

ABSTRAK

Masalah sampah plastik adalah masalah yang cukup serius, dan menjadi *epidemic global*, sampah plastik adalah masalah yang sulit diatasi. Hal ini disebabkan karena hidup manusia yang serba praktis, dan juga didukung oleh pola hidup yang konsumtif sehingga mereka tidak dapat mengontrol penggunaan plastik. Maka kampanye ini ada agar dapat menyadarkan manusia tentang bahaya plastik bagi kesehatan dan juga lingkungan. Faktor yang mendukung kampanye ini dapat berjalan adalah kepedulian masyarakat sendiri akan masalah sampah plastik. Sehingga ke depannya dapat tercipta peningkatan kualitas masyarakat yang lebih baik. Diharapkan dengan adanya kampanye ini, kita dapat mengantisipasi dan meminimalisir dampak buruk yang ditimbulkan oleh sampah plastik serta dapat merubah pola perilaku hidup kita menjadi lebih baik tanpa bergantung pada plastik.

ABSTRACT

The problem of the waste of plastic was the quite serious problem, and to epidemic global, the waste plastic was the problem that was difficult to be overcome. This was caused because of living of very practical humankind, but also was supported by the pattern of the consumptive life so as they could not control the use of plastic. Then this campaign was in order to be able to make humankind about the plastic danger for the health aware but also the environment. The supportive factor this campaign to be able to go was the interest people personally would the problem of the waste of plastic. So as to the front could be created the increase in the quality of the better community. Hoped with the existence of this campaign, we could anticipate and minimise the bad impact that was caused by the waste of plastic as well as could change the pattern habit lived we became better without depending on plastic.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN AWAL TUGAS AKHIR	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN HASIL KARYA PRIBADI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Permasalahan	5
1.3 Tujuan Penciptaan	6
1.4 Manfaat Penciptaan	6
1.5 Metode Perancangan	6
MIND MAPPING	8
BAB 2 LANDASAN PERANCANGAN	9
2.1 Kajian Pustaka (Teoritik)	9
2.1.1a Definisi Kampanye	12
2.1.1b Tujuan Kampanye	12
2.1.1c Jenis Kampanye	14
2.1.1d Aspek Perancangan Kampanye	15

2.2	Metode Perancangan Kampanye Versi Butet	17
2.2.1	Tujuan Kreatif	17
2.2.2	Strategi Kreatif	17
2.2.3	Rencana Kreatif	18
BAB 3	TINJAUAN FAKTUAL (EMPIRIK)	36
3.1	Plastik	19
3.1.1a	Plastik	19
3.1.1b	Jenis Plastik	21
3.1.1c	7 Tanda Pengenal Jenis Plastik	23
3.1.1d	Bahaya Plastik Serta Sampah Yang Mengandung Plastik	28
3.2	Hasil Temuan di Lapangan	35
3.3	Gagasan Awal	35
BAB 4	KONSEP PERANCANGAN	37
4.1	Perancangan Media	37
4.1.1	Pengertian Media	37
4.1.2	Tujuan Media	39
4.1.3	Strategi Pemilihan Media	42
4.1.4	Rencana Pemakaian Media	45
4.1.5	Tahap Rencana Pemakaian Media	45
4.1.6	Alasan Pemilihan Media	46
4.2	Perencanaan Kreatif	47

4.5	Konsep Verbal	51
4.6	Konsep Visual	51
4.7	Biaya Media / Budgeting	52

BAB 5 VISUALISASI KARYA **53**

5.1	Logo dan Brand Campaign	53
5.2	Poster	56
5.3	Billboard	60
5.4	Magazine Ad	61
5.5	Advertorial Magazine	62
5.6	Newspaper Ad	63
5.7	Print Ad	64
5.8	Website	65
5.9	Ambience Media	66
5.10	Gimmick	67

BAB 6 KESIMPULAN **69**

6.1	Kesimpulan	69
6.2	Saran	71
6.2.1	Saran Untuk Diri Sendiri	71
6.2.2	Saran Untuk asyarakat Umum	72

DAFTAR PUSTAKA