

ABSTRAK

PERANCANGAN KAMPANYE ETIKA BERPAKAIAN YANG BAIK KEPADA REMAJA PUTRI DI KOTA BANDUNG

Oleh
Fransisca Cindy Novianti Kenardi
1264098

Setiap hari, teknologi yang ada di sekitar kita menunjukkan kemajuan yang sangat pesat. Teknologi canggih kemudian mulai menjalar dalam setiap aspek kehidupan manusia sehari-hari. Hal ini juga melanda setiap orang dengan rentang usia yang berbeda-beda tidak terkecuali remaja di berbagai kota besar Indonesia seperti kota Bandung. Anak kecil hingga orang dewasa serta remaja sudah semakin akrab dengan teknologi. Berbagai dampak positif dan negatif mulai bermunculan dalam kehidupan remaja tersebut khususnya remaja putri. Hal ini juga menjalar pada berbagai sektor dalam gaya hidup manusia. Terjadinya pergeseran nilai moral dan norma dalam setiap bidang kehidupan mulai terjadi. Salah satunya adalah berubahnya budaya-budaya serta perilaku positif yang ada menuju arah yang tidak baik dalam hal berpakaian sehari-hari. Kegemaran remaja putri memakai dan memilih gaya berpakaian yang cenderung terbuka menjadi sebuah kebiasaan sekarang ini.

Oleh karena itu, sangat penting untuk menanamkan kesadaran atas etika berpakaian yang baik dan pantas sesuai usia. Hal ini dapat dilakukan melalui penanaman sikap menghargai diri sendiri sebagai remaja dan pribadi yang berkualitas. Penanaman rasa kesadaran mengenai etika berpakaian baik dan pantas dilakukan melalui sebuah perancangan kampanye dengan menggunakan media sosial yang sering diakses remaja dan media cetak serta visual yang sedang populer agar akrab dan sesuai dengan *target audience* kampanye.

Melalui perancangan kampanye ini, diharapkan remaja putri lebih menghargai diri mereka sendiri sebagai pribadi yang baik dan memperhatikan gaya berpakaian mereka sehari-hari agar remaja putri dapat terus menganut norma kesopanan dan lebih menghargai dirinya dengan cara memakai pakaian yang tidak terlalu terbuka.

Kata kunci: remaja putri, pakaian, etika, menghargai diri, teknologi

ABSTRACT

DRESSING ETHICS CAMPAIGN DESIGN FOR TEENAGE GIRLS IN BANDUNG

Fransisca Cindy Novianti Kenardi/1264098

Everyday new technology emerges around us. Modern technology plays an important role in every aspect of human life. This happens to people of all age groups, including teenagers in big Indonesian cities such as Bandung. Children, young people and adults are familiar with technology. Both good and bad effects begin to emerge as a result of modern technology, especially to teenage girls. Morality and norms have shifted. These things could spread out into some lifestyles among human. This also happens to the way people dress. More and more teenage girls are fond of revealing outfits.

That is why it is very important to be aware of dressing ethics according to one's age. To achieve that, planting a 'self-respect' attitude as a qualified person is crucial. The infusing of dressing ethic awareness is done by means of a campaign which makes the use of social media which frequently accessed by teenagers as well as modern printed and visual media to fit the target audience.

Though this campaign is designed, it is hoped that teenage girls will appreciate themselves better as a person and become more aware of the way they dress.

Keywords: teenage girls, clothes, ethics, self worth, technology

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
1.1 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.....	5
BAB II : LANDASAN TEORI.....	6
2.1 Etika.....	6
2.1.1 Pengertian Etika.....	6
2.1.2 Pakaian.....	6
2.1.3 Etika Berpakaian.....	7
2.2 Psikologi Remaja.....	6
2.2.1 Perkembangan Anak	6
2.3 Kampanye	7
2.3.1 Pengertian Kampanye.....	7
2.3.2 Jenis Kampanye.....	8

2.3.3 Tahapan Kampanye.....	8
2.3.4 Prinsip Kampanye.....	9
2.4 Bentuk dan Ruang.....	11
2.4.1 <i>Layout</i>	11
2.4.2 Tipografi.....	12
2.4.3 Warna.....	12
2.5 Media	13
2.5.1 <i>Booklet</i>	13
2.5.2 Poster	13
2.5.3 Media Sosial	14
 BAB III: DATA DAN ANALISIS.....	 15
3.1 Data dan Fakta.....	15
3.1.1 Lembaga Terkait.....	15
A. Komisi Perlindungan Anak Indonesia (KPAI).....	15
Tugas Pokok dan Fungsi KPAI.....	15
Kedudukan KPAI.....	16
Visi dan Misi KPAI.....	16
B. Lembaga Perlindungan Anak Jawa Barat (LPA JABAR).....	17
Visi dan Misi LPA JABAR.....	17
Fungsi dan Peran LPA JABAR.....	18
3.1.2 Data Tentang Gejala.....	18
A. Hasil Kuesioner	18
B. Wawancara.....	29
3.1.3 <i>Sponsorship</i>	32
A. Paris Van Java (PVJ).....	32
B. Gogirl Magazine.....	32
3.1.4 Tinjauan Karya Sejenis	33
A. <i>Do Something</i> Indonesia	34
B. Kampanye Cara Berpakaian SMP Bina Bakti Bandung.....	36
3.2 Analisis Terhadap Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta.....	37
A. Segmentasi, <i>Targeting</i> , <i>Positioning</i>	37

B. SWOT Kampanye.....	38
BAB IV: PEMECAHAN MASALAH	40
4.1 Konsep Komunikasi.....	40
4.2 Konsep Kreatif	41
4.3 Konsep Media.....	42
4.3.1 <i>Booklet</i>	42
4.3.2 Poster dan Media Sosial	42
4.3.3 <i>Gimmick</i>	42
4.3.4 <i>Timeline</i>	43
4.4 Hasil Karya.....	43
4.4.1 Maskot Kampanye.....	44
4.4.2 <i>Booklet</i>	46
4.4.3 Iklan Majalah (<i>Advertorial</i>)	49
4.4.4 Iklan Media Sosial Majalah.....	50
4.4.5 Iklan Media Sosial (Instagram).....	51
4.4.6 Iklan Media Sosial (<i>Motion</i>).....	53
4.4.7 Poster	54
4.4.8 <i>Gimmick</i>	56
BAB V: PENUTUP.....	59
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN.....	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Skema Perancangan	5
Gambar 3.1 Logo KPAI.....	15
Gambar 3.2 Logo LPA Jabar	17
Gambar 3.3 logo Paris Van Java Mall (PVJ)	32
Gambar 3.4 logo Majalah Gogirl	33
Gambar 3.5 logo <i>Do Something</i> Indonesia	34
Gambar 3.6 Tampilan <i>website Do Something</i> Indonesia	35
Gambar 3.7 Tampilan <i>website</i> kampanye sampah	35
Gambar 3.8 Foto poster kampanye SMP Bina Bakti Bandung	36
Gambar 4.1 <i>Moodboard</i> perancangan visual kampanye	41
Gambar 4.2 Judul kampanye	45
Gambar 4.3 Maskot bernama Sista, Selfie, dan Bebi	46
Gambar 4.4 <i>Cover booklet</i>	47
Gambar 4.5 Halaman pertama dan kedua <i>booklet</i> kampanye	48
Gambar 4.6 Halaman yang berisi refrensi gaya berpakaian	48
Gambar 4.7 agenda pribadi pada <i>booklet</i>	49
Gambar 4.8 Iklan <i>Advertorial</i> pada majalah	50
Gambar 4.9 Tampilan iklan media sosial majalah berbonus <i>booklet</i>	51
Gambar 4.10 Tampilan iklan media sosial tahap <i>Awareness</i>	51
Gambar 4.11 Iklan media sosial menggunakan <i>fashion blogger</i>	52
Gambar 4.12 Iklan media sosial tahap <i>Informing</i>	52
Gambar 4.13 Iklan media sosial tahap <i>reminding</i>	53
Gambar 4.14 <i>Teaser motion</i> media sosial	53
Gambar 4.15 Poster tahap <i>Awareness</i>	54
Gambar 4.16 Poster tahap <i>Informing</i>	55
Gambar 4.17 Poster tahap <i>Reminding</i>	55
Gambar 4.18 Amplop berisi <i>voucher</i> belanja	56
Gambar 4.19 Stiker maskot	57
Gambar 4.20 <i>case</i> pelindung <i>smartphone</i>	57

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Timeline perancangan kampanye.....	43
Tabel 4.2 Tabel <i>budgeting</i> kampanye sosial	58



DAFTAR DIAGRAM

Diagram 3.1 usia responden	18
Diagram 3.2 tempat tinggal responden	19
Diagram 3.3 pendapatan responden	19
Diagram 3.4 responden yang memperhatikan penampilan	20
Diagram 3.5 responden yang melakukan perubahan seragam sekolah	20
Diagram 3.6 hobi responden	21
Diagram 3.7 tempat <i>hangout</i> responden	21
Diagram 3.8 faktor utama responden dalam berpakaian	22
Diagram 3.9 pakaian favorit yang dipilih responden	22
Diagram 3.10 inspirasi responden dalam memilih gaya berpakaian	23
Diagram 3.11 peranan teman dalam berpakaian	23
Diagram 3.12 alasan menyukai gaya berpakaian	24
Diagram 3.13 peranan orang tua dalam berpakaian	24
Diagram 3.14 media sosial yang sering diakses responden	25
Diagram 3.15 frekuensi responden mengakses media sosial	25
Diagram 3.16 media inspirasi dalam berpakaian	26
Diagram 3.17 pengalaman ditegur responden	27
Diagram 3.18 sikap saat ditegur	28