

ABSTRAK

KAMPANYE MENGELOLA TONTONAN *GADGET* **(Perancangan Pesan Visual untuk Meningkatkan Kepedulian Orang Tua terhadap** **Konten Tontonan Anak pada *Gadget*)**

Oleh
Marcella Adna Wijaya
NRP 1264034

Pertumbuhan pengetahuan teknologi dan informasi berkembang cukup pesat dan sudah menjadi bagian hidup masyarakat. Melalui perkembangan teknologi tersebut dunia hiburan juga semakin bervariasi, yang paling umum dan digemari anak – anak adalah menonton. Berdasarkan hasil riset anak berusia 3 – 5 tahun 65% anak sudah menggunakan *gadget* untuk menonton. Kemudahan akses *internet* membuat *gadget* memiliki banyak pilihan konten tontonan, namun tidak semua tontonan bersifat edukatif yang dapat berdampak negatif pada perkembangan anak.

Maka dari itu, desain komunikasi visual akan berperan merancang kampanye yang menarik bagi orang tua agar mau mengelola tontonan *gadget* yang akan ditonton oleh anak. Melalui media informasi yang tepat dan menarik bagi orang tua yang memiliki anak 3 – 5 tahun dan sudah menggunakan *gadget* untuk menonton. Manfaat kampanye ini untuk mengajak para orang tua agar sadar dan mau mengelola konten tontonan yang belum layak bagi anak pada *gadget*.

Media yang digunakan melalui media cetak, media lingkungan dan media sosial. Media cetak yaitu poster, dengan retorika visual *habits* anak melalui fotografi. Media lingkungan adalah *booth talkshow*, sedangkan media sosial menggunakan *web banner*, *radio advertising* dan *sosial media activation*. Melalui perancangan kampanye ini, orang tua dapat menyadari untuk mengelola konten tontonan pada *gadget* yang belum layak bagi anak 3 – 5 tahun.

Kata kunci : *gadget*, anak, orang tua, kelola, peduli, tontonan.

ABSTRACT

CAMPAIGN OF MANAGING TONTONAN GADGET (Design of Visual Message to Increase Parents' Concern of Children's Gadget Contents)

**Marcella Adna Wijaya
NRP 1264034**

The development of technology knowledge and information is very quick. Through technology development, entertainment becomes more various and the most general and popular form of entertainment for children is watching. According to a research, 65% of children between 3 – 5 years old already use gadgets to watch. The easy way to access the Internet makes it possible for gadgets to provide many contents. Yet, not all contents are so educative that this can have negative impacts on child development.

Hence, visual communication design has a role to design an interesting campaign for parents having 3-to-five-year-old children who use gadgets to manage the gadget contents watched by their children through the suitable and attractive information media. The benefit of the campaign is to make the parents aware and willing to manage the gadget contents which are not suitable for children.

The media used in the campaign is printed media, environment media, and social media. Printed media will be in the form of posters, with visual rhetoric of children's habits through photography. Environment media is a booth talkshow, while social media will use a web banner, radio advertising dan social media activation. Through this campaign design, parents can be made aware of the importance of managing the children's contents which are not suitable for children between 3 – 5 years old to watch.

Keywords: gadget, children, parents, manage, aware, gadget contents

DAFTAR ISI

COVER DALAM	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup	2
1.3 Tujuan Perancangan	3
1.4 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan	2
1.5 Skema Perancangan	4
BAB II STUDI LITERATUR	5
2.1 Desain Komunikasi Visual	5
2.2 Definisi Retorika Visual	6
2.3 Definisi Kampanye	7
2.4 Jenis – Jenis Kampanye	8
2.5 Definisi Psikologi dan Psikologi Media	10
2.6 Definisi Perhatian an Pola Asuh Orang Tua	12
BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH	14
3.1 Data dan Fakta	14
3.1.1 Institusi Terkait	14
3.1.2 Data Hasil Survey	22
3.1.3 Data Hasil Wawancara	22
3.1.4 Data Hasil Kuesioner	30

3.1.5 Tinjauan Terhadap Proyek Sejenis.....	44
3.2 Analisis Terhadap Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta	46
3.2.1 Analisis SWOT	46
3.2.2 <i>Segmentation, Targeting, dan Positioning</i>	47
BAB IV PEMECAHAN MASALAH.....	49
4.1 Konsep Komunikasi	49
4.2 Konsep Kreatif	49
4.2.1 Konsep Verbal.....	49
4.2.2 Konsep Visual	49
4.3 Konsep Media	52
4.3.1 Timeline	53
4.4 Hasil Karya.....	54
4.4.1 Logo Kampanye	54
4.4.2 Poster Cetak	55
4.4.3 Media Sosial.....	60
4.4.4 Web Banner.....	63
4.4.5 <i>Event Talk Show</i>	65
4.4.6 <i>X- Banner</i>	66
4.4.7 <i>Merchandise Event Talk Show</i>	67
4.5 Perhitungan Biaya Kampanye.....	69
BAB V KESIMPULAN.....	71
5.1 Kesimpulan.....	71
5.2 Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA	73
DAFTAR LAMPIRAN DAN LAMPIRAN	75
DATA PENULIS	105
UCAPAN TERIMA KASIH.....	106

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Skema Perancangan.....	4
Gambar 3.1	Lambang Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia.....	14
Gambar 3.2	Lambang Komisi Perlindungan Anak Indonesia.....	19
Gambar 3.3	Diagram gender hasil pembagian kuisoner kepada orang tua balita	31
Gambar 3.4	Diagram usia hasil pembagian kuisoner kepada orang tua balita....	31
Gambar 3.5	Diagram pendapatan hasil pembagian kuisoner kepada orang tua balita	32
Gambar 3.6	Diagram aktifitas hasil pembagian kuisoner kepada orang tua balita	33
Gambar 3.7	Diagram waktu bekerja hasil pembagian kuisoner kepada orang tua balita	33
Gambar 3.8	Diagram umur anak hasil pembagian kuisoner kepada..... orang tua balita	34
Gambar 3.9	Diagram waktu yang diluangkan hasil pembagian kuisoner..... kepada orang tua balita.....	34
Gambar 3.10	Diagram penggunaan gadget orang tua hasil pembagian kuisoner . kepada orang tua balita.....	35
Gambar 3.11	Diagram media sosial yang sering digunakan hasil pembagian kuisoner kepada orang tua balita.....	35
Gambar 3.12	Diagram pemberian gadget hasil pembagian kuisoner kepada orang tua balita.....	36
Gambar 3.13	Diagram jenis gadget hasil pembagian kuisoner kepada..... orang tua balita	36
Gambar 3.14	Diagram alasan pemberian gadget hasil pembagian kuisoner..... kepada orang tua balita.....	37
Gambar 3.15	Diagram penggunaan gadget untuk menonton hasil pembagian..... kuisoner kepada orang tua balita	37
Gambar 3.16	Diagram pengetahuan orang tua hasil pembagian kuisoner kepada orang tua balita.....	38

Gambar 3.17	Diagram apakah orang tua mengetahui anaknya menonton film yang belum layak dari hasil pembagian kuisoner	39
Gambar 3.18	Diagram pendapat orang tua mengenai dampak hasil pembagian .. kuisoner kepada orang tua balita	39
Gambar 3.19	Diagram waktu anak menggunakan gadget hasil pembagian kuisoner kepada orang tua balita	40
Gambar 3.20	Diagram orang tua sebenarnya ingin anak tidak kecanduan hasil pembagian kuisoner	40
Gambar 3.21	Diagram pentingnya kampanye sosial menurut kuisoner kepada ... orang tua balita	41
Gambar 3.22	Diagram cara penyampaian hasil pembagian kuisoner kepada orang tua balita	41
Gambar 3.23	Poster Kampanye <i>OUL Parental Control : Childhood 1st</i>	44
Gambar 3.24	Poster Iklan Kampanye <i>Urge Parents..... to Check Kids' Internet Usage</i>	45
Gambar 4.1	Warna Kampanye	50
Gambar 4.2	Font Skala Sans – Regular.....	51
Gambar 4.3	Font Meta Pro	51
Gambar 4.4	Font Museo	52
Gambar 4.5	Logo Kampanye	54
Gambar 4.6	Poster Kampanye <i>Awariness</i>	56
Gambar 4.7	Poster Kampanye <i>Persuading</i>	58
Gambar 4.8	Poster Kampanye <i>Reminding</i>	59
Gambar 4.9	Konten Social Media <i>Instagram</i>	61
Gambar 4.10	Sosial Media <i>Facebook Banner</i>	62
Gambar 4.11	<i>Web Banner Youtube</i>	62
Gambar 4.12	Web banner di <i>Online Femina dan Nakita</i>	63
Gambar 4.13	Sampel <i>Event Talk Show</i>	64
Gambar 4.14	X-Banner Promosi <i>Event Talk Show</i>	66
Gambar 4.15	Brosur <i>Event Talk Show untuk Pengunjung</i>	67
Gambar 4.16	T-Shirt <i>Event Talk Show</i>	68
Gambar 4.17	<i>Tote Bag Event Talk Show untuk Pengunjung</i>	69

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Timeline Kampanye	53
Tabel 4.2	Tabel Perhitungan Biaya Kampanye	69-70



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Wawancara dengan Dr. Robert Oloan Rajagukguk, Ph.D.	76
Lampiran B	Kesimpulan Wawancara dengan Dr. Jane Safitri, M. Si.,	79
Lampiran C	Pertanyaan Kuesioner Kampanye Mengelola Tontonan Gadget	82
Lampiran D	Sketsa Visual Karya Tugas Akhir	86

