

PROYEK AKHIR DESAIN KOMUNIKASI VISUAL PERIODE VIII



**PERANCANGAN KAMPANYE PENCEGAHAN GANGGUAN PENGLIHATAN
PADA ANAK USIA DINI MELALUI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

Dikerjakan oleh:

Lo, Cornela Octaviani Agatha

12.13.0026

Pembimbing

Peter Ardianto, 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 PENCEGAHAN GANGGUAN PENGLIHATAN
PADA ANAK USIA DINI MELALUI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

Dikerjakan oleh:

Lo, Cornela Octaviani Agatha

12.13.0026

Program Studi Desain Komunikasi Visual

Fakultas Arsitektur dan Desain

Universitas Katolik Soegijapranata

Semarang, Juni 2016

Mengesahkan

Dekan Fakultas Arsitektur dan Desain

Kaprodi Desain Komunikasi Visual

Koordinator Proyek Akhir DKV

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 Sayono, MSR

NIDN 0608075601

HALAMAN PENGESAHAN

JUDUL :

PERANCANGAN KAMPANYE PENCEGAHAN GANGGUAN PENGLIHATAN
PADA ANAK USIA DINI MELALUI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

Dikerjakan oleh:

Lo, Cornela Octaviani Agatha

12.13.0026

Program Studi Desain Komunikasi Visual

Fakultas Arsitektur dan Desain

Universitas Katolik Soegijapranata

Semarang, Juni 2016

Menyetujui,

Pembimbing I

Peter Ardhianto, S.Sn, M.Sn

NPP. 058.1.2015.295

Penguji I

Peter Ardhianto, S.Sn, M.Sn

NPP. 058.1.2015.295

Pembimbing II

Tabita Nani Aryani, S.Sn

NPP. 058.5.2010.275

Penguji III

Tabita Nani Aryani, S.Sn

NPP. 058.5.2010.275

Penguji II

Ir.Ign. Dono Sayoso, MSR

NIDN 0608075601

PERNYATAAN ORISINALITAS

JUDUL :

PERANCANGAN KAMPANYE PENCEGAHAN GANGGUAN PENGLIHATAN
PADA ANAK USIA DINI MELALUI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

Dikerjakan oleh:

Lo, Cornela Octaviani Agatha

12.13.0026

Program Studi Desain Komunikasi Visual

Fakultas Arsitektur dan Desain

Universitas Katolik Soegijapranata

Menyatakan bahwa Proyek Akhir ini beserta dengan desain yang menyertainya merupakan hasil karya sendiri. Proyek Akhir ini telah mengikuti peraturan akademik dalam memberikan kutipan. Jika di kemudian hari Proyek Akhir ini ditemukan adanya bukti plagiasi, pemalsuan, atau manipulasi dalam bentuk kecurangan lain yang ada dalam Proyek Akhir ini, saya bersedia untuk menerima sanksi dari Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Katolik Soegijapranata Semarang. Saya juga bersedia serta menyetujui jika hasil karya ilmiah ini dipublikasikan demi kepentingan akademis.

Semarang. Juni 2016

Cornela Octaviani Agatha

12.13.0026

PRAKATA

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa karena dengan rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan laporan Proyek Akhir Desain Komunikasi Visual ini dengan judul “Perancangan Kampanye Pencegahan Gangguan Penglihatan Pada Anak Usia Dini Melalui Desain Komunikasi Visual” ini tepat waktu.

Penulis menyusun Proyek Akhir ini sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Arsitektur dan Desain Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

Dalam penulisan Proyek Akhir ini, penulis mendapatkan bantuan serta dukungan dari berbagai pihak. Sehingga dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Peter Ardianto, S.Sn, M.Sn selaku dosen pembimbing yang telah bersedia membimbing penulis, memberikan dukungan dan masukan pada penulis dalam perancangan Proyek Akhir ini.
2. Ibu Tabita Nani Aryani, S.Sn, selaku dosen pembimbing II yang juga telah bersedia membimbing, mendukung, serta memberikan masukan pada penulis dalam perancangan Proyek Akhir ini.
3. Dosen – dosen penguji yang telah memberikan kritik serta masukan yang membangun kepada penulis.
4. dr. Liana Ekowati, M.Si.Med., Sp.M, yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk menjawab pertanyaan mengenai topic yang penulis bahas dalam Proyek Akhir.
5. Serta keluarga penulis yang selalu memberikan dukungan penuh pada penulis dalam menyelesaikan Proyek Akhir ini.
6. Para sahabat penulis yang telah menghibur dan mendukung penulis dalam menyelesaikan Proyek Akhir ini.

Penulis berharap Proyek Akhir ini dapat berguna bagi pembaca, juga pada rekan penullis sesama mahasiswa DKV Unika Soegijapranata.

Semarang,

Penulis

ABSTRAK

Semakin berkembangnya teknologi di era modern ini ternyata juga memberikan dampak negative pada pengelihatan manusia. Gadget tidak dapat lepas dari manusia di era modern ini, gadget memang membantu manusia dalam menjalani kehidupan namun gadget juga merupakan salah satu penyebab penggunaan kacamata pada anak meningkat tiap tahunnya. Hal ini juga di karenakan kurangnya edukasi yang diberikan pada anak mengenai pentingnya kesehatan mata bagi kehidupan.

Tujuan dari perancangan kampanye ini adalah untuk mengedukasikan anak mengenai pentingnya kesehatan mata bagi kehidupan serta memberikan cara dan tips untuk menjaga kesehatan mata dengan mengubah gaya hidup target audiens yang salah. Kampanye ini ditujukan kepada anak – anak diharapkan anak dapat mengubah gaya hidupnya mulai dari sekarang sehingga kedepannya mereka memiliki mata yang sehat.

Metode penelitian yang penulis gunakan dalam kampanye ini adalah metode wawancara, *cultural probing*, kuisisioner, studi literatur, dan internet. Sehingga penulis dapat merancang kampanye sosial ini sesuai dengan ketertarikan target audiens.

Dengan diberikan informasi pentingnya kesehatan mata dan cara untuk menjaganya, anak – anak dapat dengan perlahan merubah gaya hidupnya menjadi lebih menjaga dan merawat kesehatan matanya.

Kata Kunci : Kesehatan mata, Gadget, Gaya hidup, Anak – Anak, Gangguan penglihatan, Cara menjaga kesehatan mata, kehidupan

The development of technology in the modern era also leave a negative impact on human vision. Gadget can not be separated from human in this modern era, gadget does help people live a life but gadget is also one of the causes of the use of glasses to children increase each year. It is also because of the lack of education given to children about the importance of eye health for life.

The purpose of this campaign is to providing education to children about the importance of eye health for life as well as provide ways and tips to maintain eye health by changing the wrong lifestyles from the audience. The campaign is aimed at children, is expected that children can change their lifestyle from now so that in the future they have healthy eyes.

The research method that author use in this campaign were interviews, cultural probing, questionnaires, literature, and internet. So I can design a social campaign in line with the audience's interest.

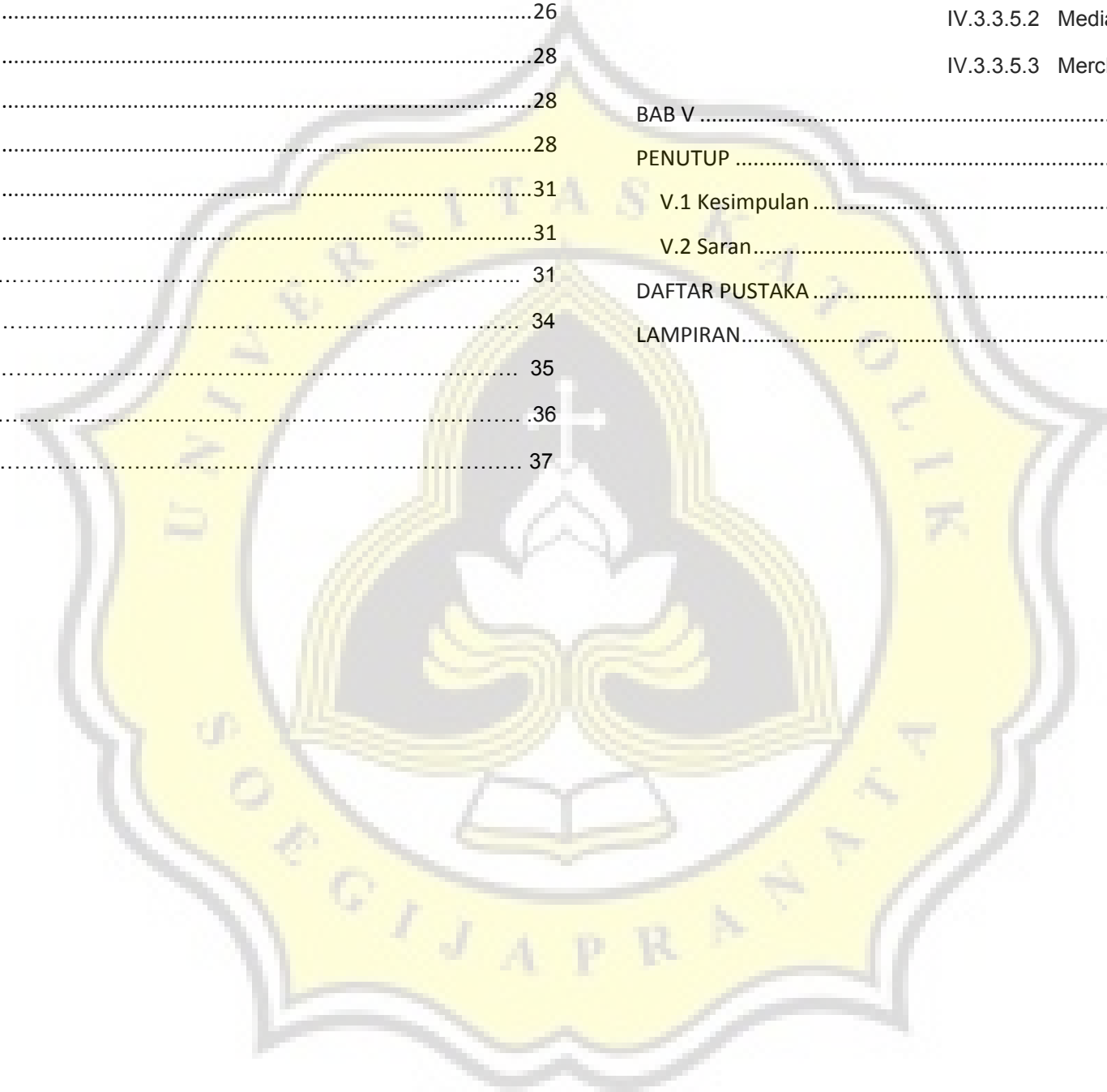
Given the importance of eye health information and ways to preserve it, so that children can slowly change his lifestyle to becomes more concern to their eyes.

Keywords: Eye health, Gadgets, Lifestyle, Kids, Children, Impairment of vision, How to maintain healthy eyes, life

DAFTAR ISI

COVER.....	i	II.2.5 Mencegah Kurusakan Mata.....	6
JUDUL.....	ii	II.2.6 Computer Vision Syndrome.....	7
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii	II.2.7 Kampanye Sosial.....	7
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv	II.2.8 Tipografi.....	7
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	v	II.2.9 Warna.....	7
PRAKATA.....	vi	II.2.10 Layout.....	8
ABSTRAK.....	vii	II.2.11 Media.....	8
DAFTAR ISI.....	viii	II.2.12 AISAS.....	9
DAFTAR GAMBAR.....	x	II.3 Kajian Pustaka.....	9
DAFTAR TABEL.....	xii	II.4 Studi Komparasi.....	10
BAB I.....	1	BAB III.....	12
PENDAHULUAN.....	1	STRATEGI KOMUNIKASI.....	12
I.1 Latar Belakang Masalah.....	1	III.1 Analisis Data.....	12
I.1.1 Data Statistik Gangguan Penglihatan di Indonesia.....	1	III.1.1 Gaya Hidup Anak Di Era Modern Yang Perlu Untuk Diubah.....	12
I.1.2 Gangguan Penglihatan Pada Anak.....	1	III.1.2 Hasil Wawancara.....	12
I.1.3 Faktor yang Mempengaruhi Gangguan Penglihatan.....	1	III.1.3 Data Hasil Kuisisioner.....	13
I.2 Identifikasi Masalah.....	2	III.1.4 Data Hasil Cultural Probing.....	17
I.3 Pembatasan Masalah.....	2	III.1.6 Analisis SWOT.....	21
I.4 Perumusan Masalah.....	2	III.2 Sasaran Khalayak.....	21
I.5 Tujuan Penelitian.....	2	III.2.1 Target Primer.....	21
I.6 Manfaat Penelitian.....	2	III.2.1 Target Sekunder.....	22
I.7 Metode Penelitian.....	2	III.3 Strategi Komunikasi.....	22
I.8 Sistematika Penulisan.....	3	III.3.1 Analisis Teori Harol D. Lasswell.....	22
BAB II.....	4	III.3.2 Tema Kampanye Sosial.....	23
TINJAUAN UMUM.....	4	III.3.3 Judul Kampanye Sosial.....	23
II.1 Kerangka Berpikir.....	4	III.3.4 AISAS.....	23
II.2 Landasan Teori.....	4	III.4 Strategi Anggaran.....	24
II.2.1 Mata.....	4	IV.1 Konsep Verbal.....	25
II.2.2 Gangguan Penglihatan.....	5	IV.1.1 Tema Kampanye.....	25
II.2.3 Gaya Hidup.....	6	IV.1.2 Konsep Judul Kampanye.....	25
II.2.4 Perkembangan Anak Usia 10-13 Tahun.....	6	IV.1.3 Tone dan Manner.....	25

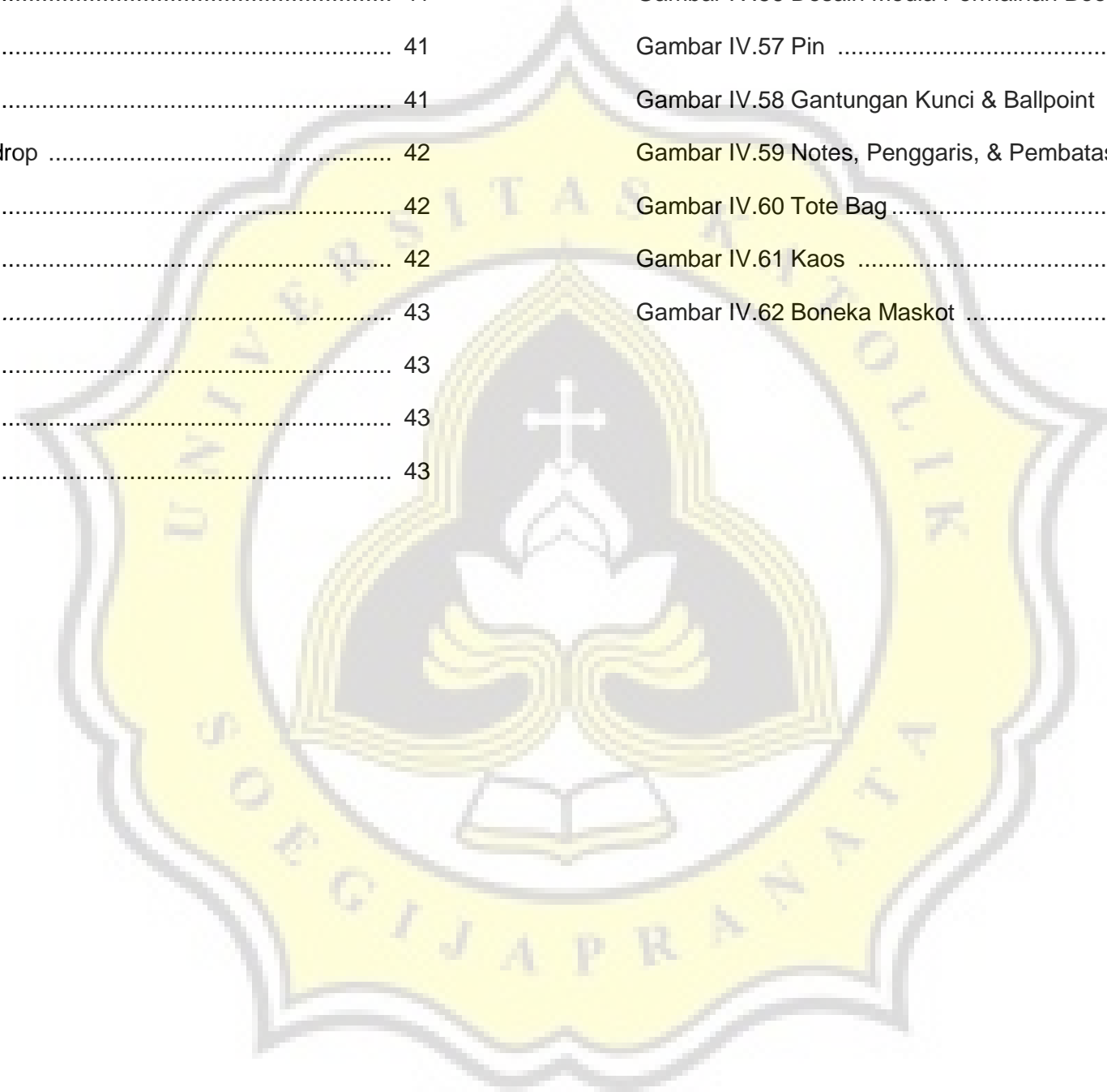
IV.2 Konsep Visual	25	IV.3.3.5.1 Instagram	37
IV. 2.1 Warna	25	IV.3.3.5.2 Facebook	39
IV. 2.2 Tipografi	26	IV.3.3.5 Event	40
IV. 2.3 Elemen.....	26	IV.3.3.5.1 Booth.....	40
IV.2.4 Logo.....	26	IV.3.3.5.2 Media Event	43
IV.2.5 Kampanye.....	28	IV.3.3.5.3 Merchandise	45
IV.3 Visualisasi Desain	28	BAB V	46
IV.3.1 Graphic Standard Manual	28	PENUTUP	46
IV.3.2 Maskot	31	V.1 Kesimpulan.....	46
IV.3.3 Media Kampanye	31	V.2 Saran.....	46
IV.3.3.1 Poster.....	31	DAFTAR PUSTAKA	47
IV.3.3.2 Buku	34	LAMPIRAN.....	48
IV.3.3.3 Majalah	35		
IV.3.3.4 Website	36		
IV.3.3.5 Media Sosial	37		



DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Hasil Desain Kampanye Kesehatan Gigi	10	Gambar IV.14 Logo dan Logotype	29
Gambar II.2 Hasil Desain Kampanye Pemeriksaan dan Pengobatan Dini	11	Gambar IV.15 Logo Background Terang	29
Gambar III.1 Hasil Data Pertanyaan Kuisisioner Nomor 1	14	Gambar IV.16 Logo Background Tidak Kontras	30
Gambar III.2 Hasil Data Pertanyaan Kuisisioner Nomor 2	14	Gambar IV.17 Logo <i>Stretch</i>	30
Gambar III.3 Hasil Data Pertanyaan Kuisisioner Nomor 3	15	Gambar IV.18 Logo Hilang Salah Satu Bagiannya	30
Gambar III.4 Hasil Data Pertanyaan Kuisisioner Nomor 4	15	Gambar IV.19 Perubahan Warna	30
Gambar III.5 Hasil Data Pertanyaan Kuisisioner Nomor 5	16	Gambar IV.20 Ukuran Terkecil	30
Gambar III.6 Hasil Data Pertanyaan Kuisisioner Nomor 6	16	Gambar IV.21 Maskot Kampanye	31
Gambar III.7 Hasil Data Pertanyaan Kuisisioner Nomor 7	17	Gambar IV.22 Poster <i>Attention & Interest</i>	32
Gambar III.8 Hasil Data Pertanyaan Kuisisioner Nomor 8	17	Gambar IV.23 Poster Infografis <i>Attention & Interest</i>	32
Gambar III.9 Hasil Data Pertanyaan Kuisisioner Nomor 9	17	Gambar IV.24 Poster Interaktif <i>Attention & Interest</i>	33
Gambar IV.1 Palet Warna Pokok	25	Gambar IV.25 Poster Informasi Event	33
Gambar IV.2 Palet Warna Pendukung	25	Gambar IV.26 Poster Informasi Share	34
Gambar IV.3 Typeface	26	Gambar IV.27 Buku	35
Gambar IV.4 Ilustrasi Barang – Barang Sekolah Dasar	26	Gambar IV.28 Iklan Majalah Event	35
Gambar IV.5 Ilustrasi Ruang Kelas Sekolah Dasar	26	Gambar IV.29 Iklan Majalah Share	36
Gambar IV.6 Logo Kampanye “My Eyes of Wonder”	27	Gambar IV.30 Website Tahap <i>Attention</i> dan <i>Interest</i>	36
Gambar IV.7 Logogram Kampanye “My Eyes of Wonder”	27	Gambar IV.31 Website Tahap <i>Search</i>	37
Gambar IV.8 Anak Sedang Mengintip Dari Balik Pagar	27	Gambar IV.32 Website Tahap <i>Search</i>	37
Gambar IV.9 Logotype	27	Gambar IV.33 Instagram Tahap <i>Attention</i> dan <i>Interest</i>	38
Gambar IV.10 <i>Black and White</i>	28	Gambar IV.34 Instagram Tahap <i>Search</i>	38
Gambar IV.11 <i>Grayscale</i>	28	Gambar IV.35 Instagram Tahap <i>Share</i>	38
Gambar IV.12 <i>Grid</i>	29	Gambar IV.36 Facebook Tahap <i>Attention & Interest</i>	39
Gambar IV.13 <i>Clear Area</i>	29	Gambar IV.37 Facebook Tahap <i>Search</i>	39
		Gambar IV.38 Facebook Tahap Share	39
		Gambar IV.39 Tampak Atas	40

Gambar IV.40 Tampak Samping Atas	40	Gambar IV.53 Petunjuk Bermain	44
Gambar IV.41 Panggung dan Backdrop Panggung	40	Gambar IV.54 Desain Media Permainan Booth Puzzle	44
Gambar IV.42 Photobooth dan Backdrop Photobooth	41	Gambar IV.55 Desain Media Permainan Booth 10 Perbedaan	44
Gambar IV.43 Booth Puzzle	41	Gambar IV.56 Desain Media Permainan Booth Mewarnai	44
Gambar IV.44 Booth Mewarnai	41	Gambar IV.57 Pin	45
Gambar IV.45 Booth 10 Perbedaan	41	Gambar IV.58 Gantungan Kunci & Ballpoint	45
Gambar IV.46 Booth Pemeriksaan Mata dan Backdrop	42	Gambar IV.59 Notes, Penggaris, & Pembatas Buku	45
Gambar IV.47 Booth Tiket dan Merchandise	42	Gambar IV.60 Tote Bag	45
Gambar IV.48 Pintu Masuk dan Keluar	42	Gambar IV.61 Kaos	45
Gambar IV.49 <i>Signsystem & Wayfinding</i>	43	Gambar IV.62 Boneka Maskot	45
Gambar IV.50 Tiket Masuk	43		
Gambar IV.51 Tiket Bermain	43		
Gambar 4.52 <i>Name Tag</i> Panitia	43		



DAFTAR TABEL

Tabel III.1 Hasil Data Cultural Probing Pertama	19	Tabel III.5 Strategi Anggaran Tahapan Anggaran <i>Awarness & Ineterst</i>	24
Tabel III.2 Hasil Data Cultural Probing Kedua	19	Tabel III.6 Strategi Anggaran Tahapan <i>Search</i>	24
Tabel III.3 Hasil Data Cultural Probing Ketiga	20	Tabel III.7 Strategi Anggaran Tahapan <i>Search</i>	24
Tabel III.4 Hasil Data Cultural Probing Keempat	20	Tabel III.7 Strategi Anggaran Tahapan <i>Share</i>	24

