



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
MENANAMKAN TANGGUNG JAWAB
PADA ANAK 7-9 TAHUN**

Laporan Tugas Akhir

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



Nama : Prisilia Berlinda T
NIM : 13120210319
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 : Prisilia Berlinda T.

NIM : 13120210319

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Universitas Multimedia Nusantara

Judul Tugas Akhir:

PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL MENANAMKAN TANGGUNG JAWAB PADA ANAK USIA 7-9 TAHUN

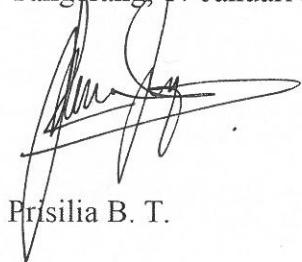
dengan ini menyatakan bahwa, laporan dan karya tugas akhir ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar sarjana, baik di Universitas Multimedia Nusantara maupun di perguruan tinggi lainnya.

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



A handwritten signature in black ink, appearing to read "Prisilia B. T.", positioned below the date.

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL MENANAMKAN TANGGUNG JAWAB PADA ANAK 7-9 TAHUN

Oleh

Nama : Prisilia B. T.

NIM : 13120210319

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Tangerang, 24 Januari 2018

Pembimbing

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

Penguji

Ketua Sidang

Nadia Mahatmi, M.Ds.

Chara Susanti, M.Ds.

Ketua Program Studi

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

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas karunia dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “Perancangan Kampanye Sosial Menanamkan Tanggung Jawab Pada Anak 7-9 Tahun” dengan tepat waktu. Penulis belajar banyak selama pembuatan kampanye sosial hingga edukasi tentang perilaku anak contohnya tanggung jawab.

Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) tanggung jawab adalah kejadian dimana seseorang wajib menanggung segala sesuatu yang akan terjadi. Tanggung jawab sudah seharusnya dimiliki sejak seseorang dilahirkan. Pada saat tersebutlah peran orangtua sangat dibutuhkan dalam mendidik anak. Anak yang tumbuh tanpa tanggung jawab menunjukan bahwa orangtua telah gagal mendidik anak tersebut. Pada saat dewasa mereka yang selalu bergantung pada orangtua akan selalu mengandalkan bantuan orang lain, dan tidak mampu dalam menyelesaikan masalah pribadi yang dihadapi kelak nanti.

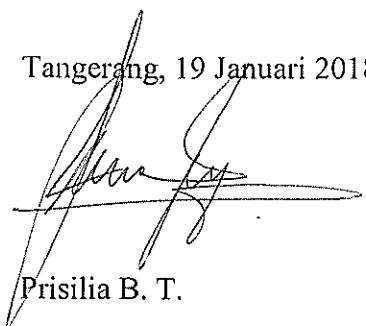
Seperti beberapa kasus yang telah dilihat penulis dalam lingkungan masyarakat. Seorang anak yang duduk dibangku Sekolah Menengah Pertama (SMP) tidak mampu mengikat tali sepatu. Beberapa juga selalu mengandalkan pembantu rumah tangga untuk melakukan kewajiban kecil yang seharusnya ditangguhkan kepada mereka.

Oleh sebab itulah, penulis merasa penting melakukan kampanye untuk orangtua diluar sana yang tidak merasa bahwa tanggung jawab itu perlu diterapkan untuk anak-anak karena beberapa alasan yang melatarbelakangi ketidakpedulian orangtua.

Perancangan disusun penulis berdasarkan hasil survei data dan juga berasal dari ahli dan studi literature. Penulis berharap hasil tugas akhir ini bermanfaat kepada pembaca untuk membiasakan moral yang lebih baik untuk anak-anak. Selama proses pembuatan penulis mendapat banyak bantuan, serta bimbingan dari banyak pihak. Oleh sebab itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada orang-orang yang telah membantu. Ucapan ini ditulis pada akhir kata pengantar (Eliza, 2009). Urutan nama sebagai berikut:

1. Moh. Rizaldi, S.T., M.Ds., selaku ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual atas kesempatan yang diberikan kepada penulis untuk membuat laporan Tugas Akhir ini Dosen Pembimbing
2. Joni Nur Budi Kawulur, S. Sn., M.Ds., selaku dosen pembimbing yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan laporan Tugas Akhir
3. Woro Kurnianingrum, M.Psi selaku psikolog anak atas waktu dan kesempatan yang disediakan untuk wawancara.
4. Keluarga penulis dan teman-teman atas waktu dan bantuan.

Tangerang, 19 Januari 2018



Prisilia B. T.

ABSTRAKSI

Tanggung jawab merupakan salah satu moral dalam hidup mandiri. Manusia seharusnya memiliki tanggung jawab sejak ia lahir didunia. Yang berperan penting dalam mendidik yaitu orangtua, namun apa yang terjadi jika orangtua sendiri sibuk mengurus pekerjaan, tidak peduli akan perilaku tanggung jawab pada anak dan menyerahkan semua kebutuhan anak ke baby sitter? Tentu saja anak tidak akan menyadari pentingnya tanggung untuk masa depannya. Fenomena tersebut banyak dialami oleh masyarakat dengan kelas sosial atas, mereka yang memiliki kesibukan dengan pekerjaan sehari-hari. Dan hal itu menjadi alasan penulis untuk membuat perancangan kampanye sosial bagi orangtua.

Penulis menggunakan metode kualitatif seperti wawancara yang dilakukan bersama psikolog anak dan kuantitatif seperti kuesioner atau survei yang memiliki target responden orangtua yang mempunyai anak usia 7 sampai 9 tahun, penulis juga menggunakan studi literatur untuk mencari data dan studi existing sebagai referensi perancangan. Kampanye ini akan membantu untuk mengajak masyarakat agar peduli dengan perilaku tanggung jawab sejak kecil.

Kata kunci : Kampanye Sosial, Anak, Orangtua, Tanggung Jawab.



ABSTRACT

Responsibility is one of the morals in independent living. Man should have responsibility since he was born in the world. Which plays an important role in educating the parents, but what happens if the parents themselves are busy taking care of the job, regardless of the behavioral responsibility of the child, instead they put the needs of their child to the baby sitter? Of course the child will not realize the importance of responsibility for his future. The phenomenon is experienced by many people with upper social class, those who have busy with daily work. And that's the author's reason for making social campaigning for parents.

The author uses qualitative methods such as interviews conducted with child psychologists and quantitative such as questionnaires or surveys that have target respondents parents who have children ages 7 to 9 years, the authors also use literature studies to find data and existing studies as reference design. This campaign will help to invite the community to be concerned with behavioral responsibilities since childhood.

Keywords: Social Campaign, Childrens, Parents, Responsibility.



DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	II
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR	IV
KATA PENGANTAR.....	IV
ABSTRAKSI.....	VII
ABSTRACT	VIII
DAFTAR ISI.....	IX
DAFTAR GAMBAR.....	XII
DAFTAR TABEL	XIV
DAFTAR LAMPIRAN	XV
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Batasan Masalah.....	3
1.4. Tujuan Tugas Akhir	3
1.5. Manfaat Tugas Akhir	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1. Kampanye Sosial.....	5
2.1.1. Definisi Kampanye Sosial.....	5
2.1.2. Jenis-jenis Kampanye.....	5

2.1.3.	Strategi Kampanye Sosial	6
2.1.4.	Media Kampanye Sosial	7
2.2.	Media.....	7
2.2.1.	Media <i>Online</i>	8
2.2.2.	Media Konvensional	8
2.2.3.	Media <i>Outdoor</i>	9
2.3.	Elemen Desain	10
2.3.1.	Warna	10
2.3.2.	Tipografi.....	11
2.3.3.	Layout	14
2.3.4.	Teori Logo.....	15
2.3.5.	Fotografi.....	15
2.4.	STP.....	18
2.4.1.	Segmentasi	18
2.4.2.	<i>Targeting</i>	18
2.4.3.	<i>Positioning</i>	19
2.5.	Psikologi Perkembangan Anak	19
2.5.1.	Tanggung Jawab Anak.....	20
	BAB III METODOLOGI.....	22
3.1.	Metodologi Pengumpulan Data	22
3.1.1.	Wawancara.....	22
3.1.2.	Kuesioner	24
3.2.	Metodologi Perancangan.....	31

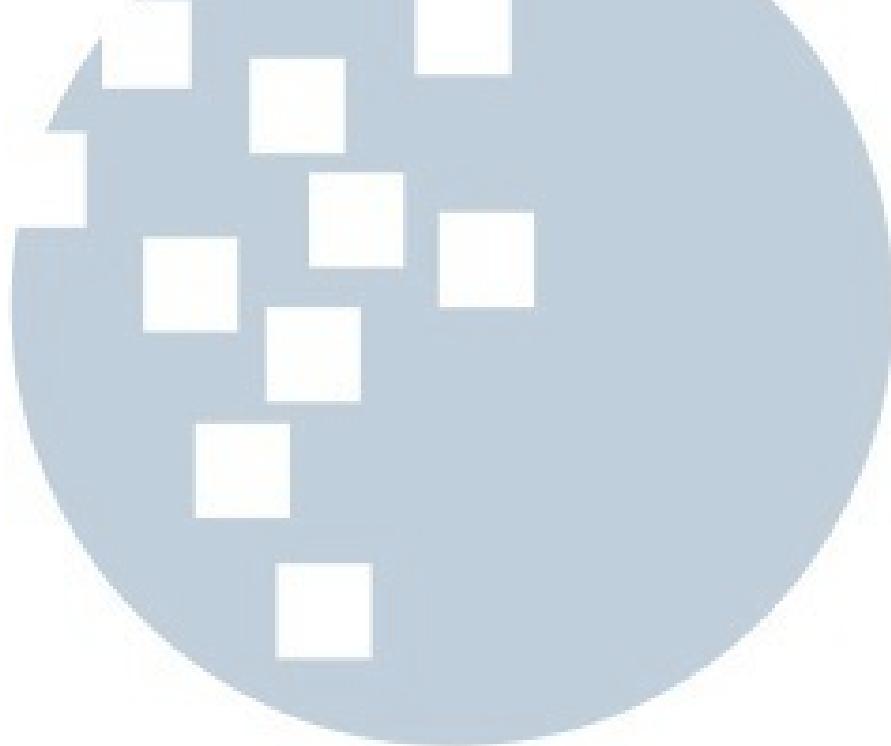
3.3.	Studi Eksisting	33
BAB IV PERANCANGAN DAN ANALISIS		36
4.1.	Perancangan	36
4.4.1.	<i>Mind Mapping</i>	36
4.4.2.	<i>Brainstroming</i>	38
4.4.3.	Konsep Perancangan	40
4.4.4.	Strategi Perancangan	40
4.2.	Perancangan Desain	41
4.2.1.	Sketsa Foto	41
4.2.2.	Layout	42
4.2.3.	Warna	42
4.3.	Logo Kampanye	42
4.4.	Media Utama	44
4.5.	Media Sekunder	49
4.6.	<i>Timeline</i> Kampanye	53
4.7.	<i>Budgeting</i>	54
BAB V PENUTUP		57
5.1	Kesimpulan	57
5.2	Saran	58
DAFTAR PUSTAKA		XIV
LAMPIRAN A: KERTAS ASISTENSI BIMBINGAN		XVII
LAMPIRAN B: FOTO BERSAMA ORANGTUA		XX

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Font Times New Roman</i>	12
Gambar 2.2 <i>Font Bookman</i>	12
Gambar 2.3 <i>Font Arial</i>	13
Gambar 2.4 <i>Font Century Gothic</i>	13
Gambar 3.1 Wawancara Bersama Psikolog Anak	23
Gambar 3.2 Poster <i>Steps to Health</i>	34
Gambar 4.1 <i>Mind Mapping</i> Pertama	37
Gambar 4.2 <i>Mind Mapping</i> Kedua	37
Gambar 4.3 Sketsa Foto	41
Gambar 4.4 Sketsa Logo	43
Gambar 4.5 <i>Digital Logo</i> Pertama	43
Gambar 4.6 <i>Digital Logo</i> Kedua	43
Gambar 4.7 Visual <i>Billboard</i>	44
Gambar 4.8 Visual <i>Banner Ad Facebook</i>	45
Gambar 4.9 Postingan <i>Facebook Fan Page</i>	46
Gambar 4.10 Iklan KRL Pertama	46
Gambar 4.11 Iklan KRL Kedua	47
Gambar 4.12 Iklan KRL Ketiga	47
Gambar 4.13 Iklan KRL Keempat	48
Gambar 4.14 Poster KRL	49
Gambar 4.15 Katalog Majalah	50
Gambar 4.16 Merchandise Notebook	51

Gambar 4.17 *Merchandise Pens* 51

Gambar 2.3 *Merchandise Tote Bag* 52



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Pertanyaan Kuesioner No.1.....	24
Tabel 3.2 Pertanyaan Kuesioner No.2.....	25
Tabel 3.3 Pertanyaan Kuesioner No.3.....	25
Tabel 3.4 Pertanyaan Kuesioner No.4.....	26
Tabel 3.5 Pertanyaan Kuesioner No.5.....	27
Tabel 3.6 Pertanyaan Kuesioner No.6.....	27
Tabel 3.7 Pertanyaan Kuesioner No.7.....	28
Tabel 3.8 Pertanyaan Kuesioner No.8.....	28
Tabel 3.9 Pertanyaan Kuesioner No.9.....	29
Tabel 3.10 Pertanyaan Kuesioner No.10.....	29
Tabel 3.11 Pertanyaan Kuesioner No.11.....	30
Tabel 3.12 Pertanyaan Kuesioner No.12.....	30
Tabel 3.13 Pertanyaan Kuesioner No.13.....	30
Tabel 4.1 <i>Brainstroming</i> Konsep Visual.....	38
Tabel 4.2 <i>Brainstroming</i> Media	39
Tabel 4.3 <i>Timeline</i> Kampanye	53

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A: KERTAS ASISTENSI BIMBINGANXVII

LAMPIRAN B: VALIDASI KEUANGANXX

