

ABSTRAK

PERANCANGAN KAMPANYE UNTUK MEMPERERAT HUBUNGAN ANTAR ANGGOTA KELUARGA MELALUI GAME BOARD

Oleh

Helen Cahya

NRP 1064072

Peran orang tua dalam kehidupan seorang anak sangatlah penting, Tapi perkembangan teknologi saat ini tidak hanya memberikan dampak positif, tapi juga dampak negatif dalam hubungan anggota keluarga. Terutama pada anak-anak, mereka lebih sering menghabiskan waktu dengan *gadget* daripada bersama orang tua mereka. Ini menyebabkan hubungan orang tua dan anak menjadi renggang.

Maka dari itu, tujuan perancangan kampanye ini adalah untuk mengingatkan dan memberi informasi kepada orang tua bagaimana cara mendekatkan diri dengan anak menggunakan permainan, salah satunya *game board*. Manfaat perancangan kampanye ini adalah agar hubungan orang tua dan anak menjadi dekat dan orang tua juga mendapatkan hiburan.

Metode yang digunakan adalah dengan membuat *talk show* dan seminar, serta didukung dengan media poster, *ambience*, spanduk, x-banner, iklan koran, iklan majalah, media sosial, dan *game board*. Melalui perancangan kampanye ini, orang tua akan mendapat informasi tentang bagaimana cara mendekatkan diri dengan anak mereka menggunakan *game board*.

Kata kunci: anak, *board game*, orang tua, permainan

ABSTRACT

CAMPAIGN DESIGN TO STRENGTHEN RELATIONSHIP BETWEEN FAMILY MEMBER THROUGH GAME BOARD

Submitted by

Helen Cahya

NRP 1064072

Parent's role in a child's life is very important. However, current technology development is not only have positive impacts, but also have negative impacts on relationships between family members . Especially for children, they often spend more time with gadgets rather than with their parents. It makes the relationship between parents and child becomes strained.

Therefore, the goal of this campaign design is to remind and to inform parents how to get closer to children by using games, such as a game board. The benefit of campaign design is the relationship between parents and children become closer. Moreover, parents also get entertainment .

The method for this campaign is by making talk shows and seminars, and supporting media such as posters, ambience media, banners, x - banners, newspaper ads ,magazine ads, social media, and board games . Through this campaign design, parents will receive information about how to get closer to their children by using a game board .

Keywords : children, game board, game, parents

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii

BAB I : PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	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.....	4

BAB II : LANDASAN TEORI.....	5
2.1 Teori Kampanye.....	5
2.1.1 Pengertian Kampanye.....	5
2.1.2 Fungsi Kampanye.....	6
2.1.3 Jenis-Jenis Kampanye.....	7
2.1.4 Strategi Komunikasi Kampanye.....	8
2.1.4.1 Teori Konsep Komunikasi Kampanye.....	8
2.1.4.2 Teori Konsep Kreatif Kampanye.....	9

2.1.4.3 Teori Konsep Media Kampanye.....	9
2.1.5 Materi dan Isi Kampanye.....	10
2.2 Teori Kedekatan.....	10
2.2 Teori Psikologi Anak.....	12
2.3 Teori Nostalgia.....	13
2.4 Segmentasi, Targeting, dan Positioning.....	14
2.4.1 Segmentasi.....	14
2.4.2 Targeting.....	15
2.4.3 Positioning.....	15
2.5 Analisa SWOT.....	15
2.5.1 Streght (Kekuatan).....	15
2.5.2 Weakness (Kelemahan).....	15
2.5.3 Opportunities (Kesempatan).....	16
2.5.4 Threat (Ancaman).....	16
BAB III : DATA DAN ANALISIS MASALAH.....	17
3.1 Data dan Fakta.....	17
3.1.1 Perusahaan/Lembaga Terkait.....	19
3.1.1.1 RuMAH PARENTING.....	19
3.1.1.2 UNICEF Indonesia.....	20
3.1.1.3 Komisi Nasional Perlindungan Anak.....	22
3.1.2 Proyek Sejenis : Bobo Fair 2013.....	24
3.1.3 Proyek Sejenis : Sekolah Orang Tua.....	26
3.1.4 Kuesioner.....	27
3.1.5 Wawancara.....	33
3.2 Analisis Terhadap Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta.....	47
BAB IV: PEMECAHAN MASALAH.....	50
4.1 Konsep Komunikasi.....	50
4.1.1 Tahapan Kampanye.....	50
4.1.2 Creative Brief.....	51
4.2 Konsep Kreatif.....	53

4.2.1 Konsep Verbal.....	53
4.2.2 Konsep Visual.....	53
4.3 Konsep Media.....	54
4.4 Hasil Karya.....	55
4.4.1 Rangkaian Kampanye.....	55
4.4.2 Logo.....	57
4.4.3 Sosial Media.....	58
4.4.4 Ambience.....	59
4.4.5 Poster.....	62
4.4.6 Iklan Majalah dan Iklan Koran.....	64
4.4.7 Spanduk.....	65
4.4.8 X Banner.....	66
4.4.9 Gimmick.....	66
4.5 Budgeting.....	70
BAB 5 : KESIMPULAN DAN SARAN.....	72
5.1 Kesimpulan.....	72
5.2 Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA.....	74
SARAN DAN KOMENTAR DARI DOSEN PENGUJI.....	76
DATA PENULIS.....	77
UCAPAN TERIMA KASIH.....	78
LAMPIRAN.....	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	Logo RuMAH PARENTING	19
Gambar 3.2	Logo UNICEF.....	20
Gambar 3.3	Logo Komisi Nasional Perlindungan Anak.....	22
Gambar 3.5	Logo Bobo Fair.....	24
Gambar 3.6	Suasana Bobo Fair.....	24
Gambar 3.7	Aktivitas di Bobo Fair.....	25
Gambar 3.8	Logo Sekolah Orang Tua.....	26
Gambar 3.9	Poster Seminar Sekolah Orang Tua.....	27
Gambar 4.1	Logo PEREKAT.....	57
Gambar 4.2	Media Sosial Facebook dan Twitter.....	58
Gambar 4.3	<i>Ambience di escalator mall di Bandung</i>	59
Gambar 4.4	<i>Trolley belanja di supermarket</i>	60
Gambar 4.5	<i>Ambience di Tembok</i>	60
Gambar 4.6	<i>Ambience di meja café</i>	61
Gambar 4.7	Poster <i>teaser</i> dalam tahap <i>awareness</i>	62
Gambar 4.8	Poster <i>talk show</i> dan seminar pada tahap <i>informing</i>	63
Gambar 4.9	Iklan koran.....	64
Gambar 4.10	Iklan majalah.....	65
Gambar 4.11	Spanduk.....	66
Gambar 4.12	X banner.....	66
Gambar 4.13	<i>Game board</i> PEREKAT.....	67
Gambar 4.14	Bidak.....	68
Gambar 4.15	Kartu.....	69
Gambar 4.16	Mug PEREKAT.....	70

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Tabel hasil kuesioner 1	28
Tabel 3.2	Tabel hasil kuesioner 2	28
Tabel 3.3	Tabel hasil kuesioner 3	29
Tabel 3.4	Tabel hasil kuesioner 4.....	29
Tabel 3.5	Tabel hasil kuesioner 5.....	30
Tabel 3.6	Tabel hasil kuesioner 6.....	30
Tabel 3.7	Tabel hasil kuesioner 7.....	31
Tabel 3.8	Tabel hasil kuesioner 8.....	32
Tabel 3.9	Tabel hasil kuesioner 9.....	32
Tabel 3.10	Tabel hasil kuesioner 10	33
Tabel 4.1	Tabel rangkaian kampanye.....	56