



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.

**PERANCANGAN VISUAL KAMPANYE SOSIAL
PENANGANAN ANAK THALASSAEMIA MAYOR UNTUK
ORANG TUA**

Laporan Tugas Akhir

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



Nama : Nowinto
NIM : 11120210150
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 : Nowinto

NIM : 11120210150

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Universitas Multimedia Nusantara

Judul Tugas Akhir :

**PERANCANGAN VISUAL KAMPANYE SOSIAL PENANGANAN ANAK
THALASSAEMIA MAYOR UNTUK ORANG TUA PRODI DESAIN
KOMUNIKASI VISUAL FAKULTAS SENI & DESAIN UNIVERSITAS
MULTIMEDIA NUSANTARA.**

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 pelaksanaan penelitian/implementasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing akademik dan nara sumber.

Demikian surat Pernyataan Originalitas 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, 02-07-2015

Nowinto



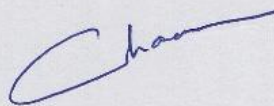
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR
PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL PENANGANAN
ANAK THALASSAEMIA MAYOR UNTUK ORANG TUA

Oleh

Nama : Nowinto
NIM : 11120210150
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni & Desain

Tangerang, 02 Juli 2015

Pembimbing



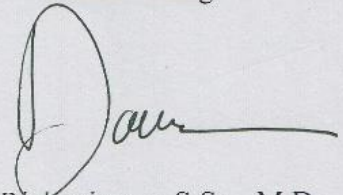
Chara Susanti, S.Ds., M.Ds.

Penguji



Ferdy Tanumihardjo, S.Sn., M.Ds.

Ketua Sidang



Darfi Rizkavirwan, S.Sn., M.Ds.

Ketua Program Studi



Desi Dwi Kristanto, M.Ds.

iii

KATA PENGANTAR

Penulis tertarik mengambil topik pembahasan mengenai penanganan thalassaemia mayor untuk orang tua karena semakin meningkatnya jumlah penderita thalassaemia mayor setiap tahunnya dan juga adik penulis juga menderita penyakit thalassaemia mayor.

Topik ini diharapkan dapat menambah informasi tentang thalassaemia dan juga kampanye sosial untuk pembaca. Tujuan dari pembahasan topik ini adalah untuk membantu orang tua pasien thalassaemia mayor dalam menangani anak thalassaemia mayor sehingga dapat hidup layaknya anak pada umumnya. Target penulis adalah orang tua pasien thalassaemia mayor. Selama pelaksanaan Tugas Akhir ini penulis menemukan banyak pengalaman dalam perancangan kampanye sosial dan juga informasi thalassaemia, terutama thalassaemia mayor.

Selama proses pembuatan Tugas Akhir ini penulis mempelajari banyak hal tentang thalassaemia dan juga kampanye sosial. Pendapat penulis mengenai topik ini dalam pelaksanaan kampanye sosial penanganan thalassaemia ini supaya dapat didukung penuh oleh pemerintah dikarenakan semakin bertambahnya jumlah penderita thalassaemia mayor di Indonesia. Serta penulis berharap pembaca Tugas Akhir ini dapat menambah informasi mengenai kampanye sosial dan juga thalassaemia.

Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan sebanyak-banyaknya terima kasih kepada:

1. Desi Dwi Kristanto, M.Ds., selaku ketua program studi Desain Komunikasi Visual.

2. Chara Susanti, S.Ds., M.Ds., sebagai dosen pembimbing yang telah banyak membantu selama awal hingga akhir proses pembuatan Tugas Akhir ini.
3. Edy Poerwono selaku sekretaris dari Yayasan Thalassaemia Indonesia dan Dr. Udjani selaku dokter ahli thalassaemia di RSUD Tangerang yang membantu penulis dengan memberikan data-data yang dibutuhkan penulis dalam pembuatan Tugas Akhir ini.
4. Papa, Mama dan juga adik yang telah banyak mendukung dalam bentuk motivasi, saran maupun materi sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini
5. David Yonathan, David Garybaldie, Daniel Senjoyo, dan Leonardus Andrey serta teman-teman lain yang telah memberi dukungan dalam proses penyelesaian kampanye sosial ini.

Tangerang, 02-07-2015

Nowinto

UMMN

ABSTRAKSI

Perancangan kampanye sosial penanganan anak thalassaemia mayor ini bertujuan untuk membantu orang tua pasien thalassaemia mayor yang merasa bingung dan bersalah serta tidak tahu cara untuk menangani anak dari segi penanganan medis ataupun rumah tangga. Kampanye ini dibuat untuk masyarakat dengan kota penderita thalassaemia terbanyak di Indonesia seperti Jakarta, Tangerang dan Bandung. Semakin banyaknya penderita thalassaemia mayor setiap tahun akan membuat masyarakat yang baru mengetahui penyakit tersebut merasa panik dan cemas dikarenakan penyakit tersebut merupakan penyakit kronis atau seumur hidup. Media yang digunakan dalam perancangan kampanye sosial ini berupa booklet, poster, dan media sosial dengan tujuan dapat mengedukasi orang tua pasien dan juga memberikan penanganan yang baik sehingga anak thalassaemia dapat hidup layaknya anak pada umumnya. Thalassaemia mayor merupakan kelainan sel darah merah yang menyebabkan sel darah merah mudah pecah sehingga penderita harus melakukan transfusi darah seumur hidup. Perancangan desain kampanye sosial ini penulis menggunakan grid 2 kolom, menampilkan visual utama dengan teknik fotografi dan ilustrasi, penggunaan *typeface* penulis menggunakan Helvetica sebagai *Headline*, Amaranth sebagai *Deck*, dan Heuristica sebagai *body text*. Penggunaan warna cenderung memakai *soft colour* karena bertujuan untuk lebih menenangkan pembaca. Warna utama yang ditampilkan merupakan warna merah yang melambangkan thalassaemia itu sendiri.

Kata kunci : Thalassaemia, kampanye, sosial, booklet, poster

U M N

ABSTRACT

Social campaign design of caring thalassemia mayor children want to help thalassemia parents that feels confused and stress also didn't know how to caring child from medical. This campaign was made for the peoples in the city that has the most thalassemia mayor children in Indonesia like Jakarta, Bandung, and Tangerang. Peoples with thalassemia mayor deseases has increased in Indonesia and many of them that doesn't know about the deseases feel panic and stressed because of a chronic deseases. Social campaign design use booklet, poster, social media to educate the parents of thalassemia mayor. Children born with thalassemia deseases can't make a healthy red blood cells that make they must take blood transfusion over a life time. Social campaign design use 2 column grid, that show main visual of photography and illustration technic. Author use helvetica as a headline, amaranth as deck and heuristica as bodytext. Also use a soft color to make the audience feel more calm. The main color is a red that mean symbol of thalassemia.

Keywords: thalassemia, campaign, social, booklet, poster

U
M
M
N

DAFTAR ISI

PERANCANGAN VISUAL KAMPANYE SOSIAL PENANGANAN ANAK THALASSAEMIA MAYOR UNTUK ORANG TUA	I
LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	II
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	III
KATA PENGANTAR	III
ABSTRAKSI.....	VI
ABSTRACT	VII
DAFTAR ISI.....	VIII
DAFTAR GAMBAR.....	XII
DAFTAR TABEL.....	XIV
DAFTAR LAMPIRAN	XV
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Batasan Masalah.....	4
1.4. Tujuan Tugas Akhir	5
1.5. Manfaat Tugas Akhir	5
1.6. Metode Pengumpulan Data	6
1.7. Metode Perancangan	7

1.8.	Skematika Perancangan.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....		10
2.1.	Kampanye.....	10
2.1.1.	Pengertian Kampanye	10
2.1.2.	Tujuan Kampanye	11
2.1.3.	Jenis Kampanye.....	12
2.1.4.	Strategi Kampanye	13
2.1.5.	Komponen Kampanye	16
2.2.	Thalassaemia	16
2.2.1.	Penyebab dan Resiko Thalassaemia.....	17
2.2.2.	Gejala Thalassaemia.....	17
2.2.3.	Thalassaemia Mayor	18
2.2.4.	Pencegahan Thalassaemia	21
2.2.5.	Pengobatan Thalassaemia	23
2.3.	Booklet	23
2.3.1.	Elemen Layout	24
2.3.2.	Elemen Teks	24
2.3.3.	Elemen Visual	26
2.3.4.	Invisible Element.....	27
2.3.5.	Prinsip <i>Layout</i>	27
2.4.	Poster	28
2.5.	Fotografi	30
2.6.	Warna	32

BAB III ANALISIS DATA PENELITIAN.....	35
3.1. Gambaran Umum Data Primer.....	35
3.1.1. Wawancara.....	35
3.1.....	38
3.1.2. Pengamatan Lapangan/Observasi	38
3.1.3. Hasil Survey Angket atau <i>Questioner</i>	40
3.1.4. Focus Group Discussion (FGD).....	47
3.1.5. Analisis Data	49
3.1.6. Studi Existing.....	50
3.1.7. Penyelenggara Kampanye	52
BAB IV KONSEP DAN PERANCANGAN.....	55
4.1. Konsep Perancangan.....	55
4.1.1. Tujuan Perancangan.....	55
4.1.2. Strategi Perancangan.....	55
4.2. <i>Mind Mapping</i>	58
4.3. <i>Brainstorming</i>	58
4.4. Perancangan	59
4.4.1. Karakter Visual	59
4.4.2. Layout.....	59
4.4.3. Warna	60
4.4.4. Tipografi.....	61
4.4.5. Logo Kampanye	62
4.4.6. Aplikasi Pada Media	63

4.5. Budgeting	73
BAB V KESIMPULAN.....	75
5.1. Kesimpulan.....	75
5.2. Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA.	XIV



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Penurunan gen penderita thalassaemia mayor dengan	19
Gambar 2.2. Penurunan gen penderita thalassaemia mayor dengan	19
Gambar 2.3. Penurunan gen sesama penderita thalassaemia mayor	20
Gambar 2.3. Contoh Skrining Thalassaemia	22
Gambar 2.3. golden ratio	31
Gambar 3.1. Suasana ruang thalassaemia di RSUD Tangerang	38
Gambar 3.2. Booklet tentang bayi thalassaemia di UK	50
Gambar 3.3. Booklet dan brosur tentang thalassaemia	51
Gambar 3.4. Logo Yayasan Thalassaemia Indonesia	52
Gambar 3.5. Logo Departemen Kesehatan PPTM	53
Gambar 3.6. Logo PT Novartis	54
Gambar 4.1. Mind mapping	58
Gambar 4.2. <i>Brainstorming</i>	58
Gambar 4.3. Contoh visual ilustrasi dan fotografi	59
Gambar 4.4. <i>Layout</i> Booklet	59
Gambar 4.5. <i>Layout</i> poster	60
Gambar 4.6. <i>Soft colour</i>	60
Gambar 4.7. Helvetica Neue Bold sebagai judul dan <i>headline</i>	61
Gambar 4.8. Amaranth sebagai <i>deck</i>	61
Gambar 4.9. Heuristica sebagai <i>bodytext</i>	62
Gambar 4.10. Proses pembuatan logo	62
Gambar 4.11. Logo kampanye “Tangani Thalassaemia”	63

Gambar 4.11. Sketsa booklet.....	63
Gambar 4.12. Sketsa poster	64
Gambar 4.14. Gambar Booklet kampanye “Penanganan Thalassaemia Mayor”..	65
Gambar 4.15. <i>Cover</i> dan <i>backcover</i> “Penanganan Thalassaemia Mayor”	66
Gambar 4.16. Bab 1 “Penanganan Thalassaemia Mayor”	67
Gambar 4.17. Bab 2 dan 3 “Penanganan Thalassaemia Mayor”	68
Gambar 4.18. Bab 4 dan 5 “Penanganan Thalassaemia Mayor”	69
Gambar 4.19. Bab 6 “Penanganan Thalassaemia Mayor”	69
Gambar 4.20. Gambar poster seri kampanye “Tangani Thalassaemia Mayor”	70
Gambar 4.21. Gambar tampilan grup facebook Tangani Thalassaemia Mayor ...	71
Gambar 4.22. Gambar tampilan penggunaan PIN Tangani Thalassaemia Mayor	72
Gambar 4.23. Gambar tampilan stiker Kampanye Tangani Thalassaemia Mayor	73

UMMN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Tabel kenaikan penderita thalassaemia mayor di Indonesia	37
Tabel 3.2. Tabel Kota dengan penderita thassaemia terbanyak tahun 2014	37
Tabel 3.3. Diagram pekerjaan dan domisili responden	40
Tabel 3.4. Diagram tentang perasaan dan kekhawatiran orang tua pasien	41
Tabel 3.5. Diagram informasi penanganan anak thalassaemia mayor	42
Tabel 3.5. Diagram pertanyaan mengenai transfusi darah	43
Tabel 3.5. Diagram pertanyaan mengenai transfusi darah	43
Tabel 3.5. Diagram pertanyaan tentang makanan yang diberikan kepada	44
Tabel 3.6. Diagram tentang pencarian informasi tentang thalassaemia	45
Tabel 3.6. Diagram tentang media sosial yang paling banyak digunakan	46
Tabel 4.1. Tabel Perkiraan biaya pengeluaran cetak kampanye	73

UMMN

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A: Form Bimbingan Tugas Akhir	xvi
LAMPIRAN B: Surat Ijin Observasi	xv
LAMPIRAN C: Form Kuesioner	xiv
LAMPIRAN D: FGD	xiv



UMN