**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL MENGENAI BANGUNAN CAGAR BUDAYA DI KOTA BANDUNG**

Diajukan untuk Memenuhi Syarat dalam Memperoleh Gelar Sarjana Seni di

Bidang Desain Komunikasi Visual



**MUCHAMAD RANGGA NUR ISLAM**

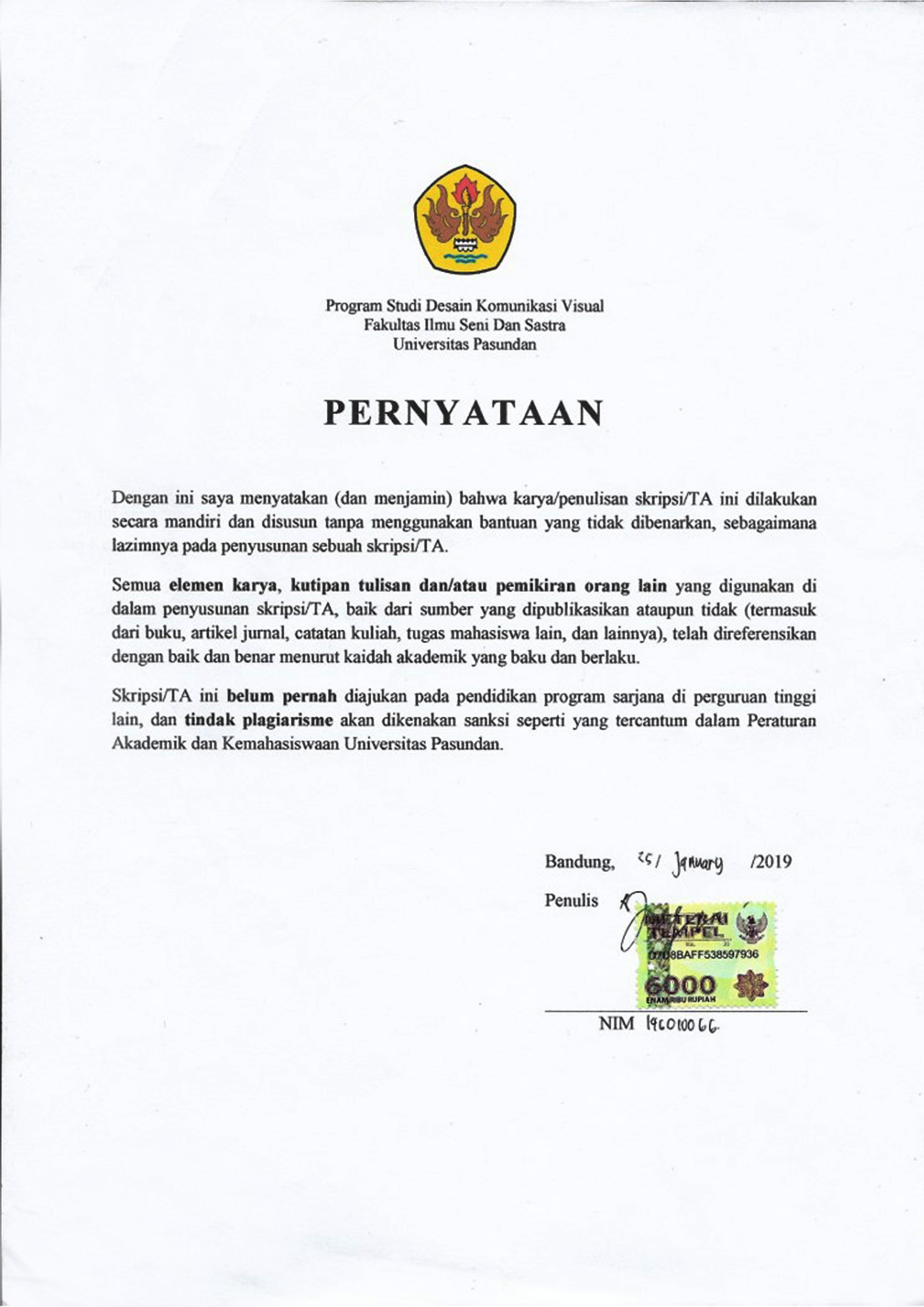
**146010066**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

**FAKULTAS ILMU SENI DAN SASTRA**

**UNIVERSITAS PASUNDAN**

**BANDUNG, FEBRUARI 2019**

****

**HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

Dengan ini saya menyatakan (menjamin) bahwa pengkaryaan tugas akhir ini dilakukan secara mandiri dan disusun tanpa menggunakan bantuan yang tidak dibenarkan, sebagaimana laazimnya pada penyusunan sebuah Tugas Akhir.

Semua elemen karya, kutipan tulisan atau pemikiran orang lain yang digunakan di dalam penyusunan pengkaraan, baik dari sumber yang dipublikasikan ataupun tidak, telah dikutip dan di sertakan sumbernya dengan baik dan benar menurut kaidah akademik yang berlaku.

Pengkaryaan ini belum pernah diajukan pada program sarjana di perguruan tinggi lain dan tindak plagiarisme akan dikenakan sanksi seperti yang tercantum dalam peraturan akademik dan kemahasiswaan Universitas Pasundan Bandung.

Muchamad Rangga Nur Islam

146010066

Perancangan Kampanye Sosial Mengenai Bangunan Cagar Budaya di Kota Bandung

**HALAMAN PENGESAHAN**

Skripsi ini diajukan oleh

Nama : Muchamad Rangga Nur Islam

NPM : 146010066

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Judul Skripsi : Perancangan Kampanye Sosial Mengenai

Bangunan Cagar Budaya di Kota Bandung

**Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlikan untuk memperoleh gelar Sarjana Seni pada Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Seni dan Sastra, Universitas Pasundan Bandung.**

**DEWAN PENGUJI**

Pembimbing 1 : Drs. H. Agus Setiawan, M.Sn \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Pembimbing 2 : Boy Irwan, S.Sn \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Ditetapkan di :

Tanggal

**KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadirat Allah SWT, salam sejahtera bagi kita, karena atas Rahmat dan karunia-Nya penulis dapat melaksasnakan semua kegiatan tugas akhir serta menyelesaikan laporan tugas akhir ini tepat pada waktunya. Penulisan tugas akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Seni Program Studi Desain Komunikasi Visual pada Fakultas Ilmu Seni dan Sastra Universitas Pasundan.

Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan laporan ini, diantaranya :

1. Bapak Drs. H. Agus Setiawan,. M.Sn selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan tugas akhir ini.
2. Bapak Boy Irwan, S.Sn selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan tugas akhir ini.
3. Bapak Tata Kartasudjana,. M.Ds , Bapak Fadhly Abdilah,. M.Ds, Ibu Purmaningrum Maeni,. M.Ds, selaku Koordinator Tugas Akhir jurusan Desain Komunikasi Visual, Universitas Pasundan Bandung.
4. Bapak Muammar Mochtar,. M.Ds dan Bapak Yudi Rudiansyah,. S.Sn yang selalu memberikan solusi ketika penulis sedang kesulitan dalam melaksanakan Tugas Akhir.
5. Seluruh dosen Desain Komunikasi Visual Universitas Pasundan yang telah memberikan berbagai ilmu pengetahuan yang sangat bermanfaat bagi penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
6. Kedua orang tua, Bapak Wawan Muliawan, Ibu Ian Wiana dan adik Liyana Nabilah yang senantiasan selalu memberikan dukungan moral, materi dan juga dukungan spiritual kepada saya.
7. Rekan saya khususnya Bellaa Permatasari dan Alfian Yusuf yang terus membangkitkan semangat dengan berbagai cara dan memberikan bantuan kepada saya agar dapat menyelesaikan penyusunan proposal usulan penelitian ini.
8. Serta semua pihak yang namanya tidak dapat saya sebutkan satu persatu, terimakasih telah membantu penulis, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis mengaharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun agar penyusunan laporan Tugas Akhir ini dapat menjadi lebih baik lagi.

Bandung, 2019

Penulis

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI**

**TUGAS AKHIR UNTUK KEPERLUAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Pasundan, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muchamad Rangga Nur Islam

NPM : 146010066

Progrm studi : Desain Komunikasi Visual

Departemen :

Fakultas : Ilmu Seni dan Satra

Jenis Karya : Skripsi / Pengkaryaan

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pasundan **Hak Bebas Royalti Nonekslusif (Non-exclusive Royalty Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

**Perencangan Kampenye Sosial Bangunan Cagar Budaya di Kota Bandung**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Nonekslusif ini Universitas Pasundan berhak menyimpan, mengalih meda/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/penciota dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : ………………..

Pada tanggal : ………………..

Yang menyatakan

( Muchamad Rangga Nur Islam )

**DAFTAR ISI**

[**KATA PENGANTAR i**](#_Toc974977)

[**ABSTRAK iv**](#_Toc974978)

[**ABSTRACT v**](#_Toc974979)

[**DAFTAR ISI vi**](#_Toc974980)

[**DAFTAR TABEL ix**](#_Toc974981)

[**DAFTAR GAMBAR x**](#_Toc974982)

[**DAFTAR LAMPIRAN xi**](#_Toc974983)

[**BAB I 1**](#_Toc974984)

[**PENDAHULUAN 1**](#_Toc974985)

[1.1 Latar Belakang Masalah 1](#_Toc974986)

[1.1.1 Fenomena 2](#_Toc974987)

[1.1.2 Isu 2](#_Toc974988)

[1.1.3 Opini 2](#_Toc974989)

[1.2 Identifikasi Masalah 3](#_Toc974990)

[1.3 Rumusan Masalah 4](#_Toc974991)

[1.4 Batasan Masalah 4](#_Toc974992)

[1.5 Maksud dan Tujuan 4](#_Toc974993)

[1.5.1 Maksud 4](#_Toc974994)

[1.5.2 Tujuan 4](#_Toc974995)

[1.6 Struktur Berfikir Penelitian 5](#_Toc974996)

[1.7 Metode Penelitian 6](#_Toc974997)

[1.8 Sistematika Penulisan 6](#_Toc974998)

[**BAB II 7**](#_Toc974999)

[**LANDASAN TEORI 7**](#_Toc975000)

[2.1 Cagar Budaya 7](#_Toc975001)

[2.1.1 Regulasi 7](#_Toc975002)

[2.1.2 Penggolongan Bangunan 9](#_Toc975003)

[2.2 Kampanye 9](#_Toc975004)

[2.2.1 Sifat dan Ciri Kampanye 10](#_Toc975005)

[2.3 Model Komunikasi 11](#_Toc975006)

[2.3.1 Model Komunikasi AISAS 11](#_Toc975007)

[2.3.2 Sosialisasi 11](#_Toc975008)

[2.4 Media 12](#_Toc975009)

[2.4.1 Definisi Media 12](#_Toc975010)

[2.4.2 Media Kampanye 12](#_Toc975011)

[2.5 Desain 13](#_Toc975012)

[2.5.1 Prinsip Desain 13](#_Toc975013)

[2.5.2 Elemen 14](#_Toc975014)

[2.6 *Website* 14](#_Toc975015)

[**BAB III 15**](#_Toc975016)

[**DATA DAN ANALISA 15**](#_Toc975017)

[3.1 Data 15](#_Toc975018)

[3.1.1 Studi Literasi 15](#_Toc975019)

[3.1.2 Observasi 16](#_Toc975020)

[3.1.3 Wawancara 17](#_Toc975021)

[3.1.4 Kuesioner 17](#_Toc975022)

[3.2 Analisa 18](#_Toc975023)

[3.2.1 5W2H 18](#_Toc975024)

[3.2.2 Target Audiens 19](#_Toc975025)

[3.3 Target *Journey* 20](#_Toc975026)

[3.3.1 Studi Indikator 23](#_Toc975027)

[3.3.2 Referensi Visual 24](#_Toc975028)

[3.3.3 Referensi Desain 25](#_Toc975029)

[3.3.4 Referensi Media 26](#_Toc975030)

[3.3.5 *Moodboard* 28](#_Toc975031)

[3.4 Target *Insight* 31](#_Toc975032)

[3.4.1 *Keywoard* 31](#_Toc975033)

[3.4.2 *What to say* 31](#_Toc975034)

[3.4.3 *How to say* 31](#_Toc975035)

[**BAB IV 32**](#_Toc975036)

[**KONSEP PERANCANGAN 32**](#_Toc975037)

[4.1 Strategi Komunikasi 32](#_Toc975038)

[4.2 Strategi Pesan 32](#_Toc975039)

[4.3 Strategi Kreatif 32](#_Toc975040)

[4.3.1 Konsep visual 32](#_Toc975041)

[4.3.1.1 *Tone* Warna 34](#_Toc975042)

[4.3.1.2 Tipografi 34](#_Toc975043)

[4.3.1.3 Logo 35](#_Toc975044)

[4.3.2 Konsep Verbal 39](#_Toc975045)

[4.4 Konsep Media 40](#_Toc975046)

[4.4.1 Jadwal Media dan *Budgeting* 42](#_Toc975047)

[4.4.2 Aplikasi Media 44](#_Toc975048)

[**BAB V 52**](#_Toc975049)

[**KESIMPULAN DAN SARAN 52**](#_Toc975050)

[5.1 Kesimpulan 52](#_Toc975051)

[5.2 Saran 52](#_Toc975052)

[**DAFTAR PUSTAKA 53**](#_Toc975053)

**DAFTAR TABEL**

[Tabel 3. 1 Target Journey 20](#_Toc952362)

[Tabel 3. 2 Target Journey 21](#_Toc952363)

[Tabel 3. 3 Target Journey 22](#_Toc952364)

[Tabel 4. 1 AISAS 42](#_Toc952365)

[Tabel 4. 2 Jadwal Media 42](#_Toc952366)

[Tabel 4. 3 Budgeting 43](#_Toc952367)

**DAFTAR GAMBAR**

[Gambar 1. 1 Struktur berpikir penelitian 5](#_Toc952765)

[Gambar 2. 2 Prinsip-prinsip Desain 13](#_Toc952766)

[Gambar 2. 3 Elemen dasar 14](#_Toc952767)

[Gambar 3. 4 Studi indikator. 23](#_Toc952768)

[Gambar 3. 5 Media yang sering digunakan 23](#_Toc952769)

[Gambar 3. 6 Referensi Visual 24](#_Toc952770)

[Gambar 3. 7 Referensi Desain 25](#_Toc952771)

[Gambar 3. 8 Referensi Media 26](#_Toc952772)

[Gambar 3. 9 Referensi Media 27](#_Toc952773)

[Gambar 3. 10 Moodboard warna yang muncul 28](#_Toc952774)

[Gambar 3. 11 Moodboard huruf 29](#_Toc952775)

[Gambar 3. 12 Moodboard garis 30](#_Toc952776)

[Gambar 4. 13 Visual utama 33](#_Toc952777)

[Gambar 4. 14 Visual utama 33](#_Toc952778)

[Gambar 4. 15 Visual pendukung 33](#_Toc952779)

[Gambar 4. 16 Tone warna. 34](#_Toc952780)

[Gambar 4. 17 Studi visual logo 35](#_Toc952781)

[Gambar 4. 18 Studi visual logo. 36](#_Toc952782)

[Gambar 4. 19 Studi visual logo. 37](#_Toc952783)

[Gambar 4. 20 Studi visual logo. 38](#_Toc952784)

[Gambar 4. 21 Studi Visual Logo 39](#_Toc952785)

[Gambar 4. 22 Instastory Instagram 44](#_Toc952786)

[Gambar 4. 23 Post Banner 45](#_Toc952787)

[Gambar 4. 24 Halte Ads 46](#_Toc952788)

[Gambar 4. 25 Sosial Media Facebook 46](#_Toc952789)

[Gambar 4. 26 Sosial Media, Instagram 47](#_Toc952790)

[Gambar 4. 27 Billboard 48](#_Toc952791)

[Gambar 4. 28 Web Ads 48](#_Toc952792)

[Gambar 4. 29 Website 49](#_Toc952793)

[Gambar 4. 30 Seminar (poster) 50](#_Toc952794)

[Gambar 4. 31 Merchandise (Baju) 51](#_Toc952795)

[Gambar 4. 32 Totebag 51](#_Toc952796)

[Gambar 4. 33 Sticker 51](#_Toc952797)

**DAFTAR LAMPIRAN**

[Lampiran A. Daftar Bangunan Kategori A](#_Toc903254)

[Lampiran B. Daftar Bangunan Kategori B](#_Toc903255)

[Lampiran C. Hasil Observasi Ke Seluruh Bangunan Cagar Budaya Di Kota Bandung](#_Toc903256)

[Lampiran D. Hasil Kuesioner](#_Toc903257)

[Lampiran E. Hasil Wawancara](#_Toc903258)

[Lampiran F. Dokumentasi Hasil Wawancara Dengan Dinas dan Lembaga](#_Toc903259)

[Lampiran G. Dokumentasi Hasil Wawancara dan Membagikan Kuesioner kepada Target](#_Toc903260)

[Lampiran H. Tabel Target Insight](#_Toc903261)

[Lampiran I. Kesimpulan Target Insight](#_Toc903262)

[Lampiran J. In Depth Analisis Target Insight](#_Toc903263)

[Lampiran K. Mind Map (Sidang Preview)](#_Toc903265)

[Lampiran L. Infografik (siding Preview)](#_Toc903266)

Lampiran [M. Proses Pemilihan Logo](#_Toc903267)

[Lampiran N. Proses Pemilihan Visual Utama dan Media (sidang Kolokium)](#_Toc903268)

Lampiran O. Creative Brief