

ABSTRAK
PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL
METODE KONTRASEPSI VASEKTOMI
DI KOTA BANDUNG

Oleh :
Endhy Nur'ikhsan
108300014

Kota Bandung merupakan kota besar di Indonesia yang memiliki jumlah penduduk yang cukup padat. Pertambahan penduduk yang tidak diimbangi dengan infrastruktur dan fasilitas yang ada dapat menimbulkan permasalahan baru bagi pemerintah Indonesia khususnya kota Bandung. Melihat permasalahan ini pemerintah mancanangkan program keluarga berencana atau yang lebih kita kenal dengan program KB. Program ini berfungsi untuk mengendalikan jumlah penduduk dan mensejahterakan masyarakat dengan membentuk sebuah keluarga kecil. Program KB saat ini lebih didominasi oleh wanita dibandingkan dengan pria. Peran serta pria dalam program KB sangat kurang dikarenakan jenis kontrasepsi yang lebih sedikit dibandingkan dengan wanita dan informasi tentang program KB pria sangat kurang salah satunya adalah metode kontrasepsi vasektomi. Metode ini merupakan metode kontrasepsi permanen. Metode ini mendapat pandangan negatif dari masyarakat kota Bandung. Dalam menghadapi permasalahan tersebut dibutuhkan sebuah kampanye sosial untuk memberikan informasi dan mengubah pandangan negatif masyarakat terhadap vasektomi. Kampanye sosial dibuat efektif dalam menyampaikan pesan agar diterima oleh masyarakat kota Bandung.

ABSTRAK
DESIGN OF SOCIAL CAMPAIGN
CONTRACEPTION METHOD VASECTOMY
IN BANDUNG

By :
Endhy Nur'ikhsan
108300014

City of Bandung is a big city in Indonesia, which has a fairly dense population. Population grow this not matched with the existing infrastructure and facilities could pose new problems for the Government of Indonesia, especially the city of Bandung. Seeing the problem, the government launched a program of family planning or are more familiar with the KB program. This program serves to control the population and prosperity of the community by establishing as small family. The family planning program is currently dominated by women than men. The participation of men in family planning is very less due to fewer types of contraceptives compared with women and men information about the family planning program is less one of which is a method of contraception vasectomy. This method of permanent contraception. This method gets a negative view of the city of Bandung. In the face of these problems requires social campaign to inform and change people's negative views toward vasectomy. Social campaign is effective in conveying the message to be accepted by the people of Bandung.

Keyword : Kampanye sosial, vasektomi, program KB pria.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.2 Latar Belakang Masalah.....	2
1.3 Permasalahan.....	4
1.4 Ruang Lingkup.....	4
1.5 Tujuan Perancangan.....	6
1.6 Cara Pengumpulan Data.....	7
1.7 Skema Perancangan.....	7
1.8 Pembabakan.....	8
BAB II DASAR PEMIKIRAN	9
2.1 Kampanye.....	9
2.1.1 Jenis-jenis Kampanye.....	11
2.2 Kampanye Sosial / Iklan Layanan Masyarakat.....	11
2.2.1 Kriteria Iklan Layanan Masyarakat.....	12
2.3 Media-media Kampanye.....	12
2.3.1 Poster.....	13
2.3.2 Buklet.....	16
2.3.3 Event.....	16
2.3.4 Brosur.....	16
2.3.4 Suvenir.....	17
2.4 Teori Komunikasi.....	17
2.5 Teori Desain.....	18
2.5.1 Layout.....	19
2.5.2 Tipografi.....	22
2.5.3 Copy Writing.....	25
2.5.4 Warna.....	26

2.5.5 Ilustrasi.....	29
2.6 Media Planning.....	30
2.7 Analisis SWOT	31
2.8 PenerapanTeoriTerhadapKampanye.....	32
BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH.....	34
3.1. Data Penyelenggara.....	34
3.2 Data danFakta.....	36
3.2.1 Keluarga Berencana.....	36
3.2.2 Perkembangan Keluarga Berencana.....	37
3.2.3 Jenis-jenis Program Keluarga Berencana.....	37
3.2.4 Vasektomi.....	41
3.2.5 Kelebihan dan KelemahanVasektomi.....	43
3.2.6 Perkembangan Vasektomi.....	44
3.2.7 Data Khalayak Sasaran.....	48
3.2.8 Data Wawancara.....	48
3.2.9 Data Kuesioner.....	49
3.2.10 Data Observasi.....	56
3.3 Tinjauan Terhadap Kampanye Terdahulu.....	57
3.4 Analisis Data.....	58
3.4.1 Analisis Data Berdasarkan Hasil Observasi.....	58
3.4.2 Analisis Data Kuesioner.....	58
3.4.3 Analisis SWOT Kampanye BKKBN.....	59
3.4.4 Analisis Data dan Fakta TerhadapTeori yang Digunakan.....	61
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN.....	62
4.1 Konsep Komunikasi.....	62
4.2 Konsep Kreatif.....	64
4.3 Konsep Visual.....	65
4.4 Konsep Media.....	67
4.5 Rancangan Anggaran Biaya.....	71
4.6 Hasil Perancangan.....	73
BAB V PENUTUP.....	79
5.1 Masukan dan Saran Pada Pelaksanaan Sidang.....	79

5.2 Kesimpulan..... 79

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Picture Window Layout.....	21
Gambar II.2 Arial.....	23
Gambar II.3 Times New Roman.....	24
Gambar II.4Fonelle Pro.....	24
Gambar II.5 Foliage Font.....	24
Gambar II.6 Bodoni Egyptian.....	25
Gambar II.7 Warna.....	29
Gambar III.1 Logo BKKBN.....	34
GambarIII.2 Tagline BKKBN.....	34
Gambar III.3 Kondom.....	38
Gambar III.4 Spermatisida.....	39
Gambar III.5 Vagina Diafragma.....	39
Gambar III.6 Pil KB.....	39
Gambar III.7 Suntik KB.....	40
Gambar III.8 Susuk KB.....	40
Gambar III.9 AKDR.....	40
Gambar III.10 Tubektomi.....	41
Gambar III.11 Vasektomi.....	41
Gambar III.12 Kampanye KB Pentas Komedi.....	57
GambarIV.1 Warna.....	66
Gambar IV.2 <i>Font Franklin Ghotic Demi Cond</i>	66
Gambar IV.3 Contoh Lipatan Brosur.....	68
Gambar IV.4 Billboard Pasar Kiaracandong.....	69
Gambar IV.5 Hasil Perancangan Poster.....	73
Gambar IV.6 Hasil Perancangan Billboard.....	74
Gambar IV.7 Hasil PerancanganBrosur.....	75
Gambar IV.8 Hasil PerancanganBuklet.....	76
Gambar IV.9 Hasil PerancanganKalender.....	78

DAFTAR TABEL

Tabel II.1 Skema Analisis SWOT.....	32
Tabel III.1 :Jumlah Peserta KB Baru Priatahun 2011.....	45
Tabel III.2 Pencapaian Indikator Program KB tahun 2011.....	46
Tabel III.3 Pendataan kota Bandung 2010.....	47
Tabel III.4 : Jenis Kelamin.....	49
Tabel III.5 : Usia Responden.....	50
Tabel III.6 : Jumlah anak.....	50
Tabel III.7 : Pekerjaan Responden (suami).....	51
Tabel III.8 : Mengetahui program KB.....	52
Tabel III.9 : Menggunakan program KB.....	52
Tabel III.10 :Yang menggunakan program KB	53
Tabel III.11 : Mengetahui Vasektomi dengan jelas.....	54
Tabel III.12 :Menggunakan vasektomi.....	54
Tabel III.13 : Pandangan terhadap Vasekotmi.....	55
Tabel III.14 : Mendapatkan penyuluhan tentang vasektomi.....	55
Tabel III.15 Matriks Analisis SWOT.....	60

DAFTAR DIAGRAM

Diagram III.1 : Jenis Kelamin Responden.....	49
Diagram III.2 : Usia Responden.....	50
Diagram III.3 : Jumlah anak.....	51
Diagram III.4 : Pekerjaan Responden.....	51
Diagram III.5 : Mengetahui program KB.....	52
Diagram III.6 : Menggunakan program KB.....	53
Diagram III.7 : Yang menggunakan program KB.....	53
Diagram III.8 : Mengetahui Vasektomi dengan jelas.....	54
Diagram III.9 : Menggunakan vasektomi.....	54
Diagram III.10 : Pandangan terhadapVasektomi.....	55
Diagram III.11 : Mendapatkan penyuluhan tentang vasektomi.....	56