

ABSTRACT

Currently alcohol abuse is very worrying and many occurred in adolescents which social status of the lower middle and often escape from parent scrutiny. Many cases of alcohol abuse mixed with another drink or drugs, thus the effect much more dangerous. Continuously alcohol consumption, make someone becomes an alcoholic and affected by alcoholism. There are many factors that influence adolescents to be susceptible mired in alcoholism, such as affected by him or her social friends or imitate the figure idol. Therefore, for the completion of the dangers of alcohol problems among adolescents with approach through the media that are close to adolescents, through activities that are favored by adolescents and approach through the figure of a teen idol.

Keywords: campaign, alcohol, alcoholism, adolescent

ABSTRAK

Penyalahgunaan alkohol akhir-akhir ini sangat memprihatinkan dan banyak terjadi di kalangan remaja yang berstatus sosial menengah bawah dan sering kali luput dari pengawasan. Banyak kasus penggunaan alkohol yang dicampur dengan minuman lain maupun obat-obatan, sehingga efeknya jauh lebih berbahaya. Pengkonsumsian alkohol secara terus menerus dapat menyebabkan seseorang menjadi seorang alkoholik dan terjerumus dalam alkoholisme. Terdapat banyak faktor yang mempengaruhi remaja sehingga rentan terjerumus dalam alkoholisme, seperti terpengaruh oleh teman sekelompok dalam pergaulannya ataupun meniru figur yang diidolakannya. Oleh karenanya, diperlukan adanya kampanye untuk penyelesaian bahaya alkohol di kalangan remaja ini dengan pendekatan melalui media-media yang dekat dengan keseharian remaja, melalui kegiatan yang disenangi remaja dan pendekatan melalui figur yang diidolakan remaja.

Kata kunci: kampanye, alkohol, alkoholisme, remaja

DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN	iv
KATA PENGANTAR	v
<i>ABSTRACT</i>	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR BAGAN	xvi
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah dan Ruang Lingkup	2
1.2.1 Rumusan Masalah	2
2.6.2 Perancangan Promosi	2
1.3 Tinjauan Perancangan	3
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	3
1.5 Skema Perancangan	4
 BAB II LANDASAN TEORI	 5
2.1. Kampanye	5
2.1.1 Pengertian Kampanye	5
2.1.2 Strategi Komunikasi Kampanye	6
2.2 Alkohol dan Bahayanya	7
2.2.1 Pengertian Alkohol	7
2.2.2 Bahaya Alkohol	7

2.3	Pengertian Alkoholisme dan Tahapannya	11
2.3.1	Pengertian Alkoholisme	11
2.3.2	Tahapan Alkoholisme	11
2.4	Pengertian Remaja	12
2.4.1	Permasalahan Remaja	13
2.4.2	Kenakalan Remaja	14
2.4.3	Faktor Penyebab Remaja Menyalahgunakan Alkohol	16
BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH		18
3.1.	Data dan Fakta	18
3.1.1	Lembaga Terkait	18
3.1.1.1	Kepolisian Negara Republik Indonesia Daerah Jawa Barat	18
3.1.1.2	Badan Pengawas Obat dan Makanan	19
3.1.1.3	Dinas Kesehatan Kota Bandung	22
3.1.1.4	World Health Organization	23
3.1.2	Perusahaan Terkait	24
3.1.2.1	Majalah Hai	24
3.1.2.2	Majalah Hot Chord	24
3.1.2.3	Operator Selular	25
3.1.2.3.1	AXIS	25
3.1.2.3.2	IM3	26
3.1.2.3.3	Three Indonesia	26
3.1.3	Persentasi Kasus Penyalahgunaan Alkohol	27
3.1.4	Wawancara	28
3.1.5	Kuesioner	29
3.1.6	Survei	34
3.1.7	Tinjauan Karya Sejenis	37
3.2.	Analisis Terhadap Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta	39
3.3.	Mengidentifikasi Sasaran	41
3.3.1	Segmentasi Sasaran	41
3.3.2	Target Sasaran	41

3.3.3	Analisis SWOT	42
BAB IV PEMECAHAN MASALAH		43
4.1.	Konsep Komunikasi	43
4.2	Konsep Kreatif	43
4.2.1	Grafis	43
4.2.2	Tipografi	44
4.2.3	Warna	45
4.2.4	Verbal	46
4.3	Konsep Media	46
4.3.1	Strategi Media	47
4.3.2	<i>Timeline</i>	51
4.3.4	Biaya Media	52
4.4	Hasil Karya	53
4.4.1	Logo Kampanye	53
4.4.2	Ambient Media	55
4.4.3	Poster dan <i>Print Ad</i> tahap <i>Attention</i>	59
4.4.4	Artikel dalam Majalah	63
4.4.5	<i>Short Message Service</i> dari <i>Provider</i>	64
4.4.6	<i>Facebook</i> dan <i>Twitter</i>	66
4.4.7	<i>Website</i>	68
4.4.8	Logo <i>Event</i>	71
4.4.9	<i>Backdrop</i>	72
4.4.10	<i>X-banner</i> dan Umbul-Umbul	74
4.4.11	<i>Billboard</i>	75
4.4.12	Spanduk	76
4.4.13	Poster dan <i>Print Ad Event</i>	76
4.4.14	<i>Gimmick</i>	77
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		80
5.1.	Kesimpulan	80
5.2	Saran	80

DAFTAR PUSTAKA	82
DAFTAR ISTILAH	84
DAFTAR LAMPIRAN	87
LAMPIRAN 1: Wawancara	88
LAMPIRAN 2: Kuesioner	90
LAMPIRAN 3: Sketsa	91
DATA PENULIS	92
UCAPAN TERIMA KASIH	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1.1.1 <i>Logo Kepolisian Republik Indonesia</i>	18
Gambar 3.1.1.2 <i>Logo Badan Pengawas Obat dan Makanan</i>	19
Gambar 3.1.1.3 <i>Logo Dinas Kesehatan Republik Indonesia</i>	22
Gambar 3.1.1.4 <i>Logo Badan Kesehatan Dunia</i>	23
Gambar 3.1.2.1 <i>Logo Hai</i>	24
Gambar 3.1.2.2 <i>Logo Hot Chord</i>	24
Gambar 3.1.2.3.1 <i>Logo AXIS</i>	25
Gambar 3.1.2.3.2 <i>Logo IM3</i>	26
Gambar 3.1.2.3.3 <i>Logo Three</i>	26
Gambar 3.1.6.1 <i>Minuman beralkohol Merk Topi Miring</i>	35
Gambar 3.1.6.2 <i>Minuman beralkohol Merk Intisari</i>	35
Gambar 3.1.6.3 <i>Minuman beralkohol Merk Cap Orang Tua</i>	36
Gambar 3.1.6.4 <i>Minuman beralkohol Merk Mansion House</i>	36
Gambar 3.1.7.1 <i>Logo Kampanye Stay Gold</i>	37
Gambar 3.1.7.2 <i>Poster Motiv Fans</i>	38
Gambar 3.1.7.3 <i>Poster Motiv Windel</i>	38
Gambar 4.4.1 <i>Logo Bebas Alkohol</i>	53
Gambar 4.4.2.1 <i>Gambar ambient media ke-1</i>	56
Gambar 4.4.2.2 <i>Gambar ambient media ke-2</i>	57
Gambar 4.4.2.3 <i>Gambar ambient media ke-3</i>	58
Gambar 4.4.3.1 <i>gambar poster dan print ad jenis ke-1</i>	59
Gambar 4.4.3.2 <i>gambar poster dan print ad jenis ke-2</i>	60
Gambar 4.4.3.3 <i>gambar poster dan print ad jenis ke-3</i>	60
Gambar 4.4.3.4 <i>gambar poster dan print ad jenis ke-4</i>	61
Gambar 4.4.3.5 <i>gambar poster dan print ad jenis ke-5</i>	61
Gambar 4.4.3.6 <i>gambar poster dan print ad jenis ke-6</i>	62
Gambar 4.4.4.1 <i>Artikel dalam Majalah ke-1</i>	63
Gambar 4.4.4.2 <i>Artikel dalam Majalah ke-2</i>	63

Gambar 4.4.5.1 <i>gambar SMS provider tahap attention</i>	64
Gambar 4.4.5.2 <i>gambar SMS provider informasi event 1</i>	65
Gambar 4.4.5.3 <i>gambar SMS provider informasi event 2</i>	65
Gambar 4.4.6.1 <i>Page Facebook Bebas Alkohol</i>	67
Gambar 4.4.6.2 <i>Profil Twitter Bebas Alkohol</i>	67
Gambar 4.4.7.1 <i>Home Page Bebas Alkohol Tahap Attention</i>	69
Gambar 4.4.7.2 <i>Home Page Bebas Alkohol Tahap Interest</i>	70
Gambar 4.4.7.3 <i>Home Page Bebas Alkohol Tahap Desire</i>	70
Gambar 4.4.8 <i>Logo Event</i>	71
Gambar 4.4.9.1 <i>Art Work Backdrop Event Colorful Without Alcohol</i>	73
Gambar 4.4.9.1 <i>Penempatan Backdrop Event Colorful Without Alcohol</i>	73
Gambar 4.4.10.1 <i>X-banner</i>	74
Gambar 4.4.10.2 <i>Umbul-Umbul</i>	74
Gambar 4.4.11.1 <i>Art Work Billboard</i>	75
Gambar 4.4.11.1 <i>Penempatan Billboard</i>	75
Gambar 4.4.12.1 <i>Spanduk Tahap Interest</i>	76
Gambar 4.4.12.2 <i>Banner Facebook</i>	76
Gambar 4.4.12.3 <i>Spanduk Tahap Desire</i>	76
Gambar 4.4.13 <i>Poster dan Print Ad Informasi Event</i>	77
Gambar 4.4.14.1 <i>Desain Gimmick Gelang</i>	78
Gambar 4.4.14.2 <i>Desain Gimmick Pin</i>	78
Gambar 4.4.14.3 <i>Desain Gimmick T-Shirt</i>	78
Gambar 4.4.14.3 <i>Desain Gimmick DVD Konser</i>	79

DAFTAR TABEL

Tabel 4.3.2 <i>Timeline Kampanye</i>	51
Tabel 4.3.3 <i>Biaya Media</i>	52

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1 <i>Skema Perancangan</i>	4
Bagan 3.1.5.1 <i>Persentasi hasil kuesioner 1</i>	29
Bagan 3.1.5.2 <i>Persentasi hasil kuesioner 2</i>	29
Bagan 3.1.5.3 <i>Persentasi hasil kuesioner 3</i>	30
Bagan 3.1.5.4 <i>Persentasi hasil kuesioner 4</i>	30
Bagan 3.1.5.5 <i>Persentasi hasil kuesioner 5</i>	31
Bagan 3.1.5.6 <i>Persentasi hasil kuesioner 6</i>	31
Bagan 3.1.5.7 <i>Persentasi hasil kuesioner 7</i>	31
Bagan 3.1.5.8 <i>Persentasi hasil kuesioner 8</i>	32
Bagan 3.1.5.9 <i>Persentasi hasil kuesioner 9</i>	32
Bagan 3.1.5.10 <i>Persentasi hasil kuesioner 10</i>	33
Bagan 3.1.5.11 <i>Persentasi hasil kuesioner 11</i>	33

This document was created with Win2PDF available at <http://www.win2pdf.com>.
The unregistered version of Win2PDF is for evaluation or non-commercial use only.
This page will not be added after purchasing Win2PDF.