

ABSTRAK

PERANCANGAN KAMPANYE KOMUNITAS SOSIAL ASOSIASI REMAJA MANDIRI SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN KECAKAPAN HIDUP GENERASI MUDA DI BANDUNG

Oleh
Egidius Realino Arsona
NRP: 1064069

Kota Bandung merupakan kota yang dikenal sebagai kota dengan remaja-remaja yang aktif dan kreatif. Sayangnya, meski sebagian besar remaja yang tergolong pelajar tingkat SMA dan tingkat Universitas berada dalam bangku pendidikan, kecakapan hidup dan bekerja mereka ternilai belum cukup untuk menghadapi dunia kerja nyata dan persaingan di dalamnya. Terlebih bagi mereka yang tidak memiliki kesempatan untuk mengenyam bangku pendidikan, atau mereka yang putus di tengah jalan, yang semuanya dilatarbelakangi oleh faktor ekonomi.

Oleh karena itu, tujuan dari perancangan ini adalah untuk mendorong generasi muda di Bandung agar dapat meningkatkan kecakapan hidup dan bekerja melalui seminar atau kelas-kelas keterampilan gratis yang dirancang oleh komunitas sosial ARM (Asosiasi Remaja Mandiri), agar para pelajar memiliki kesempatan kedua untuk mempelajari hal-hal yang mungkin tidak didapatkan secara akademis. Selain itu, tujuan lainnya adalah untuk memberikan kesempatan kedua bagi mereka yang putus sekolah atau kuliah, melalui program beasiswa yang dirancang oleh komunitas ini juga.

Metode yang digunakan adalah dengan merancang poster-poster *online* promosi sebuah komunitas sosial beserta dua program utamanya yaitu kampanye kelas gratis dan kampanye beasiswa pendidikan. Strategi kampanye ini adalah dengan menggunakan media *online* yang terintegrasi, yaitu website, media sosial, aplikasi pada telepon genggam, dan melalui forum-forum *online*. Melalui perancangan kampanye Komunitas Sosial ini, diharapkan para remaja mendapatkan kesempatan kedua untuk menimba ilmu pendidikan dan pengetahuan yang efektif dan aplikatif sehingga dapat memajukan industri dan ekonomi daerah dan negara.

Kata Kunci : Remaja, Kemandirian, Media *Online*

ABSTRACT

DESIGN OF SOCIAL COMMUNITY CAMPAIGN BY ASOSIASI REMAJA MANDIRI AS AN EFFORT TO IMPROVE BANDUNG YOUNG PEOPLE'S LIFE SKILLS

by

Egidius Realino Arsona

NRP: 1064069

Bandung is famous for its active and creative young people. Unfortunately, the life and work skills of the senior highschool students and university students cannot be said enough for them to face the real world and compete at work. This is especially true for those who never go to school or who drop out of school because of financial reasons.

This design aims at helping Bandung young people improve their life and work skills in seminars or free skill classes designed by the ARM (Asosiasi Remaja Mandiri) social community. It is hoped that the students will get a second chance to learn things they may not learn academically. The other aim is to give a second chance to highschool and university dropouts by giving them scholarships from this community.

The method used is designing online posters which promote a social community and its programs, which are free classes and scholarship. The strategy is using integrated online media. They are website, social media, mobilephone applications and online forums. This social community program wants young people to get a second chance in getting education and knowledge effective and applicable to improve regional and national industry and economy.

Keywords: youth, independence, online media

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN TUGAS AKHIR.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
BAB 1 : PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup.....	4
1.3 Tujuan Perancangan	4
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	5
1.5 Skema Perancangan	6

BAB II : LANDASAN TEORI	7
2.1 Nasionalisme	7
2.1.1 Unsur Nasionalisme	8
2.2 Psikologi Remaja	9
2.2.1 Definisi Remaja.....	10
2.2.2 Aspek Perkembangan Remaja	11
2.3 Kampanye	13
2.3.1 Definisi Kampanye	13
2.3.2 Jenis-jenis Kampanye	13
2.3.3 Elemen Penting Kampanye.....	15
2.3.4 Target Kampanye.....	17
2.3.5 Media Kampanye	17
2.3.6 Strategi Kampanye.....	21
 BAB III : DATA DAN ANALISIS MASALAH.....	 23
3.1 Data dan Fakta.....	23
3.1.1 Mandatori: PT Bank Mandiri (PERSERO) Tbk	23
3.1.2 Data Hasil Kuesioner	25
3.1.3 Data Hasil Wawancara.....	31
3.1.4 Data Pustaka.....	33

3.1.5 Tinjauan terhadap Proyek / Persoalan Sejenis	36
3.2 Analisis Terhadap Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta	38
3.2.1 Analisis Hasil Kuesioner.....	38
3.2.2 Analisis Landasan Teori.....	39
3.2.3 Analisis STP & SWOT	40
3.2.4 Creative Brief.....	42
 BAB IV : PEMECAHAN MASALAH.....	 43
4.1 Konsep Komunikasi	43
4.2 Konsep Kreatif	44
4.2.1 Warna	44
4.2.2 Tipografi.....	45
4.2.3 Layout	46
4.2.4 Logo	46
4.2.5 Tagline	47
4.2.6 Fotografi.....	47
4.2.7 Bahasa Verbal	47
4.3 Konsep Media	47
4.3.1 Media Primer.....	49
4.3.2 Media Sekunder	50
4.3 Hasil Karya.....	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Logo Bank Mandiri	23
Gambar 3.2 Diagram tentang sering tidaknya responden mengikuti seminar ...	25
Gambar 3.3 Diagram tentang frekuensi keseringan responden mengikuti seminar di luar sekolah/kuliah.....	26
Gambar 3.4 Diagram tentang alasan responden mengikuti seminar/kelas diluar kegiatan akademis.....	26
Gambar 3.5 Diagram tentang alasan mengapa responden tidak tertarik untuk mengikuti kelas/seminar di luar kegiatan akademis	27
Gambar 3.6 Diagram tentang ketertarikan responden apabila diadakan kelas/seminar gratis secara rutin	27
Gambar 3.7 Diagram tentang pendapat responden tentang penting-tidaknya kelas/seminar di luar kegiatan akademis.....	28
Gambar 3.8 Diagram tentang alasan responden bila merasa kelas/seminar di luar kegiatan akademis itu penting.....	28
Gambar 3.9 Diagram tentang pendapat responden mengenai media yang paling cocok untuk menyampaikan informasi mengenai kelas-kelas gratis dan beasiswa pendidikan.....	29
Gambar 3.10 Diagram tentang ketertarikan responden terhadap program beasiswa pendidikan.....	29

Gambar 3.11 Diagram tentang pernah-tidaknya responden mendapatkan atau mencoba untuk mendapatkan Beasiswa.....	30
Gambar 3.12 Diagram tentang alasan responden bila tidak pernah mencoba atau mendapatkan beasiswa	30
Gambar 3.13 Logo Akademi Berbagi	36
Gambar 3.14 Kelas Akademi Berbagi <i>Greenfluence</i>	37
Gambar 4.1 <i>Color Chart</i>	44
Gambar 4.2 Logo Komunitas Sosial ARM	46
Gambar 4.3 <i>Timeline</i> Kampanye.....	48
Gambar 4.4 Poster <i>Awareness</i> Komunitas ARM.....	51
Gambar 4.5 Poster <i>Awareness</i> Seminar Mandiri	52
Gambar 4.6 Poster <i>Awareness</i> Beasiswa Remaja Mandiri	53
Gambar 4.7 Poster <i>Informing</i> Komunitas ARM	54
Gambar 4.8 Poster <i>Informing</i> Seminar Mandiri.....	55
Gambar 4.9 Poster <i>Informing</i> Beasiswa Remaja Mandiri.....	56
Gambar 4.10 Poster <i>Reminding</i>	57
Gambar 4.11 <i>Interface</i> Aplikasi pada <i>Smartphone</i>	57
Gambar 4.12 <i>Website “Home”</i>	58
Gambar 4.13 <i>Website “About”</i>	58
Gambar 4.14 <i>Website “Class”</i>	59
Gambar 4.15 <i>Website “Scholarship”</i>	59

Gambar 4.16 <i>Website “Contact”</i>	60
Gambar 4.17 Tampilan <i>Facebook</i>	60
Gambar 4.18 Tampilan <i>Twitter</i>	61
Gambar 4.19 Tampilan <i>Google+</i>	61
Gambar 4.20 Tampilan <i>Instagram</i>	62
Gambar 4.21 Tampilan <i>Hot Thread</i> di Kaskus	62
Gambar 4.22 Pembatas Buku	63
Gambar 4.23 <i>Nametag</i>	63
Gambar 4.24 <i>Postcard Series</i>	64
Gambar 4.25 Penampang <i>Smartphone Icon</i>	64

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Perkiraan Jumlah Pengangguran Menurut Kelompok Umur di Kota

Bandung 34

Tabel 3.2 Perkiraan Kesempatan Kerja Menurut Kelompok Umur di Kota

Bandung 35

Tabel 3.3 Perkiraan Kesempatan Kerja Menurut Tingkat Pendidikan di Kota

Bandung 36

Tabel 4.1 Tabel *Budgeting*..... 65

DAFTAR PUSTAKA 67

DAFTAR LAMPIRAN 69