

## ABSTRAK

Dengan judul “Kampanye Khasiat Buah *Berry*”, penulisan ini memiliki permasalahan, yaitu kurangnya sosialisasi kepada masyarakat khususnya keluarga mengenai jenis-jenis dan khasiat dari buah *berry*. Dari permasalahan tersebut, penulisan ini bertujuan untuk merancang media-media yang efektif dan komunikatif tentang khasiat dari buah *berry* dan mengsosialisasikannya lewat kampanye.

Karena penulisan ini menggunakan media kampanye, maka teori yang digunakan adalah mengenai seputar kampanye, khususnya kampanye sosial. Teori-teori yang berisi tentang seputar tahap dan strategi juga digunakan sebagai teori pendukung dalam penulisan ini.

Sumber data diperoleh penulis dengan cara wawancara dan observasi. Untuk teknik pengumpulan data menggunakan beberapa cara, seperti studi perpustakaan dan data yang didapat dari internet, seperti lampiran foto, artikel dan lain-lain. Lalu membuat kuesioner yang disusun berdasarkan pertanyaan-pertanyaan yang berhubungan dengan tema penelitian.

Kemudian didapatkan temuan ilmiah yang memiliki tujuan untuk mengubah sikap, pola pikir dan perilaku masyarakat mengenai pentingnya menjaga asupan makanan, hidup sehat, dan mulai mengkonsumsi buah-buahan secara rutin dan teratur. Salah satunya adalah dengan mengkonsumsi buah *berry* yang tinggi kandungan antioksidan dan kualitasnya tidak kalah dengan buah lokal.

## **ABSTRACT**

With the title "Fruit Berry Benefits Campaign", this writing has a problem, namely the lack of socialization to the community especially the families about the types and benefits of berries. To these problems, this paper aims to design an effective and communicative media about the benefits of the berries and socialized through advertising campaigns.

Since writing this using a media campaign, the theory used is about about the campaign, particularly the social campaign. Theories which contain about around the stage and strategies are also used as support in the writing of this theory.

Sources of data obtained by interviews and observations. For data collection techniques used in several ways, such as library studies and data obtained from the Internet, such as photo attachments, surveys, articles and more. Then create a questionnaire based on questions related to research themes.

Then obtained the scientific findings that have the purpose to change the attitudes, thought patterns and behavior regarding the importance of maintaining food intake, healthy living, and began to consume fruits regularly and regularly. One way is to eat berries are high in antioxidant content and the quality is not inferior to the local fruit.

## DAFTAR ISI

|  |      |
|--|------|
| <b>HALAMAN JUDUL</b> .....                             | i    |
| <b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....                         | ii   |
| <b>PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN</b> ..... | iii  |
| <b>PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN</b> .....   | iv   |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....                            | v    |
| <b>ABSTRAK</b> .....                                   | vi   |
| <b>ABSTRACT</b> .....                                  | vii  |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....                                | viii |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....                             | x    |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....                              | xiii |
| <b>DAFTAR ISTILAH</b> .....                            | xiv  |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN DAN LAMPIRAN</b> .....              | xvi  |

### **BAB I PENDAHULUAN**

|  |   |
|--|---|
| 1.1 Latar Belakang .....                     | 1 |
| 1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup .....     | 2 |
| 1.3 Tujuan Perancangan .....                 | 3 |
| 1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data ..... | 4 |
| 1.5 Skema Perancangan .....                  | 5 |

### **BAB II LANDASAN TEORI**

|                                      |    |
|--------------------------------------|----|
| 2.1 Kampanye .....                   | 6  |
| 2.2 Kampanye Berdasarkan Teori ..... | 6  |
| 2.3 Fungsi Kampanye .....            | 7  |
| 2.4 Jenis-jenis Kampanye .....       | 8  |
| 2.5 Landasan Kegiatan Kampanye ..... | 9  |
| 2.6 Model Kampanye .....             | 10 |
| 2.7 Tahap Kampanye .....             | 11 |

|                                       |    |
|---------------------------------------|----|
| 2.8 Strategi Komunikasi Kampanye..... | 11 |
|---------------------------------------|----|

### **BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH**

|   |    |
|---|----|
| 3.1 Data dan Fakta.....   | 13 |
| 3.1.1 Perusahaan atau Lembaga Terkait .....                         | 13 |
| 3.1.2 Tinjauan terhadap Proyek / Persoalan Sejenis .....            | 22 |
| 3.2 Analisis terhadap Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta ..... | 27 |

### **BAB IV PEMECAHAN MASALAH**

|                             |    |
|-----------------------------|----|
| 4.1 Konsep Komunikasi ..... | 32 |
| 4.2 Konsep Kreatif.....     | 32 |
| 4.3 Konsep Media.....       | 36 |
| 4.4 Hasil Karya.....        | 44 |

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

|                     |    |
|---------------------|----|
| 5.1 Kesimpulan..... | 75 |
| 5.2 Saran.....      | 76 |

|                             |           |
|-----------------------------|-----------|
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b> | <b>77</b> |
|-----------------------------|-----------|

|                          |           |
|--------------------------|-----------|
| <b>DATA PENULIS.....</b> | <b>78</b> |
|--------------------------|-----------|

|                                 |           |
|---------------------------------|-----------|
| <b>UCAPAN TERIMA KASIH.....</b> | <b>79</b> |
|---------------------------------|-----------|

## DAFTAR GAMBAR

|   |    |
|---|----|
| Gambar 1. Skema Perancangan .....                           | 5  |
| Gambar 2. Majalah Nirmala dan <i>Vin`s Berry Park</i> ..... | 13 |
| Gambar 3. Buah <i>blackberry</i> .....                      | 16 |
| Gambar 3. Buah <i>raspberry</i> .....                       | 18 |
| Gambar 3. Buah <i>strawberry</i> .....                      | 19 |
| Gambar 6. <i>Fruit and Vegetable Campaign</i> .....         | 23 |
| Gambar 7. Logo Kampanye.....                                | 24 |
| Gambar 8. Iklan lewat televisi .....                        | 24 |
| Gambar 9. Media internet .....                              | 25 |
| Gambar 10. Iklan lewat televisi .....                       | 25 |
| Gambar 11. Poster Kampanye.....                             | 26 |
| Gambar 12. <i>Quadran positioning</i> .....                 | 29 |
| Gambar 13. Foto buah .....                                  | 33 |
| Gambar 14. Maskot.....                                      | 33 |
| Gambar 15. Logo .....                                       | 34 |
| Gambar 16. Ilustrasi.....                                   | 34 |
| Gambar 17. Warna .....                                      | 35 |
| Gambar 18. <i>Mind Mapping</i> .....                        | 44 |
| Gambar 19. Maskot <i>strawberry</i> .....                   | 46 |
| Gambar 20. Maskot <i>raspberry</i> .....                    | 47 |
| Gambar 21. Maskot <i>blackberry</i> .....                   | 47 |

|  |    |
|--|----|
| Gambar 22. Alternatif maskot .....                       | 48 |
| Gambar 23. Maskot keluarga <i>berry</i> .....            | 48 |
| Gambar 24. Alternatif maskot keluarga <i>berry</i> ..... | 49 |
| Gambar 25. Poster <i>strawberry</i> .....                | 50 |
| Gambar 26. Poster <i>blackberry</i> .....                | 51 |
| Gambar 27. Poster <i>raspberry</i> .....                 | 52 |
| Gambar 28. Poster khasiat <i>strawberry</i> .....        | 54 |
| Gambar 29. Poster khasiat <i>blackberry</i> .....        | 55 |
| Gambar 30. Poster khasiat <i>raspberry</i> .....         | 56 |
| Gambar 31. Iklan Majalah <i>Conditioning</i> .....       | 57 |
| Gambar 32. Iklan Majalah <i>Informing</i> .....          | 58 |
| Gambar 33. Aplikasi <i>Billboard Conditioning</i> .....  | 59 |
| Gambar 34. Brosur .....                                  | 61 |
| Gambar 35. Poster event .....                            | 62 |
| Gambar 36. <i>Website Vin`s Berry Park</i> .....         | 63 |
| Gambar 37. <i>Website</i> majalah Nirmala .....          | 64 |
| Gambar 38. Spanduk .....                                 | 64 |
| Gambar 39. <i>Flyer</i> .....                            | 65 |
| Gambar 40. Stand demo masak .....                        | 66 |
| Gambar 41. Alternatif stand demo masak .....             | 66 |
| Gambar 42. Stand lomba keluarga .....                    | 67 |
| Gambar 43. Alternatif stand lomba keluarga .....         | 67 |
| Gambar 44. Stand <i>bazaar strawberry</i> .....          | 68 |
| Gambar 45. Stand <i>bazaar blackberry</i> .....          | 68 |

|  |    |
|--|----|
| Gambar 46. Stand <i>bazaar raspberry</i> ..... | 69 |
| Gambar 47. Stand <i>bazaar</i> .....           | 69 |
| Gambar 48. Tempat peserta .....                | 70 |
| Gambar 49. Gerbang pintu masuk .....           | 70 |
| Gambar 50. Denah .....                         | 71 |
| Gambar 51. Mug .....                           | 71 |
| Gambar 52. Pin .....                           | 72 |
| Gambar 53. Stiker mobil .....                  | 72 |
| Gambar 54. Buku resep .....                    | 73 |
| Gambar 55. Baju .....                          | 73 |
| Gambar 56. <i>Paper bag</i> .....              | 74 |

## DAFTAR TABEL

|   |    |
|---|----|
| Tabel 1. Kandungan zat gizi dalam <i>blackberry</i> ..... | 17 |
| Tabel 2. Kandungan zat gizi dalam <i>raspberry</i> .....  | 18 |
| Tabel 3. Kandungan zat gizi dalam <i>strawberry</i> ..... | 19 |
| Tabel 4. Analisis SWOT dari buah <i>berry</i> .....       | 30 |
| Tabel 5. Konsep perancangan kampanye .....                | 31 |
| Tabel 6. Rincian Rencana Anggaran Biaya (RAB) .....       | 43 |
| Tabel 7. <i>Timeline</i> .....                            | 45 |



## DAFTAR ISTILAH

- Ilustrasi** : hasil visualisasi dari suatu tulisan dengan teknik drawing, lukisan, fotografi, atau teknik seni rupa lainnya yang lebih menekankan hubungan subjek dengan tulisan yang dimaksud daripada bentuk.
- Lay-out** : penyusunan dari elemen-elemen desain yang berhubungan kedalam sebuah bidang sehingga membentuk susunan artistik.
- Logo** : suatu bentuk gambar atau sekedar sketsa dengan arti tertentu, dan mewakili suatu arti dari perusahaan, daerah, perkumpulan, produk, negara, lembaga/ Organisasi dan hal-hal lainnya yang dianggap membutuhkan hal yang singkat dan mudah diingat sebagai pengganti dari nama sebenarnya.
- Maskot** : bentuk atau benda yang dapat berbentuk seseorang, binatang, atau objek lainnya yang dianggap dapat membawa keberuntungan dan untuk menyemarakkan suasana acara yang diadakan.
- Media** : segala sesuatu yang dapat digunakan untuk menyalurkan pesan yang dapat merangsang pikiran, perasaan, perhatian, dan kemauan siswa untuk belajar.
- Mind Mapping** : cara mengembangkan kegiatan berpikir ke segala arah, menangkap berbagai pikiran dalam berbagai sudut.
- Tagline** : kalimat singkat sebagai penutup teks inti yang menyimpulkan secara singkat tujuan komunikasi suatu iklan.

- Timeline : kemampuan untuk menampilkan suatu perjalanan waktu suatu informasi dalam bentuk grafik.
- Tipografi : merupakan suatu ilmu dalam memilih dan menata huruf dengan pengaturan penyebarannya pada ruang-ruang yang tersedia, untuk menciptakan kesan tertentu, sehingga dapat menolong pembaca untuk mendapatkan kenyamanan membaca semaksimal mungkin.
- Warna : spektrum tertentu yang terdapat di dalam suatu cahaya sempurna (putih). Identitas suatu warna ditentukan panjang gelombang cahaya tersebut.

## **DAFTAR LAMPIRAN DAN LAMPIRAN**

Lampiran A : Data umur perkawinan di Indonesia 1992 -2005

Lampiran B : Artikel buah berry

Lampiran C : Pertanyaan kuesioner

Lampiran D : Pertanyaan wawancara

Lampiran E : Lembar asistensi sketsa