



**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL
PENTINGNYA MEMBUANG SAMPAH
SESUAI JENISNYA KEPADA IBU RUMAH TANGGA**

ANGELA NATALI TJANDRA

11.13.0006

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

SEMARANG 2015

HALAMAN PENGESAHAN

Judul :
PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL
PENTINGNYA MEMBUANG SAMPAH
SESUAI JENISNYA KEPADA IBU RUMAH TANGGA

Nama: Angela Natali Tjandra
NIM: 11.13.0006
Program Studi: Desain Komunikasi Visual
Fakultas: Arsitektur dan Desain
Universitas: Universitas Katolik Soegijapranata

Semarang, Juli 2015

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Arsitektur dan Desain

Kaproghi Desain Komunikasi Visual

Koordinator Proyek Akhir

Ir. Tri Hesti Mulyani, M. T.
NIDN. 0611086201

Ir. Robert Rianto Widjaja M. T
NIDN. 0627066701

Ir. Robert Rianto Widjaja, M. T.
NIDN. 0627066701

HALAMAN PENGESAHAN

Judul :
Perancangan Kampanye Sosial
Pentingnya Membuang Sampah
Sesuai Jenisnya Kepada Ibu Rumah Tangga

Nama: Angela Natali Tjandra

NIM: 11.13.0006

Program Studi: Desain Komunikasi Visual

Fakultas: Arsitektur dan Desain

Universitas: Universitas Katolik Soegijapranata

Semarang, Juli 2015

Menyetujui,

Pembimbing I

Pembimbing II

Adi Nugroho, S.Ds
NIDN 06011282 01

Kwik, Renata Wijaya, S.Ds.
NPP 058.5.2013.101

Penguji I

Penguji II

Penguji III

Moediartianto, ST, M.Sc
NIDN 0611057401

Ir. Robert Rianto Widjaja, MT.
NIDN 0627066701

Ir. Ign. Dono Sayoso, MSR
NIDN 0608075601

PERNYATAAN ORISINALITAS

Nama: Angela Natali Tjandra

NIM: 11.13.0006

Program Studi: Desain Komunikasi Visual

Fakultas: Arsitektur dan Desain

Universitas: Universitas Katolik Soegijapranata

Judul :

PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL
PENTINGNYA MEMBUANG SAMPAH
SESUAI JENISNYA KEPADA IBU RUMAH TANGGA

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 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, Juli 2015

Angela Natali Tjandra

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan bimbingannya, penulis dapat menyelesaikan Perancangan Kampanye Sosial memilah dan membuang sampah sesuai jenis sampah kepada ibu rumah tangga dengan baik dan lancar. Tak lain karena kekuatan dan kesabaran yang Tuhan YME berikan sehingga proyek akhir dapat selesai dengan hasil yang memuaskan.

Berterima kasih kepada beberapa dosen Jurusan Desain Komunikasi Visual. Terutama kepada Bapak Adi Nugroho, Sds selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan semangat ketika penulis hampir mengalami kegagalan dan memberikan pengetahuan yang sangat membantu dalam proses perancangan proyek akhir. Berterima kasih juga kepada Pembimbing II, Kwik, Renatax Wijaya, S.Ds yang telah membimbing dalam proses desain sehingga mencapai hasil visual yang sesuai dengan konsep dan memberi banyak cerita tentang pengalaman desain dalam dunia kerja. Dan berterima kasih kepada Dosen Pembimbing III, Bapak Moediartianto, ST.,M.Sc atas bimbingan dalam proses penulisan.

Proyek akhir ini sangat berguna karena dalam prosesnya, penulis diberi banyak bimbingan dan masukan tentang bagaimana membuat kampanye yang nyata dan bagaimana menghadapi dunia yang sebenarnya. Bagi saya, mata kuliah ini sangat membantu saya dalam memberi gambaran bagaimana membuat sebuah kampanye yang dapat digunakan kedepannya ketika memasuki dunia kerja.

Kesadaran mahasiswa sebagai manusia muda atas kebutuhan Indonesia secara sosial sangat dibutuhkan di jaman ini. Karena kembali lagi bahwa manusia membutuhkan alam, sedangkan alam dapat hidup tanpa manusia. Perancangan kampanye ini membantu membuka mata dan melihat bahwa keadaan alam dan sosial Indonesia sangat rapuh dan mudah untuk hancur. Oleh sebab itu penulis bersyukur bahwa tema proyek akhir periode 06 ini adalah kampanye sosial. Masih banyak masalah sosial yang dihadapi Indonesia, salah satunya adalah masalah sampah Indonesia. Diharapkan bahwa para pembaca dapat melihat betapa memprihatinkan keadaan sampah Indonesia melalui proyek akhir ini. Kampanye yang dirancang ini hanya sebagian kecil dari usaha mengubah pola hidup masyarakat yang tidak peduli dengan sampah menjadi peduli dan ikut menanggulangi. Semoga pembaca dapat terbantu melalui makalah proyek akhir ini.

Semarang, 20 Juli 2015

Angela Natali Tjandra

ABSTRACT

Indonesian Solid waste issue is a long-term problem that has not been solved. Indonesian people's tendency to look for a comfort zone and forgetting environmental benefits become a lifestyle now. Solid waste disposal is a simple thing which every person does everyday. Every person is a waste producer even a baby, while Indonesian residents are increasing annually. This reality proves that Indonesian poor waste management is not only caused by less responsible government. But increasing waste production is not equal with waste management abbreviate duration.

Along with technology improvement facilitate human lifestyle is not permanently giving positive impacts. Modern technologies these days are able to provide many packages simplify people's daily activities. Usually after consummation, they easily dispose the packages in the trash bin. This consummate behavior is finally becoming a lifestyle and unconsciously disposing solid waste gives negative impacts to the environment. Most of people's daily activities are ended in the trash bin, for example: tissue, paper, not edible leftovers, and etc. Moreover, organic waste and waste that can be recycled are mixed so that it complicates waste recycling.

Each individual's awareness is the key for long-term waste issue. Starting from simple thing can cause big impacts. Therefore, the writer designed a campaign about waste sorting for housewives because according to the expert's research, domestic solid waste reached 48 percent of all Indonesian solid waste. Waste sorting process is a simple and easy thing for housewives to do inside the house and cost nothing. But the effect of this process gives big impacts for Indonesian waste management and recycles. The purpose of this campaign is to design a creative social campaign intends to change society to sort out garbage behavior.

This campaign leads to make a communication bridge between government and society, especially housewives to be more aware of Indonesia solid waste management. According to the writer's research, waste management infrastructure is not properly designed. Therefore, government is the second target audience. Along with housewives and government, this campaign actualizes sorting out solid waste behavior. In the end, every Indonesian people cultivate sorting waste out.

Keyword : solid waste, sorting waste, housewife, advocacy

ABSTRAK

Permasalahan Sampah Indonesia adalah permasalahan lama yang tidak pernah selesai. Masyarakat Indonesia yang cenderung mencari nyaman sehingga melupakan kepentingan lingkungan sekarang menjadi sebuah *lifestyle*. Membuang sampah adalah hal yang sederhana yang dilakukan oleh setiap orang setiap harinya. Setiap orang yang hidup adalah produsen sampah termasuk bayi sekalipun. Sedangkan penduduk Indonesia setiap tahunnya semakin bertambah. Hal ini menjadi sebuah bukti bahwa pengelolaan sampah yang tidak maksimal, bukan hanya karena pemerintah yang kurang bertanggung jawab. Melainkan produksi yang semakin banyak sehingga tidak seimbang dengan waktu pengelolaan sampah.

Seiring dengan kemajuan teknologi yang mempermudah kehidupan manusia, tidak selamanya berdampak positif. Teknologi jaman sekarang dapat menghasilkan berbagai macam kemasan yang mempermudah masyarakat dalam kehidupan sehari – hari. Setelah isi dari kemasan selesai digunakan, masyarakat hanya dengan mudah membuangnya saja. Sifat konsumtif masyarakat Indonesia ini akhirnya menjadi sebuah *lifestyle* dan tanpa disadari, pola hidup yang hanya membuang sampah ini berdampak negatif terhadap lingkungan. Mayoritas kegiatan sehari – hari manusia berakhir ditempat sampah seperti contohnya, tissue, kertas, sisa makanan, dan lain-lain. Terutama sampah yang seharusnya dapat didaur ulang dan sampah yang dapat membusuk, tercampur sehingga menyulitkan pemanfaatan sampah kembali.

Kesadaran dari setiap individu merupakan kunci dari permasalahan sampah. Mulai dari hal yang kecil dan membuahkan hasil yang besar. Oleh sebab itu penulis merancang sebuah kampanye memilah sampah untuk ibu rumah tangga. Karena sesuai dengan hasil riset sampah rumah tangga mencapai 48% persen dari sampah Indonesia. Proses memilah sampah adalah hal kecil dan mudah yang dapat dilakukan dirumah tanpa mengeluarkan biaya. Tetapi efek dari proses memilah sampah dapat memberi dampak yang besar bagi pengelolaan dan pemanfaatan kembali sampah Indonesia.

Tahap lanjut dari kampanye ini adalah sebagai jembatan komunikasi kepada pemerintah untuk semakin peduli dengan pengelolaan sampah Indonesia. Karena infrastruktur pengangkutan sampah Indonesia belum maksimal, maka pemerintah menjadi target kedua. Kampanye ini bersama dengan ibu rumah tangga dan pemerintah mengupayakan budaya memilah sampah yang pada akhirnya dapat membawa seluruh masyarakat membudayakan memilah sampah.

Kata kunci : sampah, pemilahan sampah, ibu rumah tangga, advokasi

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i	BAB II TINJAUAN UMUM.....	4
HALAMAN PENGESAHAN 1	ii	II.1 Kerangka Berpikir.....	4
HALAMAN PENGESAHAN 2	iii	II.2 Teori Penelitian dan Desain.....	4
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv	II.3 Kajian Pustaka.....	5
KATA PENGANTAR	v	II.4 Studi Komparasi.....	6
ABSTRAK	vi		
DAFTAR ISI	vii	BAB III STRATEGI KOMUNIKASI.....	7
DAFTAR GAMBAR	viii	III.1 Data Hasil Penelitian (Analisis)	7
DAFTAR BAGAN	ix	III.2 Khalayak Sasaran	8
DAFTAR TABEL	x	III.3 Strategi Komunikasi.....	9
BAB I PENDAHULUAN	1	BAB IV STRATEGI KREATIF.....	13
I.1 Latar Belakang Masalah.....	1	IV.1 Konsep Verbal	13
I.2 Identifikasi Masalah	2	IV.2 Konsep Visual	13
I.3 Pembatasan Masalah	2	IV.3 Visualisasi Desain	15
I.4 Perumusan Masalah	2		
I.5 Tujuan Penelitian	2	BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	23
I.6 Manfaat Penelitian	2	V.1 Kesimpulan	23
I.7 Metode Penelitian	3	V.2 Saran	23
I.8 Sistematika Penulisan.....	3	DAFTAR PUSTAKA.....	

DAFTAR GAMBAR

3.1 Jenis Font untuk ibu rumah tangga	8	4.18 Tampilan Website – Informasi , jeng	18
3.2 Kumpulan poster sosial	8	4.19 Tampilan Website – Ibu Cerdas,deh	18
4.1 Logo Kampanye.....	13	4.20 Tampilan Website – Lomba	19
4.2 Asal warna pada logo	14	4.21 Tampilan Voucher bagi pemenang	19
4.3 Template warna pada logo	14	4.22 Tampilan Website – Ruang Curhat	19
4.4 Grid dan Clear Area pada logo	14	4.23 Tampilan Website – Join Us	20
4.5 Ukuran logo 2 x 2cm	14	4.24 Tahapan media social 6 bulan pertama	20
4.6 Logo dalam hitam putih.....	14	4.25 Tahap Agustus - September – Pengenalan dan afeksi “Kesehatan Anak”	20
4.7 Jenis Font <i>Marker Felt</i>	15	4.26 September – Oktober – Tahap Kognisi “Informasi sampah”	20
4.8 Jenis Font <i>Franklin Gothic Demi</i>	15	4.27 Oktober - November – Tahap Afeksi “Ibu sebagai pengaruh besar”	21
4.9 Poster kampanye.....	15	4.28 November – Desember – Tahap Kognisi “Informasi sampah”	21
4.10 Grid Poster	15	4.30 Januari – Februari – Pengumuman Lomba dan Hadiah Lomba	21
4.11 Brosur kampanye	16	4.29 Desember - Januari – Tahap Jaga kebersihan tahun ini -Tips Smart Mama	21
4.12 Grid Brosur	16	4.31 Tampilan Facebook	21
4.13 Bagian belakang brosur.....	16	4.32 Tampilan Instagram	22
4.14 X-banner kampanye	16	4.33 Merchandise gelas	22
4.15 Tampilan Website – Home	17	4.34 Merchandise piring	22
4.16 Tampilan kursor Website – Home	17		
4.17 Tampilan Website – Tentang Aku	17		

DAFTAR BAGAN

2.1 Kerangka Berpikir Permasalahan	4
2.2 Kerangka Berpikir Strategi Komunikasi	4
3.1 Tahapan besar kampanye Pisahkan Aku	9



DAFTAR TABEL

1.1 Presentase jenis sampah menurut Drs. Rasio Sani (2014)	1
3.1 Presentase bersedia atau tidaknya memilah sampah	7
3.2 AISAS dari strategi komunikasi kampanye 2 tahun pertama.....	11
3.3 Infografis Timeline konsumen AISAS	11
3.4 Diagram media sosial	12
3.5 Strategi Anggaran	12

