

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Jawa Tengah adalah salah satu dari 34 provinsi di Indonesia, yang menurut sumber dari BPS pada tahun 2011 Jawa Tengah memiliki jumlah penduduk 32.000.064 jiwa atau sekitar 13,54 persen dari jumlah penduduk Indonesia, dan jumlah remaja (usia 12 – 22 Tahun) 4.276.484 jiwa dengan pertumbuhan penduduk 0,67% per tahun dan kualitas SDM yang masih di bawah rata-rata. Untuk itu pada tanggal 3 September 2012 Badan Arsip dan perpustakaan daerah (ARPUSDA) Jawa Tengah memberitakan lewat situs resminya (www.arpusda.jatengprov.go.id) bahwa Gubernur Jawa Tengah H. Bibit Waluyo pada tanggal 12 September 2012 telah mencanangkan Program “Gerakan Jawa Tengah Membaca”. Program ini merupakan serangkaian *roadshow* “Indonesia Membaca” yang nantinya akan dilaksanakan di setiap provinsi yang dibawahi oleh Badan Arsip dan perpustakaan daerah di setiap provinsi. Salah satu cara untuk meningkatkan kualitas SDM adalah dengan membaca, karena dengan membaca seseorang dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan yang sangat luas, selain itu dengan membaca seseorang dapat mengasah kemampuan berfikir dan mudah untuk fokus, lebih kongkrit lagi membaca dapat menambah pengetahuan karena dengan membaca kita dapat menyerap informasi dari kita tidak mengerti menjadi mengerti, karena banyak informasi yang kita serap maka membaca juga melatih keberanian berbicara di depan umum dengan menguasai banyak informasi maka kita semakin percaya diri berbicara di depan umum. Menurut situs portal berita Kompas pada tanggal 4 September 2013, dari segi kesehatan membaca dapat mencegah penyakit *Alzheimer*. Penyakit *Alzheimer* adalah sejenis sindrom dengan *apoptosis* sel sel otak pada saat yang hampir bersamaan, sehingga otak tampak mengkerut dan mengecil, sinonim penyakit *Alzheimer* adalah pikun atau penyakit orang tua.

Dalam hal ini tentunya seorang mahasiswa diharapkan menjadi SDM yang berkualitas setelah lulus nantinya. Dengan predikat Maha yang berarti sesuatu yang hebat tentunya ini menjadi tanggung jawab tersendiri bagi seorang Mahasiswa. Tapi kenyataannya adalah banyak Mahasiswa Jawa Tengah yang kurang sadar akan pentingnya membaca mereka lebih mementingkan rutinitas sehari-hari yang jauh dari budaya membaca seperti nongkrong dengan teman – teman sebaya, bermain game, atau asyik bekerja tanpa meluangkan waktu untuk membaca, menurut informasi dari buku *The Art of Reading* idealnya seorang harus meluangkan waktu minimal 2 jam dalam sehari. Hasil survei tentang minat baca di daerah Jawa Tengah dengan sampel masyarakat Semarang, Solo, Purwokerto, dan Tegal menunjukkan 20,30% responden melewatkan waktu kosongnya tanpa membaca apapun. 77,53 % responden membaca non buku, 67,17 % tidak pernah mengunjungi perpustakaan dan 58,21 % responden tidak pernah menganggarkan gajinya untuk membeli buku (Kompas, 20 November 2006)

Faktor ekonomi masyarakat Jawa Tengah juga menjadi hambatan, ini juga disadari oleh Gubernur Jawa Tengah H. Bibit Waluyo pada saat pidato acara pembukaan “Gerakan Jawa Tengah Membaca” pada tanggal 3 September 2012 kemarin. Kemudian faktor internal juga berperan penting untuk menumbuhkan minat baca setiap remaja Jawa Tengah kondisi malas dan *mindset* mereka tentang membaca itu membosankan sudah ada dibenak mereka sebelum memulai membaca. Dalam buku “*The Art of Reading*” yang ditulis oleh Agus Setiawan dari pengalaman penulis faktor yang menyebabkan tidak suka membaca karena lingkungan yang ada di sekolah maupun keluarga, di sekolah misalnya, pada saat kelas 1 SD ada beberapa guru yang mengajar dengan metode menyuruh siswa nya untuk maju membaca di kelas, jika seorang siswa kelas 1 SD tersebut belum bisa membaca maka akan sontak menjadi bahan ejekan murid-murid yang ada di kelas kemudian ada siswa yang memaknai bahwa membaca membuatnya malu, lama – lama rasa malu itu bermutasi menjadi bosan dalam membaca. Kemudian ketika dia dewasa, hal itu

tidakrelevan lagi dan bukanlah hal yang mendukung kemajuan studi dan kariernya. Hal ini menjadi hambatan membaca.

Salah satu hal yang sering ditemukan adalah orang tua selalu menuntut anaknya belajar, mendorong anaknya untuk membaca, lalu orang tuanya menonton sinetron diruangan lain. Belum lagi banyakorang tua yang menganggap anaknya sebagai perpanjangan tangan mereka untuk mencapai cita-cita yang belum sempat mereka raih dengan berbagai alasan. Beruntung jika si anak memiliki kesenangan di area yang orangtuanya “inginkan”. jika tidak, ini hanya akan menanamkan progam yang salah paham diri si anak. Dan hal semacam itu terus berkelanjutan hingga si anak tumbuh dewasa dan jika sudah ada pada lingkungan yang demikian maka dibutuhkan kesadaran si anak, untuk bisa menjadikan membaca sebagai rutinitas sehari-hari.

Selain itu kemajuan teknologi juga bisa menjadi faktor minus dan positif. Minusnya kemajuan teknologi yang semakin canggih dan praktis bisa dimanfaatkan oleh mahasiswa untuk bermain game bahkan ada hardware khusus yang untuk bermain game seperti *tablet PC*, *smartphone*, dan Komputer *PC game* selain itu berkembangnya sosial media di dunia maya juga akan menghambat remaja untuk membaca atau menambah pengetahuannya. Otomatis waktu luang yang ada pada remaja tersita digame dan Internet. Sedangkan factor positifnya dapat dimanfaatkan penerbit untuk membuat *ebook* jadi seseorang dapat membaca dimanapun padagadgetnya, selain itu manfaat dari *ebook* adalah lebih praktis jadi kita tidak harus menenteng buku yang banyak cukup dengan menyimpan digadget dengan berbagai macam judul buku. Kemudian melalui internet dapat mensosialisasikan gemar membaca misalkan melalui *social media* seperti kampanye tentang “Gerakan Jawa Tengah Membaca” yang nantinya bisa dilihat bukan hanya di media masa tapi juga di internet.

Memang dari 34 Provinsi di Indonesia belum ada hasil yang memuaskan untuk minat baca. minat baca yang rendah menjadi masalah Negara Indonesia, data yang dihimpun oleh *International Association for Evaluation of*

Educational Achievement (IEEA) pada tanggal 28 November 2007 mempublikasikan hasil penelitiannya tentang budaya membaca mahasiswa usia 19-24 tahun di 41 negara termasuk Indonesia. Indonesai menduduki peringkat 40 dan dinyatakan Negara belum maju bersama Afrika Selatan dan Selandia Baru.

Hasil yang sama ditunjukkan pada studi lima tahunan yang dikeluarkan oleh *Progress in International Reading Literacy Study (PIRLS)* Pada Tahun 2006 yang melibatkan mahasiswa di perguruan tinggi Negeri dalam study ini Indonesia berada pada posisi 36 dari 40 negara, kemudian 5 tahun berselang pada tahun 2011 Indonesia menempati peringkat 41 dari 45 Negara ini menunjukkan dalam kurun waktu lima tahun Indonesia tidak mengalami perubahan dan selalu menempati urutan 4 terbawah. Dari data diatas minat baca yang rendah merupakan masalah Negara Indonesia, akan tetapi jika setiap daerah tidak memiliki progam untuk meningkatkan minat baca dan hanya menggandalkan progam pemerintah saja maka akan sulit untuk Indonesia menjadi Negara yang minata bacanya sangat tinggi.

Kemudian contoh kecilnya adalah salah satu perpustakaan di Perguruan tinggi swasta di Semarang yaitu Udinus menurut hasil wawancara dari penjaga perpustakaan, mahasiswa yang berkunjung di perpustakaan Udinus dalam sehari tidak lebih dari 30 orang padahal Udinus sendiri mempunyai mahasiswa yang berjumlah 11.000 orang. Sedangkan di lingkungan sekitar kampus misalkan di taman atau di lorong- lorong kelas akan sulit ditemukan mahasiswa yang sedang melakukan aktivitas membaca buku. Kebanyakan dari mereka mengobrol dengan teman temannya atau sedang asyik memainkan *gadget* yang mereka bawa. Dalam hal ini bisa dikatakan bahwa mahasiswa hanya mengejar status atau gelar tapa mengembangkan ilmunya.

Untuk itu diperlukan media iklan yang komunikatif yang bisa menghimbau sekaligus memotivasi mahasiswa untuk melakukan kegiatan membaca. Karena selama pengamatan saya belum ada media iklan yang menghimbau agar gemar membaca untuk kalangan mahasiswa. Selain itu sosialisasi akan

pentingnya budaya membaca pada usia dini juga perlu ditingkatkan mulai dari sekolah sekolah, kampung – kampung bahkan ditempat-tempat umum harus disediakan ruangan khusus untuk membaca, kemudian peran serta pemerintah juga sangat perlu misalkan untuk pengembangan infastruktur seperti membuat tempat membaca disetiap tempat umum misalkan membuat tempat membaca di mall, jadi mallbukan hanya menjadi pusat perbelanjaan saja akan tetapi bisa untuk menyerap kalangan muda yang biasanya jalan-jalan di mall bisa tertarik untuk membaca di mall.

1.2.Rumusan Masalah

Bagaimana merancang media kampanye tentang gerakan Jawa Tengah Membaca agar dapat menumbuhkembangkan aktivitas membaca di kalangan mahasiswa

1.3.Tujuan Perancangan

Merancang media kampanye tentang Gerakan Jawa Tengah Membaca melalui yang komunukatif dan tepat sasaran. Sehingga lewat perancangan ini diharapkan bisa menghimbau mahasiswa untuk melakukan aktivitas membaca.

1.4.Manfaat Perancangan

- a. Bagi mahasiswa diJawa Tengah sebagai target utama
 1. Mendapatkan informasi dari kebiasaan membaca sehingga menambah wawasan dan pengetahuan yang dapat dimanfaatkan ketika terjun kedunia kerja nantinya.
 2. Menanamkan pola hidup yang bermanfaat yaitu meluangkan waktu untuk membaca
- b. Bagi Instansi terkait yaitu ARPUSDA Jateng
 1. Membantu mensosialisasikan progam ARPUSDA Jateng yaitu “Gerakan Jawa Tengah Membaca”
 2. Meningkatkan pengunjung di perpustakaan daerah
- c. Bagi Mahasiswa dan intitusi pendidikan khususnya Desain komunikasi Visual

1. Mengetahui cara merancang “media kampanye untuk meningkatkan minat baca” dalam upaya memajukan bangsa Indonesia.
2. Mendapatkan pengetahuan tentang konsep kreatif dan media yang digunakan dalam pembuatan “media kampanye untuk meningkatkan minat baca dikalangan remaja Jawa Tengah” secara baik dan tepat sasaran.

1.5. Batasan Lingkup Perancangan

Perancangan “media kampanye ini ditujukan kepada kalangan mahasiswa yang menuntut ilmu di Jawa Tengah dengan media utamanya yaitu TVC (*televi commersial*) yang nantinya akan ditayangkan di televisi lokal yang *coverage area* nya meliputi wilayah Jawa Tengah dan sosial media seperti youtube. Kemudian didukung dengan media pendamping seperti poster, baliho, dan spanduk yang nantinya akan ditempatkan di berbagai tempat yang intensitas kunjungan kalangan mahasiswanya tinggi.

1.6. Metode Pengumpulan data dan sistematika penelitian

1. Pengumpulan data kualitatif melalui studi dokumen. Data diperoleh dengan mengkaji beberapa sumber pustaka, yakni buku, catatan, majalah, artikel yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.
2. Metode Pendekatan Kuantitatif data-data Didapat melalui analisis 5W + 1H, dan brainstorming.

1.7 Sistematika Penelitian

Bab 1 :

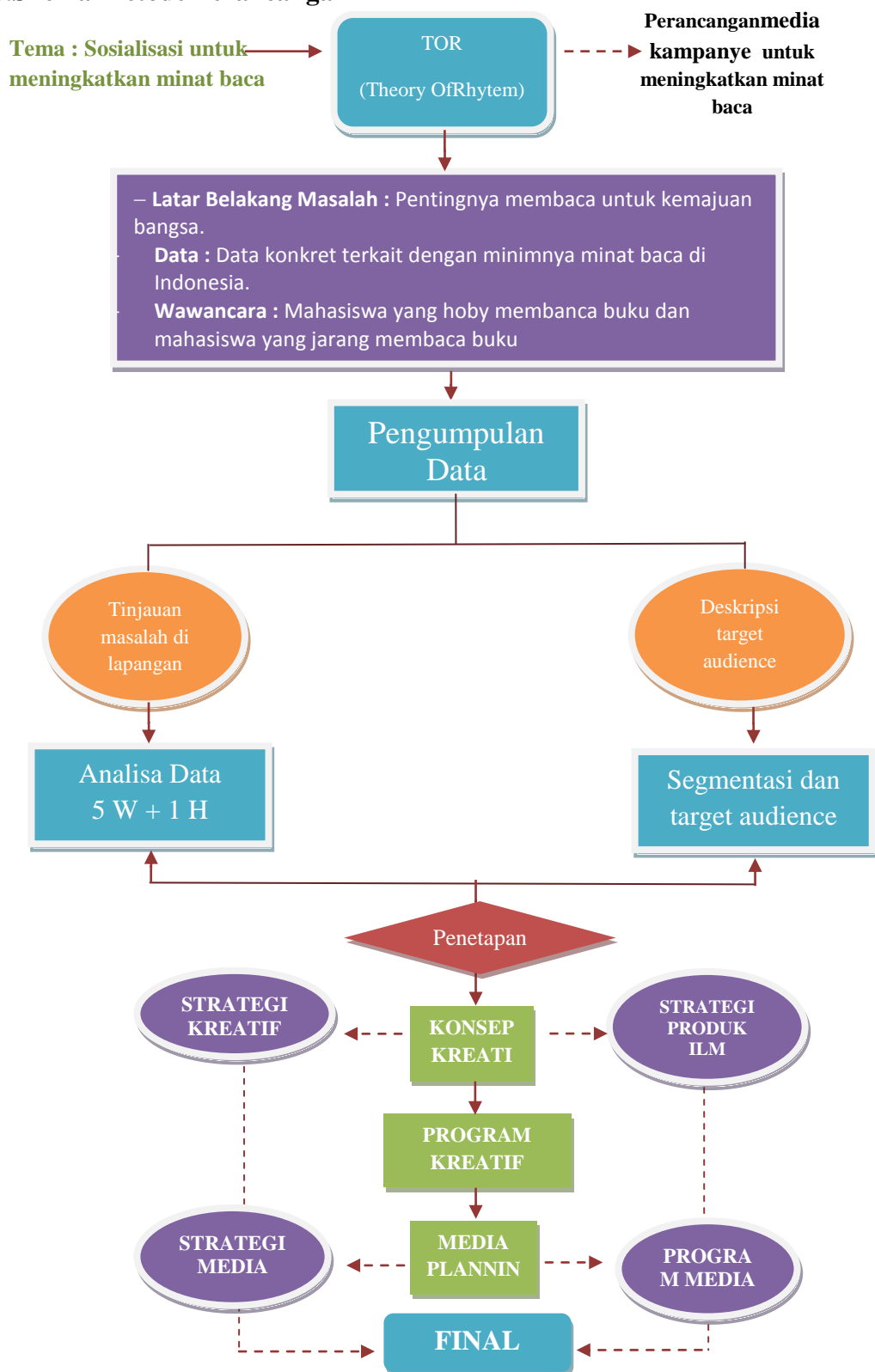
Berisi tentang pendahuluan yang meliputi:

1. **Latar Belakang Masalah** : kurang sadarnya mahasiswa dalam meluangkan waktu untuk membaca disamping itu perkembangan teknologi tidak mampu dimanfaatkan kebanyakan mahasiswa di Jawa Tengah untuk meningkatkan minat baca. Selain itu gaya

kehidupan mahasiswa di Jawa Tengah khususnya di daerah kota juga jauh dari aktivitas membaca.

2. **Rumusan Masalah :** Menjelaskan secara rinci tentang perancangan program “gerakan Jawa Tengah membaca”. Bagaimana program “gerakan Jawa Tengah membaca” dapat tepat sasaran serta pesan yang disampaikan mampu mendorong mahasiswa di Jawa Tengah agar meluangkan waktunya untuk membaca.
3. **Tujuan Perancangan :** Jawaban dari rumusan masalah
4. **Manfaat Perancangan :** Manfaat perancangan ini bagi klien, audience dan instansi yang terkait
5. **Batasan Lingkup Perancangan :**Penjelasan target audience dan media utama yang akan digunakan, termasuk media pendamping dan pengapilkasian media agar tepat sasaran dan
6. **Metode Pengumpulan Data :** Data – data diperoleh dengan mengkaji beberapa sumber pustaka, yakni buku, catatan, majalah, artikel, serta terjun langsung kepada klient yang terkait dengan masalah yang diteliti.
7. **Sistematika Perancangan :** Menjelaskan secara singkat dan rinci mengenai sistematika laporan perancangan ini.
8. **Tinjauan Teoritis :** Teori – teori seputar tentang permasalahan dan yang berkaitan dengan desain komunikasi visual.

1.8. Skema Metode Perancangan



Gambar 1.1: Bagan Skema Metode Perancangan

1.9.Tinjauan Teoritis

1.9.1. Tinjauan Teoritis Seputar Permasalahan

1.9.1.1.Definisi membaca

Arianto (2009) menjelaskan bahwa membaca merupakan aktifitas pencarian informasi melalui lambang lambang tertulis kemudian menalarkannya. Menurut Poerwodarminto,(1998). Membaca adalah melihat sambil melisankan suatu tulisan dengan tujuan ingin mengetahui isinya Dapat disimpulkan bahwa membaca adalah proses melisankan dan/atau memahami bacaan atau sumber tertulis untuk memperoleh pesan atau gagasan yang ingin disampaikan penulisnya. Menurut Nurhadi (1987) lebih detail mengungkapkan, Membaca melibatkan banyak hal meliputi intelegensi (IQ), Minat, sikap Bakat, Motivasi, Tujuan membaca, teks bacaan, factor lingkungan, dan factor belakang sosol ekonomi, kebiasaan dan tradisi membaca.

Membaca merupakan suatu aktifitas menelaah huruf perhuruf sehingga menjadi sebuah kata, dari kata perkata tersebut mengandung informasi yang dapat di tangkap oleh otak sehingga menjadi sebuah informasi yang dapat di pahami.

1.9.1.2.Mekanisme membaca

Kegiatan membaca dilakukan bersama-sama oleh mata dan otak mata seperti camera yang merekamnya dan otak memprosesny. Otak menyerap apa yang ditangkap oleh mata. Unsur utama adalah otak mata hanya menangkap apa yang nantinya diserap oleh otak lalu otak memberikan implementasi dari apa yang di tuju oleh mata. Implementasi tidak tergantung pada ketajaman mata melainkan kejernihan dan kekayaan pengertian dan persepsi.

1.9.1.3. Tujuan membaca

Menurut nurhadi (2004 dikutip dari Fatmawati,2005) berpendapat bahwa tujuan membaca adalah memahami secara menyeluruh isi buku, menangkap ide pokok/gagasan yang ada pada bukudengan cepat (waktu yang terbatas), mendapatkan informasi yang baru, mengenali makna-makna kata/istilah sulit, ingin mengetahui peristiwa penting yang terjadi, ingin memperoleh kenikmatan dari karya fiksi.

Tujuan membaca dapat diartikan suatu aktifitas untuk memperoleh sebuah informasi yang sebelumnya belum di ketahui atau sudah di ketahui menjadi mengerti informasi tersebut.

1.9.2. Tinjauan Teoritis yang Berkaitan dengan Desain Komunikasi Visual

1.9.2.1. Definisi Iklan

Iklan pada hakikatnya adalah salah satu jenis komunikasi yang bertujuan mempengaruhi orang lain. Mempengaruhi dalam arti mengubah sikap, sifat, pendapat, dan perilaku orang-orang ataupun seseorang (komunikannya) sesuai dengan kehendak pemrakarsa komunikasi itu (komunikator). (Suhadang Kustadi 2005 : 117)

Iklan Layanan masyarakat adalah iklan yang digunakan untuk menyampaikan informasi, mempersuasi atau mendidik khalayak dimana tujuan akhir bukan untuk mendapatkan keuntungan ekonomi melainkan keuntungan sosial. Keuntungan sosial yang dimaksud adalah munculnya penambahan pengetahuan, kesadaran sikap dan perubahan perilaku masyarakat terhadap masalah yang diiklankan, serta mendapatkan citra baik di mata masyarakat. (Rendra Widyatama 2009 : 104)

Iklan bisa dikatakan perantara antara produsen dan audience di mana produsen ingin mengkomunikasikan kepada audience sebagai sasaran tentang produknya. Produk itu bisa berupa jasa dan barang atau bisa jadi berupa statement yang berisi imbauan atau informasi – informasi penting lainnya.

1.9.2.2. Tujuan Iklan

Menurut Kotler (2003:591) tujuan iklan dapat dibedakan menjadi beberapa kelompok yaitu iklan informatif, iklan pengingat, dan iklan penguat. Iklan informatif adalah iklan yang menginformasikan kepada konsumen mengenai manfaat dan kegunaan suatu produk. Iklan persuasif adalah iklan yang berusaha membujuk konsumen dengan berusaha membangun posisi yang paling baik di benak konsumen. Iklan pengingat adalah iklan yang bertujuan merangsang pembeli agar mengulang pembelian produk dan jasa. Iklan penguat adalah iklan yang bertujuan untuk meyakinkan konsumen bahwa mereka telah membuat keputusan yang tepat.

Tujuan periklanan adalah pernyataan spesifik tentang eksekusi periklanan yang direncanakan dalam pengertian tentang apa yang khususnya hendak dicapai oleh iklan tersebut. Tujuan ini didasarkan pada situasi persaingan terkini, atau situasi yang akan diantisipasi dalam kategori produk dan dalam masalah-masalah yang harus dihadapi oleh merek atau peluang-peluang yang tersedia untuk diraih. (Shim, A, 2003:375).

Sementara itu periklanan menurut kamus besar istilah periklanana Indonesia adalah pesan yang di bayar dan disampaikan melalui sarana media antara lain pers,

radio, televisi, bioskop dan sebagainya yang bertujuan membujuk konsumen untuk melakukan tindak membeli atau mengubah perilakunya (nuradi, 1996 :4).

Iklan pada dasarnya mempengaruhi audience untuk mengajak atau memberikan informasi dengan maksud dan tujuan tertentu, misalkan pada iklan komersil bisa untuk mempromosikan barang atau jasa dan penguatan brand suatu produk. Sedangkan pada iklan layanan masyarakat lebih kepada menghimbau atau memberikan informasi kepada audience dengan maksud melancarkan progam – progam yang telah dibuat oleh pemerintah atau organisasi.

1.9.2.3.Tentang komunikasi

Penyampaian pesan dalam sebuah iklan adalah hal yang sangat mutlak keberhasilan sebuah iklan bisa dinilai jika iklan tersebut dapat mengkomunikasikan informasi kepada audience secara singkat dan jelas kemudian dapat dimengerti. Oleh karena itu teori komunikasi harus bisa di pahami sebelum membuat pesan di dalam iklan.

Menurut Liliweri (1991:20) Komunikasi adalah penciptaan interaksi perorangan dengan menggunakan tanda – tanda yang tegas . komunikasi juga berarti pembagian unsur- unsur perilaku atau cara hidup dengan ekstensi seperangkat ketentuan dan pemakain tanda – tanda. Dari segi komunikasi, rekayasa unsur pesan sangat tergantung kepada siapa khalayak sasaran yang dituju, dan melalui media apa saja iklan tersebut sebaiknya disampaikan. Karena itu, untuk membuat komunikasi menjadi efektif, harus di pahami betul siapa khalayak sasarnya, secara kuantitatif maupun kualitatif.

Menurut Berger & Chafee (1987) menyatakan bahwa ilmu komunikasi adalah suatu pengamatan terhadap produksi, proses dan pengaruh dari sistem-sistem tanda dan lambang melalui pengembangan teori-teori yang dapat di uji dan di generalisasikan dengan tujuan menjelaskan fenomena yang berkaitan dengan produksi, proses dan pengaruh dari sistem-sistem tanda dan lambang.

Komunikasi adalah sebuah kemampuan yang dimiliki oleh sebagian besar makhluk hidup untuk berinteraksi oleh sesama makhluk hidup lainnya, yang biasanya berupa tanda (*sign*), suara atau gerak tubuh. Manusia tidak bisa hidup tanpa komunikasi ini disebabkan manusia adalah makhluk sosial yang memerlukan interaksi antar makhluk lain dalam keberlangsungan hidupnya. Teori-teori di atas dapat dipakai dalam pembuatan iklan layanan masyarakat ini nantinya, bagaimana kita mengkomunikasikan informasi yang ingin disampaikan dengan singkat dan jelas. Karena menurut Pakem yang ada iklan yang semakin pendek adalah iklan yang paling mahal dari segi biaya produksinya karena bagaimana dalam durasi singkat pesan yang ingin disampaikan bisa diterima dengan baik oleh audience.

1.9.2.4. Persepsi Visual

Menurut Petrus Gogor Bangsa dalam buku *Irama Visual* th 2009 dalam Psikologi, persepsi visual di mengerti sebagai kemampuan untuk menterjemahkan apa yang kita lihat oleh mata, yaitu jatuhnya cahaya ke retina mata. Hasil dari persepsi tersebut dikenal dengan istilah penglihatan (*eyesight/sign/vision*). Beragam komponen psikologis yang melibatkan penglihatan itulah yang secara keseluruhan disebut sebagai sistem visual.

Dalam sebuah karya desain persepsi visual perlu di pertimbangkan karena mempengaruhi bagaimana setiap audience menangkap sebuah pesan yang terdapat dalam iklan untuk itu unsur pembentuk desain harus saling menyatu dan sinkron satu sama lain.

1.9.2.5. Teori tentang unsur – unsur pembentuk desain

1.9.2.5.1. Tipografi

Tipografi memiliki satu tugas dasar sebelumnya, yaitu untuk menyampaikan informasi dalam tulisan. Tidak ada pendapat atau pertimbangan yang dapat membebaskan tipografi dari tugas ini. Karya cetak yang tidak dapat dibaca menjadi sebuah produk tanpa tujuan. Lebih dari desain grafis, tipografi adalah sebuah ekspresi dari teknologi, presisi, dan kondisi yang baik. Wolfgang Wiegand, (2000)

Menurut Roy Brewer (1971) Tipografi dapat memiliki pengertian luas yang meliputi penataan dan pola halaman, atau setiap barang cetak. Atau dalam pengertian lebih sempit hanya meliputi pemilihan, penataan dan berbagai hal bertalian pengaturan baris - baris susun huruf (*Typeset*), tidak termasuk ilustrasi dan unsur – unsur lain bukan susun huruf pada halaman cetak.

Tipografi adalah seni menata simbol – simbol yang berupa huruf pada suatu karya seni agar serasi dengan unsur – unsur pembentuk desain lainnya, seperti gambar, warna, layout, dll.

1.9.2.5.2. Warna

Warna dapat didefinisikan secara objektif / fisik sebagai sifat cahaya yang dipancarkan, atau secara subjektif / psikologis sebagai bagian dari pengalaman indra penglihatan. Secara objektif atau fisik, warna dapat diberikan oleh panjang gelombang. Dilihat dari panjang gelombang, cahaya yang tampak oleh mata merupakan salah satu bentuk pancaran energi yang merupakan bagian yang sempit dari gelombang elektromagnetic. (Sanyoto :2009).

Warna mempunyai bahasa psikologi yang dapat membangkitkan suasana hati pada suatu iklan (Russel, 1990:463).

Teori – teori diatas dapat diartikan warna adalah bias dari cahaya yang ditangkap oleh mata sebagai organ optik manusia kemudian di kirim ke otak dan menimbulkan kesan yang dapat mempengaruhi psikologis manusia itu. Oleh karena itu warna sangat penting dalam sebuah produk desain karena warna juga dapat mewakili produk tersebut.

warna itu mempengaruhi kelakuan, memegang peranan penting dalam penilaian estetis dan turut menentukan suka tidaknya kita akan bermacam-macam benda. Dari pemahaman diatas dapat dijelaskan bahwa warna, selain hanya dapat dilihat dengan mata ternyata mampu mempengaruhi perilaku seseorang, mempengaruhi penilaian estetis dan turut menentukan suka tidaknya seseorang pada suatu benda.

1.9.2.5.3. Definisi Karakter Warna

Definisi Karakter lewat warna juga mendefinisikan karakter seseorang secara umum, seperti warna-warna berikut:

1. **Hitam**, sebagai warna yang tertua (gelap) dengan sendirinya menjadi lambang untuk sifat gulita dan kegelapan (juga dalam hal emosi).
2. **Putih**, sebagai warna yang paling terang, melambangkan cahaya, kesucian.
3. **Abu-abu**, merupakan warna yang paling netral dengan tidak adanya sifat atau kehidupan spesifik.
4. **Merah**, bersifat menaklukkan, ekspansif (meluas), dominan (berkuasa), aktif dan vital (hidup), panas membara, peringatan, penyerangan, cinta.
5. **Kuning**, dengan sinarnya yang bersifat kurang dalam, merupakan wakil dari hal-hal atau benda yang bersifat cahaya, momentum dan mengesankan kebahagiaan, keceriaan dan hati-hati
6. **Biru**, sebagai warna yang menimbulkan kesan dalamnya sesuatu (dediepte), sifat yang tak terhingga dan transenden, disamping itu memiliki sifat tantangan.

7. **Hijau**, mempunyai sifat keseimbangan dan selaras, membangkitkan ketenangan dan tempat mengumpulkan daya-daya baru, identik dengan pertumbuhan dalam lingkungan, pasukan perdamaian, kepuasan
8. **Pink**, warna yang identik dengan wanita, menarik/ cantik, gulali
9. **Orange**, warna yang identik dengan musim gugur, penuh kehangatan, halloween.
10. **Coklat**, warna yang mengesankan hangat, identik dengan musim gugur, kotor, bumi
11. **Ungu**, warna yang identik dengan kesetiaan, kepuasan, Barney (tokoh boneka berwarna ungu)

Dari sekian banyak warna, dapat dibagi dalam beberapa bagian yang sering dinamakan dengan sistem warna Prang System yang ditemukan oleh *Louis Prang pada 1876* atau disebut juga sebagai atribut warna meliputi :

1. **Hue**, adalah istilah yang digunakan untuk menunjukkan nama dari suatu warna, seperti merah, biru, hijau dsb.
2. **Value**, adalah dimensi kedua atau mengenai terang gelapnya warna. Contohnya adalah tingkatan warna dari putih hingga hitam.
3. **Saturation/Intensity**, seringkali disebut dengan *chroma*, adalah dimensi yang

berhubungan dengan cerah atau suramnya warna.

Selain Prang System yang di temukan oleh *Louis Prang* pada 1876 terdapat beberapa sistem warna lain yakni, CMYK atau *Process Color System*, kemudian ada juga *Munsell Color System*, *Ostwald Color System*, *Schopenhauer/Goethe Weighted Color System*, *Subtractive Color System* serta *Additive Color/RGB Color System*. Diantara bermacam sistem warna diatas, kini yang banyak dipergunakan dalam industri media visual cetak adalah CMYK atau *Process Color System* yang membagi warna dasarnya menjadi *Cyan, Magenta, Yellow dan Black*. Sedangkan *RGB Color System* dipergunakan dalam industri media visual elektronika.

Dalam membuat karya animasi 3D warna sangat menentukan untuk memperkuat konsep, misalkan jika animasi itu di tujukan kepada anak – anak maka warna yang harus dipilih harus soft seperti warna pastel, berbeda jika di tujukan oleh kalangan remaja mungkin menambahkan beberapa warna mencolok sebagai *point of interest*.

1.9.2.5.4. Teksture

Menurut (Sanyoto :2009) pada bukunya “NIRMANA Elemen – elemen seni dan desain” Tekstur adalah nilai atau ciri khas suatu permukaan atau raut. Akan tetapi tekstur dibagi dua macam yaitu:

1. **Tekstur Raba** : tekstur yang dapat dirasakan oleh indra peraba yaitu ujung jari, dan sifatnya nyata yaitu dilihat tampak kasar dan ketika diraba juga bisa dirasakan tekstore itu timbul.
2. **Tekstur Lihat** : tekstur yang dirasakan oleh panca indra penglihatan saja. Tekstur ini bersifat semu artinya terlihat kasar ketika diraba akan tetapi terasa halus ketika diraba.

Tekstur dalam pembuatan karakter 3D sangatlah penting karena dengan tekstur yang pas bisa memberikan kesan yang nyata pada objek 3D yang dibuat. Dan tekstur ini termasuk teksturlihat karena hanya bisa ditangkap oleh indra penglihatan saja.

1.9.2.6. Pengertian Animasi

Menurut Wright (2005:1) Kata *animate* berasal dari kata kerja Latin *animare*, yang berarti “membuat jadi hidup atau mengisi dengan nafas”. Pada animasi kita benar-benar bisa merestrukturisasi realitas. Adapula pengertian animasi menurut Rick Parent (2010:6) secara umum, *animate* memiliki arti “memberi kehidupan kepada” dan termasuk juga *live-action* (gerakan langsung) pedalangan / pewayangan / permainan boneka semisal *Sesame Street* serta penggunaan peralatan *electromechanical* untuk menggerakkan boneka, dinamakan *animatronics*.

Menurut Susannah Shaw (2004:1) Animasi adalah animasi, apapun medianya. Apakah anda menggambar di atas kertas, pemodelan dengan plastik / malam, mendorong beberapa kotak korek api di sekitar di depan kamera *Bolex* atau menganimasikan dengan komputer, untuk menjadi seorang animator anda akan perlu memahami gerakan dan cara membuat emosi.

Animasi merupakan gambar atau benda frame by frame dimana setiap frame mempunyai gambar yang berbeda tetapi seirama sehingga jika di jalankan pada time line dapat memberikan gambar bergerak yang simultan dan memberikan kesan hidup.

Prinsip-prinsip animasi menurut Frank Thomas dan Ollie Johnston dalam bukunya *The Illution of life : Disney animation* (1981:47), yaitu :

1. *Anticipation*
2. *Squash dan Stretch*
3. *Staging*
4. *Straight-ahead dan Pose-to-pose*
5. *Folow-Strough dan Overlapping Action*
6. *Slow in-slow out*
7. *Arcs*
8. *Secondary Action*
9. *Timing Exaggeration*
10. *Solid Drawing*
11. *Appeal*

1.9.2.7. Jenis jenis animasi

Berdasarkan teknik pembuatannya animasi dibedakan menjadi 6 jenis diantaranya :

1. *Stop Motion*
2. *Cell Animation*
3. *Time-Lapse*
4. *Claymation*
5. *Cut-out Animation*
6. *Puppet Animation*

Akan tetapi pada perkembangannya animasi dapat di buat dengan perangkat komputer yang disebut juga animasi computer yaitu merupakan seni membuat gambar bergerak dengan menggunakan komputer. Animasi komputer biasanya dimainkan pada komputer, tetapi terkadang menggunakan media lain, misalnya film. Untuk membuat ilusi gerakan gambar ditampilkan pada layar komputer dan diganti secara terus-menerus dengan gambar baru yang mirip dengan gambar sebelumnya, Akan tetapi secara umum animasi di bagi menjadi 2 yaitu :

1. Animasi 2 Dimensi (2D)

Yaitu animasi gambar yang hanya mempunyai 2 sudut pandang, yaitu sumbu X dan Y sebagai koordinat.

2. Animasi 3 Dimensi (3D)

Yaitu animasi gambar yang mempunyai 3 sudut pandang. Yaitu sumbu X, Y, dan Z sebagai sumbu kedalaman atau yang memberikan kesan 3D.

Pada pembuatan iklan layanan masyarakat ini menggunakan teknik animasi 3 Dimensi yang belakangan ini sedang populer, dan *software* yang di gunakan adalah 3Ds Max buatan dari Autodesk inc. Sebenarnya ada banyak *software* yang bisa untuk menghasilkan animasi 3 dimensi baik yang berbayar seperti Maya 3D, Light wave 3D, dll

atau *software* 3D gratis (*open source*) seperti Blender. Akan tetapi kali ini saya menggunakan *software* 3Ds Max karena *software* ini sangat familiar di Indonesia dan sangat mudah untuk mencari tutorialnya khususnya yang berbahasa Indonesia.

1.9.2.8. Pengertian animasi 3D

Menurut Hedratman Animasi 3D adalah animasi yang mempunyai 3 sudut pandang yaitu sumbu X, Y, dan Z, berbeda dengan animasi 2D yang hanya mempunyai 2 sudut pandang yaitu X dan Y, pada proses pembuatannya animasi 3d menggunakan proses pose to pose berbeda dengan animasi 2d yang menggunakan proses frame by frame.

Dalam hasil akhir nanti menggunakan animasi 3d yang dimana animasi 3d mempunyai banyak kelebihan ketimbang 2d seperti halnya dari segi gambar animasi 3d bisa dirender dengan *style* nyata atau *real*, kartun ataupun *style* 2d dengan *render engine v-ray toon*.

1.9.2.9. Definisi Multimedia

Multimedia, menurut Vaughan adalah “kombinasi dari teks, foto, seni grafis, suara, animasi, dan elemen-elemen video yang dimanipulasi secara digital” Pendapat demikian diperkuat oleh P. Sangkar, yang menyatakan bahwa, “*it’s a combination of text, graphics, sound, animation and video elements along with the computer acting as a brain, so that the user has total control over what is heard or seen*”.

Hasil akhir dari Iklan Layanan Masyarakat ini nantinya berbentuk TVC (*Televisi Comercial*) yang termasuk dalam kategori *audio visual*. Dalam pembuatannya

keselarasan antara gambar (*Video*) dan suara (*Audio*) harus ada, untuk itu pemahaman tentang video dan Audio sebagai komponen pembentuknya harus benar – benar dipahami berikut ini adalah penjelasan tentang *audio visual*.

1.9.2.9.1. Gambar (Video)

Video merupakan gabungan gambar-gambar mati yang dibaca berurutan dalam suatu waktu dengan kecepatan tertentu. Gambar-gambar yang digabung tersebut dinamakan frame dan kecepatan pembacaan gambar disebut dengan frame rate, dengan satuan fps (*frame per second*). Karena dimainkan dalam kecepatan yang tinggi maka tercipta ilusi gerak yang halus, semakin besar nilai frame rate maka akan semakin halus pergerakan yang ditampilkan.

Di Indonesia standart frame yang digunakan ketika masuk ke stasiun televisi adalah adalah 25 fps karena standart penyiaran di Indonesia menggunakan video dengan tipe DV PAL (*Phase-Alternating Line*)yaitu dengan ukuran layar tampil (*save Frame*) 576 x 720 pixel dan jumlah frame nya 25 fps. Berikut ini adalah perbedaan DV PAL dan NTSC

Tabel 1.1:Perbandingan DV PAL & NTSC

DV PAL (<i>Phase-Alternating Line</i>)	NTSC (<i>National Television System Comitte</i>)
<ul style="list-style-type: none"> • Ukuran resolusi layar 720 x 576 pixel • Jumlah frame 25 fps • sebagian besar wilayah Asia dan dunia di gunakan sebagai standart broadcast di 	<ul style="list-style-type: none"> • Ukuran resolusi layar 720 x 480 pixel • Jumlah frame 30 fps • Amerika dan asia timur di gunakan sebagai standart broadcast di

1.9.2.9.2. Suara (Audio)

Suara adalah fenomena fisik yang dihasilkan oleh getaran benda. getaran suatu benda yang berupa sinyal analog dengan amplitudo yang berubah secara kontinyu terhadap waktu.

Suara merupakan elemen multimedia yang sangat penting untuk membantu pemahaman suatu informasi yang disampaikan melalui media lain. Misal, animasi proses suatu percakapan akan lebih jelas dan bersifat informative jika dibantu dengan suara daripada pemakaian teks karena akan lebih sulit untuk melihat animasi dan teks bersama.

Dalam standar penyiaran biasanya format audio yang digunakan adalah WAV (waveform) dengan bit rate minimal 44.100 Hz. *Software*

pengolah video yang biasa digunakan adalah *Adobe audition* di dalam software ini kita bisa mengedit audio dan merekam audio sendiri.

BAB II

DATA & ANALISA

2.1. Data Primer

2.1.1. Data Konteks Tentang Gerakan Jawa Tengah Membaca

Dalam memberi fondasi dan menumbuhkan kegemaran membaca, Perpustakaan Nasional bersama seluruh keluarga di Indonesia bahu-membahu dalam memasyarakatkan membaca pada setiap aktivitas yang dilakoni masing-masing anggota keluarga. Perpustakaan Nasional ingin menjadikan membaca sebagai rutinitas bermanfaat bagi masyarakat. Semangat ini yang dibawa Perpustakaan Nasional pada penyelenggaraan Roadshow Perpustakaan Nasional 2012 di provinsi Jawa Tengah di Kantor Badan Perpustakaan dan Arsip Daerah (BPAD) Jawa Tengah, pada saat yang sama pemerintah provinsi Jawa Tengah juga mencanangkan program “Jawa Tengah Membaca” yang ditujukan secara umum untuk semua lapisan masyarakat Jawa Tengah dan dikhususkan untuk generasi-generasi muda di Jawa Tengah

Program “Gerakan Jawa Tengah Membaca” merupakan salah satu serangkaian roadshow “Gerakan Indonesia Membaca” yang diselenggarakan oleh perpustakaan nasional RI yang nantinya akan dilaksanakan oleh beberapa provinsi di Indonesia. Roadshow ini adalah roadshow yang kedua, setelah sebelumnya provinsi Sumatera Selatan. Dan untuk di Jawa Tengah dan Sumatera Selatan ini akan dijadikan barometer yang pertama dalam pencanangan gerakan nasional membaca ditingkat provinsi. Harapannya kedepan agar program roadshow ini dapat ditindak lanjuti sampai ke tingkat kecamatan dan kelurahan/desa. Selain itu Alasan dicanangkan “Gerakan Jawa Tengah Membaca” adalah karena keprihatinan pemerintah kepada masyarakat / generasi muda Jawa Tengah yang kurang sadar untuk meluangkan waktunya untuk melakukan aktivitas membaca terutama pada generasi muda di Jawa Tengah. Sementara itu Gubernur Jawa Tengah mengutarakan bahwa ada

peningkatan kunjungan di beberapa perpustakaan daerah yang ada di Jawa Tengah meningkat. Akan tetapi itu tidak menjamin pemerataan minat baca masyarakat Jawa Tengah karena sebagai perbandingan lebih banyak remaja yang datang di mall atau pusat perbelanjaan daripada di perpustakaan. Gaya hidup yang berkembang ditengah tengah generasi muda Jawa Tengah menjadikan waktu mereka tersita sehingga sulit meluangkan waktu untuk membaca. “Gerakan Jawa Tengah Membaca” diharapkan bisa mensosialisasikan kepada masyarakat khususnya generasi muda Jawa Tengah agar membaca bisa menjadi suatu rutinitas yang bermanfaat.

2.2. Data Klien

2.2.1. Profil ARPUSDA Jateng



Gambar 2.1: Kantor Arsip dan Perpustakaan Daerah Jawa Tengah

(Sumber: www.arpusda.jatengprov.go.id)

Nama Klien : Badan Arsip dan Perpustakaan Provinsi Jawa Tengah
(ARPUSDA)

Alamat : Jl. Dr. Setiabudi 201C, Srandol Semarang, Jawa
Tengah

Telp : (024) 7473800, 747346, 7474170

2.2.2. Visi & Misi

Visi : Arsip dan Perpustakaan sebagai sumber informasi, gerbang inspirasi dan warisan budaya bangsa

Misi :

- Memberdayakan lembaga Kearsipan dan Perpustakaan.
- Meningkatkan kualitas dan kuantitas SDM Kearsipan dan Perpustakaan.
- Mengembangkan kebiasaan membaca masyarakat.
- Pemerataan memperoleh informasi bagi seluruh masyarakat.
- Mengembangkan kemitraan dibidang Kearsipan dan Perpustakaan.
- Mengembangkan Sistem Jaringan Informasi Kearsipan dan Perpustakaan.
- Mendayagunakan dan menyebarkan Koleksi Daerah.
- Menyimpan, memelihara dan melestarikan Arsip dan Bahan Pustaka.
- Memasyarakatkan Arsip dan Perpustakaan.
- Mewujudkan standarisasi sarana dan prasarana Kearsipan dan Perpustakaan.

2.2.3. Tugas dan Fungsi

2.2.3.1. Tugas Pokok

Tugas pokok Perpustakaan Daerah Jawa Tengah adalah membantu Gubernur dalam penyelenggaraan Pemerintah Daerah dibidang perpustakaan.

2.2.3.2. Fungsi Perpustakaan

- a. Pelaksanaan perumusan kebijakan teknis dibidang perpustakaan
- b. Pelaksanaan pelayanan penunjang dalam penyelenggaraan Pemerintah Daerah di bidang perpustakaan
- c. Pelaksanaan penyusunan rencana dan program monitoring, evaluasi dan pelaporan di bidang perpustakaan
- d. Pelaksanaan perencanaan dan pengembangan bahan pustaka
- e. Pelaksanaan penyelenggaraan layanan perpustakaan dan informasi
- f. Pelaksanaan penyelenggaraan perawatan dan pelestarian bahan pustaka
- g. Pelaksanaan pengumpulan, penyimpanan, pelestarian dan pendaayagunaan karya cetak dan karya rekam
- h. Pelaksanaan pengembangan perpustakaan
- i. Pelaksanaan kerjasama dengan lembaga lain dalam bidang perpustakaan
- j. Pelaksanaan fasilitas pengembangan minat baca masyarakat
- k. Pelaksanaan fasilitas pembinaan jabatan fungsional pustakawan
- l. Pelaksanaan pengelolaan urusan kepegawaian, keuangan, hukum, hubungan masyarakat, organisasi dan tata laksana serta urusan umum (rumah tangga) dan perlengkapan

2.2.4. Struktur Organisasi

Berdasarkan Peraturan Gubernur Jawa Tengah Nomor 54 Tahun 2008 Tanggal 20 Juni 2008, Perpustakaan Daerah Jawa Tengah merupakan Unit Pelaksana Teknis Badan Arsip dan Perpustakaan Daerah Provinsi Jawa Tengah. Untuk melaksanakan seluruh tugas

dan fungsi perpustakaan, maka struktur organisasi Arsip dan Perpustakaan Daerah Jawa Tengah yaitu:



Gambar 2.2: Struktur organisasi

1. Kepala Perpustakaan Daerah : SP ANDRIANI S, SH
2. Sekretaris Perpustakaan Daerah : Drs. Agus Waluyo, MM
 - a. Kasubbag Program : Drs. Adib Suharto, SIP, MM
 - b. Kasubbag Keuangan : Wahyu Putri Ariani, SE, MM
 - c. Kasubbag Umum dan Kepegawaian : Drs. Widhi Setyawan, MM
3. Kepala Bidang Pembinaan Dan Pengawasan : Anny Indrati, SH
 - a. Kasubbid Pembinaan : Maria Maharsi Pradoposari, SH, MH
 - b. Kasubbid Pengawasan : Dra. Sri Haryunie, MM

4. Kepala Bidang Akuisisi Dan Pengolahan : Drs. Agus Sardjono
 - a. Kasubbid Akuisisi : Sutopo, A.Md.
 - b. Kasubbid Pengolahan : Dra. Rika Widjayanti, MM

5. Kepala Bidang Pelestarian Dan Preservasi : Ir. Nurlena
 - a. Kasubbid Pelestarian : M. Bakhrun Efendi, SS
 - b. Kasubbid Preservasi : Puji Indradi, SE, MM

6. Kepala Bidang Layanan Dan Masyarakat : Drs. Agus Riyanto
 - a. Kasubbid Layanan : Dra. Retno Puspitosari
 - b. Kasubbid Pemasarakatan : Dra. Sri Lestari Handayani, MM

7. Kepala Bidang Pengembangan Dan HAL : Dra. Titik Rahajoe, M. Si.
 - a. Kasubbid Pengembangan : Dra. Endang Retna Triwati W. MM
 - b. Kasubbid Hubungan Antar Lembaga : Dra. Nani Adiati

8. Kepala UPT Perpustakaan Daerah : Drs. Mulyono, MPd
 - a. Kasubbag Tata Usaha : R. Kusdanarko, S.Sos.
 - b. Kepala Seksi Jasa Teknis Perpustakaan : Dra. Tri Wahyu Harimurti, M.Si
 - c. Kepala Seksi Deposit : Sudikto, SH, MH

2.2.5. Jenis Pelayanan

Perpustakaan Daerah Jawa Tengah memiliki beberapa jenis layanan perpustakaan antara lain Layanan Keanggotaan, Layanan Anak, Layanan Sirkulasi (Remaja dan Anak), Layanan Sirkulasi Dewasa), Layanan Referensi, Layanan Warintek, Layanan Terbitan Berkala, Layanan Audio Visual, dan Layanan Deposit.

2.2.5.1. Layanan Keanggotaan

Layanan Keanggotaan (Registrasi) terletak di lantai 1 (satu). Layanan ini dibuka setiap hari senin sampai jumat pukul 07.00 sampai 15.00 WIB.

Layanan Keanggotaan melayani setiap masyarakat umum yang ingin menjadi anggota perpustakaan. Persyaratan menjadi anggota perpustakaan adalah sebagai berikut:

1. warga kota semarang dan sekitarnya
2. mengisi formulir pendaftaran anggota
3. memberi stempel dan tandatangan dari fakultas khusus mahasiswa, stempel dan tandatangan dari petugas kelurahan bagi umum, dan tandatangan serta stempel bagi pegawai
4. melampirkan foto copy identitas diri yang sah (KTP/ KTM/ Kartu OSIS/ SIM)
5. membayar biaya administrasi pendaftaran sebesar Rp. 10.000,00

2.2.5.2. Layanan Anak

Layanan Anak terletak di lantai 1 (satu). Ruang layanan anak ini di sebut juga sebagai ruang anak *coca cola foundation* karena layanan inipada awalnya berdiri pertama kali atas kerjasama perpustakaan dengan *coca cola foundation* untuk mendirikan perpustakaan sebagai rumah modern. Program-program yang dilaksanakan juga beragam mulai dari *story telling*, pemutaran film, tempat bermain anak, dan sebagainya. Layanan *story telling* merupakan layanan bercerita yang dilakukan oleh petugas perpustakaan apabila terdapat kunjungan dari sekolah TK atau SD. *Story telling* dilakukan dengan memberikan orientasi atau

pengenalan perpustakaan secara sekilas kepada anak-anak kemudian dilanjutkan dengan bercerita secara keseluruhan atau mendongeng.

2.2.5.3. Layanan Referensi

Layanan Referensi terletak di lantai 1 (satu). Layanan ini dibuka setiap hari senin sampai Kamis pukul 07.00 sampai 18.00 WIB, hari Jum'at dan Sabtu pukul 07.00 sampai 15.00 WIB serta Minggu pukul 09.00 sampai 15.00 WIB.

Sistem layanan yang digunakan yaitu sistem layanan terbuka. Namun, koleksi yang ada tidak dipinjamkan, hanya boleh dibaca di tempat. Apabila ada pemustaka yang ingin memfotocopi buku di layanan referensi ini, maka harus meninggalkan identitas kepada petugas layanan referensi.

2.2.5.4. Layanan Sirkulasi (Remaja dan Anak)

Layanan Sirkulasi remaja dan anak terletak di lantai 2 (dua). Layanan ini dibuka setiap hari senin sampai Kamis pukul 07.00 sampai 18.00 WIB, hari Jum'at dan Sabtu pukul 07.00 sampai 15.00 WIB serta Minggu pukul 09.00 sampai 15.00 WIB.

Layanan sirkulasi (remaja dan anak) ini tidak hanya dimanfaatkan oleh remaja dan anak-anak saja tetapi juga dimanfaatkan oleh umum untuk memperoleh koleksi fiksi sebagai salah satu bahan rekreasi.

2.2.5.5. Layanan Sirkulasi (Dewasa/ umum)

Layanan Sirkulasi dewasa/ umum terletak di lantai 2 (dua). Layanan ini dibuka setiap hari senin sampai Kamis pukul 07.00 sampai 18.00 WIB, hari Jum'at dan Sabtu pukul

07.00 sampai 15.00 WIB serta minggu pukul 09.00 sampai 15.00 WIB.

Layanan dewasa/ umum ini dilengkapi dengan fasilitas hotspot dimana pemustaka yang datang dapat memanfaatkan fasilitas hotspot tersebut secara gratis untuk memperoleh informasi dari internet. Layanan sirkulasi (dewasa/ umum) ini banyak dimanfaatkan oleh seluruh lapisan masyarakat baik pemustaka mulai dari anak-anak, remaja hingga umum untuk memperoleh koleksi-koleksi umum/ non fiksi. Sistem layanan yang digunakan adalah layanan terbuka dimana pemustakaan dapat langsung memilih bahan pustaka di rak.

2.2.5.6. Layanan Warintek

Layanan warintek merupakan layanan internet yang dapat dimanfaatkan pemustaka yang ingin memperoleh informasi melalui internet. Layanan Warintek terletak di lantai 2 (dua) dengan 16 unit komputer. Setiap pemustaka yang menggunakan layanan ini dikenakan biaya Rp.3.000,00 per jam untuk pelajar dan mahasiswa, serta Rp.4.000,00 per jam untuk pegawai dan umum. Selain layanan internet, layanan warintek ini juga melayani layanan *scanner* dan *burning* bagi pemustaka yang membutuhkannya.

2.2.5.7. Layanan Terbitan Berkala

Layanan Terbitan Berkala terletak di lantai 2 (dua). Layanan inidibuka setiap hari senin sampai Kamis pukul 07.00 sampai 18.00 WIB, hari Jum'at dan Sabtu pukul 07.00 sampai 15.00 WIB serta minggu pukul 09.00 sampai 15.00 WIB.

Sistem layanan yang digunakan yaitu sistem layanan terbuka. Namun, koleksi yang ada tidak dipinjamkan, hanya boleh dibaca ditempat. Apabila ada pemustaka yang ingin memfotocopi koleksi dilayanan terbitan berkala ini, maka harus meninggalkan identitas kepadapetugaslayanan tersebut.

2.2.5.8.Layanan Audio Visual

Layanan Audio Visual terletak di lantai 1 (satu). Layanan ini dibuka setiap hari senin sampai kamis pukul 07.00 sampai 18.00 WIB, hari jum'at dan sabtu pukul 07.00 sampai 15.00 WIB serta minggu pukul 09.00 sampai 15.00 WIB.

Sistem layanan audio visual adalah sistem layanan terbuka sehingga pemustaka dapat langsung menggunakan koleksi yang diinginkan dengan menggunakan 8 (delapan) unit komputer yang telah tersedia. Pemustaka sudah bisa memanfaatkan koleksi yang terdapat dilayanan audio visual. Namun, sebagian pemustaka masih belum mengetahui keberadaan layanan audio visual dan belum memanfaatkan layanan ini dengan optimal.

2.2.5.9.Layanan Perpustakaan Keliling

Perpustakaan keliling merupakan salah satu perluasan layanan dari Perpustakaan Daerah Jawa Tengah untuk menjangkau masyarakat yang tinggal jauh dari perpustakaan Daerah Jawa Tengah. Armada perpustakaan keliling yang digunakan oleh Perpustakaan Daerah Jawa Tengah berupa kendaraan darat sejumlah tiga unit roda empat dengan rincian satu unit mobil kijang diperoleh dari bantuan Perpustakaan Nasional RI, satu unit mobil Mitsubishi L.300 diperoleh dari bantuan Rotary Club Semarang dan satu unit mobil

Mitsubishi Box diperoleh dari bantuan Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD).

Ada pula Mobil Pintar yang merupakan mobil titipan milik PKK (Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga) yang berasal dari sumbangan persatuan Solidaritas Istri Kabinet Indonesia Bersatu. Dalam satu hari perpustakaan keliling melayani 3 sampai 4 pos layanan. Pos layanan yang digunakan untuk melakukan layanan perpustakaan keliling dilakukan berdasarkan kerjasama dengan kelurahan atau instansi tertentu yang telah mengadakan kerjasama layanan perpustakaan keliling.

Perpustakaan keliling melayani pemustaka dari seluruh lapisan masyarakat tanpa membedakan umur, jenis kelamin, ras, agama, dan sebagainya, sehingga pemakainya sangat beragam mulai dari anak-anak hingga dewasa.

2.2.5.10. Layanan Deposit

Layanan deposit didirikan dalam upaya mewujudkan koleksi daerah dan melestarikan hasil budaya bangsa, Perpustakaan Daerah Jawa Tengah melaksanakan penghimpunan, penyimpanan, pelestarian dan pemanfaatan semua hasil karya cetak dan karya rekam yang dihasilkan di daerah Jawa Tengah dan tentang Jawa Tengah, sebagaimana diamanatkan dalam Undang-undang Nomor 4 Tahun 1990 tentang Serah Simpan Karya Cetak dan Karya Rekam, Peraturan Pemerintah Nomor 70 Tahun 1991 dan Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 1999. Layanan Deposit terletak di lantai 2 (dua). Layanan ini dibuka setiap hari senin sampai Kamis pukul 07.00 sampai 15.00 WIB serta hari Jumat pukul 08.00 sampai 11.00 WIB. Layanan Deposit terdiri dari 3 (tiga) ruang layanan yaitu:

a. Ruang skripsi dan terbitan berkala

Ruang ini sebagai tempat penyimpanan koran, majalah, brosur, leaflet, skripsi, jurnal dan lainnya. Ruang koleksi terbitan 35 kabupaten dan kota se-Jawa Tengah. Ruang ini sebagai tempat penyimpanan dan pelayanan informasi bagi pengunjung deposit dengan fasilitas yang tersedia berupa buku, kaset, CD dan beberapa alat *recording* dan *tape* sebagai alat untuk mendengarkan karya-karya rekam dengan 2 (dua) petugas yang menempati ruang tersebut.

b. Ruang administrasi dan pengolahan layanan deposit

Khusus untuk ruang administrasi dan pengolahan layanan deposit terletak di lantai 3 (tiga). Di ruang ini pegawai melakukan aktifitas pengindekan, pengetikan, pemasukan data dan aktifitas lainnya termasuk ruang tamu dan ruang kepala seksi deposit. Jenis kegiatan yang dilakukan oleh layanan deposit adalah penerbitan literatur sekunder dan *monev* (monitoring UU Nomor 4 Tahun 1990 tentang Karya Cetak dan Karya Rekam). Rekapitulasi data hasil penyerahan karya cetak dan karya rekam dari penerbit di Jawa Tengah pada tahun 2009 terlampir. Adapun jenis terbitan yang dihasilkan layanan deposit adalah 8 (delapan) literatur dan 4 (empat) klipings. Jenis terbitan tersebut antara lain :

1. Indeks Berita dan Artikel Surat Kabar Daerah Jawa Tengah Terbit setiap 4 (empat) kali per tahun

2. Indeks Artikel Majalah Daerah Jawa Tengah Entry yang ada berupa 2000 berita artikel dan 500 artikel
3. Bibliografi Daerah Jawa Tengah
4. Bibliografi Jawa Koleksi Deposit Daerah Jawa Tengah
5. Daftar karya Cetak dan Karya Rekam Jawa Tengah Dari semua yang diterima mulai dari monografi, kaset, koran, pamflet, booklet, brosur dan sebagainya
6. Katalog Induk Daerah Jawa Tengah
7. Daftar Koleksi Tambahan
8. Abstrak Literatur Jawa dan Penerbitan Alih Huruf Jawa (alih aksara)
9. Kliping tentang pemilu
10. Kliping tentang ekonomi
11. Kliping tentang kearsipan
12. Kliping tentang perpustakaan

2.3. Data Sekunder

2.3.1. Data konteks dari sumber yang tertulis mengenai “Gerakan Jawa Tengah Membaca”

- a) SM Cetak - Berita Utama 10 September 2012

“Dikampanyekan, Gerakan Jawa Tengah Membaca”

SEMARANG- Gerakan Jawa Tengah Membaca (GJTM) hari ini mulai dikampanyekan di Perpustakaan Daerah Jateng, Jl Sriwijaya, Semarang. Kegiatan yang digelar Perpustakaan Nasional bekerja sama dengan Badan Arsip dan Perpustakaan (Arpus) Jateng itu akan dicanangkan oleh Gubernur

Bibit Waluyo.

Tujuan kegiatan itu adalah meningkatkan kesadaran dan mendorong partisipasi masyarakat dalam memberdayakan perpustakaan sebagai sumber ilmu dan informasi. Kepala Badan Arpus Jateng SP Andriani menyatakan, GJTM merupakan tindak lanjut Gerakan Nasional Pembudayaan Gemar Membaca yang dicanangkan Wakil Presiden Boediono pada 27 Oktober 2011.

Wapres menyatakan bahwa kampanye gemar membaca perlu dilakukan untuk meningkatkan minat baca masyarakat terhadap buku-buku koleksi perpustakaan.

Badan Arpus telah melakukan upaya untuk meningkatkan minat baca. Selain memfasilitasi perpustakaan menetap, pihaknya juga menyediakan layanan perpustakaan keliling di kabupaten/kota sampai pedesaan. "Perpustakaan keliling kami juga membuka pelayanan di LP (Lembaga Pemasyarakatan) Wanita Semarang dan LP Kedungpane serta kawasan lokalisasi. Ternyata minat baca penghuni LP dan lokalisasi sangat tinggi. Buku yang paling diminati yakni tentang keagamaan," katanya. Koleksi Buku Menurut dia, kampanye GJTM juga diisi talkshow, lomba mengarang (untuk siswa SMP), lomba mewarnai (untuk anak TK), lomba menggambar (untuk siswa SD), pameran, games, kuis spontan berhadiah, dan hiburan musik. Hingga kini Badan Arpus telah memiliki koleksi 84 ribu judul buku yang terdiri atas fiksi, ilmu pengetahuan, sejarah, budaya, ekonomi, dan lainnya. "Melalui gerakan ini, Pemprov juga mengalokasikan dana APBD Jateng untuk bantuan rak dan buku bacaan untuk perpustakaan desa. Seluruh desa di Jateng yang berjumlah lebih dari delapan ribu

sudah memiliki perpustakaan," jelasnya. Ia juga menyambut baik pemilihan Jateng menjadialah satu tempat penyelenggaraan roadshow gerakan nasional Indonesia membaca.

b) Lintas Berita

“Gubernur Canangkan Gerakan Jawa Tengah Membaca”

11 September 2012, 18:50:31 WIB

Gubernur Jawa Tengah Siang Tadi Membuka Penganjuran Gerakan Jawa Tengah Membaca, Di Halaman Kantor Perpustakaan Daerah Jawa Tengah. Penganjuran Ini Dilakukan Karena Propinsi Jawa Tengah Terpilih Sebagai Salah Satu Propinsi Yang Minat Baca Masyarakatnya Meningkatkan. Pemilihan Jawa Tengah Sebagai Tujuan Roadshow Kali Ini Karena Jawa Tengah Merupakan Salah Satu Dari 2 Propinsi Yaitu Jawa Timur Dan Sumatera Selatan Yang Minat Baca Masyarakatnya Mengalami Peningkatan. Menurut Gubernur, Meski Sudah Mendapat Penilaian Yang Bagus, Namun Masih Perlu Ditingkatkan Upaya Menumbuhkan Terus Niat Baca Masyarakat. Salah Satu Cara Yakni Merangsang Niat Baca Dengan Memberikan Buku Tentang Teknologi Terapan, Yang Harus Tepat Sasaran. Sementara Itu, Kepala Perpustakaan Nasional, Sri Sularsih Mengatakan, Minat Baca Masyarakat Indonesia Semakin Meningkatkan. Ini Terbukti Dengan Kunjungan Masyarakat Ke Perpustakaan Yang Semakin Meningkatkan. Meski Demikian Sri Sularsih Juga Mengakui, Meski Telah Meningkatkan Minat Baca Masyarakat Namun Tidak Merata Di Setiap Wilayah. Sehingga Tetap Diupayakan Kepedulian Setiap Masyarakat

Dan Instansi Terkait Untuk Menumbuhkan Kecintaan Membaca.

Danang Prakosa Melaporkan

c) Laporan Wartawan Tribun Jogja, Bakti Buwono

TRIBUNNEWS.COM, SEMARANG –

Tingkat kegemaran membaca di Jawa Tengah masih rendah. Untuk mengatasi hal itu, Gubernur Jawa Tengah Bibit Waluyo bersama kepala perpustakaan nasional Sri Sularsih mencanakan program Gerakan Jawa Tengah Membaca di perpustakaan daerah. "Kalau orang desa suruh pilih gethuk apa buku, pasti pilih gethuk," kata Bibit di kantor perpustakaan daerah Jateng, Senin (10/9/2012). Ia mengakui banyak hambatan warga Jateng didominasi masalah ekonomi. Kehidupan ekonomi yang pas-pasan, membuat warga lebih berkonsentrasi untuk mencukupi kebutuhan perut. "Jika sudah tercukupi membudayakan gemar membaca lebih mudah," ucapnya.

2.3.2. Data Kontek gambar/ foto mengenai permasalahan



Gambar2. 3: Gubernur mencangkan “Gerakan Jawa Tengah Membaca”

(sumber : www.arpusda.jatengprov.go.id)



Gambar 2. 4: Salah satu fasilitas penunjang minat baca yaitu mobil pintar

(Sumber: www.arpusda.jatengprov.go.id)



Gambar 2. 5: Logo Jawa Tengah Membaca
(Sumber: www.arpusda.jatengprov.go.id)



Gambar 2.6: Game Online adalah salah satu faktor yang sangat menyita waktu Mahasiswa

(Sumber : www.google.co.id)



Gambar2.7: Salah satu faktor lingkungan yang tidakmendukung aktivitas membaca

(Sumber : Dokumentasi Pribadi)

2.4.Target Audience

2.4.1. Target Geografis

Target geografis pada perancangan media kampanye ini adalah mahasiswa yang menuntut ilmu di Kota – kota di Jawa Tengah.

2.4.2. Target Demografis

Target demografis pada perancangan media kampanye ini adalah Mahasiswa yang menuntut ilmu di wilayah Jawa Tengah dengan usia 19 - 24 tahun. Dimana mahasiswa selama masa kuliah harus mempunyai wawasan yang luas untuk terjun ke dunia industri nantinya.

2.4.3. Target Behavioristik

Target Behavioristik pada perancangan media kampanye ini adalah mahasiswa yang kurang sadar akan pentingnya membaca dan tidak meluangkan waktunya untuk membaca dan hanya memilih rutinitas yang kurang bermanfaat dan jauh dari membaca.

2.5. Analisis Data

Analisis data dalam Perancangan media kampanye ini menggunakan 5W + 1H, dimana 5W + 1H merupakan strategi yang memegang peranan vital dalam penentuan keberhasilan iklan. Strategi merupakan dasar membangun merek, strategi menjaga agar periklanan dan elemen pemasaran berada dalam jalur yang tepat serta membangun kepribadian merek dengan jelas dan konsisten. Strategi mewakili jiwa dan menjadi penting untuk keberhasilan (Roman, Maas & Nisenholtz, 2005).

Strategi media adalah jawaban atas tujuan media yang ditetapkan. Strategi media dilakukan dengan cara menyeleksi media-media apa saja yang akan digunakan untuk dapat menjangkau *target audience*. Strategi iklan harus mampu menjawab pertanyaan dasar dari rancangan sebuah kampanye periklanan yang dirumuskan 5W+1H (Suhandang, 2005)

5W + 1H

What :

- **Apa tujuan dari media kampanye “Gerakan Jawa Tengah Membaca”?**

media kampanye ini ditujukan untuk menciptakan kesadaran akan pentingnya meluangkan waktu dalam sehari untuk membaca

Who :

- **Siapa saja khalayak yang dijangkau ?**

Mahasiswa yang menuntut ilmu di wilayah Jawa Tengah

When :

- **Kapankah iklan dipasang ?**

Pada acara di TV lokal yang segmentasi nya adalah remaja dan pada Jam prime time antara jam 18.00 s.d 21.00, karenapada waktutersebut merupakan waktu paling banyak ditonton oleh masyarakat dan juga waktu dimana masyarakat sedang senggang oleh kesibukan.

Where :

- **Dimana Iklan dipasang ?**

Di stasiun TV swasta lokal SemarangTV sebagai stasiun televisi lokal yang mempunyai penonton dari berbagai kalangan dan cakupan areanya juga mencakup sebagian besar wilayah di Jawa Tengah. Selain itu iklan layanan masyarakat ini juga akan diunggah ke situs *youtube*. Ini di karenakan media internet adalah tempat dimana mahasiswa sering menghabiskan waktu luangnya.

Why :

- **Mengapa harus demikian ?**

Karena sebagian besar mahasiswa menghabiskan waktu luangnya dengan hal yang jauh dari aktivitas membaca, bahkan cenderung tidak bermanfaat seperti bermain game online, menonton TV, dan tongkrong dengan teman-teman sebaya.

How :

- **Bagaimana bentuk iklan tersebut ?**

Media utamanya berupa iklan animasi 3D yang akan diaplikasikan pada iklan televisi(TVC). Dan media pendukungnya Poster, spanduk, baliho, dan merchandise berupa T-shirt, stiker, dan pembatas buku.

2.6. Kesimpulan Analisis

Masih banyak mahasiswa di Jawa Tengah yang menghabiskan waktu luangnya dengan kurang bermanfaat, dan tentunya jauh dari aktivitas membaca. Padahal dengan membaca informasi yang diserap akan semakin

banyak dan tentunya wawasan semakin luas, modal inilah yang nantinya akan digunakan jika mereka sudah terjun ke dunia kerja. Untuk itu perlu sebuah media kampanye yang bersifat menghimbau dan memotivasi yang ditempatkan di tempat strategis agar mahasiswa bisa meluangkan waktunya untuk melakukan membaca.

BAB III

KONSEP PERANCANGAN

3.1. Konsep Media

3.1.1. Tujuan Media

Sebuah media harus direncanakan sedemikian rupa agar penyampaian pesan tetap pada arah yang ditentukan. Untuk menyampaikan pesan pada media kampanye ini kepada target *audience* yaitu mahasiswa yang berada di wilayah Jawa Tengah. Dalam sebuah penyampaian pesan, media harus memiliki kemampuan untuk menarik perhatian *audience* agar pesan yang hendak disampaikan dapat dipahami dengan baik. Pesan yang disampaikan oleh sebuah iklan, dapat berbentuk perpaduan antara pesan verbal dan pesan non verbal. Pesan verbal adalah pesan yang disampaikan baik secara lisan maupun tulisan. Didalam pesan verbal tersebut merupakan rangkaian kata-kata yang tersusun dari huruf vokal dan konsonan yang membentuk makna tertentu. Dalam media kampanye “Gerakan Jawa Tengah Membaca ini Pesan Verbal ditampilkan dalam bentuk tagline yang terdapat pada *ending* iklan, yaitu berupa teguran mahasiswa tentang masa depan yang masih tanda tanya, untuk itu membaca adalah salah satu cara untuk membangun masa depan.

Pesan non verbal merupakan pesan yang dapat diterima khususnya melalui indra penglihatan. Pada media kampanye tentang “Gerakan Jawa Tengah Membaca” ini pesan non verbal ditampilkan pada penyampaian sebuah karakter animasi dan gaya visual animasi yang disampaikan berupa *3D animation* dengan penggunaan konsep *monolog comedy* yaitu hanya menggunakan satu tokoh dan penyampaian pesan lebih menggunakan bahasa tubuh. Dengan konsep tersebut diharapkan bisa mencakup kalangan mahasiswa karena konsep tersebut sudah sangat akrab di kalangan mahasiswa. Kemudian nantinya diharapkan pesan yang ingin dikomunikasikan dapat diterima dengan baik oleh target *audience*.

3.1.2. Strategi Media

Dalam perancangan strategi media ini perlunya beberapa upaya yang harus dilakukan. Hal ini berhubungan dengan tujuan dari media tersebut yakni mengkomunikasikan secara efektif, pesan yang hendak disampaikan kepada target audience. Upaya tersebut meliputi pemilihan media yang tepat, dan penempatan media iklan agar tepat sasaran dan memiliki efektifitas dalam penyampaian pesan kepada target audience. Hal tersebut berkaitan dengan data yang terkait dengan target audience, agar media yang dipilih dapat mengkomunikasikan pesan secara tepat dan efektif.

Dalam perancangan strategi media kampanye “Gerakan Jawa Tengah Membaca” ini perlunya beberapa upaya yang harus dilakukan antara lain, menggunakan visualisasi animasi televisi. Televisi mempunyai keunggulan dapat menjangkau masyarakat secara luas sesuai target utama pencapaian media kampanye ini. Serta dengan menggunakan media televisi yang merupakan sumber berita dan hiburan serta memberi pengaruh kuat dalam hal penyampaian pesan melalui iklan yang disampaikan. Kemudian poster yang akan ditempatkan di tempat-tempat umum dan perguruan tinggi negeri maupun swasta yang kalangan mahasiswa dan generasi muda di Jawa Tengah.

3.1.3. Pemilihan Media

3.1.3.1. Tujuan Media dan Kreatif

Tujuan dari Iklan Animasi tentang “Gerakan Jawa Tengah Membaca” ini adalah sebagai himbaun kepada mahasiswa pada khususnya dan Generasi muda Jawa Tengah pada umumnya untuk pentingnya membaca sebagai modal untuk membangun masa depan dan juga mempromosikan “Gerakan Jawa Tengah Membaca” sebagai serangkaian *road show* “Gerakan Indonesia Membaca”.

3.1.3.2. Sasaran Khalayak

- Geografis

Bertempat di perkotaan di Jawa Tengah yang mempunyai perguruan tinggi negeri maupun swasta

- Demografis
Usia remaja, lebih spesifiknya lagi mereka yang berstatus mahasiswa
- Psikologis
Mahasiswa yang kurang sadar akan rutinitas sehari – harinya yang jauh dari aktivitas membaca.

3.1.4. Program Media

Adapula pemilihan media yang terkait adalah sebagai berikut :

3.1.4.1. Animasi / Iklan Televisi

Iklan Televisi (TVC) dengan menggunakan teknik animasi 3D dapat mencakup seluruh elemen masyarakat termasuk mahasiswa. Penggunaan film animasi yang merupakan gambar bergerak (*audio visual*) termasuk media yang tepat dalam memberikan kesan sehingga dapat terekam dengan baik oleh target audience. Penempatan media film animasi tentang “Gerakan Jawa Tengah Membaca” ini akan ditempatkan pada iklan di stasiun TV swasta lokal yang ada di Jawa Tengah dan media sosial Youtube.

3.1.4.2. Poster

Kampanye “Gerakan Jawa Tengah Membaca” untuk mahasiswa ini akan diaplikasikan pada media poster yang dirasa cukup efektif dalam penyampaian pesan, karena poster tersebut akan ditempatkan pada tempat umum, dan perguruan tinggi di Jawa Tengah.

3.1.4.3. Baliho

Mengingat target utamanya Kampanye “Gerakan Jawa Tengah Membaca” ini adalah mahasiswa yang tentunya berada di perkotaan maka penggunaan media baliho akan sangat efektif

menjangkau kalangan mahasiswa. Dengan penempatan di jalan-jalan besar menuju kearah kampus dan tempat terbuka umum.

3.1.4.4.Spanduk

Dalam Kampanye“Gerakan Jawa Tengah Membaca” untuk mahasiswa ini media spanduk sebagai salah satu media outdoor yang nantinya akan ditempatkan di akses masuk menuju kampus.

3.1.4.5.T-Shirt

Tujuan dibagikannya T-shirt adalah sebagai pengingat mahasiswa di Jawa Tegahagarmeluangkan waktunya untuk membaca.

3.1.4.6.Stiker

Tujuan dibagikannya stiker adalah untuk mengingatkan target audience untuk selalu meluangkan waktunya dalam sehari unutk membaca.

3.1.4.7.Pembatas Buku

dibagikannya pembatas buku adalah agar selalu memotivasi mahasiswa dalam melakukan aktivitas membaca, sehingga membaca bisa menjadi hoby yang terus menerus dilakukan di lakukan.

3.1.5. Perencanaan media

3.1.5.1.1. Perencanaan media jangka pendek

Tabel 3.1: Tabel media jangka pendek

No	Media	Bulan												Keterangan
		Oktober				November				Desember				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1.	TVC													Tayang 5 kali sehari
2.	Poster													pendistribusian mulai tanggal 1-10 Oktober 2013
3.	Baliho													
4.	Spanduk													
6.	Stiker													
7.	Pembatas buku													
5.	T-shirt													Di bagikan dalam 2 tahap

3.1.5.1.2. Perencanaan Media Jangka Panjang

Untuk perencanaan media jangka panjangnya dilakukan setelah evaluasi dari Promosi jangka pendek sekaligus untuk menekan biaya.

Tabel 3.2: Tabel perencanaan jangka panjang

No	Media	Bulan												Keterangan
		Januari 2014 – Desember 2014												
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
1.	TVC													Tayang 2 kali sehari
2.	Poster													Di cetak ulang 500 lembar
3.	Baliho													Pemasangan di menjadi 5 titik
4.	Spanduk													Di cetak ulang 20 buah
6.	Stiker													Di cetak ulang 500 buah
7.	Pembatas buku													Di cetak ulang 500 buah
5.	T-shirt													Di produksi ulang 200 Pcs

3.1.6. Biaya Media

3.1.6.1. Animasi / Iklan Televisi

kampanye “Gerakan Jawa Tengah Membaca” ini direncanakan akan berlangsung selama 3 bulan mulai bulan Oktober 2013 hingga Desember 2013, dengan durasi tayang 5 kali dalam sehari, kemudian dievaluasi terlebih dahulu untuk langkah selanjutnya. Iklan ini akan dipasang di stasiun televisi

SemarangTV Mengingat SemarangTV adalah Stasiun televisi yang memiliki *coverage areayang* tersebar di kota-kota di Jawa Tengah dan semarangTV merupakan stasiun televisi lokal yang memiliki pemirsa yang mencakup berbagai umur termasuk kalangan mahasiswa.

Tabel 3.3: Rincian Biaya TVC

Biaya	Jumlah
1. Biaya Pra-produksi	
Biaya Konsep	3.000.000,-
Biaya story board	1.500.000.-
Biaya 3D modeling	2.000.000.-
Biaya Animator	3.000.000.-
Biaya rendering	4.000.000.-
Biaya compositing	1.500.000.-
Total	15.000.000.-
2. Biaya produksi @ Rp. 400.000.-	
3. Biaya Pasca Produksi Rp. 400.000.- x 5 (Jumlah tayang per hari) = 2.000.000.-	
4. Biaya keseluruhan 2.000.000 x 90 hari	180.000.000-
Total	195.000.000-

3.1.5.2 Poster

Diletakkan kampus dan café yang sering di kunjungi mahasiswa untuk menghabiskan waktu luangnya.

Tabel 3.4: Rincian Biaya Poster

Biaya	Jumlah
Biaya Pra-produksi Biaya Konsep (2 item) @ 300.000.-	600.000,-
Biaya Produksi CTS @ Rp. 2000	
Biaya Pasca Produksi Rp. 2000.- x 1000 lbr	2.000.000,-
Total	2.600.000,-

3.1.5.3. Baliho

Menggunakan bahan *mmtflexy korea* 280 gr

Tabel 3.5 :Rincian Biaya Baliho

Biaya	Jumlah
1. Biaya Pra-produksi Biaya Konsep	100.000,-
2. Biaya Produksi @Rp.15.000,- x6 meter = 90.000 @90.000.- x 15 buah	4.500.000,-
3. Biaya Pasca Produksi - Biaya pasang baliho @100.000 x 6 meter = 600 .000 600 .000 x 15 - Tarif pajak 9.000.000 x 3 bulan	9.000.000 27.000.000
Total	40.600.000,-

3.1.5.4. Spanduk

Menggunakan bahan *mmtflexy korea* 280 gr

Tabel 3.6: Rincian Biaya Spanduk

Biaya	Jumlah
1. Biaya Pra-produksi Biaya Konsep	100.000,-
2. Biaya Produksi @Rp.15.000,- x 4 m	60.000.-
3. Biaya Pasca Produksi @60.000 x 50	3.000.000,-
Total	3.160.000,-

3.1.5.5.T-shirt

Menggunakan bahan *cotton combed* dengan teknik sablon

Tabel 3.7: Rincian Biaya T-Shirt

Biaya	Jumlah
4. Biaya Pra-produksi Biaya Konsep	100.000,-
5. Biaya Produksi @Rp.50.000,-	
6. Biaya Pasca Produksi @50.000 x 1000	50.000.000,-
Total	50.100.000,-

3.1.5.6. Stiker

Ukuran diameter 44mm, menggunakan laminasi dove

Tabel 3.8: Rincian Biaya Stiker

Biaya	Jumlah
1. Biaya Pra-produksi&Biaya Konsep	100.000,-
2. Biaya Produksi @Rp. 2000	
3. Biaya Pasca Produksi @2000 x 2000	3.000.000,-
Total	3.100.000,-

3.1.5.7. Pembatas Buku

Tabel 3.9: Rincian Biaya pembatas buku

Biaya	Jumlah
Biaya Pra-produksi&Biaya Konsep	200.000,-
Biaya Produksi @Rp. 3000	
Biaya Pasca Produksi @3000 x 1000	3.000.000,-
	3.200.000,-

3.2. Konsep Kreatif

3.2.1 Tujuan Kreatif

Pesan yang ingin disampaikan pada media kampanye “Gerakan Jawa Tengah Membaca” ini adalah agar mahasiswa di Jawa Tengah dalam hal ini sebagai target utama perancangan Iklan Layanan Masyarakat “Gerakan Jawa Tengah Membaca” untuk lebih sadar akan pentingnya membaca dalam membangun masa depan. Melihat pola hidup mahasiswa yang jauh dari membaca dan cenderung membuang waktu luang untuk hal yang tidak bermanfaat, salah satunya seperti bermain game online sampai lupa waktu atau sengaja mengulur-ulur waktu untuk membaca. Ditambah dengan perkembangan teknologi saat ini yang cenderung memanjakan mahasiswa untuk membuang waktu luangnya. Namun perkembangan teknologi tidak serta merta membawa dampak negatif bagi mahasiswa, misalkan dengan perkembangan teknologi seperti *tablet PC* atau *smart phone* mahasiswa tidak perlu membawa buku bacaan yang sangat banyak cukup dengan menyimpan beberapa *ebook* didalam *smart phone* nya atau *tablet PC* nya. Maka dari itu, penyampaian informasi tentang meluangkan waktu untuk membaca untuk tersebut sangatlah penting demi meningkatnya kualitas SDM di Jawa Tengah nantinya.

Melalui pengkomunikasian pesan tersebut, diharapkan target audience dapat terpacu untuk membaca. Pendekatan yang dilakukan adalah pendekatan sosialisasi, motivasi, dan edukasi kepada masyarakat umum yang tidak hanya menginformasikan akan tetapi dapat menjadi pembelajaran yang penting bagi *target audience*.

Alasan mengapa pesan tersebut dikomunikasikan, karena kalangan mahasiswa masih kurang sadar akan pentingnya membaca dan lebih memilih melakukan kegiatan yang kurang bermanfaat dalam memanfaatkan waktu luangnya. Maka dari itu pendekatan

melalui sosialisasi, motivasi, dan edukasi dapat mengenai pola pemikiran mereka dalam kesadarannya untuk membaca

Melalui kampanye “Gerakan Jawa Tengah Membaca” ini diharapkan para mahasiswa di Jawa Tengah dapat mengubah pola pikir mereka menjadi lebih terbuka dengan memperbanyak membaca, dan diterapkan dalam kehidupan sehari-hari secara berkelanjutan.

3.2.2 Strategi Kreatif

3.2.2.1 Isi Pesan

Isi Pesan dari Iklan kampanye tentang “Gerakan Jawa Tengah Membaca” ini memberikan pesan bahwa memanfaatkan waktu luang untuk membaca karena masa depan masih tanda Tanya untuk itu mengajak agar tetap membaca untuk masa depan yang lebih baik.

3.2.2.2 Bentuk Pesan

Bentuk dari penyampaian pesan dari kampanye tentang “Gerakan Jawa Tengah Membaca” ini menggunakan teknik animasi 3D. Visualisasi berupa animasi tersebut merupakan unsur penarik perhatian yang dapat memberikan gambaran mengenai isi pesan, dengan menggunakan konsep *monolog comedy*, di harapkan dapat menarik perhatian target audience yaitu mahasiswa di Jawa Tengah.

3.2.2.3 Strategi Visual

Strategi visual merupakan gambaran dari kampanye “Gerakan Jawa Tengah Membaca” setiap mahasiswa pasti ingin sukses setelah lulus nanti untuk itu melalui ILM ini memberikan semacam motivasi bahwa meluangkan waktu

untuk membaca dapat menimbulkan dampak positif untuk masa depan seseorang.

3.2.3. Program Kreatif

3.2.3.1 Tema Pokok Kreatif

Tema perancangan dalam kampanye “Gerakan Jawa Tengah Membaca” ini mengkomunikasikan pesan bahwa jangan membuang waktu luang untuk kegiatan yang tidak perlu dan mengarahkan pada kegiatan membaca karena dengan membaca seseorang telah mulai membangun masa depannya sesuai dengan apa yang diinginkannya.

3.2.3.2 Pendukung Tema Perancangan

Kampanye “Gerakan Jawa Tengah Membaca” ini ingin menyadarkan kepada target audience untuk memberikan perhatian agar melakukan aktivitas membaca di sela-sela rutinitas sehari-hari sehingga membaca dapat menjadi kebiasaan yang tidak bisa di tinggalkan. Terutama untuk mahasiswa yang membuang waktunya untuk hal-hal yang tidak diperlukan dan cenderung tidak bermanfaat. Dengan melakukan pendekatan sosialisasi dengan iklan animasi ini diharapkan pesan yang dimaksud dapat tersampaikan dengan baik dan tepat sasaran.

3.2.3.3 Pendukung Bentuk Kreatif

Dalam kampanye tentang Sosialisasi Vegetarian ini Pesan Verbal ditampilkan dalam bentuk tagline yang terdapat pada *ending* iklan, yaitu berupa teguran agar tidak membuang waktu dengan hal-hal yang tidak perlu kemudian setelah itu mengajak untuk melakukan aktivitas membaca. Untuk gaya bahasa yang digunakan pada Iklan Layanan Masyarakat

“Gerakan Jawa Tengah Membaca” ini menggunakan gaya bahasa hiperbola, yaitu gaya bahasa yang mengandung pernyataan yang berlebihan baik jumlah, ukuran, ataupun sifatnya dengan tujuan untuk menekan, memperhebat, meningkatkan kesan dan pengaruhnya.

Kemudian Citra yang ingin ditonjolkan pada kampanye tentang sosialisasi “Gerakan Jawa Tengah Membaca” ini adalah untuk membangun masa depan yang sukses harus di mulai dari hal yang kecil yaitu membaca, dengan membaca maka mahasiswa telah memulai membangun masa depannya masing-masing.

3.2.4 Biaya Kreatif

Tabel 3.10: Biaya Kreatif

No	Keterangan	Harga
1	Iklan Televisi	195.000.000.-
3	Poster	2.600.000,-
4	baliho	40.600.000,-
5	Pembatas Buku	5.200.000,-
6	T-shirt	50.100.000.-
7	spanduk	3.160.000.-
8	stiker	3.100.000.-
	Total Sementara	Rp. 299.760.000.-

BAB IV

VISUALISASI

4.1. Outline

Garis besar dari kampanye “Gerakan Jawa Tengah Membaca” ini adalah mengajak mahasiswa pada umumnya agar meluangkan waktunya untuk membaca dan menjauhi aktivitas yang tidak bermanfaat. Hal tersebut direpresentasikan dalam iklan layanan masyarakat dalam bentuk TV advertisement dengan durasi 1 menit

Dalam animasi kampanye tersebut, menampilkan suasana taman pada waktu sore hari. Kemudian datanglah seorang tokoh utama mengendarai mobil klasik *VW Combi* bernama Kevin. Setelah keluar dari mobil karakter utama tadi terlihat membawa buku dan berniat untuk membaca buku sambil menikmati sore hari, akan tetapi setelah duduk dibangku taman Kevin malah meletakkan bukunya disamping dan bersantai santai membuang waktu tanpa membaca, tak lama kemudian Kevin melihat bola menggelinding ke arahnya Kevin pun menengok ke kiri kanan tapi tidak menemukan pemiliknya karena penasaran Kevin menghampirinya dan melempar bola ke arah datangnya bola tadi, akan tetapi bola tersebut kembali lagi Kevin melakukan hal tersebut berulang-ulang akan tetapi bola kembali lagi dihadapannya. Kemudian Kevin mendapatkan ide untuk memainkan bola tersebut setelah beberapa lama dia melakukan tendangan yang sangat keras dan bola tersebut hilang untuk beberapa lama, Kevin merasa bahwa bola tersebut sudah jauh dan berniat kembali ke bangku yang Kevin duduki tadi akan tetapi bola tersebut datang dengan ukuran yang jauh lebih besar dan menimpa mobil kesayangannya yang diparkir disamping, Kevin pun kaget seakan tak percaya. Setelah itu muncul pesan yang menagajak membaca dan jangan membuang waktu untuk hal-hal yang tidak perlu.

4.2. Pendekatan Visual

Pendekatan visual ini yaitu menggunakan animasi 3D dengan pertimbangan animasi 3D merupakan media yang cocok diterima oleh segala elemen masyarakat termasuk kalangan mahasiswa.

Proses pengerjaan animasi dilakukan menggunakan *software* 3Ds max, dimulai dari alur cerita dengan bantuan *storyboard* yang sudah direncanakan. Kemudian membuat karakter dan menjalakkannya dengan *software* 3Ds max. setelah itu proses *compositing* dengan menggunakan *software* Adobe After efect untuk penggabungan karakter dengan *Evirontment / Background*.

Pada audio, menggunakan *sound FX* seperti suara mobil, langkah kaki dsb. Yang tersedia secara gratis dan legal di www.musiktek.com.

File animasi yang digunakan adalah berupa format AVI DV-PAL, sesuai dengan format TV di Indonesia.

1. Pendekatan isi pesan

Kampanye ini menggunakan pendekatan moral. Yaitu dengan menampilkan dampak dari kebiasaan yang bermanfaat bermanfaat dan tidak bermanfaat.

2. Penentuan What to say dan How to say

What to say :

Mengajak Mahasiswa untuk memanfaatkan waktu untuk hal-hal yang bermanfaat bagi masa depan seperti membaca.

How to say :

Memberikan contoh dampak dari membaca itu sendiri dan hasilnya akan di nikamati kemudian hari.

3. Desire Respose

Attention (Perhatian) terletak pada visualisasi berbentuk film iklan animasi 3D yang di sukai banyak kalangan terutama

kalangan remaja/mahasiswa.dengan penggambaran karakter animasi yang unik dan concept karakter menggunakan *monolog comedy*di harapkan iklan animasi “Gerakan Jawa Tengah Membaca” ini tidak hanya memberikan efek ketertarikan akan tetapi juga memberikan hiburan bagi *audience*. Dengan penempatan tagline di akhir iklan akan mengiring pikiran penonton agar bertanya-tanya maksud iklan tersebut sehingga penonoton (*audience*) akan melihat iklan tersebut sampai akhir tanpa terlebih dahulu mengganti chanel Televisi.

kampanye“Gerakan Jawa Tengah Membaca” ini akan di buat secara berkelanjutan (serial) dengan karakter yang sama yaitu si Kevin akan tetapi masalah yang di hadapi disesuaikan dengan permasalahan sosial yang terjadi pada kalangan remaja / mahasiswa, dan tentunya pada akhir iklan mengajak agar meluangkan waktu untuk membaca.

4. Copywriting

- Headline : don't waste yor time, keep read !!! and stay focus with your future

Mengajak mahasiswa agar meluangkan waktunya untuk membaca untuk menunjang kariernya di masa depan.

- How to say :
 - *don't waste yor time, keep read !!! and stay focus with your future*
 - seorang yang sukses membangun masa depannya dengan hal-hal yang kecil, *keep read!*
 - Matikan game mu dan mulailah membaca
 - *Be succes, Be clever with reading*
- Model Pendekatan Persuasi Visual

kampanye“Gerakan Jawa Tengah Membaca” ini Gaya bahasa yang digunakan menggunakan gaya bahasa hiperbola, yaitu

gaya bahasa yang mengandung pernyataan yang berlebihan baik jumlah, ukuran, ataupun sifatnya dengan tujuan untuk menekan, memperhebat, meningkatkan kesan dan pengaruhnya.

Dalam perancangan Iklan Animasi kampanye “Gerakan Jawa Tengah Membaca” ini menggunakan penggambaran yang dilebih-lebihkan khususnya pada scene dimana setelah membaca mendapat mobil lamborghini yang wananya sama dengan mobil VW Comby milik si Kevin

- Tone dan manner

Citra yang ingin ditonjolkan pada kampanye tentang “Gerakan Jawa Tengah Membaca” ini adalah masa depan seseorang dapat di lihat dari dia memanfaatkan waktunya untuk hal-hal yang bermanfaat terutama membaca.

4.3. Storyline

Dalam animasi kampanye tersebut, menampilkan suasana taman pada waktu sore hari. Kemudian datanglah seorang tokoh utama mengendarai mobil klasik *VW Combi* bernama Kevin. Setelah keluar dari mobil karakter utama tadi terlihat membawa buku dan berniat untuk membaca buku sambil menikmati sore hari, akan tetapi setelah duduk di bangku taman Kevin malah meletakkan bukunya disamping dan bersantai santai membuang waktu tanpa membaca, tak lama kemudian Kevin melihat bola menggelinding ke arahnya Kevin pun menengok ke kiri kanan tapi tidak menemukan pemiliknya karena penasaran Kevin menghampirinya dan melempar bola ke arah datangnya bola tadi, akan tetapi bola tersebut kembali lagi Kevin melakukan hal tersebut berulang-ulang akan tetapi bola kembali lagi dihadapannya. Kemudian Kevin mendapatkan ide untuk memainkan bola tersebut setelah beberapa lama dia melakukan tendangan yang sangat keras dan bola tersebut hilang untuk beberapa lama, Kevin merasa bahwa bola tersebut sudah jauh dan

berniat kembali kebangku yang kevin duduki tadi akan tetapi bola tersebut datang dengan ukuran yang jauh lebih besar dan menimpa mobil kesayanganya yang diparkir disamping, kevin pun kaget sekan tak percaya. Setelah itu muncul pesan “don’t waste yor time, keep read !!! and stay focus with your future“ kemudian kembali lagi pada cerita dan terlihat dia sedang membaca kemudian jatuhlah mobil lamborghini jatuh dari langit tepat di sampingnya.

4.4.Script

Title : kampanye tentang “Gerakan Jawa Tengah Membaca”

Media : Video

Durasi : 1 menit 20 detik

Tabel 4.1: Script

Video	Audio
Mobil melintas	SFX mobil
Mobil berjalan mundur dan parkir	SFX mobil dan SFX rem mobil
Pintu mobil terbuka Close Up pada bagian bawah pintu mobil terlihat ke dua kaki Si Kevin	SFX pintu mobil terbuka
Kevin berjalan keluar mobil dan menutup pintu mobil dengan kakinya	SFX pintu mobil tertutup SFX langkah kaki Backsound:
Kevin berjalan dan melihat bangku taman yang kosong kemudian dia duduk	SFX langkah kaki SFX squast
Kevin meletakkan buku di bangku tepat di sampingnya close up tangan dan buku	SFX buku yang di jatuhkan
Kevin terlihat santai duduk di bangku taman	Backsound: suasana taman
Kevin melihat bola menggelinding dan berhenti tepat di depannya	SFX bola di tendang Backsound: suasana taman

Kevin menghampiri bola tersebut	SFX langkah kaki
Kevin melempar bola tersebut long shoot sehingga terlihat environment taman yang luas	SFX swosh
Bola kembali lagi tepan di bawa kaki kevin close up kaki kevin	SFX bola di tendang
Expresi wajah kevin yang seperti orang mendapatkan ide close up wajah kevin	SFX bel (mendapatkan ide)
Kevin menendang bola	SFX bola di tendang
Terlihat Bola melayang di udara dalam posisi kembali ke arah kevin	SFX swosh
Kevin menyundul bola	SFX bola di tendang
Terlihat Bola melayang di udara dalam posisi kembali ke arah kevin	SFX swosh
Kevin menjugling bola kemudian terakhir dia menendang bola sekeras kerasnya karakter freeze dan camera roling	SFX swosh SFX bola di tendang
Kevin melihat keatas sambil tanganya menutupi matanya sekan melihat bola sudah jauh terbang	SFX ambil nafas
Kevin berbalik arah dan berjalan menuju ke bangku tapi setelah di tengah terlihat bola yang jauh lebih besar ukuranya jatuh menimpa mobil kevin yang di parkir di pinggir jalan Pesan muncul don't waste yor time, keep read !!! and stay focus with your future“	SFX suara langkah kaki SFX squast Fade in backsound
Kembali ke scene taman terlihat kevin	Backsound suasana taman

sedang membaca buku close up wajah dan buku kevin	
Zoom out terlihat mobil lamborghini jatuh dari atas tepat di samping bangku dimanakevin duduk	SFX benda Jatuh SFX swosh

4.5.Run Down / Breakdown Script

Tabel 4.2: Breakdown script

Time	Keterangan
0'.00 " - 0'.05 "	Mobil vw melintas dan parkir, pintu terbuka
0'.05 " - 0'.09 "	Karakter 1 keluar mobil dan menutup pintu dengan kakinya kemudian berjalan menuju taman
0'.09 " - 0'.015 "	Berjalan menuju bangku taman dan duduk
0'.015 " - 0'.018"	Meletakkan buku
0'.018" - 0'.24 "	Karakter 1 terlihat santai setelah itu melihat bola datang di depannya.
0'.24 " - 0'.29 "	Karakter 1 datang menghampiri bola
0'.29 " - 0'.38 "	Karakter 1 melepar bola dengan tangannya dan Bola kembali lagi
0'.38 " - 0'.40 "	Karakter 1 menendang bola
0'.40 " - 0'.43 "	Bola melayang ke arah karakter 1 dan berada di depannya lagi
0'.43 " - 0'.46 "	Karakter 1 mendapatkan ide untuk memainkan bola
0'.46 " - 0'.50 "	Bola di tendang dan balik lagi
0'.50 " - 0'.52 "	Bola di sundul dan balik lagi

0'.52 " - 0'.55 "	Bola di tendang dengan pantatnya dan balik lagi
0'.55 " - 1'.03 "	Karakter 1 bermain jugling bola dan menendang sekuat tenaga
1'.03 " - 1'.07 "	Karakter 1 melihat kaas langit memastikan bola sudah terlempar jauh dan berjalan menuju bangku lagi
1'.07 " - 1'.09 "	Sebelum sampai bangku langkahnya terhenti karena bola datang lebih besar dan menimpa mobil vw kesayangannya
1'.09 " - 1'.14 "	Pesan muncul di selingi karakter 1 sedang di kejar bola
1'.14 " - 1'.17 "	Karakter satu sedang membaca buku tiba merasakan ada sesuatu yang jatuh
1'.17 " - 1'.20 "	Sebuah lamborghini jatuh di depannya dan di samping mobil vw nya
1'.20 " - 1'.23 "	Logo provinsi Jateng, udinus, dan dkv udinus

4.6.Format

Format merupakan Hardware dan Software yang digunakan

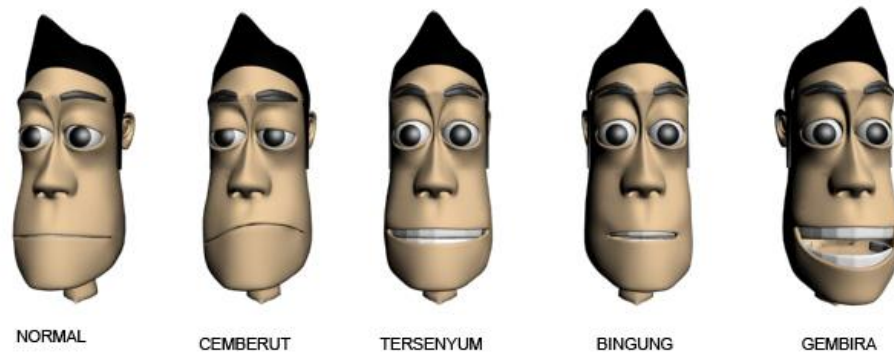
Tabel 4.3: Format Hardware

Hardware	Software
komputer 1 1. ACERaspire 5580 L645 2. Canon Scan iLide 3. RAM 1 GB 4. Processor Core 2 duo CPU komputer Rendering 1. Core i5 CPU 2. Ram 4 GB 3. VGA Nvidia 1gb	4. Adobe Photoshop CS3 5. Adobe Premier CS3 6. Adobe audition 7. Adobe Illustrator CS3 8. Adobe After effect CS3 9. 3Ds max 9

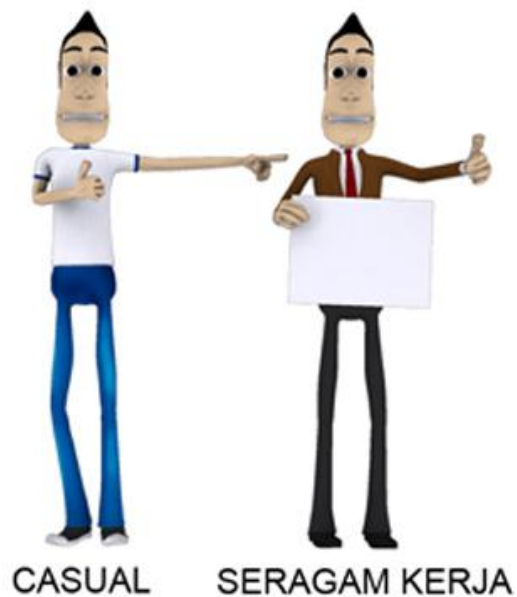
4.7.Study Karakter



Gambar 4.1: Karakter visualisasi



Gambar 4.2: Ekspresi Wajah

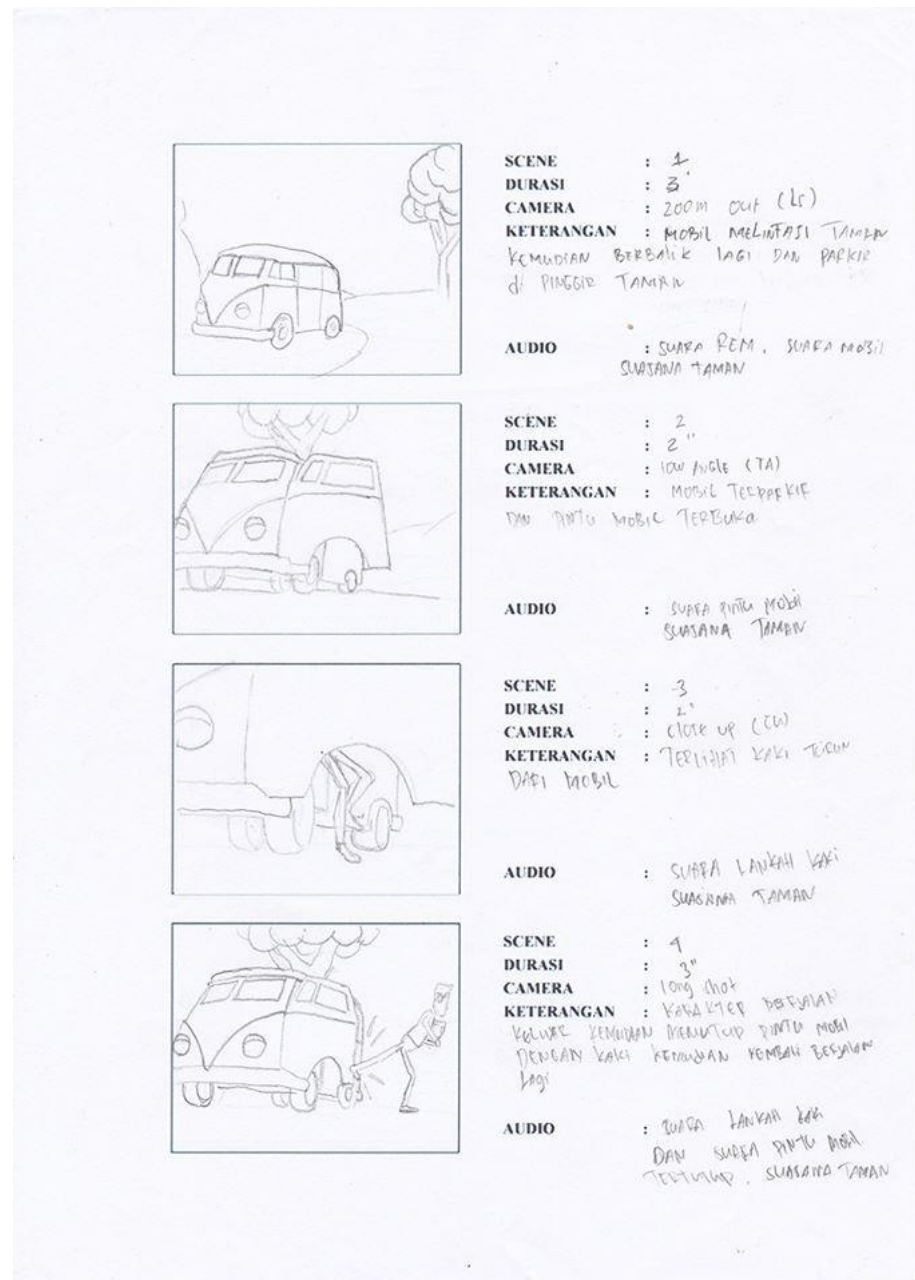


Gambar 4.3: Wardrobe

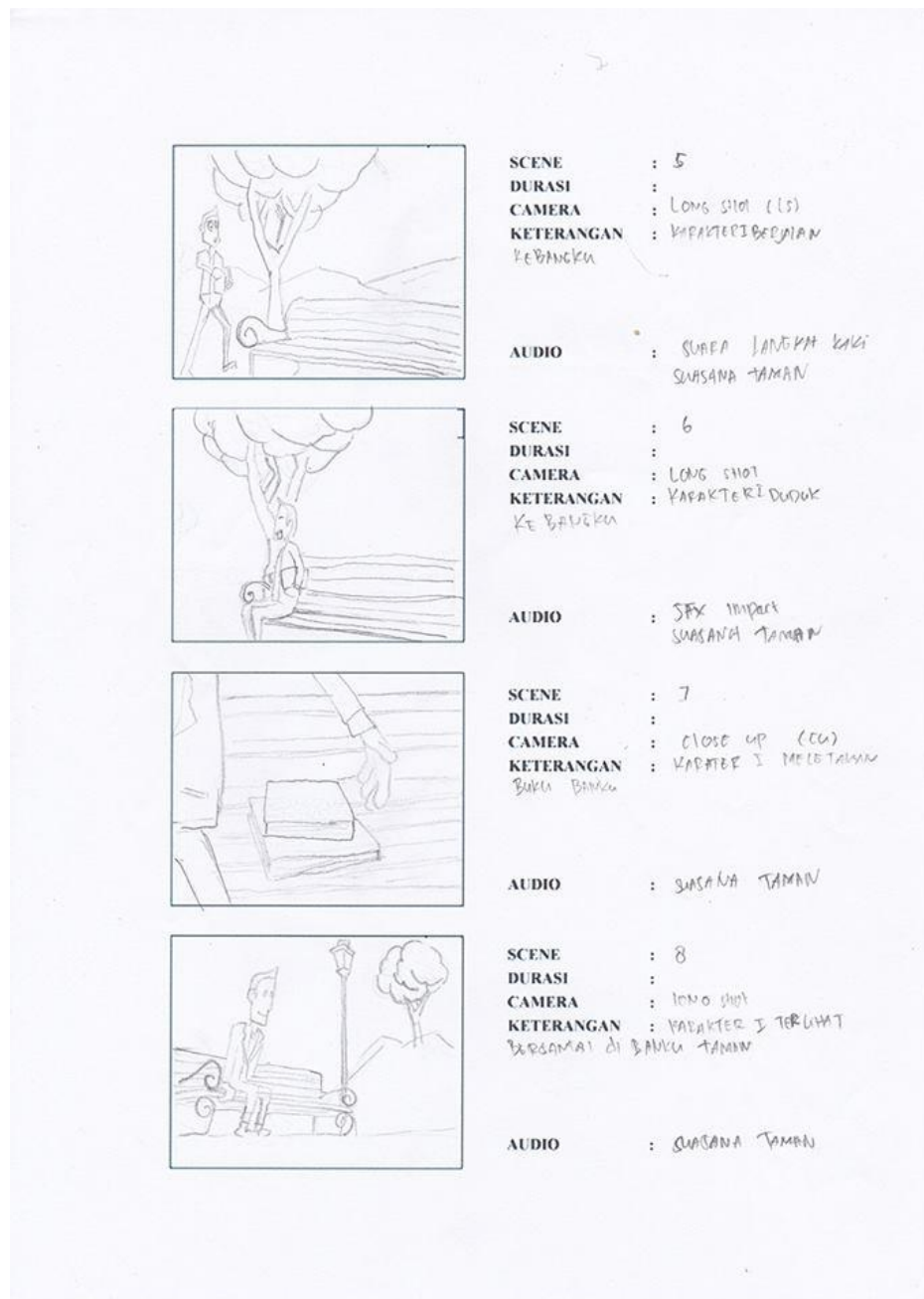
Karakter utama bernama Kevin dengan watak yang selalu santai, humoris dan cuek. Dia adalah seorang pekerja kantoran dengan tuntutan dari pihak kantornya untuk membaca dalam menunjang kariernya, tapi karena watak Kevin yang selalu santai menjadikan dia kurang antusias dalam melaksanakan tuntutan dari kantornya. Karakter

ini bisa menjadi gambaran bagi mahasiswa nantinya untuk melakukan aktivitas membaca untuk bisa lebih mempersiapkan diri ketika memasuki dunia kerja.

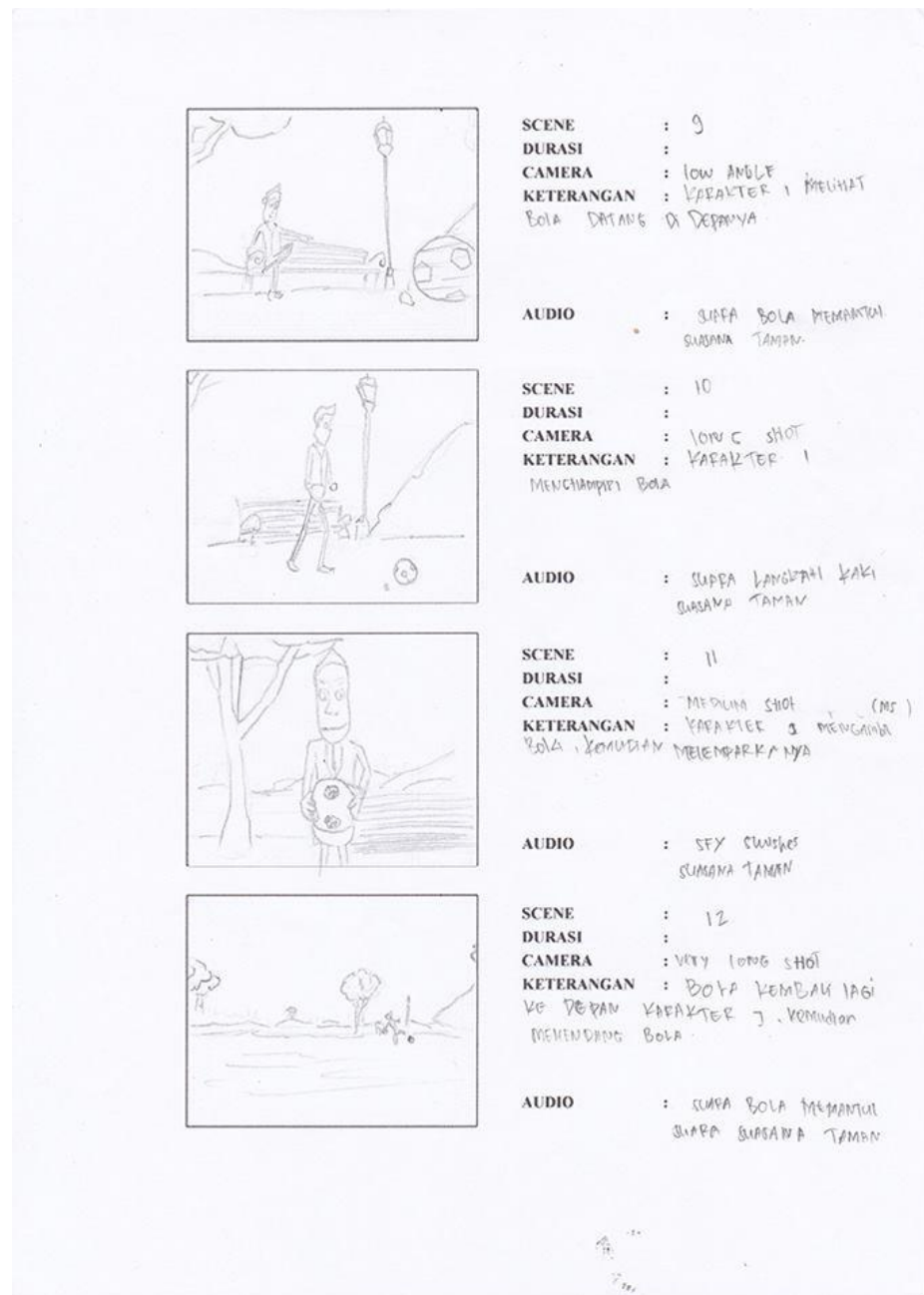
4.7.1. Story Board



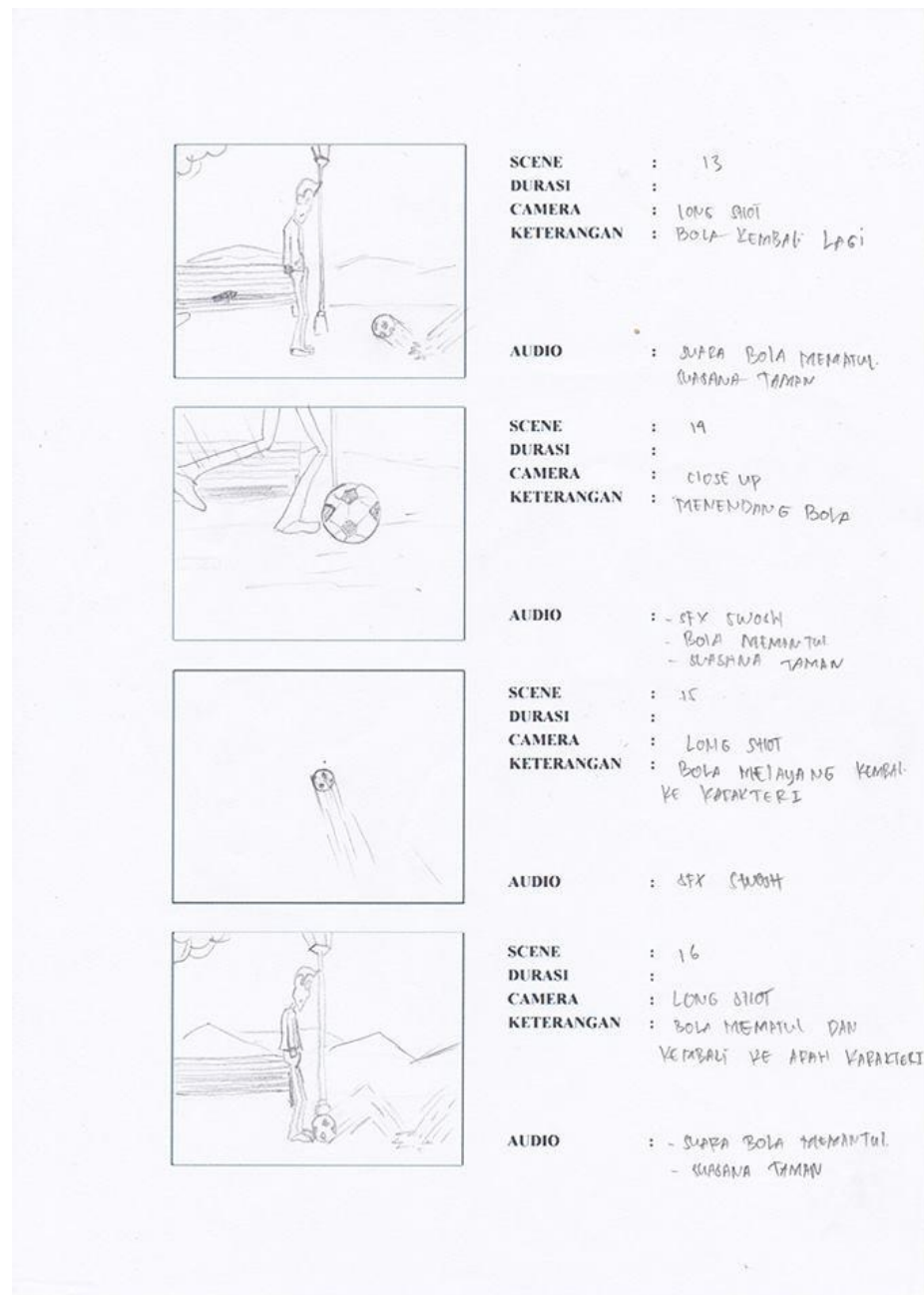
Gambar 4.4 : Story board



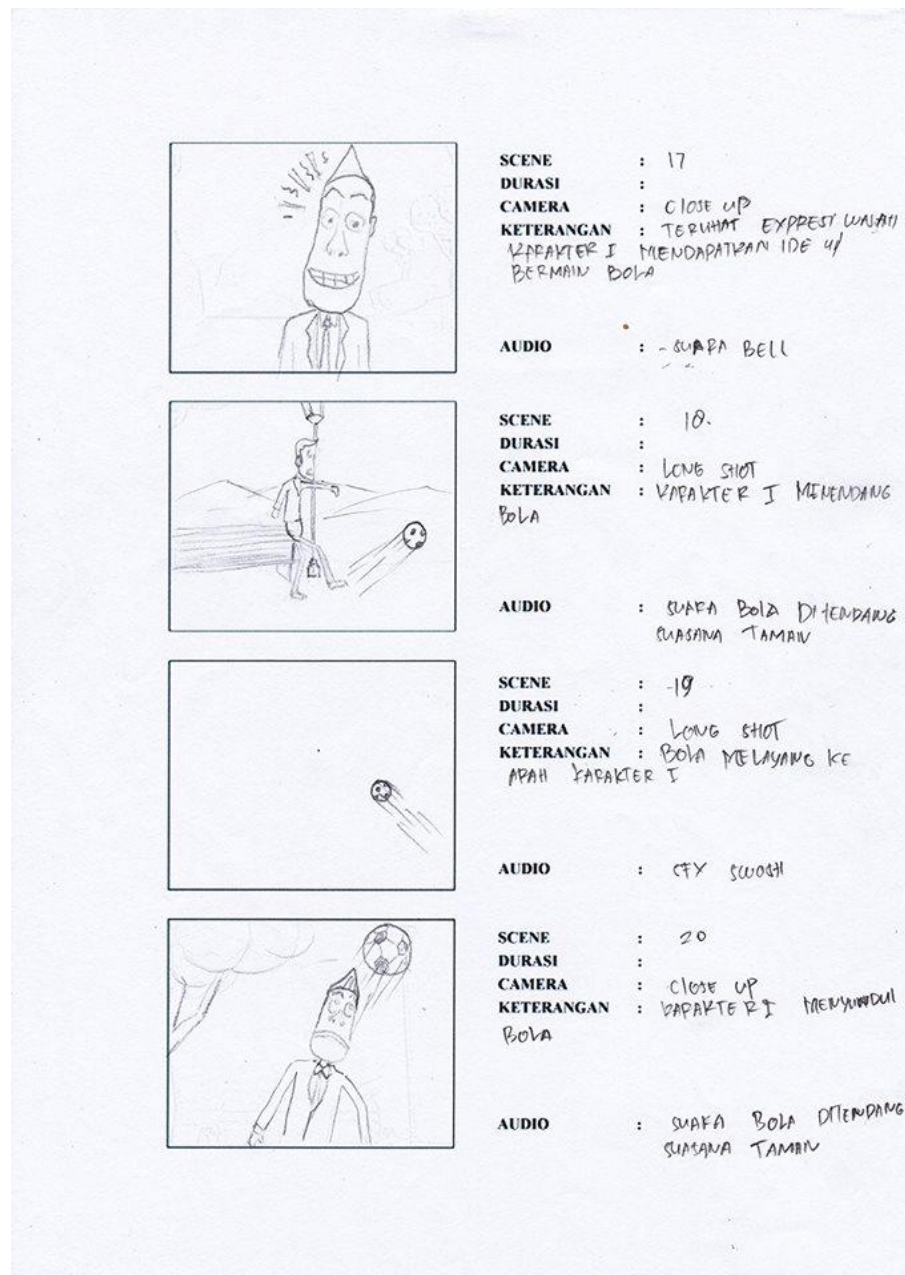
Gambar 4.5 : Story Board



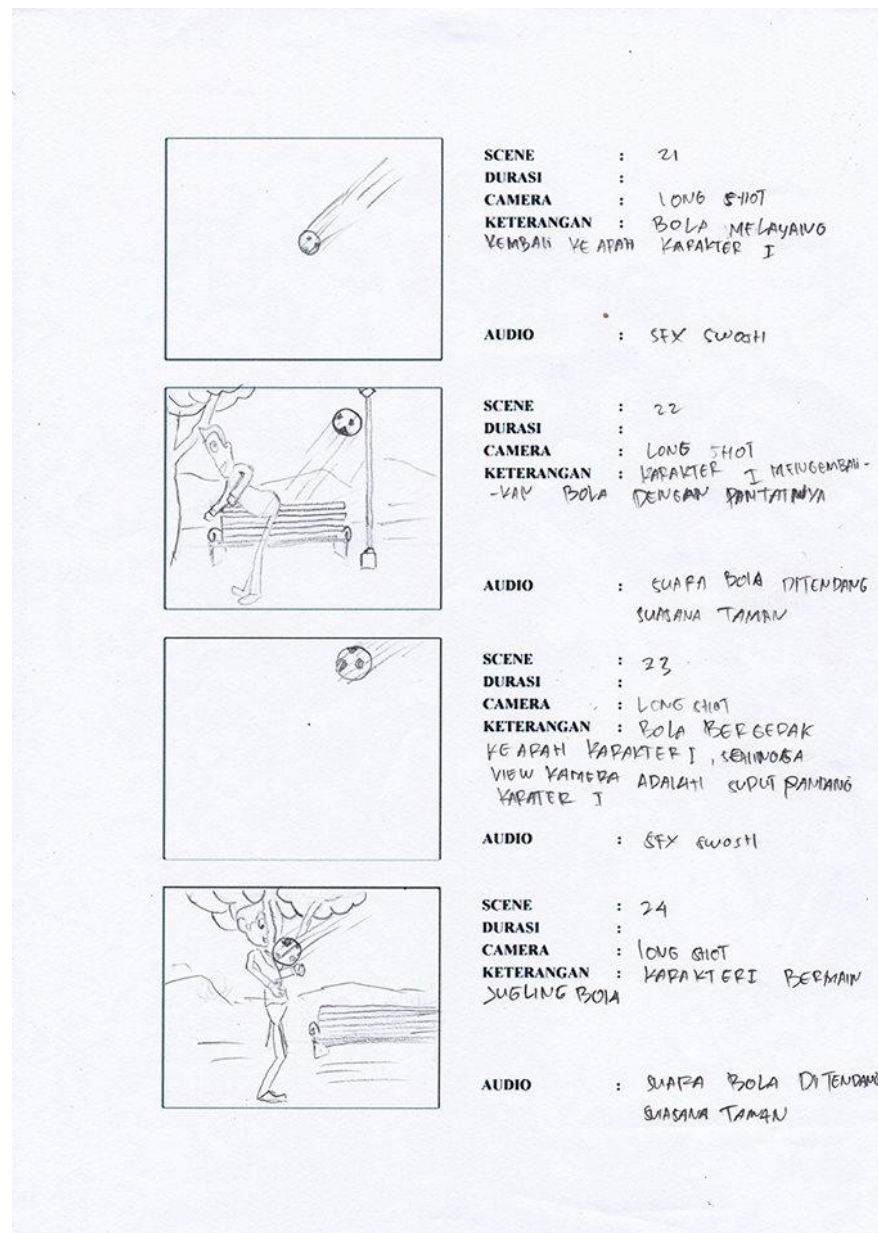
Gambar 4.6: Story Board



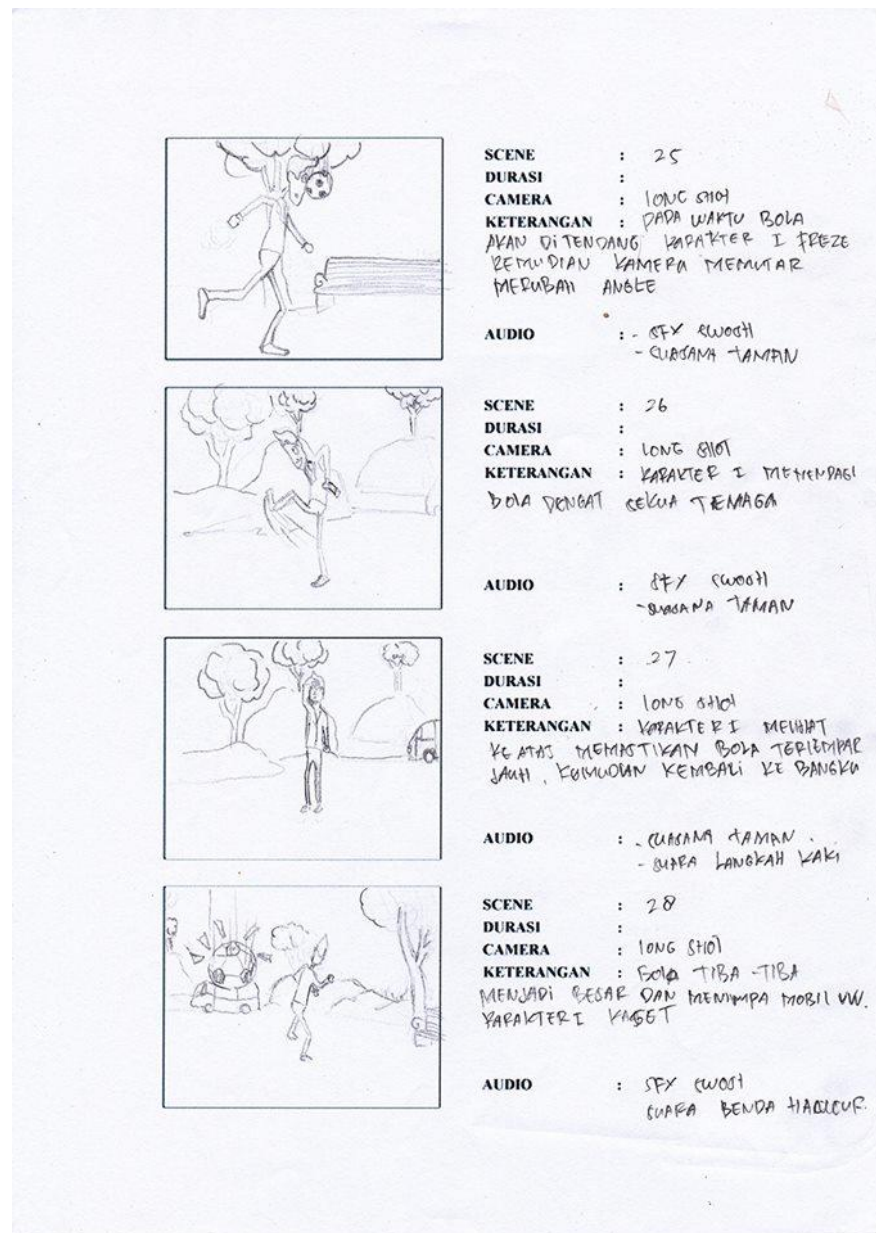
Gambar 4.7: Story Board



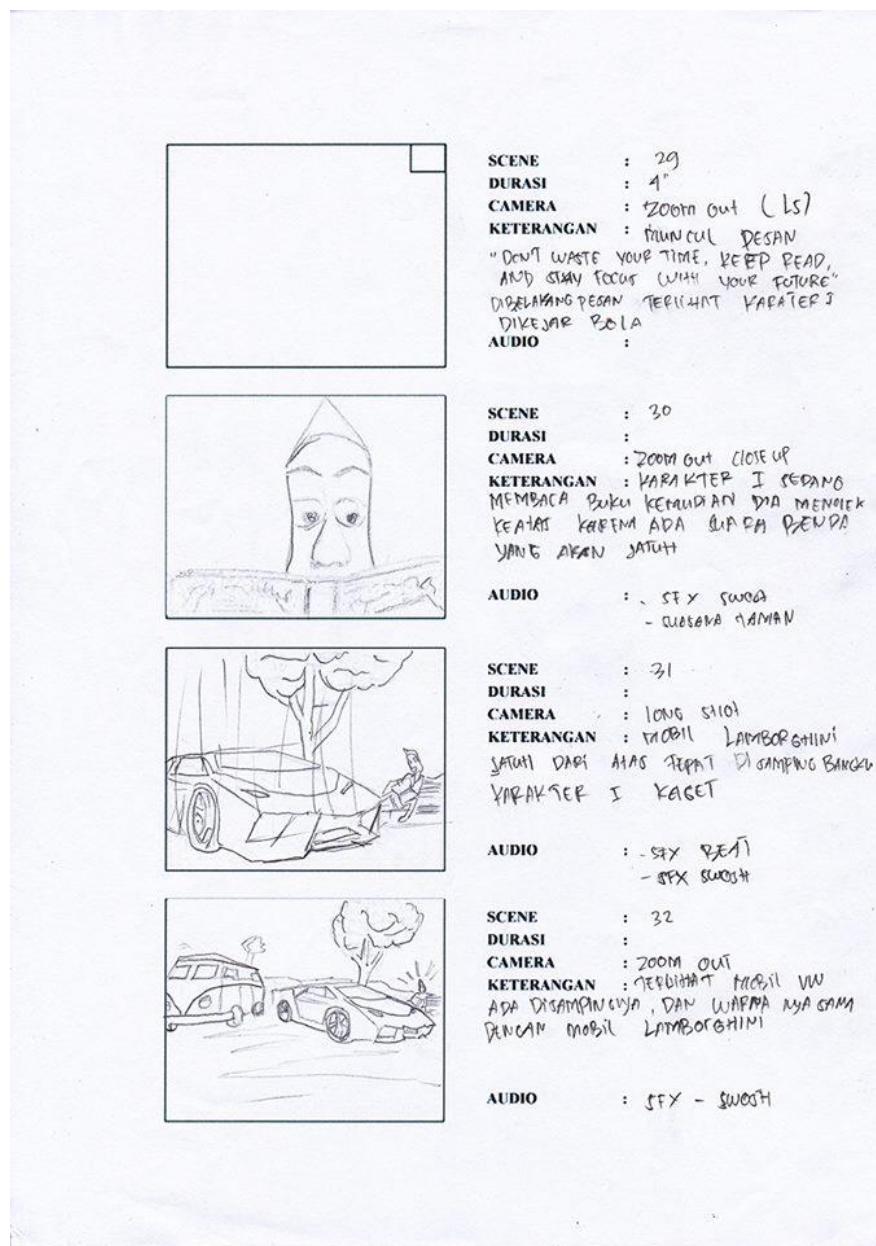
Gambar 4.8: Story Board



Gambar 4.9: Story Board



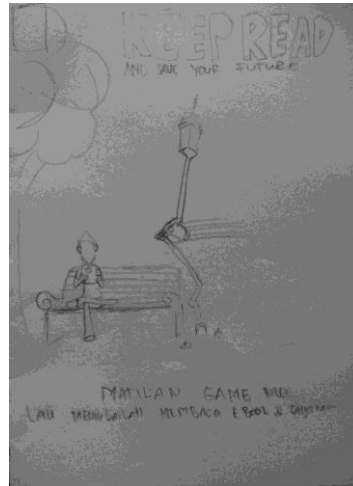
Gambar 4.10: Story Board



Gambar 4.11: Story Board

4.7.2. Sketsa

a. Poster



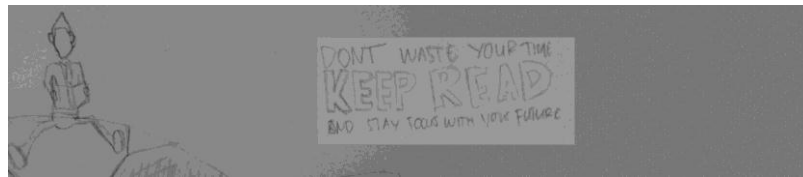
Gambar 4.12: Sketsa Poster

b. Baliho



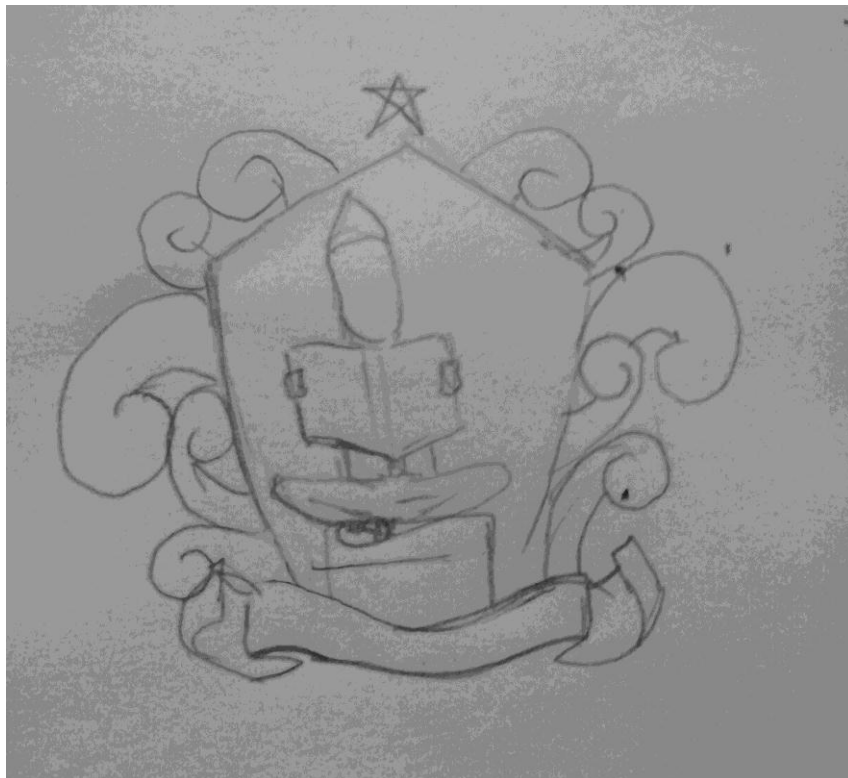
Gambar 4.13: Sketsa Baliho

c. Spanduk



Gambar 4.14: Sketsa Spanduk

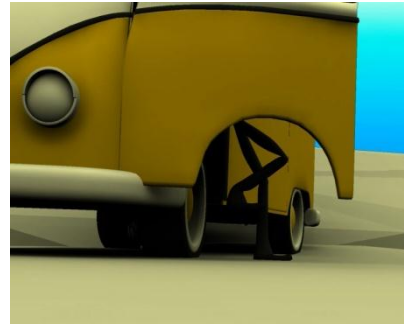
d. Stiker dan kaos

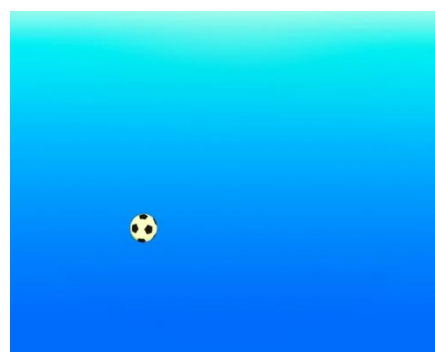


Gambar 4.15: Sketsa stiker dan kaos

4.7.3. Final layout

4.7.3.1.Capture Video







Gambar 4.16: Screen Shoot

4.7.3.2. Iklan poster



Gambar 4.17: Final Desain Poster

a. Konsep Tipografi

Impact
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Jenis font yang digunakan pada headline di atas termasuk jenis font tegas. keterbacaannya mudah, sehingga dapat mencapai target audience.

b. Konsep Layout

Konsep dari poster tersebut adalah bahwa mengajak audience untuk melakukan aktivitas membaca baik dari buku atau e-book. Dengan menggunakan karakter animasi dari iklan TVC dan masih ada keterkaitan dengan iklan TVC tersebut diharapkan kampanye ini bisa mudah dikenali oleh mahasiswa sebagai target audience.

c. Konsep Warna



83 B : 253

: 10 Y : 0 K : 0

Didominasi oleh warna biru pada *background* diharapkan bisa mempengaruhi psikis audience menjadi lebih nyaman dan enak dilihat

4.7.3.3. Baliho dan Spanduk



Gambar 4.18 : Final Desain Baliho



Gambar 4.19: Final Desain Spanduk

a. Konsep Tipografi

Impact**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ****abcdefghijklmnopqrstuvwxyz****1234567890**

Jenis font yang digunakan pada headline di atas termasuk jenis font tegas. keterbacaannya mudah, sehingga dapat mencapai target audience.

b. Konsep Layout

Konsep dari baliho dan spanduk tersebut adalah bahwa mengajak audience untuk melakukan aktivitas membaca dan memanfaatkan waktu luangnya. Dengan menggunakan karakter animasi dari iklan TVC dan masih ada keterkaitan dengan iklan TVC tersebut di harapkan kampanye ini bisa mudah dikenali oleh mahasiswa sebagai target audience.

c. Konsep Warna



R : 0 G : 183 B : 253
C : 71 M : 10 Y : 0 K : 0

Didominasi oleh warna biru pada *background* diharapkan bisa mempengaruhi psikis audience menjadi lebih nyaman dan enak dilihat

4.7.3.4.Tshirt

Final desain



Gambar 4.20 :Final Desain T-shirt

Media aplikasi :



Gambar 4.21: Aplikasi Media T-Shirt

4.7.3.5. Stiker



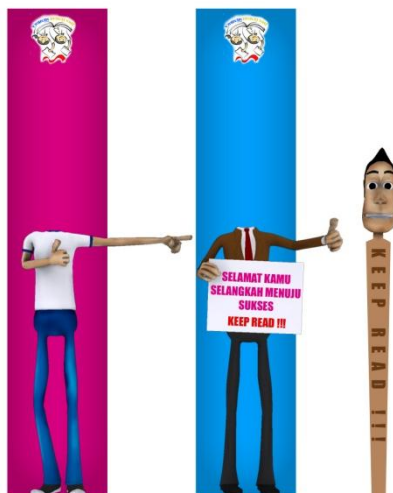
Gambar 4.22: Final Desain Stiker

Media Aplikasi :



Gambar 4.23: Aplikasi media Stiker

4.7.3.6.Pembatas Buku Final desain



Gambar 4.24: Final Desain Pembatas Buku

BAB V PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Tujuan dari pembuatan media kampanye ini adalah untuk mengajak masyarakat untuk menghimbau mahasiswa yang ada di Jawa Tengah untuk memanfaatkan waktu luangnya untuk membaca. Di tengah pola kehidupan mahasiswa yang jauh dari membaca dan cenderung membuang waktu dengan rutinitas yang kurang bermanfaat seperti *tongkrong*, main *game* dll. Dengan menggunakan film iklan dalam bentuk animasi 3D diharapkan bisa mencakup target audience yaitu mahasiswa Jawa Tengah.

Metode yang digunakan dalam perancangan ini adalah metode piramida terbalik atau 5W+1H, data yang digunakan benar-benar lengkap ini untuk menunjang keberhasilan metode ini. karena untuk menghasilkan media yang tepat sasaran di butuhkan analisis yang baik dan disertai data yang akurat dan lengkap.

5.2. Saran

Dalam mensosialisasikan gerakan membaca untuk mahasiswa ada baiknya menggunakan media sosialisasi yang tepat, misalkan jika menggunakan teknik animasi 3D harus di kemas semenarik mungkin agar menarik perhatian kaum muda khususnya mahasiswa. Kemudian pesan yang disampaikan juga harus tepat sasaran. Iklan yang digunakan pun sebaiknya lebih ke arah himbauan mengingat target audiennya adalah mahasiswa yang kebanyakan masih labil dalam berfikir kedepan. Kemudian dalam pengumpulan data harus lengkap dan terperinci termasuk dalam penggalian latar belakang masalah agar metode 5w+1H dapat diterapkan sebagaimana mestinya

DAFTAR PUSTAKA

Djayakusuma, Tams. 1982. *Periklanan*. Bandung. Armico.

Hendratman, Hendi. 2010. *The Making of 3D Animation Movie*. Bandung. Informatika.

Jefkins, Frank. 1997. *Periklanan*. Jakarta. Erlangga.

Kotler, Philip dan Eduardo L. Roberto. 1989. *Social Marketing-Strategies for Changing Public Behavior*. New York. The Free Press.

Lwin, May., & Aitchison, Jim. 2005. *Clueless in Advertising: Pengalih Bahasa Paul A, RAjoe*. Jakarta. Bhuana Ilmu Populer.

Nuradi. 1996. *Kamus Istilah Periklanan Indonesia*. Jakarta. PT. Gramedia Pustaka Utama.

Sanyoto, Sadjiman Ebdi. 2009. *Nirmana (Dasar-Dasar Seni dan Desain)*. Yogyakarta. Jalasutra.

Sanyoto, Sadjiman Ebdi. 2009. *Irama Visual*. Yogyakarta. Jalasutra.

Setiawan, Agus. 2011. *The Art of Reading*. Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama.

Thomas, Frank dan Johnson, Ollie. 1981. Los Angles. *The illution of Life: Disney Animation*.

Vaugan, Tay. 2000. *Multimedia: Making it work*. Yogyakarta. Andi Publisher.

Wolfgang, Wienggart. 2000. New york. *Typografi.FivedegreesbelowzeroPrees*.

Surat Kabar

Suara Merdeka 2012. Dikampanyekan, Gerakan Jawa Tengah Membaca. Hal 21. Semarang.

Internet

<http://health.kompas.com/read/2013/09/04/2215071/10.Tanda.Gejala.Pikun.Alzheimer>. Pukul :14.19 WIB