

ABSTRAK

PERANCANGAN KAMPANYE PERAWATAN ORGAN REPRODUKSI UNTUK REMAJA PUTRI

Oleh
Novia Amadea Rosabel
NRP 1164033

Masa remaja merupakan masa peralihan dari masa kanak-kanak ke masa dewasa atau yang biasa dikenal dengan pubertas. Masa ini ditandai dengan perubahan-perubahan pada organ reproduksi, fisik, dan mental yang menjadi matang. Di Bandung, 80% remaja wanita tidak sadar akan beberapa kebiasaan kecil berpengaruh besar terhadap kesehatan alat reproduksinya yang akan menimbulkan penyakit. Oleh karena itu, perlu dibuat sebuah perancangan kampanye untuk mengedukasi pada remaja putri agar menjaga sistem reproduksinya dengan benar sehingga terhindar dari kemungkinan buruk yang terjadi di masa depan menyangkut sistem reproduksinya. Manfaat perancangan ini adalah agar para remaja putri dapat mengenal cara menjaga organ reproduksinya dengan benar dan menjadikannya sebagai kebiasaan baik di kehidupannya.

Konsep kreatif yang digunakan adalah dengan membagi media kampanye menjadi media utama dan media pendamping. Media utama berupa situs komputer dan acara kecil yang diadakan di beberapa mal dengan video rekaman untuk mengenalkan lima cara yang tepat menjaga organ reproduksi. Media pendamping dibagi menjadi media promosi dan media pengingat kampanye berupa poster yang disebar ke berbagai sekolah dan kampus, iklan pada situs komputer, stiker LINE dan media-media sosial. Foto dilakukan oleh remaja-remaja putri sebagai tanda keikutsertaan mendukung kampanye.

Kata kunci: kampanye, remaja putri, organ reproduksi

ABSTRACT

THE DESIGN FOR A CAMPAIGN TO CARE ABOUT REPRODUCTIVE ORGANS FOR YOUNG WOMEN

Submitted by
Novia Amadea Rosabel
NRP 1164033

Adolescence is a time of transition from childhood to adulthood or commonly known as puberty. This period is characterized by changes in the reproductive organs, physically, and mentally which become mature. In Bandung, 80% of young women are not aware of some small habits have a big impact on the health of the reproductive organs which would cause disease. Therefore, a design is needed to make a campaign to educate the young people in order to look after the reproductive system properly to avoid the negative possible situation which could happen in the future regarding the reproductive system. The benefit of this design is that the young women will know how to look after their reproductive organs properly and make it into good habits in their life.

The creative concept used is to divide the campaign media into a main media and supporting media. The main media is in the form of computer sites and small events which will be held in some malls with video footage to introduce five right ways to look after the reproductive organs. The supporting media is divided into a campaign media and reminder media in the form of campaign posters which are distributed to various schools and campuses, advertising on computer sites, stickers LINE and social media. Photos are carried out by teenage girls as a sign of participation to support the campaign.

Keywords: campaign, young women, reproductive organs

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 TABEL.....	xii
DAFTAR DIAGRAM.....	xiii
BAB I: PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1-2
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup.....	3
1.3 Tujuan Perancangan.....	3
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	3-4
1.5 Skema Perancangan.....	5
BAB II: LANDASAN TEORI	
2.1 Teori Kampanye.....	6
2.1.1 Definisi Kampanye.....	6
2.1.1 Jenis-jenis Kampanye.....	6-7
2.1.1 Media Kampanye.....	7-9
2.1.1 Teknik Persuasi.....	9-11
2.2 Tinjauan	11
2.2.1 Remaja.....	11-12
2.2.2 Pola Sehat Menjaga Daerah Kewanitaan.....	13-14

BAB III: DATA DAN FAKTA

3.1 Data dan Fakta.....	15
3.1.1 Dinas Kota Bandung.....	15-17
3.1.2 Data Penunjang.....	17
3.1.2.1 Data Hasil Survei Kuisioner.....	17-27
3.1.2.2 Data Hasil Wawancara Dengan Beberapa Dokter.....	28
3.1.2.3 Data Teoritis Dari Buku-Buku.....	28-30
3.1.3 Data Tinjauan Proyek Sejenis.....	30-41
3.1.3.1 Proyek Nyata Sebuah Buku.....	30
3.1.3.2 Proyek Nyata Kampanye Kesehatan Wanita.....	32-34
3.1.3.3 Proyek Nyata Kampanye Kesehatan Gigi bersama Pepsodent.....	34-41
3.1.4 Sponsor Kampanye.....	41-42
3.1.4 Analisis Masalah Melalui STP dan SWOT.....	43
3.1.4.1 Segmentasi, Targeting dan Positioning (STP).....	43-44
3.1.4.2 Strength, Weakness, Opportunities, dan Threats (SWOT).....	44

BAB IV: PEMECAHAN MASALAH

4.1 Konsep Komunikasi.....	45-47
4.2 Konsep Kreatif.....	48-51
4.3 Konsep Media.....	51
4.3.1 Media Utama	51-52
4.3.2 Media Pendamping	53-54
4.3.3 Timeline Media.....	55
4.3.4 Budgeting Media.....	55-57
4.4 Hasil Karya.....	57-70

BAB V: PENUTUP

5.1 Kesimpulan.....	71
5.2 Saran.....	72

DAFTAR PUSTAKA.....	xiv
LAMPIRAN.....	xv
DATA PENULIS.....	xvi
UCAPAN TERIMA KASIH.....	xvii

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Skema Perancangan Penelitian.....	5
Gambar 3.1 Logo Dinas Kesehatan.....	15
Gambar 3.2 Daftar Pertanyaan Kuisisioner page 1.....	17
Gambar 3.3 Daftar Pertanyaan Kuisisioner page 2.....	18
Gambar 3.4 Daftar Pertanyaan Kuisisioner page 3.....	18
Gambar 3.5 Daftar Pertanyaan Kuisisioner page 4.....	19
Gambar 3.6 Gambar Buku Why Pubertas.....	31
Gambar 3.7 Kampanye Majalah Nova Tentang Kanker Serviks.....	32
Gambar 3.8 Kampanye Majalah Nova Tentang Kanker Serviks.....	33
Gambar 3.9 Kampanye Majalah Nova Tentang Kanker Serviks.....	33
Gambar 3.10 Kampanye Majalah Nova Tentang Kesehatan Wanita.....	34
Gambar 3.11 Kampanye Pepsodent Peduli Gigi dan Mulut.....	35
Gambar 3.12 Kampanye Pepsodent Peduli Gigi dan Mulut.....	36
Gambar 3.13 Website Unilever.....	37
Gambar 3.14 Event Edukasi Pepsodent.....	38
Gambar 3.15 Baliho Kampanye Pepsodent Peduli Gigi dan Mulut.....	39
Gambar 3.16 Poster Kampanye Pepsodent Peduli Gigi dan Mulut.....	39
Gambar 3.17 Poster Kampanye Pepsodent Peduli Gigi dan Mulut.....	40
Gambar 3.18 Poster Kampanye Pepsodent Peduli Gigi dan Mulut.....	41
Gambar 3.19 Sabun Absolute Feminine Hygiene.....	42
Gambar 3.20 Website Carefree Panty liner.....	42
Gambar 4.1 Logo Kampanye.....	45
Gambar 4.2 Palet Warna.....	46
Gambar 4.3 BW, Grayscale, Invert.....	47
Gambar 4.4 Grid.....	47
Gambar 4.5 Logo Scale.....	47
Gambar 4.6 Tipografi.....	49
Gambar 4.7 Diva Kampanye Care V	50
Gambar 4.8 Media Poster.....	58

Gambar 4.9 Media Iklan Sticker LINE	58
Gambar 4.10 Media Sticker LINE	58
Gambar 4.11 Media Quotes	60
Gambar 4.12 Media Instagram	61
Gambar 4.13 Media Utama Website	62
Gambar 4.14 Media Utama Website	63
Gambar 4.15 Media Utama Photobooth Tampak Depan	64
Gambar 4.16 Media Utama Photobooth Tampak Belakang	65
Gambar 4.17 Buku Agenda Tampak Depan.....	65
Gambar 4.18 Buku Agenda Tampak Belakang	65
Gambar 4.19 Halaman Buku Agenda 1	66
Gambar 4.20 Halaman Buku Agenda 2	66
Gambar 4.21 Halaman Buku Agenda 3	67
Gambar 4.22 Halaman Buku Agenda 4	67
Gambar 4.23 Bodybag 7 Seri	68
Gambar 4.24 Bodybag Kamapnye	69
Gambar 4.25 Sticker LINE Reminding	70

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 3.1 Diagram Hasil Kuisisioner Kebiasaan Remaja Putri.....	19
Diagram 3.2 Diagram Hasil Jawaban Pertanyaan 1.....	20
Diagram 3.3 Diagram Hasil Jawaban Pertanyaan 2.....	21
Diagram 3.4 Diagram Hasil Jawaban Pertanyaan 3.....	21
Diagram 3.5 Diagram Hasil Jawaban Pertanyaan 4.....	22
Diagram 3.6 Diagram Hasil Jawaban Pertanyaan 5.....	23
Diagram 3.7 Diagram Hasil Jawaban Pertanyaan 6.....	23
Diagram 3.8 Diagram Hasil Jawaban Pertanyaan 7.....	24
Diagram 3.9 Diagram Hasil Jawaban Pertanyaan 8.....	25
Diagram 3.10 Diagram Hasil Jawaban Pertanyaan 9.....	25
Diagram 3.11 Diagram Hasil Jawaban Pertanyaan 10.....	26
Diagram 3.12 Diagram Hasil Jawaban Pertanyaan 11.....	27
Diagram 4.3 Timeline Media.....	55
Diagram 4.3.1 Budget Media.....	57