



**PERANCANGAN KAMPANYE MENABUNG USIA 7-12 TAHUN SEBAGAI SARANA
PEMBELAJARAN PENGATURAN KEUANGAN**

STEFANIE YOSICHA SANTOSO

10.13.0031

PROGRAM STUDI
DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

SEMARANG 2014

HALAMAN PENGESAHAN

Judul :

PERANCANGAN KAMPANYE MENABUNG USIA 7-12 TAHUN SEBAGAI SARANA
PEMBELAJARAN PENGATURAN KEUANGAN

Nama : Stefanie Yosicha Santoso

NIM : 10.13.0031

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Arsitektur dan Desain

Universitas : Universitas Katolik Soegijapranata

Semarang, Juni 2014

Mengesahkan

Dekan Fakultas Arsitektur dan Desain

Kaprodi Desain Komunikasi Visual

Koordinator Proyek Akhir DKV



HALAMAN PENGESAHAN

Judul :

PERANCANGAN KAMPANYE MENABUNG USIA 7-12 TAHUN SEBAGAI SARANA
PEMBELAJARAN PENGATURAN KEUANGAN

Nama : Stefanie Yosicha Santoso

NIM : 10.13.0031

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Arsitektur dan Desain

Universitas : Universitas Katolik Soegijapranata

Semarang, Juni 2014

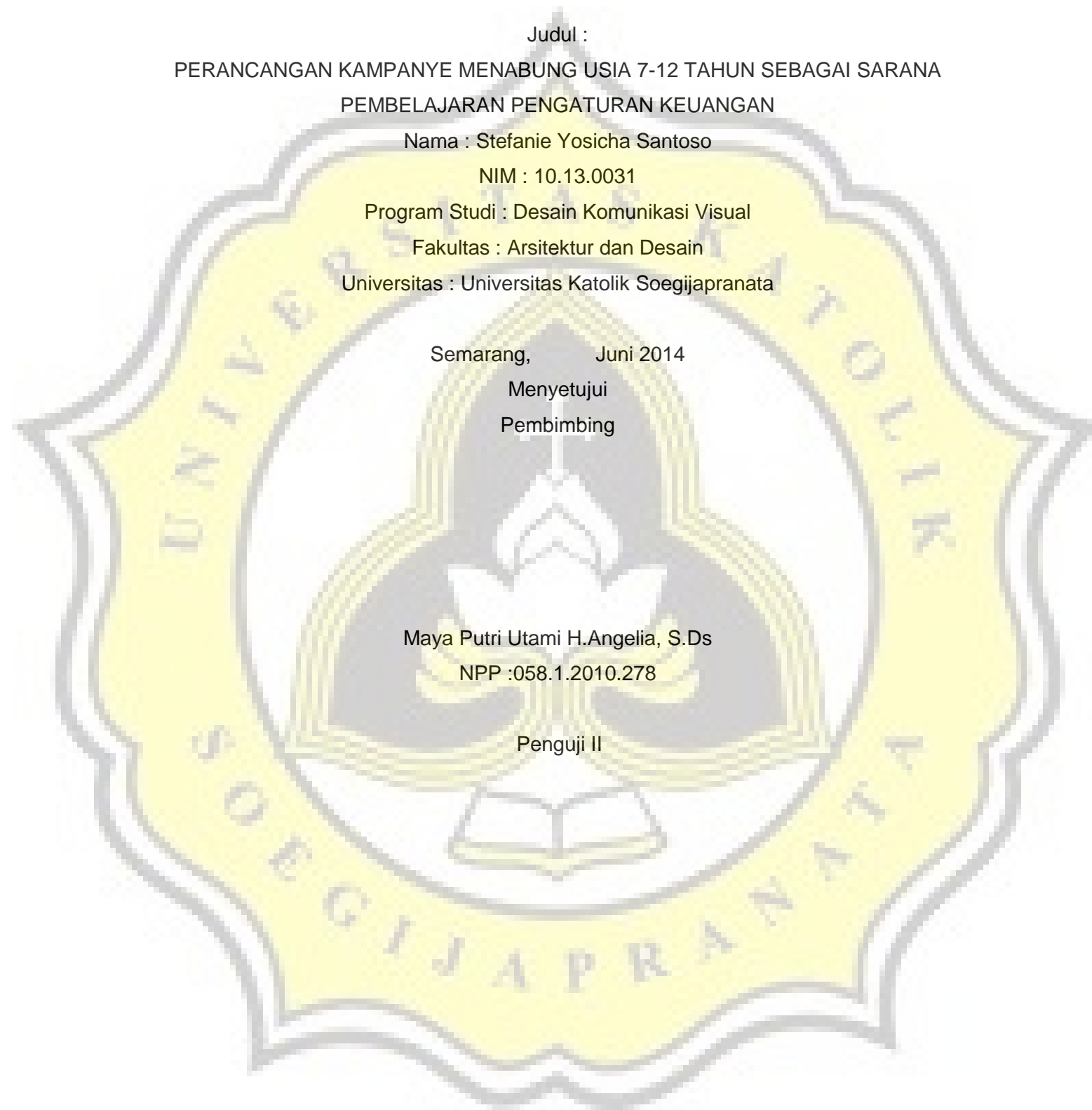
Menyetujui
Pembimbing

Maya Putri Utami H.Angelia, S.Ds
NPP :058.1.2010.278

Penguji II

Penguji I

Penguji III



PERNYATAAN ORISINALITAS

Nama : Stefanie Yosicha Santoso

NIM : 10.13.0031

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Arsitektur dan Desain

Universitas : Universitas Katolik Soegijapranata

Judul Proyek Akhir :

PERANCANGAN KAMPANYE MENABUNG USIA 7-12 TAHUN SEBAGAI SARANA
PEMBELAJARAN PENGATURAN KEUANGAN

Menyatakan bahwa proyek akhir ini adalah hasil karya saya sendiri serta telah mengikuti peraturan akademik dalam melakukan kutipan. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya bukti plagiasi, manipulasi, dan / atau pemalsuan data maupun bentuk – bentuk kecurangan yang lain, Saya bersedia menerima sanksi dari Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Katolik Soegijapranata Semarang. Demi kepentingan akademis, maka saya bersedia dan menyetujui bentuk publikasi dari karya ilmiah ini.

Semarang, Juni 2014

Stefanie Yosicha Santoso



KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Yang Maha Baik karena telah menyertai penulis dalam membuat laporan ini dengan memberikan kekuatan dan kesehatan yang sangat dibutuhkan oleh penulis dalam menyelesaikan laporan ini. Sebelum mengulas jauh mengenai Proyek Akhir ini penulis secara pribadi ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu penulis sejak awal masuk Progi Desain Komunikasi Visual UNIKA Soegijapranata sebagai angkatan 2010 hingga akhirnya sampai menempuh Proyek Akhir ini semua tidak karena kekuatan penulis namun banyak pihak yang telah mendukung seperti keluarga, teman, sahabat, Bapak/Ibu dosen, dan teman lainnya.

Anak usia dini (7-12 tahun) adalah masa- masa dimana anak-anak selalu belajar dan memiliki potensi yang besar dalam penanaman kebiasaan dan pembentukan sifat. Melihat kebiasaan menabung pada anak-anak jaman sekarang ini bukanlah hal yang biasa. Sebagian anak-anak sudah tau mengenai menabung dari orang tua, guru dan pihak pendidik lainnya. Maka penulis mengambil strategi kreatif yang dapat mengolah menabung itu sendiri sebagai hal yang menyenangkan sekaligus mempunyai arti. Fokus dari perancangan ini adalah menabung sebagai sarana pembelajaran pengaturan keuangan. Jadi mulai sejak dini anak-anak di ajarkan mengatur atau mengelola uang walaupun hanya dari uang saku yang diberikan orang tua namun hal ini akan berdampak positif bagi anak-anak dimasa yang akan datang.

Selama menyelesaikan Proyek Akhir ini banyak dukungan yang penulis terima, maka dari itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada koordinator Proyek Akhir- 04; _____, Dosen pembimbing: Ibu Maya Putri Utami H. Angelia, S.Ds yang telah meluangkan waktu dan memberikan ide dalam penyelesaian Proyek Akhir. Dan dosen-dosen Progdil Desain Komunikasi Visual UNIKA Soegijapranata lainnya yang telah mendukung : Pak Bayu, Pak Dicky, Pak Peter, dan banyak lainnya. Secara khusus penulis ingin berterima kasih kepada Papa, Mama, dan Yecil karena telah mendorong dan memberikan motivasi setiap harinya bahkan saat kondisi sakit mereka ada dan mau menolong apapun yang dibutuhkan untuk menyelesaikan Proyek Akhir ini dan juga ko Daniel yang setia menemani kapanpun dan rela menemani melembur dengan senang hati; teman seperjuangan Alfon christian, Almanti S, Vania Sartika, Koh Jono, Felix Hartanto, Koh Diki timotius yang telah membantu dalam hal yang berhubungan dengan IT, sahabatku Chellin baik suka maupun duka selalu ada, Novi Martha yang terus meng-update kabar Proyek Akhir penulis, ko yang-yang yang juga memberikan ide, teman-teman gereja juga yang telah menyemangati penulis, Oma Bob yang selalu mendoakan dan masih banyak lainnya yang berperan dalam proses penyelesaian proyek akhir

Penulis juga menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam pembuatan Proyek Akhir ini. Maka dari itu, penulis terbuka atas saran dan kritikan membangun yang diberikan. Pada intinya mendidik anak-anak untuk dapat mengatur keuangannya sendiri itu adalah hal yang baik dan terus dapat dikembangkan agar untuk masa

yang akan datang, anak-anak akan menjadi pribadi yang dapat dipercaya dalam mengatur keuangan, dapat mandiri, dan lain-lain.

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i	1.6.1 Bagi Mahasiswa	2
HALAMAN PENGESAHAN	ii	1.6.2 Bagi Institusi Akademik	2
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv	1.6.3 Bagi Masyarakat	2
KATA PENGANTAR	vi	1.7 Metode Penelitian	2
ABSTRAK	vii	1.7.1 Metode Tinjauan Pustaka	2
DAFTAR ISI	viii	1.7.2 Metode Kuesioner dan Interview	2
DAFTAR GAMBAR	xi	1.7.3 Observasi	3
DAFTAR TABEL	xii	1.7.4 Kajian dan Kualitatif	3
BAB I		1.8 Sistematika Penulisan	3
PENDAHULUAN	1	BABII	4
1.1 Latar Belakang	1	2.2 Landasan Teori	4
1.1.1 Perkembangan Perilaku Anak Usia Dini (7-12 tahun)	1	2.2.1 Teori Komunikasi	4
1.2 Identifikasi Masalah	1	2.2.2 Khalayak (Audience)	5
1.2.1 Menabung bukanlah suatu kebiasaan lagi bagi sebagian anak	1	2.2.3 Teori Persepsi	5
1.2.2 Kurangnya Pemahaman Akan Penggunaan Uang Dengan Benar dan Tepat.	2	2.2.4 Teori Perkembangan Anak	5
1.2.3 Menabung Adalah Suatu Sarana Pembelajaran Pengaturan Keuangan Untuk Anak-anak.	2	2.2.5 Teori Management	5
1.3 Pembatasan Masalah	2	2.2.6 Teori Psikologis Anak umur 6-12 Tahun	6
1.3.1 Ruang lingkup perancangan	2	2.2.7 Teori Warna	6
1.3.1.1Lingkup Budaya	2	2.2.8 Teori Tipografi	7
1.3.1.2Lingkup Wilayah	2	2.2.9 Teori Logo	8
1.3.1.3Lingkup Pembahasan	2	2.2.10 Teori Layout	8
1.4 Perumusan Masalah	2	2.2.11 Teori Poster	8
1.5 Tujuan Penelitian	2	2.3 Kajian Pustaka	8
1.6 Manfaat Penelitian	2	2.3.1 Prinsip Managemen Keuangan	8
		2.3.2 Relasi Anak-anak dan Uang Saku	8
		2.3.3 Pengertian Management	10
		2.4 Studi Komparasi	10

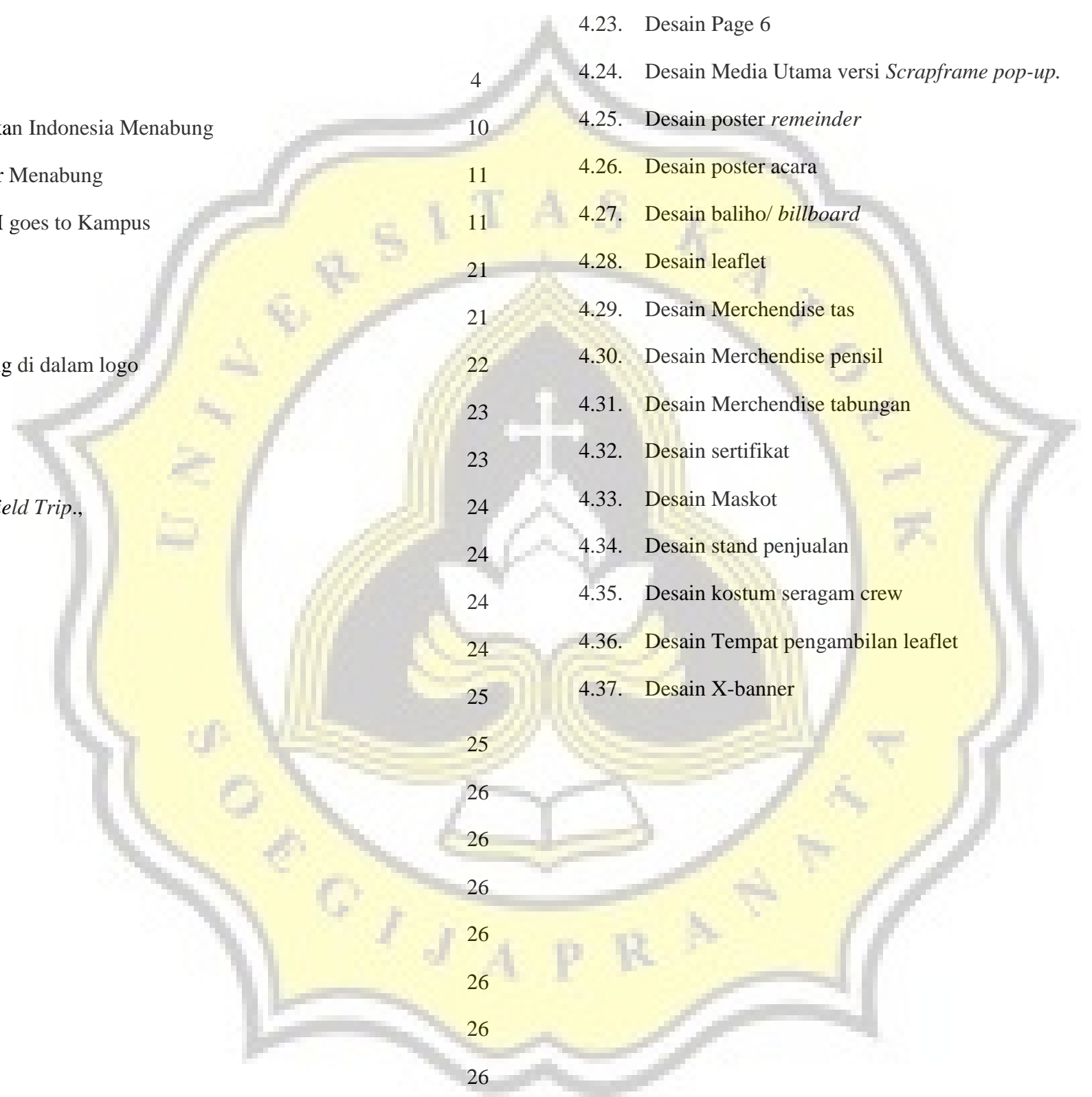
2.4.1	Kampanye Gerakan Indonesia Menabung	10	3.3.2.5Perancangan Skenario.	19
2.4.2	Kampanye Gemar Menabung	10	3.3.2.6Pendekatan Promosi.	19
2.4.3	Kampanye “Danamon LEBIH Goes To Campus”	11	BABIV	21
2.4.4	Tabel Perbandingan Komparasi	12	STRATEGI KREATIV	21
	Tabel 2.1:Perbandingan Komparasi	12	4.1 Konsep Visual	21
	BAB III	13	4.1.1 Konsep Pewarnaan	21
	STRATEGI KOMUNIKASI	13	4.1.1.1Tipografi	21
3.1	Analisis	13	4.1.2 Bentuk	21
3.1.1	Analisis melalui pertanyaan Wawancara singkat oleh Ibu Lita sebagai Psikolog perkembangan anak.	13	4.2. Konsep Verbal.	22
3.1.2	Analisis berdasarkan hasil dari 182 tanggapan kuesioner	13	4.2.1 Pengangkatan Masalah Menabung Sebagai Sarana Pembelajaran Pengaturan Keuangan.	22
3.2	Sasaran Khalayak	17	4.2.2 Identifikasi Kampanye Semumut	22
3.2.1	Geografis	17	4.2.3 Isi Kampanye Semumut	22
3.2.2	Demografis	17	4.2.4 Strategi Penandaan dan Fasilitas dari Kegiatan Kampanye	23
3.2.2.1	Usia	17	4.2.5 Tone and Manner (Gaya Bahasa)	23
3.2.2.2	Jenis Kelamin	17	4.2.6 Skenario Kampanye Semumut	24
3.2.2.3	Pekerjaan	17	4.2.7 Penerapan Branding Identity Kampanye Sosial Semumut	24
3.2.2.4	S.E.S : A- E	17	4.2.7.1Logogram	24
3.2.3	Psikografis	17	4.2.7.1Logotype	24
3.2.4	Behaviour	17	4.2.7.3Konsep Warna Logo	25
3.3	Strategi Komunikasi	17	4.2.7.4Panduan Tipografi	25
3.3.1	Identifikasi Perancangan Kampanye Menabung Usia 7-12 Sebagai Sarana Pembelajaran Pengaturan Keuangan.	17	4.2.7.5Ukuran Minimum dan Standarisasi Logo	25
3.3.2	Pendekatan Perancangan	18	4.2.7.6Aplikasi Logo	25
3.3.2.1	Placemaking	18	4.3 Visualisasi Desain	25
3.3.2.2	Pendekatan nilai yang akan diangkat.	18	4.3.1 Isi Kampanye Semumut	25
3.3.2.3	Pendekatan waktu.	19	4.3.2 Promosi Kampanye Semumut	27
3.3.2.4	Pendekatan element visual.	19	4.3.2.1Poster	27
			4.3.2.2 Billboard	28

4.3.2.3 Leaflet	28
4.3.2.3. Merchandise	29
4.3.2.5 Sertifikat	29
4.3.2.6 Maskot	29
4.3.2.7 Desain Booth	29
4.2.7.1 Logogram	29
4.3.2.8 Kostum	30
4.3.2.9 Desain Tempat Pengambilan Leaflet	30
4.3.2.10 X-banner	30
BAB V	31
5.1 Kesimpulan	31
5.2 Saran	31
DAFTAR PUSTAKA	32



DAFTAR GAMBAR

2.1.	Bagan Kerangka Berpikir.,	4	4.21.	Desain Sub Page 3.8	27
2.2.	Foto Studi komparasi Kampanye Gerakan Indonesia Menabung	10	4.22.	Desain Page 4	27
2.3.	Foto Studi komparasi kampanye Gemar Menabung	11	4.23.	Desain Page 6	27
2.4.	Foto Studi komparasi Danamon LEBIH goes to Kampus	11	4.24.	Desain Media Utama versi <i>Scrapframe pop-up</i> .	27
4.1.	Gambar Semut berwarna	21	4.25.	Desain poster <i>remeinder</i>	27
4.2.	Gambar Jenis Uang	21	4.26.	Desain poster acara	28
4.3.	Gambar Elemen Visual yang terkandung di dalam logo	22	4.27.	Desain baliho/ <i>billboard</i>	28
4.4.	Gambar Jadwal hari libur sekolah	23	4.28.	Desain leaflet	28
4.5.	Desain Way Finding	23	4.29.	Desain Merchandise tas	29
4.6.	Desain Skenario Kampanye di <i>Event Field Trip</i> .,	24	4.30.	Desain Merchandise pensil	29
4.7.	Desain logo Kampanye	24	4.31.	Desain Merchandise tabungan	29
4.8.	Desain Logo Gram	24	4.32.	Desain sertifikat	29
4.9.	Desain element logo gram	24	4.33.	Desain Maskot	29
4.10.	Desain grid logo	25	4.34.	Desain stand penjualan	29
4.11.	Desain Ruang minimal logo.	25	4.35.	Desain kostum seragam crew	30
4.12.	Desain Page 1 aplikasi semumut.,	26	4.36.	Desain Tempat pengambilan leaflet	30
4.13.	Desain Page 2 aplikasi semumut	26	4.37.	Desain X-banner	30
4.14.	Desain Sub Page 3	26			
4.15.	Desain Sub Page 4	26			
4.16.	Desain Sub Page 5	26			
4.17.	Desain Sub Page 3.3	26			
4.18.	Desain Sub Page 3.4	26			
4.19.	Desain Sub Page 3.6	26			
4.20.	Desain Sub Page 3.7	26			



DAFTAR TABEL

2.1. Perbandingan Komparasi

12



ABSTRAK

Seiring perkembangan jaman ini banyak anak yang sudah menyalah artikan penggunaan uang saku yang diberikan orang tua. Contohnya uang tersebut digunakan untuk membeli barang yang tidak berguna. Padahal dengan belajar menabung, mereka dapat “mengumpulkan” uang saku mereka untuk dibelikan kebutuhan yang lebih berguna, dan dapat mengajarkan kepada anak akan manfaat dari menyisihkan uang saku yang dapat berguna bagi kehidupan mereka sewaktu dewasa.

Dalam penelitan ini digunakan metode wawancara, kuisisioner untuk mendapatkan data. Data lalu dianalisa dengan metode analisis data.

Dalam penelitian ini melalui data yang diperoleh ditemukan bahwa banyak anak-anak yang belum tahu cara mengatur keuangan mereka dengan baik. Maka diperlukan pelatihan dalam mengatur keuangan sesuai cara belajar anak-anak yang akan diterapkan pada kampanye ini.

Keywords: uang, manajemen, tabungan, hobi, anak-anak.

ABSTRACT

Along with the development of this age many children who have misunderstood the use of pocket money given by parents. For example, the money is used to buy goods that are not useful. In fact, by learning to save, they can "collect" their pocket money to buy the needs of the more useful, and can be taught to the child would benefit from an allowance set aside which can be useful for their lives as adults.

In this research used interviews, questionnaires to obtain data. The data then were analyzed by the method of data analysis.

In this research through data obtained was found that many children who do not know how to organize their finances well. Then the necessary training in managing financial appropriate way children learn to be applied to this campaign.

Keywords: money management, savings, hobbies, kids.

