

ABSTRAK

PERANCANGAN KAMPANYE SEJARAH BANGUNAN HERITAGE DI JALAN BRAGA BANDUNG

Oleh
Antonius
NRP 1164107

Kota Bandung adalah salah satu kota di Indonesia yang kaya akan bangunan *heritage*-nya yang berharga. Salah satu buktinya adalah dari bangunan-bangunan peninggalan masa kolonial Belanda di Jalan Braga yang menyimpan sejarah menarik. Namun seiring perkembangan zaman, bangunan-bangunan *heritage* tersebut kurang diperhatikan oleh masyarakat khususnya generasi muda. Hal ini dikarenakan generasi muda kurang menyadari, mengenal dan menghargai nilai sejarah pada bangunan *heritage*.

Oleh karena itu, tujuan dari perancangan ini adalah untuk merancang media-media visual yang memberikan informasi secara lebih baik dan efisien mengenai bangunan *heritage* di Jalan Braga serta merancang kampanye yang dapat mengubah pola pikir generasi muda terhadap nilai sejarah. Manfaat perancangan ini adalah agar generasi muda dapat lebih menyadari, mengenal dan menghargai serta tergerak untuk turut dalam pelestarian bangunan *heritage* di Jalan Braga.

Konsep komunikasi yang digunakan adalah menghidupkan kembali sejarah bangunan *heritage* di Jalan Braga melalui kampanye Braga Punya Sejarah. Konsep kreatif dengan menggunakan gaya kontemporer, klasik dan *art deco*. Kemudian konsep media adalah melalui website dan media sosial yang didukung dengan media poster, media *event*, dan gimmick dengan ilustrasi serta foto. Melalui media kampanye ini, generasi muda dapat lebih menyadari dan mengenal serta tertarik mengunjungi Jalan Braga untuk lebih menghargai bangunan *heritage*-nya yang kaya akan nilai sejarah.

Kata kunci: bangunan, Braga, generasi muda, *heritage*, sejarah

ABSTRACT

THE CAMPAIGN DESIGN OF HISTORICAL HERITAGE BUILDINGS IN BRAGA STREET, BANDUNG

Submitted by

Antonius

NRP 1164107

Bandung is one of the cities in Indonesia famous for its heritage buildings. One of the proofs is the existence of buildings inherited by the Dutch colonials located on the Braga Street full of interesting stories within. Time flies and those buildings' existence starts to be neglected by the youngsters particularly. They pay less attention towards its historical values for those valuable historical assets.

Thus, this design has an aim to come up with visual media that will inform the value of the heritage efficiently and thoroughly with expectation of altering the youngsters' perception towards history. This design definitely will bring about the youngsters' awareness, recognition and appreciation towards the heritage buildings and to preserve them.

The communicative concepts applied are revitalization of heritage buildings in Braga Street particularly through the so-called "Braga Punya Sejarah". This concept is full of creativity as it presents contemporary and classic style as well as art deco. Media like websites and social media are also put into effect supported by poster media, event media and gimmick with illustration and photos. It is truly expected that through this campaign, young people will highly value those valuable historical heritage and be interested to visit Braga, the place where those rich-history inheritance are scattered.

Keywords: buildings, Braga, youth, heritage, history

DAFTAR ISI

COVER DALAM	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN TUGAS AKHIR	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GRAFIK	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
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	5
2.1 Kampanye	5
2.2 Teori Dalam Desain Komunikasi Visual	6
2.2.1 Teori Desain Grafis	6
2.2.2 Teori Warna	7
2.2.3 Teori Ilustrasi	8
2.2.4 Teori Fotografi	9
2.2.5 Teori Tipografi	10
2.2.6 Teori <i>Layout</i>	10
2.2.7 Teori Web Desain	12

2.3 Seni Kontemporer	12
2.4 Teori STP	13
2.5 Teori SWOT	14
2.6 Sejarah Kebudayaan	16
2.7 Bangunan Heritage	17
 BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH	 19
3.1 Data dan Fakta	19
3.1.1 Paguyuban Bandung Heritage	19
3.1.2 Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bandung	21
3.1.3 Hasil Observasi	23
3.1.4 Hasil Wawancara	24
3.1.5 Hasil Kuesioner	30
3.1.6 Tinjauan Terhadap Proyek/Persoalan Sejenis	36
3.2 Analisis Terhadap Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta	39
3.2.1 STP	40
3.2.2 Analisis SWOT	41
 BAB IV PEMECAHAN MASALAH	 43
4.1 Konsep Komunikasi	43
4.2 Konsep Kreatif	44
4.2.1 Warna	44
4.2.2 Ilustrasi	45
4.2.3 Fotografi	45
4.2.4 Tipografi	46
4.2.5 <i>Layout</i>	46
4.2.6 Elemen Grafis	46
4.3 Konsep Media	46
4.4 Hasil Karya	48
4.4.1 Logo Kampanye	48
4.4.2 <i>Website</i>	49
4.4.3 Media Sosial	53

4.4.4	Poster	54
4.4.5	Spanduk	58
4.4.6	<i>X-Banner</i>	58
4.4.7	Umbul-umbul	59
4.4.8	Braga Heritage Festival	60
4.5	<i>Timeline</i>	63
4.6	<i>Budgeting</i>	65
BAB V PENUTUP		66
5.1	Kesimpulan	66
5.2	Saran	66
DAFTAR PUSTAKA		67
DAFTAR ISTILAH		68
DAFTAR LAMPIRAN		70
DATA PENULIS		106
UCAPAN TERIMA KASIH		107

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	Logo Paguyuban Bandung Heritage	19
Gambar 3.2	Paguyuban Bandung Heritage	20
Gambar 3.3	Logo Bandung <i>Tourism</i>	21
Gambar 3.4	Poster <i>Bandoeng Heritage Festival</i>	37
Gambar 3.5	Poster <i>Heritage Award</i>	38
Gambar 3.6	Website <i>World Heritage Convention</i>	39
Gambar 4.1	<i>Tagline</i> Kampanye	43
Gambar 4.2	Warna Kampanye	44
Gambar 4.3	Contoh Ilustrasi Kampanye	45
Gambar 4.4	Contoh Foto Kampanye	45
Gambar 4.5	Logo Kampanye	48
Gambar 4.6	Stilasi Bangunan Pada Logo	48
Gambar 4.7	Warna Logo	49
Gambar 4.8	Halaman Awal <i>Website</i>	50
Gambar 4.9	Halaman <i>Home Website</i>	50
Gambar 4.10	Halaman <i>Explore Website</i>	51
Gambar 4.11	Halaman <i>Festival Website</i>	52
Gambar 4.12	Halaman <i>About Website</i>	52
Gambar 4.13	<i>Facebook</i>	53
Gambar 4.14	<i>Twitter</i> dan <i>Instagram</i>	53
Gambar 4.15	Poster <i>Awareness</i>	54
Gambar 4.16	Poster <i>Informing</i>	55
Gambar 4.17	Poster <i>Reminding</i>	56
Gambar 4.18	Poster <i>Event</i>	57
Gambar 4.19	Spanduk	58
Gambar 4.20	<i>X-Banner</i>	59
Gambar 4.21	Umbul-umbul	60
Gambar 4.22	<i>Photobooth</i>	60
Gambar 4.23	Kaos <i>T-shirt</i>	61

Gambar 4.24 <i>Post Card</i>	62
Gambar 4.25 <i>Notes</i> dan <i>Balpoin</i>	62
Gambar 4.26 <i>CD Musik</i> dan <i>Goodie Bag</i>	63

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	<i>Timeline</i>	63
Tabel 4.2	<i>Budgeting</i>	65

DAFTAR GRAFIK

Grafik 3.1	Jenis Kelamin Responden	30
Grafik 3.2	Usia Responden	30
Grafik 3.3	Pendidikan Responden	31
Grafik 3.4	Pernahnya ke Jalan Braga	32
Grafik 3.5	Tujuan ke Jalan Braga	32
Grafik 3.6	Nama Tempat yang Diketahui di Jalan Braga	33
Grafik 3.7	Menariknya Jalan Braga	34
Grafik 3.8	Jalan Braga Memiliki Banyak Bangunan <i>Heritage</i>	34
Grafik 3.9	Sejarah Bangunan <i>Heritage</i> di Jalan Braga	35
Grafik 3.10	Nama Bangunan <i>Heritage</i> di Jalan Braga	35
Grafik 3.11	Mengenal Sejarah Bangunan <i>Heritage</i> di Jalan Braga	36

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	<i>Mindmapping</i> Konsep	70
Lampiran B	Asistensi Ilustrasi, Foto dan <i>Font</i>	75
B.1	Asistensi Ilustrasi	75
B.2	Asistensi Foto	77
B.3	Asistensi <i>Font</i>	79
Lampiran C	Sketsa Karya	80
C.1	Sketsa Logo	80
C.2	Sketsa <i>Website</i>	86
C.3	Sketsa Media Sosial	98
C.4	Sketsa Poster	99