

ABSTRAK
PERANCANGAN MEDIA VISUAL KAMPANYE SOSIAL
MENCEGAH BANJIR DENGAN METODE LUBANG RESAPAN BIOPORI

Oleh

Fadli Dwi Agusetiyadi

NPM: 108300017

Masalah banjir di Jakarta sejak dulu sampai sekarang masih merupakan masalah yang belum terselesaikan. Berhubungan kota Jakarta sebagai pusat pertumbuhan perekonomian maka masalah banjir ini mempengaruhi tata kehidupan, baik dari segi ekonomi, sosial, budaya maupun politik. Salah satu metode untuk mencegah banjir adalah lubang resapan biopori berbentuk vertikal dengan diameter 10 centimeter dengan dalam 1 meter yang akan mengalirkan air ke dalam tanah agar tidak menggenang dipermukaan tanah. Namun metode lubang resapan biopori belum dikenal masyarakat, oleh sebab itu kampanye sosial mencegah banjir dengan metode lubang resapan biopori ini dibuat.

Teknik pengumpulan data pada kampanye ini menggunakan teknik wawancara, observasi, kuesioner dan studi pustaka sedangkan segmentasi utama dari kampanye ini adalah masyarakat menengah ke bawah, pria dan wanita usia muda khususnya remaja hingga usia 50 tahun. Dengan tujuan membangkitkan kepedulian masyarakat akan pentingnya lubang resapan biopori.

Media visual merupakan sarana komunikasi yang tepat untuk memberikan informasi dan menarik perhatian masyarakat, untuk menggugah kesadaran dan kepedulian masyarakat akan pentingnya pembuatan lubang resapan biopori.

Perancangan media visual ini menggunakan konsep yang sederhana dengan lebih menekankan visualisasi dan informasi di setiap media kampanye. Konsep dasar dari kampanye ini menggunakan konsep "*illustration of benefit from the use of the product or a loss*" (menggambarkan keuntungan menggunakan produk dan kerugian jika tidak menggunakannya).. Visualisasi dalam media ini bergaya sederhana dengan lebih banyak menampilkan visual yang berkaitan langsung dengan dampak tidak membuat lubang resapan biopori. Warna yang dominan pada media-media kampanye ini adalah warna putih dan warna hijau untuk menampilkan kesan kepedulian terhadap lingkungan pada setiap media kampanye ini.

Media-media kampanye yang digunakan untuk tugas akhir ini meliputi media *Attention* (poster dan brosur), *Interest* (iklan majalah, iklan billboard), *Desire* (iklan koran, poster, koran, dan majalah), *Action* (poster dan brosur).

Kata kunci:

Kampanye sosial, banjir dan lubang resapan biopori.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR/FOTO	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang Masalah	2
1.3 Permasalahan	3
1.4 Ruang Lingkup	3
1.5 Tujuan Perancangan	3
1.6 Cara Pengumpulan Data	3
1.7 Skema Perancangan	4
1.8 Pembabakan	5
BAB II DASAR PEMIKIRAN	7
2.1 Biopori	7
2.1.1 Lubang Resapan Biopori.....	7
2.1.2 Keunggulan dan Manfaat Lubang Resapan Biopori.....	10
2.2 Kampanye	11

2.2.1	Kriteria Kampanye Sosial.....	11
2.2.2	Prinsip Pesan Kampanye Sosial.....	12
2.3	Teori Bencana	12
2.3.1	Pengertian dan Proses Terjadinya Bencana.....	13
2.4	Teori Desain Komunikasi Visual	16
2.4.1	Warna.....	16
2.4.2	Tipografi.....	18
2.4.3	Layout.....	21
2.5	Teori Logo	21
2.6	Teori Media.....	22
2.6.1	Perancangan Media.....	22
2.6.2	Jenis-Jenis Media.....	23
2.6.3	Karakteristik Media.....	25
2.6.4	Syarat-syarat pemakaian bahasa dalam media	26
2.6.5	Faktor-faktor yang mempengaruhi media	27
2.6.6	Struktur Iklan dan Rumus AIDA.....	27
2.7	Komunikasi	29
2.7.1	Tahap dan Peran Komunikasi.....	30
BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH		31
3.1	Data dan Fakta	31
3.1.1	Data Perusahaan	31
3.1.2	Data dan Khalayak Sasaran	33
3.1.3	Data Wawancara	34

3.1.4 Data Hasil Kuesioner	35
3.1.5 Data Studi Pustaka	38
3.1.6 Tinjauan Terhadap Proyek Sejenis	39
3.1.7 Matrix Terhadap Proyek Sejenis	40
3.2 Analisis Data	41
3.2.1 Analisis Data Bauran Pemasaran.....	41
BAB IV .KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN	44
4.1 Konsep Komunikasi	44
4.1.1 Tujuan Komunikasi.....	44
4.1.2 Strategi Komunikasi	45
4.2 Konsep Kreatif	45
4.3 Konsep Visual	45
4.3.1 Layout.....	46
4.3.2 Warna.....	46
4.3.3 Tipografi.....	47
4.3.4 Fotografi.....	48
4.4 Konsep Media	49
4.4.1 Pemilihan Media	49
4.5 Hasil Perancangan	54
BAB V PENUTUP.....	64
5.1 Kesimpulan.....	64
5.2 Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN	69

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Respon Psikologis yang Ditimbulkan Warna	17
Tabel 2.2 Karakteristik Media.....	25
Tabel 2.3 Tahapan dan Peranan Komunikasi	30
Tabel 3.1 Matrix Tinjauan Program Sejenis	40
Tabel 3.2 Matrix Hasil Kuesioner	45
Tabel 4.1 Tahapan Conditioning, Informing, Reminding	49
Tabel 4.2 Pemilihan Media Berdasarkan Konsep.....	50

DAFTAR GAMBAR/FOTO

Gambar 1.1	Skema Perancangan Kampanye.....	4
Gambar 2.1	Skema Lubang Resapan Biopori	7
Gambar 2.2	Lubang Resapan Biopori di saluran air	8
Gambar 2.3	Lubang Resapan Biopori di sekitar tanaman	9
Gambar 2.4	Keunggulan Lubang Resapan Biopori	11
Gambar 2.5	Proses Terjadinya Banjir.	13
Gambar 2.6	Jenis huruf <i>Old Style</i>	19
Gambar 2.7	Jenis huruf <i>Transitional</i>	19
Gambar 2.8	Jenis huruf <i>Modern</i>	19
Gambar 2.9	Jenis huruf <i>Slab Serif</i>	20
Gambar 2.10	Jenis huruf <i>Sans Serif</i>	20
Gambar 2.11	Jenis huruf <i>Script</i>	20
Gambar 2.12	Jenis huruf <i>Graphic</i>	20
Gambar 3.1	Logo GBCI (Konsil Bangunan Hijau Indonesia)	31
Gambar 3.2	Responden yang Mengetahui metode biopori	35
Gambar 3.3	Lubang Resapan Biopori Salah Satu Mengatasi banjir	36
Gambar 3.4	Pemahaman Cara Membuat Lubang Resapan Biopori	36
Gambar 3.5	Pernah Melihat Lubang Resapan Biopori	37
Gambar 3.6	Mengetahui Adanya Kampanye Sosial Metode Biopori.....	37
Gambar 3.7	Kampanye Sosial tersebut Sudah Efektif atau Belum.....	38
Gambar 4.1	Warna Perancangan Media Komunikasi	46
Gambar 4.2	Huruf <i>Helvetica</i>	47

Gambar 4.3 Huruf <i>Franklin Gothic Heavy</i>	47
Gambar 4.4 Huruf <i>Myriad Pro</i>	47
Gambar 4.5 Huruf <i>Arial Black</i>	48
Gambar 4.6 Huruf <i>Times New Roman</i>	48
Gambar 4.7 Gambar Perancangan Tipografi	48
Gambar 4.8 Poster Go Green	51
Gambar 4.9 Contoh Desain Brosur	51
Gambar 4.10 Iklan Majalah	52
Gambar 4.11 Iklan pada Billboard	53
Gambar 4.12 Contoh Pin	53
Gambar 4.13 Contoh Stiker	54
Gambar 4.14 Logo Kampanye Lubang Resapan Biopori	54
Gambar 4.15 Poster Lubang Resapan Biopori	56
Gambar 4.16 Brosur Bagian Luar Lubang Resapan Biopori (<i>Tri-fold</i>)	57
Gambar 4.17 Brosur Bagian Dalam Lubang Resapan Biopori (<i>Tri-fold</i>)	57
Gambar 4.18 Brosur Bagian Luar Lubang Resapan Biopori (<i>Half-fold</i>)	58
Gambar 4.19 Brosur Bagian Dalam Lubang Resapan Biopori (<i>Half-fold</i>)	58
Gambar 4.20 Iklan Majalah Hai	59
Gambar 4.21 Iklan Majalah AyahBunda	60
Gambar 4.22 Iklan Koran-Koran Jakarta	61
Gambar 4.23 Iklan Billboard	62
Gambar 4.22 Stiker Lubang Resapan Biopori	63
Gambar 4.23 Pin Lubang Resapan Biopori	63