

ABSTRAK

Indonesia memiliki banyak ragam dan macam budaya dan kesenian. Kemunculan budaya ini berawal melalui kegiatan turun temurun yang dilakukan berulang-ulang yang akhirnya menjadi sebuah budaya kesenian yang perlu untuk dijaga dan dilestarikan. Meski telah dilakukan turun temurun namun kesadaran masyarakat semakin tergerus seiring berjalannya jaman. Hal ini ditandai dengan mulai punahnya beberapa kesenian dikarenakan kurangnya kesadaran dan ketidakpedulian masyarakat terhadap budayanya sendiri. Salah satunya adalah kesenian khas dari Jakarta yaitu musik Tanjidor betawi.

Maka dari itu tujuan perancangan kampanye ini untuk meningkatkan minat masyarakat khususnya remaja di Kota Jakarta, dalam mengenal dan melestarikan kesenian musik Tanjidor betawi. Manfaat kampanye ini adalah agar para remaja dapat mengenal dan tergerak untuk memelihara budaya kesenian lokal dan melestarikannya dengan berbagai cara yang unik dan sesuai kaidah aturan yang berlaku.

Metode yang digunakan ialah dengan membuat kegiatan *workshop* dan kompetisi di kalangan remaja sebagai media utama serta didukung dengan media lainnya, poster, stiker, pin, website, spanduk. Melalui perancangan *workshop* dan kegiatan kompetisi ini, para remaja dapat mengenal kesenian musik Tanjidor dan bagaimana cara melestarikan kesenian musik yang ada dengan mengkolaborasikannya dengan aliran masa kini sehingga kekayaan budaya Indonesia tidak akan dilupakan maupun punah.

ABSTRACT

Indonesia has a rich variety of cultures and arts. The emergence of these cultures starts with some activities which are done from generation to generation repeatedly until they become the cultures that should be preserved and developed. Although it has been done for a long time, the people's awareness is beginning to grow low along with the development of new and modern time. This is marked by extinction of some cultures because of the low awareness and ignorance of the people about their own culture. One of the examples is the Batavian music, *Tanjidor*.

Therefore, the aim of this campaign design is to increase the interest of people, especially the teenagers in Jakarta, in knowing and preserving *Tanjidor*. The benefit of this campaign is to make teenagers know and become moved to preserve the traditional art in several ways which are according to the law and regulations.

The method used by making a workshop and competition for teenagers as the primary media. This will be supported by other media such as posters, stickers, pins, websites, and banners. Through this design of workshop and competition, teenagers are expected to know *Tanjidor*, beside, they will know how to preserve it by collaborating it with the modern streams so as to make the traditional Indonesian culture not forgotten and extinct.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup	3
1.3 Tujuan Perancangan	3
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	3
1.5 Skema Perancangan	5
BAB 2 LANDASAN TEORI	6
2.1 Kebudayaan	6
2.1.1 Unsur Kebudayaan	7
2.2 Musik Tradisional	8
2.2.1 Fungsi Musik	10
2.2.2 Instrumen Musik	11
2.3 Kampanye	11

2.3.1	Definisi Kampanye	11
2.3.2	Jenis Kampanye	12
2.3.3	Model Kampanye Difusi Inovasi	13
2.4	Psikologi Perkembangan	15
2.4.1	Prinsip Dasar Perkembangan	15
2.4.2	Kriteria Tahapan Perkembangan.....	16
2.5	Tipografi.....	18
2.6	Fotografi.....	19
 BAB 3 DATA DAN ANALISIS MASALAH.....		21
3.1	Data dan Fakta	21
3.1.1	Musik Tanjidor.....	21
3.1.2	Lembaga Pendukung Kampanye.....	22
3.1.3	Data Hasil Kuisisioner	26
3.1.4	Data Hasil Wawancara	32
3.1.5	Tinjauan Proyek Sejenis.....	34
3.2	Analisis Terhadap Permasalahan	35
3.2.1	STP	35
3.2.2	SWOT	36
 BAB 4 PEMECAHAN MASALAH.....		38
4.1	Konsep Komunikasi	38
4.2	Konsep Kreatif	40
4.2.1	Konsep Verbal.....	40
4.2.2	Konsep Visual	40
4.3	Konsep Media	42

4.3.1 Logo dan Aplikasinya	42
4.3.2 Media Kampanye	43
4.4 Timeline	43
4.5 Hasil Karya.....	44
4.5.1 Poster <i>Awarness</i>	44
4.5.2 Poster <i>Informing</i>	45
4.5.3 Poster <i>Reminding</i>	46
4.5.4 Poster <i>Workshop</i> "Kite Peduli Kite Lestari"	47
4.5.5 Tiket <i>Workshop</i> "Kite Peduli Kite Lestari".....	47
4.5.6 Spanduk <i>Workshop</i> "Kite Peduli Kite Lestari"	48
4.5.7 <i>Website</i>	48
4.5.8 <i>Merchandise</i>	51
4.6 Biaya Media	52
BAB 5 PENUTUP	53
5.1 Simpulan	53
5.2 Saran.....	54
DAFTAR PUSTAKA	xv
LAMPIRAN.....	xvi
DATA PENULIS	xvii
UCAPAN TERIMA KASIH	xviii

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kampanye Difusi Inovasi	14
Gambar 3.1.	Logo BBB	24
Gambar 3.2	Pengetahuan Mengenain Tanjidor Betawi	26
Gambar 3.3	Ketertarikan Masyarakat terhadap Aliran Musik	27
Gambar 3.4	Kepedulian Masyarakat terhadap Perkembangan Musik Betawi.....	28
Gambar 3.5	Ketertarikan Masyarakat terhadap Perkembangan Musik Tanjidor.....	28
Gambar 3.6	Ketertarikan Masyarakat terhadap Kegiatan Musik Tanjidor	29
Gambar 3.7	Ketertarikan Masyarakat terhadap Aliran Kolaborasi Musik Tanjidor.....	30
Gambar 3.8	Motivasi Masyarakat terhadap Kegiatan Kesenian	30
Gambar 3.9	Kesadaran Masyarakat terhadap Tujuan Kegiatan Kesenian	31
Gambar 3.10	Media yang Digunakan Masyarakat dalam Mencari Informasi	32
Gambar 3.11	Kampanye Kesenian Institut Seni Indonesia.....	34
Gambar 3.12	Kampanye Kesenian Musik Rakyat	35
Gambar 4.1	Logo Kampanye	42
Gambar 4.2	Logo Grid	43
Gambar 4.3	Timeline Kampanye	44
Gambar 4.4	Poster <i>Awarness</i>	45
Gambar 4.5	Poster <i>Informing</i>	46
Gambar 4.6	Poster <i>Reminding</i>	47
Gambar 4.7	Poster Seminar.....	48
Gambar 4.8	Tiket Seminar	48
Gambar 4.9	Spanduk Seminar.....	49
Gambar 4.10	Halaman <i>Home</i>	49

Gambar 4.11 Halaman Activity	50
Gambar 4.12 Halaman Gallery	50
Gambar 4.13 Halaman Contact	51
Gambar 4.14 Media Sosial	51
Gambar 4.15 Pin dan Stiker	52
Gambar 4.16 Baju	52

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Skema Perancangan	5
Tabel 4.1 Biaya Media	53