

ABSTRAK

(Kata Kunci : Pengendalian Emosi, Remaja, Jejaring Sosial)

Masa remaja merupakan masa peralihan antara masa kanak-kanak dan masa dewasa. Pada masa ini, seseorang mengalami berbagai perubahan fisik maupun psikis yang mempengaruhi pola berpikir mereka. Pada masa ini juga, seseorang dihadapkan pada beberapa situasi nyata yang dapat memunculkan berbagai emosi yang berbeda-beda. Kurangnya kemampuan remaja untuk mengendalikan luapan emosi yang muncul di dalam diri mereka, ditambah dengan berbagai tuntutan dari pihak luar yang mengharuskan remaja untuk dapat bertanggung jawab dan berpikir secara rasional, menyebabkan remaja cenderung melampiaskan emosi mereka ke perkataan dan perbuatan sehari-hari. Kemajuan teknologi dan standar budaya di masyarakat mengakibatkan akses ke jejaring sosial sebagai wadah interaksi di dunia maya semakin mudah. Jejaring sosial yang mudah diakses tersebut dapat disalahgunakan oleh remaja sebagai sarana pelampiasan emosi mereka.

Berdasarkan latar belakang di atas, perlu diadakan sebuah kampanye yang bertujuan memberikan berbagai informasi positif kepada remaja, berkaitan dengan pengendalian emosi remaja di jejaring sosial. Kampanye yang dilakukan akan berpusat di lingkungan sekolah menengah pertama, mengingat sebagian besar waktu siswa SMP dalam sehari dihabiskan di lingkungan sekolah.

Kampanye akan dibagi menjadi 3 tahap, tahap Awareness, tahap Informing, dan tahap Reminding. Pada tahap Awareness, dipaparkan fakta-fakta yang ada di sekitar remaja berkaitan dengan topik yang dibahas. Eksistensi kampanye juga diharapkan dapat diketahui sejak tahap ini. Pada tahap Informing, ditampilkan berbagai solusi yang dapat dilakukan berkaitan dengan topik yang dibahas, termasuk dampak-dampak positif yang dapat diperoleh. Pada tahap reminding, target kembali diingatkan akan informasi-informasi yang ada pada tahap sebelumnya, untuk kemudian dipraktekkan dan diteruskan bahkan setelah masa kampanye berakhir.

Bentuk media yang digunakan sepanjang kampanye antara lain poster, brosur, dan beberapa jenis gimmick sebagai media fisik, dan page resmi kampanye di beberapa jejaring sosial sebagai media digital.

Dengan adanya kampanye ini, diharapkan remaja dapat lebih bersikap positif dalam menggunakan jejaring sosial sebagai salah satu media interaksi di dunia maya.

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN

| | |
|------------------------------|---|
| 1.1 Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 4 |
| 1.3 Ruang Lingkup Pembahasan | 4 |
| 1.4 Tujuan Perancangan | 5 |
| 1.5 Tehnik Pengumpulan Data | 5 |
| 1.6 Sistematika Penulisan | 6 |
| 1.7 Skema Perancangan | 8 |

BAB II LANDASAN TEORI

| | |
|-------------------------------------|----|
| 2.1 Definisi Kampanye | 9 |
| 2.2 Model Kampanye | 10 |
| 2.3 Definisi Emosi | 13 |
| 2.4 Definisi Remaja | 14 |
| 2.5 Pemahaman Diri Remaja | 15 |
| 2.6 Karakteristik Emosi Pada Remaja | 18 |

| | |
|------------------------------------|----|
| 2.7 Pengendalian Emosi Pada Remaja | 21 |
|------------------------------------|----|

BAB III URAIAN DATA DAN ANALISIS

| | |
|-----------------|----|
| 3.1 Uraian Data | 29 |
|-----------------|----|

| | |
|-------------------|----|
| 3.2 Analisis Data | 38 |
|-------------------|----|

BAB IV PEMECAHAN MASALAH

| | |
|-----------------------|----|
| 4.1 Konsep Komunikasi | 44 |
|-----------------------|----|

| | |
|--------------------|----|
| 4.2 Konsep Kreatif | 45 |
|--------------------|----|

| | |
|------------------|----|
| 4.3 Konsep Media | 48 |
|------------------|----|

| | |
|-----------------|----|
| 4.4 Hasil Karya | 52 |
|-----------------|----|

| | |
|----------------------------|----|
| 4.5 <i>Budget</i> Kampanye | 73 |
|----------------------------|----|

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

| | |
|----------------|----|
| 5.1 Kesimpulan | 75 |
|----------------|----|

| | |
|-----------|----|
| 5.2 Saran | 77 |
|-----------|----|

| | |
|-----------------------|----|
| DAFTAR PUSTAKA | 78 |
|-----------------------|----|

DAFTAR DIAGRAM

| | |
|---|----|
| Diagram 1.1 Skema Perancangan | 8 |
| Diagram 4.1 <i>Timeline</i> Kampanye | 48 |
| Diagram 4.2 <i>Budget</i> Kampanye: Poster dan Brosur | 73 |
| Diagram 4.3 <i>Budget</i> Kampanye: <i>Gimmick</i> | 74 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 2.1 Model Kampanye Nowak dan Warmeryd | 11 |
| Gambar 3.1 Logo Dinas Pendidikan Kota Bandung | 29 |
| Gambar 4.1 Logo Kampanye | 46 |
| Gambar 4.2 Font pada Media Kampanye | 47 |
| Gambar 4.3 Poster <i>Awareness 1</i> | 52 |
| Gambar 4.4 Poster <i>Awareness 2</i> | 53 |
| Gambar 4.5 Poster <i>Awareness 3</i> | 54 |
| Gambar 4.6 Brosur <i>Awareness 1-4</i> | 56 |
| Gambar 4.7 Brosur <i>Awareness 5-8</i> | 57 |
| Gambar 4.8 Poster <i>Informing 1</i> | 59 |
| Gambar 4.9 Poster <i>Informing 2</i> | 60 |
| Gambar 4.10 Poster <i>Informing 3</i> | 61 |
| Gambar 4.11 Brosur <i>Informing 1-4</i> | 63 |
| Gambar 4.12 Brosur <i>Informing 5-8</i> | 64 |
| Gambar 4.13 Poster <i>Reminding 1</i> | 66 |
| Gambar 4.14 <i>Gimmick: T-shirt</i> | 68 |

| | |
|--|----|
| Gambar 4.15 <i>Gimmick: Badge</i> | 69 |
| Gambar 4.16 <i>Gimmick: Sticker</i> | 70 |
| Gambar 4.17 <i>Page Resmi Kampanye di Jejaring Sosial Facebook</i> | 72 |
| Gambar 4.18 <i>Page Resmi Kampanye di Jejaring Sosial Twitter</i> | 72 |