

ABSTRAK

Dalam Laporan Tugas Akhir ini penulis membahas proses pembuatan Kampanye Dago Heritage tentang Konservasi Bangunan Tua Di Dago, mulai dari visualisasi hingga penulisan laporan.

Penulis diharapkan dapat belajar membuat sebuah proyek desain grafis secara menyeluruh dengan menerapkan pembelajaran yang sudah didapat selama perkuliahan sebelumnya. Sebagai persyaratan akademik dalam menyelesaikan pendidikan pada Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual, mahasiswa wajib mengikuti mata kuliah MDKV 6.

Proyek yang dibuat selama Tugas Akhir ini adalah Kampanye Dago Heritage berkenaan tentang Konservasi Bangunan Tua Di Dago, menyangkut masalah semakin sedikitnya bangunan tua bergaya Art Deco akibat kurangnya kepedulian masyarakat dan pengetahuan akan usaha pelestarian yang dapat disertai dengan proses pembaharuan bangunan dengan jalan konservasi

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN.....	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL DAN GRAFIK	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup	2
1.3 Tujuan Perancangan	3
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	4
1.5 Skema Perancangan	4
BAB II. LANDASAN TEORI	
2.1 Pengertian Kampanye	5
2.2 Pelestarian Bangunan atau Lingkungan	6
2.2.1 Klasifikasi dalam Konservasi Bangunan	7
2.2.2 Prinsip, Metode, dan Sasaran dalam Konservasi	9
2.3 Pengertian Wisata Heritage	11
2.3.1 Pengertian Pariwisata	11
2.3.2 Pengertian <i>Heritage</i>	13
2.3.3 <i>Cultural Tourism</i>	13
BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH	
3.1 Komunitas-Komunitas Peduli Heritage Kota Bandung	15
3.1.1 Paguyuban Pelestarian Budaya Bandung / Bandung Society for Heritage Conservation	15
3.1.2 Komunitas Lain yang Biasa Terlibat dalam Acara Wisata <i>Heritage</i> di Bandung	17
3.2 Sejarah Dago	17

3.2.1	Lokasi, Lingkungan Alam dan Kondisi Masyarakat Dago	18
3.2.2	Asal Mula Nama Dago	18
3.2.3	Bangunan Lama yang Telah Mendapat Konservasi	20
3.3	Keunikan Arsitektur Bangunan di Dago berikut Perkembangannya	21
3.4	Perda No. 19 Tahun 2009	23
3.5	Event Menarik yang Dapat Diadakan dalam Kampanye	25
3.6	Hasil Survey Wawancara dan Kuisisioner	26
3.6.1	Hasil Wawancara	26
3.6.2	Hasil Kuisisioner	27
3.7	Tinjauan Proyek Sejenis	30
3.7.1	Wisata Heritage	30
3.7.2	Kampanye Pelestarian Bangunan Cagar Budaya	32
3.8	Analisis Terhadap Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta	33
3.8.1	Analisis SWOT	34
3.8.2	Segmentasi, Targeting, dan Positioning	36

BAB IV PEMECAHAN MASALAH

4.1	Konsep Komunikasi	38
4.2	Konsep Kreatif	39
4.2.1	Konsep Verbal	39
4.2.2	Konsep Visual	40
4.3	Konsep Media	43
4.4	Hasil Karya	46
4.4.1	Poster	47
4.4.2	Billboard	52
4.4.3	X – Banner	55
4.4.4	Website	56
4.4.5	Umbul-Umbul	59
4.4.6	Media Panduan	60
4.4.7	Iklan Majalah	61
4.4.8	Iklan Koran	63
4.4.9	Iklan Facebook	64
4.4.10	Flyer	65
4.4.11	Media Berjalan	66
4.4.12	Ambient Media	66

4.4.13 Stand	67
4.4.14 Merchandise	68

Rincian Biaya Kampanye Dago Heritage

Timeline Penyebaran Media Kampanye Dago Heritage

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	71
5.2 Saran	72
5.2.1 Saran dari Para Dosen Pembimbing dan Penguji	72
5.2.2 Saran Pengembangan	73

DAFTAR PUSTAKA	xii
DAFTAR ISTILAH	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	xv
UCAPAN TERIMA KASIH	xvi

DAFTAR TABEL DAN GRAFIK

Tabel 1.1 Skema Perancangan Projek	4
Grafik 3.1 Pengunjung Dago Berdasarkan Kota Asalnya	27
Grafik 3.2 Faktor Menarik Dago bagi Para Pengunjung	28
Grafik 3.3 Pengetahuan Masyarakat akan Kawasan Belanja di Dago adalah Kawasan Bersejarah	28
Grafik 3.4 Pilihan Aktivitas Para Pengunjung dalam Melestarikan Bangunan Heritage Dago	29
Grafik 3.5 Minat Masyarakat akan Wisata Heritage di Dago	30

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Logo Bandung Heritage Society	15
Gambar 2. Villa Tiga Warna	20
Gambar 3. Gedung ITB	20
Gambar 4. Villa Merah	21
Gambar 5. Media Panduan “Bandung Heritage Walk”	31
Gambar 6. Cover Depan Contoh Karya Tulis “Kampanye Pelestarian Bangunan Cagar Budaya”	32
Gambar 7. Logo Kampanye “Dago Heritage”	40
Gambar 8. Font Boadway	41
Gambar 9. Font Bellerose	41
Gambar 10. Pemakaian Warna Logo	42
Gambar 11. Poster Tahap <i>Informing</i>	48
Gambar 12. Poster Tahap <i>Informing II</i>	49
Gambar 13. Poster Tahap <i>Remindin</i>	50
Gambar 14. Poster Event	51
Gambar 15. Penerapan Poster di Tempat Kunjungan Event Wisata	52
Gambar 16. Billboard Tahap <i>Informing</i> dan <i>Reminding</i>	53
Gambar 17. Billboard Event	54
Gambar 18. Penerapan Billboard di Cabang Jalan Layang Pasupati	54
Gambar 19. X-Banner Tahap <i>Informing</i> dan <i>Reminding</i>	55
Gambar 20. X-Banner Event	56
Gambar 21. Penerapan X-Banner di Depan Kantor Bandung Heritage Society ...	56
Gambar 22. Pengaplikasian Website berukuran 600px X 800px	57
Gambar 23. Halaman HOME	57
Gambar 24. Halaman KONSERVASI	58
Gambar 25. Halaman EVENT	58
Gambar 26. Halaman <i>CONTACT</i>	58
Gambar 27. Umbul-Umbul Event	59
Gambar 28. Penerapan Umbul-Umbul di Jalan Layang Pasupati	60
Gambar 29. Tampak Depan Media Panduan	60

Gambar 30. Tampak Belakang Media Panduan	61
Gambar 31. Iklan Majalah Event	62
Gambar 32. Penerapan Iklan Majalah di Halaman Dalam Cover Depan	62
Gambar 33. Iklan Koran Event	63
Gambar 34. Penerapan Iklan Koran Event di Koran Tribun dan Pikiran Rakyat ...	64
Gambar 35. Iklan Facebook Event	64
Gambar 36. Penerapan Iklan Facebook	65
Gambar 37. Flyer Event	65
Gambar 38. Media Berjalan di Kaca Belakang Angkot	66
Gambar 39. Ambient Media di jalan setapak Ir. H. Juanda	67
Gambar 40. Stand Pendaftaran	67
Gambar 41. Merchandise	68
Gambar 42. Visualisasi Pin untuk Peserta dan Kru Event Kampanye	68
Gambar 43. ID Card untuk Peserta dan Kru Event	69
Gambar 44. Visualisasi Kipas berdiameter 15cm	70