

## **ABSTRAK**

### **KAMPANYE MENGHARGAI HAK CIPTA KARYA MUSIK DI INDONESIA**

Oleh:  
**Wendy Lautan**  
**NRP 1264041**

Berdasarkan data dan observasi, tingkat pembajakan musik di Indonesia sangat tinggi dan terus meningkat. Pembajakan musik sangat merugikan musisi dan negara sehingga masalah pembajakan musik ini berpengaruh pada kemajuan bangsa. Peredaran musik bajakan semakin banyak dan makin mudah didapatkan, serta penegakan hukum yang masih kurang dari pemerintah, sehingga memudahkan masyarakat untuk mendapatkan musik bajakan. Masyarakat belum sadar akan dampak negatif serta kerugian yang ditimbulkan dari musik bajakan, dan sadar akan pentingnya menghargai hak cipta karya musik.

Hak cipta karya musik dilindungi hukum dan memiliki dasar hukum, serta harus dihargai karena memiliki kontribusi terhadap kemajuan Bangsa. Tujuan dari kampanye ini adalah untuk meningkatkan kesadaran masyarakat, khususnya untuk remaja dan dewasa muda untuk lebih menghargai hak cipta karya musik dengan cara berhenti menggunakan musik bajakan. Agar lebih fokus dan efektif dalam menyampaikan pesan, desain ini ditargetkan terutama untuk remaja dan dewasa muda. Manfaat dari desain ini adalah membuat masyarakat berhenti menggunakan musik bajakan untuk kemajuan industri musik dan bangsa Indonesia.

Metode yang digunakan adalah membuat kampanye menggunakan media poster, media sosial dengan konsep fotografi untuk penyampaian pesannya. Media tersebut sering digunakan remaja dan dewasa muda, sehingga diharapkan pesan dapat disampaikan secara efektif.

Kata kunci : hak cipta, kampanye, musik, pembajakan

## **ABSTRACT**

### **CAMPAIGN OF APPRECIATING MUSIC COPYRIGHT IN INDONESIA**

*Submitted By:*  
**Wendy Lautan**  
**NRP 1264041**

*According to data and observation, music piracy's level in Indonesia is high and increasing. Music piracy disadvantaging musician and country that this piracy problem inflict national's gain. The cycle of music piracy is getting wider and easier to get, and so with the government's less intention for law enforcement, making it easier for people getting pirated music. Many people have not realized yet the negative effect and costs made by music piracy, and realized how important it is to appreciate music copyright.*

*Music copyright protected by law and has legal basis, and should be appreciated because it has contribution towards national's gain. The purpose of this campaign is to increase people's awareness, especially for teenagers and young adults to appreciate more of music copyright by not using pirated music. For efficiency in delivering the message, the design will be focused for teenagers and young adults. The benefit for this design is making people stop using pirated music for improvement of music industry and national gain.*

*Poster and social media with photography concept are the methods that will be used to deliver the message. Since these media have often used by teenagers and young adults, hopefully the message can be delivered effectively*

*Keywords : copyright, campaign, music, piracy*

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
KATA PENGANTAR .....	ii
ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT.....	iv
DAFTAR ISI .....	iv
DAFTAR GAMBAR .....	v
DAFTAR TABEL .....	vi
DAFTAR LAMPIRAN .....	vii
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	2
1.3 Tujuan Perancangan .....	3
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data .....	3
1.4.1 Sumber Data .....	3
1.4.2 Teknik Pengumpulan Data .....	3
1.5 Skema Perancangan .....	5
BAB II : LANDASAN TEORI .....	6
2.1 Kajian Pustaka .....	6
2.1.1 Visual Grafis Kampanye .....	6
2.1.2 Visual Grafis .....	7
2.1.3 Kampanye .....	10
2.1.4 Komunikasi Masa .....	13
2.1.5 Remaja dan Dewasa muda .....	14
2.1.6 Pembajakan Hak Cipta Musik .....	15
2.1.7 Hak Cipta Musik .....	15
2.1.8 Definisi Musik .....	19
2.1.9 Radio Internet .....	23
2.1.10 Streaming .....	24

BAB III : DATA DAN ANALISIS MASALAH .....	25
3.1 Data dan Fakta .....	25
3.1.1 Profil Mandatori, Sponsorship, dan Lembaga Terkait .....	25
3.1.2 Data tentang Gejala / Fenomena yang terjadi .....	30
3.2 Analisis Masalah .....	38
3.2.1 Berdasarkan Data dan Fakta .....	38
3.2.2 Analisis Masalah Melalui STP dan SWOT .....	39
BAB IV : PEMECAHAN MASALAH .....	42
4.1 Konsep komunikasi .....	42
4.2 Konsep Kreatif .....	42
4.2.1 Konsep Visual .....	42
4.3 Konsep Media .....	44
4.3.1 Timeline .....	45
4.4 Hasil Karya .....	45
4.4.1 Logo .....	45
4.4.2 Poster .....	46
4.4.3 Koran .....	59
4.4.4 Billboard .....	60
4.4.5 Media Sosial .....	61
4.4.7 Youtube .....	63
4.4.6 Website .....	64
4.4.7 Gimmick .....	65
4.4.8 Perhitungan Biaya Kampanye .....	66
BAB V : PENUTUP .....	67
5.1 Simpulan .....	67
5.2 Saran .....	67
DAFTAR PUSTAKA .....	68-69
LAMPIRAN.....	70-75

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Logo BEKRAF.....	25
Gambar 3.3 Logo Sony Music .....	28
Gambar 3.3 Logo ASIRI.....	28
Gambar 3.4 Diagram jumlah responden laki-laki dan perempuan .....	31
Gambar 3.5 Diagram rentang umur responden .....	32
Gambar 3.6 Diagram perbandingan penikmat musik .....	32
Gambar 3.7 Diagram media mendengarkan musik.....	33
Gambar 3.7 Diagram tingkat pembelian lagu/album dalam bentuk CD.....	33
Gambar 3.8 Diagram intensitas membeli dan mengunduh musik bajakan.....	34
Gambar 3.9 Diagram pembelian CD musik <i>original</i> .....	35
Gambar 3.10 Diagram perbandingan musik <i>original</i> vs bajakan .....	35
Gambar 3.11 Kampanye #savemusicindonesia.....	38
Gambar 4.1 Warna Kampanye .....	42
Gambar 4.2 Logo Stop Musik Bajakan.....	45
Gambar 4.3 Poster <i>Awareness</i> 1 2 3 .....	47
Gambar 4.4 Poster <i>Awareness</i> 1 .....	48
Gambar 4.5 Poster <i>awareness</i> 2 .....	49
Gambar 4.6 Poster <i>awareness</i> 3 .....	50
Gambar 4.7 Poster <i>Informing</i> 1,2,3.....	51
Gambar 4.8 Poster <i>Informing</i> 1 .....	52
Gambar 4.9 Poster <i>Informing</i> 2.....	53
Gambar 4.10 Poster <i>Informing</i> 3.....	54
Gambar 4.11 Poster <i>Reminding</i> 1,2,3 .....	55
Gambar 4.12 Poster <i>Reminding</i> 1 .....	56
Gambar 4.13 Poster <i>Reminding</i> 2 .....	57
Gambar 4.14 Poster <i>Reminding</i> 3 .....	58
Gambar 4.15 Koran <i>awareness</i> .....	59
Gambar 4.16 Billboard.....	60
Gambar 4.17 Instagram.....	61
Gambar 4.18 Media Sosial Facebook .....	62
Gambar 4.19 Media Sosial Facebook .....	63
Gambar 4.20 Website.....	64
Gambar 4.21 Website banner .....	64
Gambar 4.22 T-shirt.....	65
Gambar 4.23 CD album <i>original</i> .....	65

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Timeline .....	45
Tabel 4.2 Biaya kampanye .....	66



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Rangkuman wawancara .....	71-72
Lampiran B	Pertanyaan Kuesioner .....	73
Lampiran C	Sketsa Logo.....	74
Lampiran D	Story Board.....	75
Lampiran E	Sketsa Poster.....	76

