

ABSTRAK

PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL PENDETEKSIAN MATA MINUS SEJAK DINI

Oleh:
Rizky Novelin
109300091

Seiring perkembangan zaman yang bergerak cepat, fasilitas yang disediakan juga semakin berkembang dan merambah ke semua kalangan masyarakat, baik orang tua, remaja bahkan anak usia dini. Hal ini dikarenakan adanya fasilitas yang diberikan orang tua mulai dari televisi, video *game*, komputer, sampai *handphone* atau *gadget* lainnya. Hal ini menimbulkan dampak positif namun juga negatif, salah satu dampak negatif yang ditimbulkan yaitu gangguan pada kesehatan mata yang mengakibatkan timbulnya kelainan mata minus yang terjadi pada anak usia dini khususnya anak sekolah dasar yang sudah semakin mengkhawatirkan, bahkan sampai dapat menurunkan prestasi anak di sekolah. Hal ini tidak terlepas dari peran orang tua yang saat ini kurang memperhatikan kesehatan mata anak mereka.

Metode yang digunakan untuk mendapatkan data yaitu dengan observasi, wawancara serta studi pustaka, kemudian dianalisis terhadap kegiatan sejenis dan analisis teori desain terhadap media, sehingga dibutuhkan sebuah kampanye sosial dengan kegiatan yang dikonsepsi dan dilakukan secara berkelanjutan untuk memberikan kesadaran kepada orang tua mengenai pentingnya mendeteksi mata anak sejak dini.

Konsep yang dikomunikasikan dirangkum dalam *tagline* “*Mata jelas, Aku pintar*” yang artinya jika anak dapat melihat dengan jelas, belajarnya tidak akan terganggu, sehingga anak menjadi pintar dan berprestasi. Dalam perancangan ini menggunakan pendekatan keunikan anak-anak, mulai dari warna, tipografi, bentuk sampai karakter ilustrasi untuk menarik perhatian orang tua yang memiliki anak usia sekolah dasar, yang diterapkan pada setiap media pendukung kampanye meliputi poster, spanduk, *banner*, *backdrop*, *flyer*, stiker, cendera mata, *voucher* dan media sosial. Diharapkan dari perancangan ini dapat meningkatkan kesadaran orang tua untuk lebih memperhatikan kesehatan mata anak dengan mendeteksi mata anak sejak dini serta membantu menurunkan angka mata minus pada anak sekolah dasar.

Kata kunci: Kampanye Sosial, Pemeriksaan Mata, Optik Krida.

ABSTRACT

SOCIAL CAMPAIGN DESIGN OF EARLY MYOPIA DETECTION

**Oleh:
Rizky Novelin
109300091**

As the times are moving fast, the facilities provided are also growing and spread to all people, parents, teenagers and even younger children. This is because of the facilities provided by the parents from television, video games, computers, to mobile phones or other gadgets. This raises not only the positive effects but also negative effects, one of the negative effect is the impact on the health of the eye which result in minus eye disorders that occur in early childhood especially elementary school children that have increasingly worrying, and even can lower achievement of the children at school. It is also because of the role of parents who currently pay less attention to their children's eye health.

The method used to obtain the data not only by observation, interviews and literature study, then analyzed against similar activities but also by analysis of the design theory of the media, so it takes a social campaign with conceptualized sustainable activities in order to bring awareness to parents about the importance of detecting eye children early.

The concept is communicated by summarized in the tagline "Mata jelas, Aku pintar" which means that if the child can see clearly, studying or learning will not be disturbed, so that the child can be clever and accomplished. In this design uses approaching of a unique of the children, such as ranging from color, typography, form up the character illustrations to attract the attention of parents who have children of primary school age, which is applied to any proponent media campaign includes posters, banners, backdrops, flyers, stickers, souvenirs, vouchers and social media. Expected from this design can increase the awareness of parents to pay more attention to eye health of children by detecting the eye of children earlier and also to help reduce the number of eye minus in elementary school children.

Keywords: Social Campaign, Eye Examination, Krida Optical.