



PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL
ANTI KEKERASAN DALAM PACARAN

TANG TATIA AUDITA

11.13.0056

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

SEMARANG 2015

HALAMAN PENGESAHAN

Judul :
PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL
ANTI KEKERASAN DALAM PACARAN

Nama : Tang Tatia Audita

NIM : 11.13.0056

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Arsitektur dan Desain

Universitas : Universitas Katolik Soegijapranata

Semarang, 28 Juli 2015

Mengesahkan

Dekan Fakultas Arsitektur dan Desain

Kaprodi Desain Komunikasi Visual

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 KAMPANYE SOSIAL
ANTI KEKERASAN DALAM PACARAN

Nama : Tang Tatia Audita
NIM : 11.13.0056
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Arsitektur dan Desain
Universitas : Universitas Katolik Soegijapranata

Semarang, 28 Juli 2015

Menyetujui

Pembimbing I

Pembimbing II

Adi Nugroho, S.Ds.
NIDN. 0601128201

Kwik, Renata Wijaya, S.Ds
NPP. 058.5.2013.101

Penguji I

Penguji II

Penguji III

Moerdiartianto, ST., MSc.
NIDN. 0611057401

Ir. Robert Rianto Widjaja, MT.
NIDN. 0627066701

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

PERNYATAAN ORISINALITAS

Nama : Tang Tatia Audita

NIM : 11.13.0056

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Arsitektur dan Desain

Universitas : Universitas Katolik Soegijapranata

Judul Proyek Akhir :

PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL
ANTI KEKERASAN DALAM PACARAN

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, 28 Juli 2015

Tang Tatia Audita

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat, karunia, serta rahmat yang telah diberikan kepada penulis dalam penulisan laporan dan perancangan proyek akhir Desain Komunikasi Visual. perancangan proyek akhir penulis berjudul Perancangan Kampanye Sosial Anti Kekerasan Dalam Pacaran. Judul ini dipilih oleh penulis dengan harapan agar persentase kekerasan terhadap perempuan dalam pacaran berkurang dan timbul kewaspadaan dalam diri tiap individu remaja sendiri.

Dalam kesempatan ini penulis juga mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah banyak memberikan bantuan serta dukungan kepada penulis hingga laporan perancangan ini dapat selesai dengan baik, diantaranya :

1. Bapak Adi Nugroho, S.Ds selaku dosen pembimbing I dalam perancangan proyek akhir Desain Komunikasi Visual yang telah bersedia meluangkan waktu, memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penyusunan laporan dan perancangan kampanye dari awal hingga akhir.
2. Pembimbing II, Kwik, Renatax Wijaya, S.Ds dan Bapak Moediartianto,ST.,M.Sc selaku dosen pembimbing III atas waktu yang telah diluangkan, bimbingan dan pelajaran yang telah diberikan dalam perancangan dan penulisan proyek akhir ini.
3. Kedua orang tua penulis yang selalu memberikan dukungan, semangat, doa, dan dorongan dalam masa pembuatan hingga penyelesaian laporan perancangan kampanye sosial ini.
4. Keluarga dan teman-teman yang telah mendukung dalam doa juga semangat.
5. Pihak dari Rifka Annisa Yogyakarta dan LRC-KJHAM Semarang yang telah memberikan begitu banyak informasi dan bantuan kepada penulis, juga atas kesempatan yang diberikan kepada penulis untuk melangsungkan survey dan riset.
6. Pihak sekolah SMP dan SMA Karangturi, Tri Tunggal, dan Theresiana yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melangsungkan survey dan riset.
7. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis ucapkan satu persatu yang telah memberikan bantuan dan dukungan dalam penyusunan laporan ini.

Pembuatan laporan ini bertujuan untuk membangun kesadaran dan kewaspadaan para remaja perempuan juga orang tua dalam melakukan suatu hubungan. Kampanye sosial "Pacaran Kok Gitu?" menyadarkan para remaja akan bahaya dari kekerasan dalam pacaran, dan juga menyadarkan bahwa kekerasan sesungguhnya sangatlah banyak terjadi di sekeliling kita namun tidak banyak individu yang menyadarinya. Penulis menyadari bahwa laporan perancangan ini masih memiliki banyak kekurangan. Maka baik saran maupun kritik akan sangat berguna bagi berlangsungnya laporan perancangan ini. Akhir kata penulis berharap agar laporan perancangan ini dapat bermanfaat bagi semua orang. Penulis memohon maaf apabila terjadi kesalahan dalam penulisan kata dalam laporan ini baik disengaja maupun tidak.

Penulis,

ABSTRAK

Pergaulan anak remaja jaman sekarang sangatlah luas dan didukung dengan para orang tua yang semakin sibuk sehingga kurang dapat menyatu dengan kehidupan anak mereka dapat menimbulkan dampak negatif. Remaja merupakan individu yang masih tergolong rentan dan labil, emosi yang naik turun, dan mudah terpengaruh oleh orang lain. Kekerasan dalam pacaran banyak terjadi dalam masyarakat sekitar, namun tidak banyak orang yang mengetahuinya. Hal ini dikarenakan kurangnya kesadaran masyarakat akan bahaya dari kekerasan dalam pacaran ini sendiri.

Tujuan dari perancangan kampanye sosial ini adalah untuk meningkatkan kesadaran dan kewaspadaan remaja serta orang tua akan bahaya dari kekerasan dalam pacaran, memberikan pengetahuan dan informasi seputar kekerasan dalam pacaran, juga mengurangi persentase kekerasan terhadap perempuan di Indonesia. Metodologi yang digunakan dalam perancangan kampanye ini adalah metode kuesioner dan wawancara. Melalui metode ini penulis mengetahui akan fakta dan kebiasaan dari target. Sehingga penulis dapat merancang kampanye sosial yang sesuai dengan ketertarikan target. Dengan diberikannya pengetahuan serta pemahaman akan kekerasan dalam pacaran, perempuan, cinta, dan pacaran maka para remaja dapat lebih mengerti akan batasan-batasan yang seharusnya ditekankan dalam sebuah hubungan. Para remaja juga lebih dapat menjaga diri mereka sendiri karena telah mengetahui apa yang termasuk dalam tanda-tanda sebuah kekerasan. Para remaja juga dapat mengetahui solusi, sebab, dan akibat dari kekerasan dalam pacaran sehingga mereka dapat lebih waspada dalam proses mengenal dan berhubungan dengan orang lain.

Kata Kunci : Kekerasan, Kekerasan dalam pacaran, Pacaran, remaja, perempuan, galau, rapuh, teriakan hati, curahan hati

Guidelines for older children is extremely broad these days and are supported by the parents of an increasingly busy so that less can be fused with the lives of their children could pose a negative impact. Teenager is the individuals who are still classified as vulnerable and labile emotions are up and down, and easily influenced by others. Violence in dating a lot happens in masyarakat around, but not many people know about it. This is due to the lack of public awareness of the dangers of violence in dating itself.

The goal of designing this social campaign is to raise awareness and vigilance of the teens as well as parents of the dangers of violence in dating, providing knowledge and information about violence in dating, also reduces the percentage of violence against women in Indonesia. The methodology used in the design of this campaign is a method of questionnaires and interviews. Through this method the authors know of the fact and the habits of the target. So the authors can design social campaigns that match the interest target. With the assumption of knowledge and understanding will be violence in dating, women, love, and courtship youths then can better understand the limitations that should be emphasized in a relationship. The teens are also more able to keep themselves because it has to know what is included in a signs of violence. The teens also can figure out a solution, for, and consequences of violence in dating so they can be more alert in the process of getting to know and connect with others.

Key words: violence, violence in dating, Relationship, teenage, women, the controversy, the frail, the cries of the heart, the outpouring of hearts

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL		BAB II TINJAUAN UMUM	
		II.1 Kerangka Berpikir.....	7
KATA PENGANTAR.....	i	II.2 Teori Penelitian dan Desain.....	7
ABSTRAK.....	ii	II.3 Kajian Pustaka.....	11
DAFTAR ISI.....	iii	II.4 Studi Komparasi.....	12
DAFTAR TABEL.....	iv		
DAFTAR DIAGRAM.....	v	BAB III STRATEGI KOMUNIKASI	
DAFTAR GAMBAR.....	vi	III.1 Data Hasil Penelitian.....	13
DAFTAR LAMPIRAN.....	vii	III.2 Khalayak Sasaran (<i>Target Audience</i>)	18
		III.3 Strategi Komunikasi.....	18
BAB I PENDAHULUAN		BAB IV STRATEGI KREATIF	
I.1 Latar Belakang Masalah.....	1	IV.1 Konsep Verbal.....	21
I.2 Identifikasi Masalah.....	4	IV.2 Konsep Visual.....	21
I.3 Pembatasan Masalah.....	4	IV.3 Visualisasi Desain.....	24
I.4 Perumusan Masalah.....	4		
I.5 Tujuan Penelitian dan Perancangan.....	4	BAB V KESIMPULAN dan SARAN	
I.6 Manfaat Penelitian dan Perancangan.....	4	V.1 Kesimpulan.....	36
I.7 Metode Penelitian dan Perancangan.....	5	V.2 Saran.....	36
I.8 Sistematika Penulisan.....	5		
		DAFTAR PUSTAKA.....	37
		LAMPIRAN.....	38

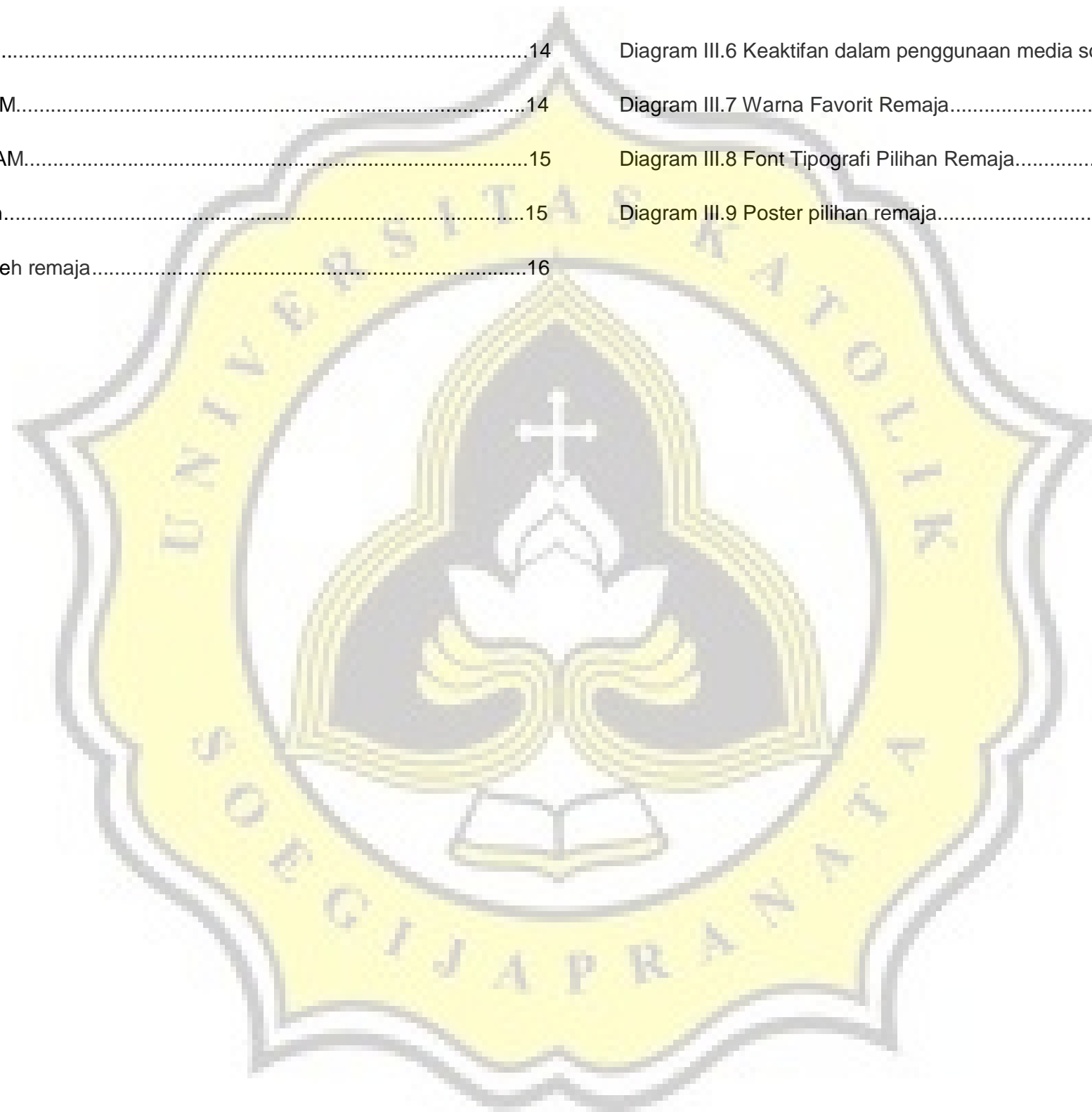
DAFTAR TABEL

Tabel III.1 Tabel Kasus Rifka Annisa WCC.....	13	Tabel III.3 Tabel Hasil Penelitian Media Sosial dan <i>Chat Messenger</i>	16
Tabel III.2 Tabel Hasil Penelitian.....	16	Tabel III.4 Tabel Tahapan Besar Kampanye.....	20
		Tabel III.5 Tabel Tahapan Kampanye 2016.....	20



DAFTAR DIAGRAM

Diagram III.1 Grafik Lokasi Kasus.....	14	Diagram III.6 Keaktifan dalam penggunaan media sosial.....	16
Diagram III.2 Grafik Kasus KDP LRC-KJHAM.....	14	Diagram III.7 Warna Favorit Remaja.....	17
Diagram III.3 Grafik Usia Korban LRC-KJHAM.....	15	Diagram III.8 Font Tipografi Pilihan Remaja.....	17
Diagram III.4 Diagram Remaja dan Pacaran.....	15	Diagram III.9 Poster pilihan remaja.....	17
Diagram III.5 Kendaraan yang digunakan oleh remaja.....	16		



DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Siklus Kekerasan (Rifka Annisa Women’s Crisis Center).....	2	Gambar IV.17 Iklan Koran.....	28
Gambar II.1 Kerangka Berpikir.....	7	Gambar IV.18 Storyboard iklan Tv.....	29
Gambar II.2 Poster One Billion Rising.....	12	Gambar IV.19 Tampilan Facebook.....	30
Gambar II.3 Poster Kampanye Komnas Perempuan.....	12	Gambar IV.20 Tampilan Instagram.....	30
Gambar III.1 Gambar Poster.....	17	Gambar IV.21 Gambar Instagram.....	31
Gambar IV.1 Logo.....	21	Gambar IV.22 Tampilan event 1.....	31
Gambar IV.2 Alternatif Logo.....	22	Gambar IV.23 Tampilan Event 2.....	32
Gambar IV.3 Warna Pokok.....	22	Gambar IV.24 Tampilan Event 3.....	32
Gambar IV.4 Warna Pendukung.....	22	Gambar IV.25 X-Banner Event.....	32
Gambar IV.5 Gambar Font Tipografi.....	23	Gambar IV.26 Photobooth Backdrop.....	33
Gambar IV.6 Poster Afeksi 1.....	24	Gambar IV.27 Contoh hasil foto.....	33
Gambar IV.7 Poster Afeksi 2.....	24	Gambar IV.28 Name Tag Event.....	33
Gambar IV.8 Poster Afeksi 3.....	24	Gambar IV.29 Goodie Bag.....	34
Gambar IV.9 Poster Afeksi 4.....	25	Gambar IV.30 Pin.....	34
Gambar IV.10 Poster Afeksi 5.....	25	Gambar IV.31 Notes.....	34
Gambar IV.11 Poster Afeksi 6.....	25	Gambar IV.32 Halaman Depan Notes.....	34
Gambar IV.12 Poster Afeksi 7.....	25	Gambar IV.33 Logo Sticker.....	35
Gambar IV.13 Poster Event.....	26	Gambar IV.34 Tattoo Sticker.....	35
Gambar IV.14 Quote Sticker.....	27	Gambar IV.35 Bolpoin.....	35
Gambar IV.15 Brosur Kreatif.....	27	Gambar IV.36 Gelang.....	35
Gambar IV.16 Iklan Majalah.....	28		

DAFTAR LAMPIRAN

L.1 Kuisisioner Kampanye Sosial.....38

