

PROYEK AKHIR DESAIN KOMUNIKASI VISUAL PERIODE VIII



**PERANCANGAN KAMPANYE BIJAK MENGGUNAKAN *HANDPHONE* PADA SAAT
BERKUMPUL BERSAMA MELALUI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

Dikerjakan oleh:

Natalia Hartono

12.13.0019

Pembimbing

Peter Ardhianto, S.Sn, M.Sn

Tabita Nani Aryani, S.Sn

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
PERIODE GENAP 2015/2016

HALAMAN PENGESAHAN

Judul :

**PERANCANGAN KAMPANYE BIJAK MENGGUNAKAN *HANDPHONE* PADA SAAT
BERKUMPUL BERSAMA MELALUI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

Dikerjakan oleh:

Natalia Hartono

12.13.0019

Program Studi Desain Komunikasi Visual

Fakultas Arsitektur dan Desain

Universitas Katolik Soegijapranata

Semarang, 17 Juni 2016

Mengesahkan

Dekan
Fakultas Arsitektur dan Desain

Ketua Program Studi
Desain Komunikasi Visual

Koordinator
Proyek Akhir DKV 08

Dra B. Tyas Susanti, M.A., Ph.D
NIDN 0626076501

Ag. Dicky Prastomo, S.IP., M.A.
NPP 058.1.2013.283

Ir. IGN Dono Sayoso, MSR
NIDN 0608075601

HALAMAN PENGESAHAN

Judul :

PERANCANGAN KAMPANYE BIJAK MENGGUNAKAN *HANDPHONE* PADA SAAT
BERKUMPUL BERSAMA MELALUI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

Dikerjakan :

Natalia Hartono

12.13.0019

Program Studi Desain Komunikasi Visual

Fakultas Arsitektur dan Desain

Universitas Katolik Soegijapranata

Semarang, 17 Juni 2016

Menyetujui,

Pembimbing I

Pembimbing II

Peter Ardianto, S.Sn, M.Sn

NPP 058.1.2015.295

Tabita Nani Aryani, S.Sn

NPP 058.1.2010.275

Penguji I

Penguji II

Penguji III

Peter Ardianto, S.Sn, M.Sn

NPP 058.1.2015.295

Ir. IGN Dono Sayoso, MSR

NIDN 0608075601

Tabita Nani Aryani, S.Sn

NPP 058.1.2010.275

PERNYATAAN ORISINALITAS

Nama : Natalia Hartono

NIM : 12.13.0019

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Arsitektur dan Desain

Universitas : Katholik Soegijapranata Semarang

Judul :

PERANCANGAN KAMPANYE BIJAK MENGGUNAKAN *HANDPHONE* PADA SAAT
BERKUMPUL BERSAMA MELALUI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

Menyatakan bahwa proyek akhir ini beserta keseluruhan desain yang sudah ada merupakan hasil dari karya dari saya sendiri dan telah mengikuti peraturan sesuai dengan akademik dalam melakukan kutipan . Apabila nanti ditemukan adanya bukti manipulasi, plagiasi atau pemalsuan data dalam bentuk apapun, maka saya bersedia untuk menerima sanksi dari Program Studi Desain Komunikasi Visual, Unika Soegijapranata Semarang. Saya juga bersedia serta menyetujui apabila karya ini dipublikasikan untuk kepentingan akademis.

Semarang,

Natalia Hartono

12.13.0019

PRAKATA

Puji dan Syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan bimbingan-Nya penulis dapat menyelesaikan laporan Proyek Akhir Desain Komunikasi Visual dengan judul Perancangan Kampanye Bijak Menggunakan Handphone Pada Saat Berkumpul Bersama Melalui Desain Komunikasi Visual. Tujuan penulis memilih judul ini yaitu agar remaja menjadi lebih sadar dan jadi bijak dalam penggunaan *handphone* terutama pada saat berkumpul. Laporan Proyek Akhir ini penulis susun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Desain Komunikasi Visual di Unika Soegijapranata.

Dalam proses penyusunan laporan ini, penulis juga mendapatkan beberapa hambatan, pengalaman serta ilmu pengetahuan yang baru yang tentunya belum pernah dirasakan dan didapatkan oleh penulis, namun berkat bantuan dari berbagai pihak sehingga makalah ini akhirnya terselesaikan. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak – pihak yang telah membantu dan mendukung dalam menyelesaikan laporan Proyek akhir ini :

1. Bapak Peter Ardhianto, S.Sn, M.Sn., selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan arahan dan bimbingan dalam penyusunan laporan ini hingga akhir.
2. Ibu Tabitha Aryani, S. Sn., selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu dan memberikan arahan dalam penyusunan laporan ini dari awal hingga akhir.
3. Orang tua dan keluarga yang telah mendukung secara moril dan materil selama penyusunan laporan
4. Gabriel yang telah mendukung dan memberikan semangat dalam penyusunan laporan ini.

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari sempurna. Maka dari itu, penulis sangat mengharapkan dan menerima segala kritik dan saran yang membangun dari pembaca. Kemudian diharapkan semoga laporan ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Semarang,

Penulis

ABSTRAK

Adanya perkembangan teknologi terutama *handphone* menyebabkan terjadinya perubahan gaya hidup dan menyebabkan ketergantungan. Terutama pada remaja, dikarenakan mereka masih dalam masa peralihan, sifat mereka masih belum bisa mengontrol perilaku dengan bijak sehingga pada saat berkumpul bersama teman, mereka hanya asik sendiri dengan *handphonenya*. Hal ini menandakan etika dalam bersosialisasi remaja mulai luntur dan sudah tidak sesuai dengan norma dalam bermasyarakat. Sehingga dampaknya dapat menciptakan remaja yang individualis (antisosial).

Proyek akhir ini memiliki tujuan yaitu sebuah perancangan kampanye sosial yang mengajak para remaja untuk menjadi bijak dalam menggunakan *handphone* terutama pada saat mereka berkumpul bersama teman. Metode yang digunakan dalam pengumpulan data yaitu Kuisisioner, *Cultural Probing*, Studi Literatur, *Video Logging*, dan internet. Metode tersebut digunakan untuk mencari bagaimana kebiasaan dari target dalam menggunakan *handphone*, mengapa mereka melakukan hal tersebut, apa sebabnya, berapa lama mereka menggunakan *handphone* dan untuk apa saja.

Kata kunci : Bijak, *handphone*, berkumpul bersama teman, remaja, gaya hidup

The development of technology, especially cell phones cause changes in lifestyle and cause dependence. Especially the teenagers, because they are still in the transition, they still haven't been able to control behavior wisely so when they hanging out with their friends, they only play with their phone. This indicates the ethics in the community of teenagers began to fade and were not in accordance with the norm in society. Therefore, the impact it can create the individualist (antisosial).

The last project has the purpose of which is a design of social campaigns that brought the teens to be wise in using cell phones especially at the time they're hanging out with friends. The method used in the collection of data that is Kuisisioner, Cultural Probing, Study The, Video Logging that, and the Internet. The method is used to find out how the habits of the target in using cell phones, why do they do it, why is it, how long they are using cell phones and for anything.

The key word : Wise, the mobile phone, gathered with friends, teenagers, life style.

DAFTAR ISI

<p>HALAMAN JUDUL..... Error! Bookmark not defined.</p> <p>KATA PENGANTAR v</p> <p>ABSTRAK vi</p> <p>DAFTAR ISI..... vii</p> <p>DAFTAR TABEL ix</p> <p>DAFTAR GAMBAR x</p> <p>BAB I PENDAHULUAN..... 1</p> <p style="padding-left: 20px;">I.1 Latar Belakang Masalah 1</p> <p style="padding-left: 20px;">I.2 Identifikasi Masalah 2</p> <p style="padding-left: 20px;">I.3 Pembatasan Masalah 2</p> <p style="padding-left: 20px;">I.4 Perumusan Masalah 3</p> <p style="padding-left: 20px;">I.5 Tujuan Penelitian 3</p> <p style="padding-left: 20px;">I.6 Manfaat Penelitian 3</p> <p style="padding-left: 20px;">I.7 Metode Penelitian 3</p> <p style="padding-left: 20px;">I.8 Sistematika Penulisan..... 3</p> <p>BAB II TINJAUAN UMUM 5</p> <p style="padding-left: 20px;">II.1 Kerangka Berpikir 5</p> <p style="padding-left: 20px;">II.2 Landasan Teori..... 5</p> <p style="padding-left: 40px;">II.2.1 Teknologi Komunikasi..... 5</p> <p style="padding-left: 40px;">II.2.2 Internet 5</p> <p style="padding-left: 40px;">II.2.3 Remaja Akhir usia 18 – 23 tahun 6</p> <p style="padding-left: 40px;">II.2.4 Nilai Sosial..... 6</p> <p style="padding-left: 40px;">II.2.5 Norma Sosial..... 6</p> <p style="padding-left: 40px;">II.2.6 Etika 7</p> <p style="padding-left: 40px;">II.2.7 Etiket Pergaulan 7</p> <p style="padding-left: 40px;">II.2.8 Gaya Bahasa Sindiran 8</p> <p style="padding-left: 40px;">II.2.9 Warna..... 8</p> <p style="padding-left: 40px;">II.2.10 Teori Tipografi 8</p> <p style="padding-left: 40px;">II.2.11 Teori Layout..... 8</p> <p style="padding-left: 40px;">II.2.12 Teori Media Dan Periklanan 9</p> <p style="padding-left: 40px;">II.2.13 Teori Kampanye Sosial..... 9</p> <p style="padding-left: 40px;">II.2.14 Teori AISAS..... 9</p>	<p style="padding-left: 20px;">II.3 Kajian Pustaka 10</p> <p style="padding-left: 20px;">II.4 Studi Komparasi..... 11</p> <p>BAB III STRATEGI KOMUNIKASI 12</p> <p style="padding-left: 20px;">III.1 Analisis 12</p> <p style="padding-left: 40px;">III.1.1 Analisa Studi Literatur 12</p> <p style="padding-left: 40px;">III.1.2 Analisa Hasil Kuisisioner / Angket 12</p> <p style="padding-left: 40px;">III.1.3 Hasil Analisa Cultural Probing..... 19</p> <p style="padding-left: 40px;">III.1.4 Analisa Hasil <i>Video Logging</i> 22</p> <p style="padding-left: 40px;">III.1.5 Analisa SWOT 22</p> <p style="padding-left: 20px;">III.2 Sasaran Khalayak..... 23</p> <p style="padding-left: 20px;">III.3 Strategi Komunikasi 23</p> <p style="padding-left: 40px;">III.3.1 Kreatif Brief..... 23</p> <p style="padding-left: 40px;">III.3.2 Metode 5W + 1H..... 24</p> <p style="padding-left: 40px;">III.3.3 Strategi Penyampaian Pesan Sosial 24</p> <p style="padding-left: 40px;">III.3.4 Tema Kampanye..... 25</p> <p style="padding-left: 40px;">III.3.5 Judul Kampanye 25</p> <p style="padding-left: 40px;">III.3.6 Tahapan Kampanye..... 26</p> <p style="padding-left: 40px;">III.3.7 Strategi Media..... 27</p> <p style="padding-left: 40px;">III.3.8 Strategi Anggaran 28</p> <p>BAB IV STRATEGI KREATIF..... 29</p> <p style="padding-left: 20px;">IV.1 Konsep Verbal 29</p> <p style="padding-left: 40px;">IV.1.1 Konsep Kampanye..... 29</p> <p style="padding-left: 20px;">IV.2 Konsep Visual 29</p> <p style="padding-left: 40px;">IV.2.1 Konsep Logo..... 29</p> <p style="padding-left: 40px;">IV.2.2 Warna 29</p> <p style="padding-left: 40px;">IV.2.3 Tipografi pada logo 30</p> <p style="padding-left: 40px;">IV.2.4 Tipografi pada Media Promosi 30</p> <p style="padding-left: 40px;">IV.2.5 Elemen 30</p> <p style="padding-left: 40px;">IV.2.6 Konsep dasar kampanye 30</p> <p style="padding-left: 20px;">IV.3 Visualisasi Desain..... 31</p> <p style="padding-left: 40px;">IV.3.1 Graphic Standard Manual 31</p> <p style="padding-left: 40px;">IV.3.2 Maskot..... 33</p>
--	---

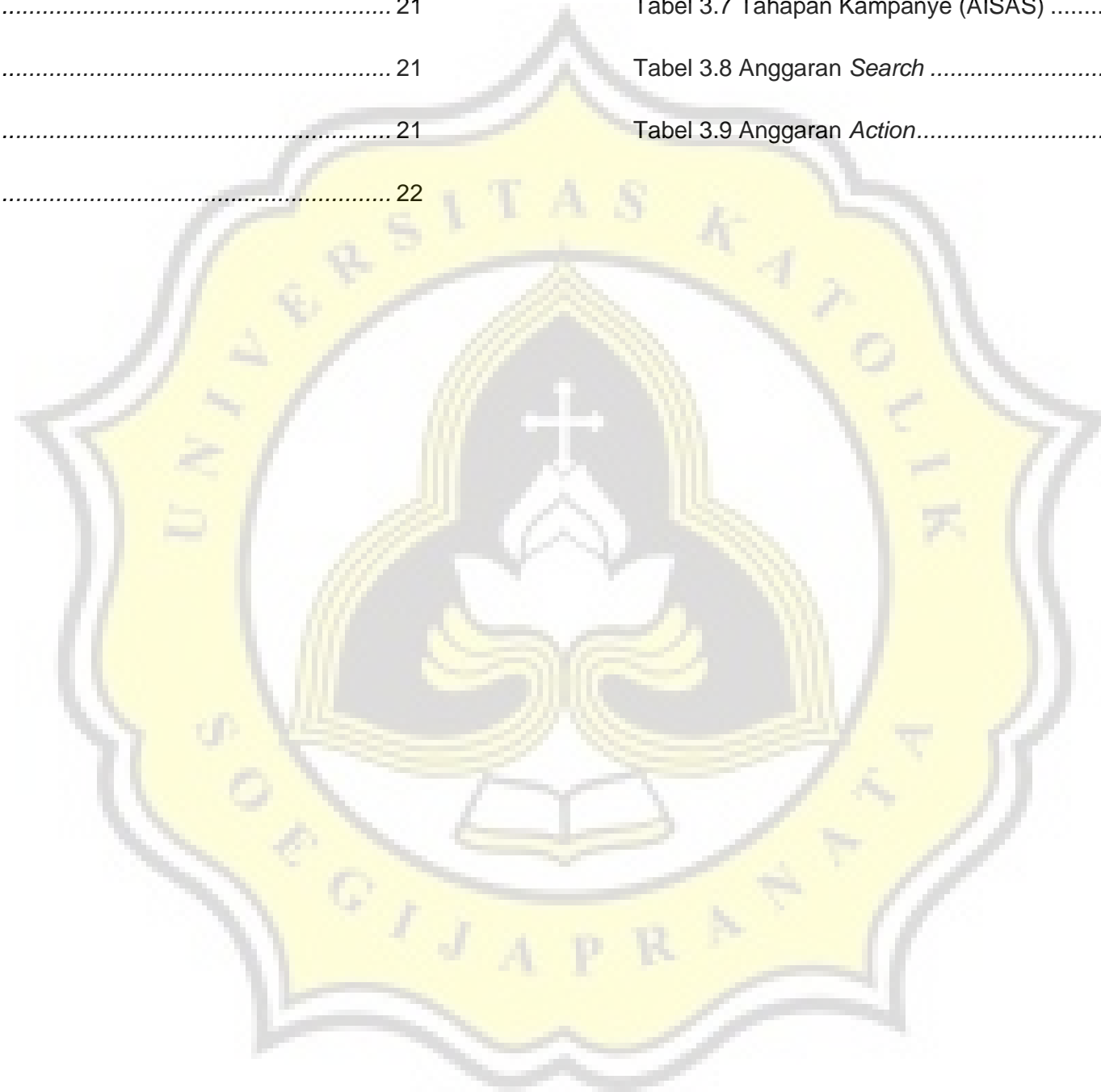
IV.3.3 Media Kampanye..... 33
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 48
V.1 Kesimpulan..... 48
V.2 Saran..... 48

DAFTAR PUSTAKA.....50



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Hasil <i>Cultural Probing</i>	21	Tabel 3.6 Hasil <i>Cultural Probing</i>	22
Tabel 3.2 Hasil <i>Cultural Probing</i>	21	Tabel 3.7 Tahapan Kampanye (AISAS)	28
Tabel 3.3 Hasil <i>Cultural Probing</i>	21	Tabel 3.8 Anggaran <i>Search</i>	29
Tabel 3.4 Hasil <i>Cultural Probing</i>	21	Tabel 3.9 Anggaran <i>Action</i>	29
Tabel 3.5 Hasil <i>Cultural Probing</i>	22		



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	5	Gambar 3.16 Kegiatan Yang dilakukan Ketika Teman Sedang Sibuk Dengan <i>Handphone</i> masing – masing	18
Gambar 2.2 Hasil Perancangan Kampanye Sosial Bagi Orang Tua Tentang Bahaya Tablet PC bagi anak usia 2 Tahun Ke Bawah	11	Gambar 3.17 Pernah Asik Sendiri Dengan Handphone Pada Saat Berkumpul Bersama Dengan Teman.....	18
Gambar 3.1 Usia Responden Sesuai Target Sasaran.....	13	Gambar 3.18 Alasan Mengapa Asik Sendiri Dengan Handphone Pada Saat Berkumpul Bersama Dengan Teman.....	19
Gambar 3.2 Jenis Kelamin Responden Sesuai Target Sasaran.....	13	Gambar 3.19 Gaya Desain Dengan Jenis Desain Vektor	19
Gambar 3.3 Beberapa Jenis Gadget yang Dimiliki Responden	14	Gambar 3.20 Gaya Desain Dengan Fotografi	19
Gambar 3.4 Gadget yang Paling Sering Digunakan Sehari – Hari	14	Gambar 3.21 Hasil Riset Desain Yang Disukai	20
Gambar 3.5 Apakah Responden Menggunakan Internet Pada Gadget Masing – Masing ?	14	Gambar 3.22 Alternatif Jenis – Jenis Huruf	20
Gambar 3.6 Kegunaan Internet pada <i>Handphone</i>	15	Gambar 3.23 Hasil Riset Jenis Font Yang disukai.....	20
Gambar 3.7 Lamanya Menggunakan Handphone dalam 1 hari	15	Gambar 3.24 Target Bermain Handphone Masing – masing.....	23
Gambar 3.8 Media Sosial yang Dimiliki oleh Responden	15	Gambar 3.25 Target Bermain Handphone Bersama	23
Gambar 3.9 Sosial Media Yang Paling Sering Digunakan.....	16	Gambar 3.26 Salah Satu Target Bermain Handphone Sendiri	23
Gambar 3.10 Media Chat Yang Paling Banyak Digunakan	16	Gambar 4.1 Logo	30
Gambar 3.11 Berkumpul Bersama Keluarga atau Teman.....	16	Gambar 4.2 ilustrasi digital berbasis vektor.....	31
Gambar 3.12 Tempat Yang Paling Sering Digunakan Untuk Berkumpul Bersama Teman	17	Gambar 4.3 Logo Hitam Putih	32
Gambar 3.13 Seberapa Intens Menggunakan <i>Handphone</i> Pada Saat Berkumpul Bersama Teman	17	Gambar 4.4 Logo Grayscale	32
Gambar 3.14 Kegiatan Menggunakan <i>Handphone</i> Pada Saat Berkumpul Bersama Teman	17	Gambar 4.5 Grid Logo	32
Gambar 3.15 Mengalami Situasi Teman - Teman Sekitar Hanya Sibuk Dengan <i>Handphone</i> Masing – Masing	18	Gambar 4.6 Clear Area	32
		Gambar 4.7 Logo dan Logotype.....	33

Gambar 4.8 Background Logo	33	Gambar 4.31 Vertikal Banner	45
Gambar 4.9 Larangan Perubahan Logo	33	Gambar 4.32 Tiket Masuk	46
Gambar 4.10 Logo terkecil	33	Gambar 4.33 Stempel	46
Gambar 4.11 Maskot Kampanye	34	Gambar 4.34 Name Tag Peserta dan Name Tag Panitia	46
Gambar 4.12 Isu – isu Instagram	35	Gambar 4.35 Petunjuk Permainan	47
Gambar 4.13 Cover Facebook	36	Gambar 4.36 Merchandise	48
Gambar 4.14 Informasi Tantangan di Instagram	37		
Gambar 4.15 Informasi Tantangan di Facebook	38		
Gambar 4.16 Informasi Mengenai <i>Smarter Than Smartphone</i> di Website	39		
Gambar 4.17 Informasi Mengenai Tantangan Smart Gen Challenge di Website	40		
Gambar 4.18 Promosi Event <i>Smarter Than Smartphone</i> di Instagram	40		
Gambar 4.19 Informasi Lengkap Tentang Event <i>Smarter Than Smartphone</i>	41		
Gambar 4.20 Poster Promosi Event <i>Smarter Than Smartphone</i>	41		
Gambar 4.21 Spanduk Promosi Event <i>Smarter Than Smartphone</i>	42		
Gambar 4.22 Ambient add	43		
Gambar 4.23 Action dan Share Dari Peserta Challenge	43		
Gambar 4.24 Lokasi Event <i>Smarter Than Smartphone</i>	43		
Gambar 4.25 Enterance Gate	44		
Gambar 4.26 Booth Registrasi Ulang	44		
Gambar 4.27 Loker	44		
Gambar 4.28 Backdrop Event	45		
Gambar 4.29 Finish Gate	45		
Gambar 4.30 Sign System	45		

