

## ABSTRAK

Tuna Ganda merupakan suatu masalah yang serius dan perlu diperhatikan. Jumlah penyandang Tuna Ganda di Indonesia sendiri sudah cukup besar dan semakin bertambah. Diantara penyandang Tuna Ganda, sebagian besarnya diderita oleh anak-anak. Tuna Ganda merupakan suatu cacat fisik dan mental maupun dua atau lebih cacat fisik yang diderita sekaligus oleh seseorang. Namun, dengan jumlah penyandang Tuna Ganda yang cukup besar dan Tuna Ganda dapat dikatakan suatu kecacatan yang lebih berat dibandingkan kecacatan lainnya, perhatian dan kepedulian masyarakat akan anak-anak Tuna Ganda ini masih sangat kurang dan memprihatinkan. Sebagian besar dari masyarakat bahkan belum mengetahui apa arti Tuna Ganda itu sendiri dan dalam kehidupan sehari-hari pun masih banyak terjadi diskriminasi diantara orang normal dengan anak-anak Tuna Ganda. Hal ini dapat terjadi karena Tuna Ganda sendiri masih jarang dipublikasikan di masyarakat.

Dengan adanya masalah seperti ini, diperlukan suatu faktor yang dapat mendukung agar masalah ini dapat teratasi yaitu dengan mengadakan suatu kampanye sosial, sebuah *event* yang mencakup *talkshow* dan *performance* dari anak-anak Tuna Ganda tersebut. Suatu kampanye sosial yang informatif dan kreatif agar masyarakat dapat mengenal lebih jauh dan melihat secara langsung kreativitas anak-anak Tuna Ganda tersebut. Dan pada akhirnya masyarakat dapat menyadari akan adanya anak-anak Tuna Ganda, dapat memberikan dukungan kepada mereka baik moril maupun materiil dan tidak terjadi diskriminasi lagi diantara masyarakat dengan anak-anak Tuna Ganda tersebut.

## DAFTAR ISI

|                                        |     |
|----------------------------------------|-----|
| HALAMAN JUDUL                          | i   |
| LEMBAR PENGESAHAN                      | ii  |
| PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA          | iii |
| KATA PENGANTAR                         | iv  |
| ABSTRAK                                | vi  |
| DAFTAR ISI                             | vii |
| DAFTAR BAGAN                           | x   |
| DAFTAR TABEL                           | xi  |
| DAFTAR GAMBAR                          | xii |
| BAB I PENDAHULUAN                      | 1   |
| 1.1 Latar Belakang Masalah             | 1   |
| 1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup     | 2   |
| 1.2.1 Permasalahan                     | 2   |
| 1.2.2 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                  | 5   |
| 2.1 Desain Komunikasi Visual           | 5   |
| 2.2 Komunikasi                         | 6   |
| 2.2.1 Model Komunikasi                 | 6   |
| 2.3 Komunikasi Massa                   | 9   |
| 2.3.1 Karakter Komunikasi Massa        | 9   |
| 2.4 Kampanye                           | 9   |

|                                                                             |           |
|-----------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 2.4.1 Jenis Kampanye                                                        | 10        |
| 2.4.2 Rancangan Program Kampanye                                            | 11        |
| 2.5 Definisi Penyandang Cacat                                               | 12        |
| 2.5.1 Klasifikasi Penyandang Cacat                                          | 13        |
| 2.5.2 Spesifikasi Jenis-Jenis Kecacatan Lainnya                             | 14        |
| 2.6 Tuna Ganda                                                              | 17        |
| <b>BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH</b>                                    | <b>18</b> |
| 3.1 Data dan Fakta                                                          | 18        |
| 3.1.1 Yayasan Pembinaan Anak Cacat (YPAC)                                   | 18        |
| 3.1.1.1 YPAC Bandung                                                        | 18        |
| 3.1.1.2 Prestasi YPAC Bandung                                               | 19        |
| 3.1.2 Dinas Sosial Kota Bandung                                             | 20        |
| 3.1.3 Data Kuesioner Mengenai Tuna Ganda                                    | 21        |
| 3.1.4 Data Mengenai Penyandang Cacat                                        | 24        |
| 3.1.5 Hasil Wawancara                                                       | 25        |
| 3.1.6 Tinjauan terhadap Proyek Sejenis                                      | 26        |
| 3.1.6.1 Iklan Layanan Masyarakat Tentang<br>Penyandang Cacat Tuna Ganda     | 26        |
| 3.1.6.2 Artikel-Artikel Mengenai Penyandang Cacat<br>Tuna Ganda dan Grahita | 29        |
| 3.2 Analisis Terhadap Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta               | 33        |
| 3.2.1 Analisis SWOT                                                         | 34        |
| 3.2.2 STP (Segmentasi, Targeting dan Positioning)                           | 35        |
| <b>BAB IV PEMECAHAN MASALAH</b>                                             | <b>36</b> |
| 4.1 Konsep Komunikasi                                                       | 36        |
| 4.2 Konsep Kreatif                                                          | 37        |
| 4.2.1 Strategi Kreatif                                                      | 37        |
| 4.3 Konsep Media                                                            | 39        |

|                               |    |
|-------------------------------|----|
| 4.3.1 Jenis Media             | 39 |
| 4.3.2 Rencana Pemakaian Media | 44 |
| 4.3.3 Biaya Media/Budgeting   | 46 |
| 4.4 Hasil Karya               | 47 |
| 4.4.1 Logo Kampanye           | 47 |
| 4.4.2 Poster                  | 50 |
| 4.4.3 Billboard               | 54 |
| 4.4.4 Iklan Koran             | 54 |
| 4.4.5 X-Banner                | 57 |
| 4.4.6 Hang Banner             | 58 |
| 4.4.7 Brosur                  | 59 |
| 4.4.8 Gimmick                 | 60 |
| 4.4.9 Stationery              | 66 |
| 4.4.10 Website                | 68 |
| 4.4.11 Kalender               | 70 |
| BAB V PENUTUP                 | 71 |
| 5.1 Kesimpulan                | 71 |
| 5.2 Saran                     | 71 |
| DAFTAR PUSTAKA                |    |
| DAFTAR LAMPIRAN               |    |
| DATA PENULIS                  |    |

## **DAFTAR BAGAN**

|                                            |   |
|--------------------------------------------|---|
| Bagan I. 1 Skema Perancangan               | 4 |
| Bagan I. 2 Model komunikasi David. K Berlo | 7 |

## **DAFTAR TABEL**

|                                     |    |
|-------------------------------------|----|
| Tabel IV. 1 Tabel Perencanaan Media | 45 |
| Tabel IV. 2 Timeline                | 45 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                                  |    |
|----------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar III. 1 Diagram persentase pertanyaan 1                                    | 21 |
| Gambar III. 2 Diagram persentase pertanyaan 2                                    | 22 |
| Gambar III. 3 Diagram persentase pertanyaan 3                                    | 22 |
| Gambar III. 4 Diagram persentase pertanyaan 4                                    | 23 |
| Gambar III. 5 Diagram persentase pertanyaan 5                                    | 23 |
| Gambar III. 6 Iklan Layanan Masyarakat Tuna Daksa                                | 26 |
| Gambar III. 7 Kampanye mengenai Anak Autis                                       | 27 |
| Gambar III. 8 Buku The Heart's Alphabet                                          | 27 |
| Gambar III. 9 Buku Nathan's Wish                                                 | 27 |
| Gambar III. 10 Dick dan Rick Hoyt                                                | 30 |
| Gambar III. 11 R. Astuti Aryanto, Penasihat<br>SOINA (Special Olympic Indonesia) | 32 |
| Gambar IV. 1 Logo dan Brand Colour                                               | 48 |
| Gambar IV. 2 Logo grid, preview dan scale                                        | 49 |
| Gambar IV. 3 Poster 1                                                            | 50 |
| Gambar IV. 4 Poster 2                                                            | 51 |
| Gambar IV. 5 Poster 3                                                            | 52 |
| Gambar IV. 6 Poster 4                                                            | 53 |
| Gambar IV. 7 Billboard                                                           | 54 |
| Gambar IV. 8 Iklan Koran 1                                                       | 55 |
| Gambar IV. 9 Iklan Koran 2                                                       | 55 |

|                                                          |    |
|----------------------------------------------------------|----|
| Gambar IV. 10 Iklan Koran 3                              | 56 |
| Gambar IV. 11 Iklan Koran 4                              | 56 |
| Gambar IV. 12 X-Banner 1                                 | 57 |
| Gambar IV. 13 X-Banner 2                                 | 58 |
| Gambar IV. 14 Hang Banner                                | 59 |
| Gambar IV. 15 Brosur                                     | 60 |
| Gambar IV. 16 Pin                                        | 61 |
| Gambar IV. 17 Gantungan Kunci                            | 61 |
| Gambar IV. 18 Notes                                      | 62 |
| Gambar IV. 19 Ballpoint                                  | 62 |
| Gambar IV. 20 Nametag                                    | 63 |
| Gambar IV. 21 Goody Bag                                  | 63 |
| Gambar IV. 22 T-shirt                                    | 64 |
| Gambar IV. 23 Buku Agenda                                | 64 |
| Gambar IV. 24 Kartu Pos                                  | 65 |
| Gambar IV. 25 Jam Dinding                                | 65 |
| Gambar IV. 26 Kertas Surat                               | 66 |
| Gambar IV. 27 Amplop Surat                               | 67 |
| Gambar IV. 28 Contact Paper                              | 67 |
| Gambar IV. 29 Website halaman welcome, home dan about us | 69 |
| Gambar IV. 30 Website halaman event dan contact us       | 69 |
| Gambar IV. 31 Kalender                                   | 70 |