

**PERANCANGAN KAMPANYE INTERAKTIF MENGENAI
ETIKA BUDAYA DI BALI UNTUK WISATAWAN ASING**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN TUGAS AKHIR

Ida Ayu Advaita

00000036789

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2023

**PERANCANGAN KAMPANYE INTERAKTIF MENGENAI
ETIKA BUDAYA DI BALI UNTUK WISATAWAN ASING**



LAPORAN TUGAS AKHIR

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

Ida Ayu Advaita

0000036789

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS SENI DAN DESAIN
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2023**

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Ida Ayu Advaita

Nomor Induk Mahasiswa : 00000036789

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Tugas Akhir dengan judul:

PERANCANGAN KAMPANYE INTERAKTIF MENGENAI ETIKA BUDAYA DI BALI UNTUK WISATAWAN ASING

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, 07 Juni 2023



Ida Ayu Advaita

UMMA
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

PERANCANGAN KAMPANYE INTERAKTIF MENGENAI ETIKA

BUDAYA DI BALI UNTUK WISATAWAN ASING

Oleh

Nama : Ida Ayu Advaita
NIM : 00000036789
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain


Telah diujikan pada hari Kamis, 22 Juni 2023

Pukul 09.00 s.d 09.45 dan dinyatakan

LULUS

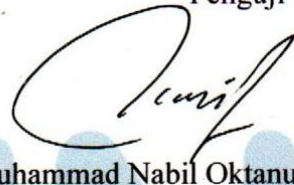
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



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

Penguji



Muhammad Nabil Oktanuryansyah, M.Ds.
9903262976/E081434

Pembimbing



Ken Natasha Violeta, S.Sn., M.Ds.
0309089201/E066120

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 : Ida Ayu Advaita
NIM : 00000036789
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain
JenisKarya : 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 INTERAKTIF MENGENAI ETIKA

BUDAYA DI BALI UNTUK WISATAWAN ASING

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, 22 Juni 2023

Yang menyatakan,



Ida Ayu Advaita

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 syukur atas selesainya penulisan tugas akhir ini yang berjudul “Perancangan Kampanye Interaktif mengenai Etika Budaya di Bali untuk Wisatawan Asing” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai gelar S1 Desain Komunikasi Visual pada Fakultas Seni dan Desain Universitas Multimedia Nusantara. Topik ini menarik perhatian penulis dikarenakan banyak fenomena yang terjadi selama berlibur di Bali. Fenomena tersebut sering terjadi dalam tempat wisata yang memiliki unsur budaya. *Tour guide* tersendiri belum tentu memberitahukan mengenai etika budaya yang berlaku di daerah Bali, terutama pada wisatawan asing yang belum mempelajari budaya Bali. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan tuntunan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan hingga penyusunan tugas akhir, penulis dapat menyelesaikan penulisan ini.

Oleh karena itu, penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak yang telah mewujudkan pelaksanaan tugas akhir dengan bantuan serta dukungan, antara lain:

1. Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Muhammad Cahya Mulya Daulay, 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. Ken Natasha Violeta, S.Sn., M.Ds., sebagai pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Johann Satria, Ida Bagus Bhaskara, dan Ida Bagus Arnawanta Prawira sebagai narasumber yang telah meluangkan waktu untuk diwawancarai.
6. Keluarga penulis yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

7. Teman terdekat penulis; Audrey Priscilla, Odelia Naomi, Isti Putri Nurilmi, Ivory Tandy, Farivia Diffa Ul Haq, Denisse Celia Permanasari, Ni Ketut Riana Cintya Dewi, Decki, Reza Deni Saputra, Muhammad Mikail Rimbono Sampetoding, dan Keane Adric Jonathan Albert, yang telah yang telah menemani dan berjuang bersama penulis selama jenjang perkuliahan.
8. Frisca Auriel dan Rr. Nisa Fadilla Salsabila Putri memberikan semangat dan dukungan dalam menyelesaikan laporan.

Semoga tugas akhir ini bermanfaat, baik sebagai informasi maupun sumber inspirasi dan referensi bagi para pembaca.

Tangerang, 22 Juni 2023



(Ida Ayu Advaita)

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERANCANGAN KAMPANYE INTERAKTIF MENGENAI ETIKA BUDAYA DI BALI UNTUK WISATAWAN ASING

Ida Ayu Advaita

ABSTRAK

Bali merupakan salah satu tujuan wisatawan mancanegara untuk berlibur. Banyak wisatawan asing tertarik untuk mengunjungi Bali karena keindahan alam dan budaya yang ditawarkan. Namun, beberapa wisatawan menimbulkan permasalahan di masyarakat lokal, seperti mencelakai warga lokal, menduduki kawasan suci, dan merusak fasilitas. Penelitian ini dirancang dengan metode perancangan *Human Centered Design* oleh IDEO yang diharapkan agar mengubah perilaku selama berlibur di Bali. Hasil data menyatakan bahwa pemerintah belum bertindak tegas pada wisatawan asing. Peraturan tersebut dapat menginformasikan tentang apa yang boleh dilakukan dan tidak dilakukan selama berada di tempat wisata. Para wisatawan juga perlu memahami adat dan budaya yang diterapkan di wilayah Bali agar bertingkah sesuai dengan etika terhadap masyarakat lokal. Selain itu, miskomunikasi juga dapat memunculkan konflik antara wisatawan asing dan warga lokal. Adapun gerakan yang memiliki tujuan yang sama sebagai referensi perancangan serta kampanye lainnya. Jadi, perancangan kampanye interaktif mengenai etika budaya Bali ini dapat mempengaruhi tingkah laku wisatawan asing selama berkunjung.

Kata kunci: Bali, budaya, etika, kampanye, wisatawan

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

INTERACTIVE CAMPAIGN DESIGN ABOUT CULTURAL ETHICS IN BALI FOR TOURISTS

Ida Ayu Advaita

ABSTRACT (English)

Bali is one of the tourist's destinations for vacation. Most tourists interested on visiting Bali because of its nature's beauty and the culture. Although, most tourists cause troubles with locals, such as harming locals, sitting on sacred areas, and damaging facilities. This research is designed with IDEO's method which is expected to change the tourists' behavior while in Bali. The data results stated that the government has not acted decisively on foreign tourists. The regulation can inform about what can be done and not be done while in tourist attractions. The tourists also need to understand the culture in the region of Bali in order to act in accordance with the ethics toward the local community. In addition, miscommunication can also lead to conflicts between foreign tourists and local residents. There is a movement that have the same goal as a reference for design and other campaigns. By then, the design of this interactive campaign on Balinese cultural ethics can influence the behavior of foreign tourists during their visit.

Keywords: Bali, campaign, culture, ethics, tourists

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

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	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah	3
1.3.1 Demografis	3
1.3.2 Geografis	3
1.3.3 Psikografis	4
1.4 Tujuan Tugas Akhir	4
1.5 Manfaat Tugas Akhir	4
1.5.1 Bagi Penulis	4
1.5.2 Bagi Orang Lain	5
1.5.3 Bagi Universitas	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Desain Grafis	6
2.1.1 Prinsip Desain	6
2.1.2 Warna	9
2.1.3 Tipografi	14
2.1.4 Grid	17
2.1.5 Gambar	21
2.2 Kampanye	25

2.2.1	Aspek Dasar Kampanye.....	26
2.2.2	Jenis Kampanye.....	27
2.2.3	Proses Produksi Kampanye (AISAS).....	29
2.2.4	Media Kampanye.....	30
2.3	Interaktivitas.....	33
2.3.1	Prinsip Interaksi Desain.....	33
2.3.2	Tujuan Interaksi Desain.....	35
2.3.3	Aktivitas <i>Interaction Design</i>	36
2.3.4	Tipe Interaksi.....	38
2.4	Etika dan Budaya.....	40
2.4.1	Etika.....	41
2.4.2	Budaya.....	42
2.5	Peraturan Daerah Bali.....	44
2.5.1	Peraturan yang Mewajibkan kepada Wisatawan Mancanegara.....	44
2.5.2	Larangan untuk Wisatawan Mancanegara.....	45
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN.....	47
3.1	Metodologi Penelitian.....	47
3.1.1	Metode Kualitatif.....	47
3.1.2	Studi Eksisting.....	59
3.1.3	Studi Referensi.....	61
3.2	Metodologi Perancangan.....	65
BAB IV	STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN.....	69
4.1	Strategi Perancangan.....	69
4.1.1	Tahap Inspiration.....	69
4.1.2	Tahap Ideation.....	72
4.1.3	Tahap Implementation.....	112
4.2	Analisis Alpha.....	114
4.2.1	Analisis Visual.....	114
4.2.2	Analisis Konten.....	115
4.2.3	Analisis Interaktivitas.....	116
4.2.4	Analisis Pendapat dan Saran Pengguna.....	117
4.2.5	Hasil Perbaikan.....	119

4.3 Analisis Beta.....	123
4.3.1 Analisis Desain	123
4.3.2 Analisis Beta Test.....	138
4.4 <i>Budgeting</i>	143
BAB V PENUTUP	145
5.1 Simpulan	145
5.2 Saran	146
DAFTAR PUSTAKA	xiii
LAMPIRAN	xvii



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tabel Analisis SWOT Gerakan Niluh Djelantik.....	60
Tabel 3.2 Tabel Analisis SWOT Kampanye <i>Travel.Enjoy.Respect</i>	63
Tabel 3.3 Tabel Analisis SWOT Kampanye <i>Only Slightly Exaggerated</i>	64
Tabel 4.1 Strategi AISAS dalam Kampanye.....	78
Tabel 4.2 Deskripsi warna, makna dan penggunaan.....	84
Tabel 4.3 Proses perancangan karakter.....	93
Tabel 4.4 Timeline Media Kampanye.....	113
Tabel 4.5 Tabel Budgeting Perancangan Booth Digital Interaktif.....	143
Tabel 4.6 Tabel Budgeting Media Sekunder Kampanye	144

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Twelve-step color wheel of Johannes Itten</i>	11
Gambar 2.2 Contoh <i>value</i> dengan warna biru dan kuning.....	11
Gambar 2.3 Warna komplementer yang dapat netralisir warna saturasi tinggi....	12
Gambar 2.4 Contoh Monochromatic Scheme dalam poster	13
Gambar 2.5 Contoh Complementary Scheme di poster.....	14
Gambar 2.6 Contoh Manuscript Grid.....	19
Gambar 2.7 Contoh Multicolumn Grid.....	19
Gambar 2.8 Contoh Modular Grid.....	20
Gambar 2.9 Contoh Hierarchical Grid	20
Gambar 2.10 Klasifikasi Gambar.....	22
Gambar 2.11 Ilustrasi dalam Penerapan Visual Kampanye.....	23
Gambar 2.12 Fotografi dalam Penerapan Kampanye	24
Gambar 2.13 Interpretasi Grafis.....	24
Gambar 2.14 Contoh <i>Product-Oriented Campaign Sprite</i>	27
Gambar 2.15 Contoh Kampanye Politik Prabowo Subianto.....	28
Gambar 2.16 Contoh Poster <i>Cause-Oriented Campaign</i> Mencegah Rasisme.....	28
Gambar 2.17 Proses Produksi Kampanye AISAS oleh Kotaro Sugiyama	29
Gambar 3.1 Wawancara bersama Johann Satria	48
Gambar 3.2 Wawancara bersama Ida Bagus Bhaskara.....	51
Gambar 3.3 Interview bersama Ida Bagus Arnawanta Prawira	54
Gambar 3.4 <i>Graffiti</i> di kawasan permukiman penduduk Canggung.....	57
Gambar 3.5 <i>Graffiti</i> dekat <i>Homestay</i> Nari	58
Gambar 3.6 Contoh Gerakan Ni Luh Djelantik terhadap Wisatawan Asing	60
Gambar 3.7 Kampanye <i>Travel.Enjoy.Respect Booklet</i>	62
Gambar 3.8 Kampanye <i>Travel.Enjoy.Respect</i> di Instagram	62
Gambar 3.9 Kampanye <i>Only Slightly Exaggerated</i> oleh <i>Travel Oregon</i>	64
Gambar 4.1 <i>User Persona</i>	71
Gambar 4.2 <i>Mindmap</i> Perancangan	73
Gambar 4.3 <i>User Journey</i>	80
Gambar 4.4 <i>Sitemap</i>	82
Gambar 4.5 <i>Moodboard</i>	83
Gambar 4.6 Pemilihan Tipografi.....	87
Gambar 4.7 <i>Typeface Final</i>	88
Gambar 4.8 Referensi Logo	89
Gambar 4.9 Sketsa Logo.....	90
Gambar 4.10 Finalisasi Logo	90
Gambar 4.11 Jenis-jenis Tombol	91
Gambar 4.12 Jenis-jenis Tombol	92

Gambar 4.13 Referensi Ilustrasi Karakter.....	93
Gambar 4.14 Sketsa <i>Idle Screen</i>	96
Gambar 4.15 Hasil Finalisasi Ilustrasi	97
Gambar 4.16 Referensi Ilustrasi Informatif	97
Gambar 4.17 Sketsa Ilustrasi Informatif	98
Gambar 4.18 Finalisasi Ilustrasi Informatif	99
Gambar 4.19 Aset Ilustrasi Pelengkap	99
Gambar 4.20 Modular Grid.....	100
Gambar 4.21 Referensi Visual Booth Digital Interaktif	101
Gambar 4.22 <i>Low Fidelity Wireframe</i>	102
Gambar 4.23 Sketsa <i>Low Fidelity Wireframe</i>	102
Gambar 4.24 <i>High Fidelity Wireframe</i>	103
Gambar 4.25 Mockup Booth Digital Interaktif.....	104
Gambar 4.26 Sketsa <i>Instagram Post</i>	105
Gambar 4.27 <i>Instagram Feeds</i> 1x3.....	105
Gambar 4.28 AR Filter Photobooth	106
Gambar 4.29 Sketsa <i>Landing Page Website</i>	107
Gambar 4.30 <i>Landing Page Website</i>	107
Gambar 4.31 Sketsa <i>Totebag</i>	108
Gambar 4.32 Merchandise <i>Totebag</i>	108
Gambar 4.33 Merchandise <i>Acrylic Charm</i>	109
Gambar 4.34 <i>Click Interaction</i>	110
Gambar 4.35 <i>Drag Interaction</i>	110
Gambar 4.36 <i>Delay Interaction</i>	111
Gambar 4.37 Live Prototyping Booth Digital Interaktif	112
Gambar 4.38 Hasil Kuesioner mengenai Visual	115
Gambar 4.39 Hasil Kuesioner mengenai Konten.....	115
Gambar 4.40 Hasil Kuesioner mengenai Interaktivitas	116
Gambar 4.41 Hasil perbaikan visual dalam menu informasi	120
Gambar 4.42 Penggantian Logo.....	120
Gambar 4.43 Perubahan interaktivitas pada menu informasi	121
Gambar 4.44 Tambahan menu AR Photobooth	121
Gambar 4.45 Perbaikan <i>layout</i> kuis	122
Gambar 4.46 Main menu aplikasi	124
Gambar 4.47 Idle Screen aplikasi	126
Gambar 4.48 Halaman Peringatan	127
Gambar 4.49 Menu Informasi Aplikasi	128
Gambar 4.50 Halaman Kuis.....	129
Gambar 4.51 Pemilihan Opsi pada Kuis	130
Gambar 4.52 Halaman Perbedaan Gambar.....	131

Gambar 4.53 <i>Stamp Overlay</i>	132
Gambar 4.54 Halaman Dialog.....	133
Gambar 4.55 <i>Landing Page Website</i>	134
Gambar 4.56 <i>Instagram Post</i>	135
Gambar 4.57 <i>Totebag</i>	136
Gambar 4.58 <i>Charm</i>	137
Gambar 4.59 Hasil Kuesioner bagian visual.....	138
Gambar 4.60 Hasil Kuesioner bagian konten	139
Gambar 4.61 Hasil Kuesioner bagian interaktivitas	140
Gambar 4.62 Hasil Kuesioner bagian media.....	141
Gambar 4.63 Hasil pemilihan media sekunder	142



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Lembar Bimbingan	xvii
Lampiran B Pengecekan Turnitin	xix
Lampiran C Pernyataan HAKI.....	xxiv
Lampiran D Transkrip Wawancara.....	xxvi
Lampiran E Hasil Kuesioner.....	xxxiv
Lampiran F Aset Perancangan	xliv

