

ABSTRAK

PERANCANGAN KAMPANYE PENGENALAN MUSIK KERONCONG UNTUK ANAK MUDA DI KOTA BANDUNG

Oleh

Antonia Tia Aurellia

1464061

Keroncong merupakan salah satu jenis musik tradisional Indonesia yang awalnya berkembang di sebuah wilayah di Batavia yang bernama Kampung Tugu pada pertengahan abad ke-17 dengan alat musik utamanya adalah ukulele. Mengingat usia perkembangan musik keroncong di Indonesia dan perkembangan teknologi yang pesat mempengaruhi kepopuleran musik keroncong di kalangan anak muda yang dipicu dengan kurangnya pengenalan musik keroncong yang dapat mengakibatkan kepunahan pada jenis musik ini. Maka dari itu untuk mengatasi permasalahan ini dibuatlah sebuah perancangan kampanye dengan tujuan untuk mengenalkan musik keroncong yang dikhususkan bagi anak muda. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan cara observasi, kuisioner, literatur, dan wawancara. Strategi AIDMA digunakan sebagai dasar dari strategi kampanye ini didukung dengan penggunaan media sosial terutama dalam penggunaan *hashtag* sebagai penyebaran utama.

Kata kunci : Instagram, Kampanye, Keroncong, Anak Muda.

ABSTRACT

CAMPAIGN DESIGN TO INTRODUCE KERONCONG MUSIC FOR BANDUNG'S YOUNG GENERATION

Submitted by

Antonia Tia Aurellia

NRP 1464061

Keroncong is one of Indonesian traditional music genre that first developed in Tugu Village, Batavia area in 17th century, with ukulele being its first music instrument. The age of keroncong music as well as the rapid technological development affect the popularity of keroncong music among the younger audience, caused by the lack of introduction of keroncong music that might caused the extinction of the music. To counter the problem, a campaign was made with the purpose of introducing keroncong music to the younger audience, especially teenagers. A study was made based on observation, questionnaire, literature, and interview. The AIDMA strategy was also used as the base for the campaign strategy, and was supported by the use of social media as the main platform to spread the campaign, especially on the usage of hashtag.

Key words: Campaign, Instagram, Keroncong, Young Adult.

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.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup.....	2
1.3 Tujuan Penelitian	2
1.4 Teknik Pengumpulan Data.....	3
1.5 Skema Perancangan	4
BAB II LANDASAN TEORI.....	5
2.1 Teori Musik.....	5
2.1.1 Pengertian musik	5
2.1.2 Unsur-unsur musik	6
2.1.3 Fungsi Musik	7
2.1.4 Musik Tradisional.....	8
2.1.5 Musik Keroncong	10
2.1.6 Hakekat Keroncong	12
2.2 Teori Psikologi.....	13
2.2.1 Psikologi Komunikasi	13

2.2.2 Perkembangan anak muda.....	15
2.3 Teori Kampanye.....	16
2.3.1 Model proses kampanye umum.....	17
2.3.2 Model komunikasi.....	15
2.4 Retro	18
2.4.1 <i>Verncular Typography</i>	19
BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH.....	20
3.1 Data dan Fakta	20
3.1.1 Perusahaan/Lembaga terkait.....	20
3.1.2 Data Terkait.....	22
3.1.3 Tinjauan Karya Sejenis.....	37
3.2 Analisis terhadap Permasalahan berdasarkan Data dan Fakta.....	38
3.2.1 STP	39
3.2.2 SWOT.....	40
BAB IV PEMECAHAN MASALAH	41
4.1 Konsep komunikasi.....	41
4.2 Konsep Kreatif.....	41
4.2.1 Verbal	41
4.2.2 Visual.....	41
4.2.3 Warna	43
4.2.4 Tipografi.....	44
4.2.5 <i>Creative Brief</i>	45
4.3 Konsep Media	47
4.4 Hasil Karya	50
4.4.1 Logo Kampanye	50
4.4.2 Instagram <i>Key Visual</i>	51
4.4.3 <i>Youtuber sebagai Influencer</i>	58
4.4.3 <i>Youtuber sebagai Influencer</i>	58
4.4.4 Umbul-umbul	59

4.4.5 <i>Gimmick</i>	60
4.4.6 Website.....	63
4.4.7 <i>Booth</i>	58
4.5 <i>Budgeting</i>	65
BAB V PENUTUP	66
5.1 Kesimpulan	66
5.2 Saran	67
Daftar Pustaka.....	68



DAFTAR GAMBAR

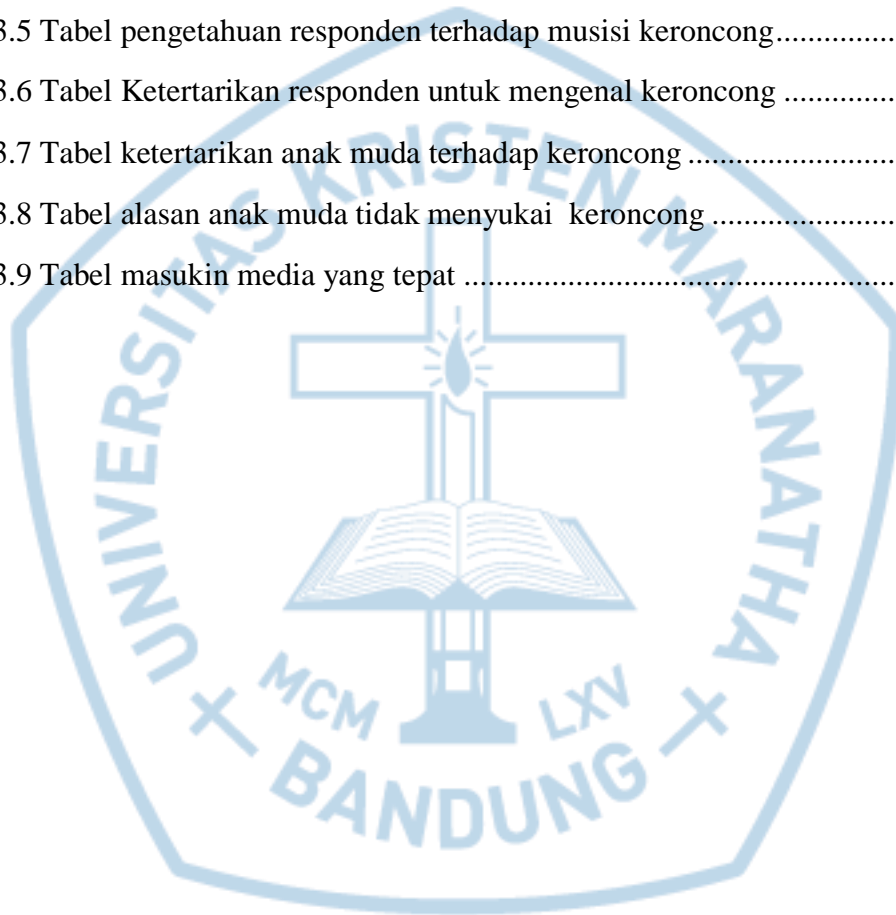
Gambar 3.1 Logo Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat.....	21
Gambar 3.2 Logo Himpunan Artis Musisi Keroncong Indonesia	22
Gambar 3.3 Poster Pasar Keroncong Kota Gede	37
Gambar 3.4 Poster Festival Kesenian Yogyakarta	37
Gambar 4.1 Refrensi untuk karya penulis	42
Gambar 4.2 Warna-warna dalam perancangan desain kampanye	43
Gambar 4.3 <i>Typeface</i> yang digunakan dalam perancangan kampanye	44
Gambar 4.4 Refrensi untuk karya penulis.....	46
Gambar 4.5 Timeline Perancangan kampanye	49
Gambar 4.6 Logo Kampanye	50
Gambar 4.7 Warna Logo Kampanye	51
Gambar 4.8 <i>Awareness</i> #KenalAlatMusikKeroncong	52
Gambar 4.9 <i>Awareness</i> #KenalMusisiKeroncong	52
Gambar 4.10 <i>Awareness</i> #KenalMusisiKeroncong	53
Gambar 4.11 <i>Key Visual Awareness</i>	53
Gambar 4.12 <i>Mockup Awareness</i> pada Instagram	54
Gambar 4.13 <i>Interest</i> #KenalLaguKeroncong	54
Gambar 4.14 <i>Interest</i> #KenalLaguKeroncong video Bengawan Solo.....	55
Gambar 4.15 <i>Interest</i> #KenalLaguKeroncong pop	55
Gambar 4.16 <i>Mokup Interest</i> #KenalLaguKeroncong	56
Gambar 4.17 <i>Key Visual Desire</i>	57
Gambar 4.18 <i>Key Visual Action</i>	57
Gambar 4.19 <i>Key Visual Desire</i> Youtuber	58
Gambar 4.20 Umbul-umbul sebagai tahapan <i>Desire</i>	59
Gambar 4.21 <i>Totebag</i>	60
Gambar 4.22 <i>Enamel</i>	60
Gambar 4.23 <i>Notebook</i>	61

Gambar 4.24 <i>ID Card</i>	61
Gambar 4.25 <i>T-Shirt</i>	62
Gambar 4.26 <i>Topi</i>	62
Gambar 4.27 <i>Drawstring Bag</i>	62
Gambar 4.28 <i>Mug</i>	63
Gambar 4.29 <i>Website</i>	63
Gambar 4.30 <i>Photobooth</i>	64
Gambar 4.31 <i>Booth bazaar</i>	64



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Skema perancangan	4
Tabel 3.1 Tabel usia responden	31
Tabel 3.2 Tabel pendidikan responden	32
Tabel 3.3 Tabel uasng saku responden	32
Tabel 3.4 Tabel pengetahuan responden terhadap keroncong	33
Tabel 3.5 Tabel pengetahuan responden terhadap musisi keroncong.....	34
Tabel 3.6 Tabel Ketertarikan responden untuk mengenal keroncong	34
Tabel 3.7 Tabel ketertarikan anak muda terhadap keroncong	35
Tabel 3.8 Tabel alasan anak muda tidak menyukai keroncong	35
Tabel 3.9 Tabel masukan media yang tepat	36



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A : Proses Sketsa Logo 70



DATA PENULIS



1. Nama Penulis : Antonia Tia Aurellia
2. Alamat : Jl. Alfa no 101 Cigadung, Bandung 40191
3. Telepon : 022-2502958
4. No. Handpone : 0895801012020
5. Alamat E-mail : antoniaaurellia@gmail.com
6. Pendidikan SMA : SMA Santa Angela. 2014



DAFTAR PUSTAKA

A.Th.Manusama, *Krontjong*, Batavia : Boekhandel G. Kolee & Co, 1919.

Liliweri, Alo. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. (Jakarta: Kencana Prena da Media Group)

Artiel Online

____2013. Kampung Betawi, (<http://kampungbetawi.com/sejarah-musik-keroncong>, diakses pada 30 November 2017)

Belajar Psikologi (<http://belajarpsikologi.com/perkembangan-psikologis-remaja>‘ diakses pada 24 Januari 2018)

http://bbs.binus.ac.id/ibm/2017/06/aidma-model-aisas-model-in-digital-marketing_strategy (diakses pada 14 Maret 2018)

<http://www.belajar-desain.com/2015/05/arti-warna-untuk-desain-grafis.html> (diakses pada 14 Maret 2018)

<http://www.infofky.com> (diakses pada 4 Februari 2018)

<http://www.organix-digital.com/blog/read/definisi-dan-fungsi-hashtag-pada-sosial-media> (diakses pada 16 Maret 2018)

<http://www.pasarkeroncongkotagede.com> (diakses pada 4 Februari 2018)

<http://www.plimbi.com/news/126292/jenis-jenis-font> (diakses pada 14 Maret 2018)

<https://www.progresstech.co.id/blog/manfaat-sosial-media-bisnis> (diakses pada 16 Maret 2018)

Makkiah, Kiky. 2017. *Anak Muda yang Melestarikan Musik Keroncong*, (<https://student.cnnindonesia.com/inspirasi/20170502125807-454-211557/anak-muda-yang-melestarikan-musik-keroncong>)