

ABSTRAK

PERANCANGAN KAMPANYE PENTINGNYA *QUALITY TIME* BAGI DEWASA MUDA DI KOTA BANDUNG

Oleh

Jessica Perrilia Lesmana

1364069

Saat ini dewasa muda seringkali disibukkan oleh pekerjaan dan aktivitas atau kegiatan lainnya sehingga sulit meluangkan waktu untuk keluarga, khususnya orangtua. Padahal anak walaupun sudah memasuki usia dewasa muda masih memerlukan orangtua sebagai mentor dan panutan dalam kehidupannya sehari-hari. Sedangkan orangtua yang seiring bertambahnya usia mengalami penurunan kondisi fisik, beralih pada kebutuhan psikis untuk berkomunikasi dan menghabiskan waktu bersama anak mereka. Ada keinginan untuk merasa dibutuhkan oleh anak dari orangtua.

Maka dari itu, tujuan perancangan ini adalah untuk meningkatkan kesadaran pada anak muda akan pentingnya *quality time* bersama keluarga, khususnya orangtua melalui media yang tepat dan menarik. Manfaat perancangan ini adalah dewasa muda memiliki kesadaran akan *quality time* bersama keluarga.

Metode yang digunakan adalah dengan membuat kampanye sosial melalui pendekatan menggunakan fotografi dan media sosial *online* sebagai media utama, serta didukung dengan media cetak berupa majalah, koran dan *gimmick*. Melalui perancangan kampanye ini dewasa muda dapat tersadarkan akan pentingnya *quality time* bersama keluarga tidak hanya bagi diri mereka namun juga orangtua, serta termotivasi untuk meluangkan waktu untuk keluarga.

Kata kunci: kampanye, *quality time*, keluarga, dewasa muda

ABSTRACT

A CAMPAIGN DESIGN OF THE IMPORTANCE OF QUALITY TIME WITH FAMILY FOR YOUNG PEOPLE IN BANDUNG

Submitted by

Jessica Perrilia Lesmana

1364069

Nowadays young people are made busy by works and activities so that difficult for them to spare time with family, especially parents. Even though kids are entering young adulthood stage age, they still need their parents as a mentor and role model in their daily lives. On the other hand, parents as they getting older are having a decreasing in their physical condition and switch to psychological need to communicate and spend time with their kids. There are desire inside parents to be needed by their kids.

Therefore, the purpose of this scheme is to raise awareness to young people of how important quality time with family is, especially with parents through appropriate and attractive media. The benefit of this design is that young peoplehood who has a awareness of quality time with family.

The method used is to create a social campaign through media approach using photography and online social media as primary media, and supported by printed media such as newspaper, magazine and gimmick. Through this campaign's design, young people shall awakened about importance of having quality time with family, not only for themselves but also for their parents, along with that, get motivated to spare time for their families.

Keywords: *campaign, quality time, family, young people*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA.....	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR DIAGRAM.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
 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 <i>Quality Time</i>	6
2.1.1 Manfaat <i>quality time</i>	6
2.2 Keluarga.....	7
2.2.1 Keberfungsian Keluarga.....	7
2.2.2 Hubungan Orangtua Anak.....	8

2.2.3	Dampak kurangnya <i>quality time</i> pada hubungan orangtua-anak.....	11
2.3	Dewasa Muda.....	11
2.3.1	Karakteristik Dewasa Muda.....	12
2.4	Teori Kampanye.....	14
2.4.1	Strategi Kampanye.....	14
2.4.2	Model Kampanye Ostergaard.....	15
2.4.3	Model Kampanye <i>Awareness, Persuading, Reminding</i>	16
2.5	Fotografi.....	17
2.5.1	<i>Still Life</i>	17
2.5.2	Sudut pandang atau <i>angle</i>	17
2.6	Media <i>online</i>	19
BAB III DATA DAN ANALISIS DATA.....		20
3.1	Data dan Fakta.....	20
3.1.1	Lembaga Terkait.....	20
3.1.2	Hasil Wawancara.....	22
3.1.3	Data Kuesioner.....	25
3.1.4	Tinjauan Terhadap Proyek Sejenis.....	38
3.2	Analisis Terhadap Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta.....	41
3.2.1	Analisis SWOT.....	41
3.2.2	Analisis STP.....	42
BAB IV PEMECAHAN MASALAH.....		44
4.1	Konsep Komunikasi.....	44
4.2	Konsep Kreatif	45
4.3	Konsep Media	47
4.4	Hasil Karya.....	50
4.4.1	Identitas (Logo).....	50
4.4.2	<i>Awareness</i>	52
4.4.3	<i>Persuading</i>	58
4.4.4	<i>Reminding</i>	63

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan.....70

5.2 Saran.....70

DAFTAR PUSTAKA.....72

LAMPIRAN.....76

DATA PENULIS.....81



DAFTAR DIAGRAM

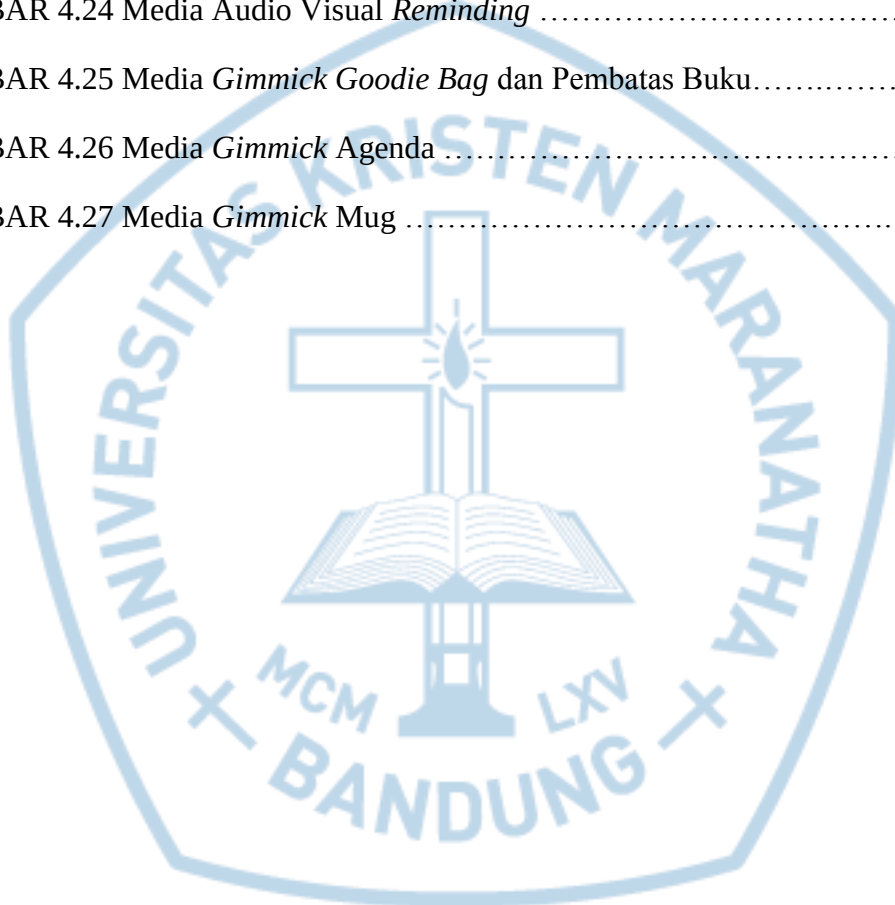
DIAGRAM 3.1 Diagram Hasil Kuesioner Mengenai Jenis Kelamin Responden.....	26
DIAGRAM 3.2 Diagram Hasil Kuesioner Mengenai Usia Responden.....	26
DIAGRAM 3.3 Diagram Hasil Kuesioner Mengenai Pekerjaan Responden.....	27
DIAGRAM 3.4 Diagram Hasil Kuesioner Mengenai Kegiatan Lain di Luar Pekerjaan.....	27
DIAGRAM 3.5 Diagram Hasil Kuesioner Mengenai Menghabiskan Waktu Bersama Orangtua.....	28
DIAGRAM 3.6 Diagram Hasil Kuesioner Mengenai Kegiatan yang Dilakukan Bersama Orangtua.....	28
DIAGRAM 3.7 Diagram Hasil Kuesioner Mengenai Kedekatan Responden Dengan Orangtua.....	29
DIAGRAM 3.8 Diagram Hasil Kuesioner Mengenai Pentingnya <i>Quality Time</i> Bersama Orangtua.....	29
DIAGRAM 3.9 Diagram Hasil Kuesioner Mengenai Alasan Pentingnya <i>Quality Time</i>	30
DIAGRAM 3.10 Diagram Hasil Kuesioner Mengenai Alasan Sulit Ber- <i>quality time</i>	30
DIAGRAM 3.11 Diagram Hasil Kuesioner Mengenai Media yang Efektif Untuk Kampanye.....	31
DIAGRAM 3.12 Diagram Hasil Kuesioner Mengenai Jenis Kelamin Responden.....	32
DIAGRAM 3.13 Diagram Hasil Kuesioner Mengenai Usia Responden.....	32

DIAGRAM 3.14 Diagram Hasil Kuesioner Mengenai Pekerjaan	
Responden.....	33
DIAGRAM 3.15 Diagram Hasil Kuesioner Mengenai Kegiatan Lain di Luar	
Pekerjaan.....	33
DIAGRAM 3.16 Diagram Hasil Kuesioner Mengenai Usia Anak Responden.....	34
DIAGRAM 3.17 Diagram Hasil Kuesioner Mengenai Menghabiskan Waktu	
Bersama Anak.....	34
DIAGRAM 3.18 Diagram Hasil Kuesioner Mengenai Kegiatan yang Dilakukan	
Bersama Anak.....	35
DIAGRAM 3.19 Diagram Hasil Kuesioner Mengenai Kedekatan Responden	
Dengan Anak.....	35
DIAGRAM 3.20 Diagram Hasil Kuesioner Mengenai Pentingnya <i>Quality Time</i>	
Bersama Anak.....	36
DIAGRAM 3.21 Diagram Hasil Kuesioner Mengenai Alasan Pentingnya <i>Quality Time</i>	
<i>Time</i>	36
DIAGRAM 3.22 Diagram Hasil Kuesioner Mengenai Alasan Sulit Ber- <i>quality time</i>	
<i>time</i>	37
DIAGRAM 3.23 Diagram Hasil Kuesioner Mengenai Media yang Efektif Untuk	
Kampanye.....	37

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 3.1 Logo UNFPA.....	20
GAMBAR 3.2 Logo Telkomsel.....	21
GAMBAR 3.3 Kampanye #IniKeluargaku.....	38
GAMBAR 3.4 Logo <i>Billion Family Dinners</i>	39
GAMBAR 3.5 Aplikasi <i>DinnerCall</i>	40
GAMBAR 3.6 Video Aplikasi <i>DinnerCall</i>	41
GAMBAR 4.1 Tipografi 1.....	45
GAMBAR 4.2 Tipografi 2.....	46
GAMBAR 4.3 Tipografi 3.....	46
GAMBAR 4.4 Warna Utama.....	47
GAMBAR 4.5 Logo Kampanye <i>Family Time</i>	50
GAMBAR 4.6 B/W dan Grayscale Logo.....	51
GAMBAR 4.7 Media Sosial Awareness 1.....	53
GAMBAR 4.8 Media Sosial Awareness 2.....	53
GAMBAR 4.9 Media Sosial <i>Instagram Awareness</i>	54
GAMBAR 4.10 Media Cetak Koran Awareness 1.....	55
GAMBAR 4.11 Media Cetak Majalah Awareness 1.....	56
GAMBAR 4.12 Media Cetak Majalah Awareness 2.....	56
GAMBAR 4.13 Media Audio Visual Awareness 1.....	57
GAMBAR 4.14 Media Audio Visual Awareness 2.....	57
GAMBAR 4.15 Media Sosial <i>Persuading</i>	59
GAMBAR 4.16 Media Cetak Majalah <i>Persuading</i> 1.....	60
GAMBAR 4.17 Media Cetak Majalah <i>Persuading</i> 2.....	61

GAMBAR 4.18 Media Audio Visual <i>Persuading</i> 1.....	62
GAMBAR 4.19 Media Audio Visual <i>Persuading</i> 2.....	63
GAMBAR 4.20 Media Sosial <i>Reminding</i> 1.....	64
GAMBAR 4.21 Media Sosial <i>Reminding</i> 2.....	65
GAMBAR 4.22 Media Cetak Koran <i>Reminding</i>	65
GAMBAR 4.23 Media Cetak Majalah <i>Reminding</i>	66
GAMBAR 4.24 Media Audio Visual <i>Reminding</i>	67
GAMBAR 4.25 Media <i>Gimmick Goodie Bag</i> dan Pembatas Buku.....	68
GAMBAR 4.26 Media <i>Gimmick Agenda</i>	69
GAMBAR 4.27 Media <i>Gimmick Mug</i>	69



DAFTAR TABEL

TABEL 4.1 Tabel <i>Timeline</i> Januari - Juni.....	49
TABEL 4.2 Tabel <i>Timeline</i> Juli – Desember.....	49
TABEL 4.3 Tabel <i>Budgeting</i>	50



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A Lembar Asistensi Sketsa.....	76
---	----

