

ABSTRAK

KAMPANYE EVENT MUSIK UNTUK MENINGKATKAN RASA NASIONALISME BAGI GENERASI MUDA INDONESIA

oleh:

Shirleen Oktaviani

0964102

Akhir-akhir ini musik-musik luar negeri yang semakin gencar masuk ke Indonesia, banyak orang yang sudah tidak peduli lagi terhadap musik-musik Indonesia khususnya lagu nasional Indonesia karena sudah tersaingi oleh lagu-lagu dari budaya luar, demikian seperti yang diterangkan oleh Guruh Soekarno Putra pada saat wawancara dengan tim Inilah.com, Jakarta. Masyarakat kita khususnya anak muda banyak yang lupa akan identitas diri sebagai bangsa Indonesia, karena gaya hidupnya cenderung meniru budaya luar.

Maka dari itu, tujuan perancangan ini adalah mengubah pola pikir anak-anak muda terhadap lagu-lagu nasional Indonesia, melalui perancangan media kampanye agar anak-anak muda lebih mengenal lagu nasional Indonesia, dan mengajak generasi muda untuk lebih mencintai lagu-lagu Nasional Indonesia.

Metode yang digunakan ialah dengan membuat kampanye dan event musik untuk anak-anak muda yang didukung oleh media-media promosi seperti poster, billboard, x-banner, iklan koran dan majalah, flyer, website, dan juga gimmick. Melalui perancangan Kampanye Indonesia Bermusik untuk anak-anak muda yang dilakukan dengan cara yang dekat dengan dengan anak-anak muda saat ini, seperti kompetisi musik dan konser musik, dan juga media promosi yang diharapkan anak-anak muda Indonesia dapat menghargai dan lebih mengenal lagi lagu-lagu kebangsaan dan Nasional Indonesia.

Kata kunci : musik, Indonesia, Nasional, kampanye

ABSTRACT

MUSICAL EVENT CAMPAIGN DESIGN IN ORDER TO ENCOURAGE NATIONALISM FOR INDONESIAN YOUNG GENERATION

oleh:

Shirleen Oktaviani

0964102

Lately music abroad more incentive in to Indonesia, many people who already do not care about Indonesian music anymore, especially Indonesian national anthem because it was rivaled by the songs of foreign cultures, such as that described by Guruh Sukarno Putra during an interview with Inilah.com 's team, Jakarta. Our society, especially young people who forget a lot of identity as a nation of Indonesia, because of his lifestyle tend to imitate foreign cultures.

Therefore, the purpose of this scheme is to change the mindset of young people against Indonesian national songs, through media campaign design to get young people more familiar with Indonesian national anthem, and encourage young people to love Indonesian national songs.

The method used is to create a campaign and music event for young children with promotional media such as posters, billboards, x-banners, newspaper and magazines advertising, flyers, websites, and also a gimmick. Through the design of Indonesian music campaign for young people who performed in a manner that is close to the young people today, such as music concerts and music competitions, and also the expected media campaign Indonesian young children can appreciate and get to know more songs -National anthem and Indonesia.

Keyword : music, Indonesia, Nasionalism, campaign

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN	v
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x

BAB 1 : PENDAHULUAN

1.1	Latar Belakang Masalah	1
1.2	Permasalahan dan Ruang Lingkup	2
1.3	Tujuan Perancangan	3
1.4	Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	3
1.5	Skema Perancangan	4

BAB II : LANDASAN TEORI

2.1	Teori Kampanye	5
2.1.1	Tujuan Kampanye	5
2.1.2	Tahapan Kampanye	6
2.1.3	Jenis Kampanye	7
2.2	Teori Komunikasi	7
2.3	Teori STP	8
2.4	Teori Tipography	9
2.4.1	Pengertian Tipography	9
2.4.2	Pengenalan Anatomi Huruf	11
2.4.3	Pengenalan Bentuk dan Penerapannya pada Publikasi	11
2.5	Teori Nasionalisme	11

BAB III : DATA dan ANALISIS MASALAH

3.1	Data dan Fakta	14
3.1.1	Data Lembaga Terkait	14
3.1.1.1	Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Bandung	14
3.1.1.2	Djarum Apresiasi Budaya	15
3.1.1.3	Swara Harmony Music School	15
3.1.1.4	Funtastic String Ensemble	20
3.1.2	Tinjauan Proyek Serupa	23
3.1.2.1	Konser Musik Klasik “Simfoni Untuk Bangsa 2013”	23
3.1.2.2	Konser Guruh Soekarno Putra “Sri Mimpi Indonesia”	25
3.1.2.3	Karya Lagu-lagu Sejenis	27
3.1.3	Hasil Wawancara dengan Narasumber	28
3.1.3.2	Hasil Wawancara dengan Carolina S.Yana	30
3.1.3.3	Hasil Wawancara dengan Dinas Kebudayaan	30
3.1.4	Hasil Kuesioner	32
3.2	Daftar Lagu Nasional Indonesia	38
3.3	Fungsi dan Jenis Lagu Perjuangan	41
3.4	Fungsi Kesadaran Nasionalisme	42
3.5	Analisis Berdasarkan Data dan Fakta	44
3.5.1	Analisis Segmentasi	45
3.5.2	Analisis Targeting	45
3.5.3	Analisis Positioning	46
3.5.4	Analisis SWOT	46

BAB IV : PEMECAHAN MASALAH

4.1	Konsep Komunikasi	48
4.1.1	Tahapan Kampanye	49
4.2	Konsep Kreatif	50
4.2.1	Konsep Verbal	52
4.2.2	Konsep Visual	53
4.3	Konsep Media	57

4.3.1	Event Awareness “Kompetisi Indonesia Bermusik”	58
4.3.2	Event Informing “Indonesia Bermusik Konser Akbar 2014”	63
4.3.3	Reminding	70
4.4	Budgeting	71
4.5	Timeline	72

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan	73
5.2	Saran	73

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

SKETSA

DAFTAR GAMBAR

BAB II

Gambar 2.1: Tujuan Kampanye.....	6
---	---

BAB III

Gambar 3.1: Artikel koran Kompas tentang NASIONALISME.....	18
Gambar 3.2: Dokumentasi Pikiran Rakyat 30 Mei 2010.....	20
Gambar 3.3: Konser Tunggal FSE.....	20
Gambar 3.4: Poster "Simfoni Untuk Bangsa 2013".....	24
Gambar 3.5: jumpa pers "Sri Mimpi Indonesia".....	25
Gambar 3.6: Poster "Sri Mimpi Indonesia".....	26
Gambar 3.7: Diagram Batang Pertanyaan No. 1.....	32
Gambar 3.8: Diagram Batang Pertanyaan No. 2.....	32
Gambar 3.9: Diagram Batang Pertanyaan No. 3.....	33
Gambar 3.10: Diagram Batang Pertanyaan No. 4.....	33
Gambar 3.11 Diagram Batang Pertanyaan No. 5.....	34
Gambar 3.12 Diagram Batang Pertanyaan No. 6.....	34
Gambar 3.13 Diagram Batang Pertanyaan No. 7.....	35
Gambar 3.14 Diagram Batang Pertanyaan No.8.....	35
Gambar 3.15 Diagram Batang Pertanyaan No.9.....	36
Gambar 3.16 Diagram Batang Pertanyaan No.10.....	36
Gambar 3.17 Diagram Batang Pertanyaan No.11.....	37
Gambar 3.18 Diagram Batang Pertanyaan No.12.....	37

BAB IV

Gambar 4.1 Warna Logo Kampanye.....	53
Gambar 4.2: Aplikasi warna Logo "Indonesia Bermusik".....	54
Gambar 4.3 : Poster Kampanye (1-3).....	55-56
Gambar 4.4 : Poster Event Awareness.....	58

Gambar 4.5 : Flyer Kompetisi Musik.....	59
Gambar 4.6 : Aplikasi poster event pada mading dan iklan koran.....	60
Gambar 4.7 : Baliho.....	61
Gambar 4.8 : web event kompetisi.....	62
Gambar 4.9 : Poster Event “Konser Akbar 2014”.....	63
Gambar 4.10 : Aplikasi poster Konser Akbar pada iklan koran dan mading.....	64
Gambar 4.11 : X-Banner.....	65
Gambar 4.12 : Billboard.....	66
Gambar 4.13 : Iklan Majalah.....	67
Gambar 4.14 : Website Konser Akbar.....	68
Gambar 4.15 : Tiket.....	68
Gambar 4.16 : Flyer.....	69
Gambar 4.17 : Cd.....	70
Gambar 4.18 : Kaos.....	70