

ABSTRAK

Gap generasi merupakan sebuah permasalahan yang seringkali diabaikan dan dilupakan. Banyak sekali orang yang tidak menyadari adanya gap generasi antara orang tua dan anak remajanya. Gap ini disebabkan oleh salahnya cara komunikasi dan perubahan zaman serta pengaruh asing. Gap generasi banyak terjadi di dunia timur karena dalam kebudayaan timur memang orang tua dan anak memiliki sebuah gap yang dinamakan respek. Bukannya respek ini salah, tapi orang timur terlalu mengutamakan sisi respeknya dan kehilangan sisi keluarga dan sisi intim dari sebuah keluarga sehingga terjadi gap generasi.

Gap generasi bisa terjadi pada keluarga apapun dari kalangan apapun. Gap generasi terjadi bahkan pada keluarga yang sering pergi bersama sekalipun. Efek samping dari gap generasi adalah hubungan yang rusak antara orang tua dan anak, dan dalam skala paling buruk akan menyebabkan broken home, pelarian pada obat-obatan, kenakalan remaja yang ekstrem, depresi, bahkan bunuh diri.

Faktor yang mendukung agar masalah ini dapat teratasi adalah dengan mengadakan suatu kampanye untuk para orang tua yang dimulai dari sosok ayah. Diharapkan hal tersebut dapat mengasahi anak remaja dengan lebih baik, sehingga tercipta rasa percaya dari anak remaja dan saling pengertian akan terbentuk.

ABSTRACT

Generation gap is a problem that is often overlooked. Most people don't realize the existence of generation gaps between parents and their adolescent children. These gaps are often caused by ineffective means of communication between the parents and their children. Generation gaps are also caused by rapid cultural changes and different cultural values between the parents and the children. Generation gaps frequently occur in eastern cultures due to the naturally existing distance between parents and their children in eastern cultures.

A generation gap can occur in any family from any social background. Gaps can occur even in a closely knit family that spends a lot of time together. Generation gaps can jeopardize the relationship between parents and their children, and in extreme cases may lead to dysfunctional families, drug abuse, juvenile delinquency, depression, and even suicide.

One of the steps that can be taken to minimize the effect of generation gaps is by promoting a "friendlier" father figure.

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Lembar Pengesahan	ii
Pernyataan Orisinalitas Karya	iii
Pernyataan Publikasi Laporan Penelitian	iv
Kata Pengantar	v
Ucapan Terima Kasih	vi
Abstrak	vii
Abstract	ix
Daftar Isi	x
Daftar Bagan	xii
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar	xiv
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang Permasalahan	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup	2
1.3 Tujuan Perancangan	3
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	3
1.5 Skema Perancangan	4
 BAB II LANDASAN TEORI	 6
2.1 Komunikasi	6
2.2 Generasi Remaja	6
2.3 Generasi Orang Tua Remaja	11
2.4 Lima Bahasa Kasih / Cinta	12
2.4.1 Kata-kata Afiriasi / Pujian	12
2.4.2 Sentuhan Fisik	13
2.4.3 Waktu Berkualitas	13
2.4.4 Tindakan Melayani	14

2.4.5 Memberikan Hadiah	15
2.5 Mengenal Kampanye	15
2.5.1 Pengertian Kampanye	15
2.5.2 Jenis Kampanye	16
2.5.3 Rancangan Program Kampanye	17
 BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH	 19
3.1 Data dan Fakta	19
3.1.1 Lembaga Terkait dan Fenomena	19
3.1.1.1 UNICEF	19
3.1.1.2 Data Tentang Permasalahan	20
3.1.2 Tinjauan Proyek Sejenis	23
3.2 Analisis Terhadap Berdasarkan Permasalahan Data dan Fakta	25
 BAB IV PEMECAHAN MASALAH	 28
4.1 Rancangan Kampanye	28
4.2 Konsep Komunikasi	29
4.3 Konsep Kreatif	32
4.3.1 Logo	33
4.4 Konsep Media	41
4.5 Hasil Karya	47
4.5.1 Media Cetak	47
4.4.2 Media Elektronik	57
4.4.3 Media Auditori	58
4.5 <i>Budgeting</i> / Biaya Media	64
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	 65
5.1 Kesimpulan	65
5.2 Kata Penutup	66
5.2 Saran	66
 Daftar Pustaka	

DAFTAR BAGAN & DIAGRAM

Bagan I.1 Skema Perancangan	5
Diagram III.1	20
Diagram III.2	21

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Materi	31
Tabel 4.2 tabel Media	32
Tabel 4.3 Budget	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 <i>Logo</i>	33
Gambar 4.2 Contoh Penerapan Media	35
Gambar 4.3 <i>Teaser 1</i>	47
Gambar 4.4 <i>Teaser 2</i>	48
Gambar 4.5 <i>Dinner</i>	49
Gambar 4.6 <i>Trust</i>	50
Gambar 4.7 <i>Direting</i>	51
Gambar 4.8 Hadiah	52
Gambar 4.9 Waktu	53
Gambar 4.10 Pujian	54
Gambar 4.11 Sentuhan	55
Gambar 4.12 Pelayanan	56
Gambar 4.13 Berbagai macam web banner standar di Internet	57
Gambar 4.14 Website halaman utama	58