



Program Studi Desain Komunikasi Visual
Fakultas Ilmu Seni Dan Sastra
Universitas Pasundan

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan (dan menjamin) bahwa karya/penulisan skripsi/TA ini dilakukan secara mandiri dan disusun tanpa menggunakan bantuan yang tidak dibenarkan, sebagaimana lazimnya pada penyusunan sebuah skripsi/TA.

Semua **elemen karya, kutipan tulisan dan/atau pemikiran orang lain** yang digunakan di dalam penyusunan skripsi/TA, baik dari sumber yang dipublikasikan ataupun tidak (termasuk dari buku, artikel jurnal, catatan kuliah, tugas mahasiswa lain, dan lainnya), telah direferensikan dengan baik dan benar menurut kaidah akademik yang baku dan berlaku.

Skripsi/TA ini **belum pernah** diajukan pada pendidikan program sarjana di perguruan tinggi lain, dan **tindak plagiarisme** akan dikenakan sanksi seperti yang tercantum dalam Peraturan Akademik dan Kemahasiswaan Universitas Pasundan.

Bandung, 9 / July /2019

Penulis

BETHRINIDA C.K



NIM 126010029

HALAMAN PENGESAHAN

Pengaryaan ini diajukan oleh :

Nama : Dextrinida Caturhidotullah Koesumadewa
NPM : 136010029
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Judul Pengaryaan : Perancangan Kampanye Sosial bagi Orang Tua
dalam Aktivitas Mendongeng

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

Pembimbing I : DR. Wawan Setiawan,. M.Sn (.....)

Pembimbing II : Boy Irwan,. S.Sn (.....)

DEWAN PENGUJI

1. DR. Wawan Setiawan,. M.Sn (.....)
2. Boy Irwan,. S.Sn (.....)
3. Dodi Djoemhama,. S.Sn (.....)
4. Aldian Primanda,. M.Sn (.....).

Ditetapkan di : Bandung

Tanggal : 23 Juli 2019

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS
AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Pasundan, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dextrinida Caturhidotullah Koesumadewa
NPM : 136010029
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Departemen : Universitas Pasundan
Fakultas : Ilmu Seni dan Sastra
Jenis karya : Pengaryaan

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pasundan **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Perancangan Kampanye Sosial Bagi Orang Tua Dalam Aktivitas Mendongeng

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Pasundan berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Bandung

Pada tanggal, 23 Juli 2019

Yang menyatakan



(Dextrinida Caturhidotullah Koesumadewa)

ABSTRAK

PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL BAGI ORANG TUA DALAM AKTIVITAS MENDONGENG

Oleh:

Dextrinida Caturhidotullah Koesumadewa

136010029

(Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Seni dan Sastra, Universitas Pasundan)

Mendongeng kini bukan hanya menjadi sarana hiburan atau pengantar tidur untuk anak, namun sudah menjadi media bantu untuk mendidik anak yang juga menunjang tumbuh kembang kecerdasan otak anak, baik kecerdasan interpesonal maupun kecerdasan intrapersonal. Oleh karna itu aktvititas mendongeng saat ini sudah mulai kembali diminati oleh anak-anak dan yang paling penting para orang tua mulai menyadari manfaat dari aktivitas mendongeng demi tumbuh kembang si kecil. Hal ini terlihat dari para orang tua yg mulai rajin mengenalkan dongeng kepada anak, namun pada praktiknya masih banyak orang tua yang merasa kesulitan untuk dapat terjun langsung mendongeng kepada anaknya. Orang tua yang terjun langsung dalam aktivitas mendongeng , dapat membantu meningkatkan kedekatan hubungan emosional antar orang tua dengan si kecil. Masalah itu terjadi karna kurangnya pengetahuan secara khusus dikalangan para orang tua dalam aktvititas mendongeng. Mengapa secara khsusus, dikarnakan banyak alternatif media hiburan *instan* yang sangat mudah ditemui dan juga dijangkau oleh anak-anak, yang menjadi salah satu faktor utama kesulitan para orang tua, untuk dapat terjun langsung dalam aktivitas mendongeng. Maka dari itu perlu adanya aktivitas perancangan kampanye sosial mengenai aktivitas mendongeng sebagai sarana mengedukasi bagi para orang yang tinggal di Kota Bandung dan juga membantu memudahkan untuk dapat terjung langsung dalam aktivitas mendongeng kepada anaknya. Untuk memudahkan mendapatkan data pada perancangan ini, digunakan metode pendekatan penelitian *Mixed Methods* dengan instrument penelitian observasi dan wawancara. Perancangan kampanye sosial ini, bertujuan untuk mengedukasi seputar tata cara dalam aktivitas mendongeng dan membantu orang tua agar dapat terjun secara lansung dalam aktivitas mendongeng.

Kata Kunci : Kampanye Sosial, Aktivitas Mendongeng, Orang Tua, Anak, Edukasi

ABSTRACT

SOCIAL CAMPAIGN DESIGN

GUIDELINES IN FULL ACTIVITIES FOR PARENTS

By:

Dextrinida Caturhidotullah Koesumadewa

136010029

(Visual Communication Design – Art and Literature Faculty – Pasundan University)

Nowadays, storytelling is not only as amusement or bedtime story for children, but also can be used as a tool or media for education to support children's development including interpersonal and intrapersonal intelligence. Bedtime stories from the parents can give more bonding effect for both parent and children. Accordingly, many children start to realize how interesting storytelling and their parents start to realize how important it is. As therefore, many parents star to give story telling to their children. However, story telling is not always easy for some people. This is due to lack of knowledge on how to tell story and many "instant" entertainment media as alternative amusements that more trendy, and easy to access by children, so children tend to use it more frequently. As therefore, a social campaign on proper ways to tell a story for the parents as educational tool is needed. This research use mixed methods approach through observation and interviews instruments. This social campaign is aim to educate and assist parents on how to do story telling directly by themselves.

Keywords: *Keywords: Social Campaign, Storytelling Activities, Parents, Children, Education*

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena rahmat dan karunia-Nya lah saya dapat menyelesaikan pengaryaan ini. Penulisan pengaryaan dengan judul **"KAMPANYE SOSIAL PEDOMAN DALAM AKTIVITAS MENDONGENG UNTUK PARA ORANG TUA"** dengan lancar. Tujuan penulisan pengaryaan ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Desain Program Studi Desain Komunikasi Visual pada Fakultas Ilmu Seni dan Sastra Universitas Pasundan. Saya menyadari bahwa masih banyak kelemahan & kekurangan dalam penelitian ini. 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 karna itu saya mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak DR. H. Wawan Setiawan,, M.Sn dan Bapak Boy Irwan,, S.Sn sebagai dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing dan banyak memberikan masukan dan saran serta kritik sehingga pengaryaan ini dapat terselesaikan
2. Bapak Fadhlly Abdillah M.Ds selaku Kordinator Tugas Akhir Universitas Pasundan Bandung. Seluruh jajaran panitian Tugas Akhir, dan seluruh jajaran pengajar/dosen DKV UNPAS khususnya yang telah membantu dan ikut membimbing serta memberikan masukan sebagai referensi dan rujukan dalam pelaksanaan pengaryaan tugas akhir ini.
3. Kak Claudine Kelompok Dongeng Bengkmut, Ibu Karin Karina Elmuloka dan pihak-pihak lainnya yang telah membantu banyak dalam proses usaha pendalaman materi dan memperoleh data yang penulis perlukan.

Bandung, Juli 2019

Penulis,

UCAPAN TERIMAKASIH

Selama menyelesaikan Tugas Akhir ini penulis telah mendapat banyak bantuan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan, binaan, dan bimbingan dari berbagai pihak dari masa perkuliahan hingga pada penyusunan pengaryaannya ini, sangatlah sulit bagi saya untuk dapat menyelesaikan pengaryaan ini. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang turut membantu, khususnya:

1. Almarhum ibunda penulis Watty Setiawaty yang terus menjadi sosok yang menginspirasi penulis, Ayahanda penulis Drs. Poedjo Koesmayadi dan keluarga, serta saudara yang senantiasa memberikan dukungan secara moril dan materil serta do'a yang selalu mengiringi tanpa henti setiap harinya selama masa pendidikan formal hingga tugas akhir di Universitas Pasundan.
2. Nurgianti Nadya Putri, teh Chloryne Trie Isanadewi, ade Zabran Rafif Putra Atnan, Mamah Hartati, Tante Pipih, Sodara Irfan Fadhil Mursyidinata, dan Kerabat EINS SPACE yang selama proses menjelang pengaryaan Tugas Akhir memberi bantuan materil atapun moril lainnya.
3. Para orang tua, terkhusus para bunda yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, namun telah banyak membantu untuk berbagi pengalaman yang berkaitan seputar penelitian penulis.
4. Attreyu Andrey Pamungkas, Eka Yanuar, Bagus Supriadi, Fatsal Garin, Narendra Rahadian, Hilmi Imanudin, Annisa Putri Dierayani, Rizky Ardiansyah Gisna Wati, Nadira Dwi Rahma, yang selama proses menjelang pengaryaan Tugas Akhir serta selama perkuliahan senantiasa menjadi rekan-rekan dalam berdiskusi dan bertukar pikiran.
5. Rekan-rekan mahasiswa DKV UNPAS angkatan 2012 & 2013 yang menemani perjalanan perkuliahan sejak masa orientasi hingga akhirnya sampai ke tahap Tugas akhir.

6. Rekan-rekan mahasiswa DKV UNPAS angkatan 2015 yang terus memberi support di masa-masa akhir perkuliahan dan sekaligus menjadi kawan.
7. Juga tidak lupa kepada seluruh peserta tugas akhir periode 38 yang senantiasa membantu memberikan masukan serta kritikan dan saran dalam pengaryaannya tugas akhir ini

Bandung, Juli 2019

Penulis,

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.1.1 Isu	2
1.1.2 Fenomena.....	2
1.1.3 Opini	3
1.2 Identifikasi Masalah.....	4
1.3 Rumusan Masalah.....	4
1.4 Batasan Masalah	4
1.5 Maksud dan Tujuan.....	4
1.6 Kerangka Perancangan.....	5
1.7 Metodologi	6
1.7.1 Metoda Penelitian	6
1.7.2 Metoda Perancangan.....	6
1.8 Sistematika Penulisan	7

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Teorri Utama.....	8
2.1.1. Kampanye	8
2.1.2. Ciri & Sifat Kampanye	8

2.1.3. Jenis-Jenis Kampanye	8
2.1.4. Fungsi Kampanye	9
2.1.5. Persuasi Dalam Kegiatan Kampanye.....	9
2.1.5.1. Aspek Persuasi Dalam Kegiatan Kampanye	10
2.2 Desain Komunikasi Visual	10
2.2.1 Unsur Desain	10
2.2.2 Prinsip-Prinsip Desain	12
2.2.3 Tipografi	13
2.2.4 Ilustrasi	13
2.3 Media	14
2.3.1 Jenis Media	14
2.4 Teori Pendukung.....	15
2.4.1 Dongeng	15
2.4.2 Aktivitas Mendongeng.....	15
2.4.2.1 Penyajian Cerita dalam Mendongeng	15
2.4.2.2 Manfaat Aktivitas Mendongeng.....	18

BAB III ANALISIS DATA

3.1 Data Permasalahan.....	20
3.1.1 Analisis Permasalahan	21
3.2 Data Target.....	21
3.2.1 Analisis Target	21
3.2.1.1 Analisis <i>SWOT</i>	21
3.2.1.2 <i>Consumer Journey</i>	22
3.2.2 Referensi Visual.....	24
3.2.3 Bagan Referensi Visual.....	25
3.2.4 <i>Insight</i>	26
3.3 Kesimpulan/ <i>What To Say</i>	30

BAB IV PERANCANGAN

4.1 Konsep Komunikasi.....	27
4.1.4 Strategi Komunikasi	27

4.1.2 Strategi Pesan	27
4.1.3 Strategi Kreatif	27
4.2 Konsep Kreatif	27
4.2.1 Strategi Visual.....	28
4.2.1.1 Logo Program	29
4.2.1.2 Elemen Grafis	29
4.2.1.3 Penggunaan Warna	30
4.2.1.4 Tipografi	31
4.2.1.5 Fotografi & Desain Grafis	32
4.2.2 Stategi Verbal.....	32
4.3 Konsep Media	33
4.3.1 Jadwal Media & <i>Budgeting</i>	36
4.4 Visualisasi	38

BAB V KESIMPULAN & SARAN

5.1 Kesimpulan	53
5.2 Saran	53

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

<i>Tabel 3.1 Consumer Journey</i>	23
<i>Tabel 4.1 Tahapan Media</i>	34
<i>Tabel 4.2 Jadwal Media.....</i>	35
<i>Tabel 4.3 Budgeting</i>	36

DAFTAR GAMBAR

<i>Gambar 3.1 Referensi Visual.....</i>	24
<i>Gambar 3.2 Bagan Referensi Visual</i>	25
<i>Gambar 4.1 Visual Utama Foto aktivitas mendongeng.....</i>	28
<i>Gambar 4.2 Visual Pendukung Elemen Grafis.....</i>	28
<i>Gambar 4.3 Logo Program.....</i>	29
<i>Gambar 4.4 Elemen Grafis 1</i>	29
<i>Gambar 4.5 Elemen Grafis 2</i>	29
<i>Gambar 4.6 Tone warna</i>	30
<i>Gambar 4.7 Contoh Fotografi & desain.....</i>	32
<i>Gambar 4.8 Story Board.....</i>	37
<i>Gambar 4.9 Poster</i>	38
<i>Gambar 4.10 Flyer.....</i>	39
<i>Gambar 4.11 Instagram post</i>	40
<i>Gambar 4.12 Instagram story.....</i>	40
<i>Gambar 4.13 Youtube Ads</i>	41
<i>Gambar 4.14 Hangout</i>	41
<i>Gambar 4.15 Instagram post</i>	42
<i>Gambar 4.16 Instagram story.....</i>	43
<i>Gambar 4.17 Flag banner</i>	43
<i>Gambar 4.18 Stand banner.....</i>	44
<i>Gambar 4.19 Id Card.....</i>	45
<i>Gambar 4.20 Photo booth.....</i>	46
<i>Gambar 4.21 Gate Event</i>	46
<i>Gambar 4.22 Tumbler.....</i>	47
<i>Gambar 4.23 Pulpen.....</i>	48
<i>Gambar 4.24 Note</i>	48
<i>Gambar 4.25 Paper Bag</i>	49
<i>Gambar 4.26 Instagram post</i>	50
<i>Gambar 4.27 Instagram story.....</i>	50
<i>Gambar 4.28 Audio Visual Instagram Ads & Youtube Ads.....</i>	51
<i>Gambar 4.29 Case Handphone</i>	51

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Bentuk & Hasil Wawancara

Lampiran 2. Dokumentasi Wawancara & Observasi

Lampiran 3. Dokumentasi Proses Sidang