

ABSTRAK

PERANCANGAN KAMPANYE “RAYAKAN PERBEDAAN” DALAM UPAYA MENINGKATKAN RASA TOLERANSI PADA KAUM MUDA

Oleh

Kristi Airin Sangari

NRP 1164113

Indonesia adalah sebuah negara dengan banyak suku, budaya dan agama yang berbeda-beda. Dari Sabang sampai Merauke, Indonesia memiliki 13.466 pulau dengan lebih dari 237 juta jiwa. Tak hanya itu, Indonesia juga memiliki lebih dari 300 suku dan lebih dari 721 bahasa daerah. Namun sangat disayangkan tidak semua rakyat Indonesia memahami keragaman tersebut. Masih terdapat banyak kasus intoleransi di lingkungan masyarakat. Padahal keragaman tersebut yang menjadikan Indonesia negara yang kaya.

Maka dari itu, tujuan perancangan ini adalah untuk menumbuhkan dan meningkatkan toleransi antar suku pada kaum muda yang merupakan generasi penerus bangsa. Manfaat perancangan ini adalah agar kaum muda dapat saling menerima dan menghormati perbedaan yang ada di Indonesia.

Metode yang digunakan ialah dengan membuat kampanye sosial dengan media cetak, media elektronik serta ambient media. Melalui perancangan kampanye sosial ini, kaum muda sebagai target audiens dapat mengenal kelompok etnis yang ada di Indonesia serta diingatkan untuk saling menerima perbedaan yang ada.

Kata kunci: Keragaman, Toleransi, Indonesia, Kampanye

ABSTRACT

THE DESIGN OF “RAYAKAN PERBEDAAN” CAMPAIGN IN EFFORTS OF INCREASING THE TOLERANCE OF THE YONGER GENERATION

Submitted by

Kristi Airin Sangari

NRP 1164113

Indonesia is multicultural. It has 13.466 islands and more than 237 million people. Not only that, Indonesia has 300 different tribes with 721 local languages. But it is very unfortunate that such divergence is not tolerated enough. A lot of intolerance out of those causes occurs in the society, which as a matter of fact enriches the Indonesians.

Thus, this design is to encourage and heighten tolerance among the youngsters who will determine the continuity of Indonesia as a country. They must realize that differences are to be cherished and respected.

The method that is used is a social campaign through printed, electronic, and ambient media. This campaign definitely is designed to remind the youngsters to accept differences in their lives.

Keywords: tolerance, divergence, Indonesia, campaign

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR DIAGRAM	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
 BAB I : 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.....	4
 BAB II : LANDASAN TEORI	 5
2.1 Pengertian Toleransi.....	5
2.2 Pengertian Suku Bangsa atau Etnis	5
2.3 Pengertian Ras	6
2.4 Pengertian Pluralisme.....	6
2.5 Teori Kampanye Sosial.....	6
2.5.1 Pengertian Kampanye Sosial.....	7
2.5.2 Ciri Pokok Kampanye	7
2.5.3 Prinsip Kampanye	7
2.6 Teori Visual Seni Rupa	8

2.7 Teori Verbal	8
2.8 Pemilihan Media	9
 BAB III : DATA DAN ANALISIS MASALAH.....	11
3.1 Data dan Fakta	11
3.1.1 Lembaga Terkait, <i>Mandatory</i> dan <i>Sponsorship</i>	11
3.1.2 Data Permasalahan	14
3.1.3 Proyek/ Persoalan Sejenis	26
3.2 Analisis Terhadap Permasalahan berdasarkan Data dan Fakta	27
3.2.1 Analisis Data	27
3.2.2 Analisis SWOT Perancangan.....	29
3.2.3 Analisis STP Perancangan	30
 BAB IV : PEMECAHAN MASALAH.....	32
4.1 Konsep Komunikasi	32
4.2 Konsep Kreatif	32
4.3 Konsep Media	33
4.3.1 <i>Timeline</i>	34
4.4 Hasil Karya.....	35
4.4.1 Identitas	35
4.4.2 Media Cetak	38
4.4.3 Media Elektronik.....	42
4.4.4 <i>Event</i>	46
4.4.5 <i>Ambient Media</i>	55
4.4.6 <i>Budgeting</i>	59
 BAB V : PENUTUP	62
5.1 Kesimpulan	62
5.2 Saran	63
 DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN	66

DATA PENULIS	77
UCAPAN TERIMA KASIH	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Logo Aliansi Nasional Bhinneka Tunggal Ika	11
Gambar 3.2 Logo Komunitas Kami Anak Bangsa	12
Gambar 3.3 Logo PT. Bank Rakyat Indonesia	13
Gambar 3.4 Logo BRI Peduli, Bangga Berindonesia	14
Gambar 3.5 Logo Bandung Lautan Damai tahun 2014	26
Gambar 3.6 Aksi kampanye toleransi Bandung Lautan Damai	26
Gambar 4.1 Logo Kampanye Rayakan Perbedaan	35
Gambar 4.2 Warna Identitas Kampanye Rayakan Perbedaan.....	36
Gambar 4.3 Warna Utama Kampanye Rayakan Perbedaan	36
Gambar 4.4 Warna Pendukung I Kampanye Rayakan Perbedaan	36
Gambar 4.5 Warna Pendukung II Kampanye Rayakan Perbedaan	37
Gambar 4.6 Tipografi Utama Kampanye Rayakan Perbedaan	37
Gambar 4.7 Tipografi Pendukung Kampanye Rayakan Perbedaan	37
Gambar 4.8 Poster <i>Informing</i> Edisi 1 dan 2	38
Gambar 4.9 Poster <i>Informing</i> Edisi 3 dan 4	38
Gambar 4.10 Poster <i>Persuading</i> Edisi 1 dan 2	39
Gambar 4.11 Poster <i>Persuading</i> Edisi 3 dan 4	40
Gambar 4.12 Poster <i>Reminding</i> Edisi 1 dan 2	41
Gambar 4.13 Poster <i>Reminding</i> Edisi 3 dan 4	41
Gambar 4.14 Akun Instagram Kampanye Rayakan Perbedaan	42
Gambar 4.15 Akun Twitter Kampanye Rayakan Perbedaan	43
Gambar 4.16 Akun LINE Kampanye Rayakan Perbedaan	43
Gambar 4.17 Tampilan <i>Sticker</i> LINE	44
Gambar 4.18 <i>Sticker</i> LINE Kampanye Rayakan Perbedaan	45
Gambar 4.19 <i>Timeline</i> Facebook <i>Page</i> Kampanye	45
Gambar 4.20 <i>About</i> Facebook <i>Page</i> Kampanye	46
Gambar 4.21 Poster <i>Event</i> “ <i>Ethnic Festival</i> ”	47
Gambar 4.22 Poster <i>Event</i> “ <i>Ethnic Festival</i> ” di Instagram	47
Gambar 4.23 <i>Photobooth</i> “ <i>Ethnic Festival</i> ”	48

Gambar 4.24 <i>Props Photobooth “Ethnic Festival”</i>	48
Gambar 4.25 Brosur I Tampak Depan	49
Gambar 4.26 Brosur I Tampak Dalam	49
Gambar 4.27 Brosur I Tampak Belakang	50
Gambar 4.28 Brosur II	50
Gambar 4.29 <i>Sticker</i>	51
Gambar 4.30 Kalender 1 dan 2.....	51
Gambar 4.31 Kalender 3 dan 4.....	52
Gambar 4.32 Kalender 5 dan 6.....	52
Gambar 4.33 Bagian Belakang Kalender 1 dan 4	52
Gambar 4.34 Bagian Belakang Kalender 2 dan 5	53
Gambar 4.35 Bagian Belakang Kalender 3 dan 6	53
Gambar 4.36 Pembatas <i>Notebook</i> 1 dan 2.....	54
Gambar 4.37 Pembatas <i>Notebook</i> 3 dan 4.....	54
Gambar 4.38 Pembatas <i>Notebook</i> 5	55
Gambar 4.39 Desain <i>Ambient</i> I	55
Gambar 4.40 Desain <i>Ambient</i> I Pintu masuk Gedung Tampak Depan	56
Gambar 4.41 Desain <i>Ambient</i> II	56
Gambar 4.42 Desain <i>Ambient</i> II Dinding depan Lift Tampak Depan	57
Gambar 4.43 Desain <i>Ambient</i> III	57
Gambar 4.44 Desain <i>Ambient</i> III Lantai depan Papan Pengumuman	58
Gambar 4.45 Desain <i>Ambient</i> IV	58
Gambar 4.46 Desain <i>Ambient</i> IV Dinding Food Court Luar	59
Gambar 4.47 Desain <i>Ambient</i> IV Dinding samping Lift	59

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 3.1 Usia Responden.....	19
Diagram 3.2 Pekerjaan Responden	20
Diagram 3.3 Kota Domisili Responden	20
Diagram 3.4 Pendapat Responden Mengenai Suku dan Ras	21
Diagram 3.5 Tingkat Kepedulian Responden	21
Diagram 3.6 Pertemanan Responden dengan Ras berbeda	22
Diagram 3.7 Peristiwa <i>Bully</i> atau ditindas	22
Diagram 3.8 Kesenangan kepada suatu Suku dan Ras	23
Diagram 3.9 Peristiwa Intoleransi	23
Diagram 3.10 Perhatian Pemerintah	24
Diagram 3.11 Kontribusi Pemerintah	24
Diagram 3.12 Media Mengakses Informasi	25

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 <i>Timeline</i> Kampanye	34
Tabel 4.2 <i>Budgeting</i> Kampanye	59

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Kuesioner	65
Lampiran B Sketsa Perancangan	67