



**PERANCANGAN IKLAN LAYANAN
MASYARAKAT DEPARTEMEN KEHUTANAN
VERSI “PILIH YANG TERBAIK UNTUK MASA
DEPAN..!”**

**Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan Dalam Memperoleh
Gelar Sarjana Strata 1 (S1) Ilmu komunikasi**

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Disusun Oleh :

Randy Jusuf

44405010024

Komunikasi Visual

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2010



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Nama : Randy Jusuf
Nim : 4440510024
Jurusan : Komunikasi Visual
Judul Tugas Akhir : Perancangan Iklan Layanan Masyarakat Departemen Kehutanan
Versi "Pilih Yang Terbaik Untuk Masa Depan..!"

Menyetujui,

Pembimbing I

(Yuka Dian Nayendra, M.Hum)

Pembimbing II

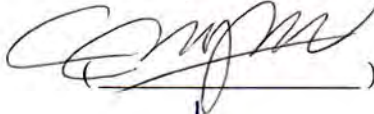
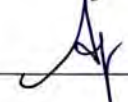
(Agus Nursidhi, S.Pd)

LEMBAR KELULUSAN SIDANG AKHIR

Nama : Randy Jusuf
Nim : 4440510024
Jurusan : Komunikasi Visual
Judul Tugas Akhir : Perancangan Iklan Layanan Masyarakat Departemen Kehutanan
Versi "Pilih Yang Terbaik Untuk Masa Depan..!"

Jakarta, Juli 2010

1. Ketua Sidang
Nurprapti W Widyastuti, M.Si
2. Penguji Ahli
Bayyinah Nurrul.H, S.Sn
3. Pembimbing I
Yuka Dian Narendra, M.Hum
4. Pembimbing II
Agus Nursidhi, S.Pd

()
()
()
()

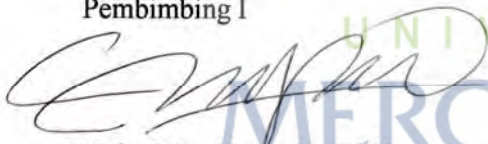
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR

Nama : Randy Jusuf
Nim : 4440510024
Jurusan : Komunikasi Visual
Judul Tugas Akhir : Perancangan Iklan Layanan Masyarakat Departemen Kehutanan
Versi "Pilih Yang Terbaik Untuk Masa Depan..!"

Jakarta, Juli 2010

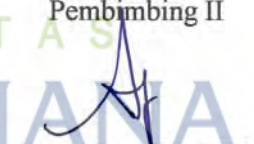
Disetujui dan diterima oleh :

Pembimbing I



Yuka Dian Narendra, M.Hum

Pembimbing II



Agus Nursidhi, S.Pd

Mengetahui,

Dekan Fikom UMB



Dra. Diah Wardani, M.Si

Kepala Bidang Studi



Nurprapti W Widyastuti, S.Sos.M.Si

Randy Jusuf (44405010024)

PERANCANGAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT DEPARTEMEN
KEHUTANAN VERSI “PILIH YANG TERBAIK UNTUK MASA DEPAN..!”

ABSTRAKSI

Salah satu masalah yang dihadapi tentang kerusakan hutan dan kekayaan alam apapun bentuknya yang sangat memprihatinkan adalah masalah penebangan liar. Bila tidak ditanggulangi bukan hanya menyebabkan kerusakan alam tetapi juga kerusakan moralitas, sosial dan budaya itu sendiri.

Dapat dikatakan pula bahwa iklan layanan masyarakat atau *public service advertising* merupakan jenis periklanan yang dilakukan oleh suatu organisasi komersial maupun nonkomersial (sering juga oleh pemerintah) untuk mencapai tujuan sosial atau socio ekonomis (terutama untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat).

Hutan merupakan paru-paru bumi tempat berbagai satwa hidup, pohon-pohon, hasil tambang dan berbagai sumberdaya lainnya yang bisa kita dapatkan dari hutan yang tak ternilai harganya bagi manusia. Hutan juga merupakan sumberdaya alam yang memberikan manfaat besar bagi kesejahteraan manusia, baik manfaat *tangible* yang dirasakan secara langsung, maupun *intangible* yang dirasakan secara tidak langsung.

Dalam membuat iklan layanan masyarakat yang berupa animasi 3 dimensi adalah konsep cerita, karakter, ilustrasi, warna dan komposisi harus diperhatikan oleh desainer agar mampu menciptakan karya desain yang kreatif, menarik, dan tepat sasaran.

Strategi yang diterapkan pada kampanye kerusakan hutan ini adalah melalui media lini atas yang berupa televisi dengan teknik animasi tiga dimensi (3D) dan lini bawah yang berupa poster, kalender, pin, kaos dll, agar dapat dimengerti oleh khalayak.

KATA PENGANTAR

Segala Puji syukur Alhamdulillah kehadirat Allah SWT yang telah memberikan nikmat dan hidayahnya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir ini dengan baik. Laporan tugas akhir ini disusun dengan judul ***”Perancangan Iklan Layanan Masyarakat Departemen Kehutanan Versi Pilih Yang Terbaik Untuk Masa Depan..!”*** .

Penyusunan Tugas Akhir ini, penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan-kekurangan, untuk itu segala kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan Tugas Akhir ini.

Penulis juga tidak lupa mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu serta memberikan dukungan kepada penulis, terutama kepada :

Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa.

Kedua orang tua yang telah memberikan bantuan dan dukungannya dalam moril maupun materil.

Serta saudara kandung Suharsih dan Farid Setiawan yang memberikan dukungan dalam moril maupun materil.

Ibu Nurprapti W. Widyastuti, M.Si, Selaku kepala Jurusan penulis.

Bapak Yuka Dian Narendra, M.Hum, Selaku dosen Pembimbing I.

Bapak Agus Nursidhi, S.Pd, Selaku dosen Pembimbing II.

Ibu Bayyinah Nurrul.H, S.Sn selaku penguji, terima kasih atas kebaikan Ibu dan pemberian saran dan kritik, semoga itu semua menjadi langkah saya untuk kedepan.

Seluruh Dosen pengajar Komunikasi Visual dari semester satu hingga tujuh yang telah memberikan ilmu yang sangat berharga bagi penulis.

Para staff TU FIKOM, mba Lila, mba Hesty, mas Mawi, dan yang lainnya, yang selalu membantu penulis dalam pembuatan surat - surat keperluan selama penulis masih menjadi mahasiswa.

Kepada Abid, Iman, Tommy, Aji, Aleq, Jemmi, Fanny, Firmansyah, Candra, Bagus, Jefri, Alvin, Beng-beng, Warih dan semua teman-teman Komunikasi Visual yang tidak disebutkan namanya satu-per satu yang telah memberikan bantuan, Semangat, Motivasi, dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Serta Nanda Julinda, yang selalu memberikan semangat dan nasehat, dan motivasi dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Serta kepada teman-teman Markom, Cindy dan Mirna, dan teman-teman Vulgar Passion Acong, Apoy, Aleq, Kiki, Galih.

Demikian Sepatah kata penulis, dengan harapan, tugas akhir ini berguna untuk semua, akhir kata saya ucapkan Wabillahi Taufik Wal Hidayah Wasallamualaikum Wr.Wb.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Wasalam,

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN TUGAS AKHIR	ii
HALAMAN TANDA LULUS SIDANG	iii
HALAMAN PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR	iv
ABSTRAKSI	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	vii

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	3
1.3 Pembatasan Masalah.....	3
1.4 Tujuan Perancangan.....	3
1.5 Metode Pengumpulan Data.....	4
1.6 Sistematika Penulisan.....	5

BAB 2 LANDASAN TEORI

2.1 Definisi Komunikasi.....	6
2.1.1 Proses Komunikasi.....	7
2.1.2 Unsur-Unsur dalam Proses Komunikasi.....	9
2.1.3 Komunikasi Massa.....	9
2.2 Definisi Desain Komunikasi Visual.....	13
2.2.1 Prinsip Desain Komunikasi Visual.....	14

2.2.2 Prinsip Desain.....	16
2.2.1 Unsur-Unsur Desain.....	17
2.3 Periklanan.....	19
2.3.1 Pengertian Iklan Layanan Masyarakat.....	20
2.3.2 Proses Kampanye Iklan Layanan Masyarakat.....	21
2.4 Animasi.....	22
2.4.1 Sejarah Animasi.....	23
2.4.2 Animasi 2 Dimensi (2D).....	26
2.4.3 Animasi 3 Dimensi (3D).....	26
2.5 Tipografi.....	27
2.6 Hutan.....	28
2.7 Data Kerusakan Hutan Indonesia.....	29
2.8 Latar Belakang Terbentuknya Departemen Kehutanan.....	29
2.8.1 Perkembangan Kehutanan Menjelang Tahun 1983.....	29
2.8.2 Logo Departemen Kehutanan.....	30
2.9 Analisa Data SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Treath).....	30

MERCU BUANA

BAB 3 LANDASAN TEORI

3.1 Penetapan Perancangan.....	32
3.1.1 Tujuan Kreatif.....	32
3.1.2 Strategi Kreatif.....	32
3.1.3 Isi Pesan.....	32
3.1.4 Bentuk Pesan.....	32
3.1.5 Strategi Visual.....	33
3.2 Program Kreatif.....	33

3.2.1 Tema Pokok Perancangan.....	33
3.2.2 Pendukung Tema Perancangan.....	33
3.2.3 Pendukung Bentuk Kreatif.....	34
3.2.4 Penyajian.....	34
3.2.5 Program Penulisan Naskah dan Penulisan Visual.....	34
3.3. Tujuan Dan Strategi Media.....	36
3.3.1 Pemilihan Media.....	36
3.4 Biaya Kreatif.....	40

BAB 4 KONSEP DESAIN DAN TEKNIS PRODUKSI MEDIA

4.1 Konsep Desain.....	42
4.1.1 Konsep Visual.....	42
4.1.2 Konsep Audio.....	45
4.2 Teknis Produksi.....	45
4.2.1 Pra Produksi.....	46
4.2.2 Produksi.....	60
4.2.3 Pasca Produksi.....	66

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	68
5.2 Saran.....	68

Daftar pustaka