

ABSTRAK

Dengan judul “Kampanye Hayu Ngeblues”, penulisan ini memiliki permasalahan, yaitu kurangnya sosialisasi kepada masyarakat khususnya anak muda mengenai manfaat bermain atau mendengarkan musik blues. Dari permasalahan tersebut, penulisan ini bertujuan untuk merancang media-media yang efektif dan komunikatif tentang manfaat dari musik blues dan mensosialisasikannya lewat kampanye.

Karena penulisan ini menggunakan media kampanye, maka teori yang digunakan adalah mengenai seputar kampanye, khususnya kampanye sosial teori-teori yang berisi tentang seputar tahap dan strategi juga di gunakan sebagai teori pendukung dalam penulisan ini.

Sumber data di peroleh penulis dengan cara mewawancarai dan observasi. Untuk teknik pengumpulan data menggunakan beberapa cara, seperti studi perpustakaan dan data yang di dapat dari internet, seperti artikel dan lain-lain. Lalu membuat kuesioner yang disusun berdasarkan pertanyaan-pertanyaan yang berhubungan dengan tema penelitian.

Kemudian di dapatkan temuan ilmiah yang memiliki tujuan yang mengubah sikap, pola pikir dan perilaku masyarakat mengenai manfaat musik blues dalam kehidupan sehari-hari dan mulai mendengarkan musik blues sebagai salah satu pilihan gaya hidup yang bermanfaat.

Abstract

With the title “Kampanye Hayu Ngeblues”, this writing has a problem, namely the lack of socialization to the community especially the young generation about the benefits of playing and listening of blues music. To these problems, this paper aims to design and effective and communicative media about the benefits of this blues music and socialized through advertising campaigns.

Since writing this using a media campaign, the theory used is about the campaign, particularly the social campaign. Theories which contain about around the stage and strategies are also used as support in the writing of this theory.

Sources of data obtained by interviews and observation. For data collection techniques used in several ways, such as library, studies and data obtain from the internet, such as surface, articles and more. Then create a questionnaire based on question related to research themes.

Then obtain the scientific findings that have the purpose to change the attitude, tough patterns and behavior regarding the importance of blues music in the everyday life and start to listening blues music for one of the beneficial life style.

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------|
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| LEMBAR PENGESAHAN..... | ii |
| PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN..... | iii |
| PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN..... | iv |
| KATA PENGANTAR..... | v |
| ABSTRAK..... | vi |
| ABSTRACT..... | vii |
| DAFTAR ISI..... | viii |
| DAFTAR GAMBAR..... | x |
| DAFTAR ISTILAH..... | xii |

BAB I PENDAHULUAN

| | |
|---|---|
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup..... | 2 |
| 1.2.1 Permasalahan..... | 2 |
| 1.2.2 Ruang Lingkup..... | 3 |
| 1.3 Tujuan Perancangan..... | 3 |
| 1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan data..... | 3 |
| 1.5 Kerangka Pemikiran..... | 5 |

BAB II LANDASAN TEORI

| | |
|--|----|
| 2.1 Kampanye..... | 6 |
| 2.1.1 Pengertian Kampanye..... | 6 |
| 2.1.2 Fungsi Kampanye..... | 7 |
| 2.1.3 Jenis Kampanye..... | 8 |
| 2.1.4 Landasan Kegiatan Kampanye..... | 9 |
| 2.1.5 Persuasi Sebagai Titik Tolak Kampanye..... | 9 |
| 2.1.6 Jenis Kampanye Yang Digunakan..... | 10 |

| | |
|---|----|
| 2.1.7 Model Kampanye..... | 10 |
| 2.1.8 Tahap Kampanye..... | 11 |
| 2.2Blues..... | 13 |
| BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH | |
| 1.1 Data dan Fakta..... | 15 |
| 1.1.1 Bandung Blues Society..... | 15 |
| 1.1.2 Wawancara..... | 17 |
| 1.1.3 Kuesioner..... | 18 |
| 1.2 Tinjauan Terhadap Proyek / Persoalan Sejenis..... | 21 |
| 1.3 Analisis Terhadap Permasalahan..... | 22 |
| 1.3.1 Analisis STP..... | 22 |
| 1.3.2 Analisis SWOT..... | 24 |
| BAB IV PEMECAHAN MASALAH | |
| 4.2 Konsep Komunikasi..... | 25 |
| 4.3 Konsep Kreatif..... | 26 |
| 4.3.1 Vector..... | 26 |
| 4.3.2 Maskot..... | 27 |
| 4.3.3 Logo Kampanye..... | 28 |
| 4.3.4 Ilustrasi..... | 28 |
| 4.3.5 Layout..... | 29 |
| 4.3.6 Warna..... | 29 |
| 4.3.7 Typography..... | 30 |
| 4.4 Konsep Media..... | 30 |
| 4.4.1 Poster..... | 30 |
| 4.4.2 Iklan Majalah..... | 31 |
| 4.4.3 Flyer..... | 32 |
| 4.4.4 Spanduk..... | 33 |
| 4.4.5 Brosur..... | 33 |
| 4.4.6 Event..... | 34 |
| 4.4.7 Gimmick..... | 35 |
| 4.5 Hasil Karya..... | 39 |

| | | |
|-----------------------------------|--------------------------------|-----------|
| 4.5.1 | Poster Conditioning..... | 39 |
| 4.5.2 | Poster Informing..... | 43 |
| 4.5.3 | Iklan Majalah Conditionin..... | 45 |
| 4.5.4 | Iklan Majalah Informing..... | 46 |
| 4.5.5 | Brosur..... | 47 |
| 4.5.6 | Spanduk..... | 48 |
| 4.5.7 | Poster Event..... | 49 |
| 4.5.8 | Flyer..... | 50 |
| 4.5.9 | Gimmick..... | 50 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | | |
| 5.1 | Kesimpulan..... | 56 |
| 5.2 | Saran..... | 57 |
| Daftar Pustaka..... | | 58 |
| Data Penulis..... | | 59 |
| Ucapan Terima Kasih..... | | 60 |
| Lampiran..... | | 61 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1. Logo BBS..... | 15 |
| Gambar 2. Kampanye Bumi Lewat Musik..... | 21 |
| Gambar 3. Vector..... | 26 |
| Gambar 4. Maskot..... | 27 |
| Gambar 5. Logo Kampanye..... | 28 |
| Gambar 6. Ilustrasi..... | 28 |
| Gambar 7. Warna..... | 29 |
| Gambar 8. Logo Kampanye..... | 39 |
| Gambar 9. Poster Conditioning 1..... | 40 |
| Gambar 10. Poster Conditioning 2..... | 41 |
| Gambar 11. Poster Conditioning 3..... | 42 |
| Gambar 12. Poster Informing 1..... | 43 |
| Gambar 13. Poster Informing 2..... | 44 |
| Gambar 14. Poster Informing 3..... | 44 |
| Gambar 15. Majalah Conditioning..... | 45 |
| Gambar 16. Majalah Informing..... | 46 |
| Gambar 17. Brosur 1..... | 47 |
| Gambar 18. Brosur 2..... | 48 |
| Gambar 19. Spanduk..... | 48 |
| Gambar 20. Poster Event..... | 49 |
| Gambar 21. Flyer..... | 49 |
| Gambar 22. Mug..... | 51 |
| Gambar 23. Topi..... | 51 |
| Gambar 24. Pick gitar..... | 51 |
| Gambar 25. T-shirt..... | 52 |
| Gambar26. Pin..... | 53 |
| Gambar 27. Stiker..... | 54 |

