

ABSTRAK

PERANCANGAN KAMPANYE PENCEGAHAN PENYALAHGUNAAN PSIKOTROPIKA DI KOTA BANDUNG

Oleh

Rachman Pratama

1164098

Tidak meratanya pembangunan membuat kota-kota besar seperti Jakarta dan Bandung memiliki penduduk yang sangat padat. Kepadatan dan tidak meratanya pembangunan ini tentu menimbulkan masalah-masalah sosial yang ada di kota-kota besar.

Fenomena penyalahgunaan obat-obatan yang menimbulkan efek ketergantungan seperti psikotropika masih marak terjadi. Padahal, bahaya penyalahgunaan obat golongan tersebut bisa menyebabkan kecanduan, *overdosis*, hingga kematian. Faktor penyebab penyalahgunaan obat-obatan psikotropika yaitu kurangnya pemahaman serta kepedulian masyarakat di tambah lingkungan pergaulan yang buruk.

Perancangan kampanye pencegahan penyalahgunaan psikotropika di Kota Bandung dibuat dengan media *website* berisi edukasi tentang obat-obatan psikotropika. Di tambah dengan *event "goes to campus"* untuk menyampaikan pesan kampanye secara komunikatif. Tujuannya untuk memberi tahu bahwa psikotropika adalah obat yang berbahaya bagi kesehatan jiwa dan raga jika konsumsinya tidak sesuai indikasi dari dokter. Diharapkan kampanye ini dapat mengurangi penyalahgunaan obat-obatan psikotropika di Kota Bandung.

Kata kunci : kesehatan, psikotropika, kampanye, edukasi

ABSTRACT

PSYCHOTROPIC ABUSE PREVENTION CAMPAIGN DESIGN IN BANDUNG CITY

By

Rachman Pratama

1164098

The uneven cities development in big cities such as bandung and jakarta made them overpupulated. The overpopulation and uneven development will cause social problems in those cities.

Drug abuse phenomenon that cause addiction or dependency effects such as psychoytopic often occured. Even though the risk of abusing those drugs can cause addiction, overdose , and death. The cause of psychotropic drug abuse are lack of understanding and community awareness and bad social environment.

The campaign design of psychotropic abuse prevention at bandung city are made with website media filled with education about psychotropic drugs. With added event of "goes to campus" to deliver the campaign message comunicatively. The purpose of the campaign is to inform about the danger of psychotropic drug for body and soul if the consumption is not in accordance with doctor's indication. The campaign expected to reduce psychotropic drug abuse in bandung.

Keyword : health , psychotropic , campaign , education

DAFTAR ISI

COVER DALAM	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR ORISINALITAS KARYA DAN LAPORAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK BAHASA INDONESIA.....	vi
ABSTRAK BAHASA INGGRIS	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR DIAGRAM	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup.....	2
1.3 Tujuan Perancangan	3
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	3-4
1.5 Skema Perancangan.....	5
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Teori Kampanye.....	6
2.1.1 Fungsi dan Tujuan Kampanye.....	7
2.1.2 Jenis Kampanye.....	7-8
2.2 Psikotropika.....	8
2.3 Benzodiazepine	9
2.3.1 Dumolid Nitrazepam	10
2.3.2 Xanax Alprazolam.....	12
2.3.3 Riklona Klonazepam	13
2.4 Dampak Penyalahgunaan Psikotropika.....	13
2.5 Psikologi Dewasa	15
BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH	
3.1 Data dan Fakta.....	17
3.1.1 Profil dan Lembaga Terkait.....	17
3.2 Data Gejala atau Fenomena Yang terjadi.....	25
3.3 Hasil Kuisisioner.....	27

3.4 Hasil Wawancara.....	33
3.5 Tinjauan Karya Sejenis	39
3.6 Analisa STP.....	41
3.7 Analisa SWOT Kampanye Pencegahan Psikotropika.....	43

BAB IV PEMECAHAN MASALAH

4.1 Konsep Komunikasi	44
4.1.1 Tujuan Komunikasi	46
4.1.2 Pesan Utama	46
4.1.3 Materi Pesan	46
4.1.4 Pendekatan Bahasa	46
4.2 Konsep Kreatif	47
4.2.1 Warna.....	47
4.2.2 Konsep Visual.....	47
4.2.3 Tipografi	48
4.2.4 Layout	49
4.3 Konsep Media	49
4.3.1 Timeline.....	50
4.3.2 Budgeting.....	51
4.4 Hasil Karya.....	51
4.4.1 Logo.....	51
4.4.2 Website.....	52
4.4.3 Poster.....	53
4.4.4 Gimik Kampanye.....	54
4.4.5 Brosur Kampanye.....	55
4.4.6 Instagram	56
4.4.7 Twitter	57

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan.....	58
5.2 Saran	58-59

DAFTAR PUSTAKA 60
DAFTAR LAMPIRAN DAN LAMPIRAN
DATA PENULIS



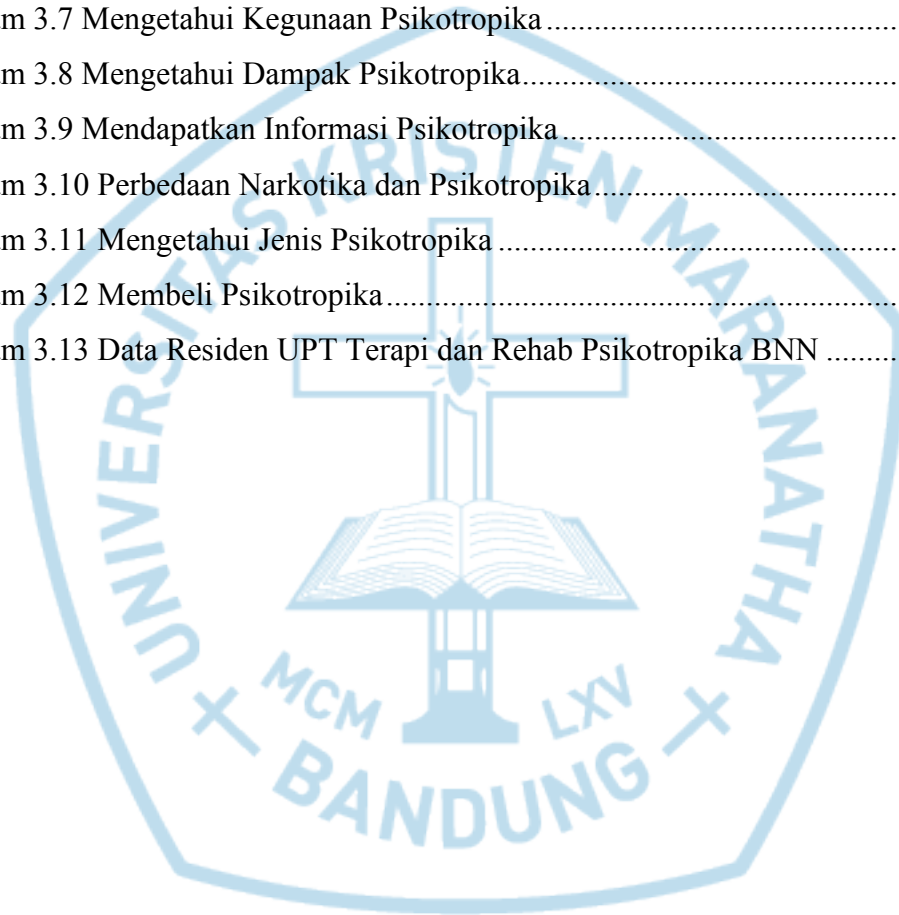
DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Timeline Kampanye.....	50
Tabel 4.2 Budgeting.....	51



DAFTAR DIAGRAM

Diagram 3.1 Jenis Kelamin.....	27
Diagram 3.2 Usia	27
Diagram 3.3 Pekerjaan.....	28
Diagram 3.4 Penghasilan	28
Diagram 3.5 Frekuensi Penggunaan Media	29
Diagram 3.6 Mengetahui Psikotropika	29
Diagram 3.7 Mengetahui Kegunaan Psikotropika	30
Diagram 3.8 Mengetahui Dampak Psikotropika.....	30
Diagram 3.9 Mendapatkan Informasi Psikotropika	31
Diagram 3.10 Perbedaan Narkotika dan Psikotropika.....	31
Diagram 3.11 Mengetahui Jenis Psikotropika	32
Diagram 3.12 Membeli Psikotropika	32
Diagram 3.13 Data Residen UPT Terapi dan Rehab Psikotropika BNN	35



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Skema Perancangan	5
Gambar 3.1 Logo BPOM	17
Gambar 3.2 Logo BNN	19
Gambar 3.3 Struktur Organisasi Badan Narkotika Nasional	23
Gambar 3.4 Visual Kampanye Aku Bangga Aku Tahu	40
Gambar 3.5 Dokumentasi Informing Aku Bangga Aku Tahun	41
Gambar 4.1 Warna	47
Gambar 4.2 <i>Font Quartzo Demo Bold</i>	48
Gambar 4.3 <i>Font DINpro-Regular</i>	48
Gambar 4.4 Logo	51
Gambar 4.5 Website	52
Gambar 4.6 Poster Kampanye	53
Gambar 4.7 Kaos Kampanye	54
Gambar 4.8 Totebag Kampanye	55
Gambar 4.9 Brosur Kampanye	55
Gambar 4.10 Instagram Kampanye	56
Gambar 4.11 Twitter Kampanye	57

