

INTI SARI

Sampah di kota Padang merupakan salah satu permasalahan yang ada di kota Padang. Kehadiran sampah merupakan salah satu persoalan yang dihadapi oleh masyarakat. Salah satu cara mengatasi sampah di kota Padang ialah dengan menyadarkan masyarakat pentingnya menjaga kebersihan lingkungan dari sampah dan membuat mereka tersadar dan adanya panggilan dalam diri mereka tersebut bahwa membuang sampah sembarangan itu berbahaya. Upaya dalam menyadarkan masyarakat tentang sampah di kota Padang adalah dengan kampanye sosial. Dalam kampanye, terdapat suatu dasar yaitu penyampaian pesan-pesan pada khalayak, sehingga pesan merupakan inti kampanye dan merupakan sebuah gagasan yang muncul berdasarkan berbagai macam alasan dan gagasan tersebut pada akhirnya akan di konstruksi dalam bentuk pesan-pesan yang dapat disampaikan kepada khalayak, lalu khalayak akan mempresepsi, menanggapi, menerima atau menolak pesan tersebut (Venus, 2009, p.70). metode pengumpulan data yaitu observasi dan wawancara. Metode yang digunakan dalam analisis ini yaitu AIDCA (*Attention, Interest, Desire, Conviction* dan *Action*). Dengan teori pendekatan emosional yang digunakan dalam kampanye sosial yaitu *Appeal to axienty*. Persuasi dengan pendekatan rasa takut secara sederhana bisa didefinisikan sebagai cara persuasi dengan menggunakan ancaman (*threat*) sebagai alat untuk membujuk atau mempersuasi untuk mengubah sikap dan perilaku seseorang (Perloff, 2010). Karya kampanye sosial berupa *ambient media*, *motion graphic*, poster dan *merchandise*.

Kata kunci : Kampanye sosial, sampah, *ambient media*

ABSTRACT

Garbage in the city of Padang is one of the problems that exist in the city of Padang. The presence of waste is one of the problems faced by the community. One way to deal with garbage in the city of Padang is to make people aware of the importance of keeping the environment clean from garbage and make them aware and there is a call within them that littering is dangerous. Efforts to raise public awareness about waste in the city of Padang are carried out with social campaigns. In the campaign, there is a basis, namely the delivery of messages to the audience, so that the message is the core of the campaign and is an idea that arises based on various reasons and the idea will eventually be constructed in the form of messages that can be conveyed to the audience, then the audience will perceive, respond to, accept or reject the message (Venus, 2009, p.70). Data collection methods are observation and interviews. The method used in this analysis is AIDCA (Attention, Interest, Desire, Conviction and Action). With the theory of emotional approach used in social campaigns, namely Appeal to anxiety. Persuasion with a fear approach can simply be defined as a way of persuasion using threats as a tool to persuade or persuade to change one's attitudes and behavior (Perloff, 2010). Social campaign works in the form of ambient media, motion graphics, posters and merchandise.

Keywords: Social campaign, garbage, ambient media

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DALAM.....	ii
HALAMAN PERSYARATAN GELAR	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PENGKARYA.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
HALAMAN UCAPAN TERIMAKASIH	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
GLOSARIUM.....	xvii
INTI SARI	xx
ABSTRACT	xxi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Penciptaan	6
C. Tujuan dan Manfaat Penciptaan.....	6
D. Tinjauan Karya	7
E. Landasan Teori.....	12
F. Metode Penciptaan	24
1. Persiapan	24
2. Perancangan	32
3. Perwujudan.....	33
4. Penyajian karya	33
BAB II	37
KONSEP DAN PROSES PENCIPTAAN.....	37

A. Konsep Penciptaan.....	37
1. Konsep Verbal.....	37
2. Konsep Visual.....	37
3. Brainstorming.....	39
4. Studi Warna.....	40
5. Studi Tagline.....	43
6. Studi Typografi.....	43
B. Proses Penciptaan.....	45
1. Ambient Media.....	45
2. Motion Graphic.....	47
3. Poster.....	64
BAB III.....	67
HASI DAN ANALISIS KARYA.....	67
A. Hasil Karya.....	67
B. Analisis Karya.....	73
BAB VI.....	76
PENUTUP.....	76
1. Simpulan.....	76
2. Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

TABEL 1. Studi tipografi.....	43
TABEL 2. Storyline	49



DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1. Iklan Ambient Media.....	8
GAMBAR 2. Ambient Media ILM Safety Riding	9
GAMBAR 3. Ambient Media Produk Pepsodent	10
GAMBAR 4. Iklan Layanan Masyarakat anti korupsi/GNPSDA	10
GAMBAR 5. Iklan Kampanye Sosial Fomo Phobia	11
GAMBAR 6. Lokasi pantai Padang banyak sampah.....	25
GAMBAR 7. Lokasi pinggir jalan Kota Padang banyak sampah.....	25
GAMBAR 8. Lokasi Gor H. Agus Salim banyak sampah.....	26
GAMBAR 9. Lokasi Gor H. Agus Salim banyak sampah	26
GAMBAR 10. Lokasi kota Padang banyak sampah.....	26
GAMBAR 11. Lokasi Pondok banyak sampah	27
GAMBAR 12. Wawancara dengan pemilik kedai pinggir jalan.....	27
GAMBAR 13. Brainstorming.....	40
GAMBAR 14. Warna kuning	41
GAMBAR 15. Warna hijau.....	41
GAMBAR 16. Warna merah.....	42
GAMBAR 17. Warna biru	42
GAMBAR 18. Sketsa alternatif ambient media.....	46
GAMBAR 19. Sketsa alternatif ambient media.....	46
GAMBAR 20. Sketsa alternatif ambient media.....	47
GAMBAR 21. Storyboard	50
GAMBAR 22. Alternatif sketsa karakter.....	51
GAMBAR 23. Sketsa karakter.....	51
GAMBAR 24. Digitalisasi karakter.....	52
GAMBAR 25. Sketsa karakter.....	52
GAMBAR 26. Digitalisasi karakter	53
GAMBAR 27. Proses pembuatan asset	53

GAMBAR 28. Proses pembuatan asset	54
GAMBAR 29. Proses pembuatan asset	54
GAMBAR 30. Proses pembuatan asset	55
GAMBAR 31. Proses pembuatan asset	55
GAMBAR 32. Proses pembuatan asset	56
GAMBAR 33. Proses pembuatan asset	56
GAMBAR 34. Proses pembuatan asset	57
GAMBAR 35. Proses pembuatan motion graphic.....	57
GAMBAR 36. Proses pembuatan motion graphic.....	58
GAMBAR 37. Proses pembuatan motion graphic.....	58
GAMBAR 38. Proses pembuatan motion graphic.....	59
GAMBAR 39. Proses pembuatan motion graphic.....	59
GAMBAR 40. Proses pembuatan motion graphic.....	60
GAMBAR 41. Proses pembuatan motion graphic.....	60
GAMBAR 42. Proses pembuatan motion graphic.....	61
GAMBAR 43. Proses pembuatan motion graphic.....	61
GAMBAR 44. Proses pembuatan motion graphic.....	62
GAMBAR 45. Proses pembuatan motion graphic.....	62
GAMBAR 46. Proses pembuatan motion graphic.....	63
GAMBAR 47. Proses pembuatan motion graphic.....	63
GAMBAR 48. Proses pembuatan motion graphic.....	64
GAMBAR 49. Sketsa poster	64
GAMBAR 50. Proses digitalisasi poster.....	64
GAMBAR 51. Proses digitalisasi poster.....	64
GAMBAR 52. Final ambient media	66
GAMBAR 53. Potongan final motion graphic	66
GAMBAR 54. Potongan final motion graphic	67
GAMBAR 55. Potongan final motion graphic	67
GAMBAR 56. Final potongan motion graphic.....	68
GAMBAR 57. Mockup final motion graphic	68

GAMBAR 58. Final desain poster	69
GAMBAR 59. T-shirt	70
GAMBAR 60. Masker	70
GAMBAR 61. Stiker.....	71
GAMBAR 62. Handsanitizer	71
GAMBAR 64. Surat rekomendasi dari Kesbangpol	80
GAMBAR 65. Lembar disposisi DLH	81
GAMBAR 66. Lembar neraca pengelolaan sampah.....	82
GAMBAR 67. Dokumentasi dengan pegawai DLH.....	83
GAMBAR 68. Poster pameran tugas akhir	83
GAMBAR 69. Undangan pameran tugas akhir	84
GAMBAR 70. Pembukaan pameran tugas akhir	84
GAMBAR 71. Booth pameran tugas akhir	85
GAMBAR 72. Booth pameran tugas akhir	85
GAMBAR 73. Dokumentasi pameran tugas akhir	86
GAMBAR 74. Dokumentasi pameran tugas akhir	86
GAMBAR 75. Dokumentasi pameran tugas akhir	87
GAMBAR 76. Dokumentasi pameran tugas akhir	87
GAMBAR 77. Dokumentasi ujian komprehensif.....	88
GAMBAR 78. Dokumentasi ujian komprehensif.....	88
GAMBAR 79. Dokumentasi pameran	89
GAMBAR 80. Dokumentasi pameran tugas akhir	89
GAMBAR 81. Formulir Konsultasi/Bimbingan Laporan Tugas Akhir	90
GAMBAR 82. Formulir Konsultasi/Bimbingan Laporan Tugas Akhir	91
GAMBAR 83. Formulir Pendaftaran Mengikuti Ujian Tugas Akhir	92
GAMBAR 84. Formulir Persetujuan kelayakan Melaksanakan Ujian TA.....	93
GAMBAR 85. Formulir Konsultasi Revisi Tugas Akhir	94