

PROYEK AKHIR DESAIN KOMUNIKASI VISUAL PERIODE VIII



**PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL KAMPANYE MENINGKATKAN KESADARAN GENERASI MUDA
TERHADAP SITUS LIYANGAN SEBAGAI IDENTITAS BANGSA**

dikerjakan oleh:

Andy Darma Saputra

12.13.0064

Pembimbing:

Peter Ardianto, S.Sn, M.Sn

Tabita Nani Aryani, S.Sn

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

SEMARANG

PERIODE GENAP 2015/2016

PERNYATAAN ORISINALITAS

Nama: Andy Darma Saputra

NIM: 12.13.0064

Program Studi: Desain Komunikasi Visual

Fakultas: Arsitektur dan Desain

Universitas: Universitas Katolik Soegijapranata Semarang

Judul Proyek Akhir:

PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL KAMPANYE MENINGKATKAN KESADARAN GENERASI MUDA
TERHADAP SITUS LIYANGAN SEBAGAI IDENTITAS BANGSA

Menyatakan bahwa proyek akhir ini adalah hasil karya saya sendiri serta telah mengikuti peraturan akademik dalam melakukan kutipan. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya bukti plagiasi, manipulasi, dan atau pemalsuan data maupun bentuk-bentuk kecurangan yang lain, saya bersedia menerima sanksi dari Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Katolik Soegijapranata Semarang. Demi kepentingan akademis, maka saya bersedia dan menyetujui bentuk publikasi dari karya ilmiah ini.

Semarang, 17 Juni 2016

Andy Darma Saputra

HALAMAN PENGESAHAN

Judul:

**PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL KAMPANYE MENINGKATKAN KESADARAN GENERASI MUDA
TERHADAP SITUS LIYANGAN SEBAGAI IDENTITAS BANGSA**

Dikerjakan oleh:

Andy Darma Saputra

12.13.0064

Program Studi Desain Komunikasi Visual

Fakultas Arsitektur dan Desain

Universitas Katolik Soegijapranata

Semarang, 17 Juni 2016

Mengesahkan

Dekan
Fakultas Arsitektur dan Desain

Ketua Program Studi
Desain Komunikasi Visual

Koordinator
Proyek Akhir DKV 08

Dra B. Tyas Susanti, M.A., Ph.D
NIDN 0626076501

Ag. Dicky Prastomo, S.IP., M.A.
NPP 058.1.2013.283

Ir. IGN Dono Sayoso, MSR
NIDN 0608075601

HALAMAN PENGESAHAN

Judul:

PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL KAMPANYE MENINGKATKAN KESADARAN GENERASI MUDA
TERHADAP SITUS LIYANGAN SEBAGAI IDENTITAS BANGSA

Dikerjakan oleh:

Andy Darma Saputra

12.13.0064

Program Studi Desain Komunikasi Visual

Fakultas Arsitektur dan Desain

Universitas Katolik Soegijapranata

Semarang, 17 Juni 2016

Menyetujui,

Pembimbing I

Pembimbing II

Peter Ardhianto, S.Sn, M.Sn

NPP 058.1.2015.295

Tabita Nani Aryani, S.Sn

NPP 058.5.2010.275

Penguji I

Penguji II

Penguji III

Peter Ardhianto, S.Sn, M.Sn

NPP 058.1.2015.295

Ir. IGN Dono Sayoso, MSR

NIDN 0608075601

Tabita Nani Aryani, S.Sn

NPP 058.5.2010.275

PRAKATA

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena rahmat dan penyertaan-Nya penulis dapat menyelesaikan laporan Proyek Akhir Desain Komunikasi Visual ini dengan baik.

Penyusunan laporan Proyek Akhir ini dilaksanakan demi memenuhi syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Arsitektur dan Desain Universitas Katolik Soegijapranata Semarang. Judul yang diajukan dalam laporan Proyek Akhir ini adalah “Perancang Komunikasi Visual Kampanye Meningkatkan Kesadaran Generasi Muda Terhadap Situs Liyangan Sebagai Identitas Bangsa”.

Dalam pelaksanaan proyek akhir ini, penulis juga tidak lepas dari bantuan dan dukungan oleh berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat :

1. Bapak Peter Ardianto, S.Sn, M.Sn. selaku dosen pembimbing utama yang selalu bersedia meluangkan waktu, dukungan, dan ilmu dengan berbagai masukan selama perancangan dan penyusunan Proyek Akhir.
2. Ibu Tabita Nani Aryani, S.Sn. selaku dosen pembimbing II yang selalu meluangkan waktu untuk memberikan gagasan dan masukan mengenai desain-desain yang telah dibuat.
3. Bapak-Ibu Dosen penguji yang telah memberikan kritik dan masukan membangun dalam proses penyelesaian Proyek Akhir.
4. Bapak Drs. Siswanto, M.A. selaku Kepala Balai Arkeologi Yogyakarta yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan jawaban-jawaban mengenai pertanyaan penulis tentang situs Liyangan terkait dengan Proyek Akhir.
5. Bapak Putu Danan Jaya S.Pd. selaku bidang Publikasi Balai Pelestarian Cagar Budaya Jawa Tengah yang telah bersedia meluangkan waktunya dan memberikan informasi mengenai situs Liyangan.
6. Keluarga penulis : Ayah, Ibu, merupakan kedua orang tua luar biasa yang selalu mendukung penuh kepada penulis dalam menyelesaikan Proyek Akhir, kakak serta saudara yang juga turut memberikan semangat kepada penulis.
7. Dan terakhir kepada seluruh teman seperjuangan yang selalu saling mendukung dan saling memberi masukan, serta yang selalu bersama-sama melakukan asistensi dari pagi sampai sore tak mengenal lelah dalam meraih gelar Sarjana desainnya bersama-sama dengan penulis.

Penulis sadar dalam proses pengerjaan laporan ini masih ada kekurangan, maka penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun. Semoga laporan Proyek Akhir ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak.

Semarang, 14 Juni 2016

Penulis

ABSTRAK

Perkembangan zaman dengan semakin majunya teknologi di era globalisasi saat ini memiliki dampak dari perkembangan tersebut. Dampak positif yang terlihat adalah perkembangan internet dengan kemampuannya membagikan segala informasi secara cepat dan tak terbatas. Adapun dampak negatif dari pengaruh globalisasi ini yaitu sifat apatis yang tumbuh di tengah masyarakat.

Dampak tersebut mempengaruhi pola pikir manusia dan berhubungan dengan gaya hidup. Gaya hidup yang mengikuti tren masa kini, menyukai sesuatu yang kekinian dan tidak peduli terhadap sesuatu yang dianggap kuno.

Situs Liyangan hadir dengan ilmu pengetahuan serta membawa nilai-nilai luhur bangsa Indonesia ditengah zaman globalisasi saat ini menjadi percuma karena masyarakat terutama anak generasi muda dewasa dini saat ini yang apatis.

Warisan cagar budaya situs Liyangan merupakan bagian dari identitas bangsa yang perlu disadari oleh masyarakat luas agar jati diri bangsa Indonesia ini dapat tetap di kenal dengan sejarahnya yang menarik.

Kampanye *The Liyangan Legacy* merupakan solusi tepat bagi remaja agar dapat menyadari pentingnya situs Liyangan sebagai warisan budaya yang memiliki nilai luhur bangsa Indonesia. Kampanye *The Liyangan Legacy* ini akan diadakan *roadshow* ke kampus-kampus untuk menarik perhatian anak muda dewasa dini agar sadar adanya keberadaan situs Liyangan dan peranannya.

Kata kunci : era globalisasi, anak generasi muda dewasa dini, situs Liyangan, identitas bangsa, kampanye

ABSTRACT

The development of technology in the era of globalization has impacts toward the present times. The obvious positive impact is the development of the Internet with the ability to share all the information quickly and unlimited. As for the negative impact of globalization is that the nature of the growing apathy in the community.

These impacts affect human mindset and related to lifestyle. A lifestyle that follows the trends of today, like something modern and do not care about anything that is considered to old-fashioned.

Situs Liyangan comes with knowledge and bring the value of the noble nation of Indonesia amid the current age of globalization becomes useless because the public, especially young generations today are apathetic.

Situs Liyangan , the heritage cultural is part of a national identity that needs to be realized by the to public Indonesia's national identity can be known with the interesting history.

The Liyangan Legacy Campaign is the right solution for young generations to be aware of the importance of Situs Liyangan as the cultural heritage that has the value of the noble nation of Indonesia. The Liyangan Legacy Campaign will hold roadshows to campuses to attract the attention of young people to be aware of Situs Liyangan existence and role.

Keywords: globalization, young generations, Situs Liyangan, national identity, campaign

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i	II.2.9. Teori Layout.....	15
PRAKATA	vi	II.2.10. Teori Warna.....	15
ABSTRAK	vii	II.2.11. Logo dan Logotype.....	16
DAFTAR ISI	viii	II.3. Kajian Pustaka.....	17
BAB I PENDAHULUAN	1	II.4. Studi Komparasi.....	19
I.1. Latar Belakang Masalah.....	1	BAB III STRATEGI KOMUNIKASI	21
I.2. Identifikasi Masalah.....	3	III.1. Analisis.....	21
I.3. Pembatasan Masalah.....	4	III.1.1. Analisa Studi Pustaka.....	21
I.4. Perumusan Masalah.....	4	III.1.2. Analisa Hasil Wawancara.....	21
I.5. Tujuan Penelitian.....	4	III.1.3. Analisa Hasil Observasi Situs Liyangan.....	22
I.6. Manfaat Penelitian.....	5	III.1.4. Analisa Kuesioner.....	24
I.7. Metode Penelitian.....	5	III.1.5. Analisa FGD (Focus Group Discussion).....	28
I.8. Sistematika Penulisan.....	7	III.1.6. Analisis SWOT.....	31
BAB II TINJAUAN UMUM	8	III.1.7. Analisis 5W+1H.....	32
II.1. Kerangka Berpikir.....	8	III.1.8. Creative Brief.....	33
II.2. Landasan Teori.....	9	III.2. Sasaran Khalayak.....	35
II.2.1. Letak Geografis.....	9	III.3. Strategi Komunikasi.....	35
II.2.2. Psikologi Masa Dewasa Dini.....	11	III.3.1. Tema dan Judul Kampanye Sosial.....	35
II.2.3. Kampanye Sosial.....	11	III.3.2. Organisasi dan Lembaga.....	36
II.2.4. Teori Analisa.....	12	III.3.3. Strategi Pendekatan Perancangan.....	36
II.2.4.1. IMC.....	12	III.3.3.1. Gaya Desain.....	36
II.2.4.2. Teori SWOT.....	12	III.3.3.2. Tipografi.....	37
II.2.4.3. Teori AISAS.....	13	III.3.3.3. Warna.....	37
II.2.5. Iklan.....	13	III.3.3.4. Layout.....	37
II.2.6. Dampak Komunikasi.....	14	III.3.4. Strategi Penyampaian Pesan Kampanye dan Media.....	38
II.2.7. Teori Komunikasi Visual.....	14	III.3.5. Timeline Perancangan Kampanye.....	40
II.2.8. Teori Tipografi.....	14	III.4. Anggaran Perancangan Kampanye.....	41
		BAB IV STRATEGI KREATIF	44
		IV.1. Konsep Visual.....	44

IV.1.1. Warna.....	44	IV.3.2.7. Kop Surat.....	75
IV.1.2. Tipografi.....	45	IV.3.2.8. Poster.....	76
IV.1.3. Logo.....	46	IV.3.2.8.1. Attention.....	76
IV.1.3.1. Logogram.....	47	IV.3.2.8.2. Interest dan Search.....	79
IV.1.3.2. Logotype.....	48	IV.3.2.8.3. Action dan Share.....	84
IV.1.3.3. Graphic Standard Manual.....	49	IV.3.2.9. Teaser.....	88
IV.1.3.3.1. Black and White.....	49	BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	89
IV.1.3.3.2. Grayscale.....	50	V.1. Kesimpulan.....	89
IV.1.3.3.3. Grid Logo.....	50	V.2. Saran.....	90
IV.1.3.3.4. Minimum Size Logo.....	51	DAFTAR PUSTAKA	91
IV.1.3.3.5. Minimum Clear Area.....	51	LAMPIRAN	
IV.1.3.3.6. Aturan Logo.....	52	L 1. Pertanyaan Wawancara Balai Arkeologi Yogyakarta Halaman 1	
IV.2. Konsep Verbal.....	53	L 2. Pertanyaan Wawancara Balai Arkeologi Yogyakarta Halaman 2	
IV.2.1. Konsep Dasar Kampanye “The Liyangan Legacy”.....	53	L 3. Pertanyaan Wawancara BPCB Jawa Tengah	
IV.2.2. Roadshow “Liyangan Adventure Day!”.....	53	L 4. Pertanyaan FGD	
IV.2.3. Gaya Bahasa.....	53	L 5. Foto Bersama Kepala Balai Arkeologi Yogyakarta	
IV.3. Visualisasi Desain.....	55	L 6. Foto Bersama Bapak Bidang Publikasi BPCB Jawa Tengah	
IV.3.1. Media Utama.....	55	L 7. Foto FGD Bersama Anak Generasi Muda Perkotaan	
IV.3.1.1. Talkshow.....	55	L 8. Foto Observasi Bersama Juru Pelihara Situs Liyangan	
IV.3.1.2. Exhibition.....	56	L 9. Foto Maket Event Roadshow Skala 1:50	
IV.3.1.3. Photobooth.....	62	L 10. Foto Maket Event Roadshow Skala 1:50	
IV.3.1.4. Merchandise.....	65	L 11. Foto Maket Event Roadshow Skala 1:50	
IV.3.2. Media Pendukung.....	68	L 12. Foto Maket Event Roadshow Skala 1:50	
IV.3.2.1. Website.....	68	L 13. Foto Maket Event Roadshow Skala 1:50	
IV.3.2.2. Brochure.....	71		
IV.3.2.3. X-Banner.....	72		
IV.3.2.4. Vertical Banner Outdoor.....	73		
IV.3.2.5. Sign System Event.....	74		
IV.3.2.6. Sticker Mobil.....	74		

L 14. Foto Maket Event Roadshow Skala 1:50

L 15. Foto Mock Up Brochure

L 16. Foto Mock Up Merchandise Mug

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Contoh Studi Komparasi 1	19
Gambar 2.2. Contoh Studi Komparasi 2	20
Gambar 3.1. Observasi Bersama Juru Pelihara Bapak Abadi.....	23
Gambar 3.2. Contoh Gaya Desain Ilustrasi dan Editing Foto.....	36
Gambar 3.3. Contoh Typeface Gotham Book.....	37
Gambar 3.4. Contoh Typeface Gotham Bold.....	37
Gambar 4.1. Contoh Warna Utama	44
Gambar 4.2. Contoh Warna Pendukung Beserta Turunannya.....	45
Gambar 4.3. Contoh Typeface Gotham Book.....	45
Gambar 4.4. Contoh Typeface Gotham Bold.....	46
Gambar 4.5. Logo Kampanye The Liyangan Legacy	46
Gambar 4.6. Refrensi Foto Yoni Bersama Bapak Abadi	47
Gambar 4.7. Refrensi Foto Gunung Sindoro	48
Gambar 4.8. Logogram Kampanye The Liyangan Legacy	48
Gambar 4.9. Refrensi Tulisan Aksara Jawa.....	49
Gambar 4.10. Logotype Kampanye The Liyangan Legacy	49
Gambar 4.11. Logo Hitam dan Putih	49
Gambar 4.12. Logo Grayscale.....	50
Gambar 4.13. Grid Logo.....	50
Gambar 4.14. Minimum Size Logo	51
Gambar 4.15. Minimum Clear Area	51
Gambar 4.16. Aturan Logo	52
Gambar 4.17. Aturan Logo 2	52
Gambar 4.18. Roadshow-Tampak Event Talkshow	55
Gambar 4.19. Roadshow-Tampak Backdrop Talkshow	56
Gambar 4.20. Roadshow-Tapak / Sirkulasi Exhibition	57
Gambar 4.21. Roadshow-Entrance Gate.....	57
Gambar 4.22. Roadshow-Exhibition Tampak Perspektif.....	58

Gambar 4.23. Roadshow-Exhibition Panel Lengkung 1 dan 3.....	59	Gambar 4.52. Poster Tahap Interest	79
Gambar 4.24. Roadshow-Exhibition Panel Lengkung 5 dan 7.....	60	Gambar 4.53. Billboard Tahap Interest dan Search 1	80
Gambar 4.25. Roadshow-Exhibition Panel Samping 6 dan 8	61	Gambar 4.54. Majalah Tahap Interest dan Search 1	80
Gambar 4.26. Roadshow-Exhibition 9 Point of View.....	61	Gambar 4.55. Poster Tahap Interest dan Search Infografis	81
Gambar 4.27. Roadshow-Exhibition Sisi Samping 2 dan 4.....	62	Gambar 4.56. Billboard Tahap Interest dan Search Infografis 1	82
Gambar 4.28. Roadshow-Photobooth Trick Eye 1.....	63	Gambar 4.57. Billboard Tahap Interest dan Search Infografis 2	82
Gambar 4.29. Roadshow-Photobooth Trick Eye 2.....	63	Gambar 4.58. Contoh Aplikasi Poster Sosial Media Tahap Interest dan Search.....	83
Gambar 4.30. Roadshow-Photobooth Trick Eye 3.....	63	Gambar 4.59. Majalah Tahap Interest dan Search Infografis 1 & 2.....	83
Gambar 4.31. Roadshow-Contoh Upload Instagram Photobooth	64	Gambar 4.60. Poster Tahap Action dan Share 1	84
Gambar 4.32. Merchandise-Kaos.....	65	Gambar 4.61. Poster Tahap action dan Share 2.....	85
Gambar 4.33. Merchandise-Tote Bag.....	65	Gambar 4.62. Billboard Tahap Action 1	86
Gambar 4.34. Merchandise-Mug	66	Gambar 4.63. Billboard Tahap Action 2.....	86
Gambar 4.35. Merchandise-Gantungan Kunci.....	66	Gambar 4.64. Contoh Aplikasi Poster Sosial Media Tahap Action dan Share	87
Gambar 4.36. Merchandise-Pop Up	67	Gambar 4.65. Majalah Tahap Action dan Share 1 & 2.....	87
Gambar 4.37. Merchandise-Pop Up Foto	68	Gambar 4.66. Teaser Tahap Attention	88
Gambar 4.38. Website-Tahap Attention Tampilan Home	69		
Gambar 4.39. Website-Tahap Action Tampilan Home.....	70		
Gambar 4.40. Brochure-Tahap Action 1	71		
Gambar 4.41. Brochure-Tahap Action 2	72		
Gambar 4.42. X-Banner-Tahap Action 1	72		
Gambar 4.43. X-Banner-Tahap Action 2	73		
Gambar 4.44. Vertical Banner-Tahap Action	73		
Gambar 4.45. Sign System Event-Tahap Action	74		
Gambar 4.46. Sticker Mobil.....	74		
Gambar 4.47. Kop Surat	75		
Gambar 4.48. Poster Tahap Attention	76		
Gambar 4.49. Contoh Aplikasi Poster Sosial Media Tahap Attention	77		
Gambar 4.50. Billboard Tahapan Attention.....	78		
Gambar 4.51. Majalah Tahap Attention	78		

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 2.1. Kerangka Berfikir.....	8
-------------------------------------	---

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Kelompok Umur.....	24
Tabel 3.2. Asal Kota.....	24
Tabel 3.3. Tempat Tinggal Sekarang.....	24
Tabel 3.4. Pengetahuan Cagar Budaya dalam Kota.....	25
Tabel 3.5. Pengetahuan Situs Liyangan.....	25
Tabel 3.6. Waktu Mengetahui Situs Liyangan.....	25
Tabel 3.7. Media Yang Digunakan.....	26
Tabel 3.8. Tingkat Ketertarikan Terhadap Situs Liyangan.....	26
Tabel 3.9. Pendapat Media yang Paling Efektif.....	26
Tabel 3.10. Pemilihan Gaya Visual.....	27
Tabel 3.11. Membandingkan Cepat Tentang Minat 1.....	28
Tabel 3.12. Membandingkan Cepat Tentang Minat 2.....	29
Tabel 3.13. Membandingkan Cepat Tentang Minat 3.....	29
Tabel 3.14. Membandingkan Cepat Tentang Minat 4.....	29
Tabel 3.15. Membandingkan Cepat Tentang Minat 5.....	30
Tabel 3.16. Analisis SWOT.....	32
Tabel 3.17. Strategi AISAS.....	40
Tabel 3.18. Rincian Anggaran Kampanye.....	43

