

## ABSTRAK

Kampanye ini berbicara seputar isu penanaman kejujuran dengan konsep gerakan sosial. Agar proyek penanaman nilai-nilai kejujuran pada masyarakat semakin efektif, perlu diadakan penelitian yang mendalam sehingga didapatkan segmentasi yang tepat. Remaja, sebagai subyek-didik yang dipilih sebagai sasaran kampanye pada proyek ini menunjukkan sikap-mental yang cukup jelas terhadap nilai-nilai kejujuran. Pada umumnya remaja belum terseret atau terkontaminasi secara mendalam oleh arus ketidakjujuran yang berkembang lebih nyata pada manusia Indonesia berkategori dewasa. Remaja terlihat jelas masih membawa ‘kepolosan kanak-kanak’ dalam sikap hidupnya. Namun, pada sisi yang lain remaja juga menunjukkan sikap ketidakpeduliannya kepada penegakan nilai-nilai kejujuran. Ketidakjujuran tidak menjadi “jeritan” bagi remaja.

Dengan pendekatan disiplin ilmu Desain Komunikasi Visual dan didukung dengan strategi komunikasi serta penentuan media-media yang tepat, niscaya pesan kejujuran yang ingin disampaikan efektif membangun *awerenes* para remaja yang jadi target utamanya. Memaksimalkan segala bentuk media baru juga menjadi salah satu kekuatan dari kampanye kejujuran ini. Kampanye ini akan dibagi dalam tiga tahap yang sistematis juga terstruktur secara komunikatif.

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS LAPORAN PENELITIAN .....	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAK .....	vii
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup .....	6
1.2.1 Permasalahan .....	6
1.2.2 Ruang Lingkup .....	6
1.3 Tujuan Perancangan .....	7
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data .....	7
1.4.1 Sumber Data .....	7
1.4.2 Teknik Pengumpulan Data .....	7
1.5 Skema Perancangan .....	9
BAB II. LANDASAN TEORI	
2.1 Kampanye .....	10
2.1.1 Kampanye Sosial .....	10
2.1.2 Kampanye Publik .....	10

2.1.3	Jenis-jenis Kampanye .....	11
2.1.4	Saluran Kampanye .....	12
2.2	Komunikasi .....	12
2.2.1	Strategi Komunikasi .....	13
2.3	Komunikasi Massa .....	14
2.3.1	Fungsi Komunikasi Massa .....	15
2.4	<i>Social-Media</i> .....	16
2.5	Desain Komunikasi Visual .....	18
2.6	Layout .....	20
2.7	Warna .....	21
2.8	Tipografi .....	22
2.9	<i>Tagline</i> .....	24

### BAB III. DATA dan ANALISIS MASALAH

3.1	Pengertian Gaya Hidup .....	26
3.2	Kejujuran .....	28
3.3	Data dan Fakta .....	29
3.3.1	Pemberi Mandat ( <i>Mandatory</i> ) .....	29
3.3.2	Lembaga Terkait .....	31
3.3.3	Tinjauan Terhadap Gerakan Sejenis .....	34
3.3.4	Hasil Wawancara .....	36
3.3.5	Hasil Kuesioner .....	40
3.3.5.1	Kesimpulan Umum Hasil Kuesioner .....	45
3.4	Analisa dan Perancangan Tindakan dalam Koridor Kerja DKV .....	46
3.4.1	<i>S.W.O.T</i> .....	46
3.4.2	Segmentasi, Targeting, Positioning .....	47

## BAB IV. PEMECAHAN MASALAH

4.1 Konsep Komunikasi .....	51
4.1.1 Strategi Komunikasi .....	52
4.1.2 Tahapan Kampanye .....	53
4.1.3 <i>Creative Brief</i> .....	54
4.2 Konsep Kreatif .....	56
4.2.1 Konsep Verbal .....	56
4.2.2 Konsep Visual .....	56
4.3 Konsep Media .....	57
4.4 Hasil Karya .....	64
4.4.1 Logo Kampanye .....	64
4.4.2 <i>Teaser</i> .....	67
4.4.3 <i>Print Ad</i> .....	69
4.4.2.1 <i>Print Ad Conditioning</i> .....	69
4.4.2.2 <i>Print Ad Informing</i> .....	71
4.4.2.3 <i>Print Ad Reminding</i> .....	79
4.4.4 Poster .....	80
4.4.5 <i>Social Network</i> .....	83
4.4.6 <i>Website</i> .....	84
4.4.7 <i>Web Banner</i> .....	88
4.4.8 Youtube .....	89
4.4.9 Radio .....	90
4.4.10 Baligo .....	91
4.4.11 Media Berjalan .....	93
4.4.12 Umbul-umbul .....	94
4.4.13 <i>Hanging Flag</i> .....	95

4.4.14 <i>Backdrop</i> .....	95
4.4.15 <i>Gimmick</i> .....	96
4.5 <i>Timeline</i> Media Kampanye .....	100
4.6 <i>Bugeting</i> Media .....	101
BAB V. PENUTUP	
5.1 Kesimpulan .....	102
5.2 Saran .....	103
DAFTAR PUSTAKA .....	xvi
LAMPIRAN .....	xviii
UCAPAN TERIMAKASIH .....	xxxvi
DATA PENULIS .....	xxxviii

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Tingkat Kejujuran Para Remaja Dalam Pertanyaan Tertentu yang Bersifat Umum .....	41
Tabel 2. Persepsi Remaja Terhadap Kejujuran .....	41
Tabel 3. Cara Pandang Remaja Terhadap Tingkat-tingkat Ketidakjujuran .....	42
Tabel 4. Tingkat Kepekaan Remaja Terhadap Akar Perilaku Koruptif .....	42
Tabel 5. Pengetahuan Remaja Seputar Tokoh-tokoh Kejujuran .....	43
Tabel 6. Pilihan Terhadap Idola .....	43
Tabel 7. Penjajakan Terhadap Ingatan Para Remaja Seputar Kisah Populer Masa Kanak-kanak .....	44
Tabel 8. Kejujuran di Mata Remaja Dalam Hirarkinya Dengan Masalah-masalah Lain .....	44

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Logo Kompas TV .....	29
Gambar 2. Logo Stand Up Comedy Indonesia .....	30
Gambar 3. Logo KPK .....	31
Gambar 4. Logo Indonesia Unite .....	34
Gambar 5. <i>Print ad</i> Indonesia Unite .....	35
Gambar 6. <i>Print ad</i> Indonesia Unite .....	35
Gambar 7. <i>Positioning</i> .....	50
Gambar 8. Logo “Indonesia One Honesty” .....	64
Gambar 9. Aplikasi <i>Grayscale</i> , <i>Invert</i> dan Warna dalam <i>background</i> berbeda .....	65
Gambar 10. Warna Logo “Indonesia One Honesty” .....	66
Gambar 11. Logo <i>Grid</i> .....	67
Gambar 12. <i>Teaser awal conditioning</i> , versi “Microphone” .....	68
Gambar 13. <i>Teaser awal conditioning</i> , versi “Secret” .....	68
Gambar 14. <i>Teaser conditioning</i> menuju <i>informing</i> , versi “Pisang...?” .....	69
Gambar 15. <i>Print ad conditioning</i> seri #1, versi “Open The Box #1” .....	70
Gambar 16. <i>Print ad conditioning</i> seri #2, versi “Open The Box #2” .....	71
Gambar 17. <i>Print ad informing</i> seri #1, versi “Timun Berkulit Pisang” .....	72
Gambar 18. <i>Print ad informing</i> seri #2, versi “Pepaya Berkulit Pear” .....	74
Gambar 19. <i>Print ad informing</i> seri #3, versi “Jeruk Berkulit Apel” .....	76
Gambar 20. <i>Print ad informing</i> seri #4, versi “Durian Berkulit Semangka” .....	78
Gambar 21. <i>Print ad reminding</i> seri #1, versi “Bye-bye Kulit...! #1” .....	79
Gambar 22. <i>Print ad reminding</i> seri #2, versi “Bye-bye Kulit...! #2” .....	80
Gambar 23. Poster <i>Event</i> Indonesia One Honesty Roadshow, Bandung .....	81

Gambar 24. Poster <i>Event</i> Indonesia One Honesty Roadshow, Jakarta .....	81
Gambar 25. Poster <i>Event</i> Indonesia One Honesty Roadshow, Yogyakarta .....	82
Gambar 26. Poster <i>Event</i> Indonesia One Honesty Roadshow, Surabaya .....	82
Gambar 27. Facebook <i>Fans Page</i> .....	83
Gambar 28. Twitter .....	84
Gambar 29. <i>Loading Page (Website)</i> .....	85
Gambar 30. <i>Home Page (Website)</i> .....	85
Gambar 31. <i>About Page (Website)</i> .....	86
Gambar 32. <i>News Page (Website)</i> .....	86
Gambar 33. <i>Event Page (Website)</i> .....	87
Gambar 34. <i>Contact Page (Website)</i> .....	87
Gambar 35. Aplikasi <i>web banner</i> pada Yahoo Messenger .....	88
Gambar 36. 6 buah seri <i>web benner</i> YM .....	88
Gambar 37. Aplikasi <i>web banner</i> pada Facebook .....	89
Gambar 38. 6 buah seri <i>web banner</i> FB .....	89
Gambar 39. Indonesia One Honesty <i>Roadshow</i> Youtube .....	90
Gambar 40. Baligo Indonesia One Honesty <i>Roadshow</i> .....	91
Gambar 41. Aplikasi Baligo .....	92
Gambar 42. Bus Indonesia One Honesty <i>Roadshow</i> .....	93
Gambar 43. Umbul-umbul seri #1, #2, #3 dan #4 .....	94
Gambar 44. 6 Variasi Desain <i>Hanging Flag</i> .....	95
Gambar 45. Aplikasi <i>Hanging Flag</i> .....	95
Gambar 46. <i>Backdrop</i> Panggung .....	96



Gambar 47. 6 Variasi Sticker .....	97
Gambar 48. 6 Variasi Pin .....	97
Gambar 49. 3 Variasi Gantungan Kunci .....	98
Gambar 50. Pulpen .....	98
Gambar 51. 4 Variasi Desain Mug .....	98
Gambar 52. Aplikasi Mug .....	98
Gambar 53. Kaos Putih .....	99
Gambar 54. Kaos Merah .....	99
Gambar 55. Polo Shirt (khusus panitia dan pengisi acara) .....	99