

## ABSTRAK

Godfrey Kumala (625170092)

### **PERANCANGAN VISUAL MEDIA PROMOSI FESTIVAL AGEN PERUBAHAN INDONESIA 3: PERAN ETNIS TIONGHOA DALAM SEJARAH PERANG NUSANTARA**

Banyaknya perjuangan yang dilalui negara ini sampai akhirnya merdeka tidak luput dari campur tangan berbagai macam suku, salah satunya ialah Etnis Tionghoa. Walau terkadang banyak perseteruan antar kaum namun persatuan selalu menjadi jalan dikala ancaman datang. INTI, MPPT, Grafisosial dan UNTAR, hendak mengadakan Festival Agen Perubahan Indonesia yang ke 3 untuk menceritakan peran para pejuang, khususnya Etnis Tionghoa, selama peperangan memperjuangkan Nusantara dan MPPT merupakan wadah yang memiliki banyak berkas terkait perihal tersebut namun justru jarang diketahui. Tujuan perancangan visual media promosi dilaksanakan agar menarik *target audience* untuk mengunjungi MPPT serta ikut serta festival/acara yang akan diadakan dalam rangka ulang tahun Museum Pustaka Peranakan Tionghoa yang ke-10 yaitu Festival Agen Perubahan Indonesia ke-3. Perancangan kampanye ini menggunakan metode kualitatif, wawancara, observasi, dan studi pustaka. Target yang dipilih untuk kampanye ini adalah generasi muda berusia 18 – 25 tahun sebagai generasi yang dapat membawa perubahan, aktif di dunia digital, kreatif, dinamis. Hasil dari perancangan ini berupa visual media promosi yang akan membuat target untuk berperan tertarik untuk mengunjungi MPPT dan Festival Agen Perubahan Indonesia ke-3.

**Kata Kunci:** Etnis Tionghoa; Generasi Muda; Perjuangan; Media Digital; Sejarah Perang.

## ABSTRACT

Godfrey Kumala (625170092)

### **PROMOTIONAL MEDIA VISUAL PLAN FOR 3<sup>RD</sup> INDONESIA'S AGENT OF CHANGE FEST: CHINESE-INDONESIANS' ROLE IN HISTORICAL WAR OF NUSANTARA**

*The many struggles that this country went through until it finally became independent did not escape the intervention of various ethnic groups, one of which was the Chinese-Indonesians. Although sometimes there are many feuds between peoples, unity is always the way when threats come. INTI, MPPT, Grafisosial and UNTAR, want to hold the 3rd Indonesian Agents of Change Festival to tell the story of the role of the fighters, especially Chinese-Indonesians, during the war to fight for the archipelago and MPPT is a forum that has many files related to this but it is rarely known. The purpose of the visual design of promotional media is to attract the target audience to visit MPPT and participate in festivals/events that will be held in the framework of the 10th anniversary of the Chinese Peranakan Pustaka Museum, namely the 3rd Indonesian Change Agent Festival. The design of this campaign uses qualitative methods, interviews, observations, and literature studies. The target chosen for this campaign is the young generation aged 18-25 years as a generation that can bring change, is active in the digital world, creative, dynamic. The result of this design is a promotional media that will make the target to play a role, as well as being interested in visiting MPPT and the 3<sup>rd</sup> Indonesian Agent of Change Festival.*

**Key Word:** Chinese-Indonesian; Millenials; Struggle; Digital Media; The History of War.