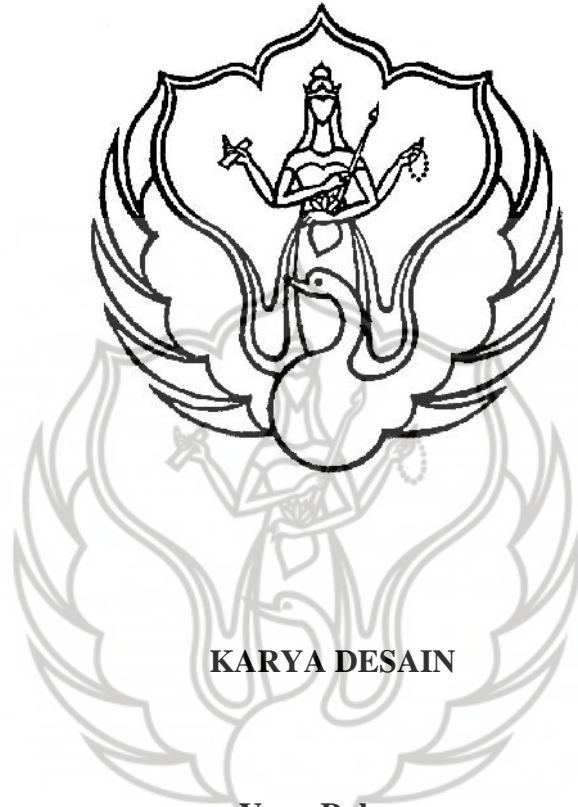


**PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL
KAMPANYE PENGGUNAAN *CLOTH DIAPER*
SEBAGAI SOLUSI POPOK RAMAH LINGKUNGAN**



KARYA DESAIN

**Yayu Rahayu
NIM 0911909024**

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

2016

**PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL
KAMPANYE PENGGUNAAN *CLOTH DIAPER*
SEBAGAI SOLUSI POPOK RAMAH LINGKUNGAN**



KARYA DESAIN

Yayu Rahayu
NIM 0911909024

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
2016

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir Penciptaan Karya Seni berjudul :
PERANCANGANKOMUNIKASI VISUAL KAMPANYE PENGGUNAAN *CLOTH
DIAPER* SEBAGAI SOLUSI POPOK RAMAH LINGKUNGAN diajukan oleh Yuyu
Rahayu, NIM 0911909024, Program Studi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain,
Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah dipertanggungjawabkan di
depan Tim Penguji Tugas Akhir pada tanggal 19 Januari 2016 dan dinyatakan telah
memenuhi syarat untuk diterima.

Pembimbing I/ Anggota

Dr. I.T. Sumbo Tinarbuko, M.Sn
NIP.196604041992031002

Pembimbing II / Anggota

Hesti Rahayu, S.Sn.,MA
NIP.197407301998022001

Cognate/ Anggota

Drs. Wibowo, M.Sn
NIP.195703181987031002

Ketua Program Studi / Anggota

Drs. Hartono Karnadi, M.Sn
NIP.196502091995121001

Ketua Jurusan / Ketua

Drs. Baskoro Suryo Banindro, M.Sn
NIP.196505221992031003

Mengetahui,
Dekan Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta,

Dr. Suastiwi, M.Des
NIP 195908021988032002

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan Judul : **PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL KAMPANYE PENGGUNAAN *CLOTH DIAPER* SEBAGAI SOLUSI POPOK RAMAH LINGKUNGAN**. Dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Seni pada Program Studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan atau duplikasi skripsi atau tugas akhir yang sudah dipublikasi dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan Institut Seni Indonesia Yogyakarta maupun di perguruan tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian sumber informasinya mencantumkan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, Februari 2016

Yayu Rahayu



MOTTO

“..Maka sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan..”

(QS.Al-Insyirah :5)

“Selalu berfikir positif, optimis dan yakin pada kemampuan diri sendiri.”

(Yayu Rahayu)



PERSEMBAHAN

Tugas akhir ini penulis persembahkan untuk :

1. Orang tua yang selama ini mendukung dengan sepenuh hati, mendo'akan dan membekali nasehat-nasehat yang bermanfaat.
2. Nayla, putri kecil yang menginspirasi penulis dalam merancang tugas akhir ini.
3. Suami dan seluruh keluarga yang selalu memberi semangat.



KATA PENGANTAR

Perancangan komunikasi visual kampanye penggunaan *cloth diaper* sebagai solusi popok ramah lingkungan ini merupakan suatu perjuangan penulis selaku desainer untuk memecahkan masalah yang timbul dari kehidupan sehari-hari dimulai dari lingkup terkecil. Perancangan ini berasal dari masalah yang timbul dari cara berfikir dan kesadaran sebagai manusia yang menjadi sebab dari akibat yang berdampak pada lingkungan.

Berawal dari penulis yang memposisikan menjadi target audience yang sehari-harinya menggunakan produk-produk yang menyebabkan limbah yang sulit terurai salah satunya popok sekali pakai yang bermanfaat untuk memenuhi kebutuhan harian ibu rumah tangga yang memiliki anak. Dampak dari produk popok sekali pakai ini memang sangat terasa setiap harinya dan akan terus berlanjut sampai anak sudah bisa mengekspresikan keinginannya sehingga tidak lagi memakai popok.

Dari segi lingkungan sampai segi ekonomi, dampaknya sangat nyata. Dibutuhkan kesadaran untuk menjaga lingkungan dengan cara mengurangi penggunaan produk yang menimbulkan limbah yang sulit terurai akan tetapi terbentur dengan kebutuhan tentang produk itu sendiri maka penulis mencari solusi untuk mengurangi sampah popok sekali pakai tersebut dengan menggunakan *cloth diaper* atau *clodi* yang dapat dipakai berulang-ulang tanpa harus menimbulkan sampah. Banyak yang meragukan penggunaannya dengan berbagai alasan akan tetapi penulis berusaha meyakinkan dan mengajak berfikir jangka panjang untuk bumi kita tercinta. Bagaimana cara mengkomunikasikan supaya dapat mengena

target sasaran merupakan tantangan tersendiri bagi penulis selaku desainer komunikasi visual. Perancangan ini dibuat untuk membangkitkan kesadaran dan cara berfikir melalui media yang dirancang sehingga target audience dapat tergerak hatinya untuk beralih memakai secara berkelanjutan.

Tugas akhir karya desain komunikasi visual ini disusun sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar sarjana strata satu desain Institut Seni Indonesia. Tugas akhir ini masih jauh dari sempurna , penulis berharap kritik dan saran dari semua pihak agar dapat menjadikan tugas akhir ini lebih baik lagi sehingga dapat diaplikasikan secara nyata kepada masyarakat.



UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan syukur dan terima kasih kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan Tugas Akhir ini sehingga dapat terselesaikan pada waktunya.

Tugas akhir ini tentu tidak akan terwujud tanpa bantuan semua pihak yang dengan kebesaran hatinya siap membantu terlaksananya Tugas Akhir ini. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. Dr. M. Agus Burhan, M.Hum., Rektor Institut Seni Indonesia Yogyakarta
2. Dr. Suastiwi. M.Des., Dekan Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
3. Drs. Baskoro Suryo Banindro, M.Sn., Ketua Jurusan Desain Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
4. Drs Hartono Karnadi, M.Sn., Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual.
5. Dr. I. T. Sumbo Tinarbuko M.Sn., selaku Dosen Pembimbing I, yang tak pernah bosan memberi bimbingan dan pengarahan terhadap penulis.
6. Hesti Rahayu, S.Sn.,MA., selaku Dosen Pembimbing II, yang selalu sabar memberi bimbingan , dukungan dan pencerahan terhadap penulis.
7. Drs. Wibowo, M.Sn. selaku Penguji Ahli.
8. Bapak Andi Haryanto selaku Dosen Wali.
9. Seluruh Dosen DKV dan Karyawan Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

10. Ayahanda tercinta Bapak Agus Nugraha yang membantu menjahit *cloth diaper* dan media pendukungnya, selalu memberi dukungan agar tetap semangat menjalani Tugas Akhir dan ingin menyaksikan anak sulungnya lulus.
11. Ibunda tercinta, Ibu Suartini beserta seluruh keluarga yang selalu mendo'akan dan memberi dukungan selama proses perancangan Tugas Akhir.
12. Suami tercinta, Sandi Aditya Raswanda yang selalu setia menunggu dan memberi dukungan terhadap penulis.
13. Nayla Ayunda Prameswari, putri kecil yang menginspirasi penulis dan selalu menghibur dikala penat mengerjakan tugas.
14. Teman-teman angkatan 2009 Nakula Sadewa, Endy, Sekar, Ica, Roni, Ida, Uya, Manto . Teman-teman angkatan 2009 Interior Dio dan Oky. Teman-teman angkatan 2010, Ika Dian Lestari, Humrotin, Yeni Indah Lestari, Ani Lutpah Fauziah dan Lilis Sa'idah (2012) dan teman-teman seperjuangan lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.
15. Sari Dewi, mahasiswi UPI Bandung angkatan 2015
16. Kepala Desa Tawangbanteng
17. Kader Posyandu Desa Tawangbanteng
18. Ang Deden, Sekretaris Desa Tawangbanteng
19. Praktek Bidan Hj. Ani Desa Tawangbanteng
20. Ibu Enok Yuliawati (Narasumber)
21. Ibu Euis Yuningsih (Narasumber)
22. Pemilik bordir Rivan, Pak Heru dan istri.

23. Pemilik Nong Ji Nong Wood, Mas Fatur dan para karyawan.
24. Anak-anak kos Pak Buyung Jl. Sewon Indah No.11, Ririn, Aster, Ken dan kawan-kawan.
25. Bunda Ossy, Konsultan Clodi “Si Popin” (Komunitas Popok Kain) Bogor dengan ramah selalu menjawab pertanyaan-pertanyaan tentang *cloth diaper* melalui media sosial.
26. Komunitas Popok Kain “Kompoka” yang merupakan media untuk sharing tentang popok kain *modern*.
27. Ningrat Fashion, distributor bahan-bahan *cloth diaper*.



ABSTRAK

Kebutuhan akan produk popok sekali pakai semakin hari semakin meningkat. Hal tersebut berdampak pada pencemaran lingkungan dengan adanya penumpukan jumlah sampah bekas pakai. Sampah tersebut merupakan jenis sampah produk yang sulit terurai oleh mikroorganisme sehingga jika dibiarkan akan semakin menumpuk. Perancangan ini dibuat sebagai solusi untuk mengurangi dampak sampah popok sekali pakai dengan mengarahkan target *audience* beralih menggunakan *cloth diaper* atau *clodi* sebagai solusi popok ramah lingkungan.

Melalui gerakan kampanye “Clodi Yuk” membidik masyarakat dengan lingkup yang terkecil di sebuah desa sebagai *sample* perancangan. *Sample* desa yang menjadi objek penelitian secara geografis dan demografis merupakan desa Tawangbanteng Kecamatan Sukaratu Kabupaten Tasikmalaya. Melalui penyebaran kuesioner kepada target *audience* menunjukkan bahwa di desa tersebut masih kurangnya kesadaran warga dalam pembuangan sampah bekas pakai terutama sampah popok sekali pakai.

Komunikasi dari gerakan ini menggunakan bahasa keseharian yang ringan agar lebih mudah difahami dan pesan sampai kepada target sasaran yang dituju. Komunikasi yang disampaikan melalui manfaat yang dapat ditimbulkan dari penggunaan *clodi* ini dari segi lingkungan, segi keuangan, segi *fashion* dan kreasi. Tema utama berawal dari Target yang dituju yaitu ibu rumah tangga yang memiliki anak. Komunikasi terdekat antara ibu dan anak pada masa balita yaitu bermain dan belajar. Maka tema utama dari perancangan yaitu “Clodi Multi Kreasi” *clodi* yang hanya berfungsi sebagai popok dapat menjadi sarana bermain anak. “Clodi Multi Kreasi” ini dapat menarik perhatian dan menarik minat para ibu untuk mengenal hingga sampai pada tujuan utama menggunakan.

Kata Kunci : Kampanye, *Cloth Diaper*, Popok Kain, Ramah Lingkungan

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN PENGANTAR	vi
UCAPAN TERIMA KASIH.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Perancangan	4
1. Tujuan Umum.....	4
2. Tujuan Khusus	4
D. Batasan Lingkup Perancangan.....	4
E. Manfaat Perancangan.....	5
1. Bagi Mahasiswa	5
2. Bagi Institusi	5
3. Bagi Masyarakat	5
F. Metode Perancangan.....	5
1. Data yang dibutuhkan	5

2. Metode Pengumpulan Data.....	6
3. Teknik Tinjauan Pustaka.....	7
4. Sumber Literatur	7
5. Instrumen dan alat Pengumpul Data	7
G. Metode Analisis Data.....	7
H. Metode Konsep Perancangan.....	7
1. Konsep Komunikasi.....	7
2. Konsep Kreatif	8
3. Metode Visualisasi Desain.....	8
4. Skematika Perancangan	9

BAB II IDENTIFIKASI DAN ANALISIS DATA

A. Identifikasi Data.....	10
1. Kampanye	11
2. Jenis-Jenis Kampanye.....	11
3. Iklan Layanan Masyarakat.....	12
4. Nirmana Trimatra.....	19
5. <i>Cloth Diaper</i>	24
6. <i>Cloth Diaper</i> pada Media Sosial.....	34
7. Desa Tawangbanteng.....	35
B. Analisis	39
1. Analisis <i>Target Audience</i>	40
2. Personifikasi <i>Target Audience</i>	41
3. <i>Consumer Journey</i>	46

BAB III. KONSEP KREATIF DAN KONSEP MEDIA

A. Konsep Kreatif	54
1. Konsep Komunikasi	56
2. Tema Utama	58
3. Pendukung Tema.....	58
B. Konsep Media	61
C. Deskripsi Media	63
1. Media Utama.....	63
2. Media Pendukung	64
3. Elemen Visual	67

BAB IV. VISUALISASI

A. Logo Kampanye	73
1. Desain Visual	73
2. Pengembangan Bentuk Visual	74
3. Studi Ikon dan Tipografi	76
4. <i>Lay Out</i> Ide.....	77
5. Sintesis	78
6. Evaluasi	79
7. <i>Final B/W</i>	80
8. <i>Grid</i>	82
9. <i>Clear Space</i>	82
10. Studi Warna.....	83

11. Aplikasi Warna.....	84
12. Final Desain	85
B. Maskot kampanye	86
1. Data Visual.....	86
2. Penjaringan Ide Maskot.....	87
3. Tampak Depan, Samping dan Belakang	88
4. Pewarnaan Digital	89
5. Final Maskot	90
C. Media.....	91
1. <i>Ambient</i> Media	91
a. Data visual.....	91
b. Studi Visual.....	92
c. Final Desain Rak Mainan.....	93
2. Mural.....	95
D. Media Pendukung	96
1. <i>Marchandise</i>	96
a. Topi Bayi.....	96
b. Payung.....	96
c. Sapu Tangan.....	97
d. <i>Tote bag</i>	98
e. <i>Booklet</i>	99
f. Kartu Menuju Sehat	105
g. Transit Ad	107
h. Kartu Pos.....	108

BAB V. PENUTUP

Kesimpulan	120
Saran	121

DAFTAR GAMBAR

1. Gambar 2.1 <i>Neon Box</i> Berlogo KFC.....	15
2. Gambar 2.2 Kartu Pos	16
3. Gambar 2.3 Poster	16
4. Gambar 2.4 Katalog	17
5. Gambar 2.5 Asas Merancang Trimatra	20
6. Gambar 2.6 Tiga Tampak Dasar	21
7. Gambar 2.7 Teknik Melipat Popok.....	25
8. Gambar 2.8 Lumut Sphagum	25
9. Gambar 2.9 Popok Buatan Pabrik.....	26
10. Gambar 2.10 Bagian-Bagian Popok Kain Modern	28
11. Gambar 2.11 Popok AIO.....	28
12. Gambar 2.12 Popok Kain <i>Pocket</i>	29
13. Gambar 2.13 Popok Kain A12	29
14. Gambar 2.14 Popok Kain <i>Fitted</i>	30
15. Gambar 2.15 Grup Pasar Popok Kain.....	35
16. Gambar 2.16 Grup Buat Popok Kin Yuuk.....	35
17. Gambar 2.17 Grup Komunitas Popok Kain	36
18. Gambar 2.18 Grup Penjual Pembeli Pecinta Popok Kain.....	36

19. Gambar 2.19 Kuesioner Penggunaan Popok.....	38
20. Gambar 3.20 Warna Utama.....	59
21. Gambar 3.21 Maskot Taman Pintar	60
22. Gambar 3.22 Maskot Piala Dunia Brazil	61
23. Gambar 4.23 Data Visual <i>Cloth</i> Diaper	73
24. Gambar 4.24 Sketsa penjaringan Ide Logo	75
25. Gambar 4.25 Studi Ikon dan Tipografi	76
26. Gambar 4.26 <i>Lay Out Ide</i>	77
27. Gambar 4.27 Sintesis	78
28. Gambar 4.28 Evaluasi	78
29. Gambar 4.28 Logo Terpilih	79
30. Gambar 4.30 Final B/W	79
31. Gambar 4.31 Skala	80
32. Gambar 4.32 <i>Grid</i>	81
33. Gambar 4.33 <i>Clear Space</i>	82
34. Gambar 4.34 Studi Warna.....	83
35. Gambar 4.35 Aplikasi Warna.....	84
36. Gambar 4.36 Final Desain.....	85
37. Gambar 4.37 Data Visual	86
38. Gambar 4.38 Sketsa Penjaringan Ide	87
39. Gambar 4.39 Sketsa tampak samping, depan, belakang	88
40. Gambar 4.40 Pewarnaan Digital	88
41. Gambar 4.41 Final Maskot.....	89
42. Gambar 4.43 Pohon.....	91

43. Gambar 4.44 Rak Mainan	91
44. Gambar 4.45 <i>Puzzle</i>	91
45. Gambar 4.29 Studi Visual	92
46. Gambar 4.30 Final Desain.....	93
47. Gambar 4.31 Rak Mainan	94
48. Gambar 4.32 Mural	95
49. Gambar 4.33 Desain Topi Bayi.....	96
50. Gambar 4.34 Desain Payung.....	96
51. Gambar 4.35 Desain Sapu Tangan.....	97
52. Gambar 4.36 Gambar Desain <i>Tote Bag</i>	98
53. Gambar 4.55 <i>Booklet</i>	99
54. Gambar 4.67 KMS.....	105
55. Gambar 4.68 Ukuran KMS.....	105
56. Gambar 4.69 Desain KMS.....	106
57. Gambar 4.71 Transit <i>Add</i>	107
58. Gambar 4.72 Kartu Pos	108

DAFTAR TABEL

1. Tabel 2.1 Analisis <i>Consumer Journey</i> Enok Yulawati.....	49
2. Tabel 2.2 Analisis <i>Consumer Journey</i> Euis Yuningsih	49
3. Tabel 3.3 Program Media	77

DAFTAR PUSTAKA	122
----------------------	-----



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

atau yang dikenal dengan *clodi* adalah popok kain *modern* yang dapat dicuci dan dipakai ulang. Popok kain telah mengalami evolusi sedemikian rupa dari segi bahan maupun desain yang menyerupai popok sekali pakai atau yang sering dikenal sebagai pospak. Popok ini lazim disebut sebagai atau popok kain *clodi*.

Penggunaan *clodi* ini bebas limbah popok sekali pakai yang dapat mencemari lingkungan. *Clodi* adalah popok yang dapat dipakai ulang dan ketika *clodi* tidak dipakai lagi dapat diwariskan kepada anak berikutnya dan dapat dipakai bertahun-tahun. Penggunaan *clodi* dapat mengurangi sampah popok sekali pakai yang mencemari lingkungan karena sulitnya terurai oleh mikroorganisme.

Popok sekali pakai ini merupakan kebutuhan yang penting, bagi setiap bayi atau balita yang belum bisa menyampaikan keinginannya, seperti buang air kecil atau besar, sehingga popok sekali pakai merupakan produk yang dirasa cukup membantu dan dapat digunakan sehari-hari. Pemakaian model popok ini hanya bisa digunakan satu kali (*disposal*) sehingga setelah dipakai akan menimbulkan penumpukan sampah.

Dimulai dari hal kecil yang berada di lingkungan rumah akan tetapi berdampak sangat fatal bagi keseimbangan lingkungan. Jika dalam satu rumah memiliki satu bayi atau balita yang masih memakai popok, dalam sehari rata-rata bayi membutuhkan popok sekali pakai 3 sampai 6 buah dalam penggunaan popok

sekali pakai selama satu tahun : $6 \text{ buah} \times 365 \text{ hari} = 2.190 \text{ sampah}$. Dilihat dari segi ekonomi, pemakaian popok sekali pakai pada bayi sangat terasa. Jika satu anak memakai popok dengan harga yang paling murah maka dapat dihitung pengeluaran pertahun untuk pemakaian popok sekali pakai adalah : $\text{Rp.}1.500,- \times 6 \text{ buah} \times 365 \text{ hari} = \text{Rp } 3.285.000,-$ (Puspitha, 2012:11)

Popok kain *modern* ini sudah ada dan disosialisasikan di luar negeri sejak suami istri Rick dan Erika Froese melalui *Motherease* adalah pelopor popok kain *modern* pada tahun 1991 di Kanada. Popok kain ini masuk ke Indonesia pada tahun 2008 memunculkan pembisnis lokal untuk membuat *cloth diaper* versi lokal. Meminjam istilah *cloth diaper*, popok kain *modern* ini terkenal dengan sebutan *clodi*. (Alimah, 2014:13)

Perkembangan *clodi* ini sangat pesat berkat forum-forum diskusi di media sosial. Sudah ada forum diskusi tentang *cloth diaper* ini yaitu melalui media sosial *facebook* diantaranya dengan nama grup : Komunitas Popok Kain, Penjual Pembeli Pecinta Popok Kain, Pasar Popok Kain dan Buat Popok Kain Yuuuk . Akan tetapi *clodi* ini kurang dikenal oleh masyarakat luas, mereka banyak yang tidak mengerti, tidak sempat menggunakan fasilitas media sosial dan tidak bisa menggunakan internet sebagai sarana informasi dan komunikasi.

Seperti yang terdapat di wilayah pedesaan kurangnya sosialisasi dan media yang menjangkau wilayah ini maka keberadaan popok kain *modern* tidak diketahui dan dipergunakan masyarakat pedesaan. Sebagai contoh di desa Tawangbanteng, Kecamatan Sukaratu, Kabupaten Tasikmalaya masih banyak perilaku warga yang menggunakan popok sekali pakai dan membuang sampahnya

di sembarang tempat, seperti di kolam ikan, sungai, dipinggir jalan dan di tempat-tempat yang tidak semestinya. Perilaku masyarakat ini diperlukan sarana komunikasi yang dapat mengedukasi tentang masalah sampah tersebut.

Menurut data yang berupa kuesioner rata-rata ibu-ibu di desa belum mengetahui keberadaan popok kain *modern* ini dan lebih memilih popok sekali pakai dari segi kepraktisannya. Para ibu lebih memilih membuang sampah ke sungai dan ke kolam ikan dan ada sebagian yang membakarnya.

Salah satu kendala penggunaan popok kain *modern* ini yaitu banyak yang berpendapat bahwa harga yang relatif mahal dan selalu berpikir jangka pendek. Penggunaan ini sangat menghemat pengeluaran karena dapat dipakai berulang-ulang dan dapat diwariskan ke anak berikutnya, sehingga selain menghemat pengeluaran juga meminimalisir sampah popok sekali pakai.

Perilaku masyarakat yang kurang memperhatikan lingkungan terutama konsumen popok sekali pakai, diperlukan sarana komunikasi melalui kampanye untuk menghimbau, mengarahkan dan mengedukasi masyarakat agar lebih mencintai lingkungan dengan memberikan solusi terhadap kebutuhan produk-produk yang menghasilkan sampah yang sulit terurai.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalahnya adalah;

1. Bagaimana merancang desain komunikasi visual melalui kampanye penggunaan sebagai solusi popok yang ramah lingkungan?
2. Bagaimana merancang media komunikasi yang menarik, efektif dan komunikatif dalam menyampaikan pesan kepada masyarakat?

C. Tujuan Perancangan

1. Tujuan Umum

Tujuan dari perancangan kampanye ini yaitu sebagai sarana informasi kepada masyarakat tentang *cloth diaper*, menjawab permasalahan tentang cara mengatasi ketergantungan popok sekali pakai agar menjadikan ibu-ibu ataupun calon ibu lebih cerdas memilih popok untuk mengurangi sampah yang mencemari lingkungan.

2. Tujuan Khusus

- a. Sebagai himbauan kepada orang tua khususnya ibu dan calon ibu agar bersikap bijak dalam memilih popok yang tidak mencemari lingkungan.
- b. Memberikan informasi kepada orang tua tentang manfaat *clodi* agar dapat mengerti dan memahami bahaya popok sekali pakai sehingga dapat beralih ke popok kain *modern*.
- c. Mengajak para ibu dan calon ibu untuk berpikir manfaat jangka panjang penggunaan popok kain *modern* dari segi keuangan dan segi kebersihan lingkungan.
- d. Meyakinkan para ibu bahwa popok kain *modern* lebih aman, nyaman dan higienis.

D. Batasan Lingkup Perancangan

Batasan dari perancangan kampanye penggunaan sebagai solusi popok ramah lingkungan, meliputi segmen ibu rumah tangga usia 24-45 tahun. Perancangan media komunikasi visual yang akan diterapkan di Desa Tawangbanteng Kecamatan Sukaratu Kabupaten Tasikmalaya. Pemilihan Desa

Tawangbanteng sebagai *sample* perancangan berdasarkan hasil dari penelitian perilaku masyarakat yang berada disana. Desa Tawangbanteng sebagai *sample* desa dari sekian banyak desa yang ada di Indonesia yang masyarakatnya memilih memakai popok sekali pakai sebagai kebutuhan sehari-hari ibu rumah tangga yang memiliki anak.

E. Manfaat Perancangan

1. Bagi Mahasiswa

Perancangan ini dapat menambah wawasan lebih jauh tentang dari berbagai sumber dan dari berbagai pengalaman para ibu sehingga dapat diaplikasikan pada kehidupan nyata. Sehingga dengan adanya perancangan ini diharapkan target *audience* dapat lebih peka dan peduli terhadap lingkungan.

2. Bagi Institusi

Perancangan ini dapat menginspirasi dan memberi warna baru bagi para mahasiswa untuk mengangkat topik-topik hangat dalam rangka menempuh Tugas Akhir Desain Komunikasi Visual di Institut Seni Indonesia.

3. Bagi Masyarakat

Perancangan ini diharapkan dapat menjadi sarana informasi dan gerakan bagi masyarakat yang diaplikasikan secara nyata agar bersama-sama menjaga bumi kita mulai dari lingkungan rumah.

F. Metode Perancangan

1. Data yang dibutuhkan :

Data yang diperlukan dalam perancangan ini yaitu;

- a. Data verbal, digunakan sebagai data teoritis yang bersumber dari buku-buku teori komunikasi visual, ensiklopedi, buku lingkungan dan situs pertautan.
- b. Data visual digunakan sebagai dokumentasi yang berupa dokumentasi pribadi seputar fakta yang terjadi di masyarakat pedesaan, mengenai lingkungan sekitar dan diambil dari buku-buku tentang dan lingkungan.

2. Metode Pengumpulan Data

Metode Pengumpulan data ini dapat diperoleh dengan menggunakan studi lapangan dari kegiatan yang melibatkan ibu-ibu di tempat-tempat tertentu seperti di sekolah PAUD, Taman Kanak-Kanak, Posyandu dan Kegiatan di Bidan, Puskesmas dan ibu-ibu PKK. Data primer dan sekunder dikumpulkan dengan metode pengumpulan data antara lain:

a. Pengamatan atau observasi

Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara pengamatan secara langsung respon masyarakat sejauh mana mengenal *clodi* ini, data visual seperti jenis-jenis *clodi*, pendapat tentang pemakaian *clodi*, perilaku konsumen dan sebagainya.

b. Wawancara

Wawancara dilakukan melalui narasumber target *Audience* ibu rumah tangga usia 24-45 tahun.

c. Penyebaran kuesioner

Penyebaran kuesioner ini dilakukan di beberapa tempat yang biasanya terdapat banyak aktivitas para ibu-ibu berupa selebaran yang berisi kebiasaan masyarakat menggunakan popok dan sejauh mana mengenal popok kain,

dibuat secara singkat sehingga dapat dengan mudah diisi oleh ibu-ibu yang berada di pedesaan.

3. Teknik Tinjauan Pustaka

Tinjauan Pustaka dapat diperoleh dari buku-buku atau bersumber dari internet.

4. Sumber Literatur

Data dapat diambil dari berbagai sumber pustaka, baik buku, artikel dan sumber literatur lainnya. Pengumpulan data *online* bersumber dari www.google.com.

5. Instrumen dan alat pengumpulan data

Instrumen atau alat yang digunakan adalah seperangkat alat untuk wawancara seperti buku catatan, *ballpoint*, kamera, perekam dan surat pengantar dari kampus. Alat yang digunakan untuk merancang desain dari kampanye ini yaitu kertas gambar, pensil *drawing pen*, laptop, *scanner* dan printer.

G. Metode Analisis Data

Metode analisis dalam perancangan ini menggunakan metode analisis 5w+1H (*What, Where, Who, Why* dan *How*) analisis ini bermanfaat agar mengenal lebih jauh tentang permasalahan yang terjadi di masyarakat yang disesuaikan dengan kampanye sehingga lebih efektif untuk dapat diterima oleh target sasaran.

H. Metode Konsep Perancangan

Metode konsep perancangan yang akan digunakan meliputi;

1. Konsep Kreatif

a. Konsep Komunikasi

1) *What to say*

Sebagai media informasi para ibu, ajakan untuk berpikir jangka panjang sehingga dapat mengubah pola pikir masyarakat dalam hal pembuangan sampah.

2) *How to say*

Mengangkat unsur pengalaman para ibu dalam memilih popok anak dari segi lingkungan dan dari segi keuangan. Menggunakan bahasa keseharian sehingga mudah untuk dicerna target *audience*.

2. Konsep Media

- a. Media Utama
- b. Media Pendukung
- c. Program Media

3. Metode Visualisasi Desain

Metode visualisasi desain meliputi :

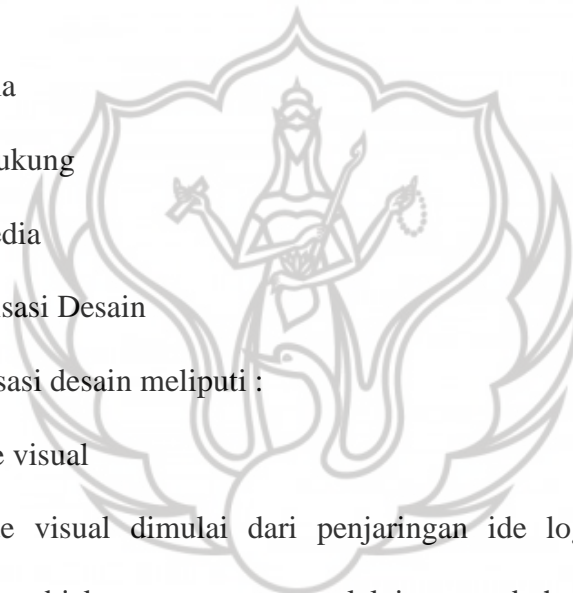
a. Penjaringan Ide visual

Penjaringan ide visual dimulai dari penjaringan ide logo kampanye berupa gambar-gambar objek perancangan melalui penyederhanaan sketsa manual. Kemudian penjaringan ide maskot kampanye juga melalui tahapan sketsa hingga *final* desain.

b. *Lay out* Komprehensif

Lay out komprehensif berupa tata letak komponen-komponen desain seperti ilustrasi, *font* maupun logo dari desain yang dibuat.

c. Final desain



SKEMATIKA PERANCANGAN

