

**PERANCANGAN IKLAN LAYANAN MASYARAKAT
TENTANG PENGHEMATAN AIR BERSIH
DI KOTA PADANG DALAM BENTUK MEDIA AUDIO VISUAL**

KARYA AKHIR

*Diajukan Kepada Universitas Negeri Padang
untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan
Program Sarjana Desain Komunikasi Visual*



Oleh:
BAYU RAHMAN
49763/2004

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN SENI RUPA
FAKULTAS BAHASA DAN SENI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2011**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Karya Akhir

“Perancangan Iklan Layanan Masyarakat Tentang Penghematan Air Bersih
Di Kota Padang dalam Bentuk Media Audio Visual”

Nama : Bayu Rahman
Nim : 49763
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jurusan : Seni Rupa
Fakultas : Bahasa dan Seni

Padang, 5 Januari 2011

Disetujui untuk ujian :

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Drs. Syafwandi, M.sn
NIP 19600624.198602.1.003

Drs. Ariusmedi, M.Sn
NIP 19620602.198903.1003

Mengetahui :

Ketua Jurusan Seni Rupa FBS UNP Padang

Dr. Ramalis Hakim, M.Pd

NIP 19550712.198503.1.002

HALAMAN PENGESAHAN

Dinyatakan lulus setelah dipertahankan di depan tim penguji

Karya Akhir Program Studi Desain Komunikasi Visual

Jurusan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni

Universitas Negeri Padang

Judul : **Perancangan Iklan Layanan Masyarakat
Tentang Penghematan Air Bersih
Di Kota Padang dalam Bentuk Media Audio Visual**

Nama : Bayu Rahman

Nim : 49763

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Jurusan : Seni Rupa

Fakultas : Bahasa dan Seni

Padang, 22 Januari 2011

Tim Penguji :

Nama /Nip Tanda Tangan

1. Ketua : Dra. Ernis : 1.
NIP. 19571127.198103.2.003

2. Sekretaris : Drs. Idran Wakidi : 2.
NIP. 19540504.198010.2.002

3. Anggota : Dra. Zubaidah M.Pd : 3.
NIP. 19600906.198503.1.008

ABSTRAK

Bayu Rahman : Perancangan Iklan Layanan Masyarakat Tentang Penghematan Air Bersih di Kota Padang Dalam Bentuk Media Audio Visual

Tanggal 22 April 2009 diperingati di seluruh dunia sebagai Earth Day atau Hari Bumi. Tema yang dominan diusung sehubungan dengan peringatan Hari Bumi, di antaranya, perubahan iklim global. Isu lain yang juga tak kalah pentingnya dan sepatutnya perlu direnungkan adalah masalah air. Gerakan penghematan energi dan air ini telah dicanangkan oleh Presiden Susilo Bambang Yudoyono dalam Apel Nasional Gerakan Penghematan Energi dan Air.

Dalam menghadapi munculnya krisis air yang tak lama lagi akan dirasakan oleh beberapa daerah (yang diperkirakan akan bertambah banyak pada tahun ini dan tahun-tahun yang akan datang), kesadaran dan budaya hemat air sudah mendesak untuk ditumbuhkan di tengah-tengah masyarakat. Kesadaran ini sangat penting karena tanpa kesadaran, ribuan anjuran atau peraturan yang ada tak akan ada artinya. Kesadaran bahwa air merupakan sumberdaya milik bersama yang pemanfaatannya juga adalah untuk kepentingan bersama perlu ditumbuhkan ditengah-tengah masyarakat. Monopoli terhadap air dan sumber air tidak dibenarkan dan bertentangan dengan amanah yang telah diberikan oleh Tuhan kepada manusia untuk menjaga keberlangsungan kehidupan di dunia ini melalui penjagaannya terhadap keberlanjutan fungsi dan nilai air.

Tujuan dan manfaat dari perancangan Iklan Layanan Masyarakat ini yaitu menghasilkan sebuah media audio visual yang lebih menarik dan komunikatif sehingga masyarakat dapat mengerti dan melakukan penghematan dalam penggunaan Air Bersih.

Perancangan Iklan Layanan Masyarakat tentang penghematan Air Bersih ini menghasilkan sebuah media utama yang berupa Iklan Video yang bisa di tayangkan di televisi-televisi Lokal. Media pendukung yang digunakan pada perancangan ini adalah pin, stiker, baju kaos, CD label, cover box CD, gantungan kunci, payung, poster dan pembatas buku.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis aturkan kehadirat Allah SWT dimana atas limpahan rahmad dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “*Perancangan Iklan Layanan Masyarakat Tentang Penghematan Air Bersih di Kota Padang Dalam Bentuk Audio Visual*“. Tugas Akhir ini selesai melalui proses yang cukup panjang serta mengalami berbagai kendala, namun penulis bisa melalui semua sehingga dapat menyelesaikannya dengan baik.

Pembuatan Tugas akhir ini selesai berkat banyaknya bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. Adapun pihak-pihak yang telah berperan membantu penulis dalam pembuatan tugas akhir ini diantaranya:

1. Bapak dan Ibu Dosen serta Staf pengajar Jurusan Seni Rupa FBSS UNP.
2. Bapak Drs. Syafwandi, M.Sn dan Drs. Ariusmedi, M.Sn selaku Dosen Pembimbing I dan Pembimbing II.
3. Ibu Dra. Ernis, Bapak Drs. Idran Wakidi, Ibu Dra. Zubaidah Mpd selaku tim penguji.
4. Keluarga yang telah banyak berkorban baik moril dan materil.
5. Semua teman di DKV yang juga telah ikut membantu dalam pembuatan Tugas Akhir ini.
6. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah membantu dalam penyusunan Tugas Akhir ini sehingga dapat terselesaikan dengan lancar.

Akhir kata, penulis menyadari mungkin penyusunan Tugas Akhir ini masih ada yang belum sempurna, semua itu tidak terlepas dari segala keterbatasan yang penulis miliki. Untuk itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun. Semoga Tugas Akhir ini dapat diterima.

Padang, Januari 2011

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	i
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PENGUJI	ii
SURAT PERNTAAN KEASLIAN NASKAH	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	4
C. Batasan Masalah.....	5
D. Rumusan Masalah	5
E. Orisinalitas	5
F. Tujuan Berkarya.....	6

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Praksis	7
1. PDAM Padang	7
2. Undang-undang Masalah Air	10
B. Kajian Teoritis.....	10
1. Desain Komunikasi Visual.....	10
2. Unsur-unsur Desain Komunikasi Visual.....	12
3. Prinsip-prinsip Desain Komunikasi Visual.....	13
4. Pengertian Air Bersih.....	14
5. Tinjauan Khusus	15
a. Komunikasi	15
b. Iklan	17
c. Iklan Layanan Masyarakat.....	18
d. Media Audio Visual	20
e. Segmentasi.....	23

C. Karya Yang Relevan	25
D. Kerangka Konseptual.....	27

BAB III METODE PERANCANGAN

A. Metode Pengumpulan Data.....	28
B. Metode Analisis Data.....	28
C. Pendekatan Kreatif.....	30
D. Media Utama dan Media Pendukung.....	31
E. Jadwal Kerja.....	32

BAB IV PERANCANGAN VISUAL

A. Teori Media.....	33
B. Program Kreatif.....	33
C. Lay Out.....	41
1. Lay Out Kasar	42
2. Lay Out Eksekusi	51
3. Lay Out Komprehensif.....	60
D. Final Desain.....	69

BAB V PENUTUP

A. Simpulan	78
B. Saran-saran.....	78

DAFTAR RUJUKAN

LAMPIRAN

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Tanggal 22 April 2009 diperingati di seluruh dunia sebagai Earth Day atau Hari Bumi. Di Indonesia, Hari Bumi masih diperingati secara parsial dan kurang mendapat perhatian. Hari Bumi menandai hari lahirnya pergerakan kepedulian terhadap lingkungan. Lahirnya Hari Bumi diprakarsai oleh seorang senator Amerika Serikat, Gaylord Nelson. Saat itu, ia memprotes secara nasional kalangan politik terkait permasalahan lingkungan. Ia mendesak agar isu-isu tersebut dimasukkan dalam agenda nasional.

Tema yang dominan diusung sehubungan dengan peringatan Hari Bumi, di antaranya, perubahan iklim global. Isu lain yang juga tak kalah pentingnya dan sepatutnya perlu direnungkan adalah masalah air. Dengan perilaku manusia yang semakin tidak santun terhadap alam, maka dunia sesungguhnya semakin kekurangan air. Ironisnya, masalah air ini; walau kebutuhan dasar, cenderung hanya merupakan pokok pembahasan para pakar yang memang peduli pada persoalan ini.

(<http://www.sinarharapan.co.id/berita/0506/06/sh01.html> (online) di akses tanggal 10 Mei 2009) Presiden Susilo Bambang Yudoyono mengatakan:

Kampanye penghematan air telah menjadi program Nasional serangkaian dengan gerakan penghematan energi dan air. Gerakan penghematan energi dan air ini telah dicanangkan oleh Presiden Susilo Bambang Yudoyono dalam Apel Nasional Gerakan Penghematan Energi dan Air. Presiden berpesan, "Kita tahu harga minyak, subsidi BBM dan listrik sangat tinggi, selain itu kita juga masih kekurangan air bersih dan air minum, dan bangsa kita tergolong boros dalam pemakaian energi, sementara itu kita tidak

ingin harga BBM dan listrik harus terus dinaikan, oleh karena itu, lanjut presiden kepada seluruh rakyat Indonesia, utamanya jajaran Pemerintah baik Pusat maupun Daerah dan para pemakai BBM, listrik dan air dalam jumlah yang besar, saya serukan, dan khususnya jajaran pemerintah saya perintahkan, saya instruksikan untuk melakukan penghematan penggunaan BBM, listrik dan air secara sungguh-sungguh mulai sekarang juga. Dan khusus untuk jajaran Pemerintah saya instruksikan untuk menghemat BBM, listrik dan air dengan sasaran penurunan pemakaian sebesar 30%.

Kampanye penghematan air dapat berupa sosialisasi cara-cara praktis penghematan air yang dapat diterapkan langsung oleh masyarakat. “Jika tiap penduduk/jiwa atau keluarga bisa melakukan penghematan pemakaian air sebanyak 5 liter/hari saja, maka dalam satu bulan sudah bisa dihemat sekitar 150 liter. Maka untuk 1 juta (sejuta) penduduk di sebuah kabupaten atau kota di negara Indonesia, air yang bisa dihemat adalah 150 juta liter perbulannya. Suatu jumlah yang cukup besar, karena jumlah ini kira-kira sama dengan 100 (seratus) mata air yang selalu mengalirkan air dengan debit 500 l/menit selama satu bulan. Ini baru dalam kurun waktu 1 bulan. Jika penghematan ini bisa dilakukan selama 4-5 bulan (selama musim kemarau misalnya) maka betapa banyak air yang bisa dihemat. Bisa dihitung pula berapa banyak air yang bisa dihemat oleh 100-150 juta penduduk yang tinggal di perkotaan di Jawa, Sumatera, Nusatenggara, dan Kalimantan dan di pulau-pulau lainnya. Padahal cara penghematan 5 ltr/hari/orang ini sangat mudah dan bisa dilakukan oleh siapa saja. Kantor-kantor pemerintah dan swasta maupun perusahaan-perusahaan termasuk hotel-hotel, juga mempunyai kewajiban yang sama untuk melakukan gerakan hemat air nasional ini.

Pendistribusian air minum dari IPA (Instalasi Pendistribusian Air) ke daerah pelayanan disalurkan melalui pipa distribusi primer dan sekunder sepanjang 1.522.711 meter. Rata-rata pengaduan pelanggan setiap tahunnya adalah 6.598 kali, yang pada umumnya disebabkan karena kemarau panjang sehingga debit air turun.

Tabel 1
TABEL KEBUTUHAN AIR BERSIH KOTA PADANG

Jumlah Penduduk	Kapasitas Produksi Eksisting		Kebutuhan ideal Kota Besar	Kebutuhan Total (Lt//hr)	Selisih (Lt//hr)
	l/dt	l/hari			
765.450	998	86.227.200	135 l/orang/hari	103.335.750	17.108.550

Sumber : Hasil Analisa PDAM PADANG

Tabel diatas, maka Kota Padang dengan jumlah penduduk 765.450 jiwa, membutuhkan air bersih sebesar 103.335.750 liter/hari. Jumlah ini didapatkan dari jumlah penduduk x 135 liter/orang/hari. Namun PDAM Kota Padang baru dapat memproduksi sebanyak 86.227.200 liter/hari. Sehingga masih dibutuhkan kapasitas produksi sebanyak 17.108.550 liter/hari, atau 198 liter/detik.

(<http://ciptakarya.pu.go.id/profil/profil/barat/sumbar/padang.pdf> (online) di akses tanggal 15 Mei 2009).

Menghadapi munculnya krisis air yang tak lama lagi akan dirasakan oleh beberapa daerah (yang diperkirakan akan bertambah banyak pada tahun ini dan tahun-tahun yang akan datang), kesadaran dan budaya hemat air sudah mendesak untuk di tumbuhkan di tengah-tengah masyarakat. Kesadaran ini sangat penting karena tanpa kesadaran, ribuan anjuran atau peraturan yang ada tak akan ada artinya. Kesadaran bahwa air merupakan sumberdaya milik bersama yang pemanfaatannya juga adalah untuk kepentingan bersama perlu ditumbuhkan ditengah-tengah masyarakat. Monopoli terhadap air dan sumber

air tidak dibenarkan dan bertentangan dengan amanah yang telah diberikan oleh Tuhan kepada manusia untuk menjaga keberlangsungan kehidupan di dunia ini melalui penjagaannya terhadap keberlanjutan fungsi dan nilai air. Memonopoli air dan atau sumberdaya air juga bertentangan dengan semangat dan nilai air sebagaimana yang tercantum di dalam UUD 1945. Oleh karena itu kesadaran untuk melakukan penghematan dalam pemakaian air tidak hanya akan berdampak terhadap diri orang yang melakukannya, akan tetapi juga terhadap semua orang, bahkan terhadap kehidupan dimuka bumi ini.

Guna meningkatkan kesadaran masyarakat akan kebutuhan air untuk manusia, maka dari itu berdasarkan fenomena-fenomena yang telah dibicarakan penulis sangat tertarik untuk memilih penggunaan air bersih sebagai objek promosi. Tujuannya agar masyarakat kota di kota Padang bisa menggunakan air dengan hemat. Dengan demikian, dilakukan promosi menyampaikan pesan moral yang berjudul ” **Perancangan Iklan Layanan Masyarakat Tentang Penghematan Air Bersih Dalam Bentuk Media Audio Visual**”.

B. Identifikasi Masalah

Bertitik tolak dari latar belakang masalah yang telah dikemukakan terdapat masalah-masalah yang dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Kampanye penghematan air telah menjadi program nasional, tetapi di kota Padang belum ada sosialisasi penghematan air.
2. Kurangnya perhatian masyarakat akan pentingnya penghematan air bersih.

3. PDAM sebagai penyedia air bersih di kota Padang belum bisa mencukupi kebutuhan air bersih untuk masyarakat kota Padang.
4. Kurangnya promosi atau iklan tentang penghematan air untuk masyarakat dalam bentuk media audio visual.

C. Batasan Masalah

Sesuai dengan identifikasi masalah yang telah dikemukakan, untuk mempromosikan penghematan air khususnya di kota Padang di buat **Perancangan Iklan Layanan Masyarakat Tentang Penghematan Air Bersih dalam Bentuk Media Audio Visual.**

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah di atas, maka penulis mencoba merumuskan masalah yaitu:

1. Bagaimana mengingatkan masyarakat agar lebih peduli terhadap penggunaan air bersih.
2. Bagaimana cara mengajak masyarakat untuk berhemat dalam penggunaan air bersih.

E. Orisinalitas

Tugas akhir ini adalah suatu rancangan yang sangat orisinal, karena dalam penggarapan karya akhir ini penulis menggarap berdasarkan fenomena-fenomena yang terjadi dilingkungan masyarakat. Di kota Padang berdasarkan hasil penelitian belum ada yang mempromosikan kepada masyarakat akan pentingnya penghematan penggunaan air bersih dalam bentuk media audio visual. Oleh karena itu saya mengangkat masalah ini pada karya akhir saya

yang berjudul **Perancangan Iklan Layanan Masyarakat Tentang Penghematan Air Bersih dalam Bentuk Media Audio Visual.**

F. Tujuan Berkarya

Tujuan perancangan dari iklan layanan masyarakat tentang penghematan air bersih dalam bentuk media audio visual ini adalah:

1. Mendapatkan suatu rancangan desain komunikasi visual yang kreatif dan komunikatif agar masyarakat di kota Padang lebih peduli terhadap penghematan air bersih.
2. Mendapatkan hasil rancangan komunikasi visual yang artistik, komunikatif dan dapat mempengaruhi masyarakat agar lebih peduli dalam penggunaan air bersih.
3. Sarana pendukung dalam kampanye air bersih yang juga di selenggarakan diseluruh dunia.