Instagram.....	100
4.2.10	Analisis Sosial Media	102
4.2.11	Analisis <i>Landing Page</i>	103
4.3	<i>Budgeting</i>	104
BAB V	PENUTUP.....	107
5.1	Kesimpulan	107

5.2 Saran.....	108
DAFTAR PUSTAKA.....	xiii
LAMPIRAN.....	xvii



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

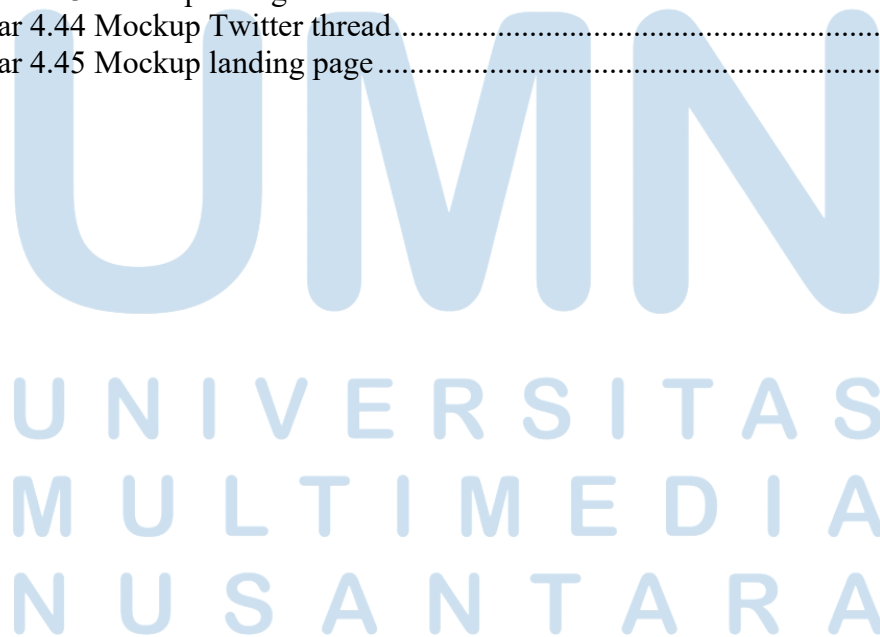
Tabel 3.1 Tabel Data Diri.....	42
Tabel 3.2 Tabel Penonton Situs Streaming Bajakan.....	43
Tabel 4.1 Tabel Analisis SWOT.....	60
Tabel 4.2 Tabel Identifikasi Segmentasi Sasaran Kampanye	61
Tabel 4.3 Tabel Strategi Pesan AISAS	64
Tabel 4.4 Tabel Strategi Media AISAS	65
Tabel 4.5 Tabel Media Kampanye AISAS	66
Tabel 4.6 Media Planning	70
Tabel 4.7 Tabel alternatif big idea	71
Tabel 4.8 Tabel alternatif nama kampanye	72
Tabel 4.9 Tabel copywriting	77
Tabel 4.10 Tabel Konten Instagram.....	86
Tabel 4.11 Tabel Budgeting.....	104



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Kampanye Ostegaard.....	7
Gambar 2.2 Bounding boxes, kerning & letter spacing.....	18
Gambar 2.3 Tracking huruf.....	18
Gambar 2.4 Word spacing.....	18
Gambar 2.5 Leading.....	19
Gambar 2.6 Baseline.....	19
Gambar 2.7 Anatomi Huruf.....	20
Gambar 2.8 Anatomi Huruf.....	20
Gambar 2.9 Klasifikasi Jenis Typeface.....	21
Gambar 2.10 Contoh Klasifikasi Typeface.....	21
Gambar 2.11 Color Wheel.....	24
Gambar 2.12 Complementary Colors.....	25
Gambar 2.13 Triadic Colors.....	25
Gambar 2.14 Tetradic Colors.....	26
Gambar 2.15 Analogus.....	26
Gambar 2.16 Split-complementary.....	27
Gambar 2.17 Temperatur Warna.....	27
Gambar 2.18 Ikon, indeks, dan simbol.....	32
Gambar 2.19 Manuscript Grid.....	35
Gambar 2.20 Multicolumn Grid.....	35
Gambar 2.21 Modular Grid.....	36
Gambar 2.22 Hierarchical Grid.....	37
Gambar 3.1 Wawancara dengan Jose Prabowo.....	46
Gambar 3.2 Wawancara dengan Andy Mardani, S.Sn., M.I.Kom.....	49
Gambar 3.3 Wawancara dengan Stefanus Wijaya.....	51
Gambar 3.4 Iklan APROFI: Illegal Uploading.....	54
Gambar 3.5 Iklan APROFI: Illegal Streaming.....	55
Gambar 3.6 Iklan APROFI: Stop Streaming Bioskop.....	56
Gambar 4.1 User Persona.....	63
Gambar 4.2 Mindmap.....	71
Gambar 4.3 Moodboard.....	73
Gambar 4.4 Warna utama dan Warna pelengkap.....	74
Gambar 4.5 Typeface Gotham.....	74
Gambar 4.6 Moodboard Identitas Kampanye.....	75
Gambar 4.7 Alternatif Desain Identitas Kampanye.....	76
Gambar 4.8 Identitas Kampanye terpilih.....	76
Gambar 4.9 Identitas Kampanye berdasarkan background.....	77
Gambar 4.10 Sketsa elemen digital imaging.....	78
Gambar 4.11 Aset fotografi yang digunakan.....	78
Gambar 4.12 Proses editing elemen digital imaging.....	79
Gambar 4.13 Proses perancangan desain e-poster.....	80
Gambar 4.14 Hasil desain final e-poster.....	80
Gambar 4.15 Proses perancangan desain billboard.....	81

Gambar 4.16 Hasil desain final untuk billboard	81
Gambar 4.17 Proses perancangan desain display ads	82
Gambar 4.18 Hasil desain final display ads	83
Gambar 4.19 Proses pembuatan aset elemen visual.....	84
Gambar 4.20 Proses perancangan desain TikTok ads.....	84
Gambar 4.21 Hasil desain final TikTok ads.....	85
Gambar 4.22 Proses perancangan desain YouTube overlay ads.....	86
Gambar 4.23 Hasil desain final YouTube overlay ads	86
Gambar 4.24 Proses perancangan desain Instagram feeds.....	87
Gambar 4.25 Hasil desain final Instagram story	89
Gambar 4.26 Proses perancangan desain untuk Twitter thread	89
Gambar 4.27 Hasil desain final untuk Twitter thread	90
Gambar 4.28 Landing page architecture	90
Gambar 4.29 Proses perancangan desain landing page	91
Gambar 4.30 Hasil desain final landing page	92
Gambar 4.31 Proses perancangan desain Instagram twibbon.....	92
Gambar 4.32 Hasil desain Instagram twibbon	93
Gambar 4.33 Color palette	94
Gambar 4.34 Typeface perancangan.....	95
Gambar 4.35 Aset fotografi.....	95
Gambar 4.36 Mockup transit ads	97
Gambar 4.37 Mockup billboard	98
Gambar 4.38 Mockup display ads.....	98
Gambar 4.39 Mockup YouTube overlay ads	99
Gambar 4.40 Mockup TikTok ads	100
Gambar 4.41 Mockup Instagram feeds	101
Gambar 4.42 Mockup Instagram story.....	101
Gambar 4.43 Mockup Instagram twibbon	102
Gambar 4.44 Mockup Twitter thread.....	103
Gambar 4.45 Mockup landing page.....	104



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Data Form Bimbingan	xvii
Lampiran B Dokumentasi Bimbingan	xviii
Lampiran C Hasil Turnitin	xxi
Lampiran D Kuesioner	xxvii
Lampiran E Transkrip Wawancara dengan Jose Prabowo.....	xl
Lampiran F Transkrip Wawancara dengan Andy Mardani.....	xlviii
Lampiran G Transkrip Wawancara dengan Stefanus Wijaya	liii



UMMN

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A