

**PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL
KAMPANYE HAK ASASI ANAK
PADA LEMBAGA KEMANUSIAAN
PLAN INDONESIA**



KT001548

David Ardhianto
NIM 9811017023

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN
FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2006**

**PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL
KAMPANYE HAK ASASI ANAK
PADA LEMBAGA KEMANUSIAAN
PLAN INDONESIA**



David Ardianto

NIM 9811017023

Tugas akhir ini diajukan kepada Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta sebagai
salah satu syarat untuk memperoleh
gelar sarjana S-1 dalam bidang
Desain Komunikasi Visual
2006

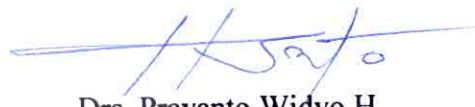
Tugas Akhir Karya Desain berjudul :
PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL KAMPANYE HAK ASASI ANAK
PADA LEMBAGA KEMANUSIAAN PLAN INDONESIA diajukan oleh David
Ardhianto, NIM 9811017023, Program Studi Desain Komunikasi Visual, Jurusan
Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia, Yogyakarta, telah disetujui
Tim Pembina Tugas Akhir pada tanggal 2 Februari 2006

Pembimbing I



Drs. Sadjiman
NIP 130354413

Pembimbing II



Drs. Prayanto Widyo H
NIP 132230373

Cognate



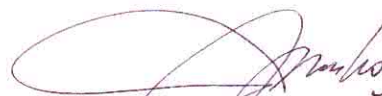
Drs. IT. Sumbo Tinarbuko, M.Sn
NIP 131996634

Ketua Program Studi
Desain Komunikasi Visual



Drs. Lasjiman MSn.
NIP 131773135

Ketua Jurusan Desain



Drs. A. Hendro Purwoko
NIP 131284654



Dekan Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta,

Drs. Sukarman
NIP. 130521245



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur saya panjatkan ke hadirat Allah SWT atas kesempatan yang diberikan kepada saya, sehingga saya dapat menyelesaikan karya desain tugas akhir perancangan Komunikasi Visual Kampanye Hak Asasi Anak pada Lembaga Kemanusiaan Plan Indonesia.

Tugas akhir ini merupakan pertanggungjawaban dan bukti serta hasil dari seluruh mata kuliah yang telah ditempuh selama mengenyam pendidikan di program studi Desain Komunikasi Visual Institut Seni Indonesia Yogyakarta dari tahun 1998 hingga 2006.

Tugas akhir ini juga merupakan salah satu syarat dalam pemenuhan tugas perkuliahan untuk mencapai gelar kesarjanaan dalam program bidang studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Dalam proses pembuatan tugas akhir ini tentu saja saya telah mendapat banyak dukungan, bimbingan dan pengarahan dari berbagai pihak dari awal hingga akhir, yang mana oleh karena itu perkenankan saya untuk menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Suprpto, mbak Wilis & kak Mi, mas Erwan, mas Donny & mbak Tanti dan semua keponakan, atas semua doa yang dipanjatkan, pemakluman dan semua supportnya.
2. Bapak Edi Supangkat selaku staff & pimpinan Plan Indonesia cabang Yogyakarta, dan mbak Ely atas semua data dan materi bahan penelitian.

3. Seluruh staff pengajar Diskomvis ISI Yogyakarta, terutama kepada Bp Zacky dan Ibu Hesti sebagai dosen wali dan Bp Sadjiman dan Bp Prayanto selaku dosen pembimbing TA.
4. Seluruh teman Balkonah angkatan 98 Diskomvis ISI Yogyakarta.
5. Keluarga besar Panjoel desain kaos djogja & Djogja Publisher Graphic & Visual Design (Mas Donny, mbak Tanti, pak Adi, pak Jarwo, Benk, Mamat, Anjar) atas lingkungan dan atmosfir yang supportif.
6. Peni Nur Iswari (atas doa dan supportnya)
7. Teman teman Shakerman atas bantuan & gangguannya.
8. Tim Sukses (Anjar & Heru) thanx untuk pigura and displaynya.
9. Ardian, Aat, dan Didit sebagai *sparing partner*.
10. Sobat kecilku sebagai model (Alda, Hosi, Dwi, si “kembar” Raka Riki, Nabilla dan sahabat “jalanan”, serta anak anak Girli)

Akhirnya saya berharap agar karya desain tugas akhir ini dapat menjadi manfaat bagi mahasiswa Institut Seni Indonesia Yogyakarta, masyarakat dan juga merupakan sedikit pengabdian saya terhadap almamater Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Yogyakarta, 1 Pebruari 2006

Penulis

(David Ardhianto)



Karya ini saya persembahkan untuk
Ibu, Bapak (alm), kakak-kakaku tercinta
dan keluarga besarku



DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan.....	iii
Kata pengantar.....	iv
Lembar Persembahan.....	vi
Daftar Isi.....	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Pembatasan Masalah.....	5
1.4 Tujuan Perancangan.....	5
1.5 Metodologi Perancangan.....	6
1.6 Pola Dasar Perancangan.....	7
1.7 Sistematika Perancangan.....	8
BAB II IDENTIFIKASI.....	11
2.1 Data Perusahaan.....	11
2.2 Data Permasalahan.....	21
2.3 Pokok Permasalahan.....	23
2.4 Analisis Data.....	24
2.5 Kesimpulan.....	25
2.6 Sintesis.....	25

BAB III KONSEP PERANCANGAN.....	28
3.1 Perencanaan Media.....	32
3.1.1 Tujuan Media.....	32
3.1.2 Strategi Media.....	33
3.1.3 Program Media.....	44
3.1.4 Biaya Media.....	49
3.2 Perencanaan Kreatif.....	51
3.2.1 Tujuan Kreatif.....	51
3.2.2 Strategi Kreatif.....	51
3.2.3 Program Kreatif.....	56
3.2.4 Biaya Kreatif.....	62
3.2.5 Biaya Keseluruhan.....	62
BAB IV PERANCANGAN.....	63
1. Pemilihan pembuatan nama kampanye.....	66
2. Studi typografi.....	67
3. Rough lay out desain iklan majalah dan iklan koran.....	68
4. Comprehensive lay out desain iklan majalah dan koran	69
5. Final art desain iklan majalah dan iklan koran.....	70
6. Rough lay out poster tematik.....	72
7. Comprehensive lay out desain poster tematik.....	73
8. Final art desain poster tematik.....	74
9. Rough lay out desain billboard.....	76
10. Comprehensive lay out desain billboard.....	77

11. Final art desain billboard.....	78
12. Rough lay out desain brosur.....	80
13. Comprehensive lay out desain brosur.....	81
14. Final art desain brosur.....	82
15. Rough lay out desain poster umum.....	83
16. Comprehensive lay out desain poster umum.....	84
17. Final art desain poster umum.....	85
18. Rough lay out desain spanduk.....	86
19. Comprehensive lay out desain spanduk.....	87
20. Final art desain spanduk.....	88
21. Rough lay out desain stiker besar dan kecil.....	89
22. Comprehensive lay out desain stiker.....	90
23. Final art desain stiker.....	91
24. Rough lay out desain kaos.....	92
25. Comprehensive lay out desain kaos.....	93
26. Final art desain kaos.....	94
27. Rough lay out desain mug.....	95
28. Comprehensive lay out desain mug.....	96
29. Final art desain mug.....	97
30. Rough lay out desain pembatas buku.....	98
31. Comprehensive lay out desain pembatas buku.....	99
32. Final art desain pembatas buku.....	100
BAB V KESIMPULAN.....	101

DAFTAR PUSTAKA.....	103
---------------------	-----

LAMPIRAN

1. Skema metode perancangan.....	105
2. Dokumentasi pameran.....	106
3. Katalog Pameran.....	107





BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Bangsa Indonesia yang belum pulih benar dari krisis ekonomi dan krisis politik perlu diyakinkan terus menerus bahwa mereka punya masa depan. Mereka harus percaya masih ada pekerjaan yang bisa dilakukan, masih ada rumah yang dapat ditempati dengan tenang, masih ada sekolah dengan biaya yang tidak mencekik leher. Tanpa keyakinan dan harapan tersebut tidak mustahil bahwa bangsa Indonesia hanya akan menjadi kerumunan manusia dengan jiwa yang kerdil dan terbelakang.

Kita ketahui bahwa dengan alasan kekurangan dana, negara mendapatkan pembenaran untuk melalaikan pemenuhan hak ekonomi, sosial, dan budaya. Para ekonom menyatakan kita diambang bangkrut. Semua yang tidak berhubungan dengan ekonomi harus dipangkas, kecuali politik. Tetapi situasi politik pun makin menegangkan karena para pemimpin bukannya berusaha mencari keseimbangan untuk membantu kestabilan ekonomi, malah jor-joran mendirikan partai¹. Oleh karena itu pemerintah seharusnya mulai memperhatikan langkah-langkah untuk memulihkan kembali keterpurukan negara ini dan tidak lagi bergantung pada lembaga-lembaga yang menangani masalah sosial maupun media, agar hak-hak ekonomi, sosial budaya dan terutama hak anak-anak dapat terpelihara.

¹ Putu Wijaya, *Bor Esai-esai Budaya* (Jogjakarta: Bentang, 1999), hal 6

Ketika dampak dari keterpurukan kondisi ekonomi, sosial dan budaya bangsa mulai dirasakan masyarakat dan hak-hak mereka mulai sulit untuk didapat, Pemerintah Indonesia mulai melakukan berbagai upaya agar hak-hak mereka terutama hak anak di Indonesia dapat terpenuhi.

Perlindungan anak baru menjadi perhatian masyarakat Indonesia pada kurun waktu tahun 90-an, setelah secara intensif berbagai bentuk kejahatan dan eksploitasi terhadap pekerja anak (*child labour*) di Indonesia. Lahirnya perhatian secara khusus terhadap perlindungan anak tidak dapat terlepas dari peran LSM dan masyarakat Internasional dalam menciptakan gerakan-gerakan sosial baru (*news social movement*) sebagai sebuah perlawanan (*opposition power*) terhadap otoritas negara yang lebih mengejar pertumbuhan ekonomi. Dalam usaha untuk mewujudkan suatu masyarakat yang madani (*civil society*) telah memberikan momentum terhadap pemberdayaan dan perlindungan kaum tersingkir, lemah dan tertindas (*disadvantaged people*) untuk memperoleh hak-hak dasarnya sebagai warga dari sebuah masyarakat negara. Perlindungan terhadap anak, yang merupakan objek rentan (*fragile*) dalam suatu negara (baik pada kondisi damai maupun perang) terhadap berbagai bentuk penindasan dan eksploitasi secara politis, ekonomi, sosial, maupun budaya masyarakat yang cenderung bersifat *patriachi*, merupakan kewajiban dan tanggung jawab dari suatu negara, masyarakat, dan khususnya keluarga².

Hal inilah merupakan salah satu yang mendorong Indonesia untuk meratifikasi konvensi tentang hak-hak anak (*Convention on the Rights of the*

² *Membangun Jaringan Kerjasama Hak Asasi Manusia*, Komisi Nasional Hak Asasi Manusia, 1998

Child). Pekerjaan, perumahan, pendidikan adalah sejumlah hak yang dilindungi Kovenan Internasional Hak Ekonomi, Sosial, dan Budaya. Sekali meratifikasi Kovenan ini setiap negara wajib mengambil segala tindakan yang perlu agar warga negaranya dapat menikmati hak-hak yang tercakup dalam Kovenan³.

Pada tahun 1990 Indonesia meratifikasi Konvensi Hak Anak berdasarkan Keputusan Presiden No. 36 / 1990 tertanggal 25 Agustus 1990. Sesuai ketentuan Pasal 49 (2), maka Konvensi Hak Anak dinyatakan berlaku di Indonesia sejak 5 Oktober 1990. Meski demikian, dalam kenyataannya kondisi anak-anak di Indonesia masih sangat memprihatinkan. Saat ini di Indonesia terdapat sekitar 2,5 juta pekerja anak usia 10 – 14 tahun, 2,7 juta anak terlantar usia 6 – 18 tahun, dan lebih dari 50 ribu anak jalanan⁴.

Melihat fakta-fakta di atas, keberadaan Konvensi Hak Anak menjadi sangat penting bagi upaya pemenuhan hak anak, terutama anak-anak dari kelompok masyarakat yang tidak beruntung. Sebab, konvensi ini telah memberi kerangka yang sangat jelas dan rinci mengenai hak-hak anak yang harus dipenuhi. Oleh karena itu dengan diratifikasinya hak-hak anak tersebut diharapkan dapat memberikan dampak positif terhadap usaha perlindungan anak, mengingat hal tersebut berkaitan erat dengan berbagai aspek yang bersumber pada usaha-usaha untuk mengurangi tingkat kemiskinan (*poverty elevation*) dan meningkatkan program wajib belajar (*compulsory education*), dukungan teknis maupun financial masyarakat Internasional sangat dibutuhkan untuk menghilangkan / mengurangi pekerja anak di Indonesia (*elimination of child labour*). Harapan bagi terwujudnya

³ *Konvenan Internasional Hak Ekonomi, Sosial, dan Budaya*, Lembaga Studi Pers dan Pembangunan (LSPP)

⁴ *Konvensi Hak Anak*, Lembaga Studi Pers dan pembangunan (LSPP)

kondisi anak yang lebih baik memang tampak terbuka. Setidaknya bila dilihat dari jumlah negara yang meratifikasi Konvensi Hak Anak tersebut.

Dengan diratifikasinya konvensi tentang hak-hak anak (*Convention on the Rights of the Child*) oleh pemerintah Indonesia tersebut berarti telah memberikan implikasi yuridis yang mendorong lahirnya peraturan-peraturan perundangan yang berkaitan dengan hak-hak anak. Akan tetapi hal ini tentunya sangat bergantung pada berbagai aspek yang meliputi politik, ekonomi maupun sosial dan budaya masyarakat. Pembahasan tentang perlindungan terhadap hak-hak anak tidak dapat dilepaskan nasib pekerja anak di Indonesia yang seakan terabaikan oleh arus *industrialisasi* yang terjadi.⁵

Maka dari itu Lembaga Kemanusiaan Plan Indonesia merupakan salah satu lembaga yang menitikberatkan programnya kepada pengembangan anak-anak yang tidak terikat dengan suku, agama, politik atau pemerintahan tertentu. Mensponsori anak adalah dasar dari lembaga ini. Plan masuk Indonesia 2 September 1969 berdasarkan kerjasama dengan Pemerintah RI. Saat ini Plan bekerja di 6 propinsi yaitu di DKI Jakarta, Jawa Tengah, Jawa Timur, Sulawesi Selatan, Nusa Tenggara Barat dan Nusa Tenggara Timur, dengan mensponsori lebih dari 50.000 anak.

⁵ *Membangun Jaringan Kerjasama Hak Asasi Manusia*, Komisi Nasional Hak Asasi Manusia, 1998

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana membuat sebuah kampanye dengan tujuan untuk membantu meningkatkan kualitas kehidupan anak-anak yang kurang beruntung agar hak-hak mereka dapat terpenuhi secara berkesinambungan sesuai dengan misi dan visi dari Plan Indonesia?

1.3 Pembatasan Masalah

Untuk lebih mempertajam permasalahan serta sasaran komunikasi yang terarah guna mencapai hasil yang optimal, maka penulis merasa perlu menentukan pembatasan masalah dengan pertimbangan sebagai berikut :

1. Sesuai dengan disiplin ilmu yang ditekuni selama ini, maka perencanaan dan perancangan dibatasi hanya pada bidang desain komunikasi visual dalam bentuk iklan layanan masyarakat non komersial untuk kampanye sadar Hak Asasi Anak.
2. Tema yang diambil adalah “memperjuangkan hak-hak asasi anak”.

1.4 Tujuan Perancangan

1. Menciptakan kampanye untuk memberi ajakan dan tindakan kepedulian kepada masyarakat agar peduli akan hak-hak anak bangsa.
2. Memberikan kesadaran kepada masyarakat akan pentingnya kualitas kehidupan anak-anak di masa mendatang.
3. Menciptakan strategi kreatif dalam penyampaian informasi mengenai keberadaan Plan Indonesia.



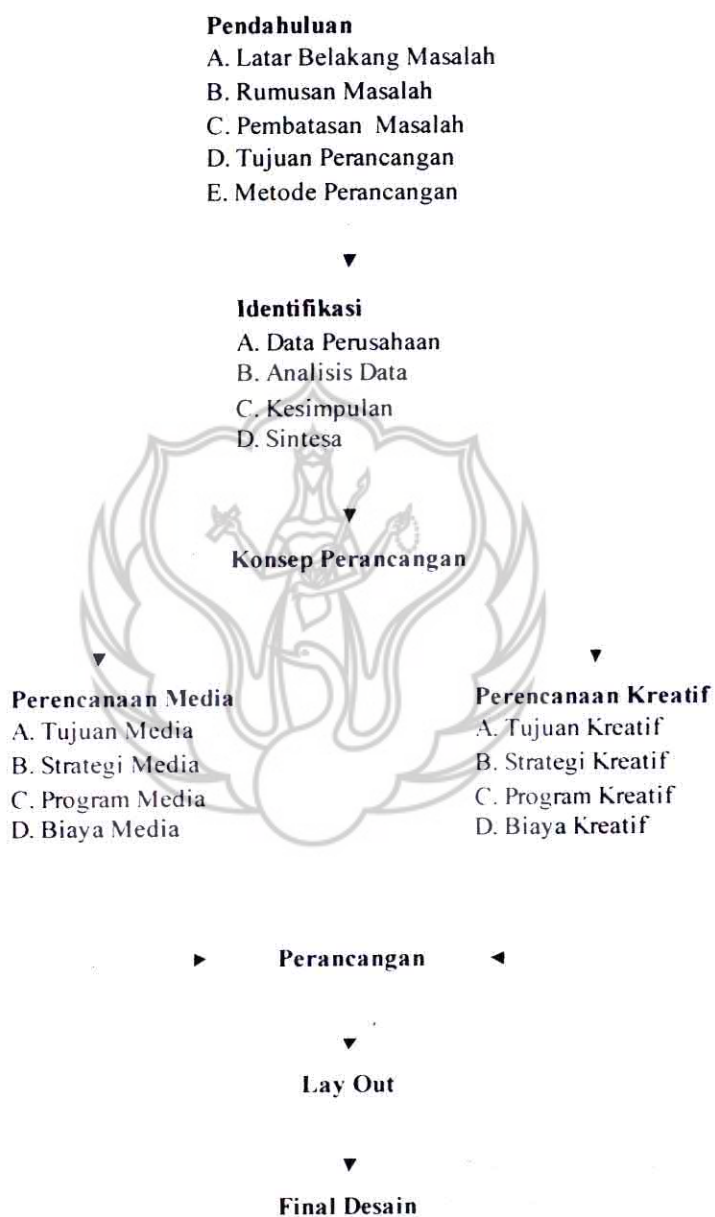
4. Menciptakan image bahwa Plan Indonesia merupakan lembaga yang tepat dalam pengembangan anak berdasarkan program kemanusiannya.
5. Mendapatkan bentuk visual yang komunikatif dan menarik agar tercipta asosiasi yang mendukung, kuat dan melekat di benak masyarakat.
6. Merencanakan media komunikasi yang tepat.

1.5 Metodologi Perancangan

1. Metode pengumpulan data
2. Metode analisis data
3. Metode konsep perancangan
 - a. Perencanaan media
 - b. Perencanaan kreatif
 - c. Perencanaan tata visual
4. Metode visualisasi desain
 - a. Prinsip-prinsip dasar tata visual
 - b. Lay out



1.6 Pola Dasar Perancangan



1.7 Sistematika Perancangan

Bab I Pendahuluan

- 1.1 Latar Belakang Masalah
- 1.2 Rumusan Masalah
- 1.3 Pembatasan Masalah
- 1.4 Tujuan Perancangan
- 1.5 Metodologi perancangan
- 1.6 Pola Dasar Perancangan
- 1.7 Sistematika perancangan

Bab II Identifikasi

- 2.1 Data Perusahaan
- 2.2 Data Permasalahan
- 2.3 Pokok Permasalahan
- 2.4 Analisa Data
- 2.5 Kesimpulan
- 2.6 Sintesis

Bab III Konsep Perancangan

- 3.1 Perencanaan Media
 - 3.1.1 Tujuan Media
 - 3.1.2 Strategi Media
 - 3.1.3 Program media



3.1.4 Biaya Media

3.2 Perencanaan Kreatif

3.2.1 Tujuan Kreatif

3.2.2 Strategi Kreatif

3.2.3 Program Kreatif

3.2.4 Biaya Kreatif

3.2.5 Biaya Keseluruhan

Bab IV Perancangan

1. Pemilihan pembuatan nama kampanye
2. Studi Tipografi
3. Rough Lay out desain iklan majalah
4. Comprehensive desain iklan majalah
5. Final art desain iklan majalah
6. Rough Lay out desain iklan koran
7. Comprehensive desain iklan koran
8. Final art desain iklan koran
9. Rough Lay out desain poster tematik
10. Comprehensive desain poster tematik
11. Final art desain poster tematik
12. Rough Lay out desain billboard
13. Comprehensive desain billboard
14. Final art desain billboard

15. Rough Lay out desain brosur
16. Comprehensive desain brosur
17. Final art desain brosur
18. Rough Lay out desain poster umum
19. Comprehensive desain poster umum
20. Final art desain poster umum
21. Rough Lay out desain spanduk
22. Comprehensive desain spanduk
23. Final art desain spanduk
24. Rough Lay out desain stiker
25. Comprehensive desain stiker
26. Final art desain stiker
27. Rough Lay out desain kaos
28. Comprehensive desain kaos
29. Final art desain kaos
30. Rough Lay out desain mug
31. Comprehensive desain mug
32. Final art desain mug
33. Rough Lay out desain pembatas buku
34. Comprehensive desain pembatas buku
35. Final art desain pembatas buku

Bab V Kesimpulan