



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 TENTANG
KEUNIKAN TAMAN TEMATIK DI KOTA
TANGERANG**

Laporan Tugas Akhir

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



Nama : Rizky Yohanes
NIM : 14120210392
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni & Desain

**UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA**
TANGERANG
2019

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rizky Yohanes

NIM : 14120210392

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Universitas Multimedia Nusantara

Judul Tugas Akhir:

PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL TENTANG KEUNIKAN TAMAN TEMATIK DI KOTA TANGERANG

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, 19 Desember 2018


Rizky Yohanes

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR
PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL TENTANG
KEUNIKAN TAMAN TEMATIK DI KOTA
TANGERANG

Oleh

Nama : Rizky Yohanes

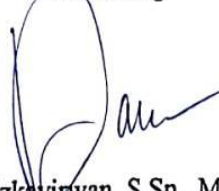
NIM : 14120210392

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Tangerang, 11 Januari 2019

Pembimbing



Darfi Rizka Wirwan, S.Sn., M.Ds.

Penguji



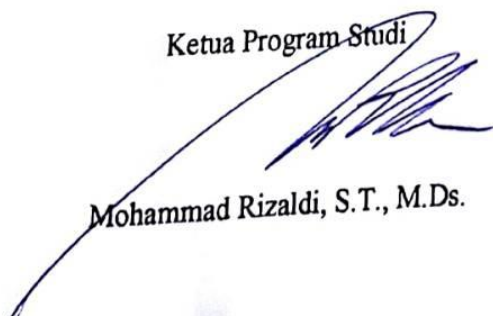
Prima M. R. Singgih, S.Sn., M.Ds.

Ketua Sidang



Aditya Satyagraha, S.Sn., M.Ds.

Ketua Program Studi



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

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan laporan tugas akhir dengan judul Perancangan Kampanye Sosial Tentang Keunikan Taman Tematik di Kota Tangerang. Alasan singkat penulis memilih topik tersebut karena taman merupakan salah satu ruang terbuka hijau yang berada di tengah perkotaan dan mempunyai peran cukup penting untuk masyarakat sekitar.

Taman mempunyai benefit yang cukup banyak untuk masyarakat di sekitarnya. Selain itu taman juga mempunyai keunikan tersendiri contohnya beberapa taman tematik yang penulis angkat dalam tugas akhir saat ini. Tujuan dari pemilihan topik tentang taman yakni untuk mengajak serta memberikan informasi kepada masyarakat tentang taman – taman tematik di Kota Tangerang. Target penulis kepada audiens yakni usia dari 17 – 24 tahun yang dimana ditujukan untuk usia remaja sampai dewasa muda.

Penulis berpendapat bahwa setelah menjalani proses yang cukup panjang dalam pembuatan tugas akhir, terdapat beberapa pelajaran yang penulis dapat seperti berinteraksi dengan audiens, mencari data secara terperinci dan sebagainya. Penulis berharap bahwa audiens dapat mengenali tentang taman tematik di Kota Tangerang serta berkunjung ke taman tersebut, khususnya masyarakat yang sudah lama tinggal di Kota Tangerang.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada orang – orang yang sudah berperan penting dan membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir. Pihak – pihak yang terkait dalam penulisan tugas akhir yakni:

1. Mohammad Rizaldi, S.T., M.Ds, sebagai Ketua Program Studi.
2. Darfi Rizkavirwan, S.Sn., M.Ds. sebagai Dosen Pembimbing.
3. Romly Revolvere, sebagai Ketua Relawan Peduli Lingkungan.
4. Semua anggota keluarga dan teman – teman terutama kedua Orang Tua yang sudah banyak membantu dalam proses tugas akhir.

Tangerang, 21 Desember 2018



Rizky Yohanes

N U S A N T A R A

ABSTRAKSI

Penulis memilih topik tentang taman tematik di Kota Tangerang karena taman mempunyai peran cukup penting di dalam perkotaan. Penulis juga ingin mengajak serta memberikan informasi tentang taman – taman tematik yang berada di Kota Tangerang. Rumusan masalah pada tugas akhir yaitu bagaimana cara merancang kampanye sosial yang tepat sasaran tentang taman tematik di Kota Tangerang kepada masyarakat dengan usia sekitar 17 – 24 tahun. Metode penelitian yang penulis lakukan yakni berupa wawancara, kuesioner serta observasi untuk mendapatkan data kualitatif dan kuantitatif. Hasil yang dapat penulis capai dalam pembuatan tugas akhir tersebut adalah penulis dapat membuat beberapa komponen – komponen penting yang digunakan dalam kampanye tersebut seperti pembuatan poster, brosur, tampilan website yang bertujuan untuk mengajak serta memberikan informasi kepada masyarakat Kota Tangerang. Hasil implikasi dari tugas akhir tersebut adalah para pembaca atau audiens dapat mengenali atau mengetahui benefit taman dan tentang taman – taman tematik di Kota Tangerang. Para audiens atau pembaca dapat berkunjung dengan mudah jika ingin pergi ke taman – taman tematik terdekat di Kota Tangerang.

Kata kunci : Kampanye, Taman, Kota Tangerang

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

ABSTRACT

The author chose the topic of thematic parks in the city of Tangerang because the park has an important role in urban areas. The author also wants to invite and provide information about thematic parks in the city of Tangerang. The formulation of the problem in the final assignment is how to design a targeted social campaign about thematic parks in the city of Tangerang to people aged around 17-24 years. The research method that the authors do is in the form of interviews, questionnaires and observations to obtain qualitative and quantitative data. The results that the author can achieve in making this final assignment are that the author can make several important components used in the campaign such as making posters, brochures, website displays that aim to invite and provide information to the people of Tangerang City. The result of the implications of this final project is that readers or audiences can recognize or know the benefits of the park and about thematic parks in the city of Tangerang. The audience or readers can visit easily if you want to go to the closest thematic parks in Tangerang City.

Keywords: Campaign, Park, City of Tangerang

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	II
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR	III
KATA PENGANTAR.....	IV
ABSTRAKSI	VI
ABSTRACT.....	VII
DAFTAR ISI.....	VIII
DAFTAR GAMBAR.....	XI
DAFTAR TABEL	XIII
DAFTAR LAMPIRAN.....	XIV
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Batasan Masalah.....	4
1.4. Tujuan Tugas Akhir.....	4
1.5. Manfaat Tugas Akhir.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1. Kampanye.....	6
2.1.1. Fungsi Kampanye.....	7
2.1.2. Manfaat Kampanye	7
2.1.3. Jenis - Jenis Kampanye	7
2.1.4. Media Kampanye.....	8

2.1.5. Persuasi.....	10
2.2. Teori Komunikasi.....	11
2.3. Teori Desain Komunikasi Visual	11
2.2.1. Kesatuan (<i>Unity</i>).....	12
2.2.2. Keseimbangan (<i>Balance</i>).....	13
2.2.3. Irama (<i>Ritme</i>).....	14
2.4. Fotografi	14
2.5. Ilustrasi	16
2.4.1. Jenis – Jenis Ilustrasi	17
2.6. <i>Layout</i>	19
2.7. Tipografi.....	21
2.7.1. Jenis – Jenis Huruf.....	22
2.8. Warna	25
2.9. Media Informasi	27
2.10. <i>Tagline</i>	31
2.11. Taman.....	32
BAB III METODOLOGI.....	33
3.1 Metodologi Pengumpulan Data.....	33
3.2 Studi Eksisting.....	52
3.3. Metode Perancangan	53
3.3.1. Analisis Masalah	54
3.3.2. Penyusunan Tujuan	54
3.3.3. Identifikasi dan Segmentasi Sasaran.....	54

3.3.4. Menentukan Pesan.....	54
3.3.5. Strategi dan Taktik	54
3.3.6. Alokasi Waktu dan Sumber Daya	55
3.3.7. Evaluasi dan Tinjauan	55
BAB IV PERANCANGAN DAN ANALISIS	56
4.1. Strategi Kampanye	56
4.1.1. <i>Mindmapping</i>	57
4.1.2. Strategi Komunikasi	58
4.1.3. Perancangan Visual Kampanye	58
4.1.4. <i>Moodboard</i>	62
4.1.5. <i>Tagline</i>	63
4.1.6. Warna	63
4.1.7. Tipografi.....	64
4.1.8. Perancangan Visual	65
4.2. Analisis.....	77
4.3. Anggaran Biaya	93
4.4. Media Plan.....	95
BAB V PENUTUP.....	96
5.1. Kesimpulan.....	96
5.2. Saran.....	97
DAFTAR PUSTAKA.....	XVII

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kesatuan (<i>Unity</i>)	12
Gambar 2.2. Keseimbangan (<i>Balance</i>)	13
Gambar 2.3. Irama (<i>Ritme</i>)	14
Gambar 2.4. <i>Still life</i>	15
Gambar 2.5. Gambar Ilustrasi	17
Gambar 2.6. Ilustrasi Naturalis	18
Gambar 2.7. Ilustrasi Dekoratif.....	18
Gambar 2.8. Ilustrasi Khayalan.....	19
Gambar 2.9. Contoh <i>Layout</i>	20
Gambar 2.10. Contoh Typografi.....	21
Gambar 2.11. <i>Humanist</i>	22
Gambar 2.12. <i>Transitional</i>	23
Gambar 2.13. <i>Modern</i>	23
Gambar 2.14. Dekoratif	24
Gambar 2.15. <i>Roman Font</i>	24
Gambar 2.16. Roda Warna.....	26
Gambar 2.17. Contoh Media Online.....	27
Gambar 2.18. Contoh Poster.....	28
Gambar 2.19. Contoh <i>Merchandise</i>	30
Gambar 2.20. Contoh <i>Sticker</i>	31
Gambar 3.1. Taman Gajah Tunggal.....	36
Gambar 3.2. Taman Bambu.....	37

Gambar 3.3. Taman Kunci.....	38
Gambar 3.4. Taman Potret.....	40
Gambar 3.5. Taman Pisang.....	41
Gambar 3.6. Taman Ekspresi.....	43
Gambar 3.7. Wawancara Ketua RPL Tangerang.....	44
Gambar 3.8. Grafik Hasil Kuesioner 1.....	46
Gambar 3.9. Grafik Hasil Kuesioner 2.....	47
Gambar 3.10. Grafik Hasil Kuesioner 3.....	48
Gambar 3.11. Grafik Hasil Kuesioner 4.....	48
Gambar 3.12. Grafik Hasil Kuesioner 5.....	49
Gambar 3.13. Grafik Hasil Kuesioner 6.....	49
Gambar 3.14. Grafik Hasil Kuesioner 7.....	50
Gambar 3.15. Grafik Hasil Kuesioner 8.....	51
Gambar 3.16. Grafik Hasil Kuesioner 9.....	51
Gambar 3.17. Studi Existing.....	53
Gambar 4.1. <i>Mindmapping</i>	57
Gambar 4.2. <i>Brainstorming</i> 1.....	59
Gambar 4.3. <i>Brainstorming</i> 2.....	60
Gambar 4.4. Sketsa Logo Kampanye.....	61
Gambar 4.5. Logo Grid Kampanye.....	62
Gambar 4.6. <i>Moodboard</i>	62
Gambar 4.7. Warna.....	64
Gambar 4.8. Font KG <i>Crossing</i> & Bebas.....	65

Gambar 4.9. Sketsa Taman Ekpresi	66
Gambar 4.10. Sketsa Taman Ekpresi 2	67
Gambar 4.11. Grid Poster Taman Ekpresi	69
Gambar 4.12. Sketsa Taman Potret.....	70
Gambar 4.13. Sketsa Taman Potret 2.....	71
Gambar 4.14. Grid Poster Taman Potret.....	73
Gambar 4.15. Sketsa Taman Kunci	74
Gambar 4.16. Sketsa Taman Kunci 2	75
Gambar 4.17. Grid Poster Taman Kunci.....	76
Gambar 4.18. Poster Taman Ekspresi.....	78
Gambar 4.19. Poster Taman Potret	79
Gambar 4.20. Poster Taman Kunci.....	80
Gambar 4.21. X-banner.....	81
Gambar 4.22. Brosur Tampak Depan	82
Gambar 4.23. Brosur Tampak Belakang.....	82
Gambar 4.24. Instagram.....	83
Gambar 4.25. Instagram 2	84
Gambar 4.26. Instagram 3.....	84
Gambar 4.27. Facebook	85
Gambar 4.28. Facebook 2	85
Gambar 4.29. Facebook 3	86
Gambar 4.30. Tampilan Website <i>Home</i>	87
Gambar 4.31. Tampilan Website Galeri	87

Gambar 4.32. <i>Ads</i> Transportasi Umum.....	88
Gambar 4.33. <i>Billboard</i>	89
Gambar 4.34. <i>Banner</i>	89
Gambar 4.35. Baju, Topi & <i>Totebag</i>	90
Gambar 4.36. Pin	91
Gambar 4.37. <i>Notebook</i>	92
Gambar 4.38. <i>Tumbler</i>	92
Gambar 4.39. <i>Sticker</i>	93
Gambar 4.40. Anggaran Biaya.....	94
Gambar 4.41. Media Plan	95

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

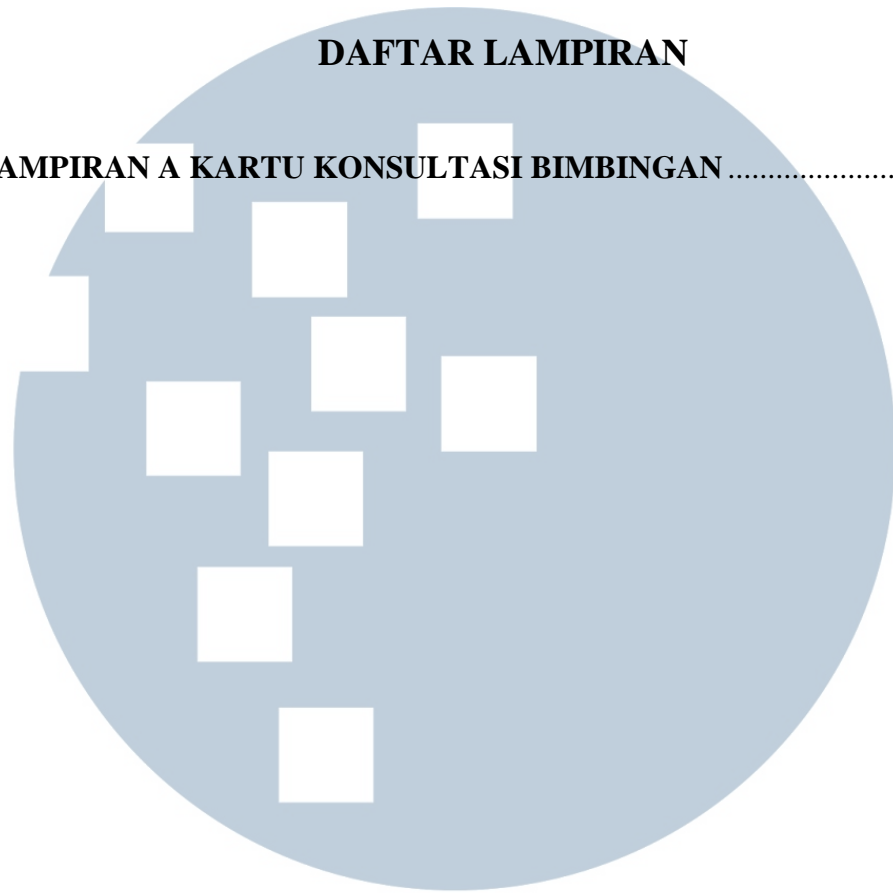
Tabel 3.1. Tabel Taman Gajah Tunggal	35
Tabel 3.2. Tabel Taman Bambu.....	36
Tabel 3.3. Tabel Taman Kunci.....	38
Tabel 3.4. Tabel Taman Potret.....	39
Tabel 3.5. Tabel Taman Pisang.....	41
Tabel 3.6. Tabel Taman Ekspresi.....	42

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A KARTU KONSULTASI BIMBINGANXVIII



UMMN

**UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA**