

ABSTRAK

Insomnia merupakan gangguan tidur yang paling umum, dialami oleh populasi masyarakat global terutama di era modernisasi ini. Berdasarkan hasil kuesioner pada target audiens berusia 24-30 tahun di Bandung, Indonesia, hingga 7 dari 10 orang dapat mengalami insomnia dengan jenis yang berbeda-beda. Tidur yang terganggu dapat menjadi penyebab gangguan kesehatan fisik dan mental, terutama jika tidak ditanggulangi sejak dini – di mana insomnia sebagai gangguan tidur dapat terasimilasi secara permanen menjadi suatu kebiasaan. Merujuk pada faktor-faktor tersebut, perancangan kampanye ini dibuat dengan tujuan untuk menimbulkan kesadaran pada masyarakat khususnya penderita insomnia untuk mencegah serta mengatasi permasalahan tersebut secara aktif. Kampanye dengan judul “NO INSOM!” ini akan menyampaikan definisi insomnia dan cara mengatasinya, serta manfaat dari tidur yang cukup. Kampanye yang berlangsung selama satu tahun akan disampaikan melalui media utama yakni poster infografik berseri, yang didukung dengan poster *awareness* serta *reminding*, brosur, sosmed, banner, X-banner, dan *gimmick*. Menggunakan komunikasi visual yang tepat, hal-hal yang perlu disampaikan kepada target audiens dapat diterima serta diingat, sehingga diharapkan dapat menimbulkan dampak positif berupa peningkatan pada konsentrasi, daya pikir, dan produktivitas.

Kata Kunci: infografik, insomnia, manfaat, tidur.

ABSTRACT

Insomnia is the most common sleeping problem in the modern era. Based on the result of a questionnaire to target audience between 24-30 years old in Bandung, 7 out of 10 people experience insomnia at different levels. Disturbed sleep can cause some physical and mental illness especially when not treated at the early stage – insomnia as a sleeping disturbance can be assimilated permanently and becomes a habit. Referring to those factors, this campaign design is made to create people’s awareness especially those with insomnia to actively prevent and deal with this problem. This campaign is titled “No Insom” will deliver the definition of insomnia and how to solve them also the benefits of having enough sleep. The campaign will be run for one year and will be channeled using a main medium which is a series info-graphic poster, supported by posters for awareness and reminder, brochures, social media, banner, X-banner, and gimmicks. By using appropriate visual communication, the message will reach and be accepted by the audience and also be remembered so it is hoped that it can give positive impacts such as improved concentration, thinking ability, and productivity.

Keywords: info-graphic, insomnia, benefits, sleep.

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	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
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	6
2.1 Definisi Umum Insomnia	6
2.2 Teori Kampanye	6
2.2.1 Definisi Kampanye	6
2.2.2 Tujuan Kampanye	7
2.2.3 Syarat Kampanye	7
2.2.4 Jenis Kampanye	7
2.2.5 Model Kampanye	8
2.3 Tinjauan dari Sisi Kesehatan	9
BAB III : DATA DAN ANALISIS MASALAH	15

3.1	Data dan Fakta	15
3.1.1	Lembaga Terkait dan Fenomena	16
3.1.2	Data Gejala/Fenomena yang Terjadi	16
3.1.3	Tinjauan Proyek/Karya Sejenis	23
3.2	Analisis Terhadap Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta	25
3.2.1	Segmentation, Targeting, Positioning	25
3.2.2	Analisis SWOT	26
BAB IV : PEMECAHAN MASALAH		27
4.1	Konsep Komunikasi	27
4.2	Konsep Kreatif	27
4.3	Konsep Media	30
4.3.1	Media Promosi	31
4.4	Hasil Karya	33
4.4.1	Logo	33
4.4.2	Poster	34
4.4.3	Brosur	40
4.4.4	Banner dan X-banner	41
4.4.5	Media Sosial	43
4.4.6	PowerPoint	45
4.4.7	Gimmick	46
4.5	Biaya dan Budgeting	47
4.5.1	Poster	47
4.5.2	Brosur	48
4.5.3	Banner dan X-banner	48
4.5.4	Gimmick	48
4.5.5	Total Biaya	49
BAB V : PENUTUP		50
5.1	Simpulan	50
5.2	Saran	50
DAFTAR PUSTAKA		52
LAMPIRAN		54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1	<i>Timeline</i> kampanye “NO INSOM!”	31
Gambar 4.2	Logo kampanye “NO INSOM!”	33
Gambar 4.3	Alternatif warna logo yang diaplikasikan pada media lain	33
Gambar 4.4	Poster <i>awareness</i> pertama	35
Gambar 4.5	Poster <i>awareness</i> kedua	36
Gambar 4.6	Poster <i>reminder</i> pertama	37
Gambar 4.7	Poster <i>reminder</i> kedua	38
Gambar 4.8	Poster <i>informing</i> seminar	39
Gambar 4.9	Brosur tampak muka (<i>cover, unfolded</i>)	40
Gambar 4.10	Brosur tampak belakang (<i>isi, unfolded</i>)	41
Gambar 4.11	<i>Banner</i> dengan ukuran 66 cm x 210 cm	41
Gambar 4.12	<i>X-banner</i> dengan ukuran 160 cm x 60 cm	42
Gambar 4.13	<i>Screenshot Fan Page</i> Facebook “NO INSOM!”	43
Gambar 4.14	<i>Cover Photo Timeline</i> media sosial Facebook pertama (<i>awareness</i> – dengan <i>Profile Picture</i> dan <i>options</i> tertera)	43
Gambar 4.15	Desain <i>Cover Photo Timeline</i> Facebook pertama	44
Gambar 4.16	<i>Cover Photo Timeline</i> media sosial Facebook kedua (<i>informing</i> – dengan <i>Profile Picture</i> dan <i>options</i> tertera)	44
Gambar 4.17	Desain <i>Cover Photo Timeline</i> Facebook kedua	45
Gambar 4.18	Contoh halaman presentasi PowerPoint	45
Gambar 4.19	Pulpen	46
Gambar 4.20	<i>Notebook</i>	46
Gambar 4.21	Pin	46
Gambar 4.22	Stiker	47
Gambar 4.23	Kaos	47
Gambar 4.24	Map	48

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Total biaya kampanye “NO INSOM!”

49

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A	Rangkuman Wawancara	54
A.1	Wawancara dengan dr. Rachmat Purwata, SpKJ.	54
A.2	Wawancara dengan Dr. dr. Gde Ngurah Indraguna Pinatih, M.Sc., Akp., SpGK	55
LAMPIRAN B	Sketsa dan Proses	58