

ABSTRAK

PERANCANGAN KAMPANYE INFORMASI KUE TRADISIONAL KHAS BETAWI

Oleh

Jocelyn Nadia Andreani

NRP 1464044

Kemajuan teknologi dan arus globalisasi yang pesat di bidang kuliner menyebabkan kuliner di Indonesia salah satunya adalah kue tradisional khas Betawi semakin hilang dan terlupakan oleh masyarakat terutama generasi muda. Seperti contohnya, kue Dongkal, kue Geplak, kue Kembang Goyang, kue Akar Kelapa, dan lain-lain. Hal ini lah yang membuat kuliner khususnya kue tradisional perlu dilestarikan dan tetap dapat dikenal oleh masyarakat terutama generasi muda. Tujuan perancangan kampanye ini adalah untuk memperkenalkan dan mempopulerkan kembali kue tradisional yang semakin langka keberadaannya supaya kue tradisional dapat kembali eksis di kalangan masyarakat urban dan generasi muda. Kue tradisional diperkenalkan dan diinformasikan melalui media informasi yang tepat dan menarik. Metode yang digunakan adalah dengan memberikan informasi melalui beberapa media yaitu media sosial, seperti *Instagram* dan *Facebook* sebagai media utamanya serta didukung oleh media kampanye berupa poster, majalah, *website*, *billboard*, katalog, serta dilengkapi oleh *gimmick* berupa *totebag*, enamel pin dan *notes*. Melalui perancangan kampanye ini, generasi muda dapat mengetahui informasi mengenai kue tradisional khas Betawi, mempunyai rasa bangga dan keinginan untuk melestarikan kue tradisional khas Betawi tersebut.

Kata kunci: Betawi; Indonesia; kue tradisional; kuliner

ABSTRACT

CAMPAIGN DESIGN OF TRADITIONAL CAKE FROM BETAWI

Submitted by

Jocelyn Nadia Andreani

NRP 1464044

Technological improvements and the fast flow of globalization in the culinary field has an impact to Indonesia, one of which is Betawi traditional cake is increasingly lost and forgotten by the community, especially the younger generation. For example, Dongkal, Geplak, Kembang Goyang, Akar Kelapa, and others. This issue initiated culinary, especially traditional cakes need to be preserved and still be recognized by the community, especially the younger generation. The purpose of the design on this campaign is to introduce and popularize the traditional cakes that are increasingly rare existence so that traditional cakes can re-exist in urban and young people. Traditional cakes are introduced and informed through appropriate and appealing media information. The methods used are providing information through several media, namely social media, such as Instagram and Facebook as the main media and supported by the media campaign in the form of posters, magazines, websites, billboards, catalogs, and equipped by gimmick totebag, enamel pins and notes. Through the design of this campaign, the young generation can find information about traditional cakes of Betawi, have pride and desire to preserve the Betawi's traditional cake.

Keywords: Betawi; culinary; Indonesia; traditional cake

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN.....	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	2
1.1 Latar Belakang Masalah.....	2
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup.....	4
1.3 Tujuan Perancangan.....	5
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	5
1.5 Skema Perancangan.....	7
BAB II LANDASAN TEORI.....	8
2.1 Teori Fotografi.....	8
2.1.1 Teori Still Life Photography.....	8
2.2 Teori Kampanye Informasi.....	9
2.2.1 Tujuan Kampanye Informasi.....	9
2.2.2 Media Kampanye Informasi.....	9
2.3 Teori AIDMA.....	10
2.5 Warna khas Betawi.....	12

BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH.....	13
3.1 Data dan Fakta	
3.1.1 Mandatori.....	15
3.1.2 Institusi terkait.....	18
3.1.3 <i>Sponsorship</i>	20
3.1.4 Hasil Wawancara.....	21
3.1.5 Hasil Survey Online.....	24
3.2 Tinjauan Proyek Sejenis.....	31
3.3 Analisis Terhadap Permasalahan.....	35
3.3.1 Analisis SWOT dari objek.....	35
3.3.2 Analisis SWOT dari kampanye informasi.....	36
3.4 Segmentasi, <i>Targeting</i> , <i>Positioning</i>	36
 BAB IV PEMECAHAN MASALAH	
4.1 Konsep Komunikasi.....	39
4.2 Konsep Kreatif.....	40
4.2.1 Konsep Visual.....	40
4.2.2 Logo.....	40
4.2.3 Tipografi.....	41
4.2.4 Warna.....	41
4.2.5 Metode Kampanye dan <i>Timeline</i>	42
4.3 Konsep Media.....	43
4.4 Karya.....	43
4.5 <i>Budgeting</i>	56
 BAB V PENUTUP.....	58
5.1 Kesimpulan.....	58
5.2 Saran.....	58
 DAFTAR PUSTAKA.....	59
LAMPIRAN.....	61

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Tabel kampanye informasi.....	43
Tabel 4.2	Tabel Budgeting media kampanye informasi.....	56-57



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Skema perancangan kampanye informasi	7
Gambar 3.1	Logo Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi DKI Jakarta.....	15
Gambar 3.2	Logo Lembaga Kebudayaan Betawi.....	18
Gambar 3.3	Logo Indofood.....	21
Gambar 3.4	Diagram hasil survei	24
Gambar 3.5	Diagram hasil survei	25
Gambar 3.6	Diagram hasil survei.....	26
Gambar 3.7	Diagram hasil survei	27
Gambar 3.8	Diagram hasil survei.....	28
Gambar 3.9	Diagram hasil survei.....	28
Gambar 3.10	Diagram hasil survei.....	29
Gambar 3.11	Diagram hasil survei.....	29
Gambar 3.12	Diagram hasil survei.....	30
Gambar 3.13	Diagram hasil survei.....	31
Gambar 3.14	Hasil karya proyek sejenis berupa buku.....	32
Gambar 3.15	Hasil karya proyek sejenis.....	33
Gambar 3.16	Media <i>totebag</i> dari hasil karya proyek sejenis.....	33
Gambar 3.17	Hasil karya proyek sejenis berupa buku.....	34
Gambar 3.18	<i>Gimmick</i> dari hasil karya proyek sejenis berupa buku.....	34
Gambar 4.1	Logo kampanye.....	40
Gambar 4.2	Tahap AIDMA yang diterapkan pada <i>instagram post</i>	44
Gambar 4.3	Tahap AIDMA yang diterapkan pada <i>instagram feeds</i>	44
Gambar 4.4	Tahap AIDMA yang diterapkan pada <i>facebook post</i>	45
Gambar 4.5	Tampilan <i>facebook profile</i> program kampanye.....	46
Gambar 4.6	Penerapan kampanye pada poster di <i>café</i>	46
Gambar 4.7	Penerapan kampanye pada <i>billboard</i> di <i>mall</i>	47
Gambar 4.8	Penerapan kampanye pada <i>billboard</i> di tol dan jalan raya.....	47
Gambar 4.9	Penerapan tahap <i>Memory</i> pada majalah.....	48

Gambar 4.10 <i>Cover</i> depan dan belakang katalog.....	49
Gambar 4.11 <i>Layout</i> katalog kue tradisional khas Betawi.....	49
Gambar 4.12 Tampak depan dan belakang <i>Gimmick Totebag</i>	50
Gambar 4.13 Enamel pin.....	50
Gambar 4.14 Enamel pin pada ransel.....	51
Gambar 4.15 Tampak depan dan belakang notes.....	51
Gambar 4.16 Tahap <i>Attention</i>	52
Gambar 4.17 Tahap <i>Interest</i>	52
Gambar 4.18 Tahap <i>Desire</i>	53
Gambar 4.19 Tahap <i>Memory</i>	54
Gambar 4.20 Tahap <i>Action</i>	55



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A : Rangkuman wawancara.....	61
A.1 Wawancara dengan Bapak Encu Suhandi.....	61
A.2 Wawancara dengan Bapak Drs. Yahya Andi Saputra.....	62
Lampiran B : <i>Video storyboard</i>	64
Lampiran C : Proses visual karya Tugas Akhir.....	65
C.1 Sketsa Logo.....	65
C.2 Sketsa Visual.....	68

