

PROYEK AKHIR DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

PERIODE 12

**DESAIN KAMPANYE SOSIAL PEDULI SAMPAH PADA
DAERAH WISATA BUDAYA DI KOTA SEMARANG
(STUDI KASUS : KAWASAN PECINAN SEMARANG)**



PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

SEMARANG

2018

HALAMAN PENGESAHAN

Judul:

DESAIN KAMPANYE SOSIAL PEDULI SAMPAH PADA DAERAH WISATA
BUDAYA DI KOTA SEMARANG
(STUDI KASUS : KAWASAN PECINAN SEMARANG)

Nama: Daniel Tresno Winata

NIM: 13.13.0050

Program Studi: Desain Komunikasi Visual

Fakultas: Arsitektur dan Desain

Universitas Universitas Katholik Soegijapranata

Semarang, 16 Juli 2018

Mengesahkan,

Kaprodi Desain Komunikasi Visual

Koordinator Proyek Akhir DKV

Ag. Dicky Prastomo, S.IP, MA.
NIP. 058.1.2013.283

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

Dekan Fakultas Arsitektur dan Desain

Dra. H. Tyas Susanti, MA., PhD.
NIP. 06.6076501

HALAMAN PENGESAHAN

Judul:

DESAIN KAMPANYE SOSIAL PEDULI SAMPAH PADA DAERAH WISATA
BUDAYA DI KOTA SEMARANG
(STUDI KASUS : KAWASAN PECINAN SEMARANG)

Nama: Daniel Tresno Winata

NIM: 13.13.0050

Program Studi: Desain Komunikasi Visual

Fakultas: Arsitektur dan Desain

Universitas: Universitas Katholik Soegijapranata

Semarang, 16 Juli 2018

Menyetujui,

Pembimbing I

Ign. Dono Sayoso, Ir., MSR

NIP. 058.1.1986.013

Penguji I

Penguji II

Penguji III

Peter Ardhiyanto, S.Sn, M.Sn.
NIP.058.1.2015.295

Maya Putri Utami, M.Sn.
NIP. 058.1.2010.278

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

PERNYATAAN ORISINALITAS

Nama: Daniel Tresno Winata

NIM: 13.13.0050

Program Studi: Desain Komunikasi Visual

Fakultas: Arsitektur dan Desain

Universitas: Universitas Katholik Soegijapranata

Judul Proyek Akhir:

DESAIN KAMPANYE SOSIAL PEDULI SAMPAH PADA DAERAH WISATA
BUDAYA DI KOTA SEMARANG

(STUDI KASUS : KAWASAN PECINAN SEMARANG)

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 pemalsaan data maupun bentuk-bentuk kecurangan yang lainnya saya bersedia menerima sanksi dari Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Katholik Soegijapranata Semarang. Dengan kepentingan akademis, maka saya bersedia dan menyetujui bentuk publikasi dari karya ilmiah ini.

Semarang, 16 Juli 2018

Daniel Tresno Winata

PRAKATA

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan rahmat – Nya yang telah diberikan kepada penulis sehingga penulis berhasil menyelesaikan laporan proyek akhir ini dengan baik. Penulisan laporan proyek akhir yang berjudul “DESAIN KAMPANYE SOSIAL PEDULI SAMPAH PADA DAERAH WISATA BUDAYA DI KOTA SEMARANG (STUDI KASUS : KAWASAN PECINAN SEMARANG)” ini guna untuk menyampaikan ide dan gagasan penulis dalam pembuatan proyek akhir, dan guna untuk memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan studi S1 pada Universitas Katolik Soegijapranata Semarang dengan program studi desain komunikasi visual.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada beberapa pihak yang telah membantu dan mendukung penulis selama pembuatan dan pelaksanaan proyek akhir ini hingga selesai. Rasa terima kasih penulis sampaikan kepada :

1. Bapak Ir.IGN Dono Sayoso, MSR selaku dosen pembimbing utama yang telah membimbing dan membantu penulis dalam pembuatan proyek akhir baik berupa masukan – masukan yang membuat proyek akhir ini menjadi lebih baik.
2. Bapak Bayu Widianoro ST, MSn selaku penguji dari pembuatan proyek akhir ini yang telah banyak memberi kritikan dan saran yang membuat proyek akhir ini menjadi lebih baik.
3. Teman – teman satu kelompok yang telah banyak membantu dalam memberi masukan – masukan dan berbagi informasi yang dibutuhkan penulis dalam pembuatan proyek akhir ini.
4. Para Pengunjung, warga sekitar dan para pemilik usaha yang ada di daerah pecinan yang telah membantu dalam mengisi kuisioner yang dibutuhkan penulis sebagai data dalam pembuatan proyek akhir ini. Penulis menyadari bahwa laporan dari proyek akhir ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu segala bentuk masukan baik saran maupun kritikan yang diberikan oleh pembaca akan sangat membantu dalam perbaikan laporan selanjutnya. Akhir kata, penulis berharap agar laporan dari

proyek akhir ini dapat diterima dan bermanfaat bagi para pembacanya guna menambah wawasan dan pengetahuan.



ABSTRAK

Kepedulian Masyarakat Indonesia terhadap sampah masih jauh tertinggal dari beberapa Negara. Dengan rendahnya rasa peduli Masyarakat Indonesia, berpengaruh juga terhadap tingkat kesehatan, kebersihan dan keindahan di tempat wisata budaya yang ada di Indonesia. Untuk meningkatkan rasa kepedulian masyarakat Indonesia terhadap sampah, harus mulai dibiasakan membuang sampah pada tempatnya, sehingga disini peran orang dewasa awal sangat dibutuhkan untuk memulai sebuah perubahan dan memberikan contoh kepada anak-anak untuk lebih peduli terhadap sampah. Maka dari itu, perlu adanya kampanye sosial “Desain “Kampanye sosial Peduli Sampah Pada Daerah Wisata Budaya Di Kota Semarang (Studi Kasus: Kawasan Pecinan Semarang) Dengan adanya kampanye ini, akan memberikan dampak positif bagi mereka yang sudah mau peduli sampah dan lingkungan disekitar mereka dan tentunya juga tempat-tempat wisata budaya maupun lingkungan yang ada di Indonesia.

Kata kunci: kampanye, peduli sampah, tempat wisata budaya

Indonesian people's awareness of waste is still far behind from some countries. With the low sense of care of the people of Indonesia, also affect the level of health, hygiene and beauty in cultural attractions in Indonesia. To increase the awareness of the Indonesian people towards waste, it should begin to get used to taking out the garbage in its place, so that here the early adult role is needed to start a change and give the example to the children to be more concerned about the waste. Therefore, the need for a social campaign "Design" Social Campaign Garbage Peduli In Cultural Tourism Areas In Semarang City (Case Study: Semarang Chinatown Area) With this campaign, will have a positive impact for those who already want to care about the garbage and lingkungan around them and of course also the cultural and environmental attractions in Indonesia.

Keywords: campaign, cares waste, cultural sights

Daftar Isi

HALAMAN JUDUL.....	i
PRAKATA.....	ii
ABSTRAK.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR BAGAN.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Pembatasan Masalah.....	7
1.4 Perumusan Masalah.....	7
1.5 Tujuan Perancangan.....	7
1.6 Manfaat Penelitian.....	8
1.7 Metodologi Penelitian.....	8
1.8 Studi Kasus.....	10
1.9 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Kerangka Berpikir.....	11
2.2 Landasan Teori.....	12
2.2.1 Teori Perkembangan Dewasa muda atau Awal.....	12
2.2.2 Teori Sign System.....	12
2.2.3 Teori Etika Lingkungan.....	15
2.2.4 Teori Kampanye.....	17
2.2.5 Teori Warna.....	17
2.2.6 Teori Tipografi.....	19
2.2.7 Teori Kognisi, Afeksi dan Changing Behavior.....	21

2.2.8 Teori sampah dan Pengelolaan Sampah.....	23
2.3 Kajian Pustaka.....	27
2.3.1 Buku Penunjang Pertama.....	27
2.3.2 Buku Penunjang Kedua.....	28
2.3.3 Buku Penunjang Ketiga.....	28
2.3.4 Buku Penunjang Keempat.....	28
BAB III STRATEGI KOMUNIKASI.....	29
3.1 Anilisis.....	29
3.1.1 Analisa Masalah.....	29
3.1.2 Analisa Kuesioner.....	31
3.1.3 Analisa Internet.....	36
3.2 Cretive Brief.....	37
3.3 Analisis Kognisi Afeksi dan Changing Behavior.....	38
3.4 Strategi Penyampaian Pesan.....	39
3.4.1 Tema Kampanye.....	40
3.4.2 Judul Kampanye.....	40
3.4.3 Tahapan Kampanye.....	40
BAB IV STRATEGI KREATIF.....	44
4.1 Logo.....	44
4.1.1 Pewarnaan Logo.....	44
4.1.2 Tipografi Logo.....	45
4.2 Konsep Verbal.....	46
4.2.1 Konsep dasar Kampanye.....	46
4.2.2 Tujuan Utama Kampanye.....	46
4.2.3 Konsep Judul Kampanye.....	46
4.3 Visualisasi Desain.....	47

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	51
5.1 Kesimpulan.....	51
5.2 Saran.....	51
DAFTAR PUSTAKA.....	52



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Dampak yang disebabkan oleh sampah.....	2
Gambar 1.2 Lingkungan perumahan dan pertokoan (gang belakang).....	3
Gambar 1.3 Lingkungan Pertokoan di Kawasan Pecinan Semarang.....	4
Gambar 1.4 Lingkungan pertokoan (Jalan Beteng).....	5
Gambar 1.5 Singapore Chinatown (studi kasus).....	9
Gambar 3.1 Kawasan Pecinan Semarang yang masih banyak sampah.....	30
Gambar 3.2 Sign system larangan parkir di sekitar wilayah Pecinan Semarang.....	31
Gambar 3.3 Grafik hasil kuesioner pertanyaan 1.....	32
Gambar 3.4 Grafik hasil kuesioner pertanyaan 2.....	33
Gambar 3.5 Grafik hasil kuesioner pertanyaan 3.....	33
Gambar 3.6 Grafik hasil kuesioner pertanyaan 4.....	34
Gambar 3.7 Grafik hasil kuesioner pertanyaan 5.....	34
Gambar 3.8 Grafik hasil kuesioner pertanyaan 6.....	35
Gambar 3.9 Grafik hasil kuesioner pertanyaan 7.....	35
Gambar 3.10 Grafik hasil kuesioner pertanyaan 8.....	36
Gambar 3.11 Grafik hasil kuesioner pertanyaan 9.....	36
Gambar 3.12 Grafik hasil kuesioner pertanyaan 10.....	37
Gambar 4.1 Visualisasi Logo.....	44
Gambar 4.2 Gambar Tipografi Logo.....	45
Gambar 4.3 Gambar Tipografi Tagline.....	45
Gambar 4.3.1 Poster Tahap kognisi.....	47
Gambar 4.3.2 Tahap promosi melalui media sosial (instagram twitter dan facebook)	47

Gambar 4.3.3 Tahap promosi menggunakan MMT & X-Banner.....	48
Gambar 4.3.4 Ambient Media Tahap Afeksi.....	49
Gambar 4.3.4 Poster dan Media Sosial Tahap Afeksi.....	49
Gambar 4.3.4 Media Sosial (facebook & Twitter Tahap Afeksi.....	50
Gambar 4.3.5 Poster dan Media Sosial Tahap Perubahan Perilaku.....	50



DAFTAR TABEL

Tabel 3.4.4	Tabel Anggaran.....	43
-------------	---------------------	----



DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka berpikir.....	11
----------------------------------	----

