

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim...

Assalamualaikum Wr. Wb

Puji syukur penulis panjatkan kahadirat Allah SWT atas segala kekuatan, kemudahan dan atas izin-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Shalawat dan salam penulis haturkan kepada Nabiullah Muhammad SAW, atas segala perjuangan untuk mencapai sebuah perjuangan.

Tugas akhir yang berjudul **“Perancangan Kampanye Sosial tentang Stigma dan Diskriminasi terhadap ODHA (Orang dengan HIV/AIDS)”** merupakan bagian dari syarat kelulusan penulis dalam S-1 jurusan Desain Komunikasi Visual.

Penelitian ini dapat diselesaikan berkat semangat, bimbingan, dukungan, dan doa dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya.
2. Bapak Tata Kartasudjana, S.Sn, M.Ds selaku pembimbing pertama dan Bapak Rahadian P. Paramita, S.Sn selaku pembimbing kedua yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya selama memberikan bimbingan, serta saran baik secara teknis maupun teoritis dan pembelajaran yang sangat berguna dalam proses tugas akhir ini sehingga dapat diselesaikan dengan baik.
3. Bapak Adi Surahman, S.Sn, M.Ds , selaku coordinator Tugas Akhir, terima kasih atas masukan dan bimbingannya selama proses tugas akhir.
4. Bapak/Ibu dosen jurusan Desain Komunikasi Visual, terima kasih atas ilmu yang bermanfaat selama penulis mengikuti perkuliahan sampai pada tugas akhir ini.

5. Kepada kedua orangtua penulis, terima kasih atas dukungan, semangat, perjuangan serta doa yang selalu diberikan kepada penulis sampai detik ini.
6. Teman-teman seperjuangan selama perkuliahan di FISS UNPAS terima kasih atas kebersamaan dan kekompakannya.
7. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan penelitian ini masih banyak terdapat kesalahan dan kekurangan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan saran dan kritik dari pembaca, baik dari segi materi maupun dari segi teknis penyajian.

Akhir kata penulis berharap semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pihak lain yang membutuhkan.

Bandung, Juni 2013

Penulis

ABSTRAK

Stigma and discrimination that occurs in people living with HIV is still happening a lot today and that is the mental anguish that they felt. Discrimination that is very painful for ODHA (Orang Dengan HIV AIDS) is discrimination from their family. Therefore the family is the main target in the design of this social campaign. The background of discrimination is the lack of information about HIV/AIDS and the infection of HIV. So this social campaign is based on stigma and discrimination against people living with HIV aims to provide such as information, so that the target knows the real transmission of HIV. Where the mode of transmission has been known by the target know through the air, cutlery and contact with ODHA). This campaign aims to explain the three ways stated will not transmit HIV.

DAFTAR ISI

	Halaman
SURAT PERNYATAAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR DIAGRAM.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABLE.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	4
1.3 Rumusan Masalah.....	4
1.4 Pembatasan Masalah.....	5
1.5 Maksud dan Tujuan.....	5
1.6 Metode Penelitian.....	5
1.7 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Kampanye.....	8
2.1.1 Jenis-Jenis Kampanye.....	9
2.1.2 Kampanye Informatif, dan Komunikatif	10
2.1.3 Aspek – Aspek Perencanaan Kampanye.....	10
2.1.4 Komunikasi.....	11
2.1.5 Media.....	13
2.2 Stigma dan Diskriminasi.....	15
2.3 ODHA dan HIV/AIDS.....	17
2.3.1 ODHA.....	17

2.3.2 HIV/AIDS.....	17
2.3.2.1 Gejala-Gejala Seseorang Mulai Terinfeksi.....	19
2.3.2.2 Perjalanan HIV hingga Timbul AIDS.....	20
BAB III KAJIAN DATA	
3.1 Ruang Lingkup Masalah.....	22
3.2 Stigma.....	25
3.2.1 Pemahaman Target tentang HIV/AIDS.....	25
3.3 Diskriminasi.....	29
3.3.1 Diskriminasi yang dialami ODHA.....	33
3.3.2 Tanggapan Target tentang ODHA.....	35
3.4 Fokus Masalah.....	38
3.5 Target Audience.....	38
3.5.1 Analisa Target.....	38
3.5.2 Consumer Journey.....	41
3.6 What to Say.....	46
BAB IV KONSEP PERANCANGAN	
4.1 Strategi Komunikasi.....	49
4.2 Strategi Pesan.....	49
4.2.1 Strategi Pendekatan.....	49
4.2.2 Gaya Eksekusi.....	50
4.3 Strategi Kreatif.....	50
4.3.1 Verbal.....	50
4.3.2 Visual.....	50
4.4 Strategi Media.....	54
4.4.1 Pemilihan Media.....	54
4.4.2 Media Planning.....	54
4.5 Hasil Akhir.....	58
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan.....	64
5.2 Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR DIAGRAM

Nomor	Halaman
2.1. Tahap-tahap proses perencanaan kampanye (Gregory, 2000)....	11
2.2. Model Komunikasi Shannon – Weaver (Yongki, 2006:12).....	12
3.1. Jumlah Kasus HIV/AIDS di Jawa Barat.....	31
3.2. Proses penentuan fenomena sampai menemukan solusi.....	38
3.3. Pemilihan target primer dan target sekunder.....	39

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Halaman
3.1. Consumer Journey Target Primer – 1.....	42
3.2. Consumer Journey Target Primer – 2.....	44
4.1. Logo Program.....	52
4.2. Poster 1.....	58
4.3. Poster 2.....	59
4.4. Poster 3.....	59
4.5. Billboard 1,2,3.....	60
4.6. Iklan Koran 1 dan 2.....	60
4.7. Iklan Koran 3.....	61
4.8. Flayer.....	61
4.9. Stiker.....	62
4.10. Cuplikan Iklan TVC.....	62
4.11. Skrip Iklan Radio.....	63

DAFTAR TABLE

Nomor		Halaman
2.1.	Karakteristik Media atau saluran (Varey,Richard, 2003).....	15
3.1.	Jumlah Komulatif Kasus HIV/AIDS di Provinsi Jawa Barat.....	24
3.2.	Hasil kuesioner secara <i>random</i> tentang HIV/AIDS.....	27
3.3.	Hasil kuesioner pada target primer pertanyaan pertama.....	28
3.4.	Petikan wawancara tentang asal mula menderita HIV/AIDS.....	30
3.5.	Petikan wawancara tentang perasaan menjadi ODHA.....	32
3.6.	Petikan wawancara tentang penyebab diskriminasi.....	32
3.7.	Petikan wawancara tentang diskriminasi yang dialami.....	34
3.8.	Hasil kuesioner tentang kepedulian keluarga terhadap ODHA..	34
3.9.	Hasil kuesioner tentang pendapat masyarakat terhadap ODHA..	37

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor		Halaman
1.	Skema.....	68
2.	Email dengan Bapak Fajar.....	69
3.	Dokumentasi.....	71
4.	Alternatif Desain.....	75
5.	Storyboard TVC.....	77