



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.

Desain Komunikasi Visual Dalam Kampanye Sosial Dengan Tema “Penghematan Air Bersih”

Nama : Reinaldo Adrianus
NIM : 07120210002
Fakultas : Seni dan Desain
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Seni (S.Sn)**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

Gading Serpong

2011

**Desain Komunikasi Visual Dalam Kampanye Sosial
Dengan Tema “Penghematan Air Bersih”**

Nama : Reinaldo Adrianus
NIM : 07120210002
Fakultas : Seni dan Desain
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Seni (S.Sn)**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

Gading Serpong

2011

PENGESAHAN SKRIPSI

Desain Komunikasi Visual Dalam Kampanye Sosial Dengan Tema “Penghematan Air Bersih”

Oleh

Nama : Reinaldo Adrianus
NIM : 07120210002
Fakultas : Seni dan Desain
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Gading Serpong, 04 Agustus 2011

Dewan Penguji

<Ratna Cahaya Rina, S.Sos, M.Ds.>

Dosen Pembimbing

<Mohammad Nur Mashadi, S.Sn, M.Mm>

Ketua Program

Maria Josef Retno Budi Wahyuni, M.Ds.

M.S. Gumelar, M.A.

U M M N
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

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah karya ilmiah saya sendiri, bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain atau lembaga lain, dan semua karya ilmiah orang lain atau lembaga lain yang dirujuk dalam skripsi ini telah disebutkan sumber kutipannya serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Gading Serpong, 04 Agustus 2011

(Reinaldo Adrianus)

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

ABSTRAKSI

Air merupakan sumber kehidupan yang begitu penting untuk lingkungan alam dan kehidupan makhluk hidup yang ada di bumi, salah satunya sebagai kebutuhan hidup bagi manusia. Air juga diposisikan sebagai kebutuhan pokok dalam kehidupan sehari-hari, yang tentunya digunakan untuk mencuci, mandi, minum dan sebagainya. Untuk memenuhi semuanya itu, masyarakat menggunakan air secara berlebihan dengan tidak memperhatikan lingkungan sekitar.

Dalam Tugas Akhir ini akan dibuat suatu bentuk kampanye sosial yang mengangkat tema tentang Penghematan Air Bersih, penelitian yang akan diambil adalah dengan melakukan penyebaran kuesioner untuk mengetahui tingkat pengetahuan tentang air bersih di beberapa bagian kota Jakarta, seperti: Jakarta Utara, Jakarta Barat, Jakarta Pusat, dan Jakarta Timur.

Pembuatan kampanye sosial ini akan mengajak dan mempengaruhi masyarakat agar lebih memperhatikan serta penghematan dalam penggunaan air bersih. Bentuk lain dari metode yang digunakan adalah dengan melakukan studi objek untuk mengetahui seberapa banyak masyarakat menggunakan air bersih. Dari hasil tinjauan yang dilakukan maka dibuat desain dengan prinsip dasar desain untuk mendukung dari isi Kampanye Sosial Penghematan Air Bersih untuk mengajak masyarakat berhemat dalam penggunaan air untuk kehidupan yang lebih baik di masa generasi mendatang.

Kata kunci: air, penghematan air, kampanye sosial, desain dan prinsip dasar desain.



ABSTRACT

Water is the source of life which is so important for the environment and living beings on Earth, one of them as necessities of life for human beings. Water is also positioned as a basic element of life everyday, that is used for washing, bathing, drinking and so on. To deal with all that, people use more water without taking into account the environment

In this final task will be a form of social campaigns with the theme of saving water, research to follow is to make an implementation of a questionnaire to determine the level of knowledge on drinking water in some parts of the city, such as: the North Jakarta, West Jakarta, central Jakarta and East Jakarta.

The establishment of this social campaign will encourage and influence people to pay more attention, as well as savings in the use of clean water. Another form of use make the learning object to find out how many people use clean water. According to the results of this review are then created a design with the basic principles of design to support the content of the pure water Saving social campaign to urge people to conserve water usage for a better life for future generations.

Keywords: water, saving water, social campaigns, design, and the basic principles of design.



KATA PENGANTAR

Dalam kehidupan manusia setiap hari tidak dapat dipungkiri lagi bahwa air merupakan kebutuhan pokok yang sangat dibutuhkan oleh manusia, karena tanpa air kehidupan manusia akan terhenti.

Banyak dari masyarakat menggunakan air bersih ini dengan pemborosan secara berlebihan dengan tidak peduli akan kehidupan selanjutnya. Air sangat penting perannya dalam kehidupan karena tidak sekedar menjadi kebutuhan pelengkap tetapi menjadi penopang kehidupan setiap harinya. Setiap masyarakat perlu menyadari masih banyak daerah di Indonesia yang membutuhkan air bersih, seperti Jakarta dan yang salah satu contohnya yaitu Jakarta Utara yang sulit mendapatkan air bersih karena penanganan air PAM yang sulit serta daya konsumsi yang berlebihan.

Dari hal inilah yang seharusnya dilakukan setiap masyarakat untuk menghemat penggunaan air bersih secara bijak. Maka sangat diharapkan adanya organisasi-organisasi yang membuat kampanye sosial tentang air untuk mengajak setiap masyarakat lebih bijak dalam penggunaan air bersih untuk kehidupan di masa depan yang lebih baik dan mempunyai generasi-generasi yang peduli akan kehidupannya.

Jakarta, 04 Agustus 2011

(Reinaldo Adrianus)

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas kasih, rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan laporan Tugas Akhir ini dengan baik.

Penulisan laporan ini adalah untuk memenuhi persyaratan dari Fakultas Seni dan Desain, Universitas Multimedia Nusantara, dalam memenuhi sebagian persyaratan untuk menjadi Sarjana Seni (S1).

Penulis pada kesempatan ini ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan laporan ini:

1. **M.S. Gumelar, M.A**, selaku Ketua Program Studi Desain

Komunikasi Visual atas kesempatan belajar yang diberikan serta yang terus memberikan semangat dan masukan untuk penulis.

2. **Maria Josef Retno Budi Wahyuni, M. Ds**, selaku dosen

pembimbing yang telah membimbing dan masukan kepada penulis selama ini sehingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan dengan baik.

3. Kepada **Keluarga** tercinta atas dukungan moril dan materil selama

Ini kepada penulis.

4. Untuk **Grace L.C** atas semangat, masukan, dan ide yang diberikan selama penulis mengerjakan Tugas Akhir.

5. Untuk **Dion dan Adam** atas info dan kerjasamanya.
6. Teman-teman seperjuangan DKV-Troopers yang telah bersama-sama dari awal kuliah sampai sekarang yang sangat kompak dalam dukungannya dan kerjasamanya selama ini.
7. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa penyusunan karya tulis Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna. Maka penulis mengharapkan masukan berupa kritik dan saran yang membangun dari pembaca dan semoga karya tulis Tugas akhir ini dapat berguna dan bermanfaat bagi pembaca karya tulis Tugas Akhir ini.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Jakarta, 04 Agustus 2011

DAFTAR ISI

Abstraksi	i
Abstract	ii
Kata Pengantar	iii
Ucapan Terima Kasih	iv
Daftar Isi	vi
Daftar Tabel	ix
Daftar Gambar	x
Daftar Lampiran	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah	4
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pengertian Desain Grafis	7
2.2 Desain Komunikasi Visual	8
2.3 Prinsip – Prinsip Desain	10
a. Kesatuan (<i>Unity</i>)	10
b. Kedekatan (<i>Proximity</i>)	11
c. Perulangan (<i>Repetition</i>)	11
d. Penekanan (<i>Emphasis</i>)	12

e. Skala dan Proporsi (<i>Scale and Proportion</i>)	13
f. Keseimbangan (<i>Balance</i>)	13
g. Irama (<i>Rhythm</i>)	14
2.4 Elemen – Elemen Desain	15
a. Titik (<i>Point</i>)	15
b. Garis (<i>Line</i>)	16
c. Ruang dan Sisi (<i>Space and Volume</i>)	17
d. Simetri dan Asimetri (<i>Symmetry and Asymmetry</i>)	18
e. Skala (<i>Scale</i>)	19
f. Warna (<i>Color</i>)	19
1. Warna dingin	20
2. Warna hangat	21
3. Warna netral	22
4. RGB dan CMYK Color	23
g. Tipografi	25
h. Titik (Dot)	29
2.5 Jenis – Jenis Iklan	29
a. Iklan Informatif	30
b. Iklan Persuasif	31
c. Iklan Peningkat	31
d. Iklan Penambah Nilai	32
e. Iklan Bantuan Aktivitas Lain	33
2.6 Proses Komunikasi	35
2.7 Kampanye Sosial	37
BAB III	METODE PENELITIAN
3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	39
3.1.1 Hipotesis	39
3.2 Metode Penelitian	44
3.3 Variabel Penelitian	45

3.4 Survei Pendahulu	46
3.6 Target Survei	47
BAB IV PEMBAHASAN	
4.1 Logo	49
4.2. Slogan dan Poster	51
4.3 Media Kampanye yang akan diletakkan didalam toilet.	54
4.3.1 Stiker Orang Mengantri Air Pada Dinding Toilet	56
4.3.2 Stiker Pada Kaca Cermin Toilet	58
4.3.3 Stiker Tangan Menadah Air di dalam Wastafel	60
4.4 Stiker Untuk Mobil	62
4.5 Magnetik Kulkas (Tempelan Magnet Kulkas)	63
4.6 Gantungan Kran Air dan Pewangi Ruangan	64
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan	67
5.2 Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN	72



DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Kerangka Penelitian	6
Tabel II.1 Jenis Garis	17
Tabel II.2 Warna Dingin	20
Tabel II.3 Warna Hangat	22
Tabel II.4 Warna Netral	23
Tabel II.5 Tipografi	27
Tabel II.6 Anatomi Huruf	28
Tabel III.1 Jumlah Kebutuhan air yang digunakan	46
Tabel III.2 Hasil Pertanyaan Kuisoner	47

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

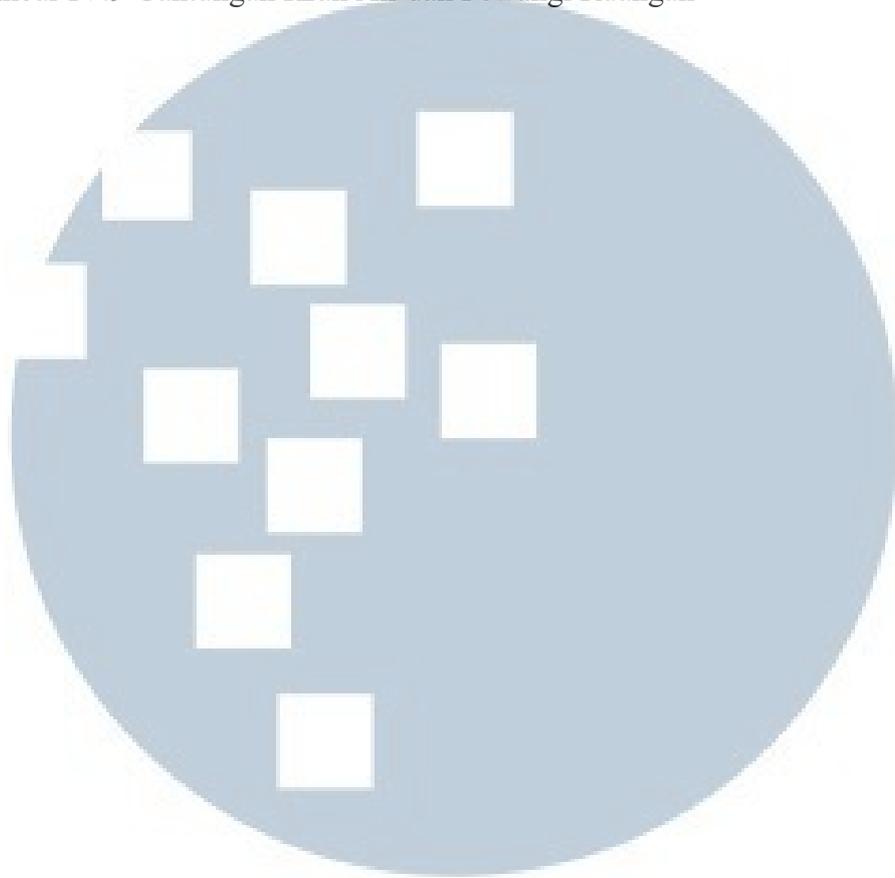
Gambar II.1 Kesatuan	10
Gambar II.2 Kedekatan	11
Gambar II.3 Perulangan	12
Gambar II.4 Penekanan	12
Gambar II.5 Skala dan Proporsi	13
Gambar II.6 Keseimbangan	13
Gambar II.7 Irama	14
Gambar II.8 Titik	15
Gambar II.9 Ruang dan Isi	18
Gambar II.10 Simetri dan Asimetri	19
Gambar II.11 Warna Additive atau RGB Color	23
Gambar II.12 Warna Subtractive atau CMYK Color	24
Gambar II.13 Warna Subtractive atau RYB Color	24
Gambar II.14 Titik	29
Gambar II.15 Iklan “Just Clean Hard Wash”	30
Gambar II.16 Iklan XL	31
Gambar II.17 Iklan Dental Floss	32
Gambar II.18 Iklan Heinz	33
Gambar II.19 Iklan Levi’s	34
Gambar IV.1 Desain Logo	50
Gambar IV.2 Desain Slogan dan Poster	53
Gambar IV.3 Denah Simulasi Peletakkan Media Stiker	55
Gambar IV.4 Desain Stiker Orang Mengantri Air pada Dinding Toilet	57
Gambar IV.5 Desain Stiker untuk Kaca Cermin Toilet	58
Gambar IV.6 Desain Stiker Tangan menadah Air di dalam Wastafel	60
Gambar IV.7 Desain Stiker untuk Mobil	62

Gambar IV.8 Magnetik Kulkas

63

Gambar IV.9 Gantungan Kran Air dan Pewangi Ruangan

65



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Foto-foto dari Hasil Desain Kampanye Sosial Dengan Tema Penghematan Air Bersih	72
Lampiran II Pertanyaan Kuisoner	77
Lampiran III Beberapa Hasil Kuisoner yang disebar di Jakarta	78

