

ABSTRAK

Vela

Kampanye Pencegahan Tindakan Negatif Anak Akibat Media Visual, Khususnya Televisi

Melihat permasalahan yang terjadi pada anak-anak di Indonesia saat ini adalah semakin meningkatnya tindakan negatif pada anak akibat media visual, khususnya televisi. Semakin hari, tayangan televisi di Indonesia semakin tidak berbobot. Tayangan televisi yang ada hanya menampilkan faktor negatif saja sedangkan anak-anak sendiri sesuai dengan perkembangannya membutuhkan faktor positif dari lingkungan di sekitar mereka.

Kurangnya peranan orang tua dalam mengawasi tayangan yang ditonton anak-anak menjadi salah satu faktor penyebab utama anak-anak meniru tayangan negatif dalam televisi. Seharusnya orang tua bersedia meluangkan waktu serta selektif ketika memilih tayangan televisi yang pantas ditonton oleh anaknya.

Melalui perancangan Desain Komunikasi Visual Iklan Layanan Masyarakat ini, penulis ingin merancang sebuah perencanaan Desain Komunikasi Visual sehingga memotivasi orang tua untuk lebih meluangkan waktunya untuk menemani anak-anak mereka dalam menonton televisi.

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL _____	i
PERNYATAAN HASIL KARYA PRIBADI _____	ii
LEMBAR PENGESAHAN _____	iii
ABSTRAK _____	iv
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH _____	v
DAFTAR ISI _____	vii
DAFTAR TABEL _____	ix
DAFTAR FOTO _____	x

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah _____	1
1.2 Identifikasi Masalah _____	3
1.3 Rumusan Masalah _____	4
1.4 Tujuan Perancangan _____	4
1.5 Ruang Lingkup Perancangan _____	5
1.6 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data _____	5
1.6.1 Sumber Data _____	5
1.6.2 Teknik Pengumpulan Data _____	6

BAB II TINJAUAN MASALAH

2.1 Kajian Pustaka _____	8
2.1.1 Media Visual _____	8
2.1.2 Televisi _____	8
2.2 Tinjauan Faktual _____	10
2.2.1 Pengaruh Buruk Tayangan Televisi _____	10
2.2.2 Pengaruh Pada Anak-anak _____	12
2.2.3 Target Audience _____	14
2.2.3.1 Target Menurut Segmentasi, Targeting, dan Positioning _____	19
2.2.4 Pengertian Kampanye _____	20
2.2.5 Strategi Persuarsi Untuk Praktik Kampanye _____	24

2.2.6 Pelaku Kampanye _____	27
2.2.7 Tipe Kampanye Publik _____	28
2.2.8 Metode Riset Formatif _____	29
2.3 Gagasan awal _____	30
BAB III PEMECAHAN MASALAH	
3.1 Objek Perancangan _____	31
3.2 Target Audience _____	32
3.3 Konsep Perancangan _____	34
3.3.1 Perencanaan Media _____	35
3.3.2 Perencanaan Kreatif _____	42
3.3.2.1 Konsep Verbal _____	43
3.3.2.2 Konsep Visual _____	46
3.3.3 Biaya Media / Budgeting _____	56
3.3.4 Visualisasi Karya _____	58
KESIMPULAN DAN SARAN _____	87
DAFTAR PUSTAKA _____	89
LAMPIRAN _____	90
KOMENTAR DOSEN PENGUJI _____	91
DATA PENULIS _____	92

DAFTAR TABEL

Tabel kerangka berpikir I _____	6
Tabel kerangka berpikir II _____	7
Tabel kerangka berpikir III _____	7
Hirarki Kebutuhan Abraham Maslow _____	20
Sifat kampanye secara umum _____	21
Empat jenis evaluasi _____	22
Kredibilitas Pelaku Kampanye _____	27
Seleksi Media _____	28

DAFTAR FOTO

Sarung Ban Mobil	84
------------------	----
