

**PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL
KAMPANYE PENDIDIKAN KARAKTER
DALAM PENGGUNAAN HANDPHONE PADA ANAK**



**KARYA DESAIN
FUADI NUR**

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

**PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL
KAMPANYE PENDIDIKAN KARAKTER
DALAM PENGGUNAAN HANDPHONE PADA ANAK**

NO. DAFTAR	3948/HIS/2012	
NO. KLAS		
TERIMA	7-8-2012	TIP. SL-



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

**PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL
KAMPANYE PENDIDIKAN KARAKTER
DALAM PENGGUNAAN HANDPHONE PADA ANAK**



**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
2012**

Tugas Akhir Desain berjudul:

PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL KAMPANYE PENDIDIKAN KARAKTER DALAM PENGGUNAAN HANDPHONE PADA ANAK, diajukan oleh Fuadi Nur, NIM 0711654024, Program Studi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah disetujui Tim Pembina Tugas Akhir pada tanggal 5 Juli 2012 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Pembimbing I/ Anggota



Drs. Hartono Karnadi, M.Sn.

NIP. 19650209 199512 1 001

Pembimbing II/ Anggota



P. Gogor Bangsa, S.Sn., M.Sn.

NIP. 19700106 200801 1 017

Cognate/ Anggota



Novi Mayasari, S.H., LL.M.


NIP. 19820405 200604 2 001



Drs. Hartono Karnadi, M.Sn.

NIP. 19650209 199512 1 001

KPS. Disain Komunikasi Visual
/ Anggota



Drs. Lasiman, M.Sn.

NIP. 19570513 198803 1 001

Ketua Jurusan Desain/ Ketua/
Anggota



Dekan Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Rupa Indonesia Yogyakarta



Dr. Suastiwi, M.Des

NIP. 19590802 198803 2 002

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya menyatakan bahwa tugas akhir yang berjudul : PERANCANGAN KOMUNIKASI VISAL KAMPANYE PENDIDIKAN KARAKTER PENGGUNAAN HANDPHONE PADA ANAK

Yang telah dibuat untuk melengkapi persyaratan menjadi Sarjana Seni Program Studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta. Sejauh ini yang saya ketahui bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari tugas akhir yang sudah dipublikasikan atau yang pernah digunakan untuk mendapatkan gelar sarjana di lingkungan Institut Seni Indonesia Yogyakarta, kecuali bagian yang dicantumkan sumber informasi.



Fuadi Nur
071 1654 034

MOTTO

Semua ini
Kupersembahkan kepada
Ayah ku yang senantiasa mendoakanku
Ibu ku tercinta yang selalu memberikan restu jalanku
Adik ku yang memberikan support kepadaku
Serta semua keluarga besarku
Dan semua teman-teman ku yang selalu ada disamping ku

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur yang mendalam penulis panjatkan kepada Allah SWT Tuhan Yang Maha Agung beserta RasulNya atas terselesaikannya Tugas Akhir Karya Desain ini.

Tugas Akhir Karya Desain ini disusun sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar sarjana dalam bidang Desain Komunikasi Visual. Tugas Akhir ini merupakan pertanggung jawaban dan bukti serta hasil dari seluruh mata kuliah yang telah ditempuh selama menggenggam pendidikan di program studi Desain Komunikasi Visual Institut Seni Indonesia Yogyakarta sejak tahun 2007 sampai dengan 2012.

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

Sebagai penutup, semoga penulisan tugas ini sedikit banyak dapat memberikan mafaat bagi yang membutuhkan. Disisi lain penulis juga menyadari sepenuhnya bahwa kesempurnaan hanya milik dan kekuasaan Allah SWT sehingga banyak kekurangan dalam penyusunan dalam penulisan ini. Segala kritik dan saran sangat membantu dan sangat dibutuhkan demi kemajuan pada masa yang akan datang.

Yogyakarta, 1 Juni 2012

Penyusun

Fuadi Nur

UCAPAN TERIMAKASIH

Dalam proses penyusunan tugas akhir ini saya telah mendapat banyak dukungan, bimbingan dan pengarahan dari berbagai pihak dari awal hingga akhir. Dalam sebuah hadits diriwayatkan bahwa “belum dikatakan bersyukur kepada Allah apabila belum bersyukur pada manusia”. Oleh karena itu perkenankan saya untuk menyampaikan rasa syukur dan terimakasih saya sebesar-besarnya kepada:

- Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan hidayah-Nya.
- Nabi Muhammad SAW atas segala petunjuk dan jalan kebenaran umat Islam di seluruh alam.
- Prof. Dr. A.M. Hermien Kusmayati selaku Rektor Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
- Bapak Drs. M. Umar Hadi, M.S selaku Dekan FSR ISI Yogyakarta.
- Bapak Lasiman, selaku Ketua Jurusan Desain.
- Bapak Drs. Hartono Karnadi, M. Sn. Selaku ketua program studi Desain Komunikasi Visual ISI Yogyakarta.
- Bapak Drs. Hartono Karnadi, M. Sn. Selaku dosen pembimbing I tugas akhir saya, terimakasih atas waktu bapak memberikan bimbingan kepada saya dengan kesabaran hingga terselesaikan tugas akhir ini.
- Bapak P. Gogor Bangsa, M. Sn selaku dosen pembimbing II tugas akhir saya, terimakasih atas waktu berharga bapak baik secara tatap muka maupun secara *online* untuk memberikan bimbingan kepada saya hingga terselesaikan tugas akhir ini.
- Ayah terkasih atas segala do'a dan harapan besar untuk kemajuan anakmu ini.
- Ibu tercinta atas segala do'a dan semangat menunggu kelulusan saya.
- Adiku tersayang Zaematun Nisak atas motivasinya.
- Ibu Intan, M. Psi di Bangsal Poliklinik Tumbuh Kembang Anak RS Sardjito atas konsultasi dan wawancaranya mengenai permasalahan tema tugas akhir saya.

- Ibu Pipit Qoza, M. Psi atas wawancara mengenai perkembangan anak di RS Godean.
- Bapak Drs. Hardono selaku kepala Dinas Perijinan Kota Yogyakarta. Terimakasih atas ijin untuk melakukan penelitian di tiga Sekolah Dasar di Kota Yogyakarta.
- Bapak Fely Hilman, S. IP selaku Kepala Sekolah SDIT Luqman Al Hakim. Terimakasih atas kesempatan untuk melakukan penelitian dengan 35 responden orangtua siswa.
- Bapak Drs. Tukiman selaku Kepala Sekolah SDN Lempuyangwangi. Terimakasih atas kesempatan untuk melakukan penelitian dengan 35 responden orangtua siswa.
- Bapak Suprati, S. Pd selaku Kepala Sekolah SDN Ngupasan. Terimakasih atas kesempatan untuk melakukan penelitian dengan 30 responden orangtua siswa.
- Syamsul Arifin, terimakasih atas waktu dan bantuan dalam proses penelitian saya dilapangan.
- Farra, Farel, Ananda dan keluarga Mas Ratno atas kesempatannya untuk membantu sebagai model perancangan visual.
- Teman teman-teman Kost Kiral Ghomim, Gus Nashih, Pak Eko, Jojo, Mas Syam, Pak Guru, Endro, dan Mbak Ucik atas tempat singgah dan tempat curhat Tugas Akhirku.
- Semua orang yang telah membantu saya baik secara langsung maupun tidak langsung yang tidak bisa saya sebutkan namanya satu persatu.

ABSTRAK

FUADI NUR

PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL KAMPANYE

PENDIDIKAN KARAKTER PENGGUNAAN HANDPHONE PADA ANAK

Kemajuan teknologi *gadget* seperti televisi, komputer, *tablet*, dan *handphone*, telah melanda masyarakat, khususnya masyarakat kota. Akibatnya, segala informasi baik yang bernilai positif maupun negatif dapat dengan mudah diakses oleh masyarakat. Dan diakui atau tidak, perlahan-lahan mulai merubah pola hidup dan pola pikir masyarakat. Khususnya *handphone* telah menjadi kebutuhan pokok semua kalangan masyarakat.

Pada perkembangannya *handphone* bukan lagi milik orang dewasa, tetapi sekarang *handphone* telah menjadi milik anak-anak khususnya anak usia sekolah dasar. Orangtua terkadang kurang tepat mendidik anaknya dengan memberikannya *handphone* sejak dini. Seharusnya *handphone* diberikan pada saat dia membutuhkannya saja. Sedikit banyak *handphone* pun turut memberi orangtua dengan ketenangan pikiran karena relatif lebih mudah untuk mengetahui keberadaan anak dan memudahkan terhubung dengan anak.

Pada dasarnya terdapat beberapa fungsi dan manfaat keberadaan *handphone* pada anak. Namun disamping fungsi dan manfaat yang sangat besar bagi anak, *handphone* disadari juga membawa risiko bagi anak-anak khususnya anak usia sekolah dasar. Keputusan untuk memberi anak sebuah *handphone* pribadi harus berdasar tidak hanya kebutuhan tetapi juga pada apakah dia sudah bisa bertanggung jawab untuk mengurus sebuah *handphone*.

Keyword: pendidikan karakter, anak-anak, *handphone*.

DAFTAR BAGAN

Bagan 1. Skema Peancangan	9
Bagan 2. Struktur Organisasi Dinas Perhubungan, Komunikasi dan Informatika Yogyakarta	33
Bagan 3. Final Pesan Komunikasi	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. <i>Handphone</i> generasi 0	11
Gambar 2. <i>Handphone</i> generasi pertama yang dipopulerkan oleh Martin Cooper	12
Gambar 3. Berbagai macam <i>handphone</i> generasi kedua	12
Gambar 4. Jenis <i>handphone</i> generasi ketiga.....	13
Gambar 5. Jenis <i>handphone</i> generasi keempat.....	13
Gambar 6. Berbagai macam prediksi <i>handphone</i> generasi masa depan	14
Gambar 7. Siswa SD menggunakan <i>handphone</i>	31
Gambar 8. Siswa SD menggunakan <i>handphone</i> diruang kelas	32

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Jumlah pengguna <i>hanphone</i> di Indonesia	14
Tabel 2. Segmen konsumen Anak Indonesia	47
Tabel 3. <i>Consumer Journey</i>	48

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SUB JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
UCAPAN TERIMAKASIH	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Perancangan	4
D. Batasan Lingkup Perancangan	4
E. Manfaat Perancangan	5
F. Metode Perancangan	6
G. Konsep Analisis Data	7
H. Skema Perancangan	9
BAB II IDENTIFIKASI	10
A. Identifikasi Data	10
1. Teknologi Komunikasi <i>Handphone</i>	11
2. Fitur-fitur pada <i>Handphone</i>	15
3. <i>Handphone</i> sebagai Gaya Hidup (<i>Lifestyle</i>).....	17
4. Penggunaan <i>Handphone</i> pada Anak – Anak.....	19
5. Fungsi dan Manfaat <i>Handphone</i> pada Anak.....	22
6. Dampak Negatif Penggunaan <i>Handphone</i> pada Anak.....	23
7. Pendidikan Karakter.....	26
8. Data Visual.....	31
9. Data Klien.....	32
B. Analisis Data.....	34
1. Faktor Penghambat dan Faktor Pendukung.....	34
2. Studi Penelitian seberapa besar dampak <i>handphone</i> pada anak – anak	35
3. Analisis Data.....	38
a. <i>What</i>	38
b. <i>Who</i>	39
c. <i>Why</i>	39

d. <i>Where</i>	39
e. <i>When</i>	40
f. <i>How</i>	40
C. Simpulan	40
D. Usulan Pemecahan Masalah	41

BAB III KONSEP PERANCANGAN 42

A. Sintesis	42
1. Tujuan Kampanye	42
2. Strategi Kampanye	43
B. Konsep Media (<i>Media Plan</i>)	43
1. Tujuan Media	44
a. Jangkauan (<i>Reach</i>)	45
b. Frekuensi (<i>Frequency</i>)	45
c. Kesenambungan/Kontunuitas (<i>Continuity</i>)	45
2. Strategi Media	45
a. Khalayak Sasaran (<i>Target Audience</i>).....	45
1) Segmentasi Geografis	46
2) Segmentasi Demografis	46
3) Segmentasi Psikografis	46
4) Segmentasi Behavioristis	46
5) Segmentasi Target Market	47
6) Segmentasi Psikografis Target Market	48
7) Consumer Journey	48
b. Pemilihan Media (<i>Media Mix</i>).....	52
1) Media Utama	52
2) Media Pendukung	52
c. Seleksi Media	52
d. Prioritas Media	58
3. Program Media (<i>Media Program</i>)	60
4. Biaya Media (<i>Media Budgeted</i>)	65
5. Biaya Kreatif	69
C. Konsep Kreatif	70
1. Tujuan Kreatif (<i>Creative Objective</i>)	70
2. Strategi Kreatif (<i>Creative Strategi</i>)	70
a. Masalah Pokok yang Dihadapi	70
b. Manfaat yang Diperoleh Khalayak Sasaran	71
c. <i>Posistioning</i>	71
d. Tema Kampanye	71
e. Isi Pesan (<i>what to say</i>)	71

f. Bentuk Pesan (<i>how to say</i>)	72
1) Menggali Bentuk Pesan Komunikasi	72
2) Pesan Verbal	79
3) Pesan Visual	80
4) Citra yang hendak disampaikan (<i>image</i>)	81
3. Program Kreatif (<i>Creative Program</i>)	81
a. Tema Pesan (<i>big idea</i>)	81
b. Pendukung Tema	81
1) Ilustrasi	81
2) <i>Copywriting</i>	82
3) Tipografi	83
4) Maskot	85
5) Warna	85
c. Pedoman Bentuk Pesan	86

BAB IV VISUALISASI DESAIN	93
A. Sinopsis	93
B. Pengarahan Visual	93
1. Layout	93
2. Gaya Visual	97
3. Ilustrasi	97
C. Program Tata Desain	97
D. Program Tata Desain Terpilih	97
1. Maskot Kampanye	98
2. Media <i>Transit Ad</i>	102
3. Media Poster	105
4. Media Poster 2	108
5. Media Iklan Surat Kabar	111
6. Media Iklan Majalah	115
7. Media <i>Leaflet</i>	119
8. Media <i>Sticker</i>	123
9. Media Gantungan Kunci (<i>Key Chain</i>)	125
10. Media <i>T - Shirt</i>	127
11. Media Mug	129
12. Media <i>Pin</i>	131
13. Media <i>Shopping Bag</i>	133

BAB V PENUTUP	136
A. Kesimpulan	136
B. Saran	138
DAFTAR PUSTAKA	139

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kusioner Penelitian
- Lampiran 2. Hasil Riset Penelitian
- Lampiran 3. Surat Dinas Perizinan Kota Yogyakarta
- Lampiran 4. Surat Keterangan Penelitian SDN Ngupasan
- Lampiran 5. Surat Keterangan Penelitian SDN Lempuyangwangi
- Lampiran 6. Surat Keterangan Penelitian SDN SDIT Luqman Al Hakim



BAB I PENDAHULUAN



A. Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi saat ini tidak bisa dipisahkan dari kehidupan masyarakat. Berbagai informasi yang terjadi di berbagai belahan dunia kini dapat langsung diketahui dengan kemajuan teknologi saat ini. Jika dulu dikenal dengan pepatah kata "*dunia tak selebar daun kelor*", sekarang pepatah itu telah berganti menjadi "*dunia selebar daun kelor*". Cepatnya akses teknologi informasi di berbagai belahan dunia membuat dunia ini seolah semakin sempit dikarenakan dapat melihat apa yang terjadi di negara lain dengan pasti. Tentu saja kemajuan teknologi ini menyebabkan perubahan yang begitu besar pada kehidupan umat manusia dengan segala peradaban dan kebudayaannya masing - masing. Perubahan ini juga memberikan dampak yang begitu besar terhadap transformasi nilai-nilai budaya yang ada dalam suatu masyarakat. Khususnya masyarakat dengan budaya adat ketimuran seperti di Indonesia. Saat ini, di Indonesia dapat kita saksikan begitu besar pengaruh kemajuan teknologi terhadap nilai-nilai kebudayaan yang dianut di masyarakat, baik masyarakat perkotaan maupun pedesaan.

Kemajuan teknologi *gadget* seperti televisi, komputer, tablet PC, dan *handphone*, telah melanda masyarakat, khususnya masyarakat kota. Akibatnya, segala informasi baik yang bernilai positif maupun negatif, dapat dengan mudah diakses oleh masyarakat. Diakui atau tidak, perlahan-lahan namun pasti mulai merubah pola hidup dan pola pikir masyarakat. Pada perkembangannya *handphone* sudah bukan merupakan alat komunikasi tetapi *handphone* sudah menjadi sebuah alat "*gengsi*" dan gaya hidup di masyarakat Indonesia.¹

Handphone sangat berguna untuk tujuan komunikasi kepada orang lain. Apalagi sekarang *handphone* sudah dilengkapi dengan berbagai kegunaan lainnya, seperti kamera, televisi, *internet*, hingga layanan *messenger*. Hal ini

¹ Topik Siang, "Teknologi: *Ponsel Pintar, Kebutuhan/Aksesoris Gaya Hidup?*". Siaran berita ANTV, Kamis 13 Januari 2011. Sumber Vivanews: <http://video.vivanews.com/read/12633-ponsel-pintar-untuk-gaya-hidup> (diakses tanggal 11 Desember 2011)

membuat harga *handphone* terus menanjak dan bersaing, karena dengan alat sekecil itu sudah dapat memiliki berbagai kegunaan.

Namun sekarang, *handphone* menjadi bergeser fungsinya dan terkadang bisa menjerumuskan penggunaannya. Orangtua kini sudah membekali *handphone* pada anaknya agar komunikasi lebih mudah. Pada dasarnya jika ini terjadi pada anak-anak dapat merugikan perkembangan anak itu sendiri. Orangtua terkadang kurang tepat mendidik anaknya dengan memberikannya *handphone* sejak usia dini. Padahal seharusnya *handphone* diberikan pada anak saat benar – benar membutuhkan. Banyak orangtua yang memberikan *handphone* kepada anaknya yang masih sangat kecil, dari sekolah dasar sudah diberikan *handphone*. Bahkan bukan *handphone* dengan harga murah melainkan *handphone* dengan harga yang mahal, misalnya *BlackBerry* yang sekarang sedang tren². Jika fakta dilapangan anak akan menjadi lebih *gaul* dan tidak *gaptek*, namun sebenarnya pengaruh negatifnya akan lebih banyak lagi daripada pengaruh positifnya. Berikut beberapa pengaruh positif *handphone* terhadap anak-anak:

- Untuk tetap dapat terhubung dengan orangtua dan anak
- Membuat anak tidak menjadi *gaptek* (gagap teknologi)
- Membuat anak mudah bergaul dengan teman-temannya

Sedangkan beberapa pengaruh negatif *handphone* terhadap anak-anak sebagai berikut³:

- Mengurangi konsentrasi belajar saat di sekolah maupun kegiatan di luar sekolah.
- Membuat anak jadi lupa makan, dan lupa belajar.
- *Bullying*, *handphone* saat ini pun sudah lazim digunakan untuk menyebarkan rumor, gambar-gambar yang tidak pantas, ataupun secara langsung melecehkan teman baik dengan panggilan langsung ataupun melalui SMS (*Short Message Service*).

² Donny Bu. "Pornografi Online". Siaran berita *e-Lifestyle*, Metro TV. 16 Jan 2011. Sumber Youtube (<http://www.youtube.com/watch?v=puwbL911OF4>, diakses 11 Desember 2011)

³ Andri Priyatna. 2012. *Parenting di Dunia Digital*. Jakarta. PT Elex Media Komputindo. Hal.80-81

- Banyaknya bakteri pada *handphone* karena dekat area mulut dan tangan saat menggunakan *handphone* sehingga banyak kuman yang dapat ditularkan dari bernapas, batuk dan bersin. Bahkan *handphone* pun bisa saja menjadi sarana penyebar kuman pada anak.
- Mempengaruhi kesehatan mental anak. Beberapa studi menunjukkan bahwa anak-anak dan remaja yang rajin menggunakan *handphone* cenderung lebih mudah untuk mengalami cemas dan depresi.

Dapat diketahui bahwa pengaruh positifnya sangat jelas sedangkan pengaruh negatifnya sangat mempengaruhi perkembangan hidup anak selanjutnya. Mulai muncul perilaku negatif yang lainnya seperti anak-anak menjadi bersifat lebih *individualistis*⁴, mereka lebih asyik dengan *handphone* mereka sendiri, karena *handphone* sekarang bukan lagi alat komunikasi suara dan pesan singkat (SMS) saja, tapi kebanyakan sudah bisa *internet*, *chatting*, *MP3 player*, *game*, *video player*, dan lain-lain. Akibat dari efek *individualistis* inilah yang menyebabkan konsentrasi anak menjadi berkurang.

Para orangtua yang membelikan *handphone* untuk anak-anak, umumnya berpendapat bahwa perangkat tersebut berguna sebagai sarana komunikasi untuk memantau keadaan buah hatinya, ketika mereka sedang bersekolah, les, atau bermain. Selain itu, *handphone* juga menjadi sarana komunikasi penting bagi anak ketika mereka berada dalam situasi darurat dan harus menghubungi orangtuanya. Akan tetapi, di balik berbagai manfaat ponsel bagi anak-anak, tetap ada pula sisi negatifnya. Misalnya, risiko buah hati bisa saja terpapar konten yang mengandung unsur pornografi ketika mengakses internet melalui *handphone*.⁵

⁴ Rhenald Kasali. 2010. *Cracking Zone : (Generasi Digital: Zona Perilaku)*. Jakarta. PT. Gramedia Pustaka Utama. Hal. 81

⁵ Yulia Permata Sari, Kapan Anak Membutuhkan Ponsel? Media Indonesia, (<http://www.mediaindonesia.com/mediaperempuan/read/2010/06/30/3451/7/Kapan-Anak-Membutuhkan-Ponsel>), diakses pada tanggal 11 Januari 2012, jam 12.30 WIB.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana merancang iklan layanan masyarakat mengenai kampanye menanamkan pendidikan karakter dalam penggunaan *handphone* pada anak melalui media komunikasi visual?

C. Tujuan Perancangan

Adapun tujuan dari perancangan kampanye ini adalah sebagai berikut:

1. Memberikan himbauan kepada para orangtua agar bersikap lebih bijak untuk memberikan fasilitas *handphone* pada anaknya.
2. Memberikan informasi kepada para orangtua untuk lebih mengontrol serta memantau penggunaan *handphone* pada anaknya.
3. Memberikan informasi kepada para orangtua agar memberi batasan terhadap penggunaan *handphone* pada anaknya.
4. Memberikan informasi kepada orangtua tentang dampak negatif penggunaan *handphone* pada anak-anak.
5. Dengan adanya kampanye ini, atas dukungan dan peran serta orangtua diharapkan dapat merubah sikap anak-anak terhadap efek negatif penggunaan *handphone* pada anak – anak baik di sekolah maupun di luar sekolah.
6. Menciptakan kehidupan anak yang tidak memiliki ketergantungan terhadap teknologi *handphone*.
7. Menciptakan kehidupan anak yang cerdas, jujur, berkarakter dan berprestasi di dalam maupun di luar sekolah.

D. Batasan Lingkup Perancangan

Batasan dari perancangan Iklan Layanan Masyarakat (ILM) tentang menanamkan pendidikan karakter dalam penggunaan *handphone* pada anak dengan media komunikasi visual akan diterapkan di wilayah Kota Yogyakarta. Batasan untuk media pendukung adalah pada keterkaitan pesan dalam Iklan Layanan Masyarakat dengan bentuk media, warna dan ukuran serta unsur kebaruan ide atau gagasan yang sesuai dengan target sasaran. Menggunakan *conventinal media* maupun *unconventinal media*. *Conventional media* berupa,

transit ad, iklan surat kabar, iklan majalah, poster, dan *merchandise*. Dan jika memungkinkan akan menggunakan *unconventional media* berupa *ambience media*.

E. Manfaat Perancangan

Hasil perancangan kampanye ini diharapkan akan dapat memberikan manfaat kepada beberapa pihak:

1. Manfaat bagi Mahasiswa

Perancangan ini diharapkan dapat membantu ataupun mampu memberikan informasi dan pengetahuan bagi diri sendiri tentang menanamkan pendidikan karakter dalam penggunaan *handphone* pada anak sehingga di masa depan dapat menjadi tambahan ilmu pengetahuan dan pengalaman yang lebih nyata di dalam kehidupan masyarakat.

2. Manfaat bagi Instansi Pemerintah

Dalam hal ini adalah Dinas Perhubungan, Komunikasi dan Informatika wilayah Yogyakarta akan terbantu tentang permasalahan telekomunikasi mengenai penggunaan *handphone* terhadap perilaku anak-anak khususnya di wilayah Kota Yogyakarta.

3. Manfaat bagi masyarakat

Diharapkan masyarakat terutama bagi orangtua agar dapat memberikan kebijakan khusus atas penggunaan *handphone* pada anak-anak agar terhindar dari pengaruh dampak negatif penggunaan *handphone* serta memanfaatkan komunikasi *handphone* anak dengan baik dan benar.

F. Metode Perancangan

1. Data yang dibutuhkan

Data primer yang akan digunakan adalah riset hasil penelitian, data hasil wawancara dengan psikolog, dan *survey* lapangan. Sedangkan data sekunder yang digunakan adalah data berupa berita dari surat kabar, website dan berita televisi.

2. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data ini dapat diperoleh dengan melakukan sebuah riset dengan sampling sekolah sekolah dasar dikota Yogyakarta, mencari data daftar pustaka, *survey*, wawancara, media cetak, media *Internet*, dan lain-lain.

3. Instrumen/alat pengumpulan data

Instrumen atau alat yang digunakan adalah seperangkat alat untuk wawancara seperti *note*, *boltpoint*, *recorder* dan surat pengantar dari lembaga Institusi dan Dinas Perijinan Kota Yogyakarta. Komputer PC, *notebook*, *scanner*, *printer* dan kamera DSLR untuk merancang desain dari kampanye sosial ini.

G. Metode Analisis Data

Metode Analisis yang digunakan didalam perancangan kampanye ini adalah menggunakan metode analisis 5W+1H (*What, Who, Why, Where, When dan How*) Analisis 5W+1H dapat diuraikan sebagai berikut:

1. *What*

Bentuk pesan dan pendekatan apa yang akan disampaikan guna mendukung kampanye menanamkan pendidikan karakter dalam penggunaan *handphone* pada anak.

2. *Who*

Siapa target kampanye menanamkan pendidikan karakter dalam penggunaan *handphone* pada anak.

3. *Why*

Mengapa perancangan kampanye menanamkan pendidikan karakter dalam penggunaan *handphone* pada anak perlu dikampanyekan.

4. *Where*

Dimana lokasi yang akan dipilih untuk perancangan komunikasi visual dengan menggunakan media utama serta media pendukung dan media pelengkap. Jika memungkinkan akan menggunakan media *unconvensional*.

5. *When*

Kapan terealisasinya perancangan komunikasi visual guna mengkampanyekan perancangan yang akan dibuat.

6. *How*

Bagaimana bentuk akhir dan hasil dari perancangan komunikasi visual kampanye menanamkan pendidikan karakter dalam penggunaan *handphone* pada anak melalui media utama dan media pendukung.

H. Konsep Perancangan

Metode konsep perancangan yang akan digunakan meliputi :

1. Konsep Komunikasi

Memberikan informasi kepada *target audience* dengan cara mempertimbangkan kejelasan dan tata bahasa yang ringan, sehingga mudah dimengerti oleh *target audience*.

2. Perencanaan Media

- a. Tujuan Media
- b. Strategi Media
- c. Program Media
- d. Biaya Media

3. Perencanaan Kreatif

Menciptakan Iklan Layanan Masyarakat yang dapat diterima dengan baik oleh *target audience* sehingga pesan yang akan disampaikan dapat tercapai dengan baik. Sehingga untuk menciptakan perancangan Iklan Layanan Masyarakat tersebut maka akan menggunakan tahapan kreatif sebagai berikut:

- a. Tujuan Kreatif
- b. Strategi Kreatif
- c. Program Kreatif
- d. Biaya Kreatif

4. Konsep Tata Visual / Desain

Menciptakan ide visual yang komunikatif sehingga diharapkan pesan dapat tersampaikan dan dimengerti oleh *target audience*.

5. Metode Visualisasi Desain

Metode visualisasi desain ini meliputi :

- a. *Idea Layout* atau *thumbnail*
- b. *Rough Layout*
- c. *Comprehensive Lay out*

6. Final Desain



I. Skema Perancangan

