

**PERANCANGAN KAMPANYE MENGENAI PENTINGNYA DUKUNGAN  
ORANG TUA TERHADAP MINAT BAKAT PADA ANAK SEJAK DINI**



**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL  
FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN  
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA  
SEMARANG  
PERIODE  
GENAP 2017/2018**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Nama : The, Marchelia

NIM : 14.L1.0024

Program Studi : Arsitektur dan Desain

Universitas : Universitas Katolik Soegijapranata

Judul Proyek Akhir :

Perancangan Kampanye Mengenai Pentingnya Dukungan  
Orang Tua Terhadap Minat Bakat Pada Anak Sejak Dini

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 lainnya, 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 2018



The, Marchelia

14.L1.0024

**PENGESAHAN**

Judul Proyek Akhir :

PERANCANGAN KAMPANYE MENGENAI PENTINGNYA DUKUNGAN  
ORANG TUA TERHADAP MINAT BAKAT PADA ANAK SEJAK DINI

Nama : The, Marchelia

NIM : 14.L1.0024

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Arsitektur dan Desain

Universitas : Universitas Katolik Soejiapranata

Semarang, Juni 2018

Ketua Program Studi

Desain Komunikasi Visual

Koordinator Proyek Akhir

Desain Komunikasi Visual

Ag. Dicky Prastomo, S.IP., M.A.

NPP 058.1.2013.283

Ir. Ign. Dono Sayoso, M.SR.

NIDN 0608075601

Dekan

Fakultas Arsitektur dan Desain



Dra. B. Tyas Susanti, M.A., Ph.D.

NIDN 0626076501

## PENGESAHAN

Judul Proyek Akhir :

PERANCANGAN KAMPANYE MENGENAI PENTINGNYA DUKUNGAN  
ORANG TUA TERHADAP MINAT BAKAT PADA ANAK SEJAK DINI

Nama : The, Marchelia

NIM : 14.L1.0024

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Arsitektur dan Desain

Universitas : Universitas Katolik Soejiapranata

Semarang, Juni 2018

Menyetujui,

Pembimbing

Peter Ardhianto, S.Sn, M.Sn.

NPP. 058.1.2015.295

Penguji I



Maya Putri Utami, S.Sn.,M.Sn.

NPP 058.1.2010.278

Penguji II



Ir. Ign. Dono Sayoso, M.SR.

NIDN 0608075601

Penguji III



Peter Ardhianto, S.Sn, M.Sn.

NPP. 058.1.2015.295

## KATA PENGANTAR

Puji syukur pada Tuhan yang Maha Esa sehingga penulis dapat menyelesaikan proyek akhir DKV'14 yang berjudul "Perancangan Kampanye Mengenai Pentingnya Dukungan Orang Tua Terhadap Minat Bakat Pada Anak Sejak Dini". Judul dan tema yang telah ditentukan oleh penulis merupakan bentuk kepedulian terhadap masa depan anak yang sangat membutuhkan dukunga dari orang tua dari sejak dini. Sehingga di kemudian hari proyek akhir ini dapat berguna dengan efektif untuk membantu orang tua dalam menyediakan waktu khusus untuk anak tanpa mengesampingkan hal penting juga tentunya. Pada kesempatan ini penulis juga ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada beberapa pihak yang baik secara langsung maupun tidak secara langsung berhubungan dalam penyusunan PADKV 12, diantaranya:

1. Bapak Peter Ardianto S.Sn, M.Sn sebagai pembimbing utama, yang bersedia membimbing dan memberikan saran-saran yang sangat bermanfaat dalam penyusunan proyek akhir ini serta meluangkan waktu dalam membimbing Proyek Akhir penulis dan teman-teman 1 bimbingan dari awal hingga akhir
2. Maya Putri Utami, M. Sn. sebagai pembimbing kedua yang juga telah membantu baik dalam proses desain dan juga penulisan dari awal hingga akhir PADKV12 ini.
3. Pihak sekolah Marsudirini yang dengan berbaik hati memberikan kesempatan untuk penulis melakukan observasi penelitian dan mau membagi ilmu mengenai tingkah laku orang tua sehingga penulis memperoleh data yang akurat yang dapat digunakan penulis dalam penyusunan PADKV12.
4. Orang tua yang senantiasa mendukung dan memberi *support* serta kesediaannya untuk di wawancara oleh penulis.
5. Psikologi anak dari gereja Pringgading Semarang yang bersedia diwawancara penulis sehingga penulis mendapat data yang dapat mendukung penyusunan PADKV 12.
6. Dan semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang juga telah terlibat dalam proses penyusunan PADKV12 ini.

Segala bentuk kritik dan saran yang membangun sangat membantu penulis dalam penyempurnaan laporan akhir PADKV 12 ini, akhir kata penulis juga berharap agar Proyek akhir dapat mengubah pola pikir serta akan dukungan minat bakat anak sejak dini. Penulis juga memohon maaf apabila selama penyusunan PADKV 12 ini dan dalam laporan ini terdapat kesalahan, juga kesalahan kata-kata atau penulisan.

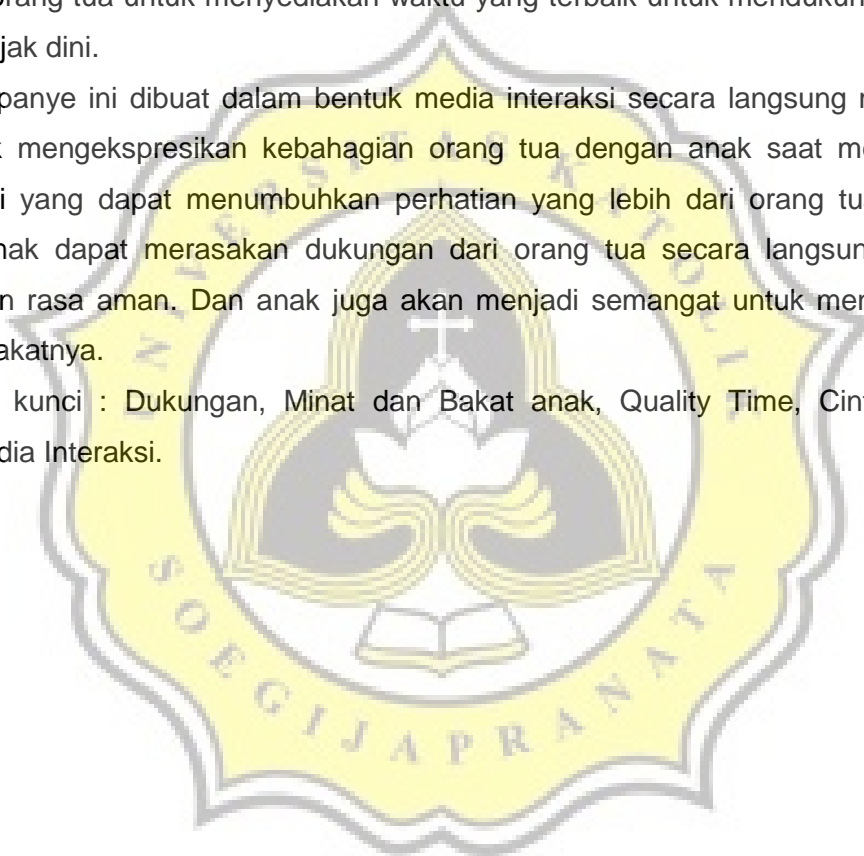
Penulis,

## ABSTRAK

Dalam memandang sebuah minat dan bakat di jaman ini dapat didukung dengan pendidikan atau pelatihan yang khusus untuk mengembangkan minat dan bakat tersebut. Karena pada dasarnya minat dan bakat memang membutuhkan pelatihan dalam jangka waktu yang cukup panjang. Namun sedikit orang tua saat ini dapat memandang dukungan tersebut sangat mudah dilakukan, bahkan tidak perlu mengeluarkan uang banyak. Waktu yang terbaik dari orang tua dapat menjadi bentuk dukungan terhadap minat dan bakat anak yang didasari dari cinta dan kasih sayang. Kampanye ini bertujuan untuk menyadarkan dan membantu orang tua untuk menyediakan waktu yang terbaik untuk mendukung minat bakat anak dari sejak dini.

Kampanye ini dibuat dalam bentuk media interaksi secara langsung melalui media sosial untuk mengekspresikan kebahagiaan orang tua dengan anak saat memiliki *quality time*. Hal ini yang dapat menumbuhkan perhatian yang lebih dari orang tua untuk anak sehingga anak dapat merasakan dukungan dari orang tua secara langsung yang akan menimbulkan rasa aman. Dan anak juga akan menjadi semangat untuk mengembangkan minat dan bakatnya.

Kata kunci : Dukungan, Minat dan Bakat anak, Quality Time, Cinta dan Kasih Sayang, Media Interaksi.

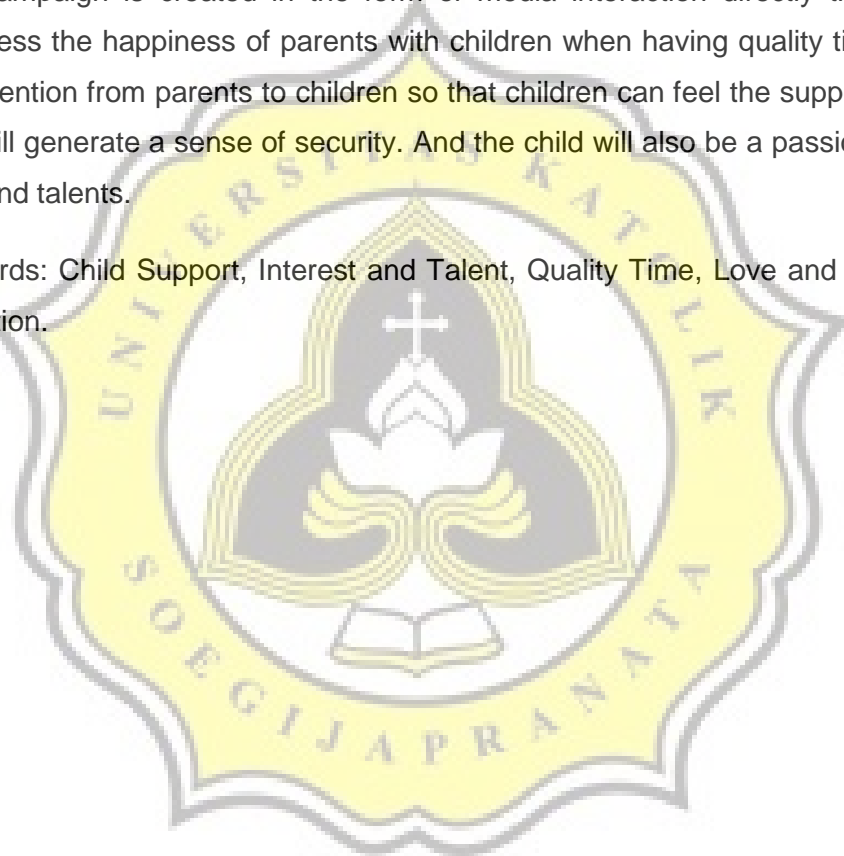


## ABSTRACT

In view of an interest and talent in this era can be supported with special education or training to develop interest and talent. Because basically interest and talent does require training in a long period of time. But few parents today can see the support is very easy to do, do not even need to spend a lot of money. The best time of parent can be a form of support to the interests and talents of children based on love and affection. The campaign aims to awaken and help parents to provide the best time to support the interests of child talent from an early age.

This campaign is created in the form of media interaction directly through social media to express the happiness of parents with children when having quality time. This can bring more attention from parents to children so that children can feel the support of parents directly that will generate a sense of security. And the child will also be a passion to develop his interests and talents.

Keywords: Child Support, Interest and Talent, Quality Time, Love and Compassion, Media Interaction.

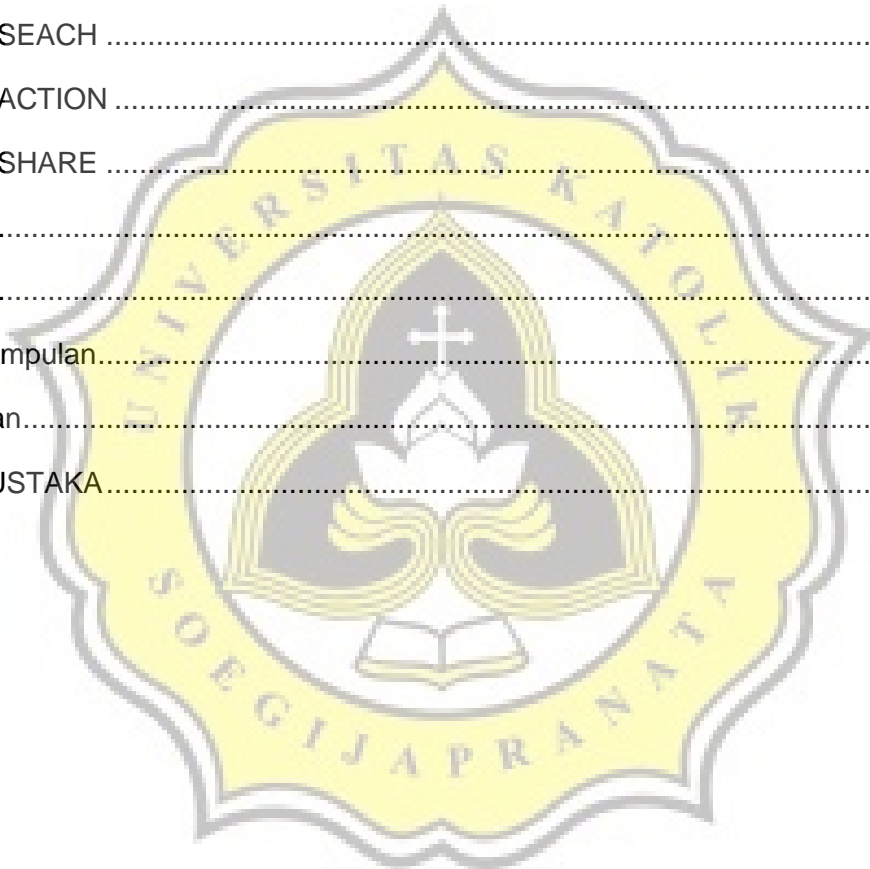


## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	3
ABSTRAK.....	6
BAB I .....	13
PENDAHULUAN.....	13
1.1. Latar Belakang .....	13
1.2. Pembatasan Masalah .....	14
1.3. Rumusan Masalah.....	14
1.4. Tujuan dan Manfaat.....	14
1.4.1. Tujuan.....	14
1.4.2. Manfaat.....	15
1.4.2.1. Bagi Masyarakat .....	15
1.5. Metodologi Perancangan.....	15
1.5.1. USER RESEARCH .....	15
1.6.2. BACKGROUND RESEARCH.....	17
1.7. INITIAL CONCEPT .....	18
1.8. Skema Perancangan .....	19
.....	19
1.9. Tinjauan Pustaka.....	20
1.9.1. PUSTAKA .....	20
1.9.2. STUDI KOMPARASI .....	21
BAB II .....	24
LANDASAN TEORI.....	24
2.1. Teori minat .....	24
2.2. Teori bakat .....	24
2.3. Orang Tua Sebagai Pendukung Program Bakat Anak .....	24
2.4. Teori AISAS.....	25
2.5. Teori Typografi .....	25

2.6. Jenis Huruf .....	25
2.7. Teori Warna.....	26
2.8. Teori Kampanye .....	27
2.9. Teori IMC.....	27
2.10. Teori Pemasaran Interaktif.....	27
<b>BAB III .....</b>	<b>29</b>
<b>Strategi Komunikasi .....</b>	<b>29</b>
3.1. Analisa Masalah .....	29
3.1.1. Hasil Kuesioner.....	29
3.1.2. Hasil Wawancara .....	30
3.1.3. Hasil Focus Group Discussion (FGD).....	31
3.2. Khalayak Sasaran .....	32
3.2.1. Sasaran Primer.....	32
3.2.2. Sasaran Sekunder .....	32
3.3. Analisis Target Sasaran.....	33
3.3.1. Analisis SWOT.....	33
3.3.2. Creative Brief .....	33
3.3.3. Konsep Penyampaian Pesan ( What To Say).....	34
3.4. Strategi Media & Budgeting .....	35
3.4.1. Objektif Media.....	35
3.4.2. Strategi Media.....	37
3.4.3. Budgeting.....	38
<b>BAB IV .....</b>	<b>40</b>
<b>Strategi Kreatif .....</b>	<b>40</b>
4.1. KONSEP VISUAL.....	40
4.1.1.1. TEMA KAMPANYE .....	40
4.1.1.2. KONSEP DAN JUDUL KAMPANYE.....	40
4.1.1.3. KONSEP TAGLINE .....	40

4.1.1.4. TONE AND MANNER .....	41
4.1.1.5. BAHASA YANG DIGUNAKAN .....	41
4.2. KONSEP VISUAL.....	42
4.2.1. Konsep Logo.....	42
4.2.2. Konsep Warna .....	42
4.3. Visualisasi desain .....	44
4.3.1. ATTENTION.....	44
4.3.2. INTEREST .....	46
4.3.3. SEACH .....	48
4.3.4. ACTION .....	50
4.3.5. SHARE .....	52
BAB V .....	56
Kesimpulan.....	60
5.1. Kesimpulan.....	60
5.2. Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA .....	62



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Hasil Riset Singkat .....	15
Gambar 2 Hasil Riset Singkat .....	16
Gambar 3 Hasil Riset Singkat .....	16
Gambar 4 Hasil Riset Singkat .....	16
Gambar 5 Studi Komparasi 1 .....	22
Gambar 6 Studi Komparasi 2 .....	23
Gambar 7 Logo Kampanye .....	42
Gambar 8 Pallete Warna.....	42
Gambar 9 Typeface Logo .....	43
Gambar 10 Brosur A5 .....	44
Gambar 11 Baliho .....	45
Gambar 12 Umbul- umbul.....	46
Gambar 13 Mini Booth Interktif.....	47
Gambar 14 Sticker Interaktif.....	47
Gambar 15 x-banner .....	47
Gambar 16 Insta Feed .....	48
Gambar 17 Video Teaser Aplikasi.....	49
Gambar 18 Teaser Aplikasi.....	49
Gambar 19 Video Promosi Aplikasi.....	50
Gambar 20 Opening Aplikasi .....	51
Gambar 21 Isi Aplikasi .....	51
Gambar 22 Ads Diskon Hanamasa.....	52
Gambar 23 Ads Promosi <i>Event</i> .....	52
Gambar 24 Maket .....	53
Gambar 25 Gate <i>Event</i> .....	53
Gambar 26 STAGE <i>Event</i> .....	54
Gambar 27 PHOTOBOOTH <i>Event</i> .....	54
Gambar 28 BOOTH MERCHENDISE .....	55
Gambar 29 T-shirt Panitia .....	55
Gambar 30 Co-card Panitia.....	56
Gambar 31 Merchandise T-Shirt .....	56
Gambar 32 Merchandise Pin.....	57
Gambar 33 Merchandise Mug.....	57
Gambar 34 Sticker .....	58
Gambar 35 Merchandise Gantungan Kunci .....	58

Gambar 36 Merchandise Notes ..... 59

**DAFTAR TABEL**

Tabel 1 Strategi Media ..... 35  
Tabel 2 Budgeting ..... 38

**DAFTAR BAGAN**

Bagan 1 Skema Perancangan ..... 19

