

ABSTRAK

Aktivitas fisik sangatlah penting bagi manusia. Terutama bagi anak – anak, bagi kesehatan mereka di masa yang akan datang. Dengan diperhatikannya pertumbuhan dan aktivitas fisik, maka anak dapat membantu meningkatkan kualitas hidup menjadi lebih sehat. Anjing dapat menjadi salah satu pendukung untuk mengoptimalkan kebutuhan anak, termasuk dalam bidang kesehatan dan pendidikan. Anjing dapat membantu anak dalam meningkatkan relasi sosial, memberikan stimulasi visual, menjadi sahabat, menjadi pelindung dan membantu anak untuk lebih peduli pada lingkungan dan belajar bertanggung jawab, membantu anak untuk lebih berkonsentrasi dan mengurangi hiperaktif pada anak.

Namun sangat disayangkan kebanyakan orangtua belum mengetahui atau peduli terhadap manfaat anjing dan interaksi anjing dan anak tersebut. Karena adanya masalah tersebut, ditemukan pemecahan masalah ini melalui kampanye mengenai peran anjing terhadap pertumbuhan dan aktivitas fisik anak di Bandung. Diharapkan dengan adanya kampanye tersebut, orang tua diharapkan dapat mengetahui tentang manfaat anjing bagi anak nya dan juga mendukung kampanye tersebut dengan meningkatkan interaksi antara anak dan anjing, sehingga pertumbuhan anak menjadi optimal.

ABSTRACT

Physical activity is important for humans. Especially for children, for their health in the future. With attention to the growth and physical activity, can improve the quality of life to become healthier. Dogs can be one of support to optimize the needs of children, including in health and education. Dogs can help children to improve social relationships, providing visual stimulation, a friend, a protector and helps children to better care for the environment and learn responsibility, helping children to concentrate and reduce hyperactivity in children.

Unfortunately, most parents do not know or care about the benefits of the dog and the dog - child interaction. Because of that, found this solution through a campaign on the role of dogs on the growth and physical activity of children in Bandung. Hopefully with the campaign, parents are expected to know about the benefits of a dog for her son and also supporting the campaign to promote interaction between children and dogs, so the growth of the child to be optimal.

DAFTAR ISI

JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
Pernyataan Orisinalitas Karya dan Laporan.....	iii
Pernyataan Publikasi Laporan Penelitian.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
 BAB I	 1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	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.....	5
BAB II.....	7
LANDASAN TEORI.....	7
2.1 Desain Komunikasi Visual	7
2.2 Kampanye	7
2.2.1 Pengertian Kampanye.....	8
2.2.2 Jenis Kampanye.....	8
2.2.3 Tujuan Kampanye	10
2.2.4 Faktor Pendukung Keberhasilan Kampanye	10
2.2.5 Faktor Penghambat Kampanye	11

2.2.6	Teknik Kampanye	12
2.3	Komunikasi	14
2.3.1	Bentuk komunikasi	14
2.4	Psikologi Anak	16
2.5	Fase Perkembangan Anak	16
2.6	Pemahaman Anjing Secara Umum	18
2.6.1	Hubungan Anjing dengan Manusia	19
2.6.2	Hubungan Anak terhadap Anjing Peliharaan	19
2.6.3	Alasan Anjing cocok menjadi Sahabat Manusia	20
2.6.4	Masalah Tingkah Laku Umum pada Anjing	21
2.6.5	Cara Memilih Anjing	24
2.6.6	Teori Jenis Anjing	25
BAB III.....		28
DATA DAN ANALISA MASALAH.....		28
3.1	Data dan Fakta.....	28
3.1.1	Manfaat anjing bagi pertumbuhan anak	28
3.1.2	Hubungan Manusia dan Anjing yang gagal	31
3.2	Lembaga Terkait.....	32
3.2.1	Unicef Indonesia.....	32
3.2.2	Biro Konsultasi Psikologi Dwipayana	33
3.2.3	PERKIN	34
3.2.4	Shelter Pejanten	36
3.3	Fenomena yang Terjadi / Gejala yang Terjadi	37
3.4	Tinjauan Terhadap Proyek Sejenis	37
3.5	Wawancara	39
3.5.1	Wawancara dengan Narasumber	39
3.5.2	Kuisisioner	43
3.6	Analisa Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta	54
3.7	Strength, Weakness, Opportunities, Threats	55
3.8	Segmenting, Targeting, Positioning	56

BAB IV	57
PEMECAHAN MASALAH	57
4.1 Konsep Komunikasi	57
4.2 Konsep Kreatif.....	58
4.2.1 Konsep Verbal	59
4.2.2 Konsep visual	59
4.2.2.1 Logo	59
4.2.2.2 Warna Logo	61
4.2.2.3 Tipografi.....	62
4.2.3 Konsep Media	64
4.3 Timeline	81
Biaya Media / <i>Budgeting</i>	83
BAB V	84
KESIMPULAN DAN SARAN.....	84
5.1 Kesimpulan.....	84
5.2 Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA.....	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Barking Dog.....	24
Gambar 2 Anjing merusak.....	24
Gambar 3 anjing gelisah.....	25
Gambar 4 Logo Unicef.....	32
Gambar 5 Logo Biro Konsultasi Psikologi Dwipayana.....	33
Gambar 6 Logo Perkin.....	34
Gambar 7 Logo Shelter Pejanten.....	36
Gambar 8 Poster Kampanye.....	37
Gambar 9 Poster Kampanye.....	38
Gambar 10 Logo Kampanye.....	57
Gambar 11 Logo Kampanye.....	59
Gambar 12 Logo Background Solid dan BW.....	59
Gambar 13 Logo Grid.....	60
Gambar 14 Font Judul Kampanye	61
Gambar 15 Maskot Kampanye.....	62
Gambar 16 Aplikasi Maskot.....	62
Gambar 17 Poster Informing.....	64
Gambar 18 Poster reminding.....	65
Gambar 19 Poster Event.....	66
Gambar 20 Majalah 1.....	67
Gambar 21 Majalah 2.....	67
Gambar 22 Majalah 3.....	68
Gambar 23 Serian Koran.....	69
Gambar 24 Character Banner.....	70
Gambar 25 Sticker Trolley.....	71
Gambar 26 x banner.....	72
Gambar 27 Aplikasi X banner.....	72
Gambar 28 Serian web banner.....	73

Gambar 29 Aplikasi Pada Kaskus.....	74
Gambar 30 Aplikasi Pada Yahoo.....	74
Gambar 31 Aplikasi FaceBook.....	75
Gambar 32 Serian FaceBook.....	75
Gambar 33 Paper Bag.....	76
Gambar 34 Pin.....	77
Gambar 35 Pembatas Buku.....	77
Gambar 36 Sticker Kaca Mobil.....	78
Gambar 37 Sticker Kecil.....	78
Gambar 38 Agenda dan Isi.....	79