

LAPORAN  
**PROYEK AKHIR DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**  
PERIODE 10

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL UNTUK MERUBAH PERSEPSI  
MASYARAKAT TERHADAP KLUB MOTOR**



PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL  
FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN  
UNIKA SOEGIJAPRANATA  
SEMARANG  
PERIODE GENAP 2017/2018

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul:

PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL UNTUK MERUBAH PERSEPSI MASYARAKAT  
TERHADAP KLUB MOTOR

Nama: Denny Pratama Kurniadi

Nim: 13.13.0046

Program Studi: Desain Komunikasi Visual

Fakultas: Arsitektur dan Desain

Universitas: Universitas Katolik Soegijapranata



Ag. Dicky Prastomo, SIP., MA  
NPP. 058.1.2013.283

Ign. Dono Sayoso, Ir., MSR  
NPP.058.1.1986.013

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul:

PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL UNTUK MERUBAH PERSEPSI MASYARAKAT  
TERHADAP KLUB MOTOR

Nama: Denny Pratama Kurniadi

Nim: 13.13.0046

Program Studi: Desain Komunikasi Visual

Fakultas: Arsitektur dan Desain

Universitas: Universitas Katolik Soegijapranata

Semarang, 14 Juni 2017

Menyetujui,

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Lilian Rahardjo, S.Sn

Ign. Dono Sayoso, Ir.,MSR

NPP. 058 5 2009 219

NPP. 058 1 1986 013

Penguji I

Penguji II

Arwin Purnama Jati, S.Sn., GradDiplDEA

Ign. Dono Sayoso, Ir., MSR

NPP.085.1.2010.279

NPP.058.1.1986.013

Penguji III,

Lilian Rahardjo, S.Sn

NPP. 058 5 2009 219

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Nama: Denny Pratama Kurniadi

NIM: 13.13.0046

Program Studi: Desain Komunikasi Visual

Fakultas: Arsitektur dan Desain

Universitas: Universitas Katolik Soegijapranata

Judul Proyek Akhir:

PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL UNTUK MERUBAH PERSEPSI MASYARAKAT  
TERHADAP KLUB MOTOR

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, Universitas Katolik Soegijapranata Semarang. Demi kepentingan akademis, maka saya bersedia dan menyetujui bentuk publikasi dari karya ilmiah ini.

Semarang, 14 Juni 2017



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmatNya laporan “Perancangan Kampanye Sosial Untuk Merubah Persepsi Masyarakat Terhadap Klub Motor” untuk mata kuliah Proyek Akhir dapat tersusun hingga selesai. Laporan ini dibuat sebagai syarat untuk kelulusan Desain Komunikasi Visual Unika Soegijapranata.

Dalam proses pembuatan laporan, penulis mendapatkan banyak sekali bantuan dari berbagai pihak sehingga laporan ini dapat selesai. Untuk itu penulis ingin menyampaikan terima kasih atas bantuannya kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmatNya penyusunan laporan dan sidang dapat berjalan dengan lancar.
2. Bapak Ign. Dono Sayoso, Ir.,MSR selaku dosen koordinator Proyek Akhir dan juga sebagai pembimbing kedua.
3. Ibu Lilian Rahardjo, S.Sn yang telah membimbing dari awal hingga akhir penyusunan laporan.

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari pembaca. Dan semoga laporan ini bisa bermanfaat bagi orang lain yang membutuhkan.

Semarang, 14 Juni 2017

Denny Pratama K

Penulis

## ABSTRAK

Pada jaman sekarang ini alat transportasi sepeda motor sudah seperti kebutuhan primer bagi masyarakat. Selain digunakan sebagai alat transportasi, banyak masyarakat yang menggunakan motor untuk menyalurkan hobinya salah satunya yaitu dengan cara berkumpul dengan sesama pengguna motor. Namun dalam menuangkan hobinya tersebut tidak semuanya positif. Yang positif biasanya disebut dengan klub motor dan yang negatif disebut dengan geng motor. Namun sekarang ini masih banyak orang tua yang menganggap bahwa klub motor dan geng motor itu sama. Oleh karena itu penulis membuat perancangan kampanye sosial dengan tujuan untuk memberitahukan kepada masyarakat bahwa klub motor berbeda dengan geng motor secara *online* dengan menggunakan media utamanya *website*.

## ABSTRACT

In this day and age motorcycle transportation is like the primary needs for the community. In addition to being used as a means of transportation, many people who use motor to channel hobby one of them is by gathering with fellow motor users. But in pouring his hobby is not all positive. The positive is usually called the motor club and the negative is called the motorcycle gang. But now there are still many parents who think that motorcycle club and motorcycle gang are the same. Therefore, the authors make the design of social campaigns with the aim to inform the public that the motorcycle club is different from the motorcycle gang online by using the main media is website.

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAK .....	vi
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR PUSTAKA .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
I.1 Latar Belakang Masalah .....	1
I.2 Identifikasi Masalah .....	6
I.3 Pembatasan Masalah .....	5
I.4 Perumusan Masalah .....	5
I.5 Tujuan Perancangan .....	5
I.6 Manfaat Penelitian .....	7
I.7 Metode Penelitian .....	7
I.8 Sistematika Penulisan .....	7
<b>BAB II TINJAUAN UMUM .....</b>	<b>9</b>
II.1 Kerangka Berpikir .....	9
II.2 Landasan Teori .....	10
II.2.1 Organisasi .....	10

II.2.2 Klub Motor dan Geng Motor .....	10
II.2.3 Persepsi .....	13
II.2.4 Kampanye .....	14
II.2.5 IMC .....	14
II.2.6 Warna .....	15
II.2.7 Media .....	16
II.2.8 Teori AIDA .....	16
II.2.9 Tipografi .....	17
II.2.10 Metode 5W1H .....	17
II.2.11 Layout .....	18
II.3 Kajian Pustaka .....	18
II.4 Studi Komparasi .....	19
<b>BAB III Strategi Komunikasi .....</b>	<b>23</b>
III.1 Analisis .....	23
III.1.1 Hasil Wawancara .....	23
III.1.2 Analisis 5W+1H .....	26
III.1.4 Creative Brief .....	27
III.2 Khalayak Sasaran .....	28
III.2.1 Demografis .....	28
III.2.2 Psikografis .....	28
III.2.3 Geografis .....	29
III.3 Strategi Komunikasi .....	29
III.3.1 Tema dan Judul Kampanye Sosial .....	29
III.3.2 Strategi Pendekatan Perancangan .....	29



<b>III.3.3 Strategi Penyampaian Pesan Kampanye dan Media .....</b>	<b>30</b>
<b>III.3.3.1 Strategi Media .....</b>	<b>30</b>
<b>III.3.3.2 Strategi Anggaran .....</b>	<b>32</b>
<b>BAB IV Strategi Kreatif</b>	
<b>IV.1 Konsep Visual .....</b>	<b>38</b>
<b>IV.1.1 Warna.....</b>	<b>38</b>
<b>IV.1.2 Tipografi .....</b>	<b>38</b>
<b>IV.2 Konsep Verbal .....</b>	<b>39</b>
<b>IV.2.1 Gaya Bahasa .....</b>	<b>39</b>
<b>IV.2.2 Media Perancangan .....</b>	<b>39</b>
<b>IV.3 Visualisasi Desain .....</b>	<b>40</b>
<b>IV.3.1 Logo .....</b>	<b>40</b>
<b>IV.3.2 Attention .....</b>	<b>41</b>
<b>IV.3.3 Interest .....</b>	<b>42</b>
<b>IV.3.4 Desire .....</b>	<b>44</b>
<b>IV.3.5 Action .....</b>	<b>47</b>
<b>BAB V Kesimpulan Dan Saran .....</b>	<b>62</b>
<b>V.1 Kesimpulan .....</b>	<b>62</b>
<b>V.2 Saran .....</b>	<b>62</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1.1 Pertanyaan Perbedaan

Gambar I.1.2 Hasil Riset Responden Yang Menjawab Sama

Gambar I.1.3 Hasil Riset Responden Yang Menjawab Berbeda

Gambar I.1.4 Perbedaan Klub dan Geng

Gambar I.1.5 Pandangan Klub Motor

Gambar I.1.6 Penyebab Pandangan

Gambar I.1.7 Pandangan Geng Motor

Gambar I.1.8 Penyebab Pandangan

Gambar II.1.1 Kerangka Berpikir

Gambar II.4.1 Perancangan Baliho

Gambar II.4.2 Perancangan Poster

Gambar II.4.3 Perancangan Spanduk

Gambar II.4.4 Perancangan 1

Gambar II.4.5 Perancangan 2

Gambar III.1.1.1 Wawancara

Gambar III.3.2.2.1 Budidaya Font

Gambar IV.1 Warna yang digunakan dalam media

Gambar IV.2 Font Budidaya

Gambar IV.3 Font Comic Sans MS

Gambar IV.4 Font Arial

Gambar IV.5 Logo Kamibeda.com

Gambar IV.6 Koran

Gambar IV.7 Website

Gambar IV.8 Media Sosial

Gambar IV.9 Brosur

Gambar IV.10 Website

Gambar IV.11 Koran

Gambar IV.12 Billboard

Gambar IV.13 Majalah Iklan

Gambar IV.14 Koran

Gambar IV.15 Spanduk

Gambar IV.16 Media Sosial

Gambar IV.17 Website

Gambar IV.18 Website di monitor

Gambar IV.19 Tampilan Awal, Slideshow Aman

Gambar IV.20 Tampilan Awal, Slideshow Taat

Gambar IV.21 Tampilan Awal, Slideshow Peduli

Gambar IV.22 Tampilan Awal, Slideshow Ajakan Donasi

Gambar IV.23 Tampilan setelah Masuk

Gambar IV.24 Tampilan Ketika di klik

Gambar IV.25 Tampilan Slideshow Aman ketika di klik

Gambar IV.26 Tampilan Slideshow Taat ketika di klik

Gambar IV.27 Tampilan Slideshow Peduli ketika di klik

Gambar IV.28 Tampilan Pengertian Perkumpulan Motor

Gambar IV.29 Tampilan Sejarah Perkumpulan Motor

Gambar IV.30 Tampilan Kegiatan Turing

Gambar IV.31 Tampilan Kegiatan Kopdar



Gambar IV.32 Tampilan Profil Crows

Gambar IV.33 Tampilan Profil Serenity

Gambar IV.34 Tampilan Profil Mars

Gambar IV.35 Tampilan Tanya Jawab

Gambar IV.36 Tampilan Forum

Gambar IV.37 Tampilan Berkas di klik

Gambar IV.38 Tampilan Donasi

Gambar IV.39 Tampilan Donasi Setelah di klik

Gambar IV.40 Tampilan Tentang Kamibeda.com

Gambar IV.41 Tampilan Daftar Klub Motor

Gambar IV.42 Tampilan Bantuan

Gambar IV.43 Tampilan Galeri

Gambar IV.44 Sarung Tangan



## DAFTAR TABEL

Tabel III.3.3.1.1 AIDA

Tabel III.3.3.2.1 Anggaran

