



### **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 PERAN LAGU  
ANAK DALAM PENGASUHAN**

**Laporan Tugas Akhir**

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



Nama : Noriva Lufunsia  
NIM : 14120210353  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Fakultas : Seni & Desain

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG**

**2018**

## **LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Noriva Lufunsia

NIM : 14120210353

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Universitas Multimedia Nusantara

Judul Tugas Akhir:

### **PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL**

### **PERAN LAGU ANAK DALAM PENGASUHAN**

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, 17 Januari 2018



Noriva Lufunsia

## **HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR**

### **PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL**

### **PERAN LAGU ANAK DALAM PENGASUHAN**

Oleh

Nama : Noriva Lufunsia

NIM : 14120210353

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

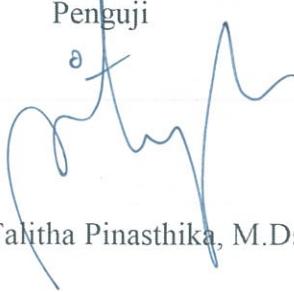
Tangerang, 24 Januari 2018

Pembimbing



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

Ketua Sidang



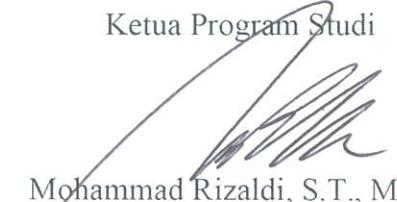
Lalitya Talitha Pinasthika, M.Ds.

Pengaji



Chara Susanti, M.Ds.

Ketua Program Studi



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

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkah, rahmat, dan karunia-Nya penulis dapat melaksanakan dan menyelesaikan laporan tugas akhir yang berjudul ‘Perancangan Kampanye Sosial Peran Lagu Anak dalam Pengasuhan’ dengan baik dalam waktu yang telah ditentukan.

Tugas akhir ini mengangkat tema peran lagu anak, sebagaimana fenomena pada keadaan lagu anak saat ini yang membutuhkan perhatian lebih menurut penulis. Anak-anak saat ini cenderung mengkonsumsi lagu dewasa yang bukan sewajarnya dikonsumsi oleh anak seusianya. Padahal, lagu-lagu anak memiliki peranan penting pada perkembangan anak. Melihat keadaan minimnya pengetahuan masyarakat mengenai pengaruh lagu terhadap perkembangan anak secara dalam, penulis berharap perancangan kampanye sosial mengenai krisis lagu anak dapat menjadi solusi dan meningkatkan keperdulian masyarakat terhadap lagu anak, terutama bagi orang tua.

Selama meakukan proses penulisan tugas akhir ini, penulis merasa mendapatkan banyak pengetahuan yang sebelumnya tidak menjadi fokus isu sosial bagi perhatian penulis. Pendalaman fenomena dan permasalahan pada tema ini kemudian dapat ditemukan solusi yang diangkat dalam sebuah perancangan visual. Diharapkan dengan kampanye sosial ini penulis dapat memberikan manfaat baik bagi penulis, masyarakat, khususnya anak-anak, serta bagi kampus penulis. Dalam penulisan tugas akhir ini, penulis tidak sendiri, tentunya ada pihak-pihak yang selalu ada dan membantu proses penulisan hingga penyelesaian. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Moh. Rizaldi, S.T., M.Ds. selaku ketua program studi Desain Komunikasi Visual di Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Joni Nur Budi, S.Sn., M.Ds. selaku dosen pembimbing yang sudah memberikan bantuan, nasihat, dan arahan hingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan baik.
3. Chara Susanti, M.Ds. selaku ketua siding dan Lalitya Talitha Pinasthika, M.Ds. selaku penguji, yang memberikan kritik dan saran sehingga tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan baik.
4. Adhreza Brahma, M.Ds., Aditya Satyagraha S.Sn., M.Ds., Zamzami Almakki, S.Pd., M.Ds. selaku dosen spesialis, yang memberikan bimbingan dan masukan sehingga tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan baik.
5. Pricyla Trimeilinda M.Psi, Psikolog., Peduli Musik Anak, Benny Gerard S.Psi, dan Santy Juwita sebagai narasumber, organisasi, dan pihak-pihak yang langsung terkait dengan proses pencaharian data pada tugas akhir.
6. Fauzi Andhika, Jessica Fariman, Sayyid Arif, Aris Sadanoer, Ryanda Putra Wima, Trisha Amanda, Agung Cahyo, Tirza Alamsyah, Lisley Sharon Dero, Kimi, Indira L. Dewi, Nando Kamilina, Aldo Lim, Bilga Valentino, Larasati, Kintan Aprilia, Steven Adrian, dan Dio Abby yang membantu penulis selama keberlangsungan Tugas Akhir.
7. Rizeila Valenzya, Made Rahninta, Tasha Suryanata, Christina Budi, Johanes Jorgi, Devi Marcella, Edwin Gunawan, Prilly Chandradi,

Marco, Febby, Theodorus Liem, Jason Joshua, keluarga besar dan sahabat yang menjadi motivasi dan penyemangat penulis selama penulisan tugas akhir.

Tangerang, 17 Januari 2018



Noriva Lufunsia

## ABSTRAKSI

Belakangan ini anak-anak cenderung memfavoritkan lagu dewasa yang tidak seujarnya dikonsumsi oleh anak seusianya. Padahal, lagu anak memiliki peranan penting pada perkembangan anak. Melihat keadaan minimnya pengetahuan masyarakat terutama orang tua, mengenai peran lagu anak terhadap perkembangan anak secara dalam, maka perancangan kampanye sosial peran lagu anak dalam pengasuhan ini diharapkan dapat menjadi solusi bagi penanganan minimnya pengetahuan orang tua anak usia 6-8 tahun dengan kelas ekonomi SES B dan domisili Jakarta. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif untuk merancang kampanye sosial yang efektif, sehingga kepedulian dan pemahaman masyarakat terhadap lagu anak dapat meningkat.

Kata kunci : lagu anak, kampanye sosial, anak



## ***ABSTRACT***

*Nowadays children choose adult song as their favorite song, though it must be not necessarily to be consumed by children at their age. In fact, the children song have an important role in child development. Looking at the State of the public, especially the parents, do not understand the influence on the development of children's songs are in. This social campaign may be the solution for handling the crisis of children's songs for the parents of children with ages 6-8 years who domicile in Jakarta and with the class economy of SES B*

*Keywords: children song, social campaign, children*



## DAFTAR ISI

|  |             |
|--|-------------|
| <b>LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT .....</b> | <b>II</b>   |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>                 | <b>IV</b>   |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                             | <b>V</b>    |
| <b><i>ABSTRACT</i> .....</b>                           | <b>IX</b>   |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                                 | <b>X</b>    |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                              | <b>XIII</b> |
| <b>DAFTAR TABEL.....</b>                               | <b>XV</b>   |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>                           | <b>XVI</b>  |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>                          | <b>1</b>    |
| 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           |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>                    | <b>7</b>    |
| 2.1.    Anak .....                                     | 7           |
| 2.1.1.    Perkembangan Anak .....                      | 7           |
| 2.1.2.    Peran orang tua terhadap anak .....          | 9           |
| 2.2.    Lagu Anak .....                                | 10          |

|  |           |
|--|-----------|
| 2.3. Kampanye .....                          | 12        |
| 2.3.1. Media Kampanye .....                  | 14        |
| 2.4. Perancangan Visual.....                 | 15        |
| 2.4.1. Teori Desain.....                     | 15        |
| 2.4.2. Message and communication.....        | 21        |
| 2.4.3. Visual Hirarki.....                   | 22        |
| 2.4.4. Photography .....                     | 25        |
| 2.4.5. Copywritting .....                    | 26        |
| 2.4.6. Logo .....                            | 27        |
| 2.5. AIDA.....                               | 28        |
| <b>BAB III METODOLOGI .....</b>              | <b>30</b> |
| 3.1. Metodologi Pengumpulan Data.....        | 30        |
| 3.1.1. Wawancara.....                        | 30        |
| 3.1.2. Kuesioner .....                       | 35        |
| 3.2. Metodologi Perancangan.....             | 36        |
| <b>BAB IV PERANCANGAN DAN ANALISIS .....</b> | <b>41</b> |
| 4.1. Perancangan .....                       | 41        |
| 4.1.1. <i>Mind Mapping</i> .....             | 41        |
| 4.1.2. Konsep perancangan .....              | 47        |
| 4.1.3. Konsep Perancangan Logo.....          | 54        |
| 4.1.4. Konsep Perancangan Copywriting .....  | 56        |
| 4.2. Analisis.....                           | 59        |

|                              |            |
|------------------------------|------------|
| 4.2.1. Media utama.....      | 59         |
| 4.2.2. Media sekunder .....  | 68         |
| 4.2.3. Media pelengkap ..... | 73         |
| 4.3. Budgeting .....         | 75         |
| <b>BAB V PENUTUP.....</b>    | <b>78</b>  |
| 5.1. Kesimpulan .....        | 78         |
| 5.2. Saran.....              | 79         |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>  | <b>XIV</b> |



## DAFTAR GAMBAR

|  |    |
|--|----|
| Gambar 2.1. <i>Single Column Grid</i> .....                  | 16 |
| Gambar 2.2. <i>Multicolumn Grid</i> .....                    | 16 |
| Gambar 2.3. Penerapan <i>Multicolumn Grid</i> .....          | 17 |
| Gambar 3.1. Wawancara dengan Orang Tua .....                 | 31 |
| Gambar 3.2. Wawancara dengan Psikolog Anak I .....           | 32 |
| Gambar 3.3. Wawancara dengan Psikologi Anak II .....         | 33 |
| Gambar 3.4. Wawancara dengan Mandatory .....                 | 35 |
| Gambar 4.1. <i>Mindmapping</i> Keseluruhan .....             | 41 |
| Gambar 4.2. <i>Mind Mapping</i> Nama dan Logo Kampanye ..... | 42 |
| Gambar 4.3. <i>Mind Mapping</i> Pesan.....                   | 44 |
| Gambar 4.4. <i>Moodboard</i> .....                           | 48 |
| Gambar 4.5. Strategi Media .....                             | 53 |
| Gambar 4.6. Sketsa Pensil.....                               | 55 |
| Gambar 4.7. Eksekusi Logo Digital .....                      | 55 |
| Gambar 4.8. Logo Finsihing .....                             | 56 |
| Gambar 4.9. Poster Visual Alternatif I.....                  | 60 |
| Gambar 4.10. Poster Visual Alternatif II .....               | 60 |
| Gambar 4.11. Poster Visual Alternatif III .....              | 61 |
| Gambar 4.12. Posisi Lighting pada Proses Fotografi.....      | 64 |
| Gambar 4.13. <i>Facebook Ads</i> Visual Alternatif I.....    | 65 |
| Gambar 4.14. <i>Facebook Ads</i> Visual Alternatif II .....  | 66 |
| Gambar 4.15. <i>Facebook Ads</i> Visual Alternatif III ..... | 66 |

|   |    |
|---|----|
| Gambar 4.16. <i>Multicolumn Grid Facebook Ads</i> ..... | 67 |
| Gambar 4.17. Desain DVD music.....                      | 68 |
| Gambar 4.18. Akun Fan Page Facebook.....                | 70 |
| Gambar 4.19. posting fanpage I .....                    | 70 |
| Gambar 4.20. Posting Fanpage II.....                    | 71 |
| Gambar 4.21. Visual motion graphic lyric video.....     | 72 |
| Gambar 4.22. Iklan majalah .....                        | 73 |
| Gambar 4.23. Merchendise Topi.....                      | 74 |
| Gambar 4.24. Merchendise Totebag .....                  | 75 |
| Gambar 4.25. Merchendise T-shirt .....                  | 75 |



## DAFTAR TABEL

|   |    |
|---|----|
| Tabel 4.1. <i>Brainstorming</i> Pesan .....     | 45 |
| Tabel 4.2. <i>Brainstorming</i> Visual .....    | 46 |
| Tabel 4.3. <i>Brainstorming</i> Warna.....      | 46 |
| Tabel 4.4. <i>Brainstroming</i> Tipografi ..... | 47 |
| Tabel 4.5. <i>Brainstorming</i> Media .....     | 47 |
| Tabel 4.6. Media Plan .....                     | 76 |
| Tabel 4.7. <i>Budgeting</i> .....               | 77 |



## **DAFTAR LAMPIRAN**

|  |             |
|--|-------------|
| <b>LAMPIRAN A: KUESIONER.....</b>        | <b>XVI</b>  |
| <b>LAMPIRAN B: HASIL KUESIONER .....</b> | <b>XVII</b> |
| <b>LAMPIRAN C: FORM BIMBINGAN .....</b>  | <b>XIV</b>  |
| <b>LAMPIRAN : STRATEGI MEDIA .....</b>   | <b>XV</b>   |

