

**PERANCANGAN MEDIA KAMPANYE SOSIAL
BUKU UNTUK PAPUA**

PENGANTAR KARYA TUGAS AKHIR

Untuk memperoleh gelar Sarjana Desain pada
Fakultas Industri Kreatif

Oleh :

Oktavian Eka Wahyuning Tyas

1401104224



**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS INDUSTRI KREATIF - UNIVERSITAS TELKOM
BANDUNG
2014**

**PERANCANGAN MEDIA KAMPANYE SOSIAL
BUKU UNTUK PAPUA**

Oleh :
Oktavian Eka Wahyuning Tyas
1401104224

Menyetujui,
Pembimbing
Bandung, 7 Juli 2014

Dr. Didit Widiatmoko Soewardikoen, M.Sn.
NIP. 11570798-3

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa Tugas Akhir dengan judul “Perancangan Media Kampanye Sosial Buku untuk Papua” ini adalah benar-benar hasil karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan kecuali melalui pengutipan sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku. Saya bersedia menanggung resiko atau sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila ditemukan pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam Tugas Akhir saya ini.

Bandung, 7 Juli 2014

Oktavian Eka Wahyuning Tyas

NPM. 1401104224

KATA PENGANTAR

Penulis panjatkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT, atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga Penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan judul "**Perancangan Media Kampanye Sosial Buku untuk Papua**". Laporan Tugas Akhir ini disusun untuk memenuhi syarat dalam mendapat gelar Sarjana Desain pada program studi Desain Komunikasi Visual Sekolah konsentrasi *Multimedia Marketing*, Fakultas Industri Kreatif di Universitas Telkom.

Pada kesempatan ini, Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dalam penulisan Tugas Akhir ini. Ucapan terima kasih ini terutama penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Dr. Didit Widiatmoko Soewardikoen, M.Sn., selaku dosen pembimbing dari penyusunan Tugas Akhir ini serta Ketua Program Studi dari Desain Komunikasi Visual, atas bimbingan dan arahan yang telah diberikan kepada Penulis dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
2. Bapak Drs. Mohamad Tohir, S.ST., M.Ds., selaku Dosen Penguji I Tugas Akhir, atas kritik dan masukan yang diberikan untuk Tugas Akhir ini.
3. Bapak Budiman, S.Ds., M.Pd., selaku Dosen Penguji II Tugas Akhir, atas kritik dan masukan yang diberikan untuk Tugas Akhir ini.
4. Dayu Rifanto, selaku pendiri dari komunitas "@bukuntukpapua" atas segala bantuan dalam pengumpulan data untuk Tugas Akhir ini.
5. Dan kepada semua pihak yang tidak sempat penulis sebutkan satu persatu.

Perlu disadari bahwa dalam penyusunan Tugas Akhir ini masih memiliki banyak kekurangan, hal tersebut karena keterbatasan Penulis. Masukan berupa saran dan kritik yang bersifat membangun sangat penulis harapkan. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Bandung, Juni 2014

Penulis

ABSTRAK
PERANCANGAN MEDIA KAMPANYE SOSIAL
BUKU UNTUK PAPUA

Oleh: Oktavian Eka Wahyuning Tyas
NPM: 1401104224

Fasilitas pendidikan yang tersedia di Papua belum memadai, sehingga jumlah penderita buta huruf masih sangat tinggi di daerah tersebut. Kemudian muncullah sebuah komunitas yang bernama "@bukuntukpapua", yaitu sebuah gerakan independen yang peduli terhadap persoalan pendidikan di Papua. Tujuan utama dari komunitas tersebut adalah mengumpulkan buku-buku dan donasi lainnya yang nantinya akan dikelola menjadi taman baca di Papua. Upaya ini diharapkan akan memperbaiki pendidikan masyarakat Papua, khususnya pada anak usia dini. Kegiatan membaca dan menulis merupakan salah satu upaya untuk mengurangi angka penderita buta huruf di Papua. Sayangnya, "@bukuntukpapua" belum mempunyai media visual yang tepat untuk berbagai kegiatan yang diadakannya. Hal ini mengakibatkan masih banyak masyarakat yang belum mengetahui tentang gerakan ini.

Guna menyelesaikan permasalahan di atas, solusi yang dipilih yaitu dengan membuat rancangan berbagai media visual yang nantinya akan digunakan untuk program kampanye sosial tersebut. Berbagai macam data diperoleh melalui metode observasi, wawancara, dan juga studi pustaka terkait dan membagikan kuisisioner kepada responden yang mewakili *target audience*. Hasil dari analisis tersebut menampilkan keinginan masyarakat tentang media kampanye sosial. Berdasarkan hasil tersebut, konsep dari media kampanye sosial yang akan dibuat adalah untuk mengajak masyarakat agar dapat terlibat dari kampanye sosial ini. Media-media yang digunakan adalah *website, facebook, twitter, infografis, brosur, poster, digital poster, drop box buku, packaging box, merchandise*, dan sebagainya.

Diharapkan perancangan media ini akan membantu "@bukuntukpapua" dalam pelaksanaan kampanye sosial yang dijalankannya sehingga masyarakat dapat lebih mengetahui tentang gerakan ini dan berpartisipasi untuk menyukceskannya.

Kata kunci: Media, Kampanye sosial, buku, Papua

ABSTRACT
SOCIAL CAMPAIGN MEDIA DESIGN OF
BOOKS FOR PAPUA

By: Oktavian Eka Wahyuning Tyas
NPM: 1401104224

Education facilities in Papua is insufficient, so the amount of illiteracy is still high in that region. Later, there is a community that named as "@bukentukpapua", an independent movement which cares about the education issues in Papua. The main purpose of that community is collecting books and donation, that will be managed into a small library in Papua. Those efforts are hoped to improve the education of people in Papua, especially for the children in early age. Reading and writing are one of the efforts to decrease the illiteracy in Papua. Unfortunately, "@bukentukpapua" doesn't have the actual visual medias for its activities. This problem causes only a few people who know about this movement.

In order to solve that problem, the design of promotion medias for this social campaign program should be made. Various data was obtained through observation, interviews, research from the books, and also by spreading the questionnaires to any respondent who are representative for the target audience. The results from that analysis showed customers' will for the social campaign media. By the results of that, the concept of social campaign media is persuading people to get involve in this campaign. The medias which will be used are website, social media, infographic, brochure, poster, digital poster, book drop box, packaging box, and merchandise.

Hopefully this design will help "@bukentukpapua" in implementation of the social campaign, so people will know about this program and participate to make it success.

Keywords: Media, Social Campaign, Books, Papua

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR DIAGRAM.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Permasalahan.....	3
1.2.1 Identifikasi Masalah	3
1.2.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Ruang Lingkup	4
1.4 Tujuan Perancangan	5
1.5 Cara Pengumpulan Data.....	5
1.5.1 Data Primer.....	5
1. Observasi.....	5
2. Wawancara	6
3. Kuesioner	6
1.5.2 Data Sekunder.....	7
1.6 Cara Analisis Data.....	7
1.6.1 Analisis SWOT.....	7
1.6.2 Analisis Matriks.....	8
1.7 Kerangka Perancangan	9
1.8 Pembabakan.....	10

BAB II DASAR PEMIKIRAN	11
2.1 Teori Kampanye	11
2.1.1 Pengertian Kampanye	11
2.1.2 Jenis-Jenis Kampanye.....	13
2.1.3 Tujuan Kampanye.....	13
2.2 Teori Media	15
2.3 Teori Media Sosial	19
2.3.1 Website	20
2.3.2 Twitter	20
2.3.3 Facebook.....	21
2.4 Media Promosi	22
2.4.1 Poster	22
2.4.2 Infografis	23
2.4.3 Merchandise.....	23
2.5 Teori Visual.....	24
2.5.1 Teori Logo	24
2.5.2 Teori Layout	24
2.5.3 Teori Warna.....	27
2.5.4 Tipografi	27
2.5.5 Ilustrasi	28
BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH	29
3.1 Data	29
3.1.1 Data Komunitas	29
3.1.2 Data Fenomena	37
3.1.3 Data Khalayak Sasaran.....	41
3.1.4 Data Kegiatan Sejenis.....	43
3.1.5 Data Hasil Observasi	45
3.1.5.1 Media Promosi	45
3.1.5.2 Artikel.....	48
3.1.6 Data Hasil Wawancara	49
3.1.7 Data Hasil Kuesioner.....	52
3.2 Analisis Masalah	57

3.2.1 Analisis Matriks SWOT	57
3.2.2 Analisis Matriks Kegiatan Sejenis.....	59
3.2.3 Analisis Matriks Berdasarkan Teori Desain	61
BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN	63
4.1 Konsep Pesan	63
4.2 Konsep Kreatif	64
4.3 Konsep Media.....	67
4.3.1 Pemilihan Media Kampanye.....	67
4.3.2 Penjadwalan Media Kampanye	72
4.3.3 <i>Budgetting</i> Media Kampanye	75
4.4 Konsep Visual	76
4.4.1 Konsep Visual Logo	76
4.3.2 Konsep Visual Media	79
4.5 Hasil Perancangan	84
BAB V PENUTUP	97
DAFTAR PUSTAKA.....	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN	98

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Seleksi Media.....	17
Tabel 3.1 Tabel Segmentasi Demografis Khalayak Sasaran.....	15
Tabel 3.2 Analisis Matriks SWOT	57
Tabel 3.3 Analisis Matriks Kegiatan Sejenis	60
Tabel 3.4 Analisis Matriks Media terhadap Teori Desain.....	61
Tabel 4.1 Klasifikasi Media Kampanye Berdasarkan Proses Komunikasi	71
Tabel 4.2 Penjadwalan Media Kampanye	72
Tabel 4.3 <i>Budgetting</i> Media Kampanye	75
Tabel 4.4 Penjelasan Pemilihan Warna pada Media Kampanye.....	82

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 1.1 Skema Kerangka Perancangan	9
Diagram 2.1 Model Komponensial Kampanye	14
Diagram 3.1 Cabang dari "@bukuntukpapua"	31
Diagram 3.2 Alur Distribusi Buku dari Donatur ke Papua	35
Diagram 3.3 Pengenalan Masyarakat terhadap BUP	53
Diagram 3.4 Sumber Informasi Masyarakat tentang BUP	53
Diagram 3.5 Anggapan Masyarakat terhadap Media Promosi BUP	54
Diagram 3.6 Anggapan Masyarakat terhadap Penggunaan Media	54
Diagram 3.7 Anggapan Masyarakat terhadap Jenis Media Promosi	55
Diagram 3.8 Anggapan Masyarakat terhadap Jenis <i>Layout</i> Media.....	55
Diagram 3.9 Anggapan Masyarakat terhadap Gaya Pesan	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Logo @bukuntukpapua	29
Gambar 3.2 Kegiatan Kelas Cerdas di Jakarta, 24 November 2013	32
Gambar 3.3 Tampilan Halaman dalam situs kitabisa.co.id.....	33
Gambar 3.4 <i>Merchandise</i> “@bukuntukpapua”	33
Gambar 3.5 Suasana Rumah Baca Alam Riang di Papua	34
Gambar 3.6 Suasana Kegiatan BUP di Papua.....	34
Gambar 3.7 Suasana Penyortiran Buku di Jakarta	37
Gambar 3.8 Logo SAGU Maluku	43
Gambar 3.9 Logo Buku Berkaki	44
Gambar 3.10 Cuplikan Layar Twitter BUP.....	45
Gambar 3.11 Cuplikan Layar Facebook BUP	46
Gambar 3.12 Cuplikan Layar <i>website</i> BUP	47
Gambar 3.13 Cuplikan Layar Instagram BUP	47
Gambar 3.14 Cuplikan Layar Artikel tentang BUP	48
Gambar 3.15 Foto Dayu Rifanto	49
Gambar 3.16 Foto Yanuar Samber.....	50
Gambar 4.1 Referensi Unsur Buku	65
Gambar 4.2 Referensi Unsur Anak Papua.....	66
Gambar 4.3 Referensi Unsur Etnis Papua	66
Gambar 4.4 Referensi Unsur Pulau Papua	67
Gambar 4.5 Pengaplikasian Gaya Gambar Logo	76
Gambar 4.6 Jenis <i>Font</i> Blackmetal Sans.....	77
Gambar 4.7 Pengaplikasian Jenis Huruf pada Logo	77
Gambar 4.8 Skema Warna pada Logo.....	78
Gambar 4.9 Referensi gaya Gambar	79
Gambar 4.10 Referensi Gaya Perancangan Media.....	80
Gambar 4.11 Skema Warna pada Perancangan Media	82
Gambar 4.12 Jenis <i>Font</i> Gravity	83
Gambar 4.13 Jenis <i>Font</i> Mikie's Christmas List	83
Gambar 4.14 Jenis <i>Font</i> Issabela Layne.....	83

Gambar 4.15 Logo Kampanye Buku untuk Papua.....	84
Gambar 4.16 <i>Website</i> Kampanye Buku untuk Papua.....	85
Gambar 4.17 Rancangan Halaman Profil Twitter	86
Gambar 4.18 Rancangan <i>Fan Page</i> Facebook	86
Gambar 4.19 Rancangan Infografis.....	87
Gambar 4.20 Rancangan Brosur	88
Gambar 4.21 Rancangan Poster Kampanye	89
Gambar 4.22 Rancangan <i>Packing Box</i> Buku	90
Gambar 4.23 Rancangan <i>Drop Box</i> Buku	91
Gambar 4.24 Rancangan <i>X-banner</i>	92
Gambar 4.25 Rancangan Stiker.....	93
Gambar 4.26 Rancangan Pembatas Buku	93
Gambar 4.27 Rancangan <i>ID Card</i>	94
Gambar 4.28 Rancangan <i>T-shirt</i>	94
Gambar 4.29 Rancangan <i>Tote bag</i>	95
Gambar 4.30 Rancangan Topi.....	95
Gambar 4.31 Rancangan Pin	96
Gambar 4.32 Rancangan <i>Notebook</i>	97

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Artikel Papua	99
Lampiran II Artikel Buta Huruf	100
Lampiran III Artikel BUP	103
Lampiran IV Pertanyaan Kuesioner	104
Lampiran V Wawancara Tidak Terstruktur	105
Lampiran VI Foto Observasi	107
Lampiran VII Sketsa	109
Lampiran VIII Ucapan Terima Kasih	114