

## **ABSTRAK**

### **PERANCANGAN KAMPANYE EDUKASI INFORMASI PEDULI TUNANETRA DI WILAYAH BANDUNG, JAWA BARAT**

Oleh

**Eric Geraldi Lucas**

**NRP 1364033**

Sekarang ini di Indonesia penduduk dengan keterbatasan fisik seringkali dipandang sebelah mata oleh masyarakat normal. Masyarakat dengan keterbatasan fisik yang seringkali terlupakan adalah masyarakat dengan keterbatasan penglihatan atau biasa disebut tunanetra. Masyarakat tunanetra di wilayah Bandung sendiri seringkali tidak diperhatikan keberadaannya. Ini semua disebabkan karena kurang pedulinya masyarakat terhadap para penyandang tunanetra. Selain itu juga kurangnya rasa ingin menolong adalah salah satu masalah yang seringkali menjadi hambatan masyarakat Bandung untuk membantu para tunanetra.

Selain itu masyarakat kota Bandung juga masih banyak yang belum menyadari betapa pentingnya membangun rasa peduli. Dan para tunanetra akan merasa sangat senang jika masyarakat mau peduli kepada mereka. Selain itu juga masih banyak masyarakat tunanetra yang membutuhkan bantuan dari masyarakat kota Bandung.

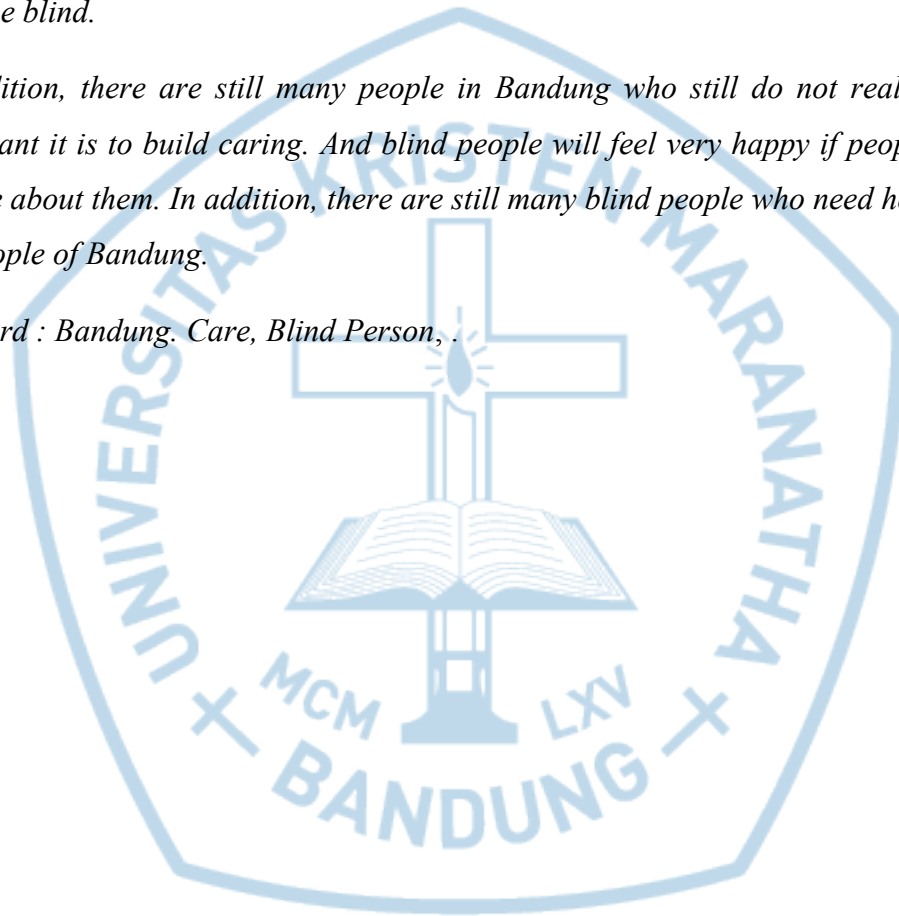
*Kata Kunci : Bandung. Kepedulian, Tunanetra, .*

## ABSTRACT

*Nowadays in Indonesia, people with physical limitations are often underestimated by normal people. People with physical limitations that are often forgotten are people with limited vision or commonly called blind people. Blind communities in the Bandung area themselves are often ignored. This is all due to the lack of care of the public towards blind people. Besides that, the lack of feeling of wanting to help is one of the problems that is often become a barrier for the Bandung community to help the blind.*

*In addition, there are still many people in Bandung who still do not realize how important it is to build caring. And blind people will feel very happy if people want to care about them. In addition, there are still many blind people who need help from the people of Bandung.*

*Keyword : Bandung. Care, Blind Person, .*



## 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 .....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvii
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	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
<b>BAB II : LANDASAN TEORI</b> .....	<b>5</b>
2.1 Kampanye .....	5
2.2 Kampanye Sosial .....	5
2.3 Teori Alat Pembantu Tuanetra .....	6
2.3.1 Huruf Braile .....	6
2.3.2 <i>Guiding Block</i> .....	6
2.4 Fotografi .....	7
2.5 <i>Typography</i> .....	9

### **BAB III : DATA DAN ANALISIS MASALAH**

3.1	Data dan Fakta .....	12
3.1.1	Profil Institusi Terkait .....	12
3.1.2	<i>Sponsorship</i> .....	13
3.1.3	Hasil Observasi .....	15
3.2	Proyek sejenis .....	20
3.3	Analisis Terhadap Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta .....	21
3.3.1	Analisis SWOT.....	21
3.3.2	Analisis STP .....	22
<b>BAB IV</b>	<b>: PEMECAHAN MASALAH</b> .....	<b>23</b>
4.1	Konsep Komunikasi .....	23
...	.....	.....
4.2	Konsep Kreatif .....	23
4.3	Konsep Media .....	24
4.4	Hasil Karya .....	24
<b>BAB V</b>	<b>: PENUTUP</b> .....	<b>39</b>
5.1	Simpulan .....	39
5.2	Saran .....	39

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Logo Wyataguna .....	11
Gambar 3.2 Logo Pertamina .....	12
Gambar 3.3 Contoh Sarana yang diterlantarkan oleh masyarakat.....	14
Gambar 3.4 Contoh Sarana yang diterlantarkan oleh masyarakat.....	14
Gambar 3.5 Proyek Sejenis.....	15
Gambar 4.1 Karya untuk di tahap <i>share</i> .....	19
Gambar 4.2 Media Instagram untuk di tahap <i>share</i> .....	20
Gambar 4.3 Media Line untuk di tahap <i>share</i> .....	21
Gambar 4.4 Karya untuk di tahap <i>action</i> dan <i>Share</i> .....	22
Gambar 4.5 Media Instagram untuk di tahap <i>action</i> dan <i>share</i> .....	22
Gambar 4.6 Media majalah untuk tahap <i>action</i> dan <i>share</i> .....	23
Gambar 4.7 Media poster untuk tahap <i>action</i> dan <i>share</i> .....	23
Gambar 4.8 Media x-banner untuk tahap <i>action</i> dan <i>share</i> .....	24
Gambar 4.9 Media x-banner untuk tahap <i>share</i> .....	25
Gambar 4.10 Karya untuk tahap <i>action</i> dan <i>share</i> .....	26
Gambar 4.11 Karya si tahap <i>attention</i> dan <i>interest</i> .....	27
Gambar 4.12 Media majalah untuk tahap <i>attention</i> dan <i>interes</i> .....	28
Gambar 4.13 Media x-banner untuk tahap <i>attention</i> dan <i>interest</i> .....	29
Gambar 4.14 Karya untuk <i>gimmick</i> .....	30

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Tabel <i>Budgeting</i> .....	31
Tabel 4.2 Tabel <i>Timeline</i> .....	32
Tabel 4.3 Tabel <i>Timeline</i> .....	32
Tabel 4.4 Tabel <i>Timeline</i> .....	33



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Sketsa Media untuk AISAS .....31

