



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

AYO KE PERPUSTAKAAN DAERAH

Laporan Tugas Akhir

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



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Nama : Amung Sugeng Utomo
NIM : 12120210097
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni & Desain

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2016

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Amung Sugeng Utomo
NIM : 12120210097
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni & Desain
Universitas Multimedia Nusantara

Judul Tugas Akhir:

PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL AYO KE PERPUSTAKAAN DAERAH

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

Tangerang, 14 Juni 201



Amung Sugeng Utomo



HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL

AYO KE PERPUSTAKAAN DAERAH

Oleh

Nama : Amung Sugeng Utomo

NIM : 12120210097

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

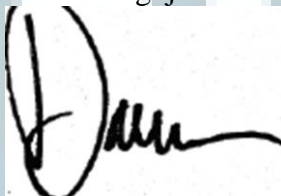
Tangerang, 27 Juni 2016

Pembimbing



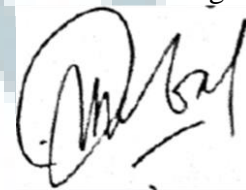
Mohammad Rizaldi, S.T., M.Ds.

Penguji



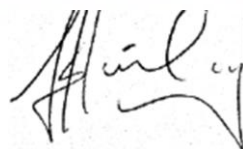
Darfi Rizkavirwan, S.Sn., M.Ds.

Ketua Sidang



Iqbal Maimun Umar, S.Sn., M.Ds.

Ketua Program Studi



Yusup Sigit Martyastiadi, S.T., M.Inf.Tech.

iv

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dan laporan ini. Laporan ini penulis buat sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Desain.

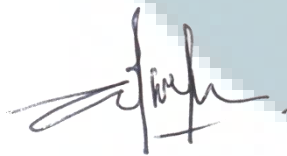
Proses tugas akhir ini dirasakan sangat penting oleh penulis agar dapat mempersiapkan diri sebelum bekerja secara profesional. Penulis membuat laporan ini agar dapat digunakan sebagai panduan atau referensi serta berguna bagi pembaca yang ingin membuat sebuah kampanye sosial.

Terwujudnya Tugas Akhir ini tidak lepas dari dukungan dan bantuan beberapa pihak yang membantu serta mengarahkan penulis selama proses berlangsung. Melalui kesempatan ini, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Yusup Sigit Martyastiadi, S.T., M.Inf.Tech. Selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Mohammad Rizaldi, S.T., M.Ds. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan semua pengarahan dan bimbingan dalam pengerjaan Tugas Akhir ini.
3. Ibu Martini Mansyur selaku Kepala Pelayanan Informasi dan Kunjungan PNRI yang telah bersedia menjadi narasumber dalam perancangan ini.

4. Ibu Nani Suryani selaku Kepala Gerakan Pemasyarakatan Minat Baca yang telah membantu penulis dalam mengumpulkan data yang penulis perlukan.
5. Ibu Yunita Riris Widawaty selaku Pustakawan Terbaik Nasional 2014 yang telah bersedia menjadi narasumber dalam perancangan ini.
6. Orang Tua dan Keluarga penulis yang selalu mendukung dan mendoakan demi kelancaran Tugas Akhir ini.
7. Rekan-rekan satu tim bimbingan yang selalu memberi dukungan satu sama lain.
8. Rekan-rekan yang tidak dapat disebutkan namanya oleh penulis.

Tangerang, 14 Juni 2016



Amung Sugeng Utomo



ABSTRAKSI

Perpustakaan daerah memegang peranan penting dalam masyarakat daerah setempat, saat ini pembenahan perpustakaan daerah yang dibantu oleh Perpustakaan Nasional sudah mulai dilakukan yaitu dengan peningkatan pelayanan, fasilitas, dan koleksi. Hal ini tentunya untuk menarik minat masyarakat untuk datang dan memanfaatkan perpustakaan daerah sekaligus menjadi upaya untuk meningkatkan minat baca di kalangan masyarakat. Namun saat ini persepsi masyarakat khususnya remaja terhadap perpustakaan daerah masih beragam dan mayoritas memiliki persepsi yang kurang tepat antara lain perpustakaan daerah dipandang sebagai tempat yang jadul, membosankan, kuno, tempat kutu buku, tempat bagi orang yang memiliki kebutuhan ilmiah saja, dan lain sebagainya. Dengan demikian melalui perancangan kampanye sosial ini, penulis berharap agar persepsi yang kurang tepat tersebut dapat berubah dan masyarakat khususnya remaja akan mau mengunjungi perpustakaan daerahnya guna meningkatkan kualitas hidup.

Kata kunci : Kampanye sosial, Perpustakaan Daerah, Remaja.



UMN

ABSTRACT

Regional library played an important role in the local community, is currently revamping the area aided by National Library has begun to do that is by improving the services, facilities, and collections. This is certainly to attract the interest of the community to come and exploit the regional library and once become an effort to increase interest in reading among the people. But currently the public perception against regional library is still rich and the majority have negative perceptions. Regional library seen as a place that boring, old-fashioned, nerdy, a place for people who have a scientific needs only, and so on. By this social campaign design, the author hope that the negative perceptions can change, teen will want to visit regional library in order to improve the quality of life.

Key word : Social Campaign, Regional Library, Teen.



UMN

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	V
ABSTRAKSI.....	VII
ABSTRACT.....	VIII
DAFTAR GAMBAR.....	XIII
DAFTAR TABEL.....	XVII
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	3
1.3. Batasan Masalah.....	3
1.4. Tujuan Perancangan.....	3
1.5. Manfaat Perancangan.....	4
1.6. Metode Pengumpulan Data.....	5
1.7. Metode Perancangan.....	6
1.8. Skematika Perancangan.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1. Perpustakaan.....	9
2.1.1. Maksud Berdirinya Perpustakaan.....	9
2.1.2. Jenis-Jenis Perpustakaan.....	10
2.2. Kampanye.....	12
2.2.1. Jenis-Jenis Kampanye.....	13
2.2.2. Model Kampanye.....	16

2.2.3. Teknik Kampanye.....	21
2.2.4. Strategi Kampanye.....	23
2.2.5. Proses Perencanaan Kampanye.....	24
2.2.6. AIDA.....	26
2.3. Media.....	27
2.4. Teori Desain.....	28
2.4.1. Poster.....	28
2.4.1.1. Jenis-Jenis Poster.....	29
2.4.2. Ilustrasi.....	32
2.4.3. Layout.....	33
2.4.4. Tipografi.....	38
2.4.5. Warna.....	40
BAB III METODOLOGI.....	43
3.1. Gambaran Umum.....	43
3.2. Data Penelitian.....	44
3.2.1. Wawancara.....	44
3.2.1.1. Wawancara Dengan Nani Suryani.....	44
3.2.1.2. Wawancara Dengan Martini Mansyur.....	47
3.2.1.3. Wawancara Dengan Yunita Riris Widawaty.....	48
3.2.1.4. Kesimpulan Wawancara.....	49
3.2.2. <i>Focus Group Discussion</i>	50
3.2.2.1. Kesimpulan <i>Focus Group Discussion</i>	51
3.2.3. Observasi Lapangan.....	52

3.2.3.1. Kesimpulan Observasi Lapangan.....	53
3.3. Studi Eksisting.....	53
3.3.1. Kampanye <i>Back to the Classics</i>	54
3.3.2. Kampanye <i>Libraries Transform</i>	55
3.3.3. Kampanye Ayo Baca Buku.....	57
3.3.4. Kampanye GPMB.....	58
3.3.5. Kesimpulan Studi Eksisting.....	59
3.4. Penyusunan Konsep.....	60
BAB IV PERANCANGAN.....	61
4.1. Konsep Perancangan.....	61
4.1.1. Tujuan Perancangan.....	61
4.1.2. Jenis Kampanye.....	62
4.1.3. Model Kampanye.....	62
4.1.4. Teknik Kampanye.....	63
4.1.5. Pesan Kampanye.....	64
4.1.6. AIDA.....	64
4.1.7. Media Kampanye.....	65
4.1.8. SWOT.....	66
4.1.9. Mandatory.....	67
4.2. Pengembangan Konsep.....	68
4.2.1. <i>Mind Mapping</i>	68
4.2.2. <i>Brainstorming</i>	71
4.2.3. <i>Mood Board</i>	73

4.3. Perancangan.....	74
4.3.1. Nama Kampanye.....	74
4.3.2. Logo Kampanye.....	75
4.3.3. Perancangan Ilustrasi Poster.....	78
4.3.4. Layout.....	84
4.3.5. Tipografi.....	85
4.3.6. Warna.....	86
4.4. Aplikasi Media.....	87
4.4.1. Poster.....	87
4.4.2. Media Sosial.....	89
4.4.3. <i>Transportation Ad</i>	91
4.4.4. Website.....	95
4.4.5. Merchandise.....	95
4.5. <i>Media Placement</i>	99
4.6. <i>Budgeting</i>	100
BAB V PENUTUP.....	101
5.1. Kesimpulan.....	101
5.2. Saran.....	102
DAFTAR PUSTAKA.....	XVIII

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.	<i>Product Oriented Campaign</i>	14
Gambar 2.2.	<i>Candidate Oriented Campaign</i>	15
Gambar 2.3.	<i>Ideological and Cause Oriented Campaign</i>	16
Gambar 2.4.	Model Komponensial Kampanye.....	17
Gambar 2.5.	Model Ostergaard.....	18
Gambar 2.6.	Model <i>Five Functional Stages</i>	19
Gambar 2.7.	Model <i>Communicative Functions</i>	19
Gambar 2.8.	Model Nowak dan Wameryd.....	20
Gambar 2.9.	Model <i>Diffusion of Innovation</i>	21
Gambar 2.10.	Media ATL.....	27
Gambar 2.11.	Media BTL.....	28
Gambar 2.12.	Poster Propaganda.....	29
Gambar 2.13.	Poster Kampanye.....	30
Gambar 2.14.	Poster <i>Wanted</i>	31
Gambar 2.15.	Poster Komersial.....	31
Gambar 2.16.	Poster Film.....	32
Gambar 2.17.	Mandarian Layout.....	33
Gambar 2.18.	<i>Picture Window</i> Layout.....	34
Gambar 2.19.	<i>Copy Heavy</i> Layout.....	34
Gambar 2.20.	<i>Frame</i> Layout.....	35
Gambar 2.21.	<i>Circus</i> Layout.....	35
Gambar 2.22.	<i>Multipanel</i> Layout.....	36

Gambar 2.23. <i>Silhouette Layout</i>	36
Gambar 2.24. <i>Big Type Layout</i>	37
Gambar 2.25. <i>Rebus Layout</i>	37
Gambar 2.26. <i>Alphabet Inspired Layout</i>	38
Gambar 2.27. <i>Huruf Serif</i>	39
Gambar 2.28. <i>Huruf Sans Serif</i>	39
Gambar 2.29. <i>Emosi dari Font</i>	40
Gambar 3.1. <i>Wawancara Dengan Nani Suryani</i>	45
Gambar 3.2. <i>Wawancara Dengan Martini Masnyur</i>	47
Gambar 3.3. <i>Focus Group Discussion</i>	50
Gambar 3.4. <i>Kampanye Back to the Classics</i>	54
Gambar 3.5. <i>Kampanye Libraries Transform</i>	55
Gambar 3.6. <i>Kampanye Ayo Baca Buku</i>	57
Gambar 3.7. <i>Kampanye GPMB</i>	58
Gambar 4.1. <i>Logo BPAD Prov. Jakarta</i>	67
Gambar 4.2. <i>Logo PNRI</i>	68
Gambar 4.3. <i>Mind Mapping Perpustakaan Jakarta</i>	69
Gambar 4.4. <i>Mind Mapping Remaja</i>	70
Gambar 4.5. <i>Mind Mapping Kampanye</i>	71
Gambar 4.6. <i>Brainstorming</i>	72
Gambar 4.7. <i>Mood Board</i>	73
Gambar 4.8. <i>Sketsa Logo</i>	75
Gambar 4.9. <i>Sketsa Logo Yang Terpilih</i>	76

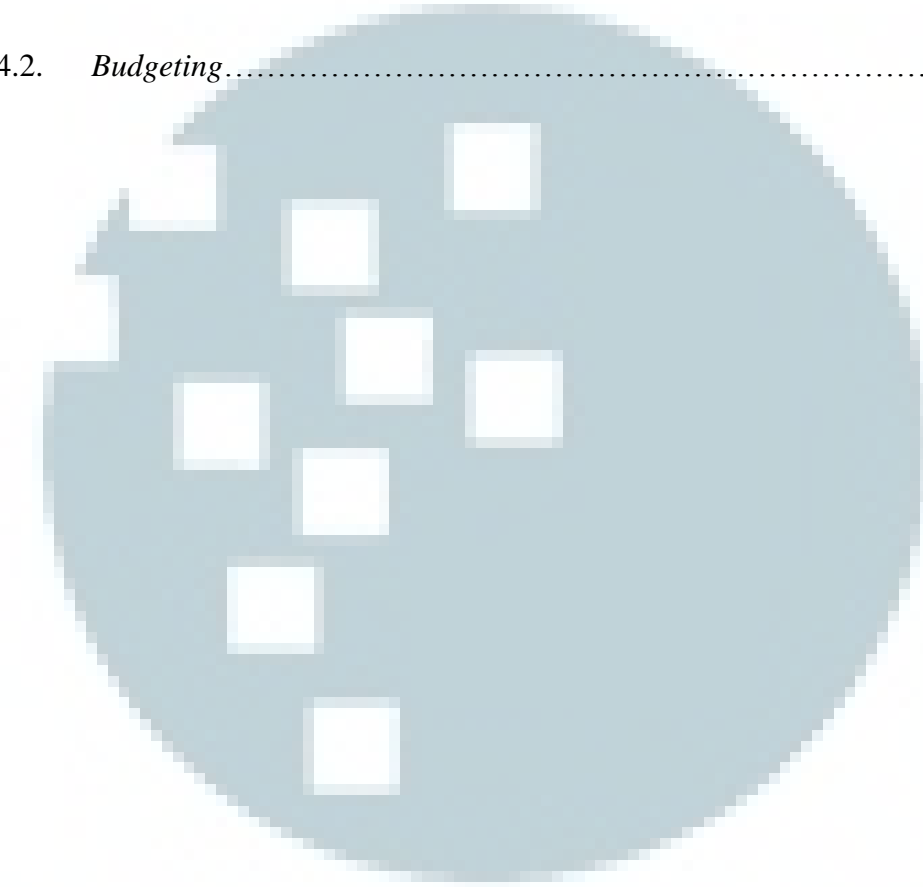
Gambar 4.10. Alternatif Logo 1.....	76
Gambar 4.11. Alternatif Logo 2.....	77
Gambar 4.12. Alternatif Logo 3.....	77
Gambar 4.13. Logo Kampanye.....	78
Gambar 4.14. Sketsa Poster <i>Attention</i>	79
Gambar 4.15. Digitalisasi Poster <i>Attention</i>	80
Gambar 4.16. Sketsa Konten Poster <i>Interest/Desire</i>	81
Gambar 4.17. Sketsa Layout Poster <i>Interest/Desire</i>	82
Gambar 4.18. Digitalisasi Poster <i>Interest/Desire</i>	82
Gambar 4.19. Sketsa Poster <i>Action</i>	83
Gambar 4.20. Digitalisasi Poster <i>Action</i>	84
Gambar 4.21. <i>Font Teen</i>	85
Gambar 4.22. <i>Font Primer</i>	85
Gambar 4.23. Warna <i>Dull</i>	86
Gambar 4.24. Warna Ceria.....	87
Gambar 4.25. Aplikasi Poster di Mading.....	88
Gambar 4.26. Aplikasi Poster di Halte Trans Jakarta.....	89
Gambar 4.27. Konten <i>Attention</i> Media Sosial.....	90
Gambar 4.28. Konten <i>Interest/Desire</i> Media Sosial.....	90
Gambar 4.29. Konten <i>Action</i> Media Sosial.....	91
Gambar 4.30. <i>Handgrip</i> Trans Jakarta Tahap <i>Attention</i>	91
Gambar 4.31. <i>Handgrip</i> Trans Jakarta Tahap <i>Interest/Desire</i>	92
Gambar 4.32. <i>Handgrip</i> Trans Jakarta Tahap <i>Action</i>	92

Gambar 4.33. Aplikasi <i>Handgrip</i> Trans Jakarta.....	92
Gambar 4.34. Konten Ambient Media Tahap <i>Attention</i>	93
Gambar 4.35. Konten Ambient Media Tahap <i>Interest/Desire</i>	93
Gambar 4.36. Konten Ambient Media Tahap <i>Action</i>	94
Gambar 4.37. Aplikasi Ambient Media.....	94
Gambar 4.38. Website.....	95
Gambar 4.39. Kaos.....	96
Gambar 4.40. <i>Mouse Pad</i>	96
Gambar 4.41. PIN.....	97
Gambar 4.42. Gantungan Kunci.....	97
Gambar 4.43. <i>Note Book</i>	98
Gambar 4.44. <i>Tote Bag</i>	98
Gambar 4.45. Stiker.....	99

UMMN

DAFTAR TABEL

4.1.	<i>Media Placement</i>	99
4.2.	<i>Budgeting</i>	100



UMMN