

TUGAS AKHIR

PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL KAMPANYE DIGITAL PELESTARIAN CERITA RAKYAT INDONESIA PADA ANAK “CERITA DARI”

Diajukan Guna Melengkapi Sebagian Syarat
dalam Mencapai Gelar Sarjana Strata Satu (S1)



Oleh :

HENDRA SAPUTRA

NIM 42316010032

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jurusan Desain Komunikasi Visual

Dosen Pembimbing :

Nandang Wahyu A.B, S. Sn, M. Ikom

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS DESAIN DAN SENI KREATIF
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA 2020**

 MERCU BUANA	LEMBAR PERNYATAAN SIDANG SARJANA KOMPREHENSIF LOKAL FAKULTAS DESAIN DAN SENI KREATIF UNIVERSITAS MERCU BUANA	Q
--	---	---

Semester : 8

Tahun Akademik : 2019/2020

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Hendra Saputra
 Nomor Induk Mahasiswa : 42316010032
 Program Studi : Desain Komunikasi Visual
 Fakultas : Fakultas Desain dan Seni Kreatif
 Judul Tugas Akhir : PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL
 KAMPANYE DIGITAL PELESTARIAN
 CERITA RAKYAT INDONESIA PADA ANAK
 "CERITA DARI"

Menyatakan bahwa Tugas Akhir ini menyatakan karya asli, bukan jiplakan (duplikat) dari karya orang lain. Apabila ternyata pernyataan saya ini tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi berupa pembatalan gelar sarjana saya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dapat dipertanggung jawabkan sepenuhnya.

Jakarta, 14 Agustus 2020

Yang memberikan pernyataan,



(Hendra Saputra)

	LEMBAR PENGESAHAN SIDANG SARJANA KOMPREHENSIF LOKAL FAKULTAS DESAIN DAN SENI KREATIF UNIVERSITAS MERCU BUANA	Q
---	--	--

Semester: 8

Tahun akademik: 2019/2020

Tugas akhir ini untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Desain, jenjang pendidikan Strata 1 (S-1), Program Studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Desain dan Seni Kreatif, Universitas Mercu Buana, Jakarta.

Judul Tugas Akhir : PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL KAMPANYE DIGITAL
PELESTARIAN CERITA RAKYAT INDONESIA PADA ANAK
"CERITA DARI"
Disusun Oleh : Hendra Saputra
Nama : Hendra Saputra
NIM : 42316010032
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Telah diajukan dan dinyatakan LULUS pada Sidang Sarjana Tanggal 25 Agustus 2020

Pembimbing,



Nandang Wahyu A.B, S. Sn, M. Ikom

Jakarta, 14 Agustus 2020

Mengetahui,

Koordinator Tugas Akhir



Rika Hindrarumnggar, S.Sn, M.Sn

Mengetahui,

Ketua Program Studi Desain



Rika Hindrarumnggar, S.Sn, M.Sn

**PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL KAMPANYE DIGITAL
PELESTARIAN CERITA RAKYAT INDONESIA PADA ANAK
"CERITA DARI"
Hendra Saputra
NIM 42316010032**

ABSTRACT

"Cerita Dari" is a digital campaign that strives to preserve Indonesian folklore. In this digital campaign includes designs on various social media platforms such as Instagram, Twitter and YouTube. The design of the design itself is made according to a strategy that is suitable to be applied in each social media platform, besides that although each platform has a different strategy, but each of these platforms is still sustainable between one another to communicate the campaign "Story of "Button.

This design will follow the flow of the campaign phase that has been determined, from the first phase namely "Campaign Introduction" explains the creation of this campaign from the beginning such as logos, fonts, ornament, and colors. Then the second phase is the "Communication Phase" phase where the initial communication of this campaign will be like and using any media. Finally the "Maintaining Phase" phase is where maintaining the communication that has been made by doing a major media that can attract the attention of the audience for a certain period of time.

Key Word: Campaign, Folklores, Digital, Illustration.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL KAMPANYE DIGITAL
PELESTARIAN CERITA RAKYAT INDONESIA PADA ANAK
"CERITA DARI"**

Hendra Saputra
NIM 42316010032

ABSTRAK

"Cerita Dari" adalah kampanye digital yang mengupayakan dalam pelestarian cerita rakyat Indonesia. Dalam Kampanye digital ini meliputi rancangan desain diberbagai platform social media seperti instagram, twitter, dan youtube. Rancangan desainnya sendiri pun dibuat sesuai strategi yang cocok untuk diterapkan dalam masing-masing platform social media, selain itu walaupun masing-masing platform memiliki startegi yang berbeda namun masing-masing platform ini masih berkesinambungan antara satu sama dengan yang lainnya yaitu mengkomunikasikan kampanye "Cerita Dari".

Perancangan ini akan mengikuti alur fase kampanye yang telah ditentukan, dari fase pertama yaitu "Campaign Introduction" menjelaskan pembuatan kampanye ini dari awal seperti logo, font, ornament, dan warna. Selanjutnya fase kedua yaitu "Communication Phase" fase dimana pengkomunikasian awal dari kampanye ini akan seperti apa dan memakai media apa saja. Terakhir fase "Maintaining Phase" fase dimana maintain komunikasi yang telah dibuat dengan melakukan suatu media utama yang dapat menarik perhatian audiens selama dalam periode waktu tertentu.

Kata Kunci: *Kampanye, Cerita Rakyat, Digital, Ilustrasi.*

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah Subhana wa Ta'ala karena hanya dengan izin-Nya Laporan Perancangan ini dapat selesai. Shalawat serta salam semoga selalu tercurah kepada junjungan saya yaitu Nabi Muhammad Salallahu Alaihi wa Salam.

Laporan ini diselesaikan sebagai syarat dalam mencapai gelar Sarjana Strata Satu (S1). Laporan ini dapat selesai karena dukungan dan doa dari banyak pihak. Maka dari itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Allah Subhana wa Ta'ala,
2. Nabi Muhammad Salallahu Alaihi wa Salam,
3. Orang tua dan keluarga yang selalu mendukung saya baik materil maupun non-materil,
4. Pak Nandang Wahyu A.B, S.Sn, M. Ikom selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu dalam proses laporan ini,
5. Grup TWICE yang menyebarkan konten *uwu* dalam setiap lagunya untuk menyemangati saya,
6. Band DAY6 yang selalu memberikan support moral dengan lagu-lagunya,
7. Grup "Nug-Nug" yaitu Reyhan dan Oi yang selalu menghibur ketika sedang pusing memikirkan perancangan,
8. Grup "Calon Sarjana" yaitu Arby, Ilham, Intan, Imam, Eka, Wilna, Ari dan Tsabit yang berjuang bersama-sama dalam menyelesaikan lapporan perancangannya masing-masing,
9. Grup "Achetifadita" yaitu Pauji, Dinda, Agita, Risti dan Fanny yang memberikan dukungan selama proses penyelesaian laporan ini,
10. Rekan kerja dari PT. Bounce Indonesia terutama Ci Dina dan Ci Fena yang telah banyak memberikan kritik maupun saran terhadap proses perancangan ini,
11. Teman daring saya di *Twitter* yang sering menyemangati saya ketika sedang pusing mengerjakan perancangan ini,
12. Serta teman-teman yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

Saya menyadari bahwa masih banyak kekurangan di dalam laporan perancangan ini, maka dari itu kritik dan saran yang membangun akan saya terima dengan baik. Saya berharap laporan perancangan ini dapat bermanfaat bukan hanya mahasiswa melainkan juga kepada masyarakat umum yang akan membacanya.

Jakarta, 7 Mei 2020

Penulis,

ttd.

Hendra Saputra



DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
ABSTRACT	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR SKEMA	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Perancangan	1
B. Tujuan Perancangan	3
C. Manfaat Perancangan	3
II. METODE PERANCANGAN	5
A. Orisinalitas	5
B. Target /Kelompok Pengguna (Khalayak Sasaran)	7
C. Relevansi dan Konsekuensi Studi	7
D. Skema Proses Desain	10
III. DATA DAN ANALISA PERANCANGAN	13
A. Data Aspek Komunikasi Karya Perancangan	13
B. Data Aspek Teknis Karya Perancangan	14
C. Data Aspek Keindahan Karya Perancangan	21
IV. KONSEP PERANCANGAN DAN HASIL DESAIN	26
A. Tataran Lingkungan/Komunitas	26
B. Tataran Sistem	27
C. Tataran Produk	28
D. Tataran Komponen	31
V. UJI DESAIN	61
A. Deskripsi Karya	61
B. Kegiatan Uji Desain	62
C. Hasil Uji Desain	64
KEPUSTAKAAN	71

LAMPIRAN.....	72
---------------	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Referensi Karya Sejenis.....	6
Gambar 2. Referensi Karya Sejenis.....	6
Gambar 3. <i>Content Pillar</i>	16
Gambar 4. Referensi Animasi 2D	18
Gambar 5. Referensi Animasi 3D	19
Gambar 6. Teknis <i>Augmented Reality</i>	20
Gambar 7. Referensi ilustrasi.....	21
Gambar 8. <i>Color Wheel</i> (Roda Warna).....	23
Gambar 9. <i>Typeface</i> Ramah untuk Anak-anak.....	24
Gambar 10. Referensi Cerita Bergambar.....	25
Gambar 12. Cara Kerja Media	27
Gambar 12. Media Placement	28
Gambar 13. <i>Layout Image</i>	31
Gambar 14. Logo Kampanye.....	31
Gambar 15. <i>Colour Palette</i>	32
Gambar 16. <i>Headline Text</i>	32
Gambar 17. <i>Body Text</i>	32
Gambar 18. <i>Moodboard</i>	33
Gambar 19. Ilustrasi.....	34
Gambar 20. Ornamen-ornamen.....	34
Gambar 21. Konten “Cerita Dari”	35
Gambar 22. Konten <i>Engagement</i>	36
Gambar 23. Konten <i>General</i>	36
Gambar 24. Konten IGS “Cerita Dari”	37
Gambar 25. Konten IGS <i>Engagement</i>	38
Gambar 26. Konten <i>General</i>	38
Gambar 27. Hasil desain <i>Instagram Filter</i>	39
Gambar 28. Hasil Pemakaian Desain <i>Instagram Filter</i>	40
Gambar 29. Konten <i>Trendjacking</i>	41
Gambar 30. Timeline Animasi.....	41
Gambar 31. Animasi	42
Gambar 32. Karakter Randa Tarub.....	43
Gambar 33. Karakter Jaka Tarub.....	43
Gambar 34. Karakter Nawang Wulan	44

Gambar 35. Karakter Pembantu	44
Gambar 36. Scene 1	45
Gambar 37. Scene 2	45
Gambar 38. Scene 3.1	45
Gambar 39. Scene 3.2	45
Gambar 40. Scene 3.3	46
Gambar 41. Scene 4.1	46
Gambar 42. Scene 4.2	46
Gambar 43. Scene 5.1	46
Gambar 44. Scene 5.2	47
Gambar 45. Scene 5.3	47
Gambar 46. Scene 5.4	47
Gambar 47. Scene 6.1	47
Gambar 48. Scene 6.2	48
Gambar 49. Scene 6.3	48
Gambar 50. Scene 6.4	48
Gambar 51. Scene 7.1	48
Gambar 52. Scene 7.2	49
Gambar 53. Scene 7.3	49
Gambar 54. Scene 8.1	49
Gambar 55. Scene 8.2	49
Gambar 56. Scene 9.1	50
Gambar 57. Scene 9.2	50
Gambar 58. Scene 9.3	50
Gambar 59. Scene 9.4	50
Gambar 60. Scene 10.1	51
Gambar 61. Scene 10.2	51
Gambar 62. Scene 10.3	51
Gambar 63. Scene 10.4	51
Gambar 64. Scene 10.5	52
Gambar 65. Scene 11.1	52
Gambar 66. Scene 11.2	52
Gambar 67. Scene 11.3	52
Gambar 68. Scene 11.4	53
Gambar 69. Scene 12.1	53
Gambar 70. Scene 12.2	53

Gambar 71. <i>Scene</i> 13.1.....	53
Gambar 72. <i>Scene</i> 13.2.....	54
Gambar 73. <i>Scene</i> 13.3.....	54
Gambar 74. <i>Scene</i> 14.1.....	54
Gambar 75. <i>Scene</i> 14.2.....	54
Gambar 76. <i>Scene</i> 14.3.....	55
Gambar 77. <i>Scene</i> 14.4.....	55
Gambar 78. <i>Scene</i> 14.5.....	55
Gambar 79. <i>Scene</i> 15.1.....	55
Gambar 80. <i>Scene</i> 15.2.....	56
Gambar 81. <i>Scene</i> 15.3.....	56
Gambar 82. <i>Scene</i> 15.4.....	56
Gambar 83. <i>Scene</i> 16.1.....	56
Gambar 84. <i>Scene</i> 16.2.....	57
Gambar 85. <i>Scene</i> 16.3.....	57
Gambar 86. <i>Scene</i> 16.4.....	57
Gambar 87. <i>Scene</i> 16.5.....	57
Gambar 88. <i>Scene</i> 17.1.....	58
Gambar 89. <i>Scene</i> 17.2.....	58
Gambar 90. <i>Scene</i> 17.3.....	58
Gambar 91. <i>Scene</i> 17.4.....	58
Gambar 92. <i>Scene</i> 18.1.....	59
Gambar 93. <i>Scene</i> 18.2.....	59
Gambar 94. <i>Scene</i> 18.3.....	59
Gambar 95. <i>Scene</i> 18.4.....	59
Gambar 96. Konsep Proteksi Karya.....	60
Gambar 97. Hasil Karya.....	61
Gambar 98. Poster Pameran Darin.....	62
Gambar 99. Kegiatan Uji Desain.....	63
Gambar 100. <i>Website Insight</i>	64
Gambar 101. <i>Respon Target</i>	64
Gambar 102. <i>Respon Target</i>	64
Gambar 103. <i>Respon Target</i>	65
Gambar 104. <i>Respon Target</i>	65
Gambar 105. <i>Respon Target</i>	65
Gambar 106. Respon di media <i>Twitter</i>	70

Gambar 107. Respon di media <i>Twitter</i>	70
Gambar 108. Respon di media <i>Twitter</i>	70



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Inspirasi Karya Sejenis.....	6
Tabel 2. Inspirasi Karya Sejenis.....	7
Tabel 3. Biaya Pra Produksi.....	9
Tabel 4. Biaya Produksi.....	10
Tabel 5. Total Biaya Perancangan.....	10
Tabel 6. Hasil desain untuk <i>Instagram Feeds</i>	36
Tabel 7. Hasil desain untuk <i>Instagram Story</i>	38
Tabel 8. <i>Storyboard</i>	59
Tabel 9. <i>Respon Target Audiens</i>	66
Tabel 10. Respon dari <i>Form Feedback Pameran</i>	69



DAFTAR SKEMA

Skema 1. Skema Desain.....	10
Skema 2. Peringkat 10 Media Soaial yang Sering Digunakan 2020	15



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Keterangan Hasil Sidang	72
Lampiran 2 Asistensi Siap Sidang	73

