

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : Atreeyu Andrey Pamungkas
NRP : 146010030
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Judul Skripsi / Tugas Akhir : Perancangan Kampanye Sosial Minimalisasi
Tingkah Laku Buruk Bobotoh di Stadion

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Seni pada Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Seni dan Sastra, Universitas Pasundan.

DEWAN PEMBIMBING

Pembimbing 1 : Dr. H. Wawan Setiawan M. Sn _____

Pembimbing 2 : Dodi Djoemhana S. Sn _____

Ditetapkan di :

Tanggal :

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, Atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Penulisan tugas akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Seni Program Studi Desain Komunikasi Visual pada Fakultas Ilmu Seni dan Sastra Universitas Pasundan. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan tugas akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. H. Wawan Setiawan M.Sn selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan tugas akhir ini.
2. Bapak Dodi Djoemhana S.Sn selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan tugas akhir ini.
3. Bapak Tata Kartasudjana, M, Ds selaku Koordinator Tugas Akhir Universitas Pasundan Bandung.
4. Bapak Fadhly Abdillah, M. Ds selaku Kordinator Tugas Akhir Universitas Pasundan Bandung.
5. Pihak PT. Persib Bandung Bermartabat, yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang penulis perlukan.
6. Kedua orang tua, Pamungkas Tata Essas dan Ina Harlina, yang senantiasa memberikan dukungan dan do'a yang terus diberikan kepada penulis, sehingga diberi kelancaran oleh Allah SWT.
7. Rekan PT. Persib Bandung Bermartabat , Fajar Rahman, Jatnika Sadila, Gregorius Aditya, Suryana serta semua rekan yang tidak bisa disebutkan satu persatu, yang telah memberikan dukungan kepada penulis sehingga bisa menyelesaikan tugas akhir ini.

8. Kepada Eka Putra Yanuar H., Dextrinida C.H., Bagus Supriatna dan teman – teman sejawad, senasib, dan seperjuangan yang telah memberikan bantuan sedikit maupun banyak kepada penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
9. Dan kepada teman – teman penulis lainnya yang tidak bisa di sebutkan satu persatu atas do'a dan motivasinya kepada penulis.

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga apa yang telah dibuat dalam Tugas Akhir ini memiliki nilai serta manfaat kedepannya.

Bandung, Februari 2019

Penulis

ABSTRAK
PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL
MINIMALISASI TINGKAH LAKU BURUK BOBOTOH DI STADION

Oleh

Atreeyu Andrey Pamungkas

NRP : 146010030

(Desain Komunikasi Visual)

Sepak bola merupakan salah satu olahraga yang paling diminati oleh masyarakat, khususnya sebagai sebuah tontonan yang menghibur. Sebuah tontonan yang menghibur ini tidak luput dari hal yang negatif. Adanya berbagai kelompok penonton di stadion, kerap menimbulkan tindakan yang buruk. Tindakan yang paling sering terjadi di stadion, antara lain adalah perusakan fasilitas stadion, memasuki stadion tanpa tiket, tindakan anarkis, hingga pelemparan-pelemparan ke lapangan pertandingan. Tindakan tersebut tentunya mengganggu jalannya pertandingan sampai menyebabkan kerugian material. Perancangan ini dilakukan dengan tujuan mengubah tingkah laku penonton agar tidak bertingkah laku buruk, serta menciptakan suasana yang aman dan kondusif di stadion. Guna memperoleh data primer maupun sekunder, penilitan yang akan dilakukan antara lain akan menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan instrumen penelitian berupa observasi, wawancara serta studi literasi. Perancangan yang akan di buat berupa kampanye sosial yang menggandeng PT. Persib Bandung Bermartabat selaku pemilik klub sebagai rasa tanggung jawab klub terhadap sosial maupun lingkungan sekitar (stadion), dengan menggunakan sebuah pesan komunikasi visual dengan menggunakan media komunikasi yang efektif untuk khalayak tersebut.

Kata Kunci : Kampanye, Sepak Bola, Stadion, Perilaku.

ABSTRACT
DESIGNING SOCIAL CAMPAIGN OF
MINIMALIZATION OF SUPPORTERS' BAD BEHAVIOUR AT STADIUM

By
Atreeyu Andrey Pamungkas
NRP : 146010030
(Visual Communication Design)

Soccer is one of the most popular sports by the society, especially as an entertaining spectacle. An entertaining spectacle does not escape the negative. The presence of various groups of spectators in the stadium, often leads to bad actions. The most common actions in the stadium include the destruction of stadium facilities, entering stadiums without tickets, anarchist acts, and throwing at the playing field. This action certainly interfered with the running of the match to cause material losses. This design was carried out with the aim of changing the behavior of the audience so as not to behave badly, as well as creating a safe and conducive atmosphere in the stadium. In order to obtain primary and secondary data, the research that will be conducted includes using a qualitative approach using research instruments in the form of observation, interviews and literacy studies. The design that will be made in the form of a social campaign that collaborates with PT. Persib Bandung Bermartabat as the owner of the club as a sense of responsibility of the club towards the social and the surrounding environment (stadium), by using a visual communication message by using effective communication media for the audience.

Keywords : *Campaign, Football, Stadium, Behaviour.*

DAFTAR ISI

HALAMAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.1.1. Fenomena.....	2
1.1.2. Isu.....	3
1.1.3. Opini.....	3
1.2. Identifikasi Masalah	4
1.3. Rumusan Masalah	4
1.4. Batasan Masalah	4
1.5. Manfaat dan Tujuan	5
1.6. <i>Mind Mapping</i> / Struktur Berfikir Penelitian	6
1.7. Metode Penelitian	7
1.8. Sistematika Penulisan.....	7
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1. Kampanye	9
2.1.1. Ciri Kampanye	9
2.1.2. Tahapan Kampanye.....	10

2.1.3. Jenis Kampanye	10
2.2. Sepak Bola.....	11
2.2.1. Klub Sepakbola di Kota Bandung.....	12
2.2.2 Bobotoh	12
2.3. Psikologi Massa.....	13
2.3.1. Jenis Massa.....	13
2.3.2. Sifat-Sifat Massa	14
2.3.3. Kondisi Psikologis Individu Dalam Massa	15
2.3.4. Massa Aktif dan Massa Pasif	17
2.3.5. Kelompok.....	18
2.4. Etika	18
2.4.1. Jenis Etika	19
2.5. Desain Komunikasi Visual.....	19
2.5.1. Komunikasi Visual.....	20
2.5.2. Unsur-Unsur Visual	20
2.5.3 Prinsip-Prinsip Desain.....	23
2.6. Saluran Komunikasi	24
2.6.1. Media.....	24
2.6.2. Jenis Media.....	25
2.6.3. Video	25
BAB III DATA DAN ANALISA	
3.1. Data	27
3.2. Analisa	28
3.2.1. <i>Target Audience</i>	29
3.2.2. Analisis SWOT	29
3.2.3. <i>Consumer Journey</i>	29
3.2.3.1. Studi Indikator	35
3.2.6.2. Referensi Visual.....	36

3.2.6.3. Referensi Desain	37
3.2.6.4. Referensi Media	38
3.2.6.5. <i>Mood Board</i>	39
3.3. <i>Consumer Insight</i>	40
3.3.1. <i>Keyword</i>	40
3.3.2. <i>What To Say</i>	40
BAB IV KONSEP PERANCANGAN	
4.1. Strategi Komunikasi	42
4.2. Strategi Pesan	42
4.3. Strategi Kreatif	42
4.3.1. Konsep Visual	43
4.3.1.1. Logo Program	44
4.3.1.2. <i>Tone</i> Warna.....	44
4.3.1.3. Tipografi	45
4.3.2. Konsep Verbal.....	45
4.4. Konsep Media	46
4.5.1. Jadwal Media dan <i>Budgeting</i>	47
4.5.2. Aplikasi Media	50
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	61
5.2. Saran	61
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Struktur Berpikir Penelitian	6
Gambar 2.1. Unsur Titik	20
Gambar 2.2. Unsur Garis	21
Gambar 2.3. Unsur Bidang.....	21
Gambar 2.4. Unsur Ruang.....	22
Gambar 2.5. Unsur Warna.....	22
Gambar 2.6. Unsur Tekstur	23
Gambar 3.1. Studi Indikator	35
Gambar 3.2. Referensi Visual	36
Gambar 3.3. Referensi Desain.....	37
Gambar 3.4. Referensi Media	38
Gambar 3.5. <i>Mood Board</i>	39
Gambar 4.1. Visual Utama Foto Bobotoh di Stadion	43
Gambar 4.2. Logo Program	44
Gambar 4.3. <i>Tone Warna</i>	44
Gambar 4.4. Audio Visual.....	50
Gambar 4.5. <i>Gate Event</i>	51
Gambar 4.6. <i>Stage</i>	52
Gambar 4.7. <i>Flag Banner</i>	53
Gambar 4.8. <i>Banner Event</i>	54
Gambar 4.9. <i>Board Banner</i>	54
Gambar 4.10. <i>Merchandise</i>	55
Gambar 4.11. Poster.....	56
Gambar 4.12. <i>Flyer</i>	57

Gambar 4.13. <i>Billboard</i>	58
Gambar 4.14. <i>LED Board</i>	59
Gambar 4.15. <i>Konten Sosial Media</i>	59
Gambar 4.16. <i>Ambience Media</i>	60

DAFTAR TABEL

3.1. Tabel Target Audiens 1	30
3.2. Tabel Target Audiens 2	31
3.3. Tabel Target Audiens 3	32
3.4. Tabel Penggunaan Media Utama	33
3.5. Tabel Penggunaan Media Pendukung	33
4.1. Tabel Tahapan Media	47
4.2 Jadwal Media.....	48
4.3 Tabel Budgeting	48