



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 DETEKSI

DINI KANKER RETINOBLASTOMA

Laporan Tugas Akhir

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



Nama : Dita Nur Hanifah Narwastu

NIM : 14120210321

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 : Dita Nur Hanifah Narwastu

NIM : 14120210321

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Universitas Multimedia Nusantara

Judul Tugas Akhir/Skripsi:

PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL DETEKSI DINI KANKER

RETINOBLASTOMA

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, 14 Januari 2018



Dita Nur Hanifah Narwastu

KATA PENGANTAR

Kesehatan fisik merupakan salah satu hal yang harus diperhatikan oleh masyarakat, terutama kesehatan alat indera manusia. Mata merupakan indera pengelihatan manusia yang berharga dan bisa mengalami gangguan apabila tidak dirawat. Penulis pun tertarik untuk melakukan peranangan kampanye sosial edukasi dini retinoblastoma.

Retinoblastoma merupakan kanker yang menyerang anak-anak dan masih banyak orang tua yang belum mewas mengenai gangguan pengelihatan ini. Laporan ini dapat digunakan untuk menambah wawasan mengenai retinoblastoma. Kampanye sosial ini dirancang untuk orang tua agar mereka memahami bahaya dari retinoblastoma dan dapat melakukan deteksi sedini mungkin pada anak-anak mereka.

Ketertarikan penulis untuk mengambil tema ini di latar belakangi oleh minat penulis mengenai ilmu kesehatan pada anak dan desain. Selama riset dan penyusunan laporan, penulis mendapatkan berbagai ilmu seperti anatomi mata, proses pengobatan retinoblastoma, berbagai masukan mengenai desain grafis dan sebagainya.

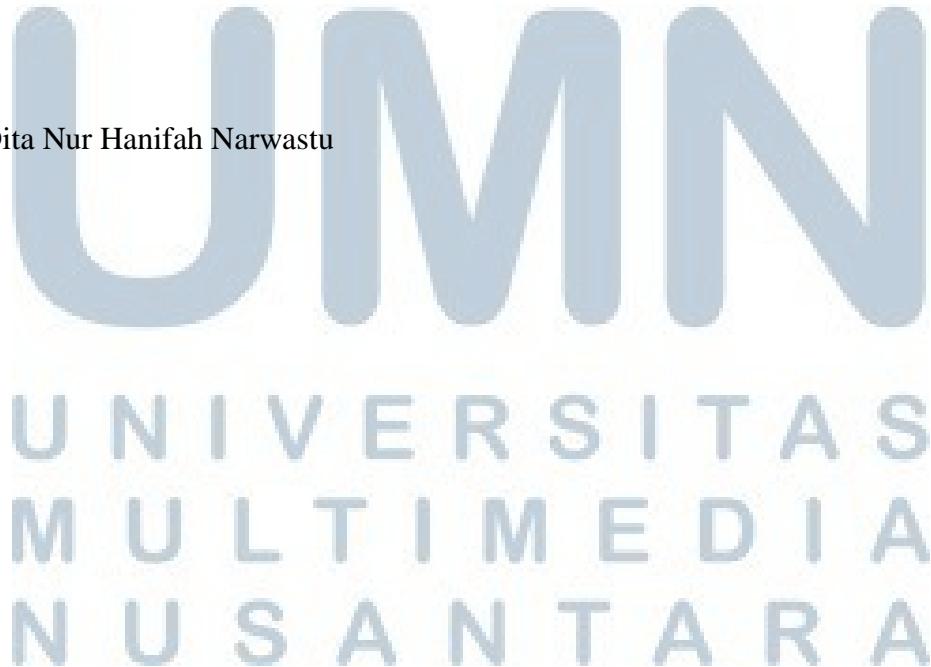
Akhir kata dari pengantar ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang membantu penulis selama proses penyusunan TA:

1. Mohammad Rizaldi, S.T., M.Ds. selaku ketua program studi.
2. Chara Susanti, S.Ds. M.Ds. selaku dosen pembimbing.

3. Yayasan Kanker Anak Indonesia (YKAKI) selaku narasumber.
4. dr. Julie. D. Barliana Sp.M., dan dr. Neni Anggraeni Sp.M. selaku narasumber
5. Ditjen Kemenkes: P2PTM selaku narasumber data retinoblastoma.
6. Nabila Shasakirana, Andhita, Cantika, Tasya, Tiur, teman-teman kelompok bimbingan dan teman-teman lainnya atas dukungan yang diberikan.
7. Orang tua dan adik penulis atas dukungan yang diberikan.
8. Responden kuesioner dan wawancara.

Tangerang, 16 Januari 2018

Dita Nur Hanifah Narwastu



HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL DETEKSI DINI KANKER RETINOBLASTOMA

Oleh

Nama : Dita Nur Hanifah Narwastu

NIM : 14120210321

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

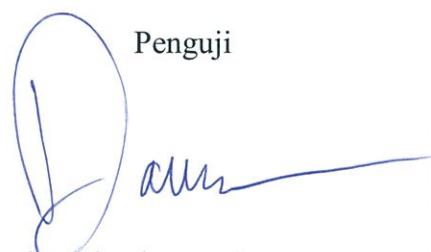
Tangerang, 24 Januari 2018

Pembimbing



Chara Susanti, M.Ds.

Penguji



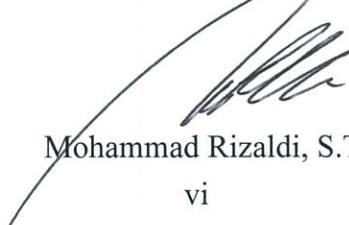
Darfi Rizkavirwan, S.Sn., M.Ds.

Ketua Sidang



Nadia Mahatmi, M.Ds.

Ketua Program Studi



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

ABSTRAKSI

Retinoblastoma adalah kanker yang menyerang anak-anak usia 0-5 tahun. Kanker ini disebabkan adanya sel abnormal pada retina anak sehingga tumbuh tumor. Gejala dari retinoblastoma antara lain mata merah, juling, leukokoria dan tumor yang mendorong mata keluar.

Penulis memilih topik ini karena kanker retinoblastoma dapat disembuhkan, apabila masyarakat mengenali gejala awal dari retinoblastoma. Kesembuhan anak pun bisa mencapai angka 90% apabila kanker diatasi sedini mungkin. Namun pada kenyataannya, masyarakat masih belum mawas dengan gejala awal retinoblastoma sehingga pasien retinoblastoma yang ditangani oleh medis sudah ada di stadium yang serius, persentase kesembuhan pasien hanya 40% sampai 50%.

Rumusan masalah kampanye sosial ini adalah bagaimana melakukan perancangan kampanye sosial deteksi dini retinoblastoma kepada orang tua. Metode pengumpulan data yang digunakan penulis adalah wawancara dan kuesioner.

Kata kunci : retinoblastoma, kampanye sosial, deteksi dini.



ABSTRACT

Retinoblastoma is a cancer that begins in the retina. Retinoblastoma affects young children from 0-5 years old. It caused by abnormal cells in the retina. The abnormal cells form a tumor. The signs are crossed eyes, redness of the eye, leukocoria and swelling.

Retinoblastoma can be cured if parents acknowledge the early symptoms such as crossed eyes and redness. The survival rate for patients cured with early symptoms is 90% and 40% - 50% for patients with leukocoria or swelling symptoms.

The problem statement is how to do a social campaign for parents detecting the early symptoms of retinoblastoma. This campaign uses questionnaire and interview for data collecting methods.

Keywords: *retinoblastoma, social campaign, detecting early symptoms.*



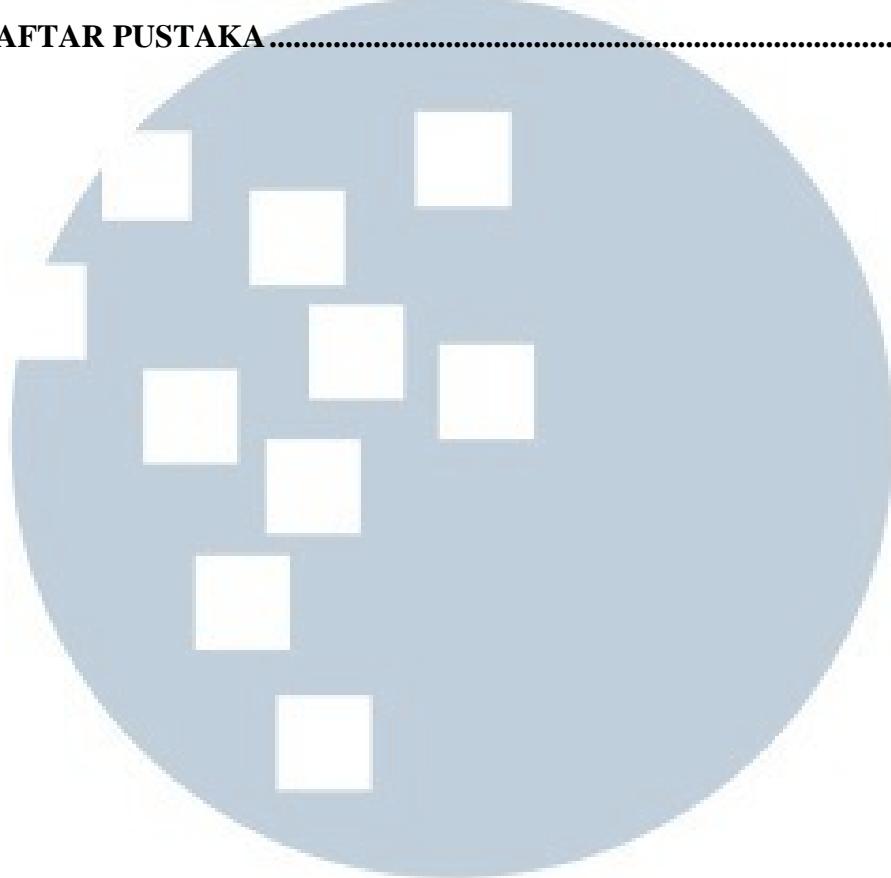
DAFTAR ISI

| | |
|--|--------------|
| LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT | ii |
| KATA PENGANTAR..... | iv |
| HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR | vi |
| ABSTRAKSI..... | vii |
| ABSTRACT | viii |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiii |
| DAFTAR TABEL | xvii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xviii |
| 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 | 3 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 5 |
| 2.1. Perancangan Desain Komunikasi Visual | 5 |
| 2.1.1. Warna | 5 |
| 2.1.2. Tipografi..... | 9 |

| | | |
|--------|---|-----------|
| 2.1.3. | <i>Layout</i> dan <i>Grid</i> | 14 |
| 2.1.4. | Ilustrasi..... | 16 |
| 2.2. | <i>Copy Writing</i> | 22 |
| 2.2.1. | <i>Headline</i> | 22 |
| 2.2.2. | <i>Tagline</i> | 24 |
| 2.2.3. | <i>Body Copy</i> | 25 |
| 2.3. | Kampanye Sosial..... | 26 |
| 2.3.1. | Tahap Perancangan Kampanye Sosial | 27 |
| 2.3.2. | Jenis Kampanye Sosial..... | 28 |
| 2.3.3. | Teknik Kampanye Sosial | 30 |
| 2.3.4. | Strategi Kampanye Sosial | 32 |
| 2.3.5. | Strategi Pendekatan Komunikasi Kampanye | 34 |
| 2.3.6. | Media Kampanye | 38 |
| 2.4. | Retinoblastoma..... | 43 |
| 2.4.1. | Cara Mendeteksi Retinoblastoma | 45 |
| 2.4.2. | Pengobatan Retinoblastoma | 46 |
| | BAB III METODOLOGI | 49 |
| 3.1. | Metodologi Pengumpulan Data | 49 |
| 3.1.1. | Metode Kualitatif | 49 |
| 3.1.2. | Metode Kuantitatif | 59 |
| 3.2. | Metodologi Perancangan..... | 64 |
| 3.2.1. | Perancangan Kampanye Sosial | 64 |
| 3.3. | Study Eksisting | 65 |

| | |
|---|------------|
| BAB IV PERANCANGAN DAN ANALISIS | 72 |
| 4.1. Perancangan | 72 |
| 4.1.1. Mind Mapping..... | 76 |
| 4.1.2. Perancangan Logo..... | 78 |
| 4.1.3. Perancangan Poster | 80 |
| 4.1.4. Perancangan Brosur | 88 |
| 4.1.5. Perancangan Tampilan <i>Website</i> | 90 |
| 4.1.6. Perancangan Konten Media Sosial | 93 |
| 4.1.7. Perancangan <i>Copy Writing</i> | 95 |
| 4.1.8. Perancangan <i>Merchandise</i> | 96 |
| 4.1.9. Perancangan Warna..... | 97 |
| 4.1.10. Perancangan Tipografi | 98 |
| 4.2. Analisis..... | 98 |
| 4.2.1. Analisis Poster..... | 98 |
| 4.2.2. Analisis Brosur..... | 101 |
| 4.2.3. Analisis Perancangan <i>Website</i> dan Konten Media Sosial | 103 |
| 4.2.4. Analisis Warna..... | 104 |
| 4.2.5. Analisis Tipografi..... | 105 |
| 4.3. <i>Media Planning</i> | 106 |
| 4.4. <i>Budgeting</i> | 108 |
| BAB V KESIMPULAN | 110 |
| 5.1. Kesimpulan | 110 |
| 5.2. Saran..... | 112 |

DAFTAR PUSTAKA..... **xiv**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 2.1. Aplikasi warna medis pada poster..... | 7 |
| Gambar 2.2. Skema warna tetradik | 8 |
| Gambar 2.3. Karya dengan warna tetradik..... | 8 |
| Gambar 2.4. Huruf klasik, Garamond | 10 |
| Gambar 2.5. Huruf Transisi, Baskerville | 10 |
| Gambar 2.6. Huruf <i>Modern Roman</i> , Bodoni | 11 |
| Gambar 2.7. Huruf <i>Sans Serif</i> , Helvetica..... | 12 |
| Gambar 2.8. Huruf <i>Egyptian Slab Serif</i> | 12 |
| Gambar 2.9. Huruf <i>Script</i> | 13 |
| Gambar 2.10. Huruf Dekoratif | 13 |
| Gambar 2.11. <i>Single column-grid</i> | 15 |
| Gambar 2.12. <i>Multi column-grid</i> | 15 |
| Gambar 2.13. <i>Modular grid</i> | 16 |
| Gambar 2.14. Ilustrasi foto pada iklan produk kecantikan | 18 |
| Gambar 2.15. Ilustrasi <i>scratch board</i> | 18 |
| Gambar 2.16. Ilustrasi kartun..... | 19 |
| Gambar 2.17. Ilustrasi <i>line art</i> | 20 |
| Gambar 2.18. Ilustrasi <i>stylized realism</i> | 20 |
| Gambar 2.19. Illustrasi digital vektor | 21 |
| Gambar 2.20. <i>Technical illustration</i> | 22 |
| Gambar 2.21. <i>Headline</i> pada kampanye sosial hipertensi | 24 |
| Gambar 2.22. <i>Product oriented campaign</i> | 29 |

| | |
|---|----|
| Gambar 2.23. <i>Candidate oriented campaign</i> | 29 |
| Gambar 2.24. <i>Ideologically oriented campaign</i> | 30 |
| Gambar 2.25. Kampanye mengenai HIV melalui majalah | 39 |
| Gambar 2.26. Kampanye mengenai anjing terlantar melalui brosur | 40 |
| Gambar 2.27. Media kampanye <i>out of home</i> | 41 |
| Gambar 2.28. Media kampanye jejaring sosial | 42 |
| Gambar 2.29. Ilustrasi perbandingan mata sehat dengan retinoblastoma..... | 44 |
| Gambar 2.30. <i>Cat's eyes unilateral</i> | 44 |
| Gambar 3.1. Wawancara dengan dr. Neni Anggraeni Sp. M..... | 50 |
| Gambar 3.2. Wawancara dengan dr. Julie D. Barliana Sp. M | 52 |
| Gambar 3.3. Wawancara dengan orang tua pasien RB | 56 |
| Gambar 3.4. Wawancara dengan orang tua pasien RB | 58 |
| Gambar 3.5. Diagram gender responden..... | 60 |
| Gambar 3.6. Diagram gender responden..... | 60 |
| Gambar 3.7. Skala usia anak reponden | 61 |
| Gambar 3.8. Diagram pengetahuan responden mengenai retinoblastoma | 62 |
| Gambar 3.9. Diagram anggaran kesehatan | 62 |
| Gambar 3.10. Diagram gangguan mata anak | 63 |
| Gambar 3.11. Kampanye #LookSharpForRb..... | 65 |
| Gambar 3.12. Konten video kampanye..... | 66 |
| Gambar 3.13. Kampanye “ <i>Flu Fighter</i> ” | 67 |
| Gambar 3.14. Media kampanye “ <i>Flu Fighter</i> ” | 68 |
| Gambar 3.15. Merchandise “ <i>Flu Fighter</i> ” | 68 |

| | |
|---|----|
| Gambar 3.16. Logo kampanye sosial “ <i>Slay Leukemia</i> ” | 69 |
| Gambar 3.17. Media kampanye sosial “ <i>Slay Leukimia</i> ” | 70 |
| Gambar 3.18. Konten media sosial kampanye sosial “ <i>Slay Leukimia</i> ” | 71 |
| Gambar 4.1. <i>Mind Mapping</i> | 76 |
| Gambar 4.2. <i>Brainstorm</i> dari kata kunci pada <i>mind map</i> | 77 |
| Gambar 4.3. Rancangan logo kampanye sosial | 78 |
| Gambar 4.4. Proses sketsa logo..... | 79 |
| Gambar 4.5. Proses perancangan digital logo..... | 80 |
| Gambar 4.6. Sketsa perancangan awal poster kampanye sosial | 82 |
| Gambar 4.7. Perancangan alternatif awal poster kampanye sosial | 82 |
| Gambar 4.8. Referensi karakter poster..... | 83 |
| Gambar 4.9. Referensi karakter poster..... | 84 |
| Gambar 4.10. Referensi karakter poster..... | 84 |
| Gambar 4.11. Sketsa alternatif kedua poster kampanye sosial | 85 |
| Gambar 4.12. Rancangan layout alternatif kedua poster kampanye sosial..... | 85 |
| Gambar 4.13. Rancangan alternatif kedua poster | 86 |
| Gambar 4.14. Rancangan referensi jam untuk poster kampanye sosial..... | 87 |
| Gambar 4.15. Rancangan layout poster kampanye sosial..... | 87 |
| Gambar 4.16. Rancangan poster kampanye sosial..... | 88 |
| Gambar 4.17. Rancangan brosur kampanye sosial | 89 |
| Gambar 4.18. <i>Grid</i> pada brosur | 90 |
| Gambar 4.19. Sketsa rancangan tampilan <i>website</i> kampanye sosial | 91 |
| Gambar 4.20. Rancangan tampilan <i>website</i> kampanye sosial..... | 93 |

| | |
|--|-----|
| Gambar 4.21. Perancangan konten media sosial Instagram..... | 94 |
| Gambar 4.22. Perancangan konten media sosial Facebook | 94 |
| Gambar 4.23. Sketsa konten media sosial..... | 95 |
| Gambar 4.24. Konten media sosial | 95 |
| Gambar 4.25. Perancangan <i>merchandise</i> | 96 |
| Gambar 4.26. <i>Color Scheme</i> | 97 |
| Gambar 4.27. Tipografi yang digunakan pada media kampanye sosial | 98 |
| Gambar 4.28. <i>Single column-grid</i> | 100 |
| Gambar 4.29. Rancangan layout poster kampanye sosial..... | 101 |
| Gambar 4.30. <i>Grid</i> pada brosur | 102 |
| Gambar 4.31. <i>Modular grid</i> | 102 |
| Gambar 4.32. <i>Color Scheme</i> | 104 |
| Gambar 4.33. Tipografi yang digunakan pada media kampanye sosial | 105 |



DAFTAR TABEL

| | |
|--|-----|
| Tabel 4.1. <i>Media Planning</i> | 106 |
| Tabel 4.2. <i>Budgeting</i> | 108 |



DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--|--------------|
| LAMPIRAN A: SURAT IZIN WAWANCARA YKAKI | xvi |
| LAMPIRAN B: SURAT IZIN MEMINTA DATA RB KE P2PTM | xvii |
| LAMPIRAN C: LEMBAR BIMBINGAN..... | xviii |
| LAMPIRAN D: LEMBAR BIMBINGAN DOSEN SPESIALIS..... | xxi |
| LAMPIRAN E: TAMPILAN DISPLAY TUGAS AKHIR | xxiii |

