



PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL
BAHAYA NEARWORK SEBAGAI PENCEGAHAN DINI MIPIA
PADA ANAK USIA 7 - 12 TAHUN

OLIVIA STEFANNY BUDIONO

11.13.0016

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

SEMARANG 2015

HALAMAN PENGESAHAN

Judul :

PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL
BAHAYA NEARWORK SEBAGAI PENCEGAHAN DINI MIOPIA
PADA ANAK USIA 7 – 12 TAHUN

Nama : Olivia Stefanny Budiono

NIM : 11.13.0016

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Arsitektur dan Desain

Universitas : Universitas Katolik Soegijapranata

Semarang, 13 Juli 2015

Mengesahkan

Kaprodi Desain Komunikasi Visual

Dekan Fakultas Arsitektur dan Desain

Koordinator Proyek Akhir DKV

Ir. Tri Hesti Mulyani, M.T
N IDN. 0611086201

Ir. Robert Rianto Widjaja, M.T
N IDN. 0627066701

Ir. Robert Rianto Widjaja, M.T
N IDN. 0627066701

HALAMAN PENGESAHAN

Judul :

PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL
BAHAYA NEARWORK SEBAGAI PENCEGAHAN DINI MIOPIA
PADA ANAK USIA 7 – 12 TAHUN

Nama : Olivia Stefanny Budiono

NIM : 11.13.0016

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Arsitektur dan Desain

Universitas : Universitas Katolik Soegijapranata

Pembimbing I

Adi Nugroho, S.Ds.
NIDN. 0601128201

Pengaji I

Moerdiartianto, ST., MSc.
NIDN. 0611057401

Semarang, 13 Juli 2015

Menyetujui

Pembimbing II

Kwik, Renata Wijaya, S.Ds
NPP. 058.5.2013.101

Pengaji II

Pengaji III

Ir. Robert Rianto Widjaja, MT.
NIDN. 0627066701

Ir. Ign. Dono Sayoso, MSR.
NIDN. 0608075601

PERNYATAAN ORISINALITAS

Nama : Olivia Stefanny Budiono

NIM : 11.13.0016

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Arsitektur dan Desain

Universitas : Universitas Katolik Soegijapranata

Judul Proyek Akhir :

PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL

BAHAYA NEARWORK SEBAGAI PENCEGAHAN DINI MIOPIA

PADA ANAK USIA 7 – 12 TAHUN

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, 10 Juli 2015

Olivia Stefanny Budiono

KATA PENGANTAR

Puji syukur dan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan penyertaan-Nya sehingga penulis berhasil menyelesaikan Laporan Perancangan Proyek Akhir 06 dengan judul “Perancangan Komunikasi Visual Bahaya *Near Work* sebagai Pencegahan Dini Miopia pada Anak Usia 7 – 12 Tahun” ini dengan baik sebagai syarat untuk meraih gelar Strata 1 pada program studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Arsitektur dan Desain, Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

Dalam menyelesaikan laporan perancangan ini, penulis dibantu oleh banyak pihak. Maka dari itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih ini pada:

1. Bapak Adi Nugroho, S.Ds, selaku dosen pembimbing 2 yang telah banyak membantu, dan memberikan motivasi sehingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan masa studi pada Proyek Akhir 06.
2. Bapak Moerdianto, ST. MT, selaku dosen pembimbing 1 yang membantu penulis dalam menyusun penulisan laporan Pra PA dan Kwik, Renata Wijaya S.Ds, dan dosen pembimbing 3 yang banyak membantu dan membimbing penulis dalam proses desain.
3. Keluarga penulis, Mama, Ooh, dan Bolong yang secara tidak langsung selalu mendampingi, dan sebagai motivasi utama penulis dalam menyelesaikan Proyek Akhir ini.
4. Pacar yang baik hati selalu menemani ketika penulis melakukan survey, memberikan semangat ketika penulis sedang *bad mood* dan *down*. Mendampingi penulis ketika sidang dan memarahi penulis jika mulai malas.
5. Stella dan Lintang, sahabat penulis yang selalu menghibur dan menjadi tempat curhat. Alisya sahabat penulis sejak SMP yang baik hati menyumbangkan barang dagangannya sebagai *mock up* merchandise penulis.
6. Teman-teman satu kelompok pembimbing yang membantu dan menyemangati penulis ketika sedang down ketika masa review PA.
7. Kepala SD Kanisius Kurmosari Semarang dan Kepala SD PL Santo Yusup Semarang yang telah menerima penulis dengan hangat dan tangan terbuka untuk melakukan survey.
8. Teman-teman DKV Unika, adik angkatan, dan siapa saja yang telah memberikan semangat serta motivasi pada penulis untuk menyelesaikan proyek akhir ini.
9. Lionel dan Harley, anjing-anjing penulis yang selalu menemani penulis ketika sedang lebur mengerjakan tugas. Serta mengajak penulis bermain ketika penulis mulai bosan dan jenuh.
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu

Penulis menyadari bahwa laporan Perancangan Proyek Akhir ini masih jauh dari sempurna, sehingga penulis menerima segala kritik dan saran yang membangun. Semoga laporan Perancangan Proyek Akhir ini dapat bermanfaat bagi siapapun yang membacanya. Terima Kasih

Semarang, Juli 2015

Penulis,



ABSTRAK

Masalah penglihatan ringan seperti miopia, kini semakin meningkat angka prevalensinya akibat tingginya aktivitas near work. Bukan hanya di kalangan dewasa, kini anak-anak pun juga mulai menderita miopia dan harus menggunakan kacamata di usia yang sangat muda. Di sisi lain, pada usia sekolah, karena tekanan bola mata pada anak yang belum stabil menyebabkan angka dioptri nya mudah meningkat. Ditambah lagi dengan kemajuan zaman yang membuat mereka sangat bergantung dengan perangkat elektronik seperti laptop, tablet, maupun *smart phone* menambah tinggi intensitas near work mereka. Selain karena kebiasaan near work yang tinggi, unsur genetika juga mempengaruhi. Jika tidak diatasi secara serius, WHO memprediksi pada tahun 2020 setengah dari penduduk dunia akan menderita miopia.

Berdasarkan metode penelitian yang penulis lakukan melalui wawancara dengan ahli refraksionis dan psikolog, selain resiko anak terkena miopia kini semakin besar, kesadaran anak maupun orang tua terhadap kesehatan mata sangat rendah. Mereka tidak pernah memeriksakan mata secara rutin, tidak memperhatikan bagaimana aturan yang baik saat beraktivitas mata dekat. Sehingga sebagian besar anak-anak yang mengidap miopia terlambat diberi kacamata, dan hal itu berdampak pada penurunan prestasi. Dalam jangka waktu yang lebih panjang, mereka nantinya akan menghasilkan pula generasi-generasi yang memiliki gen miopia juga, sehingga lebih rentan menderita miopia.

Gerakan dari pemerintah terhadap pencegahan dini miopia sangatlah minim. Mereka lebih berkonsentrasi pada kelainan penglihatan yang lebih serius. Maka dari itu, melalui kampanye ini akan diperkenalkan pada anak-anak dan orangtuanya bagaimana menjaga kesehatan mata yang baik dan lebih menyanyangi mata mereka. Kampanye ini dilakukan dengan cara roadshow ke sekolah-sekolah, melalui media online yang dekat dengan mereka (Facebook dan BBM), buku, *e-book*, aplikasi gadget, iklan majalah maupun koran, serta event umum sebagai pengetahuan kepada masyarakat.

Apabila kampanye ini direalisasikan di masa depan, melalui kampanye sosial ini diharapkan masyarakat semakin peduli dengan kesehatan mata mereka sehingga angka miopia dapat ditekan.

Kata Kunci: miopia, near work, kampanye sosial, kesehatan mata

ABSTRACT

An ordinary visual impairment like myopia, now increasing due to the high prevalence rate because of nearwork activity. Not only among adults, children had also started became myopia and should be used glasses in the young age. On other side, in school ages, an unstable eyes pressure causing the diopter's number easily increased. And then with the globalization made them highly deppendent with electronic devices such as laptop, tablet, and smart phones made high intensity their near work activity. Besides that, genetic material also an affects. If we do nothing, WHO predicts in 2020 half of the world population will became myopia.

Based on authour's research methods though interviews with refractions expert and psychologist, besides risk of children affected myopia increasing, awareness both children and parents about eye's health are bad. They never had a regular eye's check up, not consider about rules when doing near work activities. So then mostly children that affected myopia late to given the glasses, and that impact to their performances in school. In the long term, they will produce child that have myopia genetic and more prone with myopia.

Government's action to prevent myopia is low. They prefer to concentrate on nasty visual impairment. Therefore, though this campaign, children and parents will be introduced how to keep their eye's health and more love their eyes. This social champaing will be done by roadshows to some schools, online media near them (Facebook and BBM), books, *e-book*, gadget applications, magazines and newspapers advertising, and event to people about eye's helath general knowledge.

If the campaign is realized in the future, through social campaigns is expected that people are increasingly concerned with the health of their eyes so that the number of myopia can be suppressed.

Keywords: myopia, near work, social champaing, eye's health

DAFTAR ISI

Halaman Sampul.....	i	II.2.3 <i>Integrated Marketing Communication (IMC)</i>	6
Halaman Judul	ii	II.2.4 Arti Warna	7
Halaman Pernyataan Orisinalitas.....	iii	II.2.5 Media	8
Halaman Pengesahan	iv	II.2.6 Logo dan Logotype	8
Halaman Kata Pengantar.....	vi	II.2.7 AIDMA dan AISAS	9
Halaman Abstrak	vii	II.3 Kajian Pustaka	9
Halaman Daftar Isi.....	viii	II.3.1 Periode Perkembangan Masa Kanak-kanak Tengah dan Akhir.....	9
Halaman Daftar Tabel.....	ix	II.3.2 Miopia.....	10
Halaman Daftar Gambar/ Grafik	x	II.3.3 <i>Vision Fitness</i>	10
Halaman Daftar Lampiran.....	xi	II.4 Studi Komparasi	12
BAB I PENDAHULUAN		II.4.1 Fun Walk 4 Kilometer oleh Perdami dan Iropin	12
I.1 Latar Belakang Masalah	1	II.4.2 Kampanye “Imata – Istirahatkan Mata” bagi Anak-anak Pengidap	
I.2 Identifikasi Masalah	2	CVS (Computer Vision Syndrom di Surabaya”.....	12
I.3 Pembatasan Masalah	2	BAB III STRATEGI KOMUNIKASI	
I.4 Perumusan Masalah.....	2	III.1 Data Hasil Penelitian.....	13
I.5 Tujuan Penelitian dan Perancangan	2	III.1.1 Analisa Studi Pustaka	13
I.6 Manfaat Penelitian dan Perancangan.....	3	III.1.2 Analisa Hasil Wawancara	13
I.7 Metode Penelitian dan Perancangan.....	3	III.1.3 Analisa Hasil Kuisioner	14
I.8 Sistematika Penulisan.....	3	III.2 Khalayak Sasaran	21
BAB II LANDASAN TEORI		III.3 Strategi Komunikasi	21
II.1 Kerangka Berpikir.....	4	III.3.1 <i>Creative Brief</i>	21
II.2 Kajian Teori.....	5	III.3.2 Strategi Penyampaian Pesan Kampanye Sosial	21
II.2.1 Tipografi	5	III.3.3 Tema Kampanye	22
II.2.2 Teori Layout.....	5	III.3.4 Judul Kampanye	22
		III.3.5 <i>Patnership</i>	22
		III.3.6 AISAS	22

DAFTAR TABEL

III.3.7 Strategi Media	22	Tabel 3.1 Kegiatan anak-anak sehari hari.....	18
III.3.8 Staregi Media dan Tahapan Kampanye.....	23	Tabel 3.2 Tabel Anggaran Kampanye Sosial.....	24
III.3.9 Stategi Anggaran Kampanye	24	Tabel 3.3 Tabel Anggaran Even Kampanye Sosial.....	24
BAB IV STRATEGI KREATIF			
IV.1 Konsep Visual.....	25		
IV.1.1 Identitas.....	25		
IV.1.2 Konsistensi.....	25		
IB.1.3 Logo.....	25		
IV.2 Konsep Verbal.....	26		
IV.2.1 Penamaan Kampanye	26		
IV.2.2 Sponsorship.....	26		
IV.3 Visualisasi Desain.....	27		
IV.3.1 Stationary.....	27		
IV.3.2 Media Online dan Website.....	27		
IV.3.3 Iklan Cetak	28		
IV.3.4 Buku dan E-book.....	28		
IV.3.5 Event World Sight Day.....	29		
IV.3.6 Merchandise.....	29		
IV.3.7 Maskot	30		
IV.3.8 Kotak Donasi untuk Kacamata Gratis	30		
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN			
V.1 Kesimpulan.....	30		
V.2 Saran	31		
Lampiran	31		
Daftar Pustaka.....	35		

DAFTAR GAMBAR DAN DIAGRAM

<p>Gambar 2.1 Kegiatan FunWalk..... 12</p> <p>Gambar 2.2 Poster kegiatan Funwalk..... 12</p> <p>Gambar 2.3 Kegiatan FunWalk..... 12</p> <p>Gambar 2.4 Logo “Imata – Istirahatkan Mata)..... 12</p> <p>Gambar 2.5 Poster CVS..... 12</p> <p>Diagram 3.1 Usia anak 14</p> <p>Diagram 3.2 Penggunaan bahasa sehari-hari dalam keluarga..... 14</p> <p>Diagram 3.3 Penghasilan orang tua dalam sebulan..... 15</p> <p>Diagram 3.4 Uang sekolah anak dalam sebulan..... 15</p> <p>Diagram 3.5 Kepemilikan Gadget pada anak</p> <p>Diagram 3.6 Kepemilikan gadget pada orang tua</p> <p>Diagram 3.7 Jumlah kasus miopia pada anak</p> <p>Diagram 3.8 Kasus miopia orang tua dari anak yang miopia</p> <p>Diagram 3.9 Kasus miopia orang tua dari anak yang tidak miopia..... 16</p> <p>Diagram 3.10 Ketepatan waktu pemberian kacamata pada anak yang miopia..... 16</p> <p>Diagram 3.11 Intensitas Pengecekan Kesehatan Mata..... 17</p> <p>Diagram 3.12 Penyebab Miopia pada anak (menurut orang tua)..... 17</p> <p>Diagram 3.13 Sulit tidaknya menasehati anak untuk mengubah kebiasaan buruk</p> <p>Diagram 3.14 Boleh tidaknya anak-anak bermain di luar rumah..... 17</p> <p>Diagram 3.15 Kebiasaan buruk anak terhadap near work</p> <p>Diagram 3.16 Kepemilikan media sosial pada anak</p> <p>Diagram 3.17 Jenis media sosial yang dimiliki anak</p> <p>Diagram 3.18 Kepemilikan media sosial pada orang tua</p> <p>Diagram 3.19 Jenis media sosial yang dimiliki orang tua</p>	<p>Diagram 3.20 Penggunaan gadget dan komputer pada anak 20</p> <p>Diagram 3.21 Tempat favorit target audience menghabiskan waktu luang..... 20</p> <p>Diagram 3.22 Jenis desain ilustrasi yang disukai..... 20</p> <p>Diagram 3.23 Jenis desain tipografi yang disukai..... 20</p> <p>Gambar 4.1 Logo “Tak Kenal Mata Tak Sayang” 25</p> <p>Gambar 4.2 Grid sistem logo “Tak Kenal Mata Tak Sayang” 25</p> <p>Gambar 4.3 Paduan warna logo “Tak Kenal Mata Tak Sayang” 26</p> <p>Gambar 4.4 Tone warna logo “Tak Kenal Mata Tak Sayang” 26</p> <p>Gambar 4.5 Aturan Logo “Tak Kenal Mata Tak Sayang” 26</p> <p>Gambar 4.6 Stationary (amplop map, kertas surat, kartu nama, name tag, amplop) 27</p> <p>Gambar 4.7 Media online (Facebook dan BBM)..... 27</p> <p>Gambar 4.8 Gambaran Tampilan Website 27</p> <p>Gambar 4.9 Poster di sekolah 28</p> <p>Gambar 4.10 Iklan majalah dan iklan koran..... 28</p> <p>Gambar 4.11 Cover Buku, e-book, dan aplikasi gadget..... 28</p> <p>Gambar 4.12 Gambaran denah even 3d 29</p> <p>Gambar 4.13 Entrance dan exit gate 29</p> <p>Gambar 4.14 Gambaran tempat pemeriksaan mata gratis 29</p> <p>Gambar 4.15 Gambaran tempat merchandise, kotak donasi, dan desain informasi..... 29</p> <p>Gambar 4.16 Isi Desain Informasi 29</p> <p>Gambar 4.17 Merchandise (notes, boneka, gantungan kunci)..... 29</p> <p>Gambar 4.18 Maskot (di sekolah dan even) 30</p> <p>Gambar 4.19 Kotak donasi kacamata gratis (di sekolah dan even) 30</p>
--	---

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.1	Kuisisioner untuk anak-anak.....	31
Lampiran 1.2	Kuisisioner untuk orang tua	32
Lampiran 1.3	Kuisisioner untuk Psikolog.....	33
Lampiran 1.4	Kegiatan pemeriksaan mata gratis di SD PL Santo Yusup Semarang	34
Lampiran 1.5	Pemeriksaan mata menggunakan alat pengukur minus	34
Lampiran 1.6	Pemeriksaan mata menggunakan alat untuk anak-anak kelas 6 SD	34
Lampiran 1.7	Pemeriksaan mata menggunakan lensa minus replika	34
Lampiran 1.8	Pembagian kuisioner untuk anak-anak SD Kanisius Kurmosari Semarang.....	34