

**LAPORAN
TUGAS AKHIR**

Perancangan Kampanye Pengenalan Cagar Budaya Eks Karesidenan Banyumas Melalui Instagram Banjoemas History Heritage Community di masa Pandemi Covid-19



Disusun Oleh:

Richardus Ardi Sulaskrisnando

2017/AD/5249

**PROGRAM STUDI ADVERTISING
SEKOLAH TINGGI ILMU KOMUNIKASI
YOGYAKARTA
2020**

HALAMAN PERSETUJUAN

LAPORAN TUGAS AKHIR KARYA KREATIF

**PERANCANGAN KAMPANYE PENGENALAN CAGAR BUDAYA EKS
KABUPATEN BANYUMAS MELALUI INSTAGRAM BANJOEMAS HISTORY
HERITAGE COMMUNITY PADA PANDEMI COVID-19**


Laporan Karya kreatif ini disusun untuk memenuhi Gelar Ahli Madya (A.Md) dalam bidang
Komunikasi dengan spesifikasi Periklanan

Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta

Disusun Oleh :

Richardus Ardi Sulaskrisnando
2017/AD/5249

Disetujui Oleh :


STIKOM
SEKOLAH TINGGI ILMU KOMUNIKASI
YOGYAKARTA
Dosen Pembimbing

**PROGRAM STUDI ADVERTISING
SEKOLAH TINGGI ILMU KOMUNIKASI YOGYAKARTA**

2020

HALAMAN PENGESAHAN

Karya kreatif dengan judul "Perancangan Kampanye Pengenalan Cagar Budaya di Kecamatan Banyumas melalui Instagram Banjoemas History Heritage Community pada Pandemi Covid-19" Telah disahkan dan dipresentasikan di hadapan dosen penguji pembimbing jurusan/program studi Advertising Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta :

Nama : Richardus Ardi Sulaskrisnando
NIM : 2017/AD/5249
Hari/tanggal : 1 September 2020
Waktu : 10.00 am - Selesai
Tempat : Ruang B.2.1

(Pembimbing dan Penguji I)



Jatmiko Wicaksono, M.Sn

(Penguji II)



Hardoyo, M.A

(Penguji II)



Dhini Widyantika Ariesta, M.A

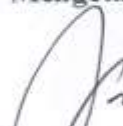
Mengesahkan



R. Sumahtri Rahardjo, S.Sos M. Si

(Ketua Stikom Yogyakarta)

Mengetahui



Rike Tias Permanis Sari, M.A

(Ketua Program Studi Periklanan)

(Ketua Program Studi Periklanan)

PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK

Nama : Richardus Ardi Sulaskrisnando
NIM : 2017/ AD/ 5249
Judul : Perancangan Kampanye Pengenalan Cagar Budaya Eks Karesidenan
Banyumas Melalui Instagram di Banjoemas History Heritage
Community di masa Pandemic Covid-19

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Karya tulis yang saya buat berupa laporan ini bersifat orisinal, murni karya saya. Laporan ini merupakan deskripsi atas pengerjaan karya kreatif dengan bimbingan dosen pembimbing
2. Karya ini bukan plagiasi (copy paste) karya serupa milik orang lain, kecuali yang saya kutip seperlunya untuk mendukung argumentasi yang saya buat, dan kemudian saya cantumkan sumbernya secara resmi daftar Pustaka laporan sebagai rujukan ilmiah di samping dalam catatan perut pada halaman tulisan, Apabila di kemudian hari terbukti saya melakukan tindak plagiasi dan pelanggaran Etika Akademik, yang secara sah dapat dibuktikan berdasarkan dokumen-dokumen yang terpercaya sahihannya oleh pimpinan STIKOM Yogyakarta, maka saya bersedia dicabut gelar atau hak saya sebagai Ahli Madya Komnikasi yang kennidian dipublikasikan secara luas oleh STIKOM Yogyakarta.

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh tanpa ada paksaan dari siapapun

Yogyakarta, 23 September 2020

Richardus Ardi



HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati kuparsembahkan Karya Tulis ini
kepada

Tuhan YME, yang telah memberikan kekuatan kepadaku

Ijinkan saya mempersembahkan Karya Tulis ini juga kepada:

Kedua Orangtua

Bapak Thomas Theodurus Sulastiyono & Ibu Katarina Kristiyani

Dan seluruh Keluarga Besar dimanapun berada

Dosen-dosen ADVERTISING STIKOM

Seluruh teman Advetising Stikom serta kawan-kawan

sepejuangan

Dan

Seluruh keluarga besar Banjoemas History Heritage Community yang telah

membagikan

semangat namun tak dapat disebutkan satu persatu. Terimakasih atas

doa, motivasi dan dukungannya selama saya menjalankan studi.

MOTTO

“God Bless Us”

“Tetaplah berjalan walau tak bisa berjalan”

Richardus Ardi Sulaskrisnando

KATAPENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan yang maha Esa, yang telah melimpahkan rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir berupa karya kreatif yang berjudul " Perancangan Kampanye Pengenalan Cagar Budaya Eks Karesidenan Banyumas Melalui Instagram di Komunitas BSHHC di masa Pandemic Covid-19" ini disusun untuk memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar Ahli Medya (A.Md Program Studi Komunikasi Spesifikasi Advertising Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta Selama penyusunan Tugas Akhir ini, Penulis menyadari sepenuhnya mendapatkan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu tidak lupa penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-sebesarannya kepada:

1. Ibu Rike Tias Permanis Sari, M.A selaku ketua Jurusan Advertising
2. Bapak Jatmiko Wicaksono, M Sn selaku pembimbing, terimakasih untuk motivasi dan kesabaran bapak dalam membimbing penulis selama pengerjaan tugas akhir
3. Seluruh staf dosen-dosen Advertising, terimakasih untuk kerjasama yang baik selama penulis melakukan studi di STIKOM.
4. Bapak Agus Marsono dan Ibu Yarik seita keluarga besar yang telah memberikan semangat dan inspirasi.
5. Teman-teman seperjuangan Advertising Angkatan 2015 Penulis menyadari bahwa karya tulis ini masih jauh dari sempurna oleh karena itu saran dan kritik dari pembaca sangat dihargai. Akhirnya penulis berharap tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua.

Yogyakarta, 23 September 2020

Penulis



Richardus Ardi Sulaskrisnando

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| HALAMAN PERSETUJUAN..... | ii |
| LAPORAN TUGAS AKHIR KARYA KREATIF | ii |
| PERANCANGAN KAMPANYE PENGENALAN CAGAR BUDAYA EKS KERESIDENAN BANYUMAS MELALUI INSTAGRAM BANJOEMAS HISTORY HERITAGE COMMUNITY PADA PANDEMI COVID-19 | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | iii |
| PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK..... | iv |
| HALAMAN PERSEMBAHAN..... | v |
| MOTTO..... | vi |
| KATAPENGANTAR..... | vii |
| DAFTAR ISI | viii |
| DAFTAR GAMBAR..... | x |
| DAFTAR TABEL DAN BAGAN..... | xii |
| ABSTRAK | xiii |
| Abstract | xiv |
| BAB I | 1 |
| PENDAHULUAN..... | 1 |
| A. Latar belakang | 1 |
| B. Rumusan Masalah..... | 3 |
| C. Maksud dan Tujuan Karya Kreatif (KK) | 3 |
| D. Waktu dan Tempat pengerjaan Karya Kreatif (KK) | 4 |
| E. Metode Pengumpulan Data Karya Kreatif (KK) | 4 |
| BAB II..... | 6 |
| KERANGKA KONSEP | 6 |
| A. Penegasan Judul..... | 6 |
| B. Konsep yang Digunakan..... | 7 |
| B.1. Desain Grafis..... | 8 |
| B.2. Media Sosial Instagram | 14 |
| 1. Kesederhanaan..... | 14 |
| 2. Membangun Hubungan | 14 |

| | | |
|---------------------------------------|---|----|
| 3. | Jangkauan Global | 14 |
| 4. | Terukur | 15 |
| B.3. | Kampanye | 16 |
| B.4. | Cagar Budaya | 18 |
| B.5. | Undang – Undang Cagar Budaya..... | 18 |
| B.6. | Pandemi covid | 19 |
| BAB III | | 21 |
| DESKRIPSI KOMUNITAS | | 21 |
| BAB IV | | 30 |
| KEGIATAN KARYA KREATIF DAN PEMBAHASAN | | 30 |
| A. | Pelaksanaan Pra Produksi Sampai dengan Produksi | 30 |
| B. | Pembahasan Karya..... | 33 |
| BAB V | | 78 |
| PENUTUP | | 78 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 81 |
| LAMPIRAN | | 82 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 3. 1 Logo BHHC | 21 |
| Gambar 4. 1 palette warna..... | 36 |
| Gambar 4. 2 Layout kasar Logo Kampanye | 37 |
| Gambar 4. 3 Layout comprehensive logo kampanye | 38 |
| Gambar 4. 4 Logo Kampanye | 39 |
| Gambar 4. 5 Vector prespektif bangunan | 39 |
| Gambar 4. 6 Vector teks dan pita..... | 40 |
| Gambar 4. 7 Vector ilustrasi awan..... | 40 |
| Gambar 4. 8 Layout Kasar feed..... | 42 |
| Gambar 4. 9 Layout Lengkap feed (comprehensive layout)..... | 43 |
| Gambar 4. 10 Final Design feed..... | 43 |
| Gambar 4. 11 layout kasar feed pertama..... | 44 |
| Gambar 4. 12 Display feed logo kampanye | 44 |
| Gambar 4. 13 Blanding foto terhadap objek logo | 46 |
| Gambar 4. 14 Layout kasar kedua..... | 47 |
| Gambar 4. 15 Display feed Quis | 47 |
| Gambar 4. 16 Pengolahan Kata Quis..... | 49 |
| Gambar 4. 17 Layout kasar multipage kategori cagar budaya..... | 50 |
| Gambar 4. 18 Layout Lengkap (comprehensive Layout) multipage..... | 50 |
| Gambar 4. 19 Final desain multipage kategori cagar budaya | 50 |
| Gambar 4. 20 Masking foto..... | 52 |
| Gambar 4. 21 Layout Kasar Multypage cagar budaya Banyumas | 53 |
| Gambar 4. 22 Layout Lengkap Multypage cagar budaya Banyumas..... | 53 |
| Gambar 4. 23 Display multipage cagar budaya Banyumas | 54 |
| Gambar 4. 24 Masking Foto bangunan cagar budaya Banyumas | 56 |
| Gambar 4. 25 Layout kasar feed ke lima | 56 |
| Gambar 4. 26 Display feed informasi komunitas BHHC | 57 |
| Gambar 4. 27 Proses masking foto founder komunitas | 59 |
| Gambar 4. 28 Penataan element grafis..... | 59 |
| Gambar 4. 29 Layout Kasar Multyfeed THHK di Sokaraja | 60 |
| Gambar 4. 30 Layout comprehensif Multyfeed THHK di Sokaraja..... | 60 |
| Gambar 4. 31 Final desain Multyfeed THHK di Sokaraja..... | 61 |
| Gambar 4. 32 Proses masking foto THHK | 63 |
| Gambar 4. 33 layout kasar feed ke tujuh..... | 63 |
| Gambar 4. 34 Display feed himbuan perlakuan terhadap cagar budya..... | 64 |
| Gambar 4. 35 font Segoe UI..... | 65 |
| Gambar 4. 36 LAyout kasar feed ke delapan | 66 |
| Gambar 4. 37 Display feed cagar budaya yang hilang | 66 |
| Gambar 4. 38 Layout Kasar Feed ke sembilan..... | 68 |

| | |
|---|----|
| Gambar 4. 39 Display feed ciri cagar budaya menurut Undang Undang | 68 |
| Gambar 4. 40 Penggunaan rectangle sebagai element desain..... | 70 |
| Gambar 4. 41 Layout Kasar Story Instagram..... | 71 |
| Gambar 4. 42 Layout Lengkap Story instagram..... | 71 |
| Gambar 4. 43 Final desain Story instagram | 72 |
| Gambar 4. 44 penataan foto story instagram..... | 73 |
| Gambar 4. 45 Font Impact..... | 74 |
| Gambar 4. 46 Layout Kasar live..... | 74 |
| Gambar 4. 47 Layout comprehensive live instagram | 74 |
| Gambar 4. 48 Final desain Live Instagram | 75 |
| Gambar 4. 49 Selection frame live instagram | 76 |
| Gambar 4. 50 merchandise..... | 77 |
| Gambar 5. 1 Dokumentasi pasang karya pameran | 82 |
| Gambar 5. 2 Dokumentasi pasang karya pameran | 82 |
| Gambar 5. 3 Poster Pameran | 82 |
| Gambar 5. 4 Pameran Karya Live Instagram..... | 83 |

DAFTAR TABEL DAN BAGAN

| | |
|---|----|
| <i>Tabel 3. 1 Daftar jumlah pengurus</i> | 22 |
| <i>Tabel 3. 2 Daftar Identitas Kepengurusan</i> | 27 |
| Bagan 3. 1 Susunan Kepengurusan BHHC | 28 |
| Bagan 4. 1 Skema perancangan | 35 |

ABSTRAK

Konten visual sangat penting dalam promosi iklan, kampanye, atau penyampaian informasi di media digital dengan tujuan memancing ketertarikan pengguna media sosial. Para calon pelanggan atau audience yang melihatkannya tertarik dengan upaya penyampaian informasi yang lebih kreatif. Media sosial adalah media yang saat ini sangat efektif digunakan berbagai perusahaan dan organisasi sebagai sarana promosi atau penyampaian informasi, salah satunya adalah Banjoemas History Heritage Community yang masih bergerak dalam cagar budaya karesidenan Banyumas. Organisasi tersebut dan anggotanya mengolah ide dan gagasan ke dalam berbagai media sosial. Media sosial dan proses kerja dalam pembuatan kampanye yang dibahas oleh penulis dalam tugas akhir.

Kata kunci: Desainer Grafis Konten Visual Media Sosial pecinta sejarah Banyumas History Heritage Community Digital Media.

Abstract

Visual content is very important in advertising promotion, campaigns, or the delivery of information on digital media with the aim of attracting social media users' interest. Potential customers or audiences who see that they will be interested in efforts to convey more creative information. Social media is a medium that is currently being used very effectively by various companies and organizations as promotional advice or information delivery, one of which is the Banjoemas History Heritage Community which is still engaged in the cultural heritage of the Banyumas residency. The organization and its members process ideas and ideas into various social media. Social media and the work process in creating a campaign which is discussed by the author in the final project.

Keywords: Graphic Designers, Visual Social Media Content, history lovers Banyumas History Heritage Community Digital Media.