TUGAS AKHIR

KAMPANYE PERSUASI UNTUK MENGHIDUPKAN KEMBALI PERMAINAN TRADISIONAL DI SURABAYA PADA ERA DIGITAL

Untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana (S-1)

Oleh:

Aisya Jasmine Defina

21052010021

Dosen Pembimbing 1:

Bayu Setiawan, S.Sn., M.Sn

Dosen Pembimbing 2:

Pungky Febi Arifianto. S.Sn., M.Sn

DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR

2025

TUGAS AKHIR

KAMPANYE PERSUASI UNTUK MENGHIDUPKAN KEMBALI PERMAINAN TRADISIONAL DI SURABAYA PADA ERA DIGITAL

Untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana (S-1)

Oleh:

Aisya Jasmine Defina

21052010021

Dosen Pembimbing 1:

Bayu Setiawan, S.Sn., M.Sn

Dosen Pembimbing 2:

Pungky Febi Arifianto. S.Sn., M.Sn

DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR

2025

Dipindai dengan CamScanner

HALAMAN PENGESAHAN

KAMPANYE PERSUASI UNTUK MENGHIDUPKAN KEMBALI PERMAINAN TRADISIONAL DI SURABAYA PADA ERA DIGITAL

Disusun oleh:

AISYA JASMINE DEFINA

21052010021

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji

Pada tanggal : 20 Mei 2025

Pembimbing 1	Pembimbing 2
Bayu Setiawan, S.Sn., M.Sn	**Pungky Febi Arifianto, S.Sn., M.Sn**
NIP. 199107282022031004	**NIP. 199002022022031008**

Penguji 1	Penguji 2
Aditya Rahman Yani, S.T., M.Med.Kom	**Diana Aqidatun Nisa, S.T., M.Ds**
NIPPPK. 198109292021211002	**NIP. 199006112018032001**

Tugas Akhir ini 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. 197109162021211004

Dipindai dengan CamScanner

HALAMAN PERSETUJUAN

KAMPANYE PERSUASI UNTUK MENGHIDUPKAN KEMBALI PERMAINAN TRADISIONAL DI SURABAYA PADA ERA DIGITAL

Disusun oleh:

AISYA JASMINE DEFINA

21052010021

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji

Pada tanggal : 20 Mei 2025

Pembimbing 1	Pembimbing 2
Bayu Setiawan, S.Sn., M.Sn	**Pungky Febi Arifianto, S.Sn., M.Sn**
NIP. 199107282022031004	**NIP. 199002022022031008**

Tugas Akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Desain (S-1)

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual

Masnuna, S.T., M.Sn

NIPPPK. 198405122021212004

Dipindai dengan CamScanner

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Aisya Jasmine Defina

NPM : 21052010021

Program : Sarjana(S1)

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Arsitektur dan Desain

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi* 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 dikemudian hari ditemulan indikasi plagiat pada Skripsi/Tesis/Desertasi 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, 11 Juni 2025

Yang Membuat pernyataan

Aisya Jasmine Defina

NPM : 21052010021

Dipindai dengan CamScanner

ABSTRAK

Permainan tradisional sebagai bagian dari budaya lokal Indonesia kini semakin ditinggalkan oleh anak-anak, khususnya di Surabaya, akibat dominasi permainan digital. Fenomena ini menimbulkan berkurangnya interaksi sosial, keterampilan motorik, serta pemahaman terhadap nilai budaya pada anak-anak. Peran orang tua dalam mengenalkan permainan tradisional menjadi sangat penting di tengah perkembangan teknologi yang kian pesat. Oleh karena itu, dibutuhkan upaya yang mampu menyelaraskan media digital dengan pelestarian budaya lokal secara efektif dan relevan.

Metodologi yang digunakan dalam perancangan ini meliputi pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan penyebaran kuesioner kepada target audiens yang terdiri dari orang tua di Surabaya. Selain itu, dilakukan analisis SWOT, consumer insight, dan consumer journey untuk merumuskan strategi kampanye yang tepat. *Stakeholder* utama dalam proyek ini adalah Komunitas Kampoeng Dolanan, yang telah aktif dalam pelestarian permainan tradisional di Surabaya.

Perancangan kampanye "Quality Time Dolanan", yang mengangkat empat permainan tradisional populer: congklak, bola bekel, layang-layang, dan gobak sodor dirancang dengan pendekatan visual ceria dan media digital yang ramah keluarga, seperti Instagram, landing page, serta event offline interaktif. Konsep ini menekankan kolaborasi antara anak dan orang tua untuk membangun kembali nilai-nilai sosial, kerja sama, dan kebersamaan melalui permainan.

Melalui kampanye ini, diharapkan tercipta kesadaran dan perubahan sikap orang tua dalam memperkenalkan kembali permainan tradisional kepada anak-anak. Kampanye ini tidak hanya menjadi media pelestarian budaya, tetapi juga sebagai upaya strategis untuk menciptakan keseimbangan antara kemajuan digital dan nilai-nilai tradisional dalam kehidupan keluarga modern.

Kata Kunci: Kampanye, Permainan Tradisional, Keluarga

ABSTRACT

Traditional games, as part of Indonesia's local cultural heritage, are increasingly being abandoned by children, particularly in Surabaya, due to the dominance of digital games. This phenomenon has led to a decline in social interaction, motor skills, and children's understanding of cultural values. The role of parents in introducing traditional games is crucial amid the rapid advancement of technology. Therefore, an effort is needed that effectively and relevantly aligns digital media with the preservation of local culture.

The methodology used in this project involves a qualitative approach with data collection techniques such as interviews, observations, and questionnaires distributed to the target audience—parents in Surabaya. Additionally, SWOT analysis, consumer insight, and consumer journey mapping were conducted to formulate an appropriate campaign strategy. The main stakeholder in this project is the Kampoeng Dolanan Community, which has been actively involved in preserving traditional games in Surabaya.

The campaign design, titled "Quality Time Dolanan," features four popular traditional games: congklak, bola bekel, kites, and gobak sodor. The campaign utilizes a cheerful visual approach and family-friendly digital media platforms such as Instagram, a landing page, and interactive offline events. The concept emphasizes collaboration between children and parents to reintroduce social values, teamwork, and togetherness through play.

Through this campaign, it is hoped that awareness and behavioral change will be fostered among parents in reintroducing traditional games to their children. This campaign serves not only as a medium for cultural preservation but also as a strategic effort to create a balance between digital advancement and traditional values in modern family life.

Keywords: *Campaign; Traditional Games; Family*

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan ke kehadirat Allah SWT atas segala Rahmat, karunia, dan petunjuk-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir ini yang berjudul "Kampanye Persuasi untuk Menghidupkan Kembali Permainan Tradisional di Surabaya Pada Era Digital" sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Desain Komunikasi Visual UPN "Veteran" Jawa Timur. Penulisan tugas akhir ini dilatarbelakangi oleh keprihatinan terhadap menurunnya minat anak-anak dan remaja terhadap permainan tradisional yang dahulu menjadi bagian penting dari budaya lokal. Namun, semakin dominannya teknologi digital dan permainan berbasis gawai, permainan tradisional mulai tergeser dan terlupakan. Melalui kampanye persuasi ini, penulis berharap dapat membangkitkan kembali kesadaran Masyarakat akan pentingnya melestarikan permainan tradisional sebagai warisan budaya yang sarat nilai kebersamaan dan kreativitas.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini tidak akan terselesaikan tanpa bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan tulus penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kepada Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW.
2. Kepada orang tua saya yang selalu memberi semangat, mendoakan, dan memberi dukungan batin serta finansial.
3. Kepada bapak Bayu Setiawan, S.Sn. M.Ds selaku pembimbing utama yang telah memberikan arahan, saran, dan motivasi dalam perancangan ini.
4. Kepada bapak Pungky Febi Arifianto, S.Sn., M.Sn sebagai dosen pembimbing yang telah membantu memberikan kritik dan saran dalam perancangan ini.
5. Kepada Cak Mustofa Sam selaku penggagas Komunitas Kampoeng Dolanan yang telah mengijinkan saya untuk berkerja sama dengan Komunitas serta menjadi narasumber dalam perancangan kampanye persuasi ini.
6. Kepada seluruh narasumber yang membantu dalam pengumpulan data untuk keperluan perancangan ini.
7. Kepada seluruh dosen DKV UPN "Veteran" Jawa Timur yang telah mendidik saya hingga saat ini.
8. Kepada Adik saya yang Bernama Berlian Rizky Defina yang selalu mendukung dan memberi semangat kepada saya dan seluruh keluarga saya yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan kepada saya selama proses menyelesaikan tugas akhir ini.

9. Kepada teman-teman seperjuangan saya yaitu Salsabila Nurrahma Nadiya yang selalu menemani sekaligus membantu penulis di setiap proses selama perkuliahan hingga tugas akhir ini, Sukma Ayu Susilowati, Iqlimah Agustin, Lailatul Jannah, Jian Fitriana, dan Amanda Shafarissa K. yang selalu mendukung dan menyemangati saya pada saat proses penyusunan perancangan ini.
10. Kepada Dias Norman yang senantiasa memberi dukungan, menjadi pendengar keluh kesah selama proses skripsi ini, dan menemani saya selalu dalam proses penyusunan perancangan ini.
11. Kepada teman-teman magang Involuntir saya yang selalu memberi dukungan dan semangat untuk perancangan ini.
12. Kepada teman saya Ghalda dan Syakila yang memberi dukungan kepada saya dan mengarahkan saya jida terdapat kesulitan.
13. Kepada teman-teman DKV UPN "Veteran" Jawa Timur Angkatan 2021 yang selalu mendukung satu sama lain.
14. Kepada diri saya sendiri, Aisya Jasmine Defina yang telah berjuang hingga sejauh ini, sehingga bisa melewati banyak rintangan namun bisa menyelesaikan perancangan ini tepat waktu, yang sudah memberikan seluruh usaha dan tenaga untuk bisa selalu melakukan yang terbaik.

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 dan kontribusi positif. Sekali lagi penulis mengucapkan terima kasih.

Surabaya, 5 Juni 2025

Penyusun

Aisya Jasmine Defina

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN ..... **ii**

HALAMAN PERSETUJUAN ..... **iii**

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI ..... **iv**

ABSTRAK ..... **v**

ABSTRACT ..... **vi**

DAFTAR ISI ..... **ix**

DAFTAR GAMBAR ..... **xii**

DAFTAR TABEL ..... **xv**

BAB I PENDAHULUAN **1**

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Identifikasi Masalah 5

1.3 Rumusan Masalah 6

1.4 Batasan Masalah 6

1.5 Tujuan Perancangan 7

1.6 Manfaat Hasil Perancangan 7

1.7 Kerangka Perancangan 8

BAB II LANDASAN TEORI DAN STUDI EKSISTING **9**

2.1 Definisi Operasional Judul 9

2.1.1 Definisi Kampanye 9

2.1.2 Definisi Edukasi 9

2.1.3 Definisi Permainan Tradisional 9

2.1.4 Definisi Era Digital 9

2.2 Landasan Teori 10

2.2.1 Tinjauan Pustaka Kampanye 10

2.2.2 Pengertian Quality Time 13

2.2.3 Definisi Permainan Tradisional 13
2.2.3 Macam Permainan Tradisional 14
2.2.4 Tinjauan Teori Desain Komunikasi Visual 17
2.2.5 Desain Komunikasi di Era Digital 22
2.3 Tinjauan Eksisting 22
2.3.1 Studi Eksisting 22
2.3.2 Studi Komparator 30
BAB III METODOLOGI DESAIN 38
3.1 Metode Perancangan 38
3.2 Objek Perancangan 39
3.3 Teknik pengumpulan Data 39
3.3.1 Data Primer 39
3.3.2 Data Sekunder 44
3.3.3 Target audiens 45
3.4 Teknik analisis data 46
3.4.1 Analisis Data wawancara 46
3.4.2 Analisis Data Kuisioner 53
3.4.3 Analisis Data Observasi 58
3.4.3 Analisis Data 5W+1H 60
3.4.4 Analisis Consumer Insight 64
3.4.5 Analisis *Consumer Journey* 65
3.5 Sintesa Data 67
BAB IV KONSEP DAN IMPLEMENTASI DESAIN 69
74.1 Perumusan Konsep 69
4.1.1 Perumusan Keyword 69
4.1.2 Konsep Verbal 71
4.1.3 Konsep Visual 73

4.1.4 Konsep Media 75
4.3 Implementasi Desain 109
4.3.1 Instagram 109
4.3.2. Landing Page 109
4.3.2 X-Banner 110
4.3.3 Poster 110
4.3.4 Merchandise 111
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 116
5.1 Kesimpulan 116
5.2 Saran 116
DAFTAR PUSTAKA 117
LAMPIRAN 120

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Hasil survei tanggapan tentang permainan tradisional tahun 2017 1
Gambar 1. 2 Hasil Survei Anak Bermain Permainan Digital 3
Gambar 1. 3 Hasil Survei Anak Bermain Permainan Tradisional 4
Gambar 1. 4 Lokasi Kampoeng Dolanan 5
Gambar 1. 5 Kerangka Perancangan 8
Gambar 2. 1 Alat Permainan Congklak 15
Gambar 2. 2 Kegiatan Bermain Congklak 15
Gambar 2. 3 Kegiatan Bermain Bola Bekel 16
Gambar 2. 4 Kegiatan Bermain Layangan 16
Gambar 2. 5 Kegiatan bermain gobak sodor 17
Gambar 2. 6 Prinsip Desain Kesimbangan (balance) 19
Gambar 2. 7 Prinsip Desain Irana (rhythm) 20
Gambar 2. 8 Prinsip Desain Penekanan/Dominasi (Emphasis) 20
Gambar 2. 9 Prinsip Desain Kesatuan 20
Gambar 2. 10 kun Instagram Komunitas Kampoeng Dolanan, 2024 23
Gambar 2. 11 Akun Instagram Komunitas Kampoeng Dolanan, 2024 30
Gambar 3. 1 Wawancara dengan pengagas komunitas kampoeng dolanan, 2024 40
Gambar 3. 2 Observasi di CFD Tunjungan, 2024 44
Gambar 3. 3 Wawancara dengan pengagas komunitas kampoeng dolanan, 2024 47
Gambar 3. 4 Wawancara dengan Target Audiens, 2024 49
Gambar 3. 5 Wawancara dengan Dokter Tumbuh Kembang Anak, 2024 51
Gambar 3. 6 Wawancara dengan Digital Content Strategiest, 2024 52
Gambar 3. 7 Pie chart hasil kuisioner tentang permainan tradisional, 2024 54
Gambar 3. 8 Pie chart hasil kuisioner tentang permainan tradisional, 2024 54
Gambar 3. 9 Pie chart hasil kuisioner tentang permainan tradisional, 2024 54
Gambar 3. 10 Pie chart hasil kuisioner tentang permainan tradisional, 2024 55
Gambar 3. 11 Diagram batang hasil kuisioner tentang permainan tradisional, 2024 55
Gambar 3. 12 Diagram batang hasil kuisioner tentang permainan tradisional, 2024 56
Gambar 3. 13 Pie chart hasil kuisioner tentang permainan tradisional, 2024 56
Gambar 3. 14 Observasi di Kampung Kenjeran, 2024 58
Gambar 3. 15 Observasi di CFD Tunjungan, 2024 59
Gambar 3. 16 Observasi di CFD Tunjungan, 2024 59

Gambar 3. 17 Profil responden Customer Journey, 2024 65
Gambar 4. 1 Keyword 69
Gambar 4. 2 Contoh gaya visual yang akan digunakan, 2024 73
Gambar 4. 3 Contoh visual logo yang akan digunakan, 2024 74
Gambar 4. 4 Color Palette Perancangan 74
Gambar 4. 5 Font Bobaland dan Poppins, 2024 75
Gambar 4. 6 Brainstorming Logo 82
Gambar 4. 7 Rough Sketch Logo 82
Gambar 4. 8 Alternatif Logo 83
Gambar 4. 9 Dokumentasi validasi desain dengan stakeholder 84
Gambar 4. 10 Hasil Kuisioner pemilihan logo 84
Gambar 4. 11 Bukti Validasi dengan pihak sosmed spesialist 84
Gambar 4. 12 Desain Final Logo 85
Gambar 4. 13 Sketsa dan Referensi Desain 93
Gambar 4. 14 Sketsa Manual Desain Feed Instagram 94
Gambar 4. 15 Alternatif 1 Desain Instagram 94
Gambar 4. 16 Alternatif 2 Desain Instagram 95
Gambar 4. 17 Bukti Validasi Desain 95
Gambar 4. 18 Hasil Kuisioner pemilihan desain feed 96
Gambar 4. 19 Alternatif Terpilih 96
Gambar 4. 20 Implementasi Feed Instagram 97
Gambar 4. 21 Aset Visual Pattern Desain 98
Gambar 4. 22 Media bermain permainan congklak 101
Gambar 4. 23 Media bermain permainan bola bekel 101
Gambar 4. 24 Media bermain layang-layang 101
Gambar 4. 25 Media bermain permainan gobak sodor 102
Gambar 4. 26 Sketsa dan Referensi Desain Website 102
Gambar 4. 27 Alternatif 1 (kiri), alternatif 2 (kanan) 103
Gambar 4. 28 Desain landing page terpilih 103
Gambar 4. 29 Hasil kuisioner pemilihan desain landing page 104
Gambar 4. 30 Implementasi Landing page 104
Gambar 4. 31 Sketsa desain X Banner 105
Gambar 4. 32 Alternatif Digitalisasi X-banner 105

Gambar 4. 33 Hasil Kuisioner pemilihan desain X-banner 106
Gambar 4. 34 Implementasi Desain X-Banner 106
Gambar 4. 35 Sketsa alternatif desain poster 107
Gambar 4. 36 Alternatif digital desain poster 108
Gambar 4. 37 Hasil kuisioner pemilihan desain poster 108
Gambar 4. 38 Alternatif desain poster terpilih 108
Gambar 4. 39 Implementasi media instagram 109
Gambar 4. 40 Implementasi desain landing page 109
Gambar 4. 41 Implementasi Desain X-Banner 110
Gambar 4. 42 Implementasi Desain Poster 111
Gambar 4. 43 Stiker Pack Quality Time Dolanan 111
Gambar 4. 44 Pouch merchandise quality time dolanan 112
Gambar 4. 45 Merch kaos Quality time Dolanan 112
Gambar 4. 46 Merch gantungan kunci Akrilik 112
Gambar 4. 47 Merch Lanyard Quality Time Dolanan 113

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Analisis media Komunitas Kampoeng Dolanan 24
Tabel 2. 2 Analisis kekuatan dan kelemahan @kampoeng_dolanan 28
Tabel 2. 3 alisis media @tgrcampaign 31
Tabel 2. 4 Analisis kekuatan dan kelemahan @tgrcampaign 36
Tabel 3. 1 Analisis 5W + 1H 60
Tabel 3. 2 Analisis Consumer Journey 66
Tabel 4. 1 Strategi AISAS 76
Tabel 4. 2 *Timeline* Kampanye 78
Tabel 4. 3 Keterangan *Timeline* Kampanye 78
Tabel 4. 4 Program Kerja Kampanye 80
Tabel 4. 5 Rundown Kampanye 86
Tabel 4. 6 Content Planner 87
Tabel 4. 7 Storyboard Reels Instagram 97
Tabel 4. 8 Aset sosial Media Dokumentasi Kegiatan 99
Tabel 4. 9 Hitungan Tarif Selama 6 Bulan 113
Tabel 4. 10 Estimasi Biaya Cetak 114