Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL PEDULI TISSUE PEDULI BUMI

Laporan Tugas Akhir

Ditulis sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Desain (S.Ds)

Nama	: Martha Novira
NIM	: 11120210046
Program Studi	: Desain Komunikasi Visual
Fakultas	: Seni & Desain

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2015

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Martha Novira

NIM : 11120210046

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Universitas Multimedia Nusantara

Judul Tugas Akhir:

PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL

PEDULI TISSUE PEDULI BUMI

dengan ini menyatakan bahwa, laporan dan karya tugas akhir ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar sarjana, baik di Universitas Multimedia Nusantara maupun di perguruan tinggi lainnya.

Karya tulis ini bukan saduran/terjemahan, murni gagasan, rumusan dan pelaksanan penelitian/implementasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing akademik dan narasumber.

Demikian surat Pernyataan Orisinalitas ini saya buat dengan sebenarnya, apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan serta ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan

gelar (S.Ds.) yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 2 Juli 2015

Martha Novira

Perancangan Kampanye..., Martha Novira, FSD UMN, 2015

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL

PEDULI TISSUE PEDULI BUMI

Oleh

Nama : Martha Novira

NIM : 11120210046

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Tangerang, 2 Juli 2015

Pembimbing

Erwin Alfian, S.Sn., M.Ds.

Penguji

Joni Nur Budi Kawulur, S.Sn., M.Ds.

Ketua Sidang

Gideon K.F.H., S.T., M.Ds.

Ketua Program Studi

Desi Dwi Kristanto, M.Ds.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa karena rahmatnya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir tepat pada waktunya dengan mengangkat masalah lingkungan tentang penghematan *tissue* yang berjudul "Peduli Tissue Peduli Bumi".

Penulis memilih untuk mengangkat masalah penghematan tissue ke dalam media kampanye sosial sebagai bentuk kepedulian terhadap lingkungan bumi yang semakin memburuk. Dengan dibuatnya kampanye sosial ini penulis ingin memberikan pengetahuan mendalam tentang fakta dari tissue dan dampaknya terhadap lingkungan. Kampanye ini dibuat untuk mengubah perilaku masyarakat menjadi lebih bijak dalam pemakaian tissue.

Dengan pengamatan dan observasi yang dilakukan penulis terhadap pola perilaku masyarakat dalam penggunaan tissue dan dampaknya terhadap lingkungan yang semakin memburuk, maka penulis tertarik untuk mengangkat masalah ini kedalam sebuah kampanye sosial sebagai bentuk edukasi kepada khalayak luas. Laporan ini juga dibuat untuk memenuhi syaratan kelulusan.

Laporan tugas akhir ini dapat terselesaikan juga karena bantuan dari pihak-pihak yang sangat mendukung penulis dalam hal moril maupun materil, oleh karena itulah penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Desi Dwi Kristanto, M.Ds., selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual yang telah memberikan kesempatan untuk menyusun laporan tugas akhir.

Perancangan Kampanye..., Martha Novira, FSD UMN, 2015

2. Erwin Alfian, S.Sn., M.Ds., selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktunya memberikan bimbingan dalam penyusunan laporan tugas akhir ini.
3. Bapak Gomal, Bapak Matheis, Bapak Adiwinata Gani, Ph.D, dan Ibu Dini Hartiningtias sebagai narasumber penulis dan memberikan informasi yang bermanfaan hingga terselesaikannya laporan tugas akhir ini.
4. Mami, papi, dan cici yang selalu memberikan semangat kepada penulis hingga terselesaikannya laporan tugas akhir ini.
5. Adhitya Putra yang selalu mendukung dan menyemangati penulis agar terselesaikannya laporan tugas akhir ini.
6. Fransisca, Angelia Stephanie, Gracia Yovita, dan Bibiana Dellavie yang membantu penulis dalam proses wawancara hingga penyelesaian karya tugas akhir ini.

Tangerang, 23 Juni 2015

Martha Novira

Perancangan Kampanye..., Martha Novira, FSD UMN, 2015

ABSTRAKSI

Tissue adalah barang kebutuhan sehari-hari yang amat sering digunakan oleh manusia terutama untuk aktivitas toilet. Setiap toilet yang terdapat pada mall selalu menyediakan tissue secara berlebihan, hingga pada akhirnya membuat kebiasaan buruk kepada pengunjung terutama wanita yaitu boros pemakaian tissue. Pemakaian tissue yang berlebihan akan berdampak pada peningkatan emisi karbon yang disebabkan oleh berkurangnya lahan hutan, dan akan menimbulkan pemanasan global. Untuk menjaga kestabilan perubahan iklim, maka diadakan kampanye Peduli Tissue Peduli Bumi yang merupakan bentuk kepedulian terhadap lingkungan dan penggunaan tissue yang diharapkan dapat mengubah pola berpikir dan perilaku masyarakat terutama wanita dalam memanfaatkan tissue dan menjaga kelestarian lingkungan.

Kata kunci : pohon, tissue, peduli, kampanye sosial, emisi karbon

Perancangan Kampanye..., Martha Novira, FSD UMN, 2015

ABSTRACT

Tissue is a stuff of daily needs that are often used by humans especially for toilet activity. Each toilet in the mall has always provide tissue excessively, and eventually make a bad habits to the visitors especially women who are use tissue wastefully. Tissue usage that too much impact on the increase carbon emissions due to reduced forest land, and will lead to a global warming. For keeping the stability climate change, it will be held a campaign Peduli Tissue Peduli Bumi that is a form of concern toward environmental and tissue usage that is expected to change people's way of thinking and behaviour, especially for women in utilizing maintain environmental conservation and tissue.

Key words : tree, tissue, care, social campaign, carbon emissions

Perancangan Kampanye..., Martha Novira, FSD UMN, 2015

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR ..... **V**

ABSTRAKSI ..... **VII**

ABSTRACT ..... **VIII**

DAFTAR ISI ..... **IX**

DAFTAR GAMBAR ..... **XII**

DAFTAR BAGAN ..... **XV**

BAB I PENDAHULUAN **1**

1.1. Latar Belakang 1

1.2. Rumusan Masalah 3

1.3. Batasan Masalah 3

1.4. Tujuan Tugas Akhir 4

1.5. Manfaat Tugas Akhir 4

1.6. Metode Pengambilan Data 4

1.7. Metode Perancangan 6

1.8. Sistematika Perancangan 8

BAB II LANDASAN TEORI **9**

2.1. Behaviour pengunjung mall 9

2.2. Proses pembuatan tissue 9

2.3. Tissue pada lingkungan 10

2.3.1. Ekosistem 11

Perancangan Kampanye..., Martha Novira, FSD UMN, 2015

2.4. Kampanye 12
2.4.1. Model kampanye Ostegaard dengan tema penghematan tissue 12
2.4.2. Jenis kampanye sosial 14
2.4.3. Teknik kampanye dalam kampanye sosial..... 14
2.4.4. Persuasi 16
2.4.5. Teori-Teori Persuasi dalam Praktik Kampanye 16
2.4.6. Strategi Penulisan Pesan 17
2.5. Desain Komunikasi Visual..... 18
2.6. Elemen Desain 19
2.6.1. Bentuk dalam Kampanye Sosial 19
2.6.2. Ilustrasi dalam Kampanye Sosial 20
2.6.3. Warna dalam Kampanye Sosial 20
2.6.4. Tipografi dalam Kampanye Sosial..... 23
2.7. Media Dalam Kampanye Sosial..... 29
2.7.1. Media Lini Atas (*above the line media*)..... 29
2.7.2. Media Lini Bawah (*below the line media*)..... 29
2.7.3. Poster..... 29
BAB III ANALISIS DATA PENELITIAN..... 32
3.1. Gambaran Umum Data Primer 32
3.1.1. Wawancara..... 36
3.1.2. Pengamatan Lapangan/ Observasi 42
3.1.3. Hasil Survey Angket atau *Questioner*..... 47
3.1.4. Analisa Data 56

Perancangan Kampanye..., Martha Novira, FSD UMN, 2015

3.1.5. Studi Existing 59

BAB IV 62

KONSEP DAN PERANCANGAN 62

4.1. Konsep Perancangan 62

4.1.1. Tujuan Perancangan 64

4.1.2. Strategi Perancangan 64

4.2. Mind Mapping 66

4.3. Brainstorming 67

4.4. Perancangan 68

4.4.1. Visual 68

4.4.2. Layout 69

4.4.3. Warna 70

4.4.4. Tipografi 71

4.4.5. Aplikasi Pada Media 72

4.5. Budgeting 88

BAB V 90

PENUTUP 90

5.1. Kesimpulan 90

5.2. Saran 91

DAFTAR PUSTAKA XIV

Perancangan Kampanye..., Martha Novira, FSD UMN, 2015

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Bagan Sistematika Perancangan..... 8

Gambar 2.1 Bagan Model Kampanye Ostegaard..... 13

Gambar 2.2 Bentuk 19

Gambar 2.3 Ilustrasi 20

Gambar 2.4 Warna Hijau 21

Gambar 2.5 Warna Orange 22

Gambar 2.6 Warna Biru 23

Gambar 2.7 Tipografi..... 24

Gambar 2.8 Focal Point..... 25

Gambar 2.9 Grid System..... 26

Gambar 2.10 Alignment..... 27

Gambar 2.11 Layout..... 28

Gambar 3.1 Logo PT ISS 32

Gambar 3.2 Logo Produsen Tissue Sinarmas 33

Gambar 3.3 Logo Research Center for Climate Change..... 35

Gambar 3.4 Kondisi Toilet Wanita Central Park Mall 43

Gambar 3.5 Kondisi Gudang PT ISS Indonesia..... 44

Gambar 3.6 Kondisi Kantor RCCC Universitas Indonesia..... 45

Gambar 3.7 Diagram Berdasarkan Jenis Kelamin 47

Gambar 3.8 Diagram Berdasarkan Pengeluaran Selama 1 Bulan..... 48

Gambar 3.9 Diagram Berdasarkan Usia Pengunjung Mall..... 48

Gambar 3.10 Diagram Berdasarkan Tingkat Intensitas ke Mall..... 49

Perancangan Kampanye..., Martha Novira, FSD UMN, 2015

Gambar 3.11 Diagram Berdasarkan Tingkat intensitas ke Mall 49

Gambar 3.12 Diagram Berdasarkan Mall yang Sering Dikunjungi 50

Gambar 3.13 Diagram Berdasarkan Penggunaan Toilet..... 51

Gambar 3.14 Diagram Berdasarkan Waktu yang Digunakan Di Dalam Toilet.... 51

Gambar 3.15 Diagram Berdasarkan Pemanfaatan Tissue Toilet 52

Gambar 3.16 Diagram Berdasarkan Adanya Kampanye Sejenis 52

Gambar 3.17 Diagram Berdasarkan Kampanye Sejenis 53

Gambar 3.18 Diagram Berdasarkan Isi Media Kampanye Sosial..... 54

Gambar 3.19 Diagram Berdasarkan Media Kampanye Sosial..... 54

Gambar 3.20 Referensi Visual Kampanye Sosial 59

Gambar 3.21 Referensi Media Interaktif Kampanye Sosial 60

Gambar 3.22 Referensi Konten Kampanye Sosial..... 61

Gambar 4.1 *Mind Mapping* Data 67

Gambar 4.2 Identitas Kampanye Peduli Tissue Peduli Bumi 69

Gambar 4.3 *Layout* Poster Kampanye Sosial Peduli Tissue Peduli Bumi..... 70

Gambar 4.4 Warna dalam Kampanye Peduli Tissue Peduli Bumi 71

Gambar 4.5 *Font* dalam Kampanye Sosial Peduli Tissue Peduli Bumi..... 72

Gambar 4.6 Sketsa Poster Tahap *Attention*..... 73

Gambar 4.7 Poster Tahap *Attention* 74

Gambar 4.8 Sketsa Poster Tahap *Interest* dan *Desire*..... 75

Gambar 4.9 Poster Tahap *Interest* dan *Desire* 75

Gambar 4.10 Sketsa Poster A2 77

Gambar 4.11 Poster A2 Variasi 1 77

Perancangan Kampanye..., Martha Novira, FSD UMN, 2015

Gambar 4.12 Poster A2 Variasi 2 78

Gambar 4.13 Sketsa Desain *Booklet* 79

Gambar 4.14 Desain Isi *Booklet*..... 79

Gambar 4.15 Desain *Cover Booklet*..... 80

Gambar 4.16 Desain *Hanging Alley Panel* Kereta Api..... 81

Gambar 4.17 Desain *Hanging Alley Panel* Variasi..... 81

Gambar 4.18 Desain Iklan pada Majalah..... 82

Gambar 4.19 Desain 3D Miniatur di Lobby Mall..... 83

Gambar 4.20 Sktesa Desain *Vending Machine* 85

Gambar 4.21 Desain *Vending Machine* 85

Gambar 4.22 Desain *Cardboard Tissue*..... 86

Gambar 4.23 Desain Kaos..... 86

Gambar 4.24 Desain Pin dan Stiker 87

Gambar 4.25 Desain *Tote Bag* 87

Perancangan Kampanye..., Martha Novira, FSD UMN, 2015

DAFTAR BAGAN

Perancangan Kampanye..., Martha Novira, FSD UMN, 2015