



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:

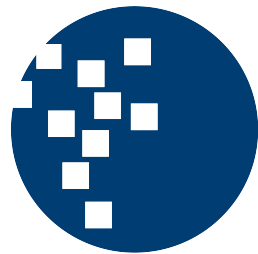
This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL MENCEGAH

KEKERASAN PSIKIS SUAMI TERHADAP ISTRI

Laporan Tugas Akhir

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



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Nama : Tessa Yollanda
NIM : 12120210112
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

TAHUN

2016

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tessa Yollanda

NIM : 12120210112

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Universitas Multimedia Nusantara

Judul Tugas Akhir :

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL MENCEGAH KEKERASAN
PSIKIS SUAMI TERHADAP ISTRI**

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 narasumber.

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, 5 April 2016



Tessa Yollanda



HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR
PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL MENCEGAH
KEKERASAN PSIKIS SUAMI TERHADAP ISTRI

Oleh

Nama : Tessa Yollanda

NIM : 12120210112

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

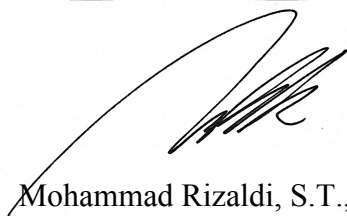
Tangerang, 5 April 2016

Pembimbing



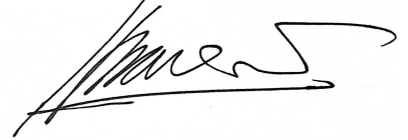
Ratna Cahaya Rina Wirawan Putri, S. Sos., M. Ds.

Penguji



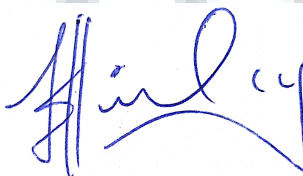
Mohammad Rizaldi, S.T., M.Ds.

Ketua Sidang



Gideon K. F., S.T., M.Ds

Ketua Program Studi



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

KATA PENGANTAR

Komnas Perempuan mencatat kasus kekerasan terhadap perempuan semakin meningkat setiap tahunnya. Namun, lembaga tersebut yakin masih banyak kasus yang belum terungkap. Kasus kekerasan dalam rumah tangga dianggap sebagai hal yang lumrah dalam masyarakat dan merupakan masalah internal keluarga. Karena itu, permasalahan tersebut dianggap tabu untuk dibicarakan. Berdasarkan data yang telah dijabarkan, penulis tertarik untuk mendalami informasi yang ada dan melakukan tindakan atas permasalahan sosial ini.

Topik ini sangat penting untuk dibaca, khususnya untuk perempuan agar mereka dapat lebih mengerti kekerasan dalam rumah tangga. Penelitian yang dilakukan penulis ini diharapkan dapat menambah wawasan terkait masalah kekerasan dalam rumah tangga. Penulis juga berharap agar masyarakat merasa terdorong untuk ikut membantu mencegah kekerasan agar tidak terjadi pada perempuan.

Laporan ini bukanlah karya satu orang saja. Tulisan ini tidak akan selesai tanpa bantuan dan dukungan dari sekitar penulis. Karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Yusup S. Martyastiadi, S.T., M.Inf.Tech., selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Multimedia Nusantara.
2. Ratna Cahaya Rina Wirawan Putri, S.Sos., M.Ds., selaku dosen pembimbing dalam penulisan laporan tugas akhir ini.
3. Dr. Dra. Budi Wahyuni, MM, MA, selaku narasumber dari pihak

Komnas Perempuan yang telah membantu penulis dengan menyediakan waktu dan menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan.

4. Reynitta Poerwito, Bach. of Psych., M. Psi., selaku narasumber yang telah menyediakan waktu untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan.
5. Para dosen pembimbing Desain Grafis yang selalu percaya pada penulis dan mendukung penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Keluarga dan teman-teman yang telah mendukung dan menyemangati penulis hingga akhirnya laporan tugas akhir ini selesai.

Tangerang, 5 April 2016



Tessa Yollanda



ABSTRAKSI

Angka kasus kekerasan dalam rumah tangga semakin meningkat setiap tahunnya. Korban kekerasan pada umumnya adalah perempuan. Kekerasan dalam rumah tangga umumnya diawali dengan kekerasan psikis. Walaupun terkesan remeh, kekerasan psikis seringkali meninggalkan luka yang sangat dalam dan dapat mematahkan semangat dan rasa percaya diri perempuan. Karena itu, diperlukan kampanye sosial yang dapat membantu meningkatkan kesadaran terhadap kekerasan psikis terhadap istri dan mencegah terjadinya kekerasan tersebut.

Pemilihan media kampanye sosial akan dilakukan berdasarkan hasil data yang penulis kumpulkan. Pengumpulan data untuk penelitian menggunakan metode primer dan sekunder. Metode primer yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan melalui wawancara narasumber, sedangkan metode sekunder menggunakan studi literatur.

Kata kunci : kampanye sosial, kekerasan psikis, rumah tangga, perempuan

UMMN

ABSTRACT

The number cases of domestic violence is increasing every year. The victims are generally women. Domestic violence is generally preceded by psychological violence. Although it seems trivial, psychological violence is often left deep wounds and can break women's confidence. Therefore, social campaign is needed to help increase awareness of psychological violence and to prevent the violence.

Media for social campaign will be selected based on the data which writer's had collected. The data is collected using primary method which is carried out by interview, and secondary method which is conducted by literature.

Keywords : social campaign, psychological violence, domestic, women

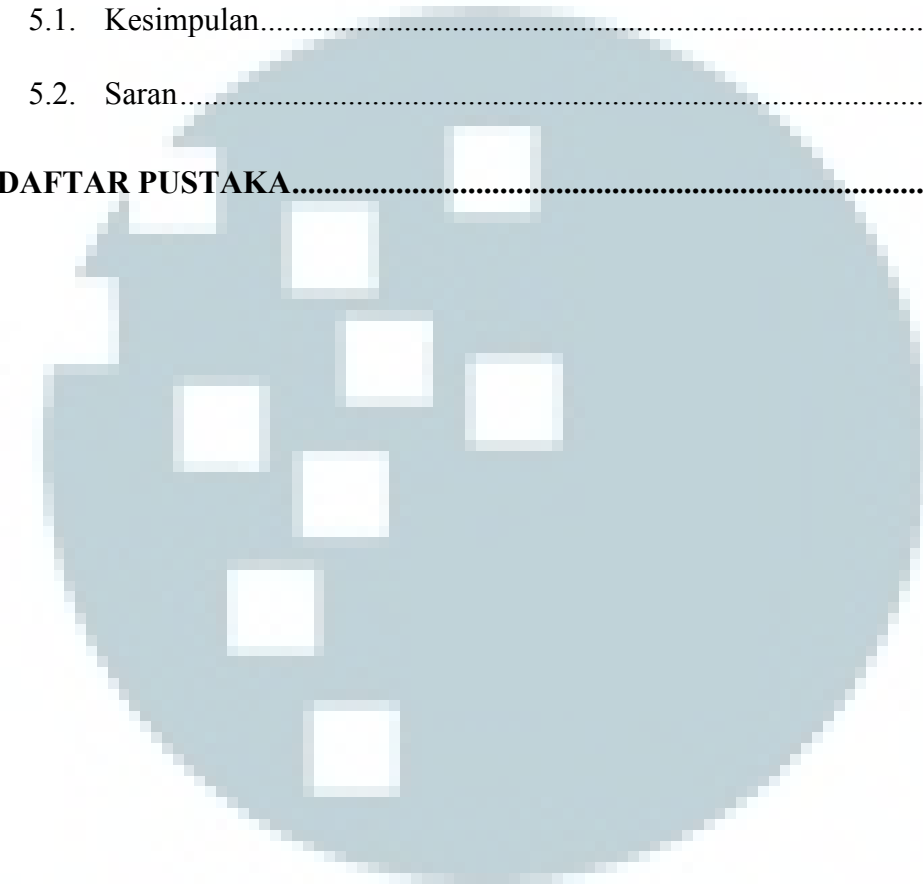
UMMN

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAKSI	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Batasan Masalah.....	3
1.4. Tujuan Penelitian Tugas Akhir	5
1.5. Manfaat Penelitian.....	5
1.6. Metode Pengumpulan Data	6
1.7. Metode Perancangan	7
1.8. Skematika Perancangan.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1. Kekerasan Dalam Rumah Tangga.....	10

2.2. Kajian Perempuan	19
2.3. Kampanye.....	24
2.4. STP	36
2.5. Media.....	39
2.6. Fotografi	47
2.7. Ilustrasi.....	47
2.8. Elemen dalam Desain Kampanye Sosial.....	48
2.8.2. Tipografi	54
2.8.3. Warna	56
BAB III METODOLOGI.....	60
3.1. Gambaran Umum	60
3.2. Wawancara	60
3.4. SWOT.....	85
3.5. <i>Mind Mapping</i>	86
3.6. Konsep Kreatif	86
BAB IV PERANCANGAN	87
4.1. Konsep Perancangan Kampanye.....	87
4.2. Konsep Pesan	92
4.3. Nama Kampanye.....	92
4.4. Ide Kreatif	93
4.5. Konsep Perancangan Visual.....	94
4.6. Aplikasi Media	107
4.7. Timeline	118

4.8. Budgeting	118
BAB V KESIMPULAN	120
5.1. Kesimpulan.....	120
5.2. Saran.....	121
DAFTAR PUSTAKA.....	xi



U M M N

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kampanye Politik.....	25
Gambar 2.2. Kampanye Periklanan	26
Gambar 2.3. Kampanye Sosial	26
Gambar 2.4. Proses Perencanaan Kampanye.....	28
Gambar 2.5. Model Kampanye Ostergaard	32
Gambar 2.6. <i>The Five Functional Stages Development Model</i>	33
Gambar 2.7. <i>The Communicative Functions Model</i>	33
Gambar 2.8. <i>The Diffusion of Innovation Model</i>	34
Gambar 2.9. Contoh Iklan Majalah	39
Gambar 2.10. Contoh Iklan Koran.....	40
Gambar 2.11. Contoh Billboard.....	41
Gambar 2.12. Contoh Poster.....	42
Gambar 2.13. Contoh Brosur.....	42
Gambar 2.14. Contoh <i>Ambience Advertising</i>	43
Gambar 2.15. Contoh Situs Web	44
Gambar 2.16. Contoh Jejaring Sosial	45
Gambar 2.17. Contoh Video Online	46
Gambar 2.18. Contoh <i>Big Type Layout</i>	48
Gambar 2.19. Contoh <i>Circus Layout</i>	49
Gambar 2.20. Contoh <i>Copy Heavy</i>	50
Gambar 2.21. Contoh <i>Frame</i>	50

Gambar 2.22. Contoh <i>Mondrian</i>	51
Gambar 2.23. Contoh <i>Multipanel</i>	52
Gambar 2.24. Contoh <i>Picture Window</i>	52
Gambar 2.25. Contoh <i>Rebus</i>	53
Gambar 2.26. Contoh <i>Silhouette</i>	54
Gambar 2.27. Typeface Blackletter	55
Gambar 2.28. Typeface Book Antiqua	55
Gambar 2.29. Typeface Gill Sans	56
Gambar 2.30. Typeface Brush Script.....	56
Gambar 3.1. Wawancara dengan Budi Wahyuni.....	61
Gambar 3.2. Wawancara dengan Reynitta Poerwito	67
Gambar 3.3. Visualisasi Kampanye Sosial <i>Weapon of Choice Project</i>	75
Gambar 3.4. Simbol <i>NO MORE</i>	77
Gambar 3.5. Visualisasi Iklan Layanan Masyarakat <i>NO MORE</i>	78
Gambar 3.6. Visualisasi Media Sekunder Kampanye <i>NO MORE</i>	79
Gambar 3.7. Logo AWARE	80
Gambar 3.8. Logo We Can! Singapore.....	80
Gambar 3.9. Janji Pembawa Perubahan.....	81
Gambar 3.10. Video Teater Interaktif "Would You Step In?"	82
Gambar 3.11. Tampilan Situs Jaringan.....	83
Gambar 3.12. Tampilan Video <i>Motion Graphics</i>	84
Gambar 3.13. <i>Mind mapping</i>	86
Gambar 4.1. Logo Komnas Perempuan.....	91

Gambar 4.2. <i>Brainstorming</i> Nama Kampanye	92
Gambar 4.3. <i>Brainstorming</i> Visual Logo	94
Gambar 4.4. Sketsa Alternatif Logo	95
Gambar 4.5. Logo Kampanye.....	95
Gambar 4.6. Jenis Huruf Untuk Logo	96
Gambar 4.7. Warna Logo	96
Gambar 4.8. Sketsa Visual.....	98
Gambar 4.9. Proses Foto.....	99
Gambar 4.10. Hasil Foto.....	100
Gambar 4.11. Hasil Visual.....	102
Gambar 4.12. Visual Video <i>Motion Graphics</i>	104
Gambar 4.13. Jenis Huruf Untuk <i>Headline</i>	105
Gambar 4.14. Jenis Huruf Untuk Subheadline	105
Gambar 4.15. Visual di Media Sosial	108
Gambar 4.16. Iklan Tabloid.....	110
Gambar 4.17. Iklan Majalah	111
Gambar 4.18. Tampilan Video <i>Motion Graphics</i>	113
Gambar 4.19. Tampilan Situs	114
Gambar 4.20. Baju.....	115
Gambar 4.21. Kalender.....	115
Gambar 4.22. Paper Bag.....	116
Gambar 4.23. Mug.....	116
Gambar 4.24. Tumbler.....	117

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Timeline.....	118
Tabel 4.2. Budgeting	119



UMN