

ABSTRAK

PERANCANGAN MEDIA KAMPANYE BUDAYA GEMAR MEMBACA DAN MENULIS DI DAERAH BANDUNG JAWA BARAT

Oleh

Rini Tris Astuti

NRP 1064084

Membaca dan menulis saling berhubungan erat juga memiliki berbagai manfaat, selain membaca dapat membantu menurunkan stress, salah satu manfaat membaca dan menulis yaitu dapat meningkatkan kecerdasan dan juga menambah wawasan bagi anak-anak. Membaca dan menulis merupakan hal yang sangat penting dalam pertumbuhan kecerdasan dan perkembangan wawasan manusia. Namun masyarakat tidak menerapkan budaya membaca dan menulis secara kontinu. Maka dari itu, dibutuhkan sarana untuk mengampanyekan budaya gemar membaca dan menulis agar masyarakat dapat menerapkan budaya tersebut secara kontinu dalam kehidupan sehari-hari. Melalui kampanye budaya gemar membaca yang diadakan disekolah-sekolah, anak-anak diajak untuk memenuhi tantangan untuk membaca sejumlah buku dalam waktu yang telah ditentukan dan juga diadakan lomba menulis. Serta penggunaan ilustrasi pada media kampanye telah disesuaikan untuk target sasaran yaitu anak-anak usia 10-16 tahun agar lebih menarik minat target market dalam meningkatkan kebudayaan gemar membaca dan menulis.

Kata kunci: anak-anak, budaya membaca, budaya menulis , kampanye.

ABSTRACT

AVID READING AND WRITING CAMPAIGN MEDIA DESIGN IN BANDUNG, WEST JAVA

By

Rini Tris Astuti

NRP 1064084

Reading and writing are closely related, and both of them have many advantages. Not only reduce stress, reading and writing can also increase intelligence and improve children's knowledge. Thus, reading and writing are very important in developing human intelligence while broaden their insights. On the contrary, most Indonesian do not apply this culture continuously.

Therefore, it is necessary to campaign avid reading and writing culture so that people can apply them continuously in their daily lives. Through this campaign –which will be held at schools, students will be invited to challenge themselves in reading several books during a certain period, and there would be a writing competition too. Illustrations applied on the campaign media are purposed for 10 to 16 years old students, so the campaign can gain the interest of market target in developing avid reading and writing culture.

Keywords: student, reading culture, writing culture, campaign

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN HASIL KARYA PRIBADI	iii
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAKSI	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	iv
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GRAFIK	xiii
BAB I Pendahuluan	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup.....	2
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Sumber Teknik Pengumpulan data.....	3
1.5 Skema Penelitian.....	4
BAB II Landasan Teori	
2.1 Pengertian Kebudayaan.....	5
2.2 Pengertian Membaca.....	5
2.3 Teori Menulis	8
2.4 Teori Kampanye.....	9
2.4.1 Pengertian Kampanye	9
2.4.2 Jenis-jenis Kampanye	9
2.4.3 Media Kampanye	10
2.5 Teori Warna	10
2.6 Teori Psikologis Anak Umur 10-15 Tahun	12

BAB III Data dan Analisis Data

3.1 Data dan Fakta

3.1.1 Tinjauan Tentang Dinas Pendidikan Jawa Barat.....	13
3.1.2 Tinjauan Tentang Mirzan Publishing	14
3.1.3 Hasil Observasi	15
3.1.4 Data Hasil Wawancara dan Kuesioner	
3.1.4.1 Hasil Kuisisioner	15
3.1.4.2 Kesimpulan Kuesioner	22
3.1.5 Tinjauan Terhadap Proyek Sejenis	24
3.2 Analisis Terhadap Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta	
3.2.1 Segmentasi, <i>Targeting</i> , dan <i>Positioning</i>	24
3.2.1.1 Segmentasi Primer (anak-anak)	25
3.2.1.2 <i>Targeting</i>	25
3.2.1.3 <i>Positioning</i>	25
3.2.1.4 Segmentasi Sekunder (orang tua, guru)	26
3.2.1.5 <i>Targeting</i>	26
3.2.1.6 <i>Positioning</i>	26
3.2.2 SWOT (kebiasaan membaca bagi anak)	27
3.2.2.1 <i>Strength</i>	27
3.2.2.2 Weakness	27
3.2.2.3 <i>Opportunities</i>	27
3.2.2.4 <i>Threats</i>	27
3.2.3 SWOT (kebiasaan menulis bagi anak)	27
3.2.3.1 <i>Strength</i>	27
3.2.3.2 Weakness	27
3.2.3.3 <i>Opportunities</i>	28
3.2.3.4 <i>Threats</i>	28

BAB IV Pemecahan Masalah

4.1 Konsep Komunikasi	29
4.2 Konsep Kreatif	29
4.3 Konsep Media	30
4.3.1 Poster	30
4.3.2 Sosial Media	30
4.3.3 X-Banner	30
4.3.4 Gimmick	30
4.4 Hasil Karya	31
4.4.1 Logo	31
4.4.2 Poster	33
4.4.3 Maskot	36
4.4.4 Banner	37
4.4.5 Gimmick	38
4.4.6 Sosial Media	38
4.5 Rincian Rencana Perancangan	39
4.5.1 Timeline Media Promosi	39
4.5.2 <i>Budgeting</i> Media	39

BAB V Penutup

5.1 Kesimpulan	41
5.2 Saran	41
Daftar Pustaka	42
Data Penulis	43
Ucapan Terima Kasih	44

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Skema Perancangan	4
Gambar 3.1 Logo Dinas Pendidikan Jawa Barat	13
Gambar 3.2 Logo Mizan Publishing	14
Gambar 3.3 Poster karya Jeff Smith	24
Gambar 4.1 Logo	31
Gambar 4.2 Warna	31
Gambar 4.3 Font Logo	32
Gambar 4.4 Font Logo dan Tagline	32
Gambar 4.5 Font Tagline	32
Gambar 4.6 Font Judul Poster	33
Gambar 4.7 Font Informasi Pada Poster	33
Gambar 4.8 Font Informasi Pada Poster	33
Gambar 4.9 Poster Awarner	33
Gambar 4.10 Poster informing	34
Gambar 4.11 Poster Reminding	34
Gambar 4.12 Poster Awarner Lomba Menulis	35
Gambar 4.13 Poster Informing Lomba Menulis	35
Gambar 4.14 Maskot	36
Gambar 4.15 Banner	37
Gambar 4.16 Gimmick	38
Gambar 4.17 Sosial media	38

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Timeline Media Promosi	39
Tabel 4.2 Budgeting Media.....	40

DAFTAR GRAFIK

Grafik 3.1 Pendapatan (uang saku).....	16
Grafik 3.2 kegemaran membaca.....	16
Grafik 3.3 Frekuensi membaca	16
Grafik 3.4 Alasan responden yang frekuensi membacanya jarang dan sangat jarang.....	17
Grafik 3.5 Jenis Bacaan	17
Grafik 3.6 Media	17
Grafik 3.7 Manfaat membaca	18
Grafik 3.8 Lomba.....	18
Grafik 3.9 Usia	18
Grafik 3.10 Pendapatan	19
Grafik 3.11 Frekuensi membaca	19
Grafik 3.12 Alasan responden yang frekuensi membacanya jarang dan sangat jarang.....	20
Grafik 3.13 Tanggapan responden manfaat membaca bagi anak	20
Grafik 3.14 Tanggapan responden terhadap penerapan budaya membaca	21
Grafik 3.15 Tanggapan responden kampanye budaya membaca	21
Grafik 3.16 Tanggapan responden terhadap media kampanye budaya membaca ...	22
Grafik 3.17 Tanggapan responden terhadap budaya membaca.....	22