

## **ABSTRAK**

### **KAMPANYE SOSIALISASI *CHECKERS* SEBAGAI BAGIAN *OBSESSIVE COMPULSIVE DISORDER* (OCD) PADA DEWASA MUDA DI KOTA BANDUNG**

Oleh

**Yuli Yusanti**

**NRP 1364037**

Banyak orang yang tidak menyadari sedang mengalami rasa cemas dan gelisah berlebihan terhadap barang-barang di sekitarnya sehingga mereka mengecek secara berulang-ulang dan menghabiskan banyak waktu untuk itu. Kemungkinan mereka mengidap OCD *Checkers* namun belum menyadari dan bagi yang sudah sadar mengidap OCD *Checkers* mungkin belum mengetahui juga bagaimana cara menguranginya. Tujuan perancangan kampanye ini adalah untuk memberikan informasi mengenai OCD *Checkers* secara efektif. Selain itu juga untuk memberikan referensi dalam mengurangi OCD *Checkers*. Metode yang digunakan adalah membuat kampanye sosial berbasis strategi marketing AIR (*Awareness, Informing, dan Reminding*) melalui pendekatan visual fotografi, dan vektor juga media periklanan yang efektif untuk dewasa muda saat ini berupa poster, media *outdoor*, media cetak, dan media *online*. Melalui perancangan kampanye ini diharapkan dewasa muda dapat segera menyadari apakah menderita OCD *Checkers* lalu segera menguranginya dan penderita dapat mengurangi kasus mengecek benda berulang-ulang.

Kata Kunci: kampanye, OCD *Checkers*, dewasa muda

## **ABSTRACT**

### **CAMPAIGN DESIGN OF SOCIALIZATION CHECKERS AS A PART OF OBSESSIVE COMPULSIVE DISORDER (OCD) ON YOUNG ADULT IN CITY BANDUNG**

*Submitted by*

**Yuli Yusanti**

**NRP 1364037**

*Many people who are not experiencing anxiety and excessive anxiety about the items around them so they check repeatedly and spend a lot of time for it. It may already have OCD Checkers but have not realized it and for those who are aware of OCD Checkers may not know how to reduce it. Therefore, the purpose of this campaign is to provide information on OCD Checkers effectively. It is also to provide solutions in reducing OCD Checkers. The method used is social campaigns base on AIR marketing strategy (Awareness, Informing, and Reminding) through effective photography, vector, and advertising media approaches for young adults today like outdoor media, posters, print media, and online media. Through the design of this campaign is expected young adults can soon recover must suffer from OCD Checkers then immediately reduce it and can be reduced to check objects repeatedly case.*

*Keywords: campaign, OCD Checkers, young adult*

## 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.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
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 II LANDASAN TEORI.....	4
2.1 <i>Obsessive Compulsive Disorder</i> .....	4
2.1.1 Definisi <i>Obsessive Compulsive Disorder</i> .....	4
2.1.2 Faktor Penyebab OCD .....	6
2.1.3 Gejala OCD.....	7
2.1.4 Jenis OCD .....	7
2.1.5 Langkah Pengobatan OCD.....	8
2.2 Dewasa Muda .....	9
2.3 Kampanye .....	9
2.3.1 Definisi Kampanye.....	9
2.3.2 Fungsi Kampanye.....	10

2.3.3 Jenis – Jenis Kampanye.....	10
2.3.4 Syarat Kampanye .....	11
2.3.5 Model Kampanye .....	11
2.3.6 Kampanye Sosial.....	12
2.3.7 Tahap Pendekatan Komunikasi.....	12
2.4 <i>Ambient Media</i> .....	13
2.5 <i>Media Online</i> .....	13
2.6 Fotografi .....	14
2.7 Bahasa Rupa .....	15
BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH.....	16
3.1 Data dan Fakta .....	16
3.1.1 Lembaga Terkait.....	16
3.1.2 Hasil Wawancara.....	19
3.1.3 Tinjauan Terhadap Proyek Sejenis.....	20
3.2 Analisis Terhadap Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta.....	22
3.2.1 Analisis SWOT.....	22
3.2.2 Analisis STP.....	23
BAB IV PEMECAHAN MASALAH.....	25
4.1 Konsep Komunikasi .....	25
4.2 Konsep Kreatif .....	25
4.3 Konsep Media .....	28
4.4 Hasil Karya .....	30
4.1.1 Identitas (Logo).....	30
4.1.2 <i>Awareness</i> .....	31
4.1.3 <i>Informing</i> .....	41
4.1.4 <i>Reminding</i> .....	45
BAB V PENUTUP.....	49
5.1 Kesimpulan .....	49
5.2 Saran .....	49

DAFTAR PUSTAKA .....	50
LAMPIRAN .....	52
DATA PENULIS .....	62



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Skema Perancangan .....	3
Gambar 3.1 Logo Dinas Kesehatan Jawa Barat.....	16
Gambar 3.2 Logo Fakultas Psikologi Maranatha Bandung .....	17
Gambar 3.3 Logo PT. Gramedia Asri Media .....	18
Gambar 3.4 Panel Pameran <i>Get in Your Mood</i> .....	20
Gambar 3.5 Logo <i>Indonesia Mentality Care</i> .....	21
Gambar 4.1 Tipografi 1 .....	26
Gambar 4.2 Tipografi 2.....	26
Gambar 4.3 Tipografi 3 .....	27
Gambar 4.4 Warna Utama.....	27
Gambar 4.5 Logo Kampanye <i>Are You Checker?</i> .....	30
Gambar 4.6 B/W dan <i>Grayscale</i> Logo.....	30
Gambar 4.7 Kode Warna Logo Kampanye.....	31
Gambar 4.8 Poster <i>Awareness 1</i> .....	32
Gambar 4.9 Poster <i>Awareness 2</i> .....	32
Gambar 4.10 Poster <i>Awareness 3</i> .....	33
Gambar 4.11 Poster <i>Awareness 4</i> .....	34
Gambar 4.12 Poster <i>Awareness 5</i> .....	34
Gambar 4.13 Poster <i>Awareness 6</i> .....	35
Gambar 4.14 Poster <i>Awareness 7</i> .....	36
Gambar 4.15 Poster <i>Awareness 8</i> .....	36
Gambar 4.16 Poster <i>Awareness 9</i> .....	37
Gambar 4.17 Poster <i>Awareness 10</i> .....	37
Gambar 4.18 Poster <i>Awareness 11</i> .....	39
Gambar 4.19 Poster <i>Awareness 12</i> .....	40
Gambar 4.20 Poster <i>Awareness 13</i> .....	41
Gambar 4.21 Poster <i>Informing 1</i> .....	42
Gambar 4.22 Poster <i>Informing 2</i> .....	43
Gambar 4.23 Poster <i>Informing 3</i> .....	44
Gambar 4.24 <i>Sticky Notes Are You Checkers?</i> .....	45

Gambar 4.25 <i>Notes Are You Checkers?</i> .....	46
Gambar 4.26 <i>Casing Handphone Are You Checkers?</i> .....	46
Gambar 4.27 Gantungan Kunci.....	47
Gambar 4.28 Stiker .....	48



## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Tabel <i>Timeline</i> Media Juli-Desember 2017 .....	29
Tabel 4.2 Tabel <i>Budgeting</i> .....	29





## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran A Rangkuman Wawancara  
Lampiran B Lembar Asistensi Sketsa

