

PERANCANGAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT
"THINK BEFORE YOU DRINK" SEBAGAI EDUKASI TENTANG
BAHAYA ALERGI SUSU SAPI



TUGAS AKHIR DESAIN

Dyah Isaka P.

PROGRAM STUDI DISAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DISAIN FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA

2012

PERANCANGAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT
"THINK BEFORE YOU DRINK" SEBAGAI EDUKASI TENTANG
BAHAYA ALERGI SUSU SAPI

UPT PERPUSTAKAAN ISI YOGYAKARTA	
INV.	4014/H/SI/2012
KLIA	
TARIK	29-8-2012



TUGAS AKHIR DESAIN



Dyah Isaka P.

PROGRAM STUDI DISAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DISAIN FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2012

PERANCANGAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT
"THINK BEFORE YOU DRINK" SEBAGAI EDUKASI TENTANG
BAHAYA ALERGI SUSU SAPI



TUGAS AKHIR DESAIN

Dyah Isaka P.

0511490024

Tugas Akhir ini diajukan kepada Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta sebagai
Salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana S-1 dalam bidang
Disain Komunikasi Visual

2012

Laporan Tugas Akhir Karya Disain berjudul :
Perancangan Iklan Layanan Masyarakat “Think Before You Drink” Sebagai Edukasi Tentang Bahaya Alergi Susu Sapi, diajukan oleh Diah Isaka Parameswara, NIM 051 1490 024, Program Studi Disain Komunikasi Visual, Jurusan Disain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah disetujui Tim Pembina Tugas Akhir pada tanggal 23 Juni 2012 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Pembimbing I/Anggota


Drs. IT. Sumbo Tinarbuko, M.Sn.
NIP. 196 60404.199203 1 002

Pembimbing II/Anggota


Drs. Prayanto WH, M.Sn.
NIP. 196 30211.1999031 1 001

Cognate/Anggota


Endro Tri Susanto, S.Sn
NIP. 196 40921.199403 1 001

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual/ Anggota


Drs. Hartono Karnadi, M. Sn.
NIP. 196 50209.199512 1 001

Ketua Jurusan Desain/ Ketua


Drs. Lasiman, M.Sn
NIP. 195 70513.198803 1 001


Dekan Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta


Dr. Suastiwi, M.Des
195 90802.198803 2 001



Setiap tetes usaha dalam karya ini kupersembahkan kepada
Alm. Bapakku tercinta dan Ibuku terkasih, sepasang sayap pemotivasi
Kakak-kakak dan keponakan tersayang,
Keluarga besar "ajeg" pertanyaan
ini hanya awalan.



Yakin adalah senjata ampuh disaat
kita ingin mencapai sebuah kesuksesan.
(worsky)

KATA PENGANTAR

Puja dan puji syukur kepada *Sang Hyang Widhi Wasa* atas sinar sucinya yang selalu menuntun hingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan dengan baik.

Tugas Akhir ini dibuat untuk memenuhi salah satu persyaratan akademis yang harus dilaksanakan untuk mendapatkan gelar Sarjana Strata-1 Program Studi Desain Komunikasi Visual ISI Yogyakarta dan sebagai hasilnya berwujud karya desain Iklan Layanan Masyarakat “*Think Before You Drink*”.

Dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini, penulis tidak dapat mengabaikan jasa semua pihak yang telah membantu. Oleh karena itu, penulis menghaturkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. *Sang Hyang Widhi Wasa* atas diutusnya Dewa Siwa sebagai penuntun jalan kuasanya, sehingga Tugas Akhir saya dapat terselesaikan.
2. Alm.Bapakku Ir. Bambang Susilo W. dan Ibukku Lilik Wahyudati, S.E., yang selalu mendorong, memotivasi, mendukung penuh, apapun yang saya pilih, apapun yang saya inginkan, *i love u.*
3. Kakak-kakakku Mbak Sista dan Mas Ale, ponakanku Agni, Bagas, Caca, Anak-anakku Yeyen (R.I.P), Jerry (R.I.P), Inul, Sophie, dan Nero yang selalu membangkitkan semangat.
4. Gde Krisna Widiathama yang selalu *support*, membantu di saat-saat genting, *i love you too btw.*
5. Bapak Drs. IT. Sumbo Tinarbuko, M.Sn., selaku dosen pembimbing pertama Tugas Akhir saya, yang telah banyak memberikan bimbingan

dan saran-saran dalam penggeraan Tugas Akhir ini dengan penuh perhatian, kapanpun dan dengan media apapun, sangat banyak terimakasih pak, semoga Tuhan selalu memberkati.

6. Bapak Drs. Prayanto W.H, M.Sn., selaku dosen pembimbing kedua yang juga telah memberikan arahannya.
7. Bapak Drs. Hartono Karnadi, M.Sn, selaku Ketua Program Studi desain Komunikasi Visual yang telah banyak membantu dalam keadaan terdesak dan memperlancar dalam menyelesaikan Tugas Akhir yang memang sudah harus berakhir.
8. Bapak Endro Tri Susanto, S.Sn selaku dosen *cognate* Tugas Akhir yang telah mengarahkan dan memotivasi saya dalam menyelesaikan Tugas Akhir sehingga menjadi lebih baik.
9. Bapak Drs. Lasiman, M.Sn, selaku Ketua Jurusan Desain yang telah memberikan pengarahan dan dukungan dalam menyelesaikan Tugas Akhir saya.
10. Bapak F.X. Widyatmoko, M.Sn., selaku dosen yang selalu meluangkan waktu dan bukunya untuk membantu siapapun, kapanpun dan dimanapun, *thanx a lot sir, gbu!*
11. Bapak John Widijantoro selaku ketua Lembaga Konsumen Yogyakarta, terimakasih atas semua pertolongan, *e-mail*, dan dukungannya.

12. Segenap Dosen di Program Studi Desain Komunikasi Visual ISI Yogyakarta, yang telah memberikan bekal ilmu dan pengalaman selama saya menuntut ilmu di kampus ini.
13. Segenap karyawan DKV ISI Yogyakarta yang telah memberikan segala bantuan dalam memperlancar penyelesaian Tugas Akhir ini.
14. Teman-teman yang selalu ada, membantu dalam susah dan menemani dalam tawa, Dini dan Bara, Edi, Supri dan Wulan, *Miami Face*: Regul, Gandi, Kak Didits, Kak wiroyo, Adi a.k.a Dakir dan Mita, Ican, Huges, Deva, Bram, dek Ndalu, Rini di malang, Budi kecil, Nida, Bang Wid a.k.a Indro, Gilang, Hanes, Prima dan Risma, Ayip, Riyan'08, Teman-teman diskomedi, Teman-teman DKV TA'12, dek Sekar tekstil atas bantuan tengah malamnya, Mas Rudi Lampung atas sablonnya, Mbak dian atas jaitannya, Mas Ganjar dan temen-temen MEMO, Semua temen-temen yang tidak mungkin disebutkan satu-satu, tanpa kalian mungkin semua tidak akan terasa menggembirakan. *Thanx for all guys!*

Mohon maaf yang sebesar-besarnya jika ada kekurangan dalam Tugas Akhir ini. Semoga Tugas Akhir ini dapat dijadikan salah satu sumber penggalian ide kreatif untuk perancangan Tugas Akhir selanjutnya dan memberikan manfaat bagi banyak pihak.

Yogyakarta, 25 Agustus 2012

Penulis

ABSTRAK

Dyah Isaka Parameswara

Perancangan Iklan Layanan Masyarakat “*Think Before You Drink*”

Sebagai Edukasi Tentang Bahaya Alergi Susu Sapi

Iklan layanan masyarakat “*Think Before You Drink*” adalah satu bentuk kampanye untuk mengedukasi dan menginformasikan alergi susu sapi kepada masyarakat. Alergi susu sapi adalah keadaan dimana sistem imun menyadari atau menganggap bahwa kandungan protein pada susu sapi sebagai zat yang berbahaya, sehingga sistem kekebalan tubuh akan melawan protein dan gejala alergi muncul. Alergi disebabkan karena faktor genetik serta faktor lingkungan. Faktor utama alergi adalah genetik. Pada ibu yang mempunyai riwayat alergi, dianjurkan menghindari produk susu dan turunannya disaat sedang mengandung. Sementara itu, faktor lingkungan meliputi paparan terhadap tungau debu rumah dan polusi.

Alergi saat mengkonsumsi susu sapi juga diakibatkan dari kandungan residu antibiotik dan antimikroba di dalamnya. Peraturan perundang-undangan kesehatan hewan menyebutkan, bila hewan ternak diberikan antibiotika maka hasil ternak baru boleh dikonsumsi oleh manusia setelah melewati waktu henti (*withdrawal time*). Lama waktu henti tergantung pada jenis antibiotika yang diberikan.

Gejala alergi susu sapi sangat beragam, umumnya akan timbul gejala kulit kemerahan, gatal, atau bengkak, mual, muntah, diare, batuk, pilek dan gejala asma. Alergi juga mengganggu semua organ atau sistem tubuh kita termasuk gangguan fungsi otak sehingga timbul gangguan perkembangan dan perilaku. Penanganan dasar dan efektif alergi protein susu sapi adalah menghindari protein susu sapi atau produk turunannya, tetapi masyarakat kebanyakan belum mengetahui kelengkapan informasi tentang alergi susu sapi tersebut. Berdasarkan data-data yang ada, dibutuhkan suatu perencanaan dan perancangan iklan layanan masyarakat tentang alergi yang merupakan efek samping dari mengkonsumsi susu sapi sehingga dapat mengubah pemikiran dan kepedulian target sasaran.

Solusi yang ditawarkan, adalah dengan merencanakan dan merancang suatu bentuk kampanye sosial berupa iklan layanan masyarakat “*Think Before You Drink*” yang diaplikasikan menggunakan media-media ATL (*Above The Line*) yang ditempatkan pada jalan-jalan utama dan tempat umum kota Yogyakarta yang sering bersinggungan dengan aktivitas *target audience* sesuai *consumer journey*, sehingga bersifat *memorable*. Kampanye difokuskan untuk menyasar target wanita berusia 25-40 tahun, SES ABC+, dan sering beraktifitas di luar rumah. Pelaksanaan kampanye tersebut direncanakan pada bulan Juli 2012 dan Agustus 2012.

Kata Kunci : Kampanye Sosial, Iklan Layanan Masyarakat, Susu Sapi, Alergi

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan.....	ii
Persembahan.....	iii
Motto	iv
Kata Pengantar	v
Abstrak	ix
Daftar Isi	x
Daftar Gambar	xii
Daftar Tabel	xiv
Daftar Bagan	xv

BAB I PENDAHULUAN	1
--------------------------------	---

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Perancangan	5
D. Batasan Ruang Lingkup Perancangan	6
E. Manfaat Perancangan	6
F. Metode Pengumpulan Data, Analisa Data dan Perancangan.....	6
G. Skematika Perancangan.....	7
H. Sistematika Perancangan	7

BAB II IDENTIFIKASI	11
----------------------------------	----

A. Definisi dan Teori.....	11
1. Pengertian iklan	12
2. Sejarah Periklanan	12
3. Periklanan.....	13
4. Media Periklanan	14
a. Jenis media	14
1) Media Lini Atas	14

2) Media Lini bawah	15
3) Through The Line	15
b. Analisis Media.....	17
1) Point Of Contact	17
2) Consumer Insight.....	18
5. Tinjauan Kampanye Sosial	18
6. Tinjauan Iklan Layanan Masyarakat	19
B. SUSU SAPI.....	21
1. Sejarah Susu Sapi	21
2. Pengertian Air Susu	22
3. Efek Samping Mengkonsumsi Susu	27
a. Alergi Protein Susu.....	29
b. Alergi Obat-Obatan.....	33
c. Intoleransi Makanan.....	36
C. Lembaga Sponsor (LKY)	37
D. Analisis Data Objek.....	40
E. Kesimpulan Analisis.....	43
 BAB III KONSEP PERANCANGAN	 44
A. Konsep Media	44
1. Karakteristik <i>Target Audience</i>	44
2. Personifikasi <i>Target Audience</i>	45
3. Analisis <i>Consumer Insight</i>	48
4. Jangkauan	49
5. Frekuensi	49
6. Kesinambungan	49
B. Strategi Media	49
1. Analisa Costumer Journey dan <i>Point of Contact</i>	50
C. Pemilihan Media	57
a. Media Utama	57
b. Media Pendukung	64

D. Proses Kreatif	
1. <i>What To Say and How To Say</i>	67
2. <i>Big Idea</i>	68
3. Konsep Kreatif	76
E. Program Media.....	86
F. Budget Kreatif.....	88
 BAB IV VISUALISASI.....	 89
A. Tujuan Tata Desain	89
B. Strategi Tata Desain	89
C. Program Tata Desain	94
D. Art Work.....	95
1. <i>Idea Layout/Rough Layout Logo</i>	95
2. <i>Comprehensive Layout Logo</i>	98
3. <i>Grid Logo</i>	99
4. Positif dan negatif Logo.....	99
5. Skala Logo	100
6. Aplikasi warna Logo.....	101
7. Final Logo.....	102
8. Studi Visual	103
9. <i>Rough Layout Media</i>	104
10. Eksekusi	116
 BAB V PENUTUP.....	 128
A. Kesimpulan	128
B. Saran	130
Daftar Pustaka.....	133
Lampiran.....	134

Daftar Gambar

Gambar 1. Alergi susu pada anak	1
Gambar 2. Test Alergi	2
Gambar 3. Ekspresi <i>Target Audience</i>	71
Gambar 4. Susu sapi	71
Gambar 5. Obat-obatan yang digunakan pada sapi	72
Gambar 6. Corak kulit sapi	72
Gambar 7. Iklan Fazenda	73
Gambar 8. ILM anti pornografi anak	74
Gambar 9. Salah satu karya kompetisi <i>Greenpeace</i>	74
Gambar 10. Salah satu iklan cetak Nissan X-Trail	75
Gambar 11. Data visual cipratan susu	103
Gambar 12. Data visual cipratan susu	103
Gambar 13. Data visual ekspresi kaget	103
Gambar 14. Data visual mulut yang terbuka	103
Gambar 15. <i>Rough layout and alternative Poster</i>	104
Gambar 16. <i>Rough layout and alternative Billboard</i>	105
Gambar 17. <i>Rough layout and alternative Baliho</i>	106
Gambar 18. <i>Rough layout and alternative Rontek</i>	107
Gambar 19. <i>Rough layout and alternative Spanduk</i>	108
Gambar 20. <i>Rough layout and alternative Umbul-umbul</i>	108
Gambar 21. <i>Rough layout and alternative Banner</i>	109
Gambar 22. <i>Rough layout and alternative Iklan Koran</i>	110
Gambar 23. <i>Rough layout and alternative Iklan Majalah</i>	111
Gambar 24. <i>Rough layout and alternative Iklan Tabloid</i>	112
Gambar 25. <i>Rough layout and alternative Folder</i>	113
Gambar 26. <i>Rough layout and alternative iklan Facebook</i>	114
Gambar 27. <i>Rough layout and alternative Profil picure</i>	115
Gambar 28. <i>Rough layout and alternative Merchandise</i>	115
Gambar 29. <i>Final design Poster 1</i>	117

Gambar 30. <i>Final design Poster 2</i>	118
Gambar 31. <i>Final design Billboard</i>	119
Gambar 32. <i>Final design Baliho</i>	120
Gambar 33. <i>Final design Rontek</i>	121
Gambar 34. <i>Final design X-Banner</i>	122
Gambar 35. <i>Final design Spanduk dan Umbul-umbul</i>	122
Gambar 36. <i>Final design Iklan Koran</i>	123
Gambar 37. <i>Final design Iklan Majalah</i>	124
Gambar 38. <i>Final design Iklan Tabloid</i>	125
Gambar 39. <i>Final design Iklan Facebook</i>	126
Gambar 40. <i>Final design Folder</i>	127
Gambar 41. <i>Final design Merchandise</i>	127
Gambar 42. Katalog pameran	135
Gambar 43. Poster pameran.	136
Gambar 43. Problem Maping	137
Gambar 44. Dokumentasi pameran tugas akhir.....	138

Daftar Tabel

Tabel 1. Sebaran menurut tingkat pendapatan dan pengeluaran terhadap konsumsi susu	28
Tabel 2. Sebaran menurut jenis dan bentuk susu yang dikonsumsi	28
Table 3. Sebaran menurut frekuensi konsumsi susu dalam sebulan.....	28
Table 4. Hasil identifikasi residu antibiotik dalam susu sapi	35
Tabel 5. Karakteristik <i>Target Audience</i>	45
Tabel 6. Analisa <i>point of contact</i> dari <i>consumer journey</i> Rima Karina.....	50
Tabel 7. Analisa <i>point of contact</i> dari <i>consumer journey</i> Nano Renita Putri.....	54
Tabel 8. Program Media.....	85
Tabel 9. Budget Kreatif Media	86



Daftar Bagan

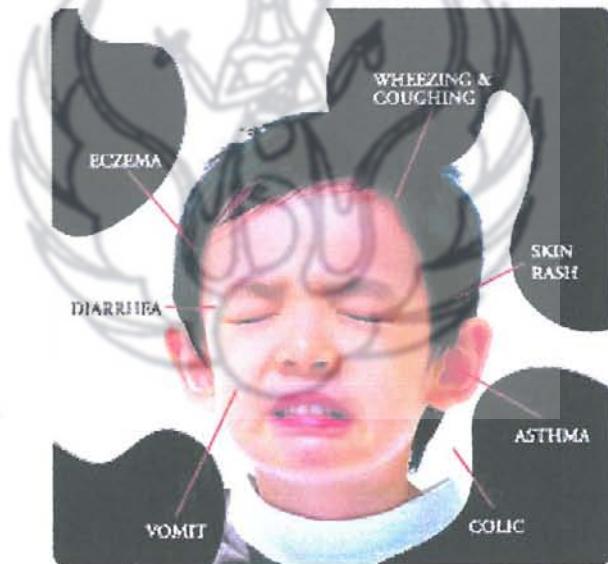
Bagan 1. Skematika perancangan 7



BAB I

A. Latar Belakang Masalah

Kandungan protein dalam susu sapi terbukti seringkali memicu alergi. Alergi susu biasanya terjadi saat sistem imun menyadari (atau menganggap) bahwa kandungan protein pada susu sapi sebagai zat yang berbahaya. Sistem kekebalan tubuh akan melawan protein yang terdapat dalam susu sapi sehingga gejala-gejala reaksi alergi pun akan muncul. Kejadian alergi susu sapi tidak langsung tampak setelah minum susu. Setelah berkali-kali mengonsumsi susu sapi tak ada masalah, hingga pada suatu waktu susu sapi membuat tubuh kita mengalami diare. Ciri lain alergi susu muncul kemerahan atau rasa gatal di tubuh setelah minum susu sapi.



Gambar 1. Alergi susu pada anak

(<http://1.bp.blogspot.com /alergi-susu-sapi.jpg>)

Alergi pada anak disebabkan karena faktor genetik serta faktor lingkungan. Faktor utama adalah genetik, apabila kedua orangtua alergi maka resiko anak menderita alergi sampai 75 persen. Hal ini akan diperburuk apabila pada saat

mengandung dipaksakan untuk mengkonsumsi susu. Anak yang dilahirkan biasanya akan menderita penyakit pencernaan dan dermatitis atopik. Saat keadaan tubuh melemah akibat alergi terhadap susu yang diberikan berkali-kali, maka antibodi akan terkuras habis akibat memerangi partikel-partikel kecil susu yang tidak dapat diolah dalam lambung, sehingga antibodi tidak mampu melindungi tubuh dari penyakit-penyakit yang menyerang dari luar. Bangsa Eropa memiliki pencernaan yang lebih kuat dari pada bangsa Asia dalam mencerna susu. Karena itu mereka dapat tumbuh lebih besar dan jarang mengalami keluhan-keluhan pencernaan seperti bangsa Asia.



Gambar 2. Test Alergi

(<http://www.2.bp.blogspot.com/allergy%test-2.jpeg>)

Selain alergi, konsumsi susu sapi juga mengakibatkan kasus intoleransi laktosa. Pada kasus ini, diare terjadi langsung setelah mengonsumsi susu. Karena memang pada tubuh tidak ada atau kekurangan enzim laktase yang mencerna laktosanya. Enzim laktase biasanya terdapat pada bayi tapi terus berkurang seiring pertumbuhan, hingga akhirnya tersisa sedikit sekali atau juga habis pada saat manusia dewasa. Susu yang paling sesuai untuk pencernaan manusia hanya ASI (Air Susu Ibu). Zat

antioksidan pada ASI yang disebut laktiferin akan memperkuat sistem kekebalan tubuh. Susu sapi diproduksi oleh induk sapi untuk anak sapi. Anak sapi mendapatkan protein dari susu induknya setara dengan kebutuhan protein untuk empat manusia dewasa. Maka dari itu obesitas, kolesterol, kelainan fungsi saraf dan organ sering menyerang bila kita mengkonsumsi susu dan produk dari susu secara berlebihan. Karena itu dalam mengkonsumsi susu sapi atau produk dari susu sapi sebaiknya jangan berlebihan disaat usia telah menginjak dewasa.

Susu sebagaimana bahan pangan hewani lainnya yang dikenal kaya dengan kandungan gizi, tingkat konsumsinya semakin meningkat di seluruh dunia. Selain kalsium terdapat zat gizi lain seperti protein, fosfor, magnesium, potassium, seng, vitamin A dan D yang juga membantu menjaga kesehatan tulang. Menurut Bruinsma (2003:205), antara tahun 1997/1998 hingga tahun 2030, konsumsi susu dan produk olahannya di negara-negara berkembang konsumsinya diperkirakan akan meningkat dari 45 kg menjadi 66 kg per kapita dan di negara-negara maju meningkat dari 212 kg menjadi 221 kg per kapita. Hal tersebut yang mendorong para produsen susu menggunakan berbagai cara untuk meningkatkan jumlah produksi susu pada tiap sapi yang dimilikinya. Mereka menggunakan bahan kimia, hormon, vitamin, protein, dan antibiotik tambahan yang diberikan atau disuntikkan pada sapi-sapi tersebut, dengan kata lain susu tersebut sudah tidak alami lagi.

Penelitian tentang residu antibiotika dalam air susu sapi jugatelah dilaksanakan di 10 peternakan sapi perah di Jakarta untuk mengetahui seberapa buruk tingkatannya pada peternakan di indonesia. Dari 120 sampel yang diperiksa, 27 sampel (22,5%) diantaranya mengandung residu antibiotika yang terdiri dari 5 sampel (4,2%) golongan penisilina, 6 sampel (5,0%) golongan tetrasiklina, 9 sampel (7,5 %) golongan aminoglikosida dan 7 sampel (5,8%) golongan makrolida. Dalam undang-

undang kesehatan hewan menyatakan bahwa dalam hal pemakaian antibiotika pada ternak, hasil ternak baru boleh dikonsumsi oleh manusia setelah melewati waktu henti (*withdrawal time*) dan lama waktu hentinya tergantung dari jenis antibiotikanya (Cermin dunia kedokteran103.1995:15). Adanya residu antibiotika tersebut dalam hasil ternak atau susu dapat menimbulkan masalah kesehatan, terutama kemungkinan timbulnya resistensi dari beberapa bakteri dan reaksi alergi terhadap residu antibiotika tersebut. Selain itu, kondisi akan lebih parah bila air susu sapi juga mengandung selenium (*Se*) akibat lamanya terpapar zat tersebut. *Se* akan menurunkan enzim *GSH-peroxidase* yang bertugas mempertahankan keutuhan dinding sel darah merah (Willet, 1986:240). Dengan kata lain kelebihan *Se* dalam tubuh akan mengakibatkan tubuh kita rentan mengalami pendarahan.

Dengan menimbang fenomena dan data yang terkumpul, maka kampanye sosial untuk mengedukasi masyarakat tentang efek samping mengkonsumsi susu sapi dirasa sangat perlu dan penting. Informasi tersebut akan dikemas dalam iklan layanan masyarakat dan disebar luaskan dengan bantuan media yang sesuai dengan sasaran *audience* yang ingin dijangkau. Media-media tersebut akan didesain sedemikian rupa untuk menarik perhatian dan minat *audience* untuk ikut menyimak tema tersebut, sehingga mereka mengerti dan memahami isi dari iklan layanan masyarakat tersebut dengan jelas.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana membuat perancangan iklan layanan masyarakat “*Think Before You Drink*” sebagai media edukasi tentang bahaya alergi akibat mengkonsumsi susu sapi kepada masyarakat di Yogyakarta?

C. Tujuan Perancangan

Membuat perancangan iklan layanan masyarakat “*Think Before You Drink*” sebagai media edukasi tentang bahaya alergi akibat mengkonsumsi susu sapi kepada masyarakat di Yogyakarta.

D. Batasan Ruang Lingkup Perancangan

1. Media yang digunakan untuk iklan layanan masyarakat yang menjelaskan tentang alergi akibat mengkonsumsi susu sapi ini dibatasi pada media-media yang mudah di akses oleh wanita umur produktif dengan aktivitas padat, seperti *ATL (Above The Line)* media.
2. Batasan pada media pendukung lainnya adalah pada keterkaitan pesan dalam iklan layanan masyarakat dalam bentuk media lain yang memiliki kesamaan ide dan format dasar yang sesuai dengan target sasaran sehingga dapat mendukung konsep dan misi iklan layanan masyarakat tersebut.

E. Manfaat Perancangan

1. Manfaat Bagi Kesehatan

Perancangan iklan layanan masyarakat ini diharapkan dapat memberikan dan menambah informasi yang tepat tentang alergi yang diakibatkan mengkonsumsi susu sapi sehingga terhindar dari komplikasi penyakit yang lebih berat.

2. Manfaat Bagi Masyarakat D.I. Yogyakarta dan Sekitarnya

Perancangan iklan layanan masyarakat ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan mengedukasi masyarakat tentang bahaya alergi susu sapi bila tidak ditanggulangi secara tepat.

3. Manfaat Bagi Mahasiswa Disain Komunikasi Visual

Memberi inspirasi pada mahasiswa untuk mendesain iklan masyarakat yang memberikan edukasi masyarakat pada bidang kesehatan.

4. Manfaat Bagi Disain Komunikasi Visual

Menambah satu lagi wawasan dan wacana bagi para desainer untuk merangsang ide kreatif yang lebih berkembang dan mendidik.

F. Metode Perancangan

a. Subjek dan Objek Perancangan

Subjek dari perancangan ini adalah iklan layanan masyarakat tentang alergi akibat mengkonsumsi susu sapi dalam bentuk *Above The Line* media dan beberapa media pendukung. Sedang yang menjadi objek perancangan ini adalah wanita dewasa usia produktif (25-40 th) yang kebanyakan memiliki asumsi yang salah dalam mengkonsumsi susu sapi.

b. Metode Pengumpulan Data

1. Data Primer:

A. Literatur

Mencari referensi (visual ataupun verbal) dan teori yang mendukung dari buku ataupun online tentang susu sapi.

B. Wawancara (Studi Lapangan):

1. Mengumpulkan data verbal dari narasumber di bidang kesehatan khususnya yang menangani nutrisi.
2. Mengumpulkan data dari masyarakat tentang pendapat dan kebiasaan mereka mengkonsumsi susu sapi dan produk-produk susu.

2. Data Sekunder

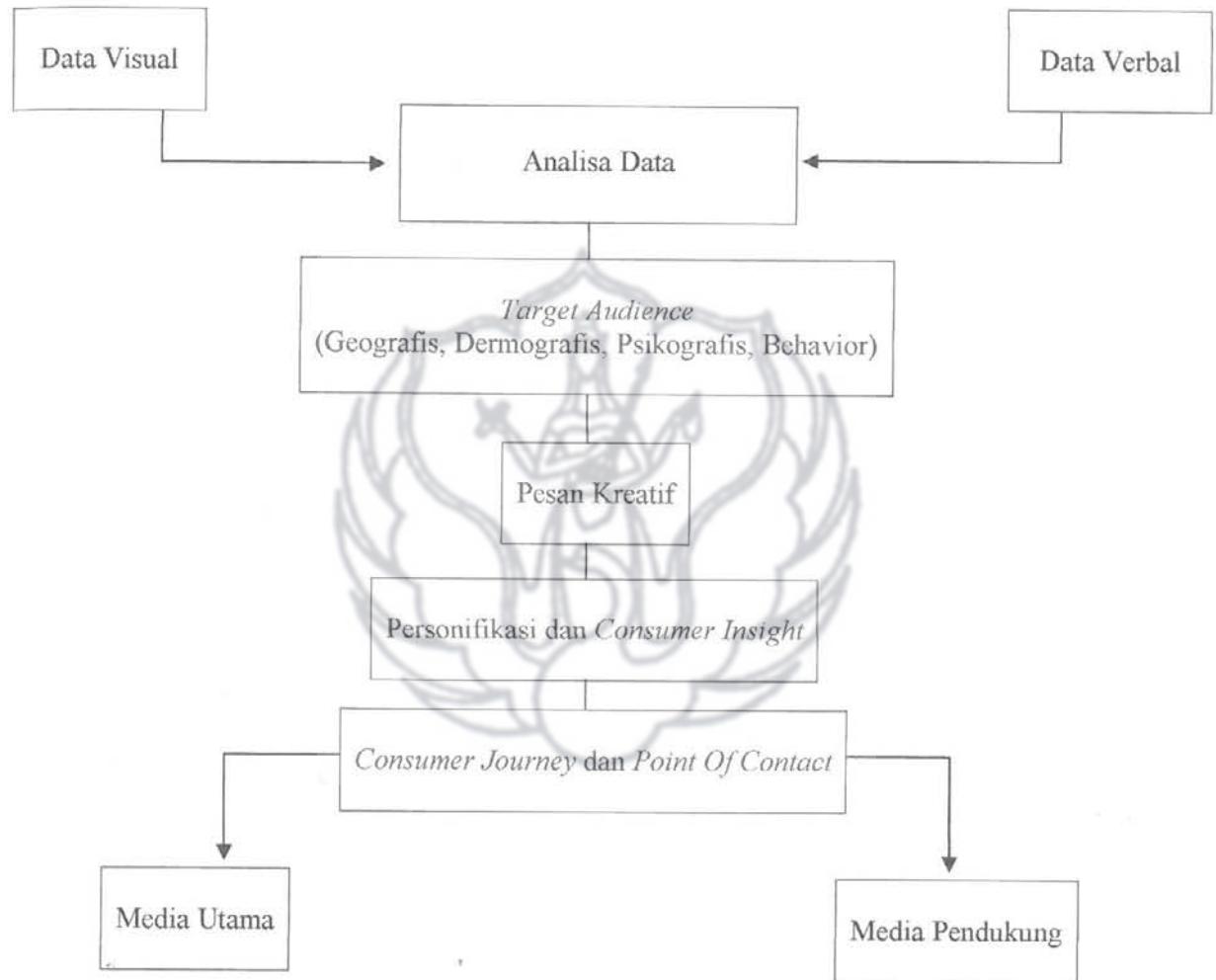
Mencari data tentang penelitian tentang alergi susu sapi dan contoh-contoh iklan layanan masyarakat tentang efek negatif susu sapi.

3. Alat atau Instrumen yang digunakan

- a. Kamera : Untuk mengambil data visual

- b. *Tape Recorder* : Untuk merekam wawancara dari narasumber di bidang kesehatan dan masyarakat umum.
- c. Komputer dan *Software* pendukung : Untuk mengolah dan memproses data dan merancang ILM.

G. Skematika Perancangan



Bagan 1.

H. Sistematika Perancangan

BAB I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

B. Rumusan masalah

C. Tujuan Perancangan

D. Lingkup Perancangan

E. Manfaat Perancangan

F. Metode perancangan

1. Perancangan Iklan Layanan Masyarakat

2. Perancangan Media Pendukung

G. Skema/ Sistematika Perancangan

BAB II. IDENTIFIKASI DAN ANALISIS

A. Identifikasi

1) Iklan

a. *Above The Line*

b. *Below the Line*

c. *Through The Line*

2) Iklan Layanan Masyarakat mengenai susu sapi

3) Susu Sapi

B. Analisis

1) Olah Data

Kesimpulan dari identifikasi data dan analisis 5W+1H dari data yang diperoleh.

2) Analisis Target Sasaran

C. Sintesis

BAB III. KONSEP PERANCANGAN

A. Konsep Media

1) Media Utama

- 2) Media Pendukung

B. Proses Kreatif

- 1) *What to Say dan How to Say*
- 2) *Big Idea*
- 3) Konsep Kreatif

C. Program Media

D. Budget Kreatif

BAB IV. VISUALISASI

A. Tujuan Tata Desain

B. Strategi Tata Desain

C. Biaya Tata Desain

D. Program Tata Desain

1. Logo Kampanye
 - a. Studi ikon
 - b. Studi Tipografi
 - c. *Lay Out* ide
 - d. *Lay Out* kasar
 - e. Evaluasi
 - f. Final B/W
 - g. Grid
 - h. Positif dan negatif
 - i. Skala
 - j. Aplikasi warna
 - k. Final Artwork
2. Media Utama



3. Media Pendukung

BAB V. PENUTUP

- A. KESIMPULAN**
- B. SARAN**
- C. DAFTAR PUSTAKA**
- D. LAMPIRAN**

