

**PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL
KAMPANYE ANTI PENYALAHGUNAAN NARKOBA
MELALUI VIDEOKLIP LAGU “MATI MUDA”
DARI BAND JENNY**



KARYA DESAIN

Gema Yugi Perbawa

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA
YOGYAKARTA
2008**

**PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL
KAMPANYE ANTI PENYALAHGUNAAN NARKOBA
MELALUI VIDEOKLIP LAGU “MATI MUDA”
DARI BAND JENNY**

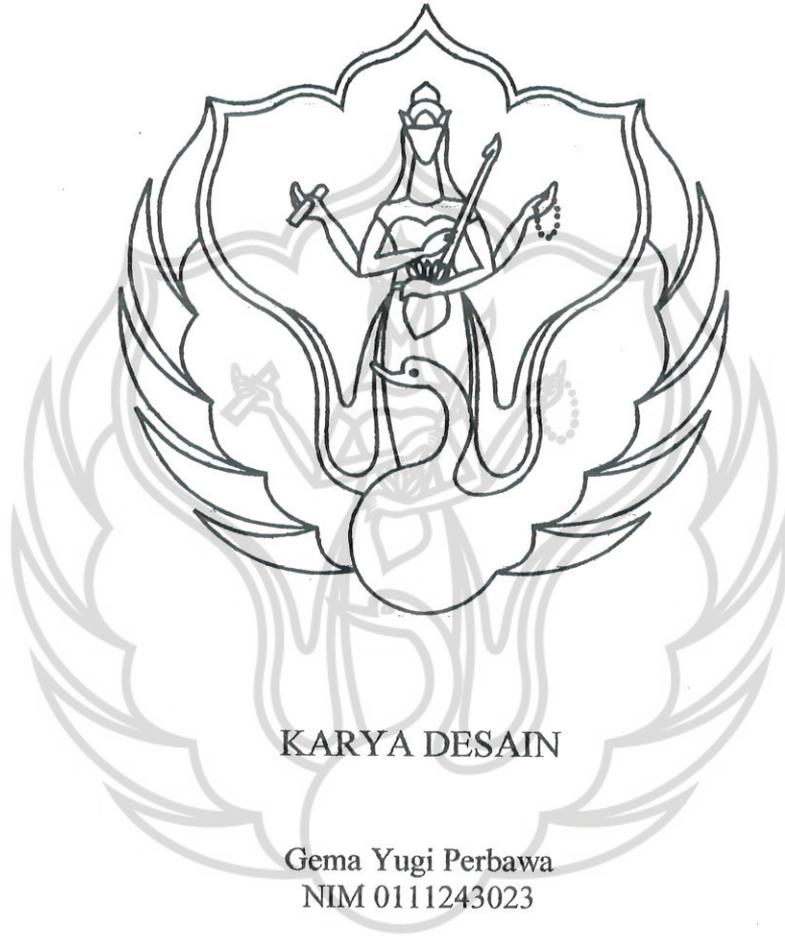


KARYA DESAIN

Gema Yugi Perbawa

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA
YOGYAKARTA
2007**

**PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL
KAMPANYE ANTI PENYALAHGUNAAN NARKOBA
MELALUI VIDEOKLIP LAGU “MATI MUDA”
DARI BAND JENNY**



KARYA DESAIN

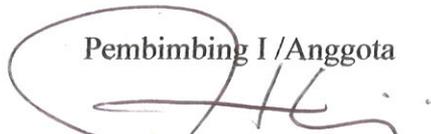
Gema Yugi Perbawa
NIM 0111243023

Tugas Akhir ini diajukan kepada Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia sebagai
Salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar sarjana S-1 dalam bidang
Desain Komunikasi Visual
2008

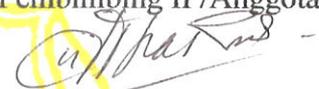
Tugas Akhir Desain berjudul :

Perancangan Komunikasi Visual Kampanye Anti Penyalahgunaan Narkoba Melalui Videoklip Lagu “Mati Muda” Oleh Band Jenny. Diajukan oleh Gema Yugi Perbawa, NIM 0111250023, Program Studi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah dipertahankan di depan Tim Penguji Tugas Akhir pada 31 Januari 2008 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

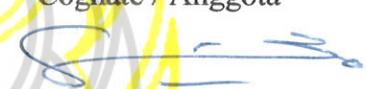
Pembimbing I / Anggota


Drs. Hartono Karnadi, M.Sn.
NIP. 132133718

Pembimbing II / Anggota


Dra. Theodora Suwarni
NIP. 130524924

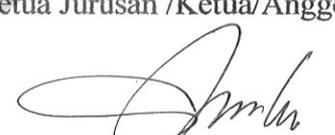
Cognate / Anggota


Drs. I.T. Sumbo Tinarbuko M.Sn
NIP. 131996634

KPS DKV / Anggota


Drs. Lasiman, M.Sn
NIP.131 773 135

Ketua Jurusan / Ketua / Anggota


Drs. A. Hendro Purwoko
NIP.131 284 654


Dekan Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia
Drs. Sukarman
NIP.130 521 245

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Puji dan syukur kepada Allah SWT atas ijin dan limpahan berkah dan rahmat-Nya sehingga pada akhirnya tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik. Sholawat dan salam kepada Nabi Besar Muhammad SAW beserta keluarganya, para sahabat dan umatnya hingga akhir zaman.

Tugas Akhir Desain ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan Tugas Akhir Desain ini diajukan kepada Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana S-1 dalam bidang Desain Komunikasi Visual, tahun 2008.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berkenan memberikan bantuan, khususnya kepada:

1. Dekan Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta, Bpk. Drs. Sukarman.
2. Ketua Jurusan Desain Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta, Bpk. Drs. Hendro Purwoko, M.kes.
3. Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Jurusan Desain Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta, Bpk. Drs. Lasiman, M.Sn.
4. Pembimbing I, Bpk. Drs. Hartono Karnadi, M.Sn. yang telah memberi arahan dan masukan hingga selesainya tugas akhir ini.
5. Pembimbing II, ibu Dra. Theodora Suwarni yang telah memberi kesempatan bagi penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini
6. Drs. I.T. Sumbo Tinarbuko M.sn selaku dosen wali.

7. Seluruh staff pengajar dan karyawan Diskomvis ISI.
8. Kedua orang tuaku, kak Tia, mas Ari, Dea, serta si kecil Chessa atas dukungan moral dan materil yang tidak terbatas. Tugas akhir ini didedikasikan untuk kalian semua.
9. Mas Rudi, mbak Ani dan Vita, keluarga kedua tempat berteduh selama di Yogyakarta, terimakasih buat semuanya.
10. Teman-teman Populair Visual Project, Choiru, Ririen, Bayu, David, Iwan, Kusmanto, Danang, Ricky, Adin, nissa, Emir, Akil, Erik, Sari, Rahmat dan seluruh tim produksi Matimuda – Jenny. terimakasih atas semua bantuannya.
11. buat Agung Sulis Chlorophyll buat *online editing, special effect* dan curhat-curhat panjang ga' jelas :).. terimakasih banyak..
12. Own Café Sagan, SLTP 2 Sewon, dan Sis Studio sebagai lokasi foto.
13. Keluarga besar Jenny, Farid, Roby, Simbah, Anis, Ipong, dan klub mati mudanya.
14. Sompret sang model, Boy sang stylist, Danan dan Putri buat saran dan masukannya, Aitazito, Kunto dan Puguh serta markus buat semangatnya. *love you guys.. soo much!*
15. Teddie! Teman senasib.. hehe.. *God loves us ted,.. be strong!*
16. Thomas Bouge! Buat pigura nya.. terimakasih, maaf merepotkan.
17. teman-teman seperjuangan Tugas Akhir, Helly, Guntur dan Dewi.
18. teman-teman DKV, Studio Diskom, Kepompong, Raptor, Puzzle, Otakanan, Origami, dll..
19. Raditiarsih Wardhani buat *unconditional support.. thanks..thanks.. and thanks again.. couldn't make it without you..*

20. teman-teman “virtual tapi nyata” yang selalu ada disaat-saat terberat, Tikabanget, Meidi, Papiru-Chan, Yehezkiel Zefanya, Irvan, Abud, Marina, Nick, Prudens serta teman-teman MWI, Yudha, Mas Yono, Febra, Avanza dan yang lainnya. Terima kasih.
21. Adhis “Euis” terima kasih buat pinjaman semangatnya.
22. Susan & Agung buat cobaannya :) *life a lil bit rough right now, but.. yes im okay, thanks for asking..* semoga kalian menjadi keluarga sakinah nantinya.
23. Captain Ria, *good ol time friend from nowhere*, hihi. thanks buat nemenin, goodluck buat hidup..
24. Para *creative dept mastermind* di PT.Petakumpet, Pak Arief, Pak Itok, Pak Eko, Dedi, Indra, & Erwan.. tempat belajar dan berkerja, hatur nuhun buat kesempatannya.
25. Dan seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Terima kasih banyak.

Akhir kata, penulis berharap semoga karya ini dapat bermanfaat bagi perkembangan dunia desain, khususnya Desain Komunikasi Visual dan semua pihak yang berkepentingan.

Yogyakarta, Januari 2008

Penulis.



DAFTAR ISI

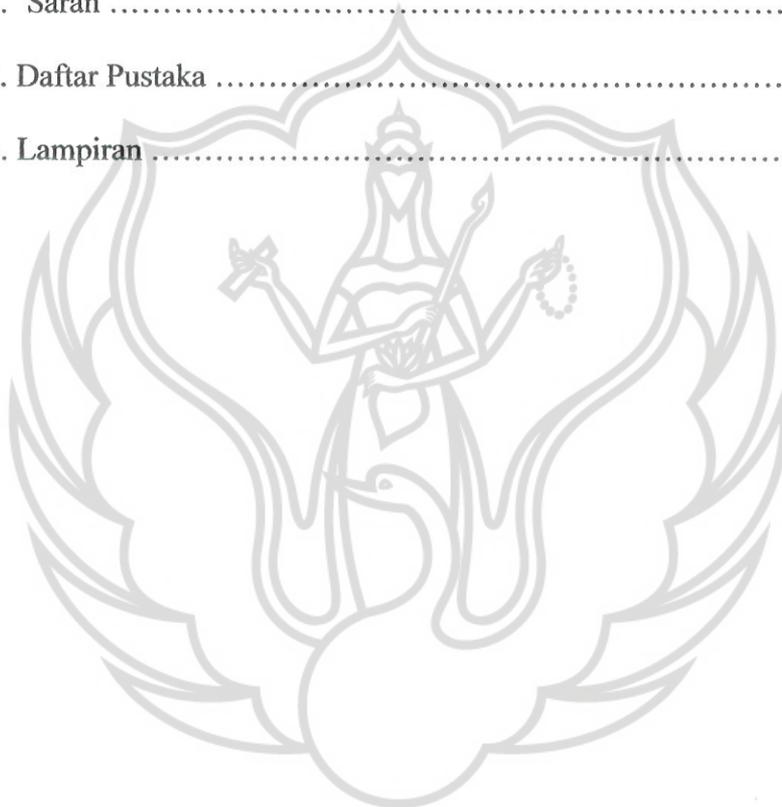
HALAMAN JUDUL	
HALAMAN LEMBAR PENGESAHAN.....	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Perancangan.....	7
D. Ruang Lingkup Perancangan.....	7
E. Manfaat Perancangan.....	8
F. Metode Perancangan.....	8
G. Sistematika Perancangan	12
BAB II IDENTIFIKASI DAN ANALISIS.....	13
A. Tinjauan Tentang Narkoba.....	13
1. Pengertian Narkoba	14
a. Narkotika	15
b. Psikotropika.....	16
c. Zat Adiktif	19
2. Data Kasus Tindak Pidana Narkoba di Indonesia Tahun 2001 -	

2006.....	23
a. Berdasarkan jumlah kasus	23
b. Berdasarkan kewarganegaraan	23
c. Berdasarkan jenis kelamin	24
d. Berdasarkan usia	24
e. Berdasarkan tingkat pendidikan	24
f. Berdasarkan jenis pekerjaan	25
3. Karakteristik Remaja	26
a. Ciri Khas Masa Remaja	27
b. Berbagai Motivasi Dalam Penyalahgunaan Narkoba	29
c. Faktor Pendukung Keinginan Memakai Narkoba.	30
d. Upaya Pencegahan Masalah Penyalahgunaan Narkoba.....	31
4. Pendekatan dan Lembaga yang menangani penyalahgunaan Narkoba di Indonesia.....	36
a. Fungsi BNN	37
b. Visi BNN	39
c. Misi BNN.....	39
d. Tujuan	40
e. Sasaran	41
5. Landasan Teori	42
a. Desain Komunikasi Visual	42
1). Layout.....	43
2). Warna.....	46

3). Tipografi.....	49
4). Ilustrasi.....	49
b. Videoklip sebagai media kampanye	54
6. Analisa Data	59
7. Kesimpulan.....	61
BAB III KONSEP PERANCANGAN.....	61
A. Sintesis.....	62
1. Tujuan Kampanye.....	62
a. Tujuan Umum.....	62
b. Tujuan Khusus	62
2. Strategi Kampanye.....	63
B. Perancangan Media	66
a. Tujuan Media	67
b. Strategi media	69
c. Seleksi media	71
d. Prioritas media.....	82
e. Program media	85
f. Biaya media	93
C. Perencanaan Kreatif	94
1. Tujuan Kreatif	95
2. Strategi kreatif	97
a. Masalah Pokok Yang Dihadapi (<i>Problem Detection</i>)	97
b. Manfaat Yang Diperoleh Masyarakat (<i>Key Target Audience</i>	

<i>Benefit</i>)	98
c. Khalayak sasaran (<i>Target audience</i>)	98
d. <i>Positioning</i>	100
e. Tema Kampanye	101
f. Bentuk Pesan	101
1).Pesan Verbal	101
2).Pesan Visual	104
3).Isi Pesan	105
g. Citra yang akan disampaikan	106
h. Visualisasi	106
3. Program Kreatif	110
a. Tema Pokok.....	110
b. Pendukung Tema	111
1). Warna	111
2). <i>Copywrite</i>	112
3). Tipografi.....	112
4). Ilustrasi	114
4. Program Kreatif Media	115
5. Biaya Kreatif.....	131
6. <i>Time Schedule Media Realease</i>	136
BAB IV : VISUALISASI DESAIN	137
A. Audio visual.....	137
1. Konsep	138

2. <i>Pre-Production</i>	151
3. <i>Production</i>	155
B. Media cetak	162
1. Layout	171
2. Final Desain	183
BAB V : PENUTUP	203
A. Kesimpulan	203
B. Saran	204
C. Daftar Pustaka	205
D. Lampiran	208



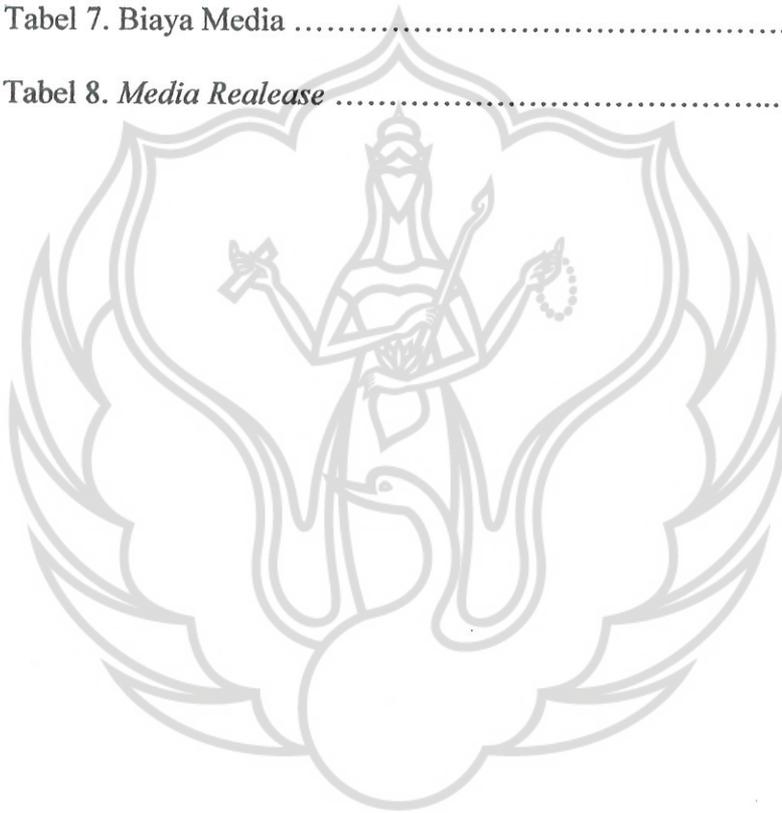
DAFTAR GAMBAR

1. Gbr. 1. <i>Screenshoot</i> videoklip “ <i>Wake Me Up When September Ends</i> ” dari band Green Day.....	57
2. Gbr 2. <i>screenshoot</i> Videoklip “ <i>You Could Be Loved</i> ” oleh Bob Marley	57
3. Gbr 3. Lokasi syuting kamar pecandu	154
4. Gbr. 4. Lokasi syuting Studio Band	154
5. Gbr 5. Rancang bentuk kamar	155
6. Gbr 6. Rancang bentuk studio	156
7. Gbr 7. Rancang <i>lighting set</i> kamar	156
8. Gbr 8. Rancang <i>lighting set</i> studio	157
9. Gbr 9. Rancang <i>camera set</i> studio	158
10. Gbr 10. <i>screenshoot</i> videoklip	161
11. Gbr 11. <i>Final artwork</i> poster versi kelas	184
12. Gbr 12. <i>Final artwork</i> poster versi studio.....	185
13. Gbr 13. <i>Final artwork</i> poster versi café	186
14. Gbr 14. <i>Final artwork</i> iklan majalah versi kelas	187
15. Gbr 15. <i>Final artwork</i> iklan majalah versi studio	188
16. Gbr 16. <i>Final artwork</i> iklan majalah versi café	189
17. Gbr 17. <i>Final artwork postcard</i> versi kelas.....	190
18. Gbr 18. <i>Final artwork postcard</i> versi studio	191
19. Gbr 19. <i>Final artwork postcard</i> versi café	192
20. Gbr 20. <i>Final artwork</i> brosur	193

21. Gbr 21. <i>Final artwork</i> kalender	194
22. Gbr 22. <i>Final artwork T-shirt</i>	199
23. Gbr 23. <i>Final artwork</i> aplikasi T-shirt	200
24. Gbr 24. <i>Final artwork Mug /gelas</i>	201
25. Gbr 25. <i>Final artwork sticker</i>	202
26. Gbr 26. <i>Final artwork pin</i>	202
27. Gbr 27. Poster Pameran	208
28. Gbr 28. Katalog Pameran	209
29. Gbr 29. Katalog Pameran	209
30. Gbr 30. Suasana Pameran	210
31. Gbr 31. Suasana Pameran	210
32. Gbr 32. Suasana Pameran	211
33. Gbr 33. Suasana Pameran	211
34. Gbr 34. Suasana Pameran	212
35. Gbr 35. Suasana Pameran	212

DAFTAR TABEL

1. Tabel 1. Tindak Pidana Berdasarkan Jumlah Kasus.....	23
2. Tabel2. Tindak Pidana Berdasarkan Kewarganegaraan.....	23
3. Tabel 3. Tindak Pidana Berdasarkan Jenis Kelamin.....	23
4. Tabel 4. Tindak Pidana Berdasarkan Usia.....	24
5. Tabel 5. Tindak Pidana Berdasarkan Tingkat Pendidikan	24
6. Tabel 6. Tindak Pidana Berdasarkan Jenis Pekerjaan	25
7. Tabel 7. Biaya Media	93
8. Tabel 8. <i>Media Realease</i>	136



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Narkotika, dewasa ini telah menjadi suatu masalah yang terlalu serius untuk dipandang sebelah mata. Seluruh dunia telah terjangkit peredaran ilegal narkotika yang distribusinya sangat rapi dengan omzet peredaran narkotika dalam satu tahun diperkirakan mencapai Rp 20 triliun¹. Indonesia merupakan salah satu titik singgah potensial dari peredaran obat-obatan terlarang dunia, mereka (para pengedar) cenderung mengambil heroin dari segitiga emas di Bangkok. Dikarenakan banyaknya celah perbatasan di Indonesia dengan pintu masuk berupa sungai-sungai besar ditambah dengan korupsi serta kurangnya pelatihan polisi dan bea cukai, Indonesia cenderung menarik untuk operasi mereka sebelum mendistribusikannya menuju AS, Australia, dan Eropa.

Indonesia sendiri telah berkembang dari Negara transit, menjadi salah satu Negara produsen narkotika khususnya jenis Shabu-shabu dan Ekstasi, dibuktikan dengan ditemukannya pabrik Ekstasi di Cikande, Tangerang yang mampu memproduksi satu juta butir ekstasi dalam sehari dan memiliki omzet 50 miliar², dan polisi juga telah menyita hampir satu ton Shabu-shabu saat akan di distribusikan di kawasan Teluk Naga, Banten³.

¹ Harian Kompas, "Setahun, 15.000 Remaja Tewas Akibat Narkotika", 24 Januari 2006.

² www.liputan6.com tanggal 14 Juli 2006 diakses tanggal 5 April 2007.

³ www.liputan 6.com, tanggal 26 Agustus 2006, diakses tanggal 5 April 2007.

Telah terungkap bahwa jumlah penderita narkoba di Indonesia telah mencapai 1,3 juta orang, baik dari pengguna dewasa, pelajar, mahasiswa sampai tingkatan siswa sekolah dasar dengan motif penggunaan yang berbeda-beda. Menurut survey Badan Narkotika Nasional (BNN) tahun 2003-2004 , usia pertama penggunaan narkoba dimulai saat usia 11 – 15 tahun pada pelajar dengan ganja sebagai narkoba pertama yang mereka coba⁴.

Ketergantungan Narkoba merupakan suatu penyakit kompleks yang di tandai oleh adanya keinginan kuat untuk selalu memakai obat (*craving*) meskipun di sadari akan berbahaya dan dapat mengancam kehidupannya. Penyakit ini bersifat menahun dan sering kambuh walaupun ada periode *abstinensia* untuk waktu yang cukup lama. Namun demikian, di samping efek-efek jangka lama yang timbul perlahan-lahan, pengguna narkoba juga sangat mungkin mengalami keadaan darurat yang membutuhkan pertolongan segera, antara lain *overdosis* dan *sakaw*.

Obat-obatan yang sering dipakai untuk mabuk mempunyai efek pada kerja otak. Karena otak mengendalikan bagian lain dan fungsi dari tubuh - seperti paru-paru yang membuat oksigen tidak beredar ke darah, ginjal dan hati yang menetralkan racun dari tubuh, dan jantung yang memompa darah ke seluruh tubuh menggunakan *drugs* dapat mempengaruhi satu atau lebih dari aktivitas fungsi tubuh yang penting ini, untuk membuat seseorang mabuk.

Tubuh seseorang biasanya dapat menyesuaikan dengan perubahan ini, tetapi jumlah/kadar obat yang dipakai terlampau banyak, perubahannya bisa

⁴ AKBP Sarwono, "Materi Evaluasi Perlindungan WNI", makalah seminar, Bandung 18 maret 2007 ,p .12.

melebihi kemampuan tubuh dalam menyesuaikan diri dan menimbulkan efek samping yang seringkali berbahaya. Beberapa efek samping yang terjadi dari pemakaian *drugs* yang berlebihan adalah serius, tetapi tidak dirasakan secara langsung. Hati dan ginjal dapat rusak karena pemakaian *drugs* ini membuat organ-organ akan bekerja lebih keras. Untuk menghilangkan efek dan kerusakan dari *drugs* tersebut membutuhkan waktu bertahun-tahun. Tetapi jika otak terlalu banyak memperoleh obat-obatan dalam waktu yang relatif singkat, efek samping yang muncul dapat sangat berbahaya seperti hilangnya kesadaran, berhentinya pernafasan, gagal jantung, serangan jantung- termasuk tentunya, kematian. Telah terungkap bahwa jumlah penderita narkoba di Indonesia telah mencapai 1,3 juta orang yang sebagian besar masih berusia belasan atau remaja⁵.

Remaja merupakan peralihan usia dari anak-anak menjadi dewasa. Biasanya usia-usia rawan seperti itu merupakan masa yang penuh gejolak dan penuh kesulitan baik bagi remaja sendiri maupun bagi orang tuanya. Seringkali karena ketidaktahuan dari orang tua mengenai keadaan masa remaja tersebut ternyata mampu menimbulkan bentrokan dan kesalahpahaman antara remaja dengan orang tua yakni dalam keluarga atau remaja dengan lingkungannya.

Hal tersebut di atas tentunya tidak membantu si remaja untuk melewati masa ini dengan wajar, sehingga berakibat terjadinya berbagai macam gangguan tingkah laku seperti penyalahgunaan zat, atau kenakalan remaja atau gangguan mental lainnya. Orang tua seringkali dibuat bingung atau tidak berdaya dalam

⁵ Abdul Mughani, seminar "TRUST" (Temu Remaja Untuk Solusi Terbaik), GOR Universitas Padjajaran, 2000, p.8.

menghadapi perkembangan anak remajanya dan ini menambah parahnya gangguan yang diderita anak remajanya.

Dalam masa transisi dari anak-anak menuju dewasa, remaja banyak memiliki perubahan yang cukup signifikan, mengutip dari materi seminar kasus penyalahgunaan narkotika ditinjau dari ilmu kesehatan jiwa (psikiatri) oleh Dr. Murcuanto Diwanto, ada beberapa ciri khas masa remaja⁶ :

1. Perubahan peran dari anak-anak yang cenderung selalu bergantung dan dilindungi menjadi seorang dewasa yang mampu mandiri dan berdiri sendiri.
2. Daya khayal yang berlebihan dikarenakan posisi remaja yang ingin melakukan banyak hal tetapi belum mampu untuk memenuhinya.
3. Memiliki ikatan kelompok yang kuat dikarenakan ketidakmampuannya untuk melakukan segala hal sendiri, maka remaja cenderung melakukannya berkelompok dengan teman sebayanya. Remaja cenderung merasa terlindungi jika ada di tengah-tengah kelompoknya dan dengan faktor persaingan, ia akan berusaha apa saja untuk bisa menonjol diantara lainnya.
4. Memiliki krisis identitas, karena tujuan akhir perkembangan seorang remaja adalah terbentuknya identitas diri sendiri, seorang individu akan dapat memahami siapa dia, kemampuan dan kelemahan dirinya dan peran di lingkungan, sebelum identitas diri terbentuk biasanya terdapat fase krisis dan setiap remaja harus mampu melewatinya.

⁶ Murcuanto, Diwanto, "*kasus penyalahgunaan narkotika ditinjau dari ilmu kesehatan jiwa (psikiatri)*", materi seminar, Universitas Indonesia, 2003, p.4.

Didalam seluruh ciri khas remaja, banyak hal yang bisa membuat mereka terjerumus dalam penyalahgunaan narkoba. Dorongan mengkonsumsi narkoba menyangkut motivasi yang berhubungan dengan keadaan individu (motivasi individual) yang mengenai aspek fisik, emosional, mental-intelektual dan interpersonal. Di samping adanya motivasi individu yang menimbulkan suatu tindakan penyalahgunaan zat, masih ada faktor lain yang mempunyai hubungan erat dengan kondisi penyalahgunaan zat yaitu faktor sosiokultural seperti di bawah ini; dan ini merupakan suasana hati menekan yang mendalam dalam diri remaja seperti faktor internal dalam keluarga yaitu perpecahan keluarga, perceraian, kurangnya perhatian, dan lain-lain. Faktor eksternal seperti media massa, film tentang kekerasan dan narkoba. Kaburnya nilai-nilai dan system agama serta mencairnya standar moral, meningkatnya waktu menganggur, kemiskinan, kemewahan yang membosankan dan lain-lain.

Banyak upaya yang dilakukan untuk mengantisipasi penyalahgunaan narkoba, tetapi tetap saja narkoba banyak memakan korban dan sebagian besar berasal dari kalangan remaja yang seharusnya menjadi tulang punggung bangsa di masa depan. Selain faktor karakter psikologis remaja, masih banyak hal lain yang membuat mereka terlibat, contohnya faktor lingkungan, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa timbulnya motivasi untuk menyalahgunakan narkoba berasal dari interaksi antara faktor psikologis dan lingkungan.

Musik merupakan salah satu media ekspresi untuk remaja, disana mereka mencoba mencurahkan pikiran dan bakat positif sebagai salah satu kegiatan yang seharusnya bisa menampung kegiatan sosial, pembentukan identitas diri, mental

dan intelektual mereka serta membentuk karakter emosional, tetapi karena kelabilan usia muda, kadang membuat mereka salah jalan dan memilih pergaulan yang salah sehingga akan berakibat banyak dimasa kini maupun masa depan. Idola-idola remaja saat ini merupakan tokoh yang bisa mereka jadikan acuan. Secara psikologis, remaja dengan banyak masalah pasti akan mencari pelarian yang menurut mereka menyenangkan dan tokoh-tokoh itupun yang dekat dengan mereka.

Dalam proses komunikasi visual, dibentuk cara komunikasi yang lugas dan jelas untuk mempengaruhi target konsumen, sehingga sudah seharusnya media yang digunakan haruslah dekat dengan target konsumen sehingga informasi yang ingin disampaikan akan sampai tanpa mereka sadari.

Jenny merupakan suatu band berisikan 4 orang remaja dikalangan anak muda di daerah Yogyakarta yang cukup bersinar saat ini, kiprah mereka dalam bermusik dianggap berbeda dengan sikap atau *cutting edge additude* band yang ada sekarang sehingga dengan cepat bisa masuk ke komunitas musik di Yogyakarta. Lagu “Mati Muda” yang diciptakan sendiri oleh band Jenny bercerita tentang kematian di usia muda yang banyak terjadi saat ini karena banyak hal buruk seperti narkoba, AIDS dan lain-lain sehingga dianggap cocok untuk mewakili kampanye anti penyalahgunaan narkoba ini sendiri. Perancangan kampanye anti penyalahgunaan narkoba lewat videoklip lagu “Mati Muda” oleh Jenny diharapkan bisa mengetuk sebagian besar anak muda yang lebih menghargai hidup dan mencoba membangun suatu hal yang lebih positif dari pada melakukan hal bodoh yang akan disesalinya dimasa depan.

B. RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana merancang suatu bentuk komunikasi visual dalam yang baik untuk menghimbau target ?
2. Bagaimana merencanakan strategi media yang baik sebagai media pendukungnya?

C. TUJUAN PERANCANGAN

1. Merancang bentuk komunikasi visual yang baik sehingga dapat menyampaikan pesan secara baik dan diharapkan bisa menghimbau *target audience*.
2. Menetapkan konsep yang *intergrated* dari perancangan kampanye anti penyalahgunaan narkoba ini secara unik, *entertaining*, persuasif dan komunikatif.

D. RUANG LINGKUP PERANCANGAN

1. Perancangan ini akan dibatasi dari perancangan videoklip lagu “mati muda” dari band Jenny dan media pendukungnya berupa kampanye anti narkoba yang medianya akan ditentukan selanjutnya.
2. Perancangan ini dibatasi di Yogyakarta dan sekitarnya secara geografis, serta demografis remaja usia 15 sampai 25 tahun dengan psikografis remaja aktif.

E. MANFAAT PERANCANGAN

1. Secara teoritis

Manfaat perancangan ini antara lain guna membuka wawasan bagaimana membuat perancangan komunikasi visual pada sebuah videoklip sebagai media komunikasi visual yang didukung media pendukungnya.

2. Secara Praktis

Manfaat bagi para mahasiswa, dosen, praktisi desain komunikasi visual yang akan bergerak di bidang perancangan komunikasi visual adalah mampu berpikir lebih kreatif dan lebih berani untuk mencoba sesuatu hal yang baru dalam menentukan konsep media dan perancangan komunikasi visual.

F. METODE PERANCANGAN

Untuk mendapatkan dan merancang pesan komunikasi visual yang komunikatif ada beberapa langkah yang harus dilakukan, yaitu:

1. Menentukan pokok permasalahan
2. Merumuskan tujuan yang akan dicapai.
3. Pengumpulan data
4. Pengolahan data setelah itu dirumuskan
 - a). Tujuan perancangan
 - b). Strategi perancangan
 - c). Tujuan komunikasi
 - d). Strategi komunikasi

5. Perencanaan media yang meliputi:

a). Tujuan media

- 1) Reach. (jangkauan).
- 2) Frequency (frekuensi).
- 3) Continuity (kesinambungan).
- 4) Message. (pesan).

b). Strategi media

- 1) Media umum.
- 2) Media khusus.

6. Perencanaan kreatif.

Berupa panduan untuk melakukan perancangan, terdiri dari:

a). Tujuan kreatif.

b). Strategi kreatif.

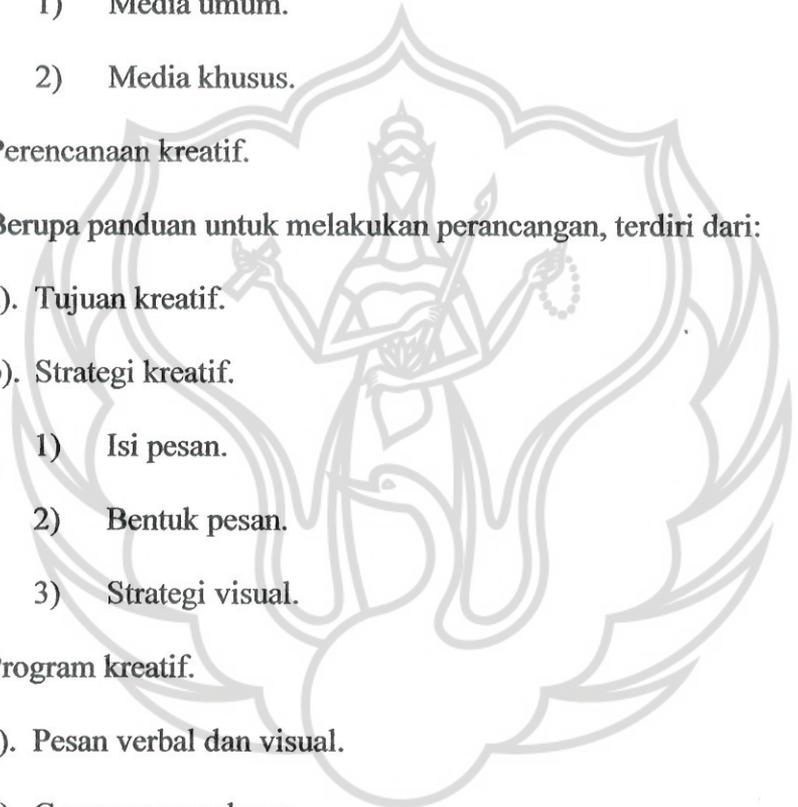
- 1) Isi pesan.
- 2) Bentuk pesan.
- 3) Strategi visual.

7. Program kreatif.

- a). Pesan verbal dan visual.
- b). Gaya penggambaran.
- c). Penulisan teks dan visual.

8. Perancangan, yang meliputi:

- a). Audio visual (videoklip):



- 1). Pra produksi
 - 2). Produksi
 - 3). Pasca produksi yaitu editing & compositing
 - 4). Final berupa videoklip
- b). Media cetak :
- 1). Layout.
 - 2). Final desain.

Sedangkan sistematika penulisan untuk perancangan kampanye anti narkoba melalui videoklip lagu “Mati Muda “ dari band Jenny adalah sebagai berikut:

1. Bagian pertama adalah pendahuluan, yaitu berupa uraian yang terdiri dari beberapa sub bagian yaitu latar belakang permasalahan, rumusan masalah yang diangkat, tujuan perancangan, metode perancangan.
2. Bagian kedua yaitu berupa identifikasi permasalahan yang diangkat. Terdiri dari beberapa sub bagian lagi yaitu pengumpulan data, pengolahan data, dan penetapan-penetapan tujuan kampanye, tujuan komunikasi, serta strategi komunikasi.
3. Bagian ketiga adalah konsep perancangan, yaitu merupakan dasar pemikiran dan perancangan desain komunikasi visual berupa perencanaan media, perencanaan kreatif.
4. Bagian terakhir yaitu perancangan yang di dalamnya berisi proses pra produksi, produksi, dan pasca produksi yang meliputi editing dan

compositing, untuk media pendukung prosesnya dari layout perancangan dan final desain serta videoklip sebagai eksekusi dari hasil perancangan ini.



G. SKEMATIKA PERANCANGAN

