



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI VISUAL AND ART COMMUNICATION
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

Soeharto (44408010013)

Program Studi Visual and Art Communication

(I - V) 88 hlmn + 5 lampiran 12 hlmn ; 3 artikel internet ; 14 buku (2000-2009)

**Perancangan Konsep Media Komunikasi Visual untuk Mendukung
Kampanye Sosial Aksi Donor Darah PMI Jakarta Tahun 2012**

ABSTRAK

Darah adalah salah satu bagian terpenting di dalam tubuh makhluk hidup. Kebutuhan darah yang semakin meningkat dikarenakan kurangnya kesadaran dan keinginan masyarakat untuk melakukan donor darah. Oleh karena itu perlu adanya media komunikasi visual yang mampu mendukung kegiatan kampanye sosial aksi donor darah untuk mensosialisasikan dan menarik minat untuk ikut serta dalam “aksi donor darah”.

Komunikasi visual adalah komunikasi menggunakan bahasa visual, dimana unsur dasar bahasa visual adalah sesuatu yang dapat dilihat dan dapat dipakai untuk menyampaikan arti, makna, atau pesan, komunikasi ini menggunakan mata sebagai alat penglihatan. Maka, dengan pengetahuan mengenai ilmu komunikasi visual yang telah dipelajari, penulis mencoba merancang sebuah media komunikasi visual untuk mendukung kegiatan kampanye sosial aksi donor darah.

Pembuatan media kampanye sosial disesuaikan dengan tema masing-masing berdasarkan target audiens kampanye. Media kampanye UDD Trisakti, mengacu pada target audiensnya yaitu mahasiswa konsep perancangan media kampanye ini dibuat lebih “fun”. Media kampanye UDD Senayan City konsep perancangan dibuat lebih modern dan elegan. Media kampanye UDD Tanah Abang, target audiensnya adalah masyarakat dengan kelas sosial menengah kebawah, dengan demikian konsep perancangan media kampanye dibuat sederhana dengan isi pesan yang mudah dicerna.

Teknik pembuatan media komunikasi kampanye sosial pada media utama dan media pendukung pada kampanye sosial ini melalui 4 (empat) proses tahapan, yaitu sketsa awal, eksekusi visual, perancangan, dan proses cetak pada poster, flyer, brosur/leaflet, pin, dan sticker.

Perancangan tugas akhir ini memberi hikmah bagi perancang untuk menghadapi tantangan dalam merancang sebuah media komunikasi visual kampanye sosial harus tersegmentasi dan dengan desain yang juga menyesuaikan target audiens dengan tepat agar tujuan dari kampanye sosial untuk mempengaruhi kesadaran audiens dalam melakukan donor darah dapat tercapai.