



### **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 VISUAL KAMPANYE SOSIAL  
MENGENAI PENANGANAN MAMALIA LAUT  
TERDAMPAR**

**Laporan Tugas Akhir**

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



Nama : Rika Mandasari  
NIM : 14120210007  
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 : Rika Mandasari

NIM : 14120210007

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Universitas Multimedia Nusantara

Judul Tugas Akhir :

### **PERANCANGAN VISUAL KAMPANYE SOSIAL MENGENAI**

### **PENANGANAN MAMALIA LAUT TERDAMPAR**

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, 3 Juli 2018

Rika Mandasari



## **HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR**

# **PERANCANGAN VISUAL KAMPANYE SOSIAL MENGENAI PENANGANAN MAMALIA LAUT**

### **TERDAMPAR**

Oleh

Nama : Rika Mandasari

NIM : 14120210007

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Tangerang, 18 Juni 2019

Pembimbing

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

Pengaji

Ketua Sidang

Prima M. R. Singgih, S.Sn., M.Ds. Aditya Satyagraha, S.Sn., M.Ds.

Ketua Program Studi

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

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proses pembuatan tugas akhir dengan baik, serta dapat menyusun penelitian dengan lancar. Dalam laporan, penulis akan membahas mengenai penanganan yang bisa dilakukan ketika terdapat kejadian mamalia laut terdampar.

Kampanye ini diangkat dengan alasan yaitu kurangnya informasi dan edukasi mengenai penanganan mamalia laut yang terdampar, sehingga masyarakat sekitar lebih memilih untuk menjauhi atau hanya sebatas dijadikan tontonan ketika terjadi mamalia laut terdampar. Padahal mamalia laut yang terdampar sangatlah rentan dan harus cepat dikembalikan ke tengah laut.

Dalam proses pengerjaan tugas akhir, penulis mendapatkan banyak bantuan dan bimbingan dari banyak pihak. Maka dari itu penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak tersebut :

1. Mohammad Rizaldi, S.T., M.Ds., selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual
2. Darfi Rizkavirwan, S.Sn, M.Ds., selaku Dosen Pembimbing yang selalu membimbing dan banyak memberikan masukan kepada penulis dalam pengerjaan tugas akhir.
3. Kepada narasumber yang telah membantu saya untuk mengumpulkan data penelitian : Mira dan Drh. Jaya dari *Whale Stranding Indonesia* dan *Cetacean Sirenian Indonesia*, Ahmad dari Kementerian Kelautan dan Perikanan.

4. Kepada Ayu Agustina, Finny Rahmasari, Kevin Calviadi, Jonathan W., dan Benedict Wiyanjaya selaku kerabat dekat penulis yang selalu memberikan dukungan secara fisik dan mental.
5. Kedua orang tua penulis yang selalu mendukung dan mendoakan penulis agar penelitian berjalan dengan lancar.

Tangerang, Tanggal 5 Juli 2018

Rika Mandasari



## ABSTRAKSI

Kurangnya kesadaran dan informasi masyarakat pinggir pantai mengenai cara pertolongan pertama pada mamalia laut terdampar menjadi alasan utama penulis memilih topik pembahasan untuk tugas akhir. Masalahnya adalah bagaimana merancang kampanye sosial yang edukatif mengenai pertolongan pertama pada mamalia laut yang terdampar, yang mudah di sampaikan kepada masyarakat yang tinggal di sekitar pantai. Metode penelitian yang digunakan adalah dengan wawancara langsung dengan narasumber, yaitu: organisasi yang bersangkutan dengan penyelamatan mamalia laut terdampar, dokter hewan yang pernah menangani kejadian *stranding* secara langsung, Direktorat Konservasi Kawasan dan Jenis Ikan, organisasi yang bergerak dalam bidang konservasi hewan dan alam, serta masyarakat yang tinggal dan beraktivitas di sekitar pantai yang menjadi lokasi kejadian mamalia laut terdampar. Hasil akhir dari penelitian ini adalah perancangan kampanye sosial yang dapat mengedukasi dan juga memberi informasi kepada masyarakat yang tinggal di sekitar pantai mengenai pertolongan dan tindakan yang bisa dilakukan ketika terdapat kejadian mamalia laut terdampar.

Kata kunci : kampanye, pertolongan, mamalia laut.



## **ABSTRACT**

*Lack of awareness and information on seafront societies on how to first aid marine mammals stranded become the main reason the author chose the topic of discussion for the final project. The problem is how to design an educational social campaign about first aid in stranded marine mammals, which is easy to convey to people living around the coast. The research method used is direct interview with resource persons, namely: organization concerned with rescue of stranded marine mammals, veterinarians who have handled direct stranding event, Kawasam Conservation Directorate and Fish Type, organization that active in animal and nature conservation, and people living and living around the coast where the incidence of marine mammals stranded. The end result of this study is the design of social campaigns that can educate and also provide information to the people living around the coast about the help and actions that can be done when there are events stranded marine mammals.*

*Keywords:* campaign, aid, sea mammals.



## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT .....</b>	<b>II</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....</b>	<b>IV</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>V</b>
<b>ABSTRAKSI.....</b>	<b>VII</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>VIII</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>IX</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>XIV</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>XVIII</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>XIX</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
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
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>5</b>
2.1.    Kampanye .....	12
2.1.1.    Definisi Kampanye.....	5
2.1.2.    Jenis Kampanye .....	6

2.1.3.	Model Kampanye Oostergaard .....	7
2.1.4.	Media Kampanye .....	8
2.1.5.	Teknik Komunikasi Kampanye.....	9
2.1.6.	Strategi Komunikasi Kampanye .....	11
2.2.	Penanganan Mamalia Laut Terdampar .....	12
2.2.1.	Klasifikasi Kondisi Mamalia Laut Terdampar.....	12
2.2.2.	Penanganan Mamalia Laut Saat Kondisi <i>Disorientation</i> .....	13
2.2.3.	Penanganan Mamalia Laut Terdampar Dalam Kondisi Hidup .	13
2.2.4.	Penanganan Mamalia Laut Saat Terdampar Mati.....	16
2.3.	Ilustrasi.....	17
2.3.1.	Definisi Ilustrasi .....	17
2.3.2.	Fungsi Ilustrasi .....	17
2.3.3.	Jenis Ilustrasi.....	20
2.4.	Kolase.....	22
2.5.	Simbolisasi Warna .....	22
2.5.1.	Warna Merah.....	22
2.5.2.	Warna Ungu .....	23
2.5.3.	Warna Biru .....	23
2.5.4.	Warna Hijau .....	23
2.5.5.	Warna Kuning .....	23
2.5.6.	Warna <i>Orange</i> .....	24
2.5.7.	Warna Coklat .....	24
2.5.8.	Warna Hitam .....	24

2.5.9.	Warna Putih.....	24
2.5.10.	Warna Abu-abu .....	24
2.6.	<i>Layout</i> .....	25
2.7.	<i>Copywriting</i> .....	27
2.8.	Tipografi.....	29
2.9.	Elemen Desain .....	30
2.9.1.	Garis .....	30
2.9.2.	Bentuk .....	31
2.9.3.	Warna .....	32
2.9.4.	Tekstur.....	33
2.10.	Prinsip Desain .....	34
2.10.1.	<i>Balance</i> .....	34
2.10.2.	<i>Emphasis</i> .....	36
2.11.	SWOT .....	34
	<b>BAB III METODOLOGI .....</b>	<b>39</b>
3.1.	Metodologi Pengumpulan Data.....	39
3.1.1.	Wawancara .....	39
3.1.1.1.	Wawancara dengan Ibu Mira .....	39
3.1.1.2.	Wawancara dengan Drh. I Made Jaya Ratha .....	40
3.1.1.3.	Wawancara dengan Bapak Ahmad S.....	48
3.1.1.4.	Wawancara dengan Masyarakat Sekitar Pantai .....	52
3.1.2.	Observasi.....	54
3.1.3.	Studi Eksisting .....	57

3.2. Metodologi Perancangan.....	58
<b>BAB IV PERANCANGAN DAN ANALISIS .....</b>	<b>60</b>
4.1. Perancangan Kampanye .....	60
4.1.1. Tujuan Perancangan .....	60
4.1.2. Jenis Kampanye .....	61
4.1.3. Model Kampanye .....	61
4.1.4. Pesan Kampanye .....	62
4.1.5. Media Kampanye .....	63
4.1.6. Tahapan Kampanye.....	63
4.1.7. <i>SWOT</i> .....	66
4.1.8. <i>Mind Mapping</i> .....	66
4.1.9. Nama Kampanye.....	66
4.1.10. Ide Kreatif .....	66
4.1.11. Logo .....	66
4.1.11.1. Bentuk Logo.....	70
4.1.11.2. Warna Logo.....	73
4.1.11.3. Tipografi Logo .....	74
4.1.12. <i>Copywriting</i> .....	75
4.1.13. Ilustrasi Visual .....	77
4.1.14. Tipografi.....	79
4.1.15. Aplikasi Perancangan.....	81
4.1.15.1. Media Cetak .....	81

4.1.15.2 <i>Motion Graphic</i> .....	101
4.1.15.3 <i>Media Digital</i> .....	104
4.2. Analisis.....	106
4.2.1. Analisis Logo Kampanye PERTAMA.....	106
4.2.2. Analisis Poster Kampanye PERTAMA .....	108
4.2.3. Analisis Infografik .....	110
4.2.4. Analisis Flyer .....	111
4.3. <i>Timeline</i> Kampanye .....	112
4.4 <i>Budgeting</i> .....	113
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>114</b>
5.1. Kesimpulan .....	114
5.2. Saran.....	115
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>116</b>
<b>LAMPIRAN : LEMBAR BIMBINGAN .....</b>	<b>XIV</b>
<b>LAMPIRAN : SURAT IJIN WAWANCARA (1) .....</b>	<b>XVII</b>
<b>LAMPIRAN : SURAT IJIN WAWANCARA (2) .....</b>	<b>XVIII</b>

**U N I V E R S I T A S**  
**M U L T I M E D I A**  
**N U S A N T A R A**

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Model Kampanye Oostegaard.....	7
Gambar 2.2. AIDA.....	11
Gambar 2.3. <i>Illustration as documentation, reference, and instruction</i> .....	17
Gambar 2.4. <i>Illustration as documentation, reference, and instruction (2)</i> .....	18
Gambar 2.5. <i>Illustration as commentary</i> .....	18
Gambar 2.6. <i>Illustration as storytelling</i> .....	19
Gambar 2.7. <i>Illustration as persuasion</i> .....	19
Gambar 2.8. <i>Illustration as identity</i> .....	20
Gambar 2.9. Komponen Grid.....	26
Gambar 2.10. Struktur Dasar Grid .....	27
Gambar 2.11. <i>Lines</i> .....	31
Gambar 2.12. <i>Shape</i> .....	32
Gambar 2.13. Tekstur.....	34
Gambar 2.14. Simetris.....	35
Gambar 2.15. Asimetris .....	36
Gambar 3.1. Wawancara dengan Drh. Jaya Ratha.....	41
Gambar 3.2. Wawancara dengan Bapak Ahmad .....	48
Gambar 3.3. Wawancara dengan nelayan Pantai Batu Bolong.....	52
Gambar 3.4. Wawancara dengan peminjaman <i>surfboard</i> Pantai Batu Bolong.....	53
Gambar 3.5. Wawancara dengan Bli Ketut.....	54
Gambar 3.6. Observasi (1) .....	55
Gambar 3.7. Observasi (2) .....	56

Gambar 3.8. <i>Website</i> kampanye WDC .....	57
Gambar 3.9. <i>Footage</i> video dokumenter kampanye WDC .....	58
Gambar 4.1. <i>Mindmap</i> .....	66
Gambar 4.2. Sketsa awal logo kampanye PERTAMA .....	68
Gambar 4.3. Alternatif logo PERTAMA .....	69
Gambar 4.4. Logo kampanye PERTAMA .....	69
Gambar 4.5. Logo kampanye PERTAMA tanpa kata penjelas .....	70
Gambar 4.6. Bentuk logogram kampanye PERTAMA .....	70
Gambar 4.7. Sektsa awal logo terpilih .....	71
Gambar 4.8. Proses digital awal logo terpilih (1) .....	71
Gambar 4.9. Proses digital awal logo terpilih (2) .....	72
Gambar 4.10. Proses digital awal logo terpilih (3) .....	72
Gambar 4.11. Proses digital awal logo terpilih (4) .....	73
Gambar 4.12. Warna logo PERTAMA .....	73
Gambar 4.13. Font logo PERTAMA (Subway Black) .....	64
Gambar 4.14. Font logo PERTAMA (Euphemia UCAS) .....	75
Gambar 4.15. <i>Copywriting</i> poster kampanye PERTAMA.....	76
Gambar 4.16. Slogan <i>merchandise</i> kampanye PERTAMA.....	76
Gambar 4.17. Referensi ilustrasi kampanye PERTAMA .....	77
Gambar 4.18. Referensi <i>colour palette</i> kampanye PERTAMA.....	78
Gambar 4.19. Referensu tipografi vernakular.....	79
Gambar 4.20. <i>Fon</i> kampanye PERTAMA .....	80
Gambar 4.21. <i>Font</i> TT Norms.....	80

Gambar 4.22. Proses sketsa awal poster kampanye PERTAMA.....	82
Gambar 4.23. Proses digital kasar poster kampanye PERTAMA .....	82
Gambar 4.24. Sketsa kolase .....	83
Gambar 4.25. <i>Cutting</i> kolase.....	84
Gambar 4.26. Pemasangan selotip busa.....	84
Gambar 4.27. Proses pembuatan poster kampanye PERTAMA (1).....	85
Gambar 4.28. Proses pembuatan poster kampanye PERTAMA (2).....	86
Gambar 4.29. Poster awal kampanye PERTAMA (1) .....	87
Gambar 4.30. Poster awal kampanye PERTAMA (2) .....	88
Gambar 4.31. Poster awal kampanye PERTAMA (3) .....	89
Gambar 4.32. Poster awal kampanye PERTAMA (4) .....	90
Gambar 4.33. Hasil akhir poster kampanye sosial PERTAMA.....	91
Gambar 4.34. Sketsa aset infografik .....	92
Gambar 4.35. Proses pewarnaan aset infografik .....	93
Gambar 4.35. Proses penyuntingan aset infografik .....	93
Gambar 4.36. Visual Infografik kampanye PERTAMA.....	94
Gambar 4.37. Infografik kampanye PERTAMA .....	94
Gambar 4.39. <i>Flyer</i> bagian depan .....	95
Gambar 4.40. <i>Flyer</i> bagian belakang .....	95
Gambar 4.41. <i>Campaign kit</i> ember .....	96
Gambar 4.42. <i>Campaign kit</i> handuk .....	97
Gambar 4.43. <i>Gimmick</i> stiker.....	98
Gambar 4.44. <i>Gimmick</i> pin .....	98

Gambar 4.45. <i>Merchandise</i> kaos.....	99
Gambar 4.46. <i>Merchandise</i> topi.....	100
Gambar 4.47. <i>Merchandise</i> kalender .....	101
Gambar 4.48. Sketsa aset <i>motion graphic</i> kampanye PERTAMA .....	102
Gambar 4.49. Proses pewarnaan aset <i>motion graphic</i> .....	103
Gambar 4.50. Proses edit aset <i>motion graphic</i> .....	103
Gambar 4.51. <i>Motion graphic</i> kampanye PERTAMA .....	104
Gambar 4.52. <i>Page Facebook</i> kampanye PERTAMA.....	105
Gambar 4.53. <i>Website</i> kampanye PERTAMA.....	106
Gambar 4.44. Analisis logo PERTAMA (1).....	106
Gambar 4.55. Analisis logo PERTAMA (2).....	107
Gambar 4.56. Analisis logo PERTAMA (3).....	107
Gambar 4.57. Analisis <i>copywriting</i> poster.....	108
Gambar 4.58. Analisis tipografi poster .....	109
Gambar 4.59. Analisis warna poster .....	110
Gambar 4.60. Analisis infografik.....	111
Gambar 4.61. Analisis flyer .....	111

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. *Timeline* Kampanye PERTAMA ..... 112

Tabel 4.1. *Budgeting* Kampanye PERTAMA..... 113



## **DAFTAR LAMPIRAN**

**LAMPIRAN A: LEMBAR BIMBINGAN .....** **xiv**

**LAMPIRAN B: SURAT IJIN WAWANCARA .....** **xviii**

