



PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL  
WASPADA TINDAK KEJAHATAN  
OLEH KENALAN JEJARING SOSIAL

JANIATIKA

10.13.0075

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

SEMARANG 2014

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul:

PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL  
WASPADA KEJAHATAN OLEH KENALAN JEJARING SOSIAL

Nama: Janiatika

NIM: 10.13.0075

Program Studi: Desain Komunikasi Visual

Fakultas: Arsitektur dan Desain

Universitas: Katolik Soegijapranata Semarang

Semarang, Juni 2014

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Arsitektur dan Desain

Kaprodi Desain Komunikasi Visual

Koordinator Proyek Akhir DKV

Ir. Tri Hesti Mulyani, M.T.

Ir. Robert Rianto Widjaja, M.T.

Ir. Robert Rianto Widjaja, M.T

NIDN. 0611086201

NIDN. 0627066701

NIDN. 0627066701

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul:

PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL  
WASPADA KEJAHATAN OLEH KENALAN JEJARING SOSIAL

Nama: Janiatika

NIM: 10.13.0075

Program Studi: Desain Komunikasi Visual

Fakultas: Arsitektur dan Desain

Universitas: Katolik Soegijapranata Semarang

Semarang, Juni 2014

Menyetujui,

Pembimbing I

Pembimbing II

Ir. IGN. Dono Sayoso, M.SR.

NIDN. 0608075601

Maya Putri Utami H.A., S.Sn.

NUPN. 9906966542

Penguji I

Penguji II

Penguji III

Ir. IGN. Dono Sayoso, M.SR.

NIDN. 0608075601

Drs. Sumbo Tinarbuko, M.Sn.

NIP. 19960404 1992031002

Ir. Robert Rianto Widjaja, M.T.

NIDN. 0627066701

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Nama: Janiatika

NIM: 10.13.0075

Program Studi: Desain Komunikasi Visual

Fakultas: Arsitektur dan Desain

Universitas: Universitas Katolik Soegijapranata Semarang

Judul:

PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL

WASPADA KEJAHATAN OLEH KENALAN JEJARING SOSIAL

Menyatakan bahwa proyek akhir ini adalah hasil karya saya sendiri serta telah mengikuti peraturan akademik dalam melakukan kutipan. Apabila dikemudian 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, Unika Soegijapranata Semarang. Demi kepentingan akademis, maka saya bersedia dan menyetujui bentuk publikasi dari karya ilmiah ini.

Semarang, Juni 2014

Janiatika

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis haturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat rahmat penyertaan-Nya dalam penyusunan laporan dan perancangan akhir Desain Komunikasi Visual yang berjudul “Perancangan Kampanye Sosial Waspada Tindak Kejahatan oleh Kenalan Jejaring Sosial”. Makalah ini dirangkai sedemikian rupa dengan tujuan untuk meningkatkan kesadaran remaja putri terhadap keamanan dirinya dalam berinteraksi di dunia nyata dengan orang yang dikenalnya melalui jejaring sosial.

Pada kesempatan ini penulis juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dan mendukung penulis dalam menyelesaikan makalah ini, diantaranya :

1. Maya Putri Utami H. Angelia, S.Sn. sebagai Dosen Pembimbing perancangan akhir Desain Komunikasi Visual yang telah bersedia meluangkan waktu, membimbing dan memberikan pengarahan dalam penyusunan laporan perancangan akhir ini dari awal hingga akhir.
2. Orang tua yang selalu mendukung penulis dalam penyusunan laporan perancangan akhir ini baik secara materi maupun secara moril.
3. Keluarga serta teman – teman yang telah mendukung penulis dalam penyusunan perancangan akhir ini.
4. semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan dan bantuan dalam penyusunan perancangan akhir ini.

Tujuan dari penyusunan laporan ini adalah untuk merancang kampanye sosial yang dapat meningkatkan kesadaran remaja putri terhadap keamanan dirinya dalam berinteraksi di dunia nyata

dengan orang yang dikenalnya melalui jejaring sosial. Dengan disusunnya laporan perancangan akhir ini, diharapkan remaja putri menjadi lebih waspada sehingga ke depannya kemungkinan remaja putri menjadi korban kejahatan karena bujuk rayu kenalan jejaring sosialnya menjadi lebih kecil.

Penulis menyadari bahwa perancangan akhir Desain Komunikasi Visual ini masih memiliki banyak kekurangan dan jauh dari sempurna. Segala bentuk kritik dan saran yang membangun dari semua pihak akan sangat membantu dalam menyempurnakan perancangan akhir Desain Komunikasi Visual ini.

Akhir kata, penulis berharap agar perancangan akhir Desain Komunikasi Visual ini dapat memberikan manfaat bagi semua orang baik di bidang akademis maupun dalam kehidupannya di masyarakat. Penulis meminta maaf apabila terdapat kesalahan baik dalam penulisan kata – kata baik disengaja maupun tidak disengaja.

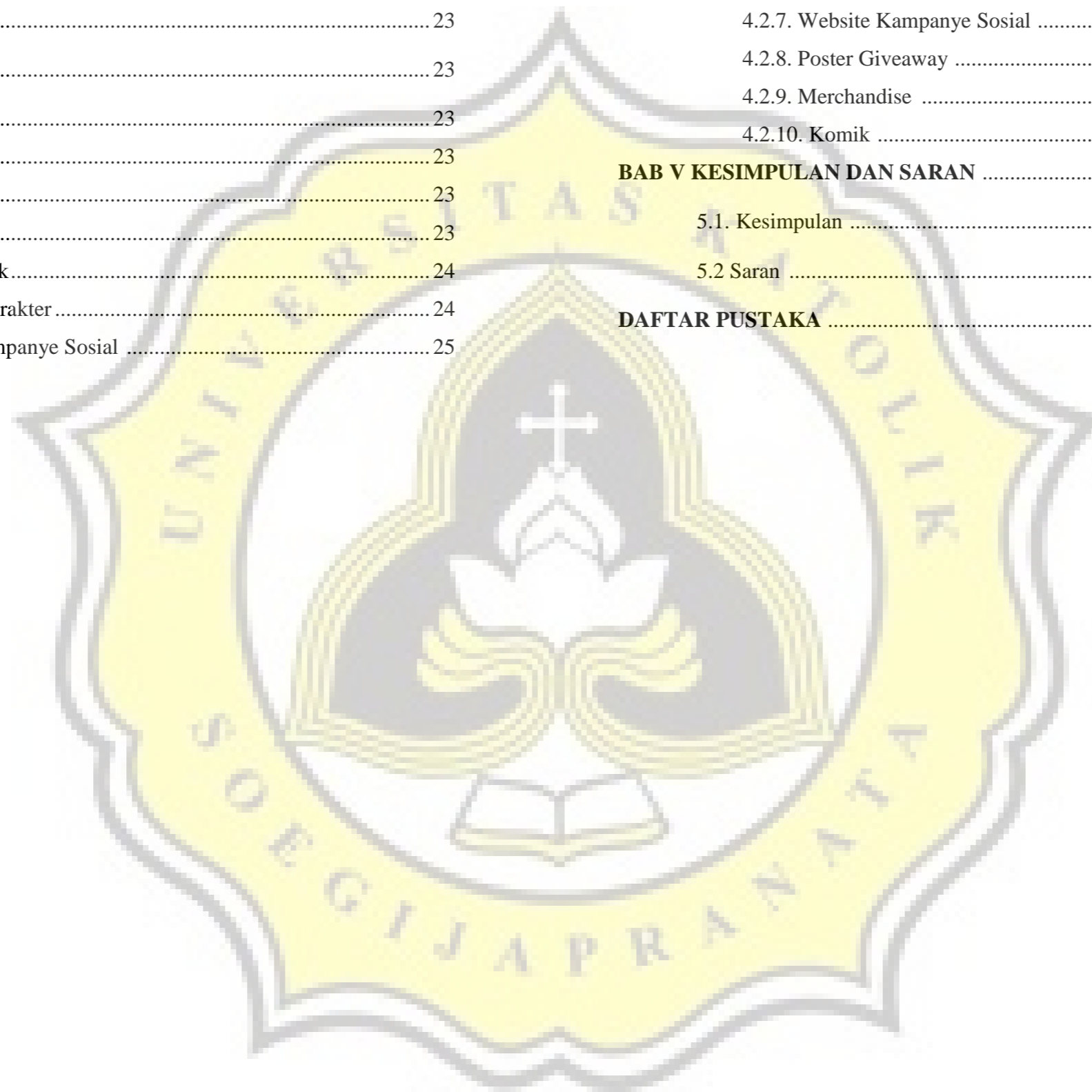
Penulis

Janiatika

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i		
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	ii	2.2.2.2 Sebab Terjadinya Kejahatan.....	6
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii	2.2.3. Remaja .....	7
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	iv	2.2.3.1 Defenisi Remaja .....	7
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v	2.2.3.2 Perkembangan Seksual Remaja .....	8
<b>ABSTRAK</b> .....	vi	2.2.3.2 Perkembangan Kepribadian Remaja .....	8
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii	2.2.4. Teori Desain.....	9
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	ix	2.2.4.1 Prinsip Desain .....	9
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x	2.2.4.2 Teori Warna .....	10
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1	2.2.4.3 Logo .....	10
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1	2.2.5. Komik .....	11
1.2. Identifikasi Masalah .....	1	2.2.6. Kampanye .....	12
1.3. Pembatasan Masalah.....	2	2.2.7. Strategi Komunikasi .....	13
1.4. Perumusan Masalah.....	2	2.3. Kajian Pustaka .....	13
1.5. Tujuan Penelitian.....	2	2.4. Studi Komparasi .....	13
1.6. Manfaat Penelitian.....	3	<b>BAB III STRATEGI KOMUNIKASI</b> .....	15
1.7. Metode Penelitian.....	3	3.1. Analisis .....	15
1.8. Sistematika Penilsan.....	3	3.1.1. Survey .....	15
<b>BAB II TINJAUAN UMUM</b> .....	5	3.1.2. Kuesioner .....	15
2.1. Kerangka Berpikir .....	5	3.1.3. Wawancara .....	17
2.2. Landasan Teori .....	5	3.2. Sasaran Khalayak .....	18
2.2.1. Jejaring Sosial.....	5	3.3. Strategi Komunikasi .....	18
2.2.1.1. Sejarah Jejaring Sosial.....	5	3.3.1. <i>Creative Brief</i> .....	18
2.2.1.2. Situs Jejaring Sosial Populer di Indonesia.....	5	3.3.2. <i>Creative Brief Lowe Worldwide</i> .....	19
2.2.1.2.1. Facebook .....	5	3.3.3. Strategi Penyampaian Pesan Sosial .....	20
2.2.1.2.2. Twitter .....	6	3.3.4. Tema Kampanye .....	20
2.2.2. Kejahatan .....	6	3.3.5. Judul Kampanye .....	20
2.2.2.1 Pengertian Kejahatan .....	6	3.3.6. Tahapan Kampanye .....	20
		3.3.7 Strategi Media .....	20
		3.3.7.1 Objektif Media .....	20
		3.3.7.2 Pendekatan Media .....	20
		3.3.7.3 Strategi Media dan Tahapan Kampanye .....	21

3.3.8. Strategi Anggaran .....	21	4.2.5. Poster Giving Information .....	26
<b>BAB IV STRATEGI KREATIF</b> .....	23	4.2.6. Web Banner .....	26
4.1. Konsep Verbal .....	23	4.2.7. Website Kampanye Sosial .....	26
4.1.1. Tema Kampanye .....	23	4.2.8. Poster Giveaway .....	27
4.1.2. Judul Kampanye.....	23	4.2.9. Merchandise .....	27
4.2. Konsep Visual.....	23	4.2.10. Komik .....	28
4.2.1. Logo .....	23	<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	29
4.2.2. Karakter Utama Komik.....	24	5.1. Kesimpulan .....	29
4.2.3. Komik Pengenalan Karakter .....	24	5.2. Saran .....	29
4.2.4. Poster Awareness Kampanye Sosial .....	25	<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	31



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kasus Kejahatan Berawal dari Perkenalan di Facebook .....	5	Gambar 4.1 Logo Kampanye.....	23
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir .....	5	Gambar 4.2 Font June Gloom.....	23
Gambar 2.2 Model AISAS oleh Dentsu .....	13	Gambar 4.3 Font Miss Smarty Pants .....	23
Gambar 2.3 Poster Kampanye “ <i>This is Not an Invitation to Rape Me</i> ” .....	14	Gambar 4.4 Warna Logo .....	24
Gambar 3.1 Intensitas Update di Jejaring Sosial.....	15	Gambar 4.5 Karakter Utama Komik.....	24
Gambar 3.2 Kesadaran Responden terhadap Pentingnya Kerahasiaan Info Pribadi.....	16	Gambar 4.6 Komik Pengenalan Karakter 1 .....	24
Gambar 3.3 Alasan Memiliki Akun Sosmed.....	16	Gambar 4.7 Komik Pengenalan Karakter 2 .....	25
Gambar 3.4 Jumlah Teman di Sosmed yang Dikenal Responden.....	16	Gambar 4.8 Poster Awareness .....	25
Gambar 3.5 Jumlah Responden yang Dihubungi Orang Asing dari Sosmed.....	16	Gambar 4.9 Poster Giving Information .....	26
Gambar 3.6 Reaksi Responden Jika Ada Teman Sosmed yang Mengajak Berkenalan.....	16	Gambar 4.10 Web Banner .....	26
Gambar 3.7 Respon Responden Jika Diajak Bertemu Teman Sosmed.....	17	Gambar 4.11 Website .....	26
Gambar 3.8 Waktu yang Diperlukan Responden untuk Menyanggupi Ajakan Bertemu .....	17	Gambar 4.12 Desain About Website Kampanye Sosial .....	27
Gambar 3.9 Ada Tidaknya Rasa Takut Kemungkinan Orang tersebut Berniat jahat.....	17	Gambar 4.13 Poster Giveaway .....	27
Gambar 3.10 Minat Responden Terhadap Media Untuk Menyampaikan Pesan .....	17	Gambar 4.14 Merchandise.....	27
Gambar 3.11 Strategi AISAS .....	20	Gambar 4.15 Komik Kampanye Sosial .....	28



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kasus Kejahatan Berawal dari Perkenalan di Facebook ..... 2

Tabel 3.1 Strategi Anggaran ..... 21



## ABSTRAK

Beberapa saat yang lalu, publik sering disuguhkan berita tentang kasus remaja putri yang hilang dan kemudian ditemukan dalam keadaan yang mengkhawatirkan. Ada yang mengalami pelecehan seksual, ada yang difoto dalam keadaan bugil, ada yang hampir dijual ke luar kota, bahkan ada yang ditemukan dalam keadaan tak bernyawa dan harta bendanya yang raib diambil pelaku. Pelakunya tak lain adalah kenalan jejaring sosial mereka sendiri. Sebagian dari korban bahkan menjadikan kenalan jejaring sosial mereka tersebut sebagai kekasihnya. Ironisnya, sebagian besar korban adalah remaja SMP dan SMA yang merupakan generasi muda bangsa kita. Tujuan dari perancangan ini adalah untuk meningkatkan kesadaran remaja putri terhadap keamanan dirinya dalam berinteraksi di dunia nyata dengan orang yang dikenalnya melalui jejaring sosial. Metode yang dipakai dalam perancangan ini adalah pendekatan melalui sosial media sebagai sarana sosialisasi media utama yaitu komik yang mengandung pesan kampanye sosial. Hasil yang diperoleh dari perancangan tersebut adalah perubahan perilaku target sasaran yang awalnya tidak waspada menjadi lebih waspada terhadap berbagai kejahatan oleh kenalan sosmed . Kesimpulan utamanya yaitu remaja putri sendirilah yang harus menyadari dan memahami orang – orang seperti apa yang mungkin mereka temui di luar sana untuk kemudian lebih waspada dalam menemui orang yang mereka kenal melalui sosmed.

Kata kunci : remaja, hilang, sosmed, kejahatan, modus

*Sometimes ago, public were served by a news about teenage girls that disappeared and then founded in a tragic condition. Some of them have sexually assaulted, some get forced to pose on camera without any clothes, some others almost sold out of the city, even founded death and their possessions taken by the culprit. The culprit is none other than their own social networking contacts. Most of the victims even take the acquaintance of their social networks as a lover. Ironically, most of the victims were middle and high school teens who are our nation's youth. The purpose of this research is to increase teenage girls's awareness about their safety during an interaction with people who they met on social media The metode of this design is an approach through social media to socialize the main media of campaign, which is a comic that contain social campaign's messages. The result is a behaviour change of targets who initially not beware to beware of all kind of crimes that can be done by their friends from social media. The main conclusion is the targets have to aware and understand what kind of people that they can meet out there and then keep on their guard if they have to meet the person who they know from social media.*

*Keywords : teenage, missing, socialmedia, crime, modus*