

PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL TERHADAP OVERPOPULASI

KUCING LIAR DI PASAR KOTA SEMARANG

Diajukan dalam Rangka Memenuhi

Salah Satu Syarat Memperoleh

Gelar Sarjana Desain



NATALIA GIOFANNY SANTOSO

16.L1.0017

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

JURUSAN ARSITEKTUR DAN DESAIN

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

SEMARANG

2020

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Natalia Giofanny Santoso

NIM : 16.L1.0017

Program / Konsentrasi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Arsitektur dan Desain

Dengan ini menyatakan bahwa Laporan Tugas Akhir dengan judul Perancangan Kampanye Sosial Terhadap Overpopulasi Kucing Liar di Pasar Kota Semarang tersebut bebas plagiasi. Akan tetapi bila terbukti melakukan plagiasi maka bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.



Semarang, 14 Juli 2020

Yang menyatakan



Natalia Giofanny Santoso

HALAMAN PENGESAHAN



Judul Tugas Akhir: : Perancangan Kampanye Sosial Terhadap Overpopulasi Kucing Liar Di Pasar
Kota Semarang

Diajukan oleh : Natalia Giofanny S

NIM : 16.L1.0017

Tanggal disetujui : 03 Juli 2020

Telah setuju oleh

Pembimbing : Tabita Nani Aryani S.Sn, M.Si

Penguji 1 : Ir. Ign. Dono Sayoso M.S.R.

Penguji 2 : Bayu Widianoro S.T., M.Sn

Ketua Program Studi : Bayu Widianoro S.T., M.Sn

Dekan : Dr. Dra. B. Tyas Susanti M.A.

Halaman ini merupakan halaman yang sah dan dapat diverifikasi melalui alamat di bawah ini.

sintak.unika.ac.id/skripsi/verifikasi/?id=16.L1.0017

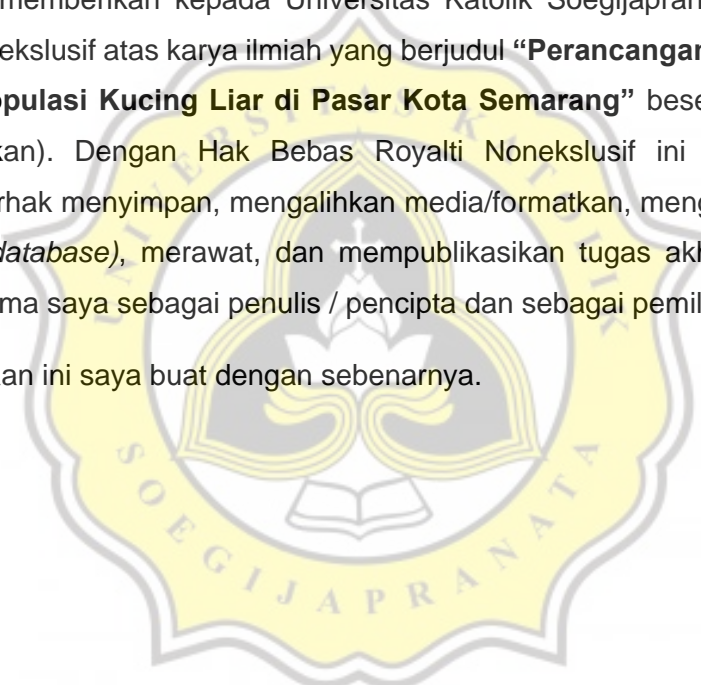
**HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Natalia Giofanny Santoso
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Arsitektur dan Desain
Jenis Karya : Perancangan

Menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Katolik Soegijapranata Semarang Hak Bebas Royalti Noneksklusif atas karya ilmiah yang berjudul **“Perancangan Kampanye Sosial Terhadap Overpopulasi Kucing Liar di Pasar Kota Semarang”** beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Katolik Soegijapranata berhak menyimpan, mengalihkan media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir ini selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.



Semarang, 14 Juli 2020

Yang menyatakan

Natalia Giofanny Santoso

PRAKATA

Puji syukur perancang panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmatNya sehingga Perancangan Kampanye Sosial Terhadap Overpopulasi Kucing Liar di Pasar Kota Semarang dapat rampung tepat pada waktunya.

Perancangan ini merupakan suatu hal wajib bagi seluruh mahasiswa mahasiswi semester akhir Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Katolik Soegijapranata Semarang sebagai salah satu syarat kelulusan. Hal ini dilakukan untuk menerapkan segala teori yang telah didapatkan selama kuliah di Jurusan Arsitektur dan Desain Universitas Katolik

Perancang menyadari bahwa sangatlah sulit bagi perancang untuk menyelesaikan perancangan ini tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak mulai dari penyusunan ide hingga perancangan ini selesai. Oleh karena itu perancang menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Universitas Katolik Soegijapranata Semarang yang telah memberikan sarana dan prasarana untuk penyusunan perancangan.
2. Ibu Tabita Nani Aryani, S.Sn.,M.Si selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing penyusunan perancangan hingga akhir.
3. Bapak Ignasius Dono Sayoso, Ir.,MSR serta bapak Bayu Widianoro, ST.,MSn selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengoreksi segala kesalahan perancangan ini.
4. Orang tua beserta keluarga yang senantiasa memberikan dukungan baik moral maupun material.
5. Teman-teman NDAKSEK yang telah meluangkan waktu memberi segala bantuan dan dukungan agar perancang dapat menyelesaikan perancangan ini tepat waktu.
6. Serta pihak-pihak lain yang tidak dapat perancang sebutkan satu persatu atas segala bantuannya secara langsung maupun tidak langsung sehingga perancangan ini dapat selesai dengan baik.

Perancang menyadari bahwa perancangan ini jauh dari kata sempurna, oleh karena itu segala kritik dan saran yang bersifat membangun sangatlah dibutuhkan oleh perancang. Semoga perancangan ini dapat berguna bagi kalangan Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

Semarang, 29 Juni 2020

Perancang

ABSTRAK

Kucing liar masih dianggap oleh sebagian masyarakat sebagai hewan pengganggu yang kotor. Oleh karena itu masih banyak kasus-kasus kucing liar yang diperlakukan secara buruk oleh manusia seperti ditendang, disiram, diusir karena mendekat untuk meminta makanan. Hal ini tak lain disebabkan karena meningkatnya secara pesat populasi kucing liar hingga terjadi overpopulasi. Akibatnya, setiap tahun ratusan bahkan ribuan kucing dibuang di tempat penampungan sampah ataupun di pasar. Meskipun sudah banyak komunitas peduli hewan yang terbentuk, nyatanya masalah yang ada masih belum dapat diatasi. Perlu adanya campur tangan langsung dari masyarakat untuk menanggulangi masalah ini sehingga pada akhirnya nanti manusia dan kucing liar dapat hidup berdampingan dengan damai dan nyaman.

Kata kunci : overpopulasi, kucing liar, dibuang, pasar, masyarakat

Stray cats are still considered by some people as dirty bullies. Therefore there are still many cases of stray cats that are treated badly by humans such as kicked, watered, expelled because they approached to ask for food. This is due to the rapid increase in wild cat population until overpopulation occurs. As a result, every year hundreds or even thousands of cats are dumped in garbage dumps or in markets. Although many animal care communities have been formed, the reality is that the problem cannot be solved yet. There needs to be direct intervention from the community to overcome this problem so that eventually humans and stray cats can coexist peacefully and comfortably.

Keyword : overpopulation, stray cats, dumped, traditional market, people

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Pernyataan Orisinalitas	ii
Halaman Pengesahan	iii
Halaman Pernyataan Publikasi Karya Ilmiah Untuk Kepentingan Akademis	iv
Prakata.....	v
Abstrak.....	vi
Daftar Isi.....	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2. Identifikasi Masalah	2
I.3. Rumusan Masalah.....	2
I.4. Tujuan dan Manfaat.....	2
I.4.1. Tujuan.....	2
I.4.2. Manfaat.....	2
I.5. Metodologi Perancangan.....	3
I.5.1. User Research.....	3
I.5.2. Insight.....	3
I.5.3. Background Research	3
I.6. Skema Perancangan	4
I.7. Tinjauan Pustaka	5
BAB II TINJAUAN TEORI.....	
II.1. Overpopulasi.....	6
II.2. Sterilisasi Pada Kucing	6
II.3. Komunikasi Visual	6

II.4. Kampanye.....	7
II.5. Psikologi Perkembangan Masa Dewasa	8
II.6. Unsur Visual	9
II.6.1. Garis	9
II.6.2. Tipografi.....	9
II.6.3. Warna	10
BAB III STRATEGI KOMUNIKASI.....	
III.1. Metode Perancangan	12
III.1.1. Studi Pustaka	12
III.1.2. Wawancara Mendalam	12
III.1.3. Kuesioner	13
III.1.4. Observasi.....	13
III.1.4.1. Observasi Online	13
III.1.4.2. Observasi Offline	14
III.2. Analisa Data Riset	15
III.3. Khalayak Sasaran.....	15
III.3.1. Sasaran Geografis	15
III.3.2. Sasaran Demografis	15
III.3.3. Sasaran Psikografis	15
III.4. Creative Brief	16
III.4.1. What.....	16
III.4.2. Who.....	16
III.4.3. When.....	16
III.4.4. Where.....	16
III.4.5. Why	16
III.4.6. How	16

III.5. Strategi Penyampaian Pesan	17
III.6. Strategi Visual dan Verbal	18
III.6.1. Visualisasi	18
III.6.1.1. Warna	19
III.6.1.2. Tipografi	19
III.6.2. Verbalisasi.....	20
III.6.3. Strategi Media	20
III.6.4. Strategi Anggaran	21
BAB IV STRATEGI KREATIF	
IV.1. Konsep Visual.....	23
IV.1.1. Konsep Logo.....	23
IV.1.2. Konsep Warna	24
IV.1.3. Konsep Tipografi.....	25
IV.1.4. Konsep Ilustrasi.....	25
IV.2. Visualisasi Desain.....	26
IV.2.1. Maskot.....	26
IV.2.2. Banner.....	26
IV.2.3. Brosur.....	27
IV.2.4. Booth.....	27
IV.2.4.1. Tampilan 3D	27
IV.2.4.2. Sisi A.....	28
IV.2.4.3. Sisi B.....	29
IV.2.5. Merchandise.....	33
IV.2.5.1. Tas Belanja.....	33
IV.2.5.2. Gelas	33
IV.2.5.3. Gantungan Kunci	34

IV.2.5.4. Kaos.....	35
IV.2.6. Signage.....	35
IV.2.7. Media Sosial Instagram.....	36
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	
V.1. Kesimpulan.....	37
V.2. Saran.....	37
DAFTAR PUSTAKA.....	38
TRANSKRIP WAWANCARA.....	40
HALAMAN ANTIPLAGIASI.....	44

