

TUGAS AKHIR
PERANCANGAN KAMPANYE EDUKASI
GAMELAN JAWA TIMURAN SEBAGAI PELESTARIAN BUDAYA
BAGI GENERASI Z USIA 18-21 TAHUN

Untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh Gelar Sarjana (S1)



Disusun oleh:
Teofilus Kharisma Bagus Setiawan
21052010077

Dosen Pembimbing 1:
Diana Aqidatun Nisa, S.T., M.Ds

Dosen Pembimbing 2:
Mahimma Romadhona, S.T., M.Ds

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2024/2025

HALAMAN PENGESAHAN
PERANCANGAN KAMPANYE EDUKASI GAMELAN JAWA TIMURAN
SEBAGAI PELESTARIAN BUDAYA BAGI GENERASI Z USIA 18-21 TAHUN

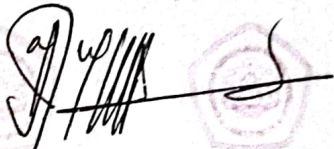
Disusun Oleh :
TEOFILUS KHARISMA BAGUS SETIAWAN
21052010077

Telah dipertahankan dihadapan tim penguji
Pada tanggal : 19 Mei 2025

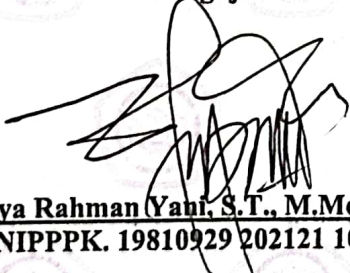
Pembimbing I


Diana Aqidatun Nisa, S.T., M.Ds
NIP. 19900611 201803 2001

Pembimbing II


Mahimma Romadhona, S.T., M.Ds
NIP. 19880428 201803 2001

Penguji I


Aditya Rahman Yahi, S.T., M.Med.Kom
NIPPPK. 19810929 202121 1002

Penguji II


Alfian Candra Ayuswantana, S.T., M.Ds
NIP. 19880505 201903 1018

Tugas akhir telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Desain (S-1)

Dekan Fakultas Arsitektur dan Desain



Ibnu Sholichin, S.T., M.T
NIPPPK. 19710916 202121 1004

HALAMAN PERSETUJUAN
PERANCANGAN KAMPANYE EDUKASI GAMELAN JAWA TIMURAN
SEBAGAI PELESTARIAN BUDAYA BAGI GENERASI Z USIA 18-21 TAHUN

Disusun Oleh :
TEOFILUS KHARISMA BAGUS SETIAWAN
21052010077

Telah dipertahankan didepan tim penguji
Pada tanggal : 19 Mei 2025

Pembimbing I



Diana Agidatun Nisa, S.T., M.Ds
NIP. 19900611 201803 2001

Pembimbing II



Mahimma Romadhona, S.T., M.Ds
NIP. 19880428 201803 2001

Tugas akhir telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Desain (S-1)

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual



Masnuna, ST., M.Sn
NIPPPK. 19840512 2021 212004

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Teofilus Kharisma Bagus Setiawan
NPM : 21052010077
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Arsitektur dan Desain

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Tugas Akhir ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila di kemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada dokumen ilmiah Tugas Akhir ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 10 Juni 2025

Yang Membuat pernyataan



Teofilus Kharisma Bagus Setiawan
21052010077

ABSTRAK

Gamelan Jawa Timuran merupakan salah satu warisan budaya yang saat ini mengalami tantangan eksistensi, terutama di kalangan Generasi Z usia 18 hingga 21 tahun. Fenomena globalisasi dan penetrasi budaya musik asing melalui media sosial mengakibatkan rendahnya eksposur serta minat generasi muda terhadap Gamelan Jawa Timuran. Berdasarkan data kuesioner, mayoritas responden menunjukkan persepsi negatif terhadap gamelan yang dianggap kuno dan membosankan. Oleh karena itu, diperlukan strategi komunikasi yang mampu membangkitkan ketertarikan serta mengubah persepsi tersebut melalui pendekatan yang relevan dengan gaya hidup generasi saat ini.

Metode perancangan yang digunakan dalam kampanye ini adalah metode CAMP (Campaign, Audience, Message, Platform), yang menekankan pada perencanaan strategis kampanye edukatif dan interaktif melalui media sosial serta pelatihan langsung. Kampanye ini menyoroti Generasi Z usia 18–21 tahun di Jawa Timur, khususnya Surabaya, dengan pesan utama seputar pentingnya melestarikan Gamelan Jawa Timuran dan cara mengapresiasinya dengan cara yang relevan bagi generasi muda. Teknik pengumpulan data dilakukan secara kualitatif melalui wawancara mendalam dengan praktisi dan audiens sasaran, observasi partisipatif dalam kegiatan budaya, serta penyebaran kuesioner kepada 102 responden mahasiswa. Data dianalisis menggunakan pendekatan kualitatif dan TOWS Matrix untuk merumuskan strategi desain yang sesuai dengan karakteristik dan preferensi target audiens.

Hasil perancangan menunjukkan bahwa pendekatan visual yang menarik, interaktif, dan informatif mampu meningkatkan daya tarik serta pemahaman Generasi Z terhadap Gamelan Jawa Timuran. Kampanye ini dikemas dengan gaya edukatif yang menghibur dan sesuai karakter digital native, tanpa menghilangkan nilai-nilai filosofis Gamelan Jawa Timuran.

Kesimpulannya, kampanye edukasi ini berhasil merancang strategi komunikasi visual yang dapat menjembatani kesenjangan antara warisan budaya dan generasi muda. Pendekatan yang berfokus pada visualisasi yang kekinian dan pelatihan langsung mampu mendorong keterlibatan aktif Generasi Z dalam pelestarian Gamelan Jawa Timuran. Diharapkan kampanye ini menjadi salah satu upaya regenerasi budaya yang berkelanjutan dan menginspirasi pendekatan serupa untuk pelestarian budaya lokal lainnya.

ABSTRACT

Gamelan Jawa Timuran is one of the cultural heritages that is currently experiencing existence challenges, especially among Generation Z aged 18 to 21 years. The phenomenon of globalization and the penetration of foreign music culture through social media has resulted in low exposure and interest of the younger generation in Timuran Javanese Gamelan. Based on questionnaire data, the majority of respondents showed a negative perception of gamelan which is considered old-fashioned and boring. Therefore, a communication strategy is needed that is able to generate interest and change these perceptions through an approach that is relevant to the lifestyle of the current generation.

The design method used in this campaign is the CAMP (Campaign, Audience, Message, Platform) method, which emphasizes strategic planning of educational and interactive campaigns through social media and hands-on training. This campaign targets Generation Z aged 18-21 years old in East Java, especially Surabaya, with the main message about the importance of preserving Gamelan Jawa Timuran and how to appreciate it in a way that is relevant to the younger generation. Data collection techniques were conducted qualitatively through in-depth interviews with practitioners and target audiences, participatory observation in cultural activities, and distributing questionnaires to 102 student respondents. The data was analyzed using a qualitative approach and TOWS Matrix to formulate a design strategy that suits the characteristics and preferences of the target audience.

The design results show that an attractive, interactive, and informative visual approach is able to increase the attractiveness and understanding of Generation Z towards Gamelan Jawa Timuran. This campaign is packaged in an entertaining and educational style that fits the character of digital natives, without eliminating the philosophical values of Gamelan Jawa Timuran.

In conclusion, this educational campaign successfully designed a visual communication strategy that can bridge the gap between cultural heritage and the younger generation. The approach that focuses on contemporary visualization and hands-on training is able to encourage active involvement of Generation Z in the preservation of Gamelan Jawa Timuran. It is hoped that this campaign will become one of the efforts of sustainable cultural regeneration and inspire similar approaches for the preservation of other local cultures.

KATA PENGANTAR

Puji Tuhan kepada Tuhan Yesus Kristus karena setelah proses yang panjang, penulis dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini yang berjudul “Perancangan Kampanye Edukasi Gamelan Jawa Timuran sebagai Pelestarian Budaya bagi Generasi Z Usia 18-21 Tahun”. Selain dirancang dan diajukan sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Desain, laporan perancangan kampanye edukasi ini juga ditujukan untuk membangun kesadaran, meningkatkan minat dan mengajak Generasi Z, khususnya yang berusia 18-21 tahun, untuk turut serta dalam regenerasi Gamelan Jawa Timuran secara berkelanjutan. Diharapkan dengan membaca laporan ini, pembaca dapat memahami pesan kampanye edukasi ini dengan baik, sehingga pembaca dapat turut serta menggaungkan pesan ini dengan lebih baik di masa depan.

Selama penulisan laporan Tugas Akhir ini, tentunya sangat banyak pihak yang telah membantu penulis secara langsung maupun tidak langsung, sehingga laporan ini dapat terselesaikan dengan baik. Sehingga penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih:

1. Kepada Tuhan Yesus Kristus
2. Kepada orang tua yang telah senantiasa memberikan semangat, doa, nasihat, dan dukungan atas segala keperluan yang menunjang perancangan ini
3. Kepada Dita Kharisma Wijayanti selaku kakak kandung yang telah memberikan ide, pandangan, dan sebagai teman diskusi sedari awal pembuatan laporan ini
4. Kepada Diana Aqidatun Nisa, S.T., M.Ds selaku dosen pembimbing pertama yang telah senantiasa memberikan arahan, petunjuk, dan saran pada perancangan ini dengan sebaik mungkin
5. Kepada Mahimma Romadhona, S.T., M.Ds selaku dosen pembimbing kedua yang telah memberikan saran dan evaluasi pada perancangan ini
6. Kepada Aditya Rahman Yani, S.T., M.Med.Kom selaku dosen penguji pertama yang telah memberikan kritik, saran, dan evaluasi pada perancangan ini
7. Kepada Alfian Candra Ayuswantana, S.T., M.Ds selaku dosen penguji kedua yang telah memberikan evaluasi serta sudut pandang lain terkait perancangan ini
8. Kepada Nanang Pramono, S. Sn. dan Hario Widyoseno S. Sn., M.M. selaku narasumber sekaligus pihak stakeholder yang telah banyak membantu dalam pengumpulan data dan menyediakan sarana prasarana untuk kebutuhan perancangan ini

9. Kepada Sabil Lukgito S.Pd. selaku narasumber mengenai ludruk Surabaya yang telah memberikan informasi dan data yang mendukung perancangan ini
10. Kepada Novan, Farhan, Bitu, dan Angel selaku target audiens dan Mas Cahyo selaku narasumber, yang semuanya tergabung dalam UKM Karawitan Widya Giri Laras UPN "Veteran" Jawa Timur, yang telah banyak membantu dalam pengumpulan data untuk keperluan perancangan ini
11. Kepada Danu dan Afitra selaku target audiens yang telah banyak membantu dalam pengumpulan data untuk keperluan perancangan ini
12. Kepada Yuli, Nopal, Kiki selaku pengurus UKM Widya Giri Laras periode 2025/2026 yang telah membantu keperluan sarana untuk perancangan ini
13. Kepada kawan-kawan Kapal 21 yang telah banyak memberikan dukungan, saran, referensi, dan pusat informasi yang mendukung kelancaran perancangan ini
14. Kepada kawan-kawan Mbois yang telah memberikan sudut pandang lain dalam menyelesaikan perancangan ini
15. Kepada Amel selaku kakak tingkat yang telah memberikan dukungan dan bantuan informasi mengenai laporan perancangan ini
16. Kepada Anas selaku teman satu kontrakan yang telah membantu dalam menyusun laporan perancangan ini
17. Kepada kawan-kawan DKV UPN angkatan 21 (Dekovi 21) yang selalu membantu dan mendukung satu sama lain

Penulis menyadari bahwa laporan perancangan ini masih jauh dari kata sempurna. Sehingga penulis sangat terbuka pada saran dan masukan yang membangun. Semoga laporan perancangan ini dapat memberikan manfaat untuk seluruh pembaca di masa depan.

Surabaya, 10 Juni 2025

Teofilus Kharisma Bagus Setiawan

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iv
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	8
1.3 Rumusan Masalah.....	10
1.4 Batasan Masalah	10
1.5 Tujuan	10
1.6 Manfaat	11
1.7 Kerangka Penelitian.....	12
BAB II LANDASAN TEORI DAN STUDI EKSISTING.....	13
2.1 Definisi Operasional Judul.....	13
2.1.1 Definisi Kampanye.....	13
2.1.2 Definisi Edukasi	13
2.1.3 Definisi Gamelan Jawa Timuran.....	13
2.1.4 Definisi Pelestarian Budaya	14
2.1.5 Definisi Generasi Z	14
2.2 Landasan Teori	15
2.2.1 Kampanye.....	15
2.2.2 Gamelan	18
2.2.3 Desain Komunikasi Visual.....	25
2.2.4 Desain Grafis.....	26
2.2.5 Video	26

2.2.6 Logo	26
2.2.7 Warna	26
2.2.8 Tipografi.....	27
2.2.9 Media Sosial.....	27
2.2.10 Konten Media Sosial	28
2.2.11 Pelatihan	28
2.2.12 Sanggar.....	28
2.2.13 Generasi Z	28
2.3 Stakeholder	29
2.4 Studi Eksisting	30
2.4.1 Sanggar Baladewa	30
2.5 Studi Komparator.....	32
2.5.1 Wildlife Whisperer of Sumatra - Wildlife Campaign	32
2.5.2 Froyonion	34
BAB III METODOLOGI DESAIN	36
3.1 Metode Perancangan.....	36
3.2 Objek Perancangan	36
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.3.1 Data Primer	36
3.3.2 Data Sekunder	39
3.3.3 Target Audiens	40
3.4 Teknik Analisis Data	41
3.4.1 Analisis Data Wawancara	42
3.4.2 Analisis Data Observasi	47
3.4.3 Analisis Data Kuesioner.....	48
3.4.4 Analisis Matrix TOWS.....	52
3.4.5 Analisis Consumer Insight	53
3.4.6 Analisis Consumer Journey.....	53
3.5 Sintesis Data	55
BAB IV KONSEP DAN IMPLEMENTASI DESAIN	56
4.1 Perumusan Konsep	56
4.1.1 Perumusan <i>Keyword</i>	57
4.1.2 Konsep Verbal.....	57

4.1.3 Konsep Visual	60
4.1.4 Konsep Media	62
4.2 Proses Perancangan Desain	63
4.2.1. Rough Desain	63
4.2.2 Komprehensif Desain.....	65
4.2.3 Validasi Desain	65
4.2.4 Final Desain.....	66
4.3 Implementasi Desain.....	66
4.3.1 Media Sosial	66
4.3.2 Media Cetak	68
4.4 Rancangan Anggaran Proyek.....	70
4.4.1 Anggaran Media Sosial	70
4.4.2 Anggaran Merchandise	70
4.4.4 Anggaran Kegiatan Pelatihan.....	70
4.4.5 Anggaran Total.....	71
BAB V PENUTUP	72
5.1 Kesimpulan	72
5.2 Saran	72
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN	77

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Analisis Media Instagram dan Youtube Sanggar Baladewa Surabaya	30
Tabel 2. 2 Analisis Media Instagram Wildlife Whisperer of Sumatra	32
Tabel 2. 3 Analisis Media Instagram, Youtube, dan Tiktok Froyonion.....	34
Tabel 3. 1 Analisis Matrix TOWS Gamelan Jawa Timuran.....	52
Tabel 3 2 Tabel Kegiatan Target Audiens.....	54
Tabel 4 1 Tabel Topik Pembahasan Media Sosial	58
Tabel 4 2 Total Anggaran Media Sosial.....	70
Tabel 4 3 Total Anggaran Merchandise	70
Tabel 4 4 Total Anggaran Kegiatan Pelatihan.....	70
Tabel 4 5 Total Anggaran Kampanye.....	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kerangka Penelitian.....	12
Gambar 2. 1 Contoh Merchandise	17
Gambar 2. 2 Contoh Konten Carousel	17
Gambar 3. 1 Pekan Wayang Jawa Timur di UPT Taman Budaya Jatim.....	39
Gambar 4. 1 Keyword	56
Gambar 4. 2 Referensi Gaya Visual	61
Gambar 4. 3 Referensi Warna	62
Gambar 4. 4 Font Poppins	62
Gambar 4. 5 Mind Mapping	64
Gambar 4. 6 Alternatif Sketsa Logo Kampanye.....	64
Gambar 4. 7 Beberapa Sketsa Kasar untuk Media Sosial	64
Gambar 4. 8 Beberapa Sketsa Kasar untuk Media Cetak.....	64
Gambar 4. 9 Alternatif Logo Berwarna.....	65
Gambar 4. 10 Beberapa Alternatif Desain Media Sosial	65
Gambar 4. 11 Beberapa Alternatif Desain Media Cetak	65
Gambar 4. 12 Logo Kampanye Gaungkan Gamelan.....	66
Gambar 4. 13 Contoh Penerapan Desain Instagram.....	67
Gambar 4. 14 Contoh Penerapan Desain Tiktok	67
Gambar 4. 15 Contoh Penerapan Desain Youtube	67
Gambar 4. 16 Desain Merchandise Stiker	68
Gambar 4. 17 Desain Merchandise Topi dan Kaos	68
Gambar 4. 18 Desain Merchandise Earphone Dan Lanyard	69
Gambar 4. 19 Desain Merchandise Jaket Dan Botol Tumbler	69
Gambar 4. 20 X-Banner, Banner Spanduk, Taplak Meja , Dan Booth Foto	69

DAFTAR LAMPIRAN

Wawancara.....	77
Observasi	107
Kuesioner	109
Form Asistensi Seminar.....	107
Form Revisi Seminar Proposal	114
Form Asistensi Tugas Akhir Pembimbing 1.....	115
Form Asistensi Tugas Akhir Pembimbing 2.....	116
Form Revisi K1.....	117
BAP Sidang Lisan.....	118