



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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 EVAKUASI
BENCANA BANJIR DENGAN BENAR OLEH BPBD
TANGERANG**

Laporan Tugas Akhir

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



Nama : Ayni Tera Ekaputri
NIM : 13120210302
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni & Desain

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**
2017

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ayni Tera Ekaputri

NIM : 13120210302

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Universitas Multimedia Nusantara

Judul Tugas Akhir:

PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL EVAKUASI BENCANA BANJIR

DENGAN BENAR OLEH BPBD TANGERANG

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 narasumber.

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, 8 Juni 2017



Ayni Tera Ekaputri

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR
PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL EVAKUASI
BENCANA BANJIR DENGAN BENAR OLEH BPBD
TANGERANG

Oleh

Nama : Ayni Tera Ekaputri
NIM : 13120210302
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni & Desain

Tangerang, 6 Juli 2017

Pembimbing



Chara Susanti, M.Ds.

Pengaji



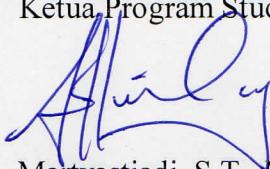
Adhreza Brahma, M.Ds.

Ketua Sidang



Gideon K. Frederick, S.T., M.Ds.

Ketua Program Studi



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

KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir ini dengan baik. Alasan penulis memilih topik ini adalah masih minimnya kesadaran masyarakat terhadap bencana banjir. Hal tersebut menarik untuk dibahas karena banjir juga memiliki potensi bahaya. Selain itu, materi tindakan penyelamatan diri yang beredar di masyarakat masih sedikit sehingga penulis tertarik untuk membahas tindakan penyelamatan diri.

Tindakan penyelamatan diri merupakan hal yang paling krusial dalam mengurangi korban jiwa akibat bencana. Kurangnya persiapan sebelum dan setelah bencana membuat risiko bahaya saat banjir meningkat, seperti wabah penyakit akibat genangan air, korban jiwa akibat tenggelam dan ancaman lanjutan lainnya. Tindakan tersebut merupakan dasar dalam mempersiapkan diri dalam menghadapi bencana. Ketika kita mempersiapkan diri, kita tidak hanya membantu diri sendiri namun dapat membantu orang lain yang membutuhkan. Pengalaman unik yang dialami penulis adalah ketika simulasi bencana kebakaran di tempat magang, orang yang berada di dalam gedung tidak merespons simulasi karena sudah mengetahui jadwal simulasi tersebut. Karyawan beranggapan bahwa simulasi tersebut membuang waktu mereka.

Ucapan terima kasih diucapkan kepada orang – orang yang membantu menyelesaikan laporan tugas akhir ini:

1. Yusup S. Martyastiadi, S.T., M.Inf.Tech. selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual.

2. Chara Susanti, M.Ds. selaku dosen pembimbing yang memberikan kritik dan saran yang membantu proses penulisan laporan.
3. Pelatih diklat BNPB pusat, Ujang Dede Lasmana yang memberikan referensi dan inspirasi penulis dalam penulisan laporan.
4. Kepala Divisi Tanggap Darurat BNPB, Rius Rizal selaku narasumber pertama
5. Kepala penyuluhan BPBD Tangerang, Daik selaku narasumber kedua
6. Nindi, Edwin, Nathan, Rustam selaku teman penulis yang memberikan dukungan mental selama penulisan berlangsung.
7. Orangtua penulis yang memberikan doa dan restu sehingga laporan terselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa laporan ini jauh dari kata sempurna, mohon maaf apabila ada kesalahan penulisan susunan kalimat maupun tata bahasa dalam laporan ini. Akhir kata, semoga laporan ini dapat memberikan inspirasi terhadap pembaca.

Tangerang, 8 Juni 2017.



Ayni Tera Ekaputri

ABSTRAKSI

Banjir adalah bencana yang selalu melanda negeri kita karena cuaca yang ekstrim di Indonesia. Daerah Tangerang sendiri memiliki banyak sungai dan sering terkena banjir saat musim hujan. Namun, sayangnya banyak korban meninggal akibat tidak tahu cara evakuasi yang benar dan melakukan hal yang dilarang seperti berenang, jalan dekat saluran air, dsb. Penyuluhan merupakan salah satu solusi BPBD untuk menaikkan perhatian masyarakat mengenai bencana banjir, terutama di daerah dekat sungai seperti Jatiuwung dan Uwung Jaya yang dekat sungai Sabi. Namun dari hasil observasi saat penyuluhan di Jatiuwung, media yang digunakan banyak menggunakan teks, minim visual serta banyak gangguan sehingga peserta tidak fokus kepada materi. Hasil wawancara membuktikan bahwa hal ini menyebabkan mereka tidak yakin saat akan mengaplikasikan pengetahuannya disaat bencana. Solusi yang ditawarkan penulis adalah merancang kampanye sosial beserta medianya seperti buletin, *motion graphic*, poster dan *merchandise* khusus mengenai prosedur evakuasi yang benar untuk meningkatkan perhatian warga mengenai cara evakuasi yang benar serta meningkatkan kepercayaan diri untuk bertindak.

Kata kunci : Evakuasi tepat, Bencana banjir, Kampanye, Percaya diri, Keselamatan.



ABSTRAKSI

Flood is a disaster that always hit our country due to extreme weather in Indonesia. The Tangerang area itself has many rivers and is often hit by floods during the rainy season. Unfortunately, many victims died from not knowing the proper way of evacuation and doing prohibited things such as swimming, walk near waterways, etc. Counseling are a solution from BPBD to raise public attention about floods, especially in areas near the river such as Jatiuwung and Uwung Jaya near the Sabi river. However, based on the observation results the media used in counseling session has lots of text, minimal visual and many interference so participants do not focus on the material. The results of the interviews prove that this causes them to be unsure when applying their knowledge in times of disaster. The author's solution is to design a social campaign along with its mediums such as booklets, motion graphics, posters and special merchandise on proper evacuation procedures to increase people's awareness on proper evacuation and increase their confidence to act.

Keywords: Proper evacuation, Flood, Campaign, Confidence, Safety.



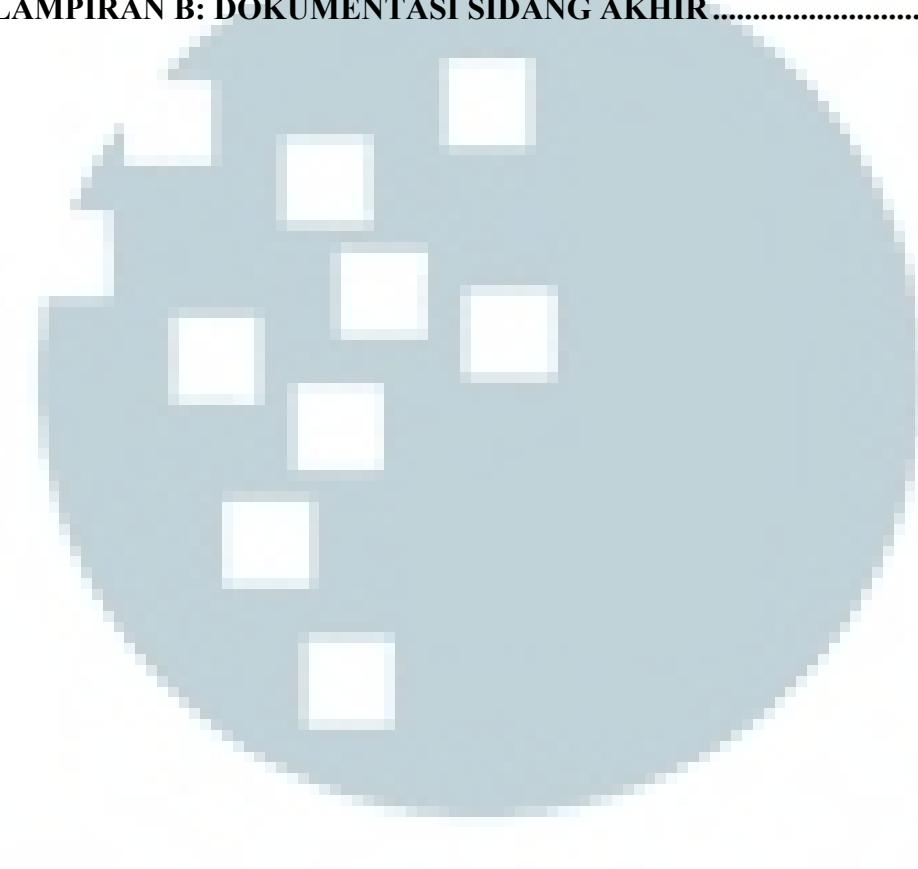
DAFTAR ISI

COVER	I
LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	II
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	IV
KATA PENGANTAR.....	V
ABSTRAKSI.....	VII
ABSTRACT	VIII
DAFTAR ISI	IX
DAFTAR GAMBAR.....	XIII
DAFTAR TABEL.....	XIX
BAB 1 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
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1. Bencana.....	5
2.1.1. Jenis Bencana Alam.....	5
2.2. Managemen Bencana.....	6
2.2.1. Mitigasi Bencana.....	6
2.2.2. Kesiapsiagaan Bencana.....	11

2.2.3. Tanggap Darurat Bencana.....	12
2.3. <i>Survival</i>	13
2.4. Kampanye Sosial.....	13
2.4.1. Fungsi Kampanye.....	14
2.4.2. Jenis Kampanye.....	14
2.4.3. Teknik Persuasi.....	15
2.4.4. Teknik Kampanye.....	19
2.4.5. Jenis Pesan Kampanye.....	21
2.4.6. Jenis Media Kampanye.....	22
2.5. Segmentasi, <i>Targeting, Positioning</i>	25
2.6. AIDA.....	30
2.7. Psikologi Sasaran Audiens.....	31
2.8. <i>Copywriting</i>	33
2.9. Elemen Desain.....	34
2.9.1. Warna.....	34
2.9.2. <i>Layout</i>	42
2.9.3. <i>Grid</i>	51
2.9.4. Tipografi.....	58
2.9.5. Ilustrasi	60
2.9.6. Logo.....	63
BAB 3 METODOLOGI.....	64
3.1. Metode Pengumpulan Data.....	64
3.1.1. Wawancara.....	66

3.1.2. Observasi.....	74
3.2. Metode Perancangan.....	86
3.2.1. Perancangan Kampanye.....	87
3.2.2. Perancangan <i>Copywriting</i>	89
3.2.3. Perancangan Visual.....	90
3.2.4. Perancangan Logo.....	92
3.2.5. Perancangan <i>Motion Graphic</i>	93
BAB 4 PERANCANGAN DAN ANALISIS.....	94
4.1. Perancangan.....	94
4.1.1. Perancangan Kampanye.....	100
4.1.2. Perancangan <i>Copywriting</i>	107
4.1.3. Perancangan Logo.....	109
4.1.4. Perancangan Elemen Visual.....	112
4.1.5. Perancangan Buklet.....	120
4.1.6. Perancangan Media Sekunder.....	123
4.3. <i>Budgeting</i>	126
4.2. Analisis.....	129
4.1.2. Analisis <i>Copywriting</i>	129
4.1.2. Analisis Ilustrasi.....	131
4.1.2. Analisis Tipografi.....	132
4.1.2. Analisis <i>Layout</i>	133
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....	137
4.1. Kesimpulan.....	137

4.2. Saran.....	138
DAFTAR PUSTAKA	XX
LAMPIRAN A: FORM BIMBINGAN TA.....	XXIII
LAMPIRAN B: DOKUMENTASI SIDANG AKHIR.....	XXVII



UMN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Siklus manajemen bencana	6
Gambar 2.2 Perencanaan kota.....	8
Gambar 2.3 Ridwan Kamil meresmikan regulasi	8
Gambar 2.4 Penyuluhan bencana.....	9
Gambar 2.5 Relokasi Jatigede.....	10
Gambar 2.6 Kampanye KPU	19
Gambar 2.7 Kampanye Islam.....	20
Gambar 2.8 Kampanye Ahok.....	20
Gambar 2.9 Kampanye anti rokok	21
Gambar 2.10 Ilustrasi media	23
Gambar 2.11 Rentang demografis.....	26
Gambar 2.12 Iklan Fitbar	28
Gambar 2.13 Iklan Honda Beat.....	28
Gambar 2.14 Iklan parfum Kate Moss	29
Gambar 2.15 Diagram AIDA	30
Gambar 2.16 Ilustrasi tahap kognitif Piaget.....	32

Gambar 2.17 <i>Color hue</i>	35
Gambar 2.18 <i>Color saturation</i>	35
Gambar 2.19 <i>Color value</i>	36
Gambar 2.20 <i>Color temperature</i>	36
Gambar 2.21 Psikologi warna	37
Gambar 2.22 <i>Color wheel</i>	39
Gambar 2.23 Color diagram	40
Gambar 2.24 Palet warna <i>powerful</i>	41
Gambar 2.25 Palet warna <i>calm</i>	42
Gambar 2.26 Ilustrasi elemen teks	43
Gambar 2.27 Infografik	44
Gambar 2.28 <i>layout</i> majalah	45
Gambar 2.29 Diagram hierarki pada <i>layout</i>	47
Gambar 2.30 Komposisi	48
Gambar 2.31 <i>Golden section</i>	52
Gambar 2.32 <i>Golden rectangle</i>	53
Gambar 2.33 <i>Dynamic symmetry</i>	53

Gambar 2.34 <i>Modulor</i>	54
Gambar 2.35 <i>Single column grid</i>	55
Gambar 2.36 <i>Multiple column grid</i>	56
Gambar 2.37 <i>Modular grid</i>	56
Gambar 2.38 <i>Alternative grid</i>	57
Gambar 2.39 Klasifikasi tipografi.....	59
Gambar 2.40 Kombinasi tipografi.....	59
Gambar 2.41 Ilustrasi kucing	60
Gambar 2.42 Ilustrasi cat air	61
Gambar 2.43 Desain logo.....	63
Gambar 3.1 Kepala divisi tanggap darurat BNPB dan penulis.....	67
Gambar 3.2 Staf penyuluhan, kepala penyuluhan BPBD dan penulis.....	68
Gambar 3.3 Salah satu halaman isi buku saku bencana BPBD Tangerang	69
Gambar 3.4 Pak Rudi dan penulis	70
Gambar 3.5 Garis batas hitam genangan air saat banjir di sungai Sabi	71
Gambar 3.6 Ibu Jaenah dan penulis	72
Gambar 3.7 Penulis dan Siska.....	73

Gambar 3.8 Narasumber menjelaskan APAR.....	75
Gambar 3.9 Narasumber menjelaskan simulasi	76
Gambar 3.10 Seorang peserta sedang memegang telepon selular saat penyuluhan.....	77
Gambar 3.11 Tampilan <i>web Safe Steps</i>	78
Gambar 3.12 Tampilan video <i>Safe Steps</i>	79
Gambar 3.13 Tampilan kartu banjir <i>Safe Steps</i>	80
Gambar 3.14 Tampilan poster banjir <i>Safe Steps</i>	81
Gambar 3.15 Tampilan <i>web Flood Free Homes</i>	82
Gambar 3.16 Tampilan video <i>Flood Free Homes</i>	83
Gambar 3.17 Sampul buku <i>Disaster Preparedness Tokyo</i>	84
Gambar 3.18 Materi Pertolongan Pernafasan	85
Gambar 3.19 Materi pertolongan patah tulang	86
Gambar 3.20 Kampanye anti rokok	91
Gambar 4.1 <i>Mindmapping</i> banjir	94
Gambar 4.2 Referensi ilustrasi cat air	96
Gambar 4.3 Materi pertolongan pernafasan	97

Gambar 4.4 Ilustrasi cat air	97
Gambar 4.5 Referensi warna sinematik	98
Gambar 4.6 Referensi tipografi <i>sans serif</i>	98
Gambar 4.7 Logo Unilever	102
Gambar 4.8 Tampilan laman media sosial <i>Facebook</i>	106
Gambar 4.9 Hasil sketsa logo.....	109
Gambar 4.10 Proses desain logo	110
Gambar 4.11 Perbandingan referensi dengan desain logo	110
Gambar 4.12 <i>Font Raspoutine</i>	111
Gambar 4.13 Palet warna logo	111
Gambar 4.14 Sketsa ilustrasi.....	112
Gambar 4.15 Palet warna ilustrasi	114
Gambar 4.16 Font Daruma.....	114
Gambar 4.17 Sketsa buklet.....	115
Gambar 4.18 Ilustrasi hierarki <i>cover</i>	115
Gambar 4.19 Ilustrasi hierarki konten.....	116
Gambar 4.20 <i>Layout poster</i>	117

Gambar 4.21 <i>Grid</i> kolom.....	118
Gambar 4.22 <i>Modular</i> dan <i>baseline grid</i> dengan konten.....	119
Gambar 4.23 <i>Grid</i> kolom <i>layout</i> konten media sosial	119
Gambar 4.24 <i>Layout</i> konten media sosial	120
Gambar 4.25 <i>Cover</i> buklet	122
Gambar 4.26 Storyboard <i>motion graphic</i>	124
Gambar 4.27 Storyboard <i>motion graphic</i>	125
Gambar 4.28 Storyboard <i>motion graphic</i>	126
Gambar 4.29 Desain gantungan kunci dan stiker.....	127
Gambar 4.30 Desain <i>T-shirt</i>	128
Gambar 4.31 Perbandingan ilustrasi	131
Gambar 4.32 <i>Font</i> Raspoutine	132
Gambar 4.33 <i>Font</i> famili Daruma	132
Gambar 4.34 Desain buklet.....	133
Gambar 4.35 Desain buklet.....	134
Gambar 4.36 Desain konten media sosial	134
Gambar 4.37 Desain poster	135

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Hasil penelitian	101
Tabel 4.2 Tabel distribusi media bulan Januari – Juni	103
Tabel 4.3 Tabel distribusi media bulan Juli - Desember.....	104
Tabel 4.4 Tabel konten media sosial bulan Januari – Juni.....	104
Tabel 4.5 Tabel konten media sosial bulan Juli – Desember.....	105
Tabel 4.6 Perhitungan <i>budget</i>	136

UMN