



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 KAMPANYE SOSIAL
PLTN SEBAGAI SOLUSI KRISIS ENERGI INDONESIA**

Laporan Tugas Akhir

Ditulis sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Seni (S.Sn)

Nama : Arfi Hanifa
NIM : 10120210335
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni & Desain



**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2014**

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Perancangan Kampanye Sosial PLTN sebagai Solusi Krisis Energi Indonesia



Oleh

Nama : Arfi hanifa

NIM : 10120210335

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Tangerang, 8 Agustus 2014

Pembimbing I

Zamzami Almakki, S.Pd., M.Ds.

Penguji

Ketua Sidang

Yuli Asmanto, S.Sn., M.Sn.

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

Ketua Program Studi

Desi Dwi Kristanto, S.Ds., M.Ds.

PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Arfi Hanifa
NIM : 10120210335
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni & Desain
Universitas Multimedia Nusantara

Judul Tugas Akhir :

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL
PLTN SEBAGAI SOLUSI KRISIS ENERGI INDONESIA
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.Sn.) yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 8 Agustus 2014

Arfi Hanifa



UMN

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis haturkan kepada Allah Swt, karena atas berkat-Nya, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul **“PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL PLTN SEBAGAI SOLUSI KRISIS ENERGI INDONESIA”**. Penulis memilih topik ini atas rasa kekhawatiran penulis akan adanya ancaman krisis energi Indonesia, yang dikarenakan oleh semakin menipisnya persediaan energi fosil yang kita miliki.

Tujuan dibuatnya tugas akhir ini adalah sebagai bentuk laporan dari karya tugas akhir yang dibuat penulis, juga sebagai syarat dalam memperoleh gelar program Strata Satu (S-1) Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Multimedia Nusantara. Penulis juga berharap laporan ini dapat membantu mahasiswa lainnya dalam mengerjakan tugas akhir mereka.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Zamzami Almakki, S.Pd., M.Ds., selaku dosen pembimbing yang telah membimbing, memberi saran dan meluangkan waktunya selama penyusunan tugas akhir.
2. Yuli Asmanto, S.Sn., M.Sn. dan Joni Nur Budi. K, S.Sn., M.Ds. selaku dosen penguji yang telah banyak memberikan kritik dan saran membangun selama penyusunan tugas akhir.

3. Desi Dwi kristanto S.Ds., M.Ds., selaku kepala program studi seni dan desain, Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ust.H.Zuhri M.Syazali, Lc, MA., selaku Bupati Bangka Barat yang telah memberikan banyak informasi terkait masyarakat Bangka Barat.
5. Drs. Dedy Miharja, M.Si., selaku kepala bidang evaluasi dan dokumentasi PDIN-BATAN, yang telah membagi pengalamannya dalam mensosialisasikan iptek nuklir.
6. Keluarga penulis, yang selalu memberikan dukungan selama penyusunan tugas akhir, juga ayahanda, As Natio Lasman, selaku pembimbing materi yang berkaitan dengan iptek nuklir.
7. Teman-teman seperjuangan tugas akhir, kelompok TA musim hujan, Wafa Sabrina dan teman-teman halilintar yang selalu yang membantu penulis selama proses pengerjaan tugas akhir.

Tangerang, 16 Agustus 2014

Arfi Hanifa

ABSTRAKSI

Adanya ancaman krisis energi yang disebabkan menipisnya sumber daya alam terbatas, menyebabkan kita harus mencari energi alternatif untuk memenuhi kebutuhan listrik yang terus meningkat. Pembangkit Listrik Tenaga Nuklir merupakan salah satu aplikasi energi baru terbarukan, yang mempunyai potensi besar dalam memenuhi kebutuhan listrik Negara. Sumber energinya adalah uranium, yang sifatnya dapat diperbarui dan ramah lingkungan. Namun, ternyata solusi krisis energi ini tidak disambut baik oleh masyarakat,. Pemanfaatan nuklir masih dianggap sebagai teknologi yang terlalu menyeramkan untuk dapat hadir di tengah-tengah mereka. Hal ini didasari kurangnya pemahaman mereka terhadap iptek nuklir secara utuh. Kampanye sosial adalah salah satu jawaban dari persoalan tersebut. Kampanye sosial mampu mengedukasi dan mengubah persepsi negatif masyarakat akan kehadiran pemanfaatan nuklir. Perancangan kampanye sosial PLTN sebagai solusi krisis energy Indonesia ini, menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, dengan metode pengumpulan data berupa wawancara, observasi, kuesioner dan studi visual. Teknik persuasi yang digunakan adalah pay off idea, yaitu masyarakat disuguhi harapan-harapan baik. Teknik visual yang digunakan adalah dengan mengilustrasikan PLTN dan lingkungan Bangka Barat dengan gambar 3 dimensi. Kampanye social ini kemudian akan diaplikasikan pada media utama, berupa baliho, dan media pendukung berupa poster, booklet, dan stiker.

Kata kunci : Kampanye Sosial, Listrik, Krisis Energi, Nuklir, PLTN.

UMMN

ABSTRACT

The threat of an energy crisis due to the depletion of unrenovable natural resources, cause we have to look for alternative energy to meet growing electricity demand. Nuclear Power Plant is one of renewable energy applications, which have enormous potential to meet the electricity needs for the nation. The energy sources is uranium, which has can be renewed character and environmentally friendly. However, it turns out the solution of energy crisis was not welcomed by the society,. Utilization of nuclear energy is still considered as over creepy technology to be present in their environment. This is based on the lack of their understanding about the nuclear science and technology as a whole. Social campaigns is one of the answer to the problem. Social campaigns is able to educate the society and change the negative perception of nuclear use preseance. Designing NPP's social campaigns as Indonesia's energy crisis solution, using descriptive qualitative research methods, the data collection methods such as interviews, observation, questionnaires and visual studies. Persuasion technique used is pay off the idea, that the society were treated to the good hopes. Visual techniques used is to illustrate the NPP and the West Bangka environment with 3-dimensional image. This social campaign will be applied to the major media, such as billboards, and supporting media such as posters, booklets, and stickers.

Keywords: *Social Campaign, Electricity, Energy Crisis, Nuclear, nuclear power plant*

UMMN

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	ii
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAKSI	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Batasan Masalah.....	4
1.3.1 Target Khalayak.....	4
1.3.2 Konten.....	7
1.4 Tujuan Tugas Akhir.....	7
1.5 Manfaat Tugas akhir.....	7
1.6 Metode Pengumpulan Data.....	7
1.7 Metode Perancangan.....	10
1.8 Skematika Perancangan.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Energi.....	16
2.1.1 Energi baru dan Terbarukan (EBT).....	17

2.2	Energi Nuklir	18
2.2.1	Manfaat Energi Nuklir	19
2.3	Pembangkit Listrik Tenaga Nuklir.....	20
2.3.1	Bahan Bakar PLTN (Uranium)	21
2.3.2	Prinsip Kerja PLTN dengan Bahan Bakar Uranium	21
2.3.3	Manfaat dibangunnya PLTN.....	22
2.4	Kampanye	23
2.4.1	Definisi dan Tujuan Kampanye	23
2.4.2	Jenis - Jenis Kampanye	25
2.4.3	Persuasi Titik Tolak Kampanye	26
2.4.4	Pesan Kampanye	30
2.4.5	Strategi Komunikasi dalam Kampanye.....	31
2.5	Desain Komunikasi Visual.....	33
2.5.1	Desain	34
2.5.2	Komunikasi Visual.....	35
2.5.3	Tujuan dan Fungsi Desain Komunikasi Visual.....	37
2.5.4	Unsur – Unsur Desain	38
2.5.5	Prinsip Desain	41
BAB III METODOLOGI.....		44
3.1.	Metode Penelitian	44
3.1.1	Data penelitian 1	45
3.1.2	Data 2	59
3.2	Mind Mapping	75
3.3	Konsep Kreatif.....	77

BAB IV PERANCANGAN	79
4.1 Pengembangan Konsep	79
4.1.1 Brainstorming	80
4.1.2 Sketsa perancangan	82
4.2 Aplikasi Kreatif.....	87
4.2.1 Nama Kampanye Sosial	87
4.2.2 Identitas Kampanye Sosial.....	88
4.2.3 Strategi Media	90
4.2.4 Perencanaan Media	98
4.2.5 Budgeting.....	98
BAB V PENUTUP	99
5.1 Kesimpulan	99
5.2 Saran	100
DAFTAR PUSTAKA	xvii

UMMN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Warna Background berpengaruh pada tingkat kekuatan warna.....	39
Gambar 3.1 Wawancara dengan Kepala Bidang Evaluasi dan Dokumentasi.....	46
Gambar 3.2 Kekayaan Alam di Bangka Barat Sebelah Timur, Teluk Limau.....	49
Gambar 3.3 Budaya Warga Desa Limau Mencari ikan di Laut (1)	50
Gambar 3.4 Budaya Warga Desa Limau Mencari Ikan di Laut (2)	50
Gambar 3.5 Budaya Warga Desa Limau Mencari Ikan di Laut (3)	51
Gambar 3.6 Budaya Masyarakat menambang Timah	52
Gambar 3.7 Musium Timah di Pusat kota	53
Gambar 3.8 Keadaan Jalan di Pusat Kota	53
Gambar 3.9 Media Luar Ruang di Pusat Kota	54
Gambar 3.10 Kapal Australia di Tanjung kalian, Bangka Barat.....	55
Gambar 3.11 Bukit Menumbing	55
Gambar 3.12 Keadaan Jalan di Kelurahan Tanjung, Muntok.....	56
Gambar 3.13 Budaya Berdagang, masyarakat Kelurahan Tanjung	57
Gambar 3.14 Kondisi Jalan Menuju Lokasi Tapak PLTN.....	58
Gambar 3.15 Lokasi Tapak PLTN, Teluk Inggris, Bangka Barat	58
Gambar 3.16 Diagram hasil pertanyaan no.1.....	63
Gambar 3.17 Diagram hasil pertanyaan no.2.....	64
Gambar 3.18 Diagram hasil pertanyaan no.3.....	65
Gambar 3.19 Diagram hasil pertanyaan no.4.....	66
Gambar 3.20 Diagram hasil pertanyaan no.5.....	67
Gambar 3.21 Diagram hasil pertanyaan no.7.....	68

Gambar 3.22 Diagram hasil pertanyaan no.8.....	70
Gambar 3.23 Buku Saku PLTN	71
Gambar 3.24 poster	72
Gambar 3.25 Contoh Kampanye Sosial.....	73
Gambar 3.26 Contoh Gaya visual 3dimensi	74
Gambar 3.20 Mind Mapping.....	76
Gambar 4.1 Sketsa awal perancangan identitas visual kampanye	83
Gambar 4.2 Sketsa awal perancangan lingkungan.....	84
Gambar 4.3 Perancangan Digital <i>Environment</i> Tema Industri	84
Gambar 4.4 Perancangan Digital <i>Environment</i> Tema Kelistrikan.....	85
Gambar 4.5 Perancangan Digital <i>Environment</i> Tema Pertanian.....	85
Gambar 4.6 Perancangan Digital Environment Tema Utama.....	85
Gambar 4.7 Sketsa Perancangan Media Utama	86
Gambar 4.8 Sketsa Perancangan Poster	86
Gambar 4.9 Sketsa Perancangan Booklet	87
Gambar 4.10 Proses perancangan identitas kampanye digital	88
Gambar 4.11 Hasil Perancangan identitas kampanye	89
Gambar 4.12 Warna pada identitas visual	89
Gambar 4.13 Typeface arial regular	90
Gambar 4.14 Typeface arial bold.....	90
Gambar 4.15 Gambaran hasil desain baliho	91
Gambar 4.16 Desain Poster Pertanian.....	92
Gambar 4.17 Desain Booklet Halaman Pertanian.....	92
Gambar 4.18 Desain Poster Industri	93

Gambar 4.19 Desain Booklet Halaman industri	93
Gambar 4.20 Desain Poster Kelistrikan	94
Gambar 4.21 Desain Booklet Halaman Kelistrikan	94
Gambar 4.22 Desain Poster Kesehatan	95
Gambar 4.23 Desain Booklet Halaman Intro PLTN	95
Gambar 4.24 Desain Booklet Halaman PLTN (1)	96
Gambar 4.25 Desain Booklet Halaman PLTN (2)	96
Gambar 4.26 Aplikasi Desain di Kaos	97
Gambar 4.27 Stiker	97

UMMN

DAFTAR TABEL

4.1 Tabel perencanaan Media	96
4.2 Budgeting	96



UMMN

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A : KUESIONER..... xix

LAMPIRAN B : KARTU KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR xxi

