

ABSTRAK

KAMPANYE PEDULI LINGKUNGAN HIDUP DENGAN MENGURANGI PEMAKAIAN KANTONG PLASTIK

Oleh
Stevanus Dimas Laurel Ongko
NRP 1164118

Di Indonesia sampah plastik merupakan masalah serius karena sangat mengganggu dan merusak lingkungan hidup. Menjamurnya supermarket dan minimarket menyebabkan peningkatan penggunaan kantong plastik, terutama oleh kaum wanita yang merupakan konsumen terbesar di tempat perbelanjaan. Riset mengungkapkan setiap hari dihasilkan 4,8 juta sampah kantong plastik pada tahun 2014 di Bandung. Oleh sebab itu, kampanye ini dibuat untuk menekan jumlah penggunaan kantong plastik sebagai bentuk kepedulian terhadap lingkungan hidup.

Tujuan kampanye ini adalah untuk mengedukasi masyarakat serta mengajak mengurangi penggunaan kantong plastik. Strategi komunikasi dan kreatif adalah dengan menggunakan pendekatan gaya hidup masa kini. Manfaat perancangan ini adalah agar jumlah sampah kantong plastik dapat berkurang sehingga dapat meminimalisasi dampaknya.

Strategi kreatif yang digunakan adalah melalui foto dan ilustrasi. Salah satu strategi kreatif yang digunakan adalah membuat *event* berupa lomba foto *selfie*. Media desain grafis yang digunakan untuk *event* ini adalah *gimmick* berupa *hang bag*, gelang, *tumbler*, *mug*, tas belanja praktis, stiker, payung, *casing handphone*, sertifikat bagi yang ikut serta dalam *event* tersebut. Media utama yang digunakan adalah poster, brosur, serta media sosial yang mudah untuk diakses.

Kata kunci: sampah plastik, supermarket, wanita, gaya hidup.

ABSTRACT

ENVIRONMENT AWARENESS CAMPAIGN BY REDUCING THE USE OF PLASTIC BAG

Submitted by
Stevanus Dimas Laurel Ongko
1164118

In Indonesia plastic waste has become a serious problem as it disturbs and damages the environment. The unstoppable emergence of supermarkets and minimarkets has caused the increase of plastic carrier consumption, especially by ladies who happen to be the biggest customers. Research shows that in 2014 4.8 million plastic waste is produced daily. Thus, this campaign is designed to reduce the use of plastic carriers as an expression of environment awareness.

The objective of this campaign to educate society and urge them to use fewer plastic carriers. The communicative and creative strategy is by using current lifestyle approach. The benefit of this design is the reduction of plastic waste so as to minimise its effect.

The creative strategy used is photos and illustrations. The creative strategy is selfie photo events with photo selfi competition. The creative medium strategy is gimmick, hang bag, bracelet, tumbler, mug, practical shopping bag, sticker, umbrella, cellphone casing and certificate for those participating in the event. The main media are posters, brochures and easily-accessed social media.

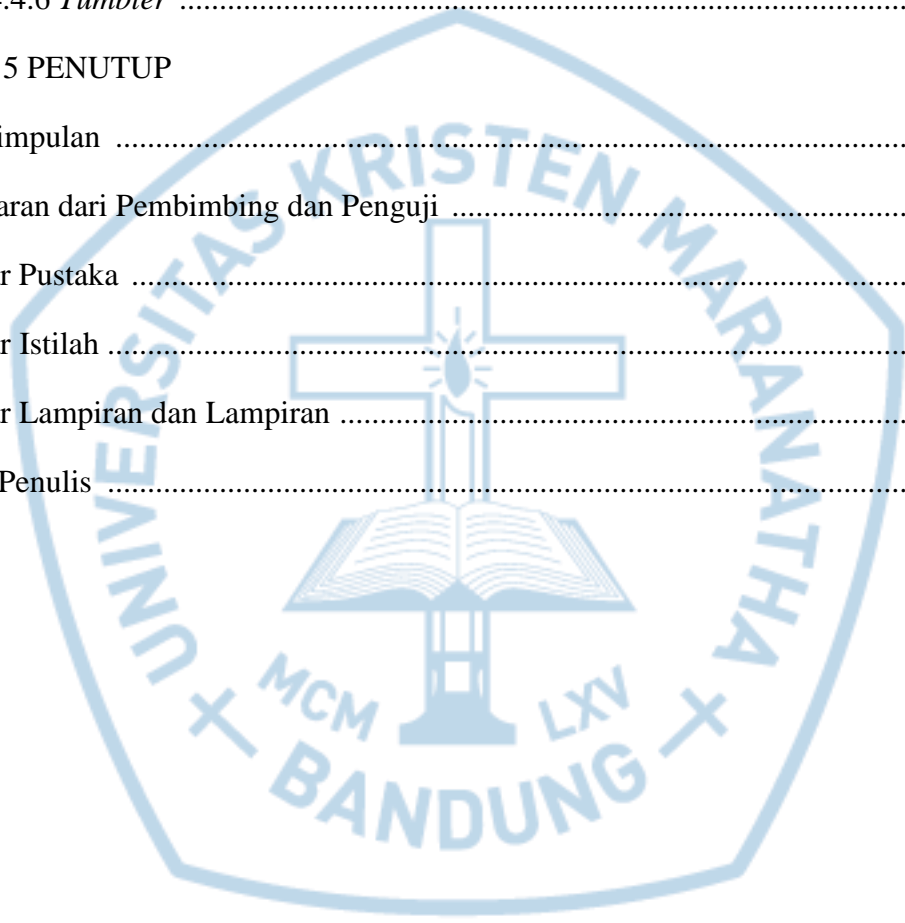
Keywords: ladies, plastic waste, supermarket, lifestyle,

DAFTAR ISI

<i>Cover</i> Dalam	i
Lembar Pengesahan	ii
Pernyataan Orisinalitas Karya dan Laporan	iii
Pernyataan Publikasi Laporan Penelitian	iv
Kata Pengantar	v
Abstrak Bahasa Indonesia	vi
Abstrak Bahasa Inggris	vii
Daftar Isi	viii
Daftar Gambar	xi
Daftar Lampiran	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup	2
1.3 Tujuan Perancangan	2
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	2
1.5 Skema Perancangan	3
BAB 2 LANDASAN TEORI	
2.1 Teori Kampanye	4
2.1.1 Definisi Kampanye	4
2.2 Teori Komunikasi	7
2.2.1 Definisi Komunikasi	7
2.2.2 Proses Komunikasi	7
2.2.3 Komunikasi Persuasif	8
2.3 Teori Desain Komunikasi Visual	9
2.3.1 Definisi Desain Komunikasi Visual	9

2.3.2 Pengertian Desain Grafis	10
BAB 3 DATA DAN ANALISIS MASALAH	
3.1 Data dan Fakta	12
3.1.1 Data Lembaga Terkait	12
3.1.2 Data Fenomena	18
3.1.3 Hasil Wawancara	27
3.1.4 Tinjauan Terhadap Proyek Sejenis	29
3.2 Analisa Terhadap Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta	30
3.2.1 Segmentasi	30
3.2.2 <i>Targeting</i>	31
3.2.3 <i>Positioning</i>	31
3.2.4 <i>SWOT</i>	31
BAB 4 PEMECAHAN PERMASALAHAN	
4.1 Konsep Komunikasi	32
4.2 Konsep Kreatif	33
4.3 Konsep Media	35
4.3.1 Media Yang Digunakan	35
4.3.2 <i>Timeline</i>	36
4.3.3 Biaya Perancangan	37
4.4 Hasil Karya.....	38
4.4.1 Logo	38
4.4.2 Poster.....	39
4.4.3 Media Sosial	41
4.4.4 Brosur.....	42
4.4.5 <i>Hang Tag</i>	42
4.4.6 Stiker	43

4.4.7 <i>Casing Hp</i>	43
4.4.6 Tas	44
4.4.6 <i>Mug</i>	44
4.4.6 Sertifikat	45
4.4.6 Gelang	46
4.4.6 Payung	46
4.4.6 <i>Tumbler</i>	47
 BAB 5 PENUTUP	
5.1 Simpulan	48
5.2 Saran dari Pembimbing dan Penguji	48
Daftar Pustaka	49
Daftar Istilah	50
Daftar Lampiran dan Lampiran	51
Data Penulis	60



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	Logo WALHI Jawa barat.....	12
Gambar 3.2	Logo BPLH.....	16
Gambar 3.3	Diagram hasil kuesioner tentang pendidikan terakhir	18
Gambar 3.4	Diagram hasil kuesioner tentang besar penghasilan selama 1 bulan.....	19
Gambar 3.5	Diagram hasil kuesioner tentang tempat berbelanja.....	19
Gambar 3.6	Diagram hasil kuesioner tentang frekuensi berbelanja dalam 1 minggu	20
Gambar 3.7	Diagram hasil kuesioner tentang jumlah penggunaan kantong plastik setiap berbelanja.....	21
Gambar 3.8	Diagram hasil kuesioner tentang hal yang dilakukan dengan kantong plastik yang didapat.....	21
Gambar 3.9	Diagram hasil kuesioner tentang pengetahuan responden bahwa kantong plastik adalah salah satu penyumbang sampah terbanyak di dunia.....	22
Gambar 3.10	Diagram hasil kuesioner tentang membawa kantong atau tas dari rumah untuk berbelanja.....	23
Gambar 3.11	Diagram hasil kuesioner tentang bahan tas untuk berbelanja	23
Gambar 3.12	Diagram hasil kuesioner tentang frekuensi membawa tas dari rumah,(bila pernah membawa).....	24
Gambar 3.13	Diagram hasil kuesioner tentang alasan responden tidak membawa tas dari rumah	25
Gambar 3.14	Diagram hasil kuesioner tentang media informasi yang paling Sering dilihat dan dibaca.....	25

Gambar 3.15	Diagram hasil kuesioner tentang jenis tas yang disukai	26
Gambar 3.16	Foto “Kampanye Nol Sampah” di Surabaya	29
Gambar 4.1	<i>Font century gothic</i>	34
Gambar 4.2	<i>Font Quicksand</i>	34
Gambar 4.3	Warna	35
Gambar 4.4	<i>Timeline</i>	36
Gambar 4.5	Biaya Perancangan	37
Gambar 4.6	Logo Kampanye	38
Gambar 4.7	Logo Kampanye BW	38
Gambar 4.8	Poster <i>Awareness 1</i>	39
Gambar 4.9	Poster <i>Awareness 2</i>	40
Gambar 4.10	Poster <i>Informing</i>	41
Gambar 4.11	Media Sosial	41
Gambar 4.12	Brosur	42
Gambar 4.13	<i>Hang Tag</i>	43
Gambar 4.14	Stiker	43
Gambar 4.15	<i>Casing Hp</i>	44
Gambar 4.16	Tas	44
Gambar 4.17	<i>Mug</i>	45
Gambar 4.18	Sertifikat	45
Gambar 4.19	Gelang	46
Gambar 4.20	Payung	46
Gambar 4.21	<i>Tumbler</i>	47