

LAPORAN

PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL EDUKATIF: CANGKANG TELUR AYAM SEBAGAI SUMBER KALSIUM UNTUK TABUNGAN TULANG



Disusun oleh:

Nama : Ivonne Sukiatmodjo

NIM : 18.L1.0050

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

2022

LAPORAN

PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL EDUKATIF: CANGKANG TELUR AYAM SEBAGAI SUMBER KALSIUM UNTUK TABUNGAN TULANG

Diajukan dalam Rangka Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar S.Ds.



Disusun oleh:
Nama : Ivonne Sukiatmodjo
NIM : 18.L1.0050

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

2022

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ivonne Sukiatmodjo

NIM : 18.L1.0050

Progdi / Konsentrasi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Arsitektur dan Desain

Dengan ini menyatakan bahwa Laporan Tugas Akhir dengan judul PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL EDUKATIF: CANGKANG TELUR AYAM SEBAGAI SUMBER KALSIMUM UNTUK TABUNGAN TULANG tersebut bebas plagiasi. Akan tetapi bila terbukti melakukan plagiasi maka bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Semarang, 8 Juli 2022

Yang menyatakan,



Ivonne Sukiatmodjo

HALAMAN PENGESAHAN



Judul Tugas Akhir : PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL EDUKATIF:
CANGKANG TELUR AYAM SEBAGAI SUMBER
KALSIUM UNTUK TABUNGAN TULANG

Diajukan oleh : Ivonne Sukiatmodjo

NIM : 18.L1.0050

Tanggal disetujui : 30 Juni 2022

Telah setuju oleh

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

Penguji 1 : Ryan Sheehan Nababan S.Sn., M.Sn

Penguji 2 : Louis Cahyo Kumolo Buntaran S.Ds., M.M.

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

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

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

sintak.unika.ac.id/skripsi/verifikasi/?id=18.L1.0050

HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ivonne Sukiatmodjo
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Arsitektur dan Desain
Jenis Karya : Kampanye

Menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Katolik Soegijapranata Semarang Hak Bebas Royalti Noneklusif atas karya ilmiah yang berjudul “PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL EDUKATIF: CANGKANG TELUR AYAM SEBAGAI SUMBER KALSIUM UNTUK TABUNGAN TULANG” beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif 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, 8 Juli 2022

Yang menyatakan,



Ivonne Sukiatmodjo

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmatNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir DKV yang berjudul “Perancangan Kampanye Sosial Edukatif: Cangkang Telur Ayam sebagai Sumber Kalsium untuk Tabungan Tulang”. Perancangan ini disusun untuk memenuhi tanggung jawab tugas akhir sebagai mahasiswa DKV, sekaligus sebagai syarat kelulusan mendapat gelar sarjana S1 Desain Komunikasi Visual. Penulis berharap agar pembaca dapat memahami bahwa strategi *IMC* berperan penting dalam suatu kampanye sosial, yang dalam hal ini bertujuan untuk mengedukasi dan memberikan *awareness* kepada wanita usia 20-30 tahun terkait pentingnya tabungan tulang dan solusi untuk pemenuhan kebutuhan kalsium harian yaitu melalui pengenalan konsumsi cangkang telur ayam.

Dalam menyelesaikan tugas akhir ini, penulis memperoleh berbagai dukungan dan bantuan dari banyak pihak. Maka dari itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada Dosen Koordinator Tugas Akhir yaitu Ibu Arwin Purnama Jati, S.Sn., MA. beserta Dosen Pembimbing yaitu Ibu Tabita Nani Aryani, S.Sn., M.Si yang telah membantu dalam memberikan pembimbingan dan arahan sehingga penulis dapat menyelesaikan perancangan dengan sebaik-baiknya. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada teman-teman yang telah bersedia membantu penulis untuk saling bertukar pikiran dan memberikan dukungan satu sama lain.

Penulis menyadari bahwa laporan yang disusun ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis dengan senang hati dan terbuka menerima kritik dan saran yang dapat membuat penulis menjadi semakin baik untuk kedepannya.

Semarang, 8 Juli 2022



Ivonne Sukiatmodjo

ABSTRAK

Penurunan kesehatan tulang menjadi hal yang wajar dan dapat dialami oleh semua orang seiring bertambahnya usia, sehingga baik laki-laki maupun perempuan berisiko mengalami osteoporosis primer di usia lanjut. Akan tetapi, wanita memiliki risiko yang lebih tinggi terkena osteoporosis akibat penurunan kepadatan tulang yang drastis di masa menopause. Di sisi lain, kurangnya asupan kalsium masyarakat Indonesia juga menjadi hal yang mempengaruhi rendahnya tabungan tulang sehat. Cangkang telur ayam dapat menjadi solusi untuk memenuhi asupan kalsium wanita muda Indonesia yang tengah membutuhkan banyak kalsium. Namun, masih banyak dari mereka yang belum mengetahui potensi cangkang telur ayam bahwa kadar kalsiumnya lebih tinggi dibandingkan dengan asupan kalsium pada umumnya dan dapat dikonsumsi demi kesehatan tulang.

Berdasarkan hasil analisis dari berbagai data yang telah dikumpulkan, maka dibuatlah perancangan kampanye dengan media utama berupa buku ilustrasi digital. Buku ilustrasi digital ini bertujuan untuk mengedukasi wanita usia 20-30 tahun agar dapat memahami konsumsi cangkang telur ayam sebagai sumber kalsium alami untuk menyiapkan tabungan tulang sehat, sekaligus memberikan *awareness* terkait rendahnya asupan kalsium dan tingginya risiko osteoporosis. Dengan adanya kampanye ini, diharapkan target memiliki kesadaran dan wawasan baru sehingga mereka merasa tergerak untuk ikut mengolah serta mengonsumsi cangkang telur demi kesehatan tulang. Selain itu, target juga diharapkan berkenan untuk membagikan pengalaman mereka kepada masyarakat luas mengenai pengolahan maupun konsumsi cangkang telur yang telah mereka coba terapkan setelah memahami isi dari buku digital.

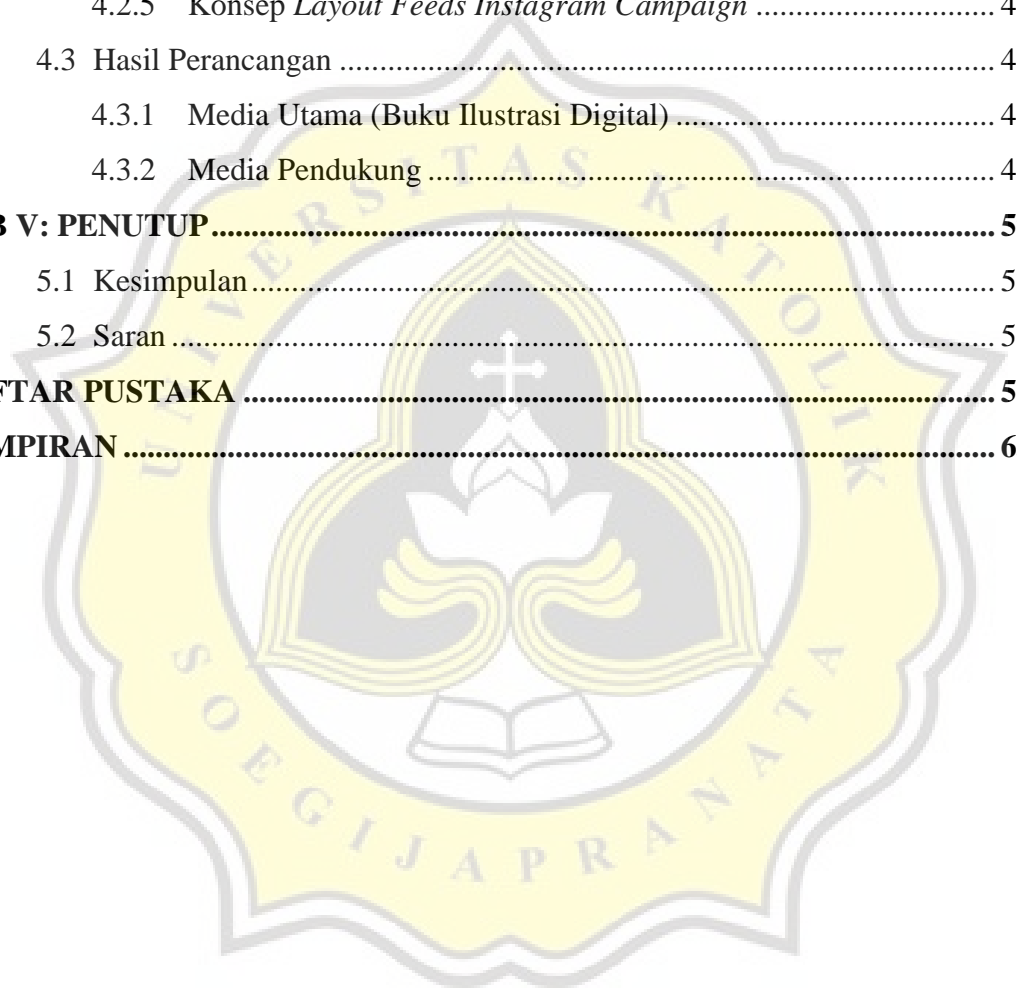
Kata Kunci: DKV, Kampanye, *IMC*, Cangkang telur ayam, Kalsium

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I: PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Permasalahan	3
1.3 Pembatasan Masalah	4
1.4 Rumusan Masalah	4
1.5 Tujuan Perancangan	4
1.6 Manfaat Perancangan	4
1.7 Metode Perancangan	5
1.8 Kerangka Penelitian	6
BAB II: TINJAUAN UMUM	7
2.1 Tinjauan Desain	7
2.1.1 Perancangan Buku Ilustrasi mengenai Daun Kelor	7
2.1.2 Maskot <i>brand</i> “Charm” (Pembalut Wanita)	8
2.2 Landasan Teori	8
2.2.1 Dewasa Awal	8
2.2.2 Menopause	9
2.2.3 Tulang	9
2.2.4 Kalsium	10
2.2.5 Telur Ayam	11
2.2.6 Cangkang Telur	12
2.2.6.1 Manfaat Cangkang Telur	12
2.2.6.2 Kandungan Cangkang Telur Ayam	13
2.2.7 Desain Komunikasi Visual	13

2.2.8	Warna.....	13
2.2.9	Tipografi	14
2.2.10	<i>Layout</i>	15
2.2.11	Kampanye	16
2.2.12	IMC	16
2.2.13	AISAS	17
2.2.14	Buku Digital.....	17
2.2.15	Ilustrasi.....	18
2.2.16	Maskot	18
BAB III: STRATEGI KOMUNIKASI		20
3.1	Metode Penelitian	20
3.2	Data Khalayak	22
3.3	Analisis Data Penelitian.....	22
3.3.1	Analisis Wawancara Ahli	22
3.3.2	Analisis Data Kuesioner	23
3.4	Analisis 5W+1H	32
3.5	Analisis SWOT.....	34
3.5.1	<i>Strength</i> (Kekuatan).....	34
3.5.2	<i>Weakness</i> (Kekurangan)	35
3.5.3	<i>Opportunity</i> (Kesempatan)	35
3.5.4	<i>Threat</i> (Ancaman).....	35
3.6	<i>Individual Behaviour Change Campaign</i>	35
3.7	USP Perancangan.....	36
3.8	Strategi <i>IMC</i>	36
3.8.1	Strategi Pesan.....	36
3.8.2	Strategi Kreatif.....	37
3.8.3	Strategi Media.....	39
3.9	Anggaran Perancangan	41
BAB IV: STRATEGI KREATIF		42
4.1	Konsep Verbal	42
4.1.1	Konsep Nama Kampanye	42
4.1.2	Konsep <i>Tagline</i> Kampanye.....	42
4.1.3	Konsep Buku Ilustrasi Digital.....	42

4.1.4	Konsep <i>Instagram Campaign</i>	43
4.1.5	<i>Timeline</i> Kampanye	45
4.2	Konsep Visual.....	45
4.2.1	Konsep Maskot	45
4.2.2	Konsep Tipografi	46
4.2.3	Konsep Warna.....	46
4.2.4	Konsep Desain	47
4.2.5	Konsep <i>Layout Feeds Instagram Campaign</i>	47
4.3	Hasil Perancangan	48
4.3.1	Media Utama (Buku Ilustrasi Digital)	48
4.3.2	Media Pendukung	49
BAB V: PENUTUP		57
5.1	Kesimpulan.....	57
5.2	Saran	57
DAFTAR PUSTAKA		58
LAMPIRAN		63



DAFTAR GAMBAR

BAB I: PENDAHULUAN	1
Gambar 1.1 Grafik massa tulang manusia.....	1
Gambar 1.2 Kumpulan Artikel	3
BAB II: TINJAUAN UMUM	7
Gambar 2.1 Contoh ilustrasi dan isi perancangan buku tanaman kelor	8
Gambar 2.2 Desain Maskot Charm “Chacha” dan penerapannya pada <i>feeds</i> Instagram.....	8
Gambar 2.3 Grafik massa tulang manusia.....	9
Gambar 2.4 Kandungan kalsium pada sejumlah bahan pangan	10
Gambar 2.5 Rekomendasi konsumsi kalsium/hari berdasarkan golongan Usia	11
Gambar 2.6 Produksi telur di Indonesia (Tahun 2018-2020).....	11
Gambar 2.7 Manfaat bagi tubuh dan kegunaan cangkang telur	12
BAB III: STRATEGI KOMUNIKASI	20
Gambar 3.1 Gaya hidup responden	23
Gambar 3.2 Ketertarikan responden terhadap <i>back to nature</i>	24
Gambar 3.3 Kepedulian responden terhadap kesehatan	24
Gambar 3.4 Pengetahuan secara umum mengenai asupan berkalsium	25
Gambar 3.5 Asupan kalsium yang biasa dikonsumsi	25
Gambar 3.6 Kebutuhan telur bagi responden	26
Gambar 3.7 Pengetahuan terhadap konsumsi cangkang telur ayam.....	26
Gambar 3.8 Pengetahuan terhadap kadar kalsium cangkang telur ayam	27
Gambar 3.9 Pengetahuan terhadap cangkang telur ayam sebagai solusi mencegah osteoporosis.....	27
Gambar 3.10 Media informasi yang responden lihat/dengar terkait konsumsi cangkang telur ayam	28
Gambar 3.11 Minat konsumsi cangkang telur ayam	28
Gambar 3.12 Alasan dibalik minat konsumsi responden	29
Gambar 3.13 Hal-hal mengenai konsumsi cangkang telur ayam yang ingin diketahui lebih lanjut.....	30
Gambar 3.14 Media digital sebagai sumber informasi.....	31
Gambar 3.15 Visual desain yang menarik bagi target.....	31

Gambar 3.16 Visual desain terpilih yang menarik bagi target	32
Gambar 3.17 Media sosial yang sering di akses dalam menyerap informasi.....	32
BAB IV: STRATEGI KREATIF	42
Gambar 4.1 Gambaran alur edukasi pada media utama	43
Gambar 4.2 <i>Timeline</i> Kampanye	45
Gambar 4.3 Maskot Calcium-Bestie.....	45
Gambar 4.4 <i>Font</i> “MADE Tommy Soft”	46
Gambar 4.5 <i>Font</i> “Quicksand”	46
Gambar 4.6 <i>Color Palette</i>	46
Gambar 4.7 Contoh <i>Layout</i> Buku Digital.....	47
Gambar 4.8 <i>Layout</i> Konten <i>Feeds Instagram Campaign</i>	48
Gambar 4.9 Desain Buku Ilustrasi Digital.....	48
Gambar 4.10 <i>Mock Up</i> Buku Ilustrasi Digital	49
Gambar 4.11 Desain <i>Feeds Instagram Campaign</i>	49
Gambar 4.12 Postingan <i>Feeds</i> dengan <i>caption</i> di Instagram	50
Gambar 4.13 <i>Mock Up</i> Akun dan <i>feeds Instagram Campaign</i>	50
Gambar 4.14 Desain <i>Story Instagram Campaign</i>	51
Gambar 4.15 <i>Mock Up Story Instagram Campaign</i>	51
Gambar 4.16 <i>Instagram Ads</i> (Promosi buku digital).....	52
Gambar 4.17 Desain dan penggunaan <i>Filter Instagram Campaign</i>	53
Gambar 4.18 <i>Mock Up Filter Instagram Campaign</i>	53
Gambar 4.19 Desain Poster	54
Gambar 4.20 <i>Mock Up</i> Poster.....	54
Gambar 4.21 <i>Merchandise T-shirt</i>	55
Gambar 4.22 <i>Merchandise totebag</i>	55
Gambar 4.23 <i>Merchandise Pin</i>	56
Gambar 4.24 <i>Merchandise Sticker Pack</i>	56
LAMPIRAN	63
Gambar L.1 Dokumentasi wawancara dengan narasumber via <i>Google Meet</i>	63
Gambar L.2 <i>Screenshot DM</i> Instagram dengan narasumber	63
Gambar L.3 <i>Mind Map</i> dan Eksplorasi.....	67

Gambar L.4 Eksplorasi Visual Maskot.....	68
Gambar L.5 Sketsa Maskot Calcium-Bestie.....	68
Gambar L.6 Sketsa Buku ilustrasi digital	69
Gambar L.7 Sketsa Desain Poster	70
Gambar L.8 <i>Display booth</i> pameran.....	70



DAFTAR LAMPIRAN

Dokumentasi Wawancara Ahli.....	63
Transkrip Hasil Wawancara Ahli	64
<i>Mind Map</i> dan Eksplorasi.....	67
Thumbnail.....	68
<i>Similarity Report</i>	68

