



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.

PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL MENGENAI

BAHAYA *AMBLYOPIA* PADA USIA DINI

Laporan Tugas Akhir

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



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Nama : Novyanti Santoso
NIM : 13120210225
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 : Novyanti Santoso

NIM : 13120210225

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Universitas Multimedia Nusantara

Judul Tugas Akhir :

PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL MENGENAI BAHAYA *AMBLYOPIA* PADA USIA DINI

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, 8 Juni 2017



Novyanti Santoso



HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL MENGENAI
BAHAYA *AMBLYOPIA* PADA USIA DINI**

Oleh

Nama : Novyanti Santoso
NIM : 13120210225
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni & Desain

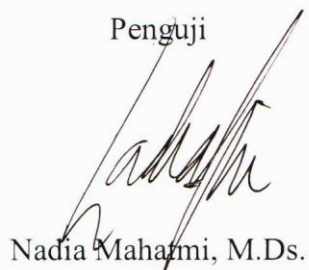
Tangerang, 20 Juni 2017

Pembimbing



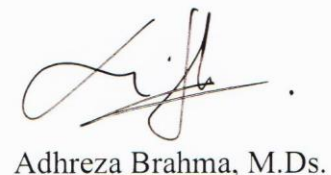
Zamzami Almakki, S.Pd., M.Ds.

Penguji



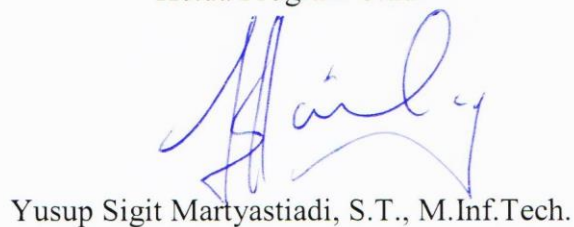
Nadia Mahazmi, M.Ds.

Ketua Sidang



Adhreza Brahma, M.Ds.

Ketua Program Studi



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

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, sebab atas kebaikan dan penyertaanNya, penulis dapat melaksanakan dan menyelesaikan Tugas Akhir berjudul “Perancangan Kampanye Sosial Mengenai Bahaya *Amblyopia* Pada Usia Dini,” pada jenjang perkuliahan yang penulis tempuh di Universitas Multimedia Nusantara, Fakultas Seni dan Desain sebagai syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Desain (S.Ds).

Pembahasan masalah dari perancangan kampanye sosial ini dipilih, diawali dari sebuah hal yang dialami secara langsung oleh seorang pasien gangguan penglihatan yang terkena gangguan mata malas yang terlambat diobati dan sekarang mengalami gangguan penglihatan permanen, yaitu kebutaan. Gangguan mata malas sebenarnya dapat dicegah dan diobati namun, masyarakat sendiri masih banyak yang tidak mengetahui mengenai mata malas sehingga tidak tahu informasi mengenai gangguan ini. Fenomena yang penulis bahas, menekankan bahwa masih banyak masyarakat, terutama orangtua yang tidak mengetahui dan mengerti mengenai gangguan mata malas dan dengan adanya kampanye sosial mengenai mata malas, orangtua menjadi tahu mengenai gangguan mata malas ini.

Penyusunan Tugas Akhir ini tidak terlepas dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah bersedia membantu penulis menyelesaikan tugas akhir ini, kepada:

1. Yusup Sigit Martyastiadi, S.T., M.Inf.Tech., selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Multimedia Nusantara. Dosen Pembimbing
2. Zamzami Almakki, S.Pd., M.Ds., selaku dosen pembimbing Tugas Akhir yang selalu sabar dalam memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis.
3. Adhreza Brahma, M.Ds., selaku ketua sidang dan Nadia Mahatmi, M.Ds., selaku dosen penguji. Erwin Alfian, S.Sn., M.Ds., Lalitya Talitha M.Ds., serta Darfi Rizkavirwan S.Sn., M.Ds., selaku dosen spesialis dan Mohammad Rizaldi, S.T., M.Ds., selaku dosen pembimbing akademis penulis.
4. dr. Endang Johani, Sp.M., selaku sekretaris Persatuan Dokter Spesialis Mata Indonesia dan dr. Valda Garcia, Sp.M., yang telah bersedia menjadi narasumber dan berbagi ilmu serta informasi mengenai gangguan mata malas.
5. dr. Yulinda I. Soemiatno, SpM., selaku dokter spesialisasi *pediatric ophthalmologi, strabismus* yang menjadi narasumber ahli dibidang kesehatan penglihatan anak.
6. Sandi Santoso dan M. Fathan Shidqy selaku narasumber yang merupakan penderita gangguan mata malas.
7. Orang tua dan kakak yang selalu tiada henti memberikan dukungan dan doa dalam segala aspek dalam kelangsungan Tugas Akhir ini.

8. Rekan seperjuangan Tugas Akhir: Luthfi Herdiansyah, Amelia Ruby, Andrea Tania, Stephanie Surya, Indriani Viona, Melissa Lauwira, Rira Riamita Cunardi, Kenny Kadir dan Ulfa Khoyrunnisa.
9. Rekan serta sahabat yang terus memberikan dukungan untuk penulis: Cheryl Imelda Tania, Pius Eliezer, Kevin, Elly Amelia, Eric Kristanto, Agnes Natalie, Cynthia Chandra, Winson Suryadi dan Ronald Tandyria serta rekan-rekan lainnya.

Tangerang, 8 Juni 2017



Novyanti Santoso



ABSTRAKSI

Amblyopia atau mata malas merupakan jenis gangguan yang paling sering terjadi pada anak-anak. Mata malas adalah penurunan ketajam penglihatan yang terjadi pada satu atau bahkan dua mata yang tak disertai kelainan pada mata dan tidak dapat diperbaiki dengan kacamata, sehingga semata-mata gangguan mata malas ini hanyalah merupakan kelainan fungsi penglihatan. Kurangnya informasi dan pengetahuan masyarakat, terutama orangtua mengenai mata malas membuat anak-anak terlambat untuk dideteksi dan diobati sehingga dapat berdampak buruk, yakni menyebabkan kebutaan pada saat si anak tumbuh dewasa kelak. Berdasarkan hal tersebut maka diperlukan sebuah kampanye sosial yang dapat memberi informasi mengenai bahaya *amblyopia* atau mata malas ini. Melalui pembahasan tersebut, penulis merumuskan masalah berupa bagaimana perancangan visualisasi dalam mengkomunikasikan bahaya *amblyopia* melalui kampanye sosial kepada orangtua?

Kata kunci: kampanye sosial, gangguan, *amblyopia*, mata malas, deteksi dini

UMMN

ABSTRACT

Amblyopia or lazy eyes is a kind of disorder that often happen to children. Amblyopia is a vision degression that happen to one or both eyes that is not accompanied by eye disorder and cannot be cure with eyeglasses, as if there is a vision function disorder. Lack of information and knowledge of the community, especially parents about amblyopia causes late detection and treatment, which causes blindness to children in the future. Based on this case, a social campaign is needed to give information about the dangers of amblyopia. With this cause, comes the definition of the problem, which is how to design the visualization in communicating the risk of amblyopia through social campaign to parent?

Keywords: social campaign, disorder, amblyopia, lazy eyes, early diagnose

The logo for Universitas Muhammadiyah Negeri (UMMN) is displayed in a light blue, semi-transparent font. It consists of the letters 'U', 'M', 'M', and 'N' in a bold, sans-serif typeface, arranged horizontally.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	II
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR	IV
KATA PENGANTAR.....	V
ABSTRAKSI.....	VIII
ABSTRACT	IX
DAFTAR ISI.....	X
DAFTAR GAMBAR.....	XIII
DAFTAR TABEL	XV
DAFTAR LAMPIRAN	XVI
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Batasan Masalah.....	3
1.4. Tujuan Tugas Akhir	5
1.5. Manfaat Tugas Akhir	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1. <i>Amblyopia</i>	7
2.1.1. Definisi <i>Amblyopia</i>	7
2.1.2. Deteksi <i>Amblyopia</i>	7

2.1.3.	Pengobatan <i>Amblyopia</i>	9
2.2.	Kampanye	11
2.2.1.	Definisi Kampanye.....	11
2.2.2.	Tujuan Kampanye	11
2.2.3.	Jenis-Jenis Kampanye	12
2.2.4.	Teknik Kampanye	13
2.2.5.	Teori Persuasi.....	15
2.2.6.	Media Kampanye	19
2.3.	AIDA.....	22
2.4.	Desain Komunikasi Visual.....	24
2.4.1.	Prinsip Desain	24
2.4.2.	Layout	25
2.4.3.	Tipografi.....	26
2.4.4.	Warna	29
2.4.5.	Ilustrasi.....	30
BAB III METODOLOGI		31
3.1.	Metodologi Pengumpulan Data	31
3.1.1.	Wawancara Mendalam.....	32
3.1.2.	<i>Focus Group Discussion (FGD)</i>	40
3.2.	Metodologi Perancangan.....	44
3.2.1.	Perancangan Kampanye	44
3.2.2.	Perancangan Visual.....	45
3.2.3.	Studi <i>Existing</i>	47

3.3.	Kementerian Kesehatan Republik Indonesia	48
3.4.	Yayasan Lions Club Indonesia.....	49
BAB IV PERANCANGAN DAN ANALISIS		50
4.1.	Perancangan	50
4.1.1.	<i>Brainstorming</i> Perancangan	54
4.1.2.	Konsep Perancangan	56
4.1.3.	Strategi Perancangan.....	59
4.1.4.	Perancangan Logo.....	60
4.1.5.	Perancangan <i>Copywriting</i>	62
4.1.6.	Strategi Media	63
4.2.	Analisis.....	67
4.2.1.	Media Utama.....	67
4.2.2.	Media Pendukung	74
4.3.	<i>Budgeting</i>	82
BAB V PENUTUP.....		XIV
5.1.	Kesimpulan	xiv
5.2.	Saran.....	xv
DAFTAR PUSTAKA		XIV

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. <i>Pathcing</i>	10
Gambar 2.2. <i>Garamond</i>	27
Gambar 2.3. <i>Baskerville</i>	27
Gambar 2.4. <i>Bodoni</i>	28
Gambar 2.5. <i>Clarendon</i>	28
Gambar 2.6. <i>Futura</i>	28
Gambar 3.1. Wawancara dengan Sandi Santoso.....	33
Gambar 3.2. Wawancara dengan M. Fathan Shidqy.....	35
Gambar 3.3. Wawancara dengan dr. Endang dan Kak Valda.....	36
Gambar 3.4. Wawancara dengan dr. Yulinda	38
Gambar 3.5. Wawancara dengan Dr. Dendi	40
Gambar 3.6. <i>Focus Group Discussion</i> di Sekolah.....	43
Gambar 3.7. <i>Focus Group Discussion</i> di Kp. Kelapa Dua	43
Gambar 3.8. Studi Kampanye	47
Gambar 3.9 Logo Kementerian Kesehatan Republik Indonesia.....	48
Gambar 3.10. Logo Yayasan Lions Club Indonesia	49
Gambar 4.1. <i>Mind Mapping</i> Masalah	51
Gambar 4.2. Visualisasi Masalah.....	52
Gambar 4.3. Visualisasi Target Khalayak.....	52
Gambar 4.4. Sketsa Manual	55
Gambar 4.5. <i>Moodboard</i>	56
Gambar 4.6. Visualisasi Target.....	58

Gambar 4.7. Tipografi Logo	61
Gambar 4.8. Logo Jaga Ruang Kerja Mata.....	62
Gambar 4.10. Poster 1: Informasi Mata Malas	68
Gambar 4.11. Poster 2: Periksa Mata Malas	69
Gambar 4.12. Poster 3: Obati Mata Malas.....	70
Gambar 4.13. Poster 4: Cegah Mata Malas	71
Gambar 4.14. <i>Instagram feeds</i> Kampanye Jangka.....	72
Gambar 4.15. <i>Facebook Fanpage</i> Kampanye Jangka	73
Gambar 4.16. Brosur	75
Gambar 4.17. <i>X-Banner</i>	76
Gambar 4.18. Iklan KRL 1: Informasi Mata Malas	77
Gambar 4.19. Iklan KRL 2: Periksa Mata Malas.....	77
Gambar 4.20. Iklan KRL 3: Mengobati Mata Malas	78
Gambar 4.21. Iklan KRL 4: Mencegah Mata Malas.....	78
Gambar 4.22. <i>ToteBag</i> Jangka	79
Gambar 4.23. Topi Jangka	79
Gambar 4.24. Kaos Jangka.....	80
Gambar 4.25. Pin Jangka	80
Gambar 4.26. Pulpen dan Buku Catatan	81
Gambar 4.27. Gantungan Kunci <i>Plushies</i>	82

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Tahapan Masalah	57
Tabel 4.2. Strategi Komunikasi.....	59
Tabel 4.3. Strategi Visual.....	60
Tabel 4.4. Strategi Media.....	64
Tabel 4.5. <i>Media Plan</i>	66
Tabel 4.6. <i>Budgeting</i>	82

UMMN

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A: KARTU KONSULTASI BIMBINGAN..... XVI

LAMPIRAN B: TANDA TERIMA DINAS KESEHATAN..... XVI

LAMPIRAN C: SURAT PERIZINAN WAWANCARAXXII



UMN