

ABSTRAK

Banyak yang bilang masa remaja adalah masa paling indah karena di masa remaja banyak perubahan yang dialami. Pada masa ini, berlangsung proses perubahan secara biologis serta psikologis yang dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk oleh masyarakat, teman sebaya dan juga media massa. Ketidaktahuan remaja akan seksualitas, membuat mereka terdorong untuk mencari informasi dari sumber-sumber yang tidak bisa dipertanggungjawabkan, mengingat arus informasi di era global ini kian meningkat. Akibatnya remaja cenderung untuk melakukan hubungan seks di luar nikah, hubungan seks bebas, serta aborsi (bagi remaja perempuan).

Kalau kita hanya membuat larangan aborsi, tidak akan memecahkan masalah secara tuntas. Harus dicari jalan keluar yang lebih untuk memecahkan masalah ini. Dengan meng-*condisioning*-kan, meng-*informing*-kan dan me-*remanding*-kan pesan lewat iklan layanan masyarakat yang tepat sasaran dan ditunjang dengan komunikasi visual yang tepat, penulis mengharapkan dapat membuat masyarakat khususnya remaja putri sadar akan bahaya aborsi sehingga mereka tidak melakukan aborsi dan mau melanjutkan kehamilan karena janin yang dikandung memiliki hak untuk hidup.

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PENYERAHAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS LAPORAN PENGANTAR TA	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENGANTAR TA	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii

BAB-BAB

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Pembatasan Masalah	4
1.3 Rumusan Masalah	6
1.4 Tujuan Perancangan	6
1.4.1 Tujuan Umum	7
1.4.2 Tujuan Khusus	7
1.5 Ruang Lingkup Perancangan	8
1.5.1 Sasaran	8
1.5.2 Golongan Usia	9
1.5.3 Gaya Hidup	9
1.6 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	9
1.6.1 Sumber Data	10
1.6.2 Teknik Pengumpulan Data	10
1.7 Kerangka Berpikir	11

BAB II TINJAUAN MASALAH

2.1	Kajian Pustaka	12
2.1.1	Desain Komunikasi Visual	12
2.1.2	Penciptaan Karya Film	13
2.1.3	TV Marketing	16
2.1.4	Pengertian Iklan	20
2.1.5	Etika Periklanan	23
2.1.6	Iklan Layanan Masyarakat	23
2.2	Tinjauan Faktual	24
2.2.1	Pengertian Aborsi	24
2.2.2	Jenis-jenis aborsi menurut terjadinya	29
2.2.3	Penyebab Abortus	30
2.2.4	Alasan untuk melakukan <i>Abortus Provokatus</i>	31
2.2.5	Pelaku <i>Abortus Provokatus Kriminalis</i>	33
2.2.6	Akibat <i>Abortus Provokatus Kriminalis</i>	34
2.2.7	Pro-Kontra Mengenai Aborsi	37
2.3	Gagasan Awal	40

BAB III PEMECAHAN MASALAH

3.1	Objek Perancangan	41
3.1.1	Teknik Analisis Data	41
3.1.2	Hasil Penelitian	44
3.2	Target Audience	45
3.2.1	Demografis	45
3.2.2	Geografis	48
3.2.3	Psikografis	49
3.2.4	Sosiokultural	49
3.3	Konsep Perancangan	49
3.3.1	Perencanaan / Strategi Media	49
3.3.2	Perencanaan / Strategi Kreatif	59
3.3.3	Konsep Verbal / Bahasa	59

3.3.4	Konsep Visual	60
3.3.5	Visualisasi Karya	63
3.3.6	Biaya Media / Budgeting	73

BAB IV PENUTUP

4.1	Kesimpulan	74
4.2	Saran-saran	75

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 01 : Langkah-langkah Aborsi	34
Gambar 02 : Organ Reproduksi Wanita Bagian Dalam	35
Gambar 03 : Janin Dalam Kandungan	37
Gambar 04 : Yayasan Sayap Ibu Jakarta	54
Gambar 05 : Logo Yayasan Pemantau Hak Anak	56
Gambar 06 : Logo Kampanye_01	60
Gambar 07 : Logo Kampanye_02	60
Gambar 08 : Logo Frame	61
Gambar 09 : Storyboard Conditioning_Versi 1	64
Gambar 10 : Storyboard Conditioning_Versi 2_a	67
Gambar 11 : Storyboard Conditioning_Versi 2_final	68
Gambar 12 : Storyboard_Informing_Versi 1.....	70
Gambar 13 : Storyboard_Informing_Versi 2	71
Gambar 14 : Storyboard_Reminding	72

DAFTAR TABEL

Tabel 01 : Matribel Data	43
Tabel 02 : Hasil Perhitungan yang didapat	44