

**ABSTRAK**

**PERANCANGAN KAMPANYE MEMBANGUN KEBIASAAN  
ANAK UNTUK MEMBUANG SAMPAH  
PADA TEMPATNYA SEJAK DINI**

**Oleh**  
**Ria Melina Tiurma Sitanggang**  
**1164087**

Kebersihan merupakan hal yang sering terlupakan oleh masyarakat kota Bandung. Kebiasaan membuang sampah sembarangan merupakan pemicu utama dari terabaikannya kebersihan lingkungan. Berdasarkan data yang terkumpul, sampah rumah tangga di kota Bandung merupakan masalah yang belum berhasil ditanggulangi, hal ini dikarenakan sampah yang dibuang tidak berada pada tempatnya. Usia dini adalah waktu yang tepat untuk membangun kebiasaan untuk membuang sampah pada tempatnya, karena anak merekam apa yang dilakukan oleh orangtua mereka. Dengan adanya kampanye ini, diharapkan masyarakat kota Bandung dapat memiliki kebiasaan baru yaitu membuang sampah pada tempatnya dan dimulai dari keluarga.

Ibu menjadi target kampanye karena permasalahan membangun kebiasaan ini harus dilakukan oleh orang terdekat dari anak usia dini karena mereka masih dalam masa pembentukan. Dengan terbangunnya kebiasaan membuang sampah pada tempatnya ini diharapkan ibu dan anak usia dini dapat mengutamakan kebersihan dimanapun mereka berada.

Media utama kampanye yang digunakan adalah poster dengan konsep *before-after* untuk menyampaikan kesehatan yang tercipta saat sesudah membuang sampah pada tempatnya. Media pendukung yang digunakan adalah koran, tabloid, x-banner, stiker iklan, media sosial, dan *gimmick* yang menggunakan teknik fotografi dan ilustrasi.

Kata kunci: bersih, sehat, nyaman

## **ABSTRACT**

### **THE CAMPAIGN DESIGN OF CHILDREN'S HABITS NOT TO LITTER SINCE EARLY AGE**

*Ria Melina Tiurma Sitanggang*

*1164087*

*Cleanliness is something Bandung people tend to ignore. Littering is the ultimate cause of cleanliness far from being ideal. Sources have it that household wastes are problems of which the solution is way far beyond finished. Thus, children, since an early age, must accustom themselves to throw away litter in the proper place since children imitate what adults and their parents do. Thus, this campaign is meant to make Bandung people realize to always dispose garbage in the garbage bin and that must start from the family.*

*It is parents like mother, as usually children are attached to, that a child can learn this discipline as they are still innocent and likely to be nurtured well. Once the children grasp the knowledge, they will priorities cleanliness.*

*The main idea of this campaign is through before-after posters that display the condition of pre and post reckless disposal. The supporting media are newspapers, tabloids, x-banner, advertisement stickers, social media, and gimmick with photography and illustration technique.*

*Keywords: cleanliness, health, comfort*

## DAFTAR ISI

|                                                                     |             |
|---------------------------------------------------------------------|-------------|
| <b>HALAMAN JUDUL .....</b>                                          | <b>i</b>    |
| <b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>                                      | <b>ii</b>   |
| <b>PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN .....</b>              | <b>iii</b>  |
| <b>PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN .....</b>                           | <b>iv</b>   |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                                          | <b>v</b>    |
| <b>ABSTRAK .....</b>                                                | <b>vii</b>  |
| <b>ABSTRACT .....</b>                                               | <b>viii</b> |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                                              | <b>ix</b>   |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                                           | <b>xi</b>   |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                                           | <b>xii</b>  |
| <br>                                                                |             |
| <b>BAB I : PENDAHULUAN.....</b>                                     | <b>1</b>    |
| 1.1 Latar Belakang Masalah .....                                    | 1           |
| 1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup .....                            | 2           |
| 1.3 Tujuan Perancangan .....                                        | 2           |
| 1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data .....                        | 3           |
| 1.5 Skema Perancangan .....                                         | 4           |
| <br>                                                                |             |
| <b>BAB II : LANDASAN TEORI .....</b>                                | <b>5</b>    |
| 2.1 Teori Psikologi Anak Usia Dini .....                            | 5           |
| 2.2 Pengertian Kampanye .....                                       | 6           |
| 2.2.1 Jenis - Jenis Kampanye .....                                  | 6           |
| 2.3 Kebersihan .....                                                | 7           |
| 2.3.1 Sampah Perkotaan .....                                        | 7           |
| 2.4 Logo .....                                                      | 8           |
| 2.5 Ilustrasi .....                                                 | 9           |
| <br>                                                                |             |
| <b>BAB III: DATA DAN ANALISIS MASALAH .....</b>                     | <b>11</b>   |
| 3.1 Data dan Fakta .....                                            | 11          |
| 3.1.1 Perusahaan / Lembaga Terkait .....                            | 11          |
| 3.1.1.1 Mandatori .....                                             | 12          |
| 3.1.1.2 Institusi Terkait .....                                     | 14          |
| 3.1.1.3 Sponsorship .....                                           | 16          |
| 3.1.2 Data tentang Gejala / Fenomena yang Terjadi .....             | 16          |
| 3.1.2.1 Data Hasil Wawancara Psikolog .....                         | 18          |
| 3.1.2.2 Data Hasil Kuesioner kepada Orangtua .....                  | 20          |
| 3.1.3 Tinjauan Terhadap Proyek Sejenis .....                        | 25          |
| 3.2 Analisis Terhadap Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta ..... | 26          |
| 3.2.1 Analisa SWOT Sampah .....                                     | 26          |

|                                            |           |
|--------------------------------------------|-----------|
| 3.2.2 Analisa SWOT Pemecahan Masalah ..... | 27        |
| 3.2.3 Analisa STP Pemecahan Masalah .....  | 27        |
| <b>BAB IV: PEMECAHAN MASALAH .....</b>     | <b>29</b> |
| <b>4.1 Konsep Komunikasi .....</b>         | <b>29</b> |
| <b>4.2 Konsep Kreatif .....</b>            | <b>29</b> |
| 4.2.1 Konsep Verbal .....                  | 30        |
| 4.2.2 Konsep Judul .....                   | 30        |
| 4.2.3 Konsep Visual .....                  | 30        |
| 4.2.4 Konsep Logo .....                    | 31        |
| 4.2.5 Konsep Warna .....                   | 31        |
| 4.2.6 Konsep Tipografi .....               | 32        |
| 4.2.7 Konsep <i>Layout</i> .....           | 33        |
| <b>4.3 Konsep Media .....</b>              | <b>33</b> |
| <b>4.4 Hasil Karya .....</b>               | <b>34</b> |
| 4.4.1 Poster .....                         | 34        |
| 4.4.2 Koran .....                          | 37        |
| 4.4.3 Tabloid .....                        | 40        |
| 4.4.4 <i>X-Banner</i> .....                | 41        |
| 4.4.5 <i>Gimmick</i> .....                 | 42        |
| 4.4.6 Media Sosial Facebook .....          | 44        |
| 4.4.7 Media Sosial Instagram .....         | 45        |
| <b>4.5 Budgeting .....</b>                 | <b>47</b> |
| <b>BAB V: PENUTUP .....</b>                | <b>48</b> |
| <b>5.1 Simpulan .....</b>                  | <b>48</b> |
| <b>5.2 Saran .....</b>                     | <b>48</b> |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                | <b>49</b> |

## DAFTAR GAMBAR

|             |                                       |    |
|-------------|---------------------------------------|----|
| Gambar 1.1  | Skema Perancangan.....                | 4  |
| Gambar 3.1  | Logo Bhayangkari .....                | 12 |
| Gambar 3.2  | Struktur Organisasi Bhayangkari ..... | 13 |
| Gambar 3.3  | Logo PD Kebersihan .....              | 14 |
| Gambar 3.4  | Logo Lion Star .....                  | 16 |
| Gambar 3.5  | Diagram Tindakan Orangtua 1 .....     | 20 |
| Gambar 3.6  | Diagram Tindakan Orangtua 2 .....     | 20 |
| Gambar 3.7  | Diagram Tindakan Orangtua 3 .....     | 21 |
| Gambar 3.8  | Diagram Tindakan Orangtua 4 .....     | 21 |
| Gambar 3.9  | Diagram Tindakan Orangtua 5 .....     | 22 |
| Gambar 3.10 | Diagram Tindakan Orangtua 6 .....     | 22 |
| Gambar 3.11 | Diagram Tindakan Orangtua 7 .....     | 23 |
| Gambar 3.12 | Diagram Tindakan Orangtua 8 .....     | 23 |
| Gambar 3.13 | Poster Karya Sejenis.....             | 25 |
| Gambar 4.1  | Logo Kampanye .....                   | 31 |
| Gambar 4.2  | Timeline Media .....                  | 33 |
| Gambar 4.3  | Poster <i>Awareness</i> .....         | 34 |
| Gambar 4.4  | Poster <i>Awareness</i> .....         | 35 |
| Gambar 4.5  | Poster <i>Informing</i> .....         | 36 |
| Gambar 4.6  | Koran <i>Awareness</i> .....          | 37 |
| Gambar 4.7  | Koran <i>Awareness</i> .....          | 38 |
| Gambar 4.8  | Koran <i>Informing</i> .....          | 39 |
| Gambar 4.9  | Tabloid <i>Informing</i> .....        | 40 |
| Gambar 4.10 | X-Banner <i>Informing</i> .....       | 41 |
| Gambar 4.11 | Gimmick <i>Totebag</i> .....          | 42 |
| Gambar 4.12 | Gimmick <i>Totebag</i> .....          | 42 |
| Gambar 4.13 | Gimmick <i>Totebag</i> .....          | 43 |
| Gambar 4.14 | Gimmick Botol Minum .....             | 43 |
| Gambar 4.15 | Media Sosial Facebook .....           | 44 |
| Gambar 4.16 | Media Sosial Instagram .....          | 45 |
| Gambar 4.17 | Media Sosial Instagram .....          | 46 |

## DAFTAR TABEL

|                                        |    |
|----------------------------------------|----|
| Tabel 4.1 Tabel <i>Budgeting</i> ..... | 47 |
|----------------------------------------|----|