

**PERANCANGAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT
GERAKAN BEBAS ROKOK BAGI PELAJAR
DI YOGYAKARTA**



KARYA DESAIN

Julaicha Anggraeni

**TUGAS AKHIR PROGRAM STUDI
DESAIN KOMUNIKASI VISUAL JURUSAN DESAIN
FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2009**

**PERANCANGAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT
GERAKAN BEBAS ROKOK BAGI PELAJAR
DI YOGYAKARTA**



KARYA DESAIN

Julaicha Anggraeni



**TUGAS AKHIR PROGRAM STUDI
DESAIN KOMUNIKASI VISUAL JURUSAN DESAIN
FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2009**

**PERANCANGAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT
GERAKAN BEBAS ROKOK BAGI PELAJAR
DI YOGYAKARTA**

UPT PERPUSTAKAAN ISI YOGYAKARTA	
INV.	3055/H/S/2009
KLAS	
TERIMA	31-8-2009



KARYA DESAIN

Julaicha Anggraeni

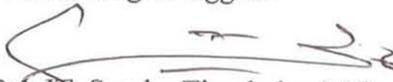
NIM 0411421023

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

2009

Tugas Akhir Karya Desain berjudul:
PERANCANGAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT GERAKAN BEBAS
ROKOK BAGI PELAJAR DI YOGYAKARTA diajukan oleh Julaicha
Anggraeni, NIM 0411421023, Program Studi Desain Komunikasi Visual, Jurusan
Desain, Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah
dipertanggungjawabkan di depan Tim Penguji Tugas Akhir pada tanggal 25 Juni
2009 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

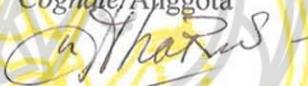
Pembimbing I/Anggota


Drs. P. Sumbo Tinarbuko, M.Sn
NIP 131 996 634

Pembimbing II/Anggota


Hesti Rahayu, S.Sn
NIP 132 206 674

Cognate/Anggota

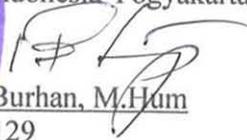

Dra. Th. Suwarni
NIP 130 521 294

Ketua Prog. Studi Desain
Komunikasi Visual/Anggota


Drs. Hartono Karnadi, M.Sn
NIP 132 133 718

Ketua Jurusan Desain/Ketua/Anggota


Drs. Lasiman, M.Sn
NIP 131 773 135

Mengetahui
Dekan Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta,

Dr. M. Agus Burhan, M.Hum
NIP 131 567 129





**Kupersembahkan kepada
Ayah dan Ibu tercinta,
Mas Kharis dan Dek Niken,
Sahabat dan teman-temanku semua,
Dan orang-orang tersayang**

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya penyusunan Tugas Akhir sebagai syarat kelulusan program S-I Desain Komunikasi Visual Institut Seni Yogyakarta ini bisa terselesaikan dengan baik. Tentunya terselesaikannya Tugas Akhir ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu saya ucapkan banyak terimakasih kepada pihak-pihak yang dengan tulus ikhlas telah membantu, mendukung dan memberikan bantuan moril kepada saya dalam masa pengerjaan Tugas Akhir ini. Untuk itu penulis mengucapkan banyak terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Yang terhormat Bapak Sumbo Tinarbuko, selaku pembimbing I Tugas Akhir Karya Desain Komunikasi Visual yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan serta arahan sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
2. Yang terhormat Ibu Hesti Rahayu, selaku pembimbing II Tugas Akhir Karya Desain Komunikasi Visual, atas segala kesabaran dan kemurahan hatinya serta waktu yang diberikan dalam masa pembimbingan, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
3. Yang terhormat Ibu Suwarni, selaku dosen wali yang telah banyak membantu penulis selama masa perkuliahan ini.

4. Yang terhormat bapak/ibu dosen yang telah memberikan ilmu kepada penulis sejak pertama kali menjadi mahasiswa di ISI Yogyakarta.
5. Yang terhormat bapak Lasiman selaku Ketua Jurusan Desain yang telah memberikan segala bantuan dan kemudahan selama masa perkuliahan ini.
6. Yang terhormat bapak Hartono Karnadi selaku Ketua Program Studi yang juga memberikan bantuan dan kemudahan bagi penulis selama melakukan studinya di Institut ini.
7. Semua pihak yang telah memberikan dukungan moril kepada penulis hingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
8. Terima kasih kepada keluarga yang telah mendoakan dan mendukung penulis selama masa perkuliahan ini.

Tentunya saya sebagai manusia yang tidak sempurna memiliki kesalahan dan kekurangan baik dalam penulisan maupun pelaksanaan pameran Tugas Akhir ini, untuk itu saya mohon maaf yang sebesar-besarnya. Saran dan kritik yang membangun tentunya akan sangat saya harapkan.

Yogyakarta, 13 Juni 2009

Julaicha Anggraeni

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kepada Allah SWT karena atas rahmat dan hidayah serta kehendak-Nya lah TA ini dapat terselesaikan.

Terima kasih kepada:

Bapak Dr. M. Agus Burhan selaku Dekan FSR ISI Yogyakarta

Bapak Lasiman selaku Ketua Jurusan Desain FSR ISI Yogyakarta

Bapak Hartono Karnadi selaku Ketua Program Studi DKV ISI Yogyakarta

Bapak Sumbo Tinarbuko dan Ibu Hesti Rahayu selaku pembimbing TA

Teman-teman dan sahabat di ISI Yogyakarta

Terima kasih juga saya ucapkan kepada:

Bapak dan Ibu atas doa dan kasih sayang, dukungan, pengertian, perhatian serta kesabarannya., Mas Kharis dan Dek Niken, Orang-orang tersayang atas dukungan spirit dan moril, teman-teman baik di ISI maupun diluar kampus terima kasih atas kebaikannya.



**Sesuatu yang belum dikerjakan, seringkali tampak mustahil,
kita baru yakin kalau kita telah berhasil melakukannya dengan baik
(Evelyn Underhill)**

ABSTRAKSI

Anak-anak khususnya remaja dan pelajar memiliki peranan yang sangat penting bagi majunya suatu bangsa, karena mereka adalah generasi penerus yang nantinya akan memimpin dan menentukan nasib bangsa di masa depan. Pemerintah perlu memperhatikan fenomena yang terjadi pada kalangan anak-anak dan remaja pada saat ini, karena tiap tahun angka perokok aktif di usia mereka semakin bertambah. Hal ini disebabkan oleh semakin banyaknya produsen rokok yang dengan gencarnya mengiklankan produk mereka, walaupun dalam bentuk iklan terselubung yang kebanyakan melalui sebuah event-event tertentu. Ironisnya banyak kegiatan yang acaranya disponsori oleh produsen rokok, apalagi yang menyangkut kegiatan anak muda seperti acara konser musik, olah raga, kegiatan sosial seperti beasiswa dan lingkungan hidup.

Semakin gencar dan kreatifnya sepak terjang produsen rokok dalam memperkenalkan produknya membuat angka perokok aktif semakin meningkat tajam bahkan sekarang menjangkau usia yang lebih muda. Di sisi lain rokok juga memberikan kontribusi pajak yang sangat besar bagi pendapatan negara. Hal ini membuat pemerintah tidak bisa maksimal dalam upaya pemberantasan budaya konsumerisme rokok di tengah masyarakat. Walaupun sudah ada undang-undang tentang peraturan iklan rokok dan peraturan untuk mencantumkan bahaya rokok tiap kemasan rokok yaitu merokok dapat menyebabkan kanker, serangan jantung, impotensi dan gangguan kehamilan dan janin, namun hal itu nampaknya tidak mempengaruhi masyarakat kita untuk berhenti mengkonsumsi produk tersebut.

Remaja serta pelajar mengaku pertama kali mengkonsumsi rokok hanya coba-coba dan rasa ingin tahu yang besar, namun karena terbiasa akhirnya mereka pun menjadi kecanduan. Untuk itu iklan layanan masyarakat tentang gerakan bebas rokok harus lebih kreatif lagi dalam hal penyampaian pesan. Seperti yang kita ketahui bahwa usia remaja serta pelajar memiliki sifat tidak mau diatur dan cenderung 'semau gue'. Karenanya iklan ini nantinya dibuat semenarik mungkin sehingga mereka dapat terhimbau. Kita hanya bisa menghimbau dan mengajak mereka serta memberikan informasi tentang bahaya merokok. Kita tidak bisa menyuruh seseorang untuk berhenti merokok, karena hal itu tergantung dari diri pribadi mereka sendiri. Namun, diharapkan iklan ini mampu menggugah pikiran mereka agar berhenti mengkonsumsi rokok.

Kata Kunci :

Iklan Layanan Masyarakat, Perokok Aktif, Gerakan Bebas Rokok, I'M FREE !

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
PENGESAHAN	ii
PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
UCAPAN TERIMA KASIH	vi
MOTTO	vii
ABSTRAKSI	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Perancangan.....	8
D. Manfaat Perancangan.....	9
E. Lingkup Perancangan.....	10
F. Metode Perancangan	10
G. Sistematika Perancangan.....	13

H. Skema Perancangan.....	15
BAB II IDENTIFIKASI DAN ANALISIS DATA	16
A. Pengumpulan Data Rokok.....	16
B. Data Lembaga	23
C. Teori Komunikasi Visual.....	28
D. Analisis.....	48
E. Kesimpulan dan Pemecahan Masalah.....	51
BAB III KONSEP PERANCANGAN	53
A. Sintesis	53
B. Konsep Media.....	61
C. Konsep Kreatif.....	78
BAB IV PERANCANGAN.....	107
A. Tujuan Tata Visual.....	107
B. Strategi Tata Visual	107
C. <i>Layout</i> Kasar	111
D. Final Design.....	112
E. Aplikasi Media.....	113
BAB V PENUTUP.....	115
A. Kesimpulan	115
B. Saran	116
DAFTAR PUSTAKA.....	117
LAMPIRAN.....	119

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1 Jadwal Media	77
----------------------------	----

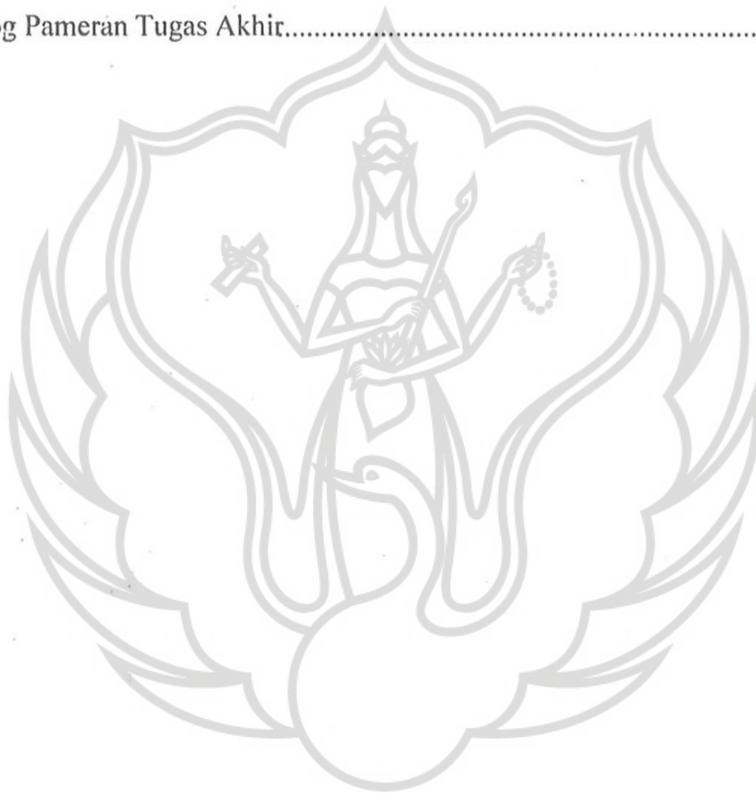


DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Skematika Perancangan.....	15
Contoh <i>Mondrian Layout</i>	41
Contoh <i>Multi Panel Layout</i>	41
Contoh <i>Picture Window Layout</i>	42
Contoh <i>Copy Heavy Layout</i>	42
Contoh <i>Frame Layout</i>	43
Contoh <i>Shilhoutte Layout</i>	43
Contoh <i>Type Specimen Layout</i>	44
Contoh <i>Sircus Layout</i>	45
Contoh <i>Jumble Layout</i>	45
Contoh <i>Grid Layout</i>	46
<i>Layout Kasar</i>	111
Final Design	112
Aplikasi Media.....	113

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Berita Acara Bimbingan Tugas Akhir.....	119
Foto Dokumentasi Pameran Tugas Akhir.....	120
Katalog Pameran Tugas Akhir.....	121



BAB I PENDAHULUAN



A. Latar Belakang Masalah

Pelajar adalah tunas-tunas muda penerus bangsa. Mereka berperan penting dalam pembangunan negara karena mereka adalah calon pemimpin bangsa di masa depan. Namun bagaimana jika tunas-tunas bangsa tersebut rusak sebelum berkembang? Inilah yang terjadi di kalangan pelajar dan anak-anak Indonesia akhir-akhir ini. Banyak faktor yang menyebabkan mereka berperilaku menyimpang. Mulai dari penggunaan narkoba, seks bebas, tawuran, dan masih banyak lagi lainnya yang kebanyakan dikarenakan adanya salah pergaulan.

Salah satu perilaku menyimpang yang sering dijumpai akhir-akhir ini di kalangan anak-anak khususnya pelajar adalah kebiasaan merokok. Entah sejak kapan kebiasaan ini seolah-olah menjadi suatu trend di kalangan pelajar. Walaupun disekolah sendiri telah menetapkan tata tertib larangan untuk merokok, namun kerap terjadi pelajar tersebut malah melanggar bahkan sering sembunyi-sembunyi untuk sekedar menghisap sebatang rokok di sekolah.

Sekolah memang telah menindak tegas dengan memberi sanksi pada setiap pelajar yang melanggar peraturan, tetapi hal itu belum tentu akan membuat pelaku tidak akan mengulangi perbuatannya lagi. Keadaan ini lebih dipersulit lagi ketika banyak iklan komersil rokok yang dengan bebasnya

tersebar di berbagai media. Begitu juga pedagang dan kios-kios penjual rokok dengan bebasnya menjual barang dagangannya pada para pelajar. Hal ini tentu akan mempermudah pelaku untuk mendapatkan rokok.

Dari sumber yang penulis cari yaitu farm4.static.flickr.com, ditemukan fakta bahwa dalam sepuluh tahun terakhir, konsumsi rokok di Indonesia mengalami peningkatan sebesar 44,1% dan jumlah perokok mencapai 70% penduduk Indonesia. Yang lebih menyedihkan lagi, 60% di antara perokok adalah kelompok berpenghasilan rendah (Susenas 1995 dan 2001). Parahnya lagi, hampir seluruh perokok atau 91,8%, *merokok di rumah ketika* seluruh anggota keluarganya berada di rumah.¹

Dampak Ekonomi dan Sosial Merokok

Sementara itu, menurut analisis Soewarta Kosen (ahli ekonomi kesehatan Litbang Departemen Kesehatan), total tahun produktif yang hilang karena penyakit yang terkait dengan tembakau di Indonesia pada 2005 adalah 5.411.904 disability adjusted life year (DALYs). Jika dihitung dengan pendapatan per kapita per tahun pada 2005 sebesar US\$ 900, total biaya yang hilang US\$ 4.870.713.600. Dari segi ekonomi, rokok memang memberikan kontribusi yang signifikan bagi pemasukan negara. Tiap tahunnya, pemerintah mendapat masukan dari pos penerimaan *cukai rokok dan minuman keras tak kurang dari sebesar Rp 27 triliun*. Angka ini menyumbang 98% penerimaan

¹ farm4.static.flickr.com_files, hal. 2, tanggal 15 Februari 2008, jam 15:10

cukai negara sehingga urusan kesehatan serta menyelamatkan anak negeri sering tergilas oleh setoran puluhan triliun rupiah tersebut.

Dampak merokok dipandang dari segi sosial dan ekonomi bagi Perempuan dan anak

Empat puluh tiga juta anak hidup dengan perokok. Tiga dari 10 pelajar yang telah merokok ternyata pertama kali mencoba rokok di bawah usia 10 tahun. "Konsumsi tembakau atau rokok tercatat membunuh 1 orang setiap detik, dan rokok membunuh separuh dari masa hidup perokok, dan separuh perokok mati pada usia 35-69 tahun," jelas (Menkes). Hampir 90% wanita muda Indonesia Perokok. Riset terbaru mengungkapkan 88,78% dari 3.040 pelajar SMP putri hingga mahasiswi (13-25 tahun) Indonesia merokok. *(Riset tersebut dilakukan KuIS, The Tobacco Control Research Program of Southeast Asia Tobacco Alliance (SEATCA) dan Rockefeller Foundation)*²

Dari fakta yang ada rasanya memang agak sulit untuk mengajak para generasi muda kita untuk hidup sehat dengan tidak mengkonsumsi rokok. Walaupun sebenarnya di luar lingkungan sekolah memang tidak ada larangan untuk tidak merokok, namun kita akan tetap miris jika melihat generasi muda kita rusak. Di usia yang masih muda mereka akan menerima dampak dari rokok yang sering mereka konsumsi.

² Ibid, hal.3

Pemerintah pun sekarang lebih serius lagi menanggapi masalah rokok di kalangan pelajar dengan mengeluarkan fatwa haram rokok. Dalam salah satu sumber *online*, pemerintah bersama dengan kak Seto (ketua komnas perlindungan anak), MUI memberikan pernyataan bahwa rokok haram untuk dikonsumsi.

"Komnas Anak mendorong MUI secara khusus mengharamkan pihak-pihak yang melakukan penjualan rokok pada anak, termasuk iklan dan promosinya," kata Koordinator Tim Litigasi Muhammad Joni kepada wartawan di Jakarta, Rabu, (21/01).³

Komisi Perlindungan Anak Indonesia (KPAI) adalah Lembaga Independen yang kedudukannya setingkat dengan Komisi Negara yang dibentuk berdasarkan amanat Keppres 77/2003 dan pasal 74 UU No. 23 Tahun 2002 dalam rangka untuk meningkatkan efektivitas penyelenggaraan perlindungan anak di Indonesia.

Lembaga ini bersifat independen, tidak boleh dipengaruhi oleh siapa dan darimana serta kepentingan apapun, kecuali satu yaitu “ **Demi Kepentingan Terbaik bagi Anak** ” seperti diamanatkan oleh CRC (KHA) 1989.

Tugas KPAI melakukan sosialisasi seluruh ketentuan peraturan per-UU-an yang berkaitan dengan perlindungan anak, mengumpulkan data dan informasi, menerima pengaduan masyarakat, melakukan penelaahan dan pemantauan, evaluasi serta pengawasan terhadap penyelenggaraan

³ www.tvone.co.id.htm, tanggal 22 Februari 2008, jam 19:08

perlindungan anak, memberikan laporan, saran, masukan serta pertimbangan kepada Presiden.⁴

Keputusan MUI yang didukung oleh KPAI tersebut memang banyak menuai protes masyarakat, terutama kaum adam. Mereka keberatan jika rokok dinyatakan haram. Berbagai opini mereka lontarkan, mulai dari hukum islam hingga keadaan perekonomian Indonesia yang memang sebagian besar bergantung pada industri rokok. Hal ini membuat MUI harus mengklarifikasi lagi fatwa tersebut. MUI menyatakan rokok haram dikonsumsi oleh wanita hamil, anak-anak usia dini dan pelajar, serta merokok di tempat umum. Wanita hamil diharamkan merokok mengingat kesehatan yang ada di dalam janin bisa terganggu. Pelajar dan anak-anak diharamkan merokok karena masih dibawah umur. Sedangkan merokok di tempat umum juga haram hukumnya, karena membahayakan kesehatan orang-orang disekitarnya dengan menjadi perokok pasif.

Dengan adanya fatwa yang didukung oleh komnas anak ini diharapkan masyarakat terutama para pelajar untuk lebih memperhatikan dampak dari rokok dan memulai hidup sehat. Oleh karena itu, diperlukan perancangan Iklan Layanan Masyarakat (ILM) untuk mengkampanyekan fatwa tersebut. Perancangan Iklan Layanan Masyarakat ini diharapkan dapat mendukung program pemerintah dalam mengatasi masalah rokok terutama di kalangan pelajar.

⁴ www.kpai.go.id, tanggal 22 Februari 2008, jam 19:40

Adapun perbedaan antara perancangan ini dengan perancangan sebelumnya adalah pemilihan klien, target audience dan lokasi yang dipilih. Klien dalam perancangan ini adalah KPAI. Target audience yang dipilih lebih memiliki dampak yang lebih besar dari konsumsi rokok yaitu pelajar dengan batasan umur 12–17 tahun.

Sebelum membahas tentang pengertian pelajar, akan diuraikan terlebih dahulu tentang remaja. Dimana pelajar termasuk di dalam kriteria remaja itu sendiri. Remaja bisa diartikan sebagai orang yang merasa bukan kanak-kanak lagi, akan tetapi belum mampu memegang tanggung jawab seperti orang dewasa. Karena itu, pada masa remaja terdapat kegoncangan pada individu remaja terutama dalam melepaskan nilai-nilai lama dan memperoleh nilai-nilai yang baru untuk mencapai kedewasaan. Pelajar sendiri terdiri dari beberapa tingkatan yaitu pelajar Sekolah Dasar yang usianya berkisar 6 tahun sampai dengan 12 tahun, pelajar Sekolah Menengah Pertama yang usianya berkisar 13 tahun sampai dengan 15 tahun, dan pelajar Sekolah Menengah Atas yang usianya berkisar antara 16 tahun sampai dengan 18 tahun.⁵ Pelajar dalam perancangan iklan layanan masyarakat ini sendiri adalah anak-anak yang usianya berkisar dari 12 tahun sampai dengan 17 tahun yang memperoleh pendidikan formal di sekolah. Batasan diambil karena usia tersebut memiliki kecenderungan untuk pertama kali mencoba konsumsi rokok. Semakin dini seseorang merokok semakin cepat pula terkena dampak dari rokok.

⁵ www.mjieschool.blogspot.com tanggal 11 Juli, jam 1:35

Lokasi yang dipilih pun lebih dispesifikasikan di daerah Yogyakarta dan sekitarnya, mengingat Yogyakarta terkenal sebagai kota pelajar sehingga cocok untuk pemilihan target audience dalam perancangan ini. Hal ini sedikit banyak akan memberikan perbedaan antara perancangan yang dibuat oleh penulis dengan perancangan sebelumnya.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas, akan diketahui masih banyaknya perokok aktif di kalangan pelajar yang seringkali terpengaruh oleh penayangan iklan rokok yang bermunculan baik di televisi maupun di media lain. Pokok permasalahan yang akan diangkat disini adalah :

1. Bagaimana mengkampanyekan iklan layanan masyarakat tentang bahaya rokok bagi usia dini dan pelajar?
2. Bagaimana merangkai elemen-elemen visual secara inovatif dan kreatif dalam mencapai tujuan perancangan iklan layanan masyarakat ini?
3. Bagaimana menetapkan *Tagline* yang efektif dan efisien dalam penyampaian pesan atau himbauan kepada *Target Audience* mengenai bebas rokok?
4. Bagaimana mengarahkan *Target Audience* untuk bebas rokok?

C. Tujuan Perancangan

Suatu perancangan dilakukan dengan didasari oleh suatu tujuan yang ingin dicapai. Hal ini sesuai dengan pengertian desain itu sendiri. Menurut Hendy Y, desain dapat diartikan sebagai suatu kegiatan untuk menciptakan sesuatu, dapat berupa merancang atau memperbaharui.⁶ Adapun tujuan dari perancangan iklan layanan masyarakat ini adalah:

1. Untuk membantu program kampanye pemerintah dalam upaya menekan jumlah perokok aktif bagi usia dini dan pelajar melalui iklan layanan masyarakat dengan media yang efektif.
2. Untuk merangkai elemen-elemen visual secara inovatif dan kreatif dalam suatu rancangan iklan layanan masyarakat.
3. Untuk menetapkan *tagline* yang efektif dan efisien dalam penyampaian pesan atau himbauan kepada *Target Audience* mengenai bebas rokok.
4. Untuk memberikan informasi dan mengingatkan kembali kepada *Target Audience* bahwa rokok berbahaya bagi kesehatan tubuh.

⁶ Hendy Y, *Belajar Membuat Iklan Sukses*, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2009, hal.5

D. Manfaat Perancangan

1. Bagi Masyarakat

- a. Dengan iklan layanan masyarakat ini diharapkan masyarakat dapat memperoleh tambahan pengetahuan dan wawasan mengenai bahaya rokok bagi kesehatan tubuh terutama bagi pelajar.
- b. Pembaca diharapkan memperoleh pengetahuan mengenai perkembangan desain iklan layanan masyarakat dipandang dari segi komunikasi visualnya.

2. Bagi Mahasiswa

- a. Menambah pengetahuan dan wawasan tentang proses perkembangan desain perancangan iklan layanan masyarakat.
- b. Perancangan iklan layanan masyarakat ini selain sebagai tugas akhir untuk memperoleh syarat kelulusan, juga lebih jauh untuk menerapkan kemampuan pendesain dalam merancang desain iklan layanan masyarakat.

3. Bagi Lembaga Perguruan tinggi

Sebagai bentuk sumbangsih karya desain iklan layanan masyarakat.

E. Lingkup Perancangan

Untuk mempermudah memfokuskan perancangan komunikasi visual ini, maka lingkup tempat, waktu, dan media akan dibatasi. Antara lain: Lingkup jangkauan wilayah kegiatan komunikasi disini meliputi wilayah Yogyakarta dan sekitarnya. Lingkup waktu yang diambil kampanye iklan layanan masyarakat Gerakan Bebas Rokok ini adalah selama kurun waktu 1 bulan pada tahun 2009. Batasan ruang lingkup perancangan yang akan dikerjakan adalah dalam bentuk beberapa media cetak (media lini bawah dan media lini atas) yang sesuai dengan target audience. Sedangkan untuk masalah distribusi diserahkan sepenuhnya kepada pihak KPAI (Komisi Perlindungan Anak Indonesia) selaku klien.

F. Metode Perancangan

Merancang iklan pada dasarnya terikat pada prosedur metode perancangan. Maka disini akan diuraikan beberapa metode perancangan yang berhubungan dengan proses perancangan iklan layanan masyarakat.

1. Metode pengumpulan data

Keseluruhan data yang berkaitan dengan rokok seperti pengertian rokok, penyebab kecanduan rokok, gangguan kesehatan akibat konsumsi rokok dikumpulkan melalui: sumber *Online*, wawancara, observasi, *quesioner*.

Data tentang rokok berupa teks diperoleh dari berbagai sumber referensi dari situs-situs *online*. Data yang dibutuhkan adalah data berupa teks dan contoh-contoh gambar yang mendukung dan berhubungan dengan perancangan iklan layanan masyarakat "Gerakan Bebas Rokok" seperti :

- a. Apa, mengapa dan bagaimana pelajar merokok.
- b. Artikel-artikel mengenai perokok aktif di kalangan pelajar di Indonesia.
- c. Sifat dan kebiasaan yang dilakukan oleh *target audience*.
- d. Contoh-contoh media cetak yang menarik dan lain sebagainya

Seluruhnya akan dijadikan acuan dasar perancangan ILM ini.

2. Metode analisis data

Setelah mendapatkan data objek perancangan dan data tentang media yang digunakan, maka langkah selanjutnya adalah melakukan metode analisis data. Metode analisis dalam perancangan ini menggunakan 5W+1H (*Who, What,*

When, Where, Why, How). Analisis ini dilakukan terhadap semua data yang sudah ada, sehingga terbentuk kesimpulan tentang ciri-ciri *target audience* dan bagaimana perkiraan bentuk Iklan Layanan Masyarakat ini.

3. Metode Konsep Perancangan

Metode konsep perancangan akan melalui beberapa tahapan, antara lain:

a. Perencanaan Media

- 1) Tujuan Media
- 2) Strategi Media
- 3) Program Media
- 4) Biaya Media

b. Perencanaan Kreatif

- 1) Tujuan Kreatif
- 2) Strategi Kreatif
- 3) Program Kreatif
- 4) Biaya Kreatif

c. Metode Visualisasi Desain

- 1) *Lay Out* Kasar
- 2) Final Desain
- 3) Aplikasi Media



G. SISTEMATIKA PERANCANGAN

Adapun dalam penulisan Tugas Akhir sistematika pembahasannya adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab pendahuluan akan dibahas latar belakang pengambilan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat perancangan, lingkup perancangan, metode perancangan dan sistematika perancangan.

BAB II IDENTIFIKASI DAN ANALISIS DATA

Dalam bab ke dua ini akan dibahas mengenai pengertian rokok, data lembaga (KPAI), teori komunikasi visual, analisis, kesimpulan dan pemecahan masalah.

BAB III KONSEP PERANCANGAN

Dalam bab tiga ini akan dibahas mengenai gambaran tentang iklan layanan masyarakat yang akan dibuat, konsep media, dan konsep kreatif.

BAB IV PERANCANGAN

Dalam bab empat, berisi *lay out* dan final desain iklan layanan masyarakat yang akan dibuat.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran dari bab-bab sebelumnya.



H. Skema Perancangan

