

KATA PENGANTAR

Puji syukur alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas berkat, rahmat, taufik dan hidayah-Nya, perancangan karya tugas akhir berjudul “Perancangan *Public Service Announcement* sebagai media kampanye anti polusi visual akibat iklan *outdoor*” dapat diselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa dalam proses perancangan tugas akhir ini banyak mengalami kendala, namun berkat bantuan, bimbingan, kerjasama dari berbagai pihak dan berkah dari Allah SWT sehingga kendala-kendala yang dihadapi tersebut dapat diatasi. Untuk itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan sebesar-besarnya kepada Bapak Riksa Belasunda, Drs, S. ST., M. Ds. selaku pembimbing yang telah dengan sabar, tekun, tulus dan ikhlas meluangkan waktu, tenaga dan pikiran memberikan bimbingan, motivasi, arahan, dan saran-saran yang sangat berharga kepada penulis selama menyusun skripsi.

Selanjutnya ucapan terima kasih penulis sampaikan pula kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, yang tanpa rahmat-Nya penulis tidak akan bisa menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
2. Orang tua dan adik-adik tercinta yang selalu memberikan doa, dukungan, perhatian, dan saran kepada penulis untuk dapat menyelesaikan perancangan tugas akhir ini dengan baik.
3. Bapak Didit Widiatmoko selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual (DKV) TCIS yang telah memberikan pengarahan dan penjelasan seputar tugas ujian akhir.
4. Bapak Aris Rahmansyah S.Sn, M.Ds, Teddy hendiawan S.Ds, M.Sn, dan Jerry Dounald Rahajaan S.Sn. M.Sn sebagai dosen penguji yang memberikan banyak masukan dalam perancangan pada saat preview dan sidang.
5. Seluruh dosen TCIS yang telah memberikan ilmu-ilmunya, sehingga dapat digunakan dalam perancangan tugas akhir ini.

6. Seluruh staf perpustakaan TCIS yang telah memberikan pelayanan yang sangat baik serta ketersediaan buku yang cukup komplit.
7. Rekan-rekan mahasiswa TCIS yang telah banyak memberikan masukan dan dorongan.
8. Rekan-rekan diluar TCIS yang telah membantu pengerjaan tugas akhir ini baik dalam maupun diluar proses produksi.
9. Serta pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Dengan demikian ucapan terimakasih yang penulis sampaikan, semoga segala kebaikan yang mereka berikan mendapatkan rahmat yang melimpah daru Tuhan Yang Maha Esa.

Wassalamualaikum wr.wb

Bandung, Juli 2014

Penulis,

.....

Mahfudh Nasyrudin

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAK	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	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 Manfaat Perancangan	5
1.6 Metode Perancangan	5
1.6.1 Metode Penelitian.....	5
1.6.2 Metode Pencarian Data	6
1.6.3 Metode Analisis Data	7
1.7 Kerangka Perancangan.....	7
1.8 Pembabakan	8
 BAB II DASAR PEMIKIRAN	
2.1. Kampanye	9
2.1.1. Jenis-jenis Kampanye	9

2.1.2.	Landasan Persuasi dalam Kampanye	9
2.1.3.	Komunikasi.....	10
2.1.3.1.	Proses Komunikasi.....	10
2.1.3.2.	Tujuan Komunikasi	11
2.1.3.3.	Komunikasi Massa	11
2.2.	<i>Public Service Announcement</i>	11
2.2.1.	Penulisan PSA	12
2.3.	Film	12
2.3.1.	Sejarah Film	
2.3.2.	Unsur-unsur dalam film.....	12
2.3.2.1.	<i>Mise en Scene</i>	12
2.3.2.2.	Camera Angle.....	13
2.3.2.3.	Music.....	13
2.3.3.	Kategori Film.....	14
2.3.4.	Film Animasi	14
2.3.5.	Jenis-jenis Film Animasi	14
2.3.6.	Proses Produksi Film Animasi.....	15
2.3.7.	Karakter pada Film Animasi.....	16
2.3.8.	Mood pada Film Animasi	16
2.4.	Psikologi.....	16
2.4.1.	Psikologi Komunikasi.....	16
2.4.2.	Psikologi Perkembangan	16
2.4.2.1.	Masa Dewasa	17
2.5.	Polusi Visual.....	17
2.5.1.	Pengertian Polusi Visual	17
2.5.2.	Sebab dan Akibat Polusi Visual.....	17
2.6.	Periklanan.....	18
2.6.1.	Pengertian Periklanan	18
2.6.2.	Dampak Periklanan.....	18
2.6.3.	Jenis Iklan	19
2.6.4.	Pelaku Iklan	19

2.6.5.	Media Periklanan.....	19
2.6.5.1.	Media Iklan <i>Outdoor</i>	19
2.7.	Warna	20
2.7.1.	Makna Warna.....	20
2.8.	Analisis SWOT	21

BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH

3.1.	Data	22
3.1.1.	Segmentasi.....	22
3.1.2.	Data Proyek Sejenis.....	23
3.1.3.	Data dari Instrumen	25
1.1.3.1.	Studi Literatur	25
1.1.3.2.	Observasi.....	26
1.1.3.3.	Survei	28
1.1.3.4.	Kuesioner	28
3.2.	Analisis.....	29
3.2.1.	SWOT.....	29

BAB IV KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN

4.1.	Konsep	32
4.1.1.	Konsep Pesan.....	32
4.1.2.	Konsep Pendekatan.....	32
4.1.3.	Konsep Komunikasi	33
4.1.4.	Konsep Kampanye.....	33
4.1.4.1.	Tahapan Kampanye	33
4.1.5.	Konsep Media.....	34
4.1.5.1.	Media Utama	34
4.1.5.2.	Media Pendukung.....	34
4.1.6.	Konsep Perancangan.....	35
4.1.6.1.	Karakter	35
4.1.6.2.	Kamera <i>Treatment</i>	37
4.1.6.3.	<i>Audio</i>	37

4.1.6.4.	Warna.....	38
4.1.6.5.	Jenis Huruf.....	38
4.1.6.6.	Identitas	39
4.2.	Konsep Marketing <i>Communication</i>	40
4.2.1.	Tahap Penyebaran Media.....	41
4.3.	Hasil Perancangan.....	41
4.3.1.	Logo.....	41
4.3.2.	Tokoh.....	42
4.3.3.	<i>Background</i>	43
4.3.4.	<i>Script</i>	44
4.3.5.	<i>Storyboard</i>	45
4.3.6.	Media Pendukung	46

BAB V PENUTUP DAN SARAN

5.1.	PENUTUP	48
------	---------------	----

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP

DAFTAR GAMBAR

Tabel 1.1	Contoh warna.....	25
Gambar 3.1	Sumbo Tinarbuko sedang menjelaskan bentuk sampah visual.....	27
Gambar 3.2	Sumbo Tinarbuko sedang beraksi mencabut iklan	27
Gambar 3.3	Salah satu scene pada iklan <i>Oui Marketing</i>	28
Gambar 3.4	Poster yang ditempelkan pada tiang listrik.....	30
Gambar 3.5	Spanduk-spanduk berukuran raksasa.....	30
Gambar 3.6	Poster-poster yang ditempelkan pada tembok sebuah bangunan	31
Gambar 4.1	Contoh penampilan target <i>audience</i>	39
Gambar 4.2	Contoh gaya rambut <i>undercut</i>	39
Gambar 4.3	Cotoh lain gaya rambut <i>undercut</i>	40
Gambar 4.4	Contoh tas	40
Gambar 4.5	Contoh sepatu	41
Gambar 4.6	Warna-warna yang digunakan	42
Gambar 4.7	Jenis huruf adobe Ghotic Std B	43
Gambar 4.8	Tokoh	44
Gambar 4.9	<i>Background landscape</i> Kota Bandung	45
Gambar 4.10	<i>Background</i> suasana trotoar.....	45
Gambar 4.11	<i>Background</i> persimpangan jalan.....	46
Gambar 4.12	<i>Storyboard</i>	47
Gambar 4.13	<i>Web benner</i>	48
Gambar 4.14	Poster	48
Gambar 4.15	<i>Sticker</i>	49
Gambar 4.16	<i>Fan page</i>	49
Gambar 4.17	<i>Leaflet</i>	50

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Kerangka perancangan	7
Tabel 3.1	Matriks SWOT	30
Tabel 4.1	Jadwal penyebaran media.....	40