

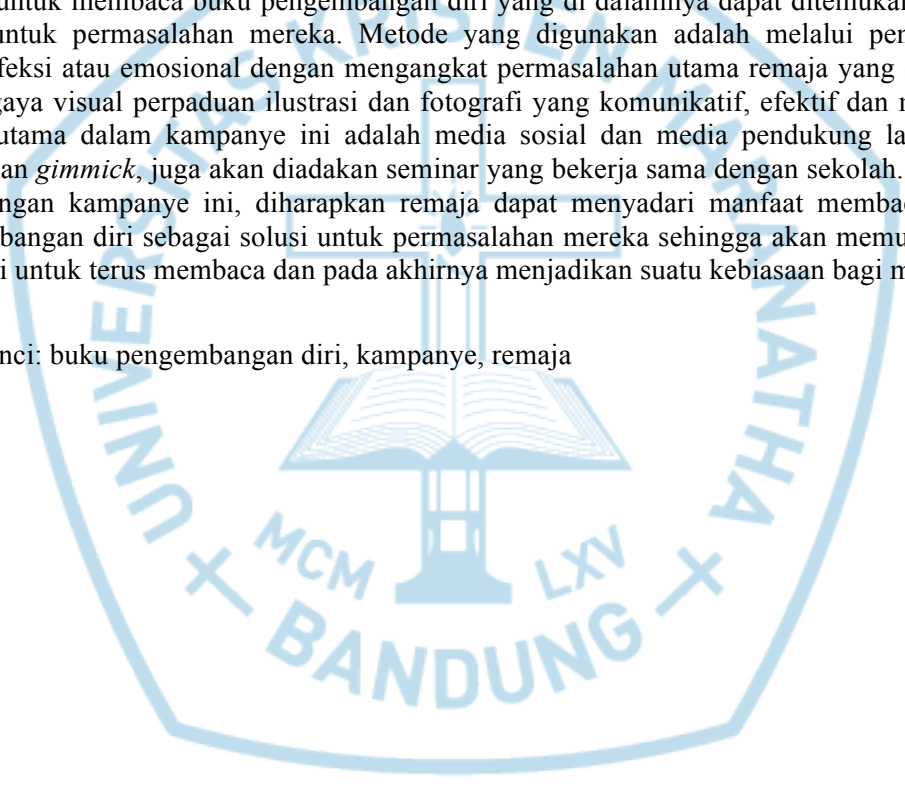
## ABSTRAK

### PERANCANGAN MEDIA KAMPANYE MENGAJAK GENERASI MUDA MEMBACA BUKU PENGEMBANGAN DIRI

Oleh  
**Valensia Angela**  
**NRP 1264047**

Dalam masa remaja, seringkali dihadapkan dengan permasalahan yang berkaitan dengan jati diri, kemandirian, pergaulan dan percintaan. Masih kurangnya pengetahuan remaja tentang bagaimana mengatasi permasalahan tersebut mengakibatkan mereka terjerumus dalam masa remaja yang negatif. Maka dari itu, tujuan perancangan ini adalah membangun kesadaran remaja untuk membaca buku pengembangan diri yang di dalamnya dapat ditemukan solusi-solusi untuk permasalahan mereka. Metode yang digunakan adalah melalui pendekatan aspek afeksi atau emosional dengan mengangkat permasalahan utama remaja yang dikemas dalam gaya visual perpaduan ilustrasi dan fotografi yang komunikatif, efektif dan menarik. Media utama dalam kampanye ini adalah media sosial dan media pendukung lain yaitu poster dan *gimmick*, juga akan diadakan seminar yang bekerja sama dengan sekolah. Melalui perancangan kampanye ini, diharapkan remaja dapat menyadari manfaat membaca buku pengembangan diri sebagai solusi untuk permasalahan mereka sehingga akan memunculkan motivasi untuk terus membaca dan pada akhirnya menjadikan suatu kebiasaan bagi mereka.

Kata kunci: buku pengembangan diri, kampanye, remaja



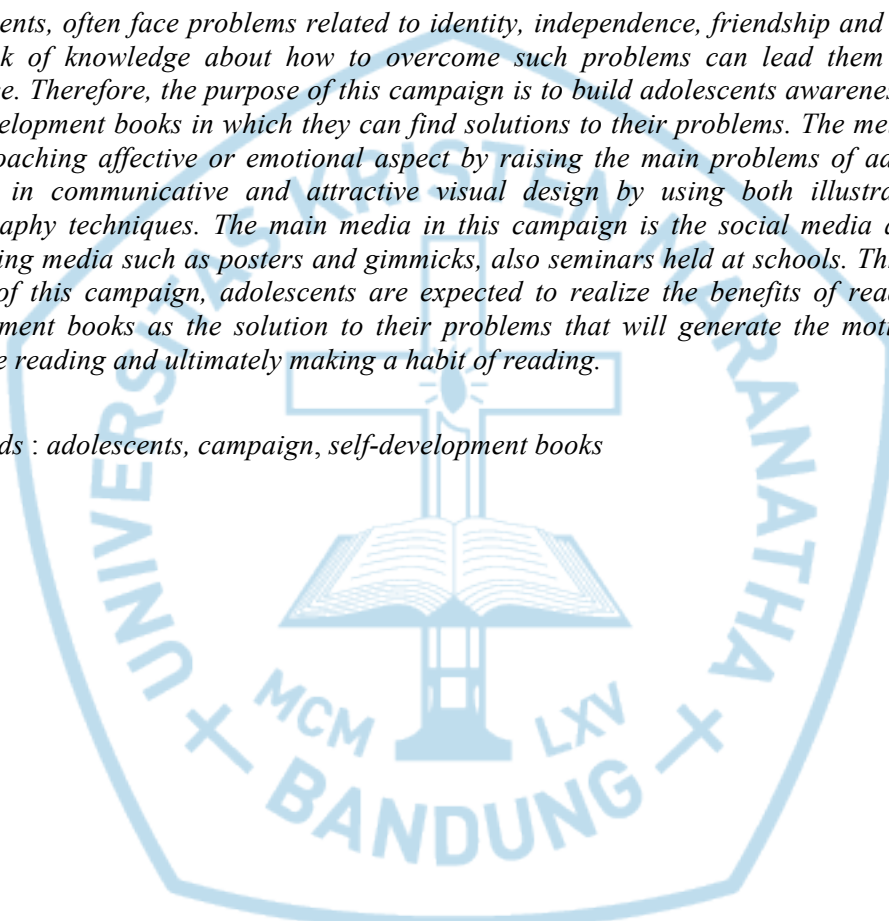
## ***ABSTRACT***

### ***CAMPAIGN DESIGN AS A MEDIA TO PERSUADE READING SELF-DEVELOPMENT BOOKS FOR ADOLESCENTS***

***Submitted by  
Valensia Angela  
NRP 1264047***

*Adolescents, often face problems related to identity, independence, friendship and romance. The lack of knowledge about how to overcome such problems can lead them into bad influence. Therefore, the purpose of this campaign is to build adolescents awareness to read self-development books in which they can find solutions to their problems. The method used is approaching affective or emotional aspect by raising the main problems of adolescents created in communicative and attractive visual design by using both illustration and photography techniques. The main media in this campaign is the social media and other supporting media such as posters and gimmicks, also seminars held at schools. Through the design of this campaign, adolescents are expected to realize the benefits of reading self-development books as the solution to their problems that will generate the motivation to continue reading and ultimately making a habit of reading.*

*Keywords : adolescents, campaign, self-development books*



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
LEMBAR ORISINALITAS HASIL KARYA PRIBADI .....	iii
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN TUGAS AKHIR .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAK .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
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 .....	3
1.5 Skema Perancangan .....	4
BAB II LANDASAN TEORI .....	5
2.1 Teori Kampanye .....	5
2.2 Teori Psikologi Remaja .....	6
2.3 Teori Desain Grafis .....	7
2.3.1 Prinsip Dasar Desain Grafis .....	7
2.3.2 Tipografi .....	8
2.3.3 Teori Warna .....	8
BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH .....	10
3.1 Lembaga Terkait .....	10
3.1.1 Mandatori .....	10

3.2	Data dan Fakta .....	11
3.2.1	Hasil Observasi .....	11
3.2.2	Hasil Wawancara .....	12
3.2.3	Data Kuisisioner .....	14
3.2.4	<i>Focus Group Discussion</i> .....	17
3.2.5	Tinjauan Karya Sejenis .....	18
3.2.5.1	Kampanye Duta Baca Indonesia Najwa Shihab .....	18
3.2.5.2	Mint Vinetu <i>Bookstore</i> .....	19
3.3	Analisis Terhadap Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta .....	20
3.3.1	Analisis SWOT Buku Pengembangan Diri .....	20
3.3.2	Analisis STP .....	21
BAB IV PEMECAHAN MASALAH .....		22
4.1	Konsep Komunikasi .....	22
4.2	Konsep Kreatif .....	22
4.3	Konsep Media .....	25
4.4	Hasil Karya .....	27
4.4.1	Logo Kampanye .....	27
4.4.2	<i>Awareness</i> .....	28
4.4.3	<i>Informing</i> .....	34
4.4.4	<i>Reminding</i> .....	38
4.4.5	<i>Line Account</i> .....	40
4.4.6	Seminar dan <i>Gimmick</i> .....	41
BAB V PENUTUP .....		45
5.1	Simpulan .....	45
5.2	Saran .....	45
5.2.1	Saran Penulis .....	45
5.2.2	Saran Dosen .....	45
DAFTAR PUSTAKA .....		46
DAFTAR LAMPIRAN .....		48



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Skema Perancangan .....	4
Gambar 3.1	Logo Perpustakaan dan Kearsipan Kota Bandung .....	10
Gambar 3.2	Perpustakaan SMPK 1 BPK Penabur Bandung .....	11
Gambar 3.3	Diagram Minat Membaca Remaja .....	14
Gambar 3.4	Diagram Frekuensi Membaca Remaja .....	14
Gambar 3.5	Diagram Jenis Buku yang Disukai Remaja .....	15
Gambar 3.6	Diagram Manfaat Membaca Menurut Remaja .....	15
Gambar 3.7	Diagram Alasan Remaja Tidak Suka Membaca .....	15
Gambar 3.8	Diagram Remaja Sebagai Pengguna Aktif Media Sosial .....	16
Gambar 3.9	Diagram Budget Remaja Dalam Memberi Buku .....	16
Gambar 3.10	Diagram Sumber Informasi Utama Remaja .....	16
Gambar 3.11	Kampanye Duta Baca Indonesia Najwa Shihab .....	18
Gambar 3.12	Mint Vinetu <i>Bookstore</i> .....	19
Gambar 4.1	Tipografi 1 .....	23
Gambar 4.2	Tipografi 2 .....	24
Gambar 4.3	Tipografi 3 .....	24
Gambar 4.4	Warna Utama .....	25
Gambar 4.5	Logo Kampanye .....	28
Gambar 4.6	Poster <i>Awareness</i> 1 .....	29
Gambar 4.7	Poster <i>Awareness</i> 2 .....	30
Gambar 4.8	Poster <i>Awareness</i> 3 .....	31
Gambar 4.9	Poster <i>Awareness</i> 4 .....	32
Gambar 4.10	<i>E-poster Awareness</i> Media Sosial .....	33
Gambar 4.11	Poster <i>Informing</i> 1 .....	34
Gambar 4.12	Poster <i>Informing</i> 2 .....	35
Gambar 4.13	Poster <i>Informing</i> 3 .....	36
Gambar 4.14	Poster <i>Informing</i> 4 .....	37
Gambar 4.15	<i>E-poster Informing</i> Media Sosial .....	38
Gambar 4.16	Poster <i>Reminding</i> .....	39

Gambar 4.17 <i>Digital Poster Reminding</i> .....	40
Gambar 4.18 <i>LINE Account</i> .....	41
Gambar 4.19 <i>Poster Seminar</i> .....	42
Gambar 4.20 <i>Stage Event</i> .....	43
Gambar 4.21 <i>Gimmick</i> .....	44



## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Tabel <i>Timeline</i> Kampanye .....	26
Tabel 4.2	Tabel <i>Budgeting</i> Kampanye .....	26





## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A : Lembar Asistensi Sketsa .....	48
Lampiran B : Wawancara dengan Ibu Jane Savitri .....	57

