



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 VISUAL KAMPANYE SOSIAL
MENGENAI PENCEGAHAN DIABETES MELLITUS PADA
ANAK USIA 7-12 TAHUN**

Laporan Tugas Akhir

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



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Nama : Shannen Tanzil
NIM : 12120210366
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni & Desain

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2016

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Shannen Tanzil
NIM : 12120210366
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni & Desain
Universitas Multimedia Nusantara
Judul Tugas Akhir :

PERANCANGAN VISUAL KAMPANYE SOSIAL MENGENAI PENCEGAHAN DIABETES MELLITUS PADA ANAK USIA 7-12 TAHUN

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 Orisinalitas 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 Sarjana Desain (S.Ds.) yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 15 Juni 2016

Shannen Tanzil



UMN

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR
PERANCANGAN VISUAL KAMPANYE SOSIAL
PENCEGAHAN DIABETES MELLITUS
PADA ANAK 7-12 TAHUN

Oleh

Nama : Shannen Tanzil
NIM : 12120210366
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni & Desain

Tangerang, 23 Juni 2016

Pembimbing

Joni Nur Budi Kawulur, S.Sn., M.Ds.

Penguji

Ketua Sidang

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

Leonardo A. Widya, S.Sn., M.Ds.

Ketua Program Studi

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

KATA PENGANTAR

Segala puji dan rasa syukur yang melimpah penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat-Nya, penulis mendapatkan kesempatan untuk mengikuti dan menyelesaikan tugas akhir yang sudah berlangsung selama satu semester ini. Pada perancangan tugas akhir ini, penulis mengambil topik yang berhubungan dengan penyakit diabetes melitus karena penulis sendiri memiliki riwayat diabetes di dalam keluarga. Bukan hanya itu saja, penulis yang merancang tugas akhir dengan judul “Perancangan Visual Kampanye Sosial Mengenai Pencegahan Diabetes Mellitus pada anak usia 7-12 tahun” ingin mengangkat isu tentang penyakit berbahaya ini yang bisa menyerang seorang anak kecil.

Bukan hanya kasus diabetes pada orang dewasa yang setiap tahunnya semakin meningkat, tetapi kasus diabetes pada anak juga semakin meningkat. Oleh karena itu, penulis ingin merancang sebuah kampanye yang pada akhirnya dapat mengubah pola hidup dan makan target yang masih memicu risiko diabetes.

Penulis dalam masa perancangan tugas akhir ini tidak akan bisa selesai sampai ke garis akhir, jika tidak ada orang-orang dibawah ini yang selalu memberikan dukungan yang tidak terbatas dan mendorong penulis untuk selalu semangat. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan yang Maha Esa atas berkat-Nya yang diberikan untuk penulis senantiasa mulai dari awal perancangan tugas akhir sampai penyelesaian penulisan tugas akhir ini.

2. Yusup Sigit Martyastiadi, S.T., M.Inf.Tech., selaku Ketua Progam Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Multimedia Nusantara.
3. Joni Nur Budi Kawulur, S.Sn., M.Ds., selaku dosen pembimbing penulis yang selalu sabar dalam memberikan masukan dan memberikan semangat kepada penulis untuk terus menyelesaikan tugas akhir ini sampai ke garis akhir.
4. Leonardo A. Widya, S.Sn., M.Ds., selaku ketua sidang akhir penulis yang telah memberikan masukan yang membangun yang akan membantu penulis berkembang sebagai seorangdesainer grafis.
5. Zamzami Almakki, S.Pd., M.Ds., selaku penguji sidang akhir dan dosen wali penulis yang juga telah memberikan masukan yang membangun yang akan membantu penulis berkembang sebagai seorang desainer grafis.
6. Gideon K. F. H. Hutapea, S.T., M.Ds., selaku dosen wali yang sudah memberikan masukan kepada penulis perihal latar belakang masalah yang diangkat.
7. Dr. Suwendi, SpPD dan Dr. Rena Winanti, selaku dokter yang sudah menjadi narasumber yang sudah menyediakan informasi yang sangat bermanfaat untuk penulis.
8. Orangtua, kakak dan adik penulis yang selalu mendoakan yang terbaik dan selalu mengingatkan penulis untuk selalu semangat di masa-masa yang genting.

9. Keluarga dari Ibu Lily dan Seraphine yang sudah membantu penulis dalam banyak hal termasuk menjadi model dalam poster yang divisualisasikan oleh penulis.
10. Teman-teman dari penulis: Jessica Halim, Cecillia Setiadi, Jessica Candra, Vivin Jolanda, Levina Adelyn, Fifiani Lugito, Sellie Oktaviani, Angelica Meilinda, Amelia Permadi, Jessica Martha, Yemima Kornelius, Gladys Prawira dan masih banyak lagi yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu atas dukungan, doa dan semangat yang selalu diberikan untuk penulis.
11. Teman-teman dalam grup CepatNikah: Fifiani Lugito, Daniz Puspita, Elvenza Natasha, Jeremia R.R. Panjaitan, Anisa Situ Ulfa, Ayu Nisa Larasati yang senantiasa saling memberikan dukungan satu sama lain selama perancangan tugas akhir ini.

Tangerang, 15 Juni 2016

Shannen Tanzil

UMMN

ABSTRAKSI

Diabetes Melitus adalah penyakit yang secara umum sudah diketahui oleh masyarakat Indonesia. Walaupun begitu, Indonesia sekarang sudah berada di peringkat ke-7 dengan penderita diabetes terbanyak di seluruh dunia. Masalah lain yaitu banyak yang tidak mengetahui bahwa penyakit ini bukan hanya menyerang orang dewasa dan lansia tetapi juga bisa menyerang anak-anak. Berdasarkan data yang dimiliki oleh UKK Endokrinologi Anak PP IDAI (Ikatan Dokter Anak Indonesia), terjadi peningkatan pada anak-anak penderita diabetes setiap tahunnya. Oleh karena itu, penulis bermaksud merancang sebuah kampanye sosial yang bukan hanya bersifat edukatif namun preventif untuk mengubah pola makan dan hidup yang memicu diabetes pada anak-anak. Dalam merancang kampanye sosial ini, penulis menggunakan mengumpulkan data dengan metode riset formatif yang terdiri dari metode survei, metode wawancara mendalam dan metode diskusi kelompok terarah. Selain itu, kampanye ini menggunakan strategi AIDA yaitu Attention, Interest, Desire, Action dimana dalam tiap tahapan terdapat media utama dan media pendukung seperti poster, brosur, website, dan media lain yang dirancang sesuai dengan target yaitu orangtua yang memiliki anak usia 7-12 tahun.

Kata kunci: kampanye sosial, diabetes melitus, anak-anak, orangtua, AIDA, metode riset formatif.

UMMN

ABSTRACT

In general, most of Indonesian people have a basic knowledge on Diabetes Mellitus. Despite that fact, Indonesia is in the seventh highest rank for countries with most people inflicted with diabetes in the whole world. Another problem is that most of them have no clue Diabetes Mellitus is also risky for little children. Based on UKK Endokrinologi Anak PP IDAI's data, there has been an increase on children with diabetes every year. With that in mind, writer would like to create a social campaign to not just educate but prevent diabetes on children by changing an eating and life pattern that spark diabetes on children. While creating this campaign, writer also use a method known as research formative method, including survey, depth-in interview and focus group discussion to collect informations. Writer also use a strategy called AIDA, which stands for Attention, Interest, Desire, Action. In these phase, there are main media and supportive media, such as posters, brochure, website as well as various media used to target parents who have a 7-12 years old child.

Keywords: social campaign, diabetes mellitus, children, parents, AIDA, research formative method.

U M N

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.....	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	3
1.3. Batasan Masalah	3
1.4. Tujuan Tugas Akhir	4
1.5. Metode Pengumpulan Data.....	5
1.5.1. Data Primer	5
1.5.2. Data Sekunder	6
1.6. Metode Perancangan	6
1.7. Skematika Perancangan	10

BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1. Kampanye	11
2.1.1. Definisi Kampanye.....	11
2.1.2. Tujuan Kampanye	12
2.1.3. Jenis Kampanye	14
2.1.4. Model-Model Kampanye	15
2.1.5. Strategi Kampanye Sosial	22
2.1.6. Saluran Komunikasi Kampanye.....	24
2.2. Diabetes Melitus pada Anak	26
2.2.1. Gejala Diabetes Melitus	27
2.2.2. Klasifikasi Diabetes Melitus	29
2.2.3. Penyebab Diabetes Melitus	31
2.2.4. Bahaya Diabetes Melitus pada Anak	32
2.3. Masa Anak-Anak	35
2.3.1. Karakteristik Anak Sekolah Dasar	35
2.3.2. Perkembangan Psikososial Anak-Anak	37
2.4. Desain Grafis	37
2.4.1. Prinsip-Prinsip Desain.....	38
2.4.2. Teori Warna	39
2.4.3. Tipografi.....	41
2.4.4. Layout	42
2.4.5. Logo	43

2.4.6.	Fotografi.....	45
BAB III METODOLOGI.....		49
3.1.	Gambaran Umum	49
3.2.	Metode Wawancara Mendalam (<i>Depth Interview Method</i>).....	49
3.2.1.	Wawancara dengan Ketua Umum PERSADIA	50
3.2.2.	Wawancara dengan Dokter Spesialis Penyakit Dalam Endokrin- Metabolik-Diabetes	52
3.2.3.	Wawancara dengan Dokter Spesialis Penyakit Dalam	56
3.2.4.	Wawancara dengan Dokter Umum	61
3.2.5.	Wawancara dengan Orangtua yang Memiliki Anak Penderita Diabetes.....	64
3.2.6.	Kesimpulan dari Metode Wawancara Mendalam	65
3.3.	Metode Diskusi Kelompok Terarah (<i>Focus Group Discussion</i> <i>Method</i>).....	66
3.3.1.	FGD dengan Para Orangtua	66
3.3.2.	FGD dengan Para Anak Muda	69
3.3.3.	Kesimpulan dari Metode Diskusi Kelompok.....	71
3.4.	Metode Survei.....	71
3.4.1.	Kesimpulan Metode Survei.....	76
3.5.	Studi Existing.....	77
BAB IV KONSEP DAN PERANCANGAN.....		84
4.1.	Konsep Perancangan	84

4.1.1.	Tujuan perancangan	84
4.1.2.	Jenis Kampanye	85
4.1.3.	Strategi AIDA	85
4.2.	Mindmapping	86
4.3.	Brainstorming.....	88
4.4.	Perancangan	89
4.5.	Aplikasi pada Media	91
4.5.1.	Visual Logo.....	91
4.5.2.	Visual Poster	92
4.5.3.	Brosur.....	97
4.5.4.	Website.....	99
4.5.5.	Magazine Ad.....	101
4.5.6.	X-Banner	101
4.5.7.	Media pendukung lainnya.....	102
4.6.	Media Plan	106
4.7.	Budgetting.....	106
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		110
5.1.	Kesimpulan	110
5.2.	Saran	111
DAFTAR PUSTAKA.....		xviii

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Diagram Diabetes Tipe 1.....	29
Gambar 2.2. Diagram Diabetes Tipe 2.....	30
Gambar 3.1. Data Penderita Diabetes di Indonesia.....	51
Gambar 3.2. Wawancara tidak langsung dengan Prof. Dr. Sarwono Waspadji, SpPD-KEMD.	52
Gambar 3.3. Wawancara tidak langsung dengan Prof. Dr. Sarwono Waspadji, SpPD-KEMD.	53
Gambar 3.4. Penulis dengan Dr. Suwendi, Sp.PD.	57
Gambar 3.5. Penulis dengan Dr. Rena Winanti	61
Gambar 3.6. Penulis dengan peserta FGD Orangtua	67
Gambar 3.7. Penulis dengan peserta FGD Anak Muda	70
Gambar 3.8. Poster Kampanye Sosial Aku Bangga Aku Tahu	78
Gambar 3.9. Logo Kampanye Aku Bangga Aku Tahu.....	78
Gambar 3.10. Event dari Kampanye #Brrrgerak30	80
Gambar 3.11. Poster Kampanye Sosial BeMindful	81
Gambar 3.12. Media Utama Kampanye Sosial Half For Happiness.....	82
Gambar 4.1. Mindmapping Keyword Kampanye	86
Gambar 4.2. Mindmapping Keyword Kampanye	87
Gambar 4.3. Brainstorming Logo Kampanye	88
Gambar 4.4. Font Panton	90
Gambar 4.5. Font Campton Bold	90
Gambar 4.6. Font Campton Light	91
Gambar 4.7. Pengaplikasian Logo dalam Background Putih dan Hitam.....	91
Gambar 4.8. Pengaplikasian Tagline dalam Background Putih dan Hitam.....	92
Gambar 4.9. Font Logo Kampanye; VAG Round	92
Gambar 4.10. Font Tagline Kampanye; DasBougie	92
Gambar 4.11. Warna yang Diaplikasikan ke dalam Logo Kampanye.....	92
Gambar 4.12. Visual Akhir Poster Attention	93
Gambar 4.13. Visual Akhir Poster Interest & Desire.....	94

Gambar 4.14. Visual Akhir Poster Action	95
Gambar 4.15. Pengaplikasian Poster Attention di dalam Supermarket	96
Gambar 4.16. Pengaplikasian Poster Interest & Desire di dalam Lift Rumah Sakit	97
Gambar 4.17. Tampilan Depan Brosur Kampanye	98
Gambar 4.18. Tampilan Isi Brosur Kampanye	98
Gambar 4.19. Mock-up Website Kampanye.....	99
Gambar 4.20. Tampilan Website Kampanye	100
Gambar 4.21. Penempatan Poster Attention dalam Majalah Parenting	101
Gambar 4.22. Penempatan X-Banner untuk Promosi Event Kampanye	102
Gambar 4.23. Mock-up Instagram <i>Page</i> Kampanye.....	102
Gambar 4.24. Mock-up Facebook <i>Page</i> Kampanye	103
Gambar 4.25. Mock-up T-Shirt Orang Dewasa	103
Gambar 4.26. Mock-up T-shirt Anak Kecil	103
Gambar 4.27. Mock-up Pin.....	104
Gambar 4.28. Mock-up <i>Merchandise</i> : Notepad.....	104
Gambar 4.29. Mock-up <i>Merchandise</i> : Mug.....	104
Gambar 4.30. Mock-up <i>Merchandise</i> : Topi.....	105
Gambar 4.31. Mock-up <i>Merchandise</i> : Pulpen	105
Gambar 4.32. Mock-up <i>Merchandise</i> : Tote Bag	105

U M N

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Pertanyaan Kuesioner No. 1.....	72
Tabel 3.2. Pertanyaan Kuesioner No. 2.....	72
Tabel 3.3. Pertanyaan Kuesioner No. 3.....	73
Tabel 3.4. Pertanyaan Kuesioner No. 4.....	73
Tabel 3.5. Pertanyaan Kuesioner No. 5.....	74
Tabel 3.6. Pertanyaan Kuesioner No. 6.....	75
Tabel 3.7. Pertanyaan Kuesioner No. 7.....	75
Tabel 3.8. Pertanyaan Kuesioner No. 8.....	76
Tabel 4.1. Media Plan Kampanye SALAMAN	106
Tabel 4.2. Biaya Desain dalam Perancangan Kampanye.....	106
Tabel 4.3. Biaya Produksi Selama Kampanye Berlangsung.....	107
Tabel 4.4. Rincian Dana dari Sponsor	109

UMMN

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A: Diagram Hasil Kuesioner	xxi
LAMPIRAN B: Surat Ijin Wawancara	xxiv
LAMPIRAN C: Kartu Bimbingan	xxv
LAMPIRAN D: Display Sidang Akhir.....	xxix



UMN