

ARTIKEL ILMIAH

STRATA 1 (S1)

**KAMPANYE BAHAYA NARKOTIKA DI BALI  
MELALUI DESAIN MEDIA KOMUNIKASI VISUAL**



**Oleh**

Jannner Napitu

Jurusan Desain  
Fakultas Seni Rupa dan Desain  
Institut Seni Indonesia Denpasar  
Jalan Nusa Indah Denpasar, 80235  
Indonesia

*Email : [napitujanner99@gmail.com](mailto:napitujanner99@gmail.com)*

# **KAMPANYE BAHAYA NARKOTIKA DI BALI MELALUI DESAIN MEDIA KOMUNIKASI VISUAL**

Janner Napitu  
NIM : 200806048  
Program Studi/Jurusan : DKV/Desain

## **Abstrak**

Narkotika adalah zat atau obat yang berasal dari tanaman atau bukan tanaman baik sintesis maupun semi sintetis yang akan menyebabkan perubahan kesadaran, mengurangi hingga menghilangkan rasa sakit dan dapat menimbulkan ketergantungan (adiksi). Dampak negatif yang dapat ditimbulkan narkotika adalah Desperan, Stimulan, Halusinogen. Data BNN mengenai tindak pidana narkoba di Bali dari tahun 2007 hingga 2011 menunjukkan sudah ada 3.719 kasus penyalahgunaan Narkotika. Badan Narkotika Nasional ( BNN ) adalah Lembaga Pemerintah yang dikhususkan undang – undang dalam melaksanakan pemberantasan dan penyalahgunaan dan peredaran gelap Narkotika. Badan Narkotika Nasional Provinsi Bali memiliki visi : Bersama mewujudkan “ Indonesia Bebas Narkoba” , dan memiliki misi : melakukan pencegahan dan pemberantasan penyalahgunaan dan peredaran gelap narkoba secara komprehensif dan sinergis. Oleh karena itu di galangkan Kampanye Bahaya Narkotika sehingga perlu di buat desain media komunikasi. Desain ini bertujuan untuk memperoleh media komunikasi visual yang efektif, komunikatif dan sesuai kriteria desain untuk melengkapi kegiatan kampanye.

Melalui metode penelitian, Data-data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara, kepustakaan dan dokumentasi di BNN provinsi Bali disesuaikan kembali dengan strategi promosi. Teori yang digunakan dalam studi ini adalah teori psikologi komunikasi dan Psikologi remaja. Kemudian diolah melalui analisis deskriptif kualitatif dan sintesa sehingga diperoleh konsep dasar desain.

Semangat Kebebasan” merupakan konsep dasar yang relevan digunakan pada proses desain komunikasi visual untuk promosi Kampanye Bahaya Narkotika ini. Konsep tersebut sesuai dengan target audiencenya yaitu remaja, dimana remaja sering sekali menjadi korban penyalahgunn Narkotika. Dalam proses desain, telah ditentukan media yang tepat dan sesuai yaitu Folder, Media Interaktif, Poster, Leaflet, Flyer, X – Banner, Paper bag, T- shirt, Stiker dan katalog.

**Kata Kunci** : desain, media komunikasi visual, BNN provinsi Bali  
semangat kebebasan.

## **Abstract**

# **CAMPAIGN THE DANGERS OF NARCOTICS IN BALI THROUGH VISUAL COMMUNICATION DESIGN**

Narcotics are substances or drugs derived from plants or no plants either synthetic or semi-synthetic which will cause changes in consciousness, reducing to relieve pain and can lead to dependence (addiction). The negative impact that can be caused is Desperan narcotics, stimulants, Hallucinogens. BNN' s data on drug offenses in Bali from 2007 to 2011 shows that existing 3719 cases of abuse of Narcotics. National Narcotics Agency (BNN) is a government agency that is devoted Act - legislation to implement eradication and abuse and illicit narcotics. National Narcotics Agency Bali has a vision: Together realize the "Drug-Free Indonesia", and has a mission: to prevent and combat drug abuse and illicit trafficking in a comprehensive and synergistic. It is therefore in danger of Narcotics Campaign Dock so need to create a design of communication media. The design aims to obtain effective visual communication media, communicative and appropriate design criteria to complement the campaign.

Through the research methods, data obtained from the observations, interviews, literature and documentation in the BNN province of Bali adjusted returns with promotion strategies. The theory used in this study is the theory of the psychology of communication and adolescent Psiklogi. Then processed through a qualitative descriptive analysis and synthesis to obtain the basic design concept.

The spirit of Freedom "is the basic concept used in the design process relevant visual communication for Narcotics Hazard's promotional campaign. The concept is in line with the target audiencenya that teens, where teens often become victims abuse of Narcotics. In the design process, defined media are right for the Folder, Interactive Media, Posters, Leaflets, Flyers, X - Banner, Paper bag, T-shirts, Stickers and catalogs.

**Keywords** : design, visual communications, Bali province BNN  
the spirit of freedom.

# 1. PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Masalah

Di dalam latar belakang, akan dijelaskan hal-hal yang menjadi latar belakang pemilihan kasus dari Tugas Akhir ini. Pemaparannya dimulai dari faktor obyektif dan subyektif, kemudian diikuti oleh sub bab dan bab berikutnya. Uraianya adalah sebagai berikut :

### 1.1.1 Faktor Obyektif

Narkotika adalah zat atau obat yang berasal dari tanaman atau bukan tanaman baik sintesis maupun semi sintetis yang akan menyebabkan perubahan kesadaran, mengurangi hingga menghilangkan rasa sakit dan dapat menimbulkan ketergantungan (adiksi). (<http://www.terindikasi.com/2012/03/pengertian-nakotika.html>)

Narkotika sebenarnya memiliki dampak yang positif jika digunakan sebagaimana mestinya, terutama untuk menyelamatkan jiwa manusia dan membantu dalam pengobatan, namun dalam perkembangannya Narkotika disalahgunakan dan menjadi sangat membahayakan bagi kesehatan fisik dan mental manusia. Bahkan, pada pemakaian dengan dosis berlebih atau yang dikenal dengan istilah over dosis (OD) bisa mengakibatkan kematian. Dampak negatif yang dapat ditimbulkan narkotika adalah Desperan yang akan menekan sistem syaraf pusat dan mengurangi aktifitas fungsional tubuh bahkan bisa membuat pemakainya tidur dan tak sadarkan diri. Stimulan yaitu merangsang fungsi tubuh dan meningkatkan kegairahan serta kesadaran. Halusinogen yaitu mengubah daya persepsi dan menimbulkan halusinasi. Namun sayang sekali, walaupun sudah tahu zat tersebut sangat berbahaya, masih saja ada orang-orang yang menyalah gunakannya, disalah gunakan dan dikonsumsi berlebihan. Narkotika termasuk ke dalam NAPZA, yaitu singkatan Narkotika, Alkohol, Psitropika dan Zat adiktif lainnya. NAPZA sendiri mengacu pada zat yang beresiko dan berbahaya bagi masyarakat serta adanya kecanduan pada pemakainya.

### 1.1.2 Faktor Subyektif

Segala macam bentuk kepedulian terhadap bahaya Narkotika pun banyak bermunculan, mengingat bahaya yang ditimbulkan sangat berdampak pada kelangsungan generasi muda kita, dimana pada saat ini justru lebih disalah gunakan penggunaannya. Kita perlu memberikan informasi penting mengenai Narkotika yang apabila masuk ke dalam tubuh akan mempegaruhi tubuh terutama sistem syaraf manusia, terutama otak, sehingga ketika penggunaannya disalah gunakan akan menyebabkan gangguan fisik, psikis/jiwa, serta fungsi sosial dimana dapat menimbulkan aktivitas mental dan perilaku pada para penggunanya.

Penyalahgunaan dan peredaran gelap narkotika tidak memandang umur,dampak yang timbul dari penyalahgunaan narkotika mengancam berbagai macam lapisan masyarakat tanpa membedakan strata sosial, ekonomi, usia mupun tingkat pendidikan. Kebanyakan yang terjerumus memakai narkoba berkisar dari umur 15-29 tahun. Data BNN mengenai tindak pidana narkoba di Bali dari tahun 2007 hingga 2011 menunjukkan sudah ada 3.719 kasus, berdasarkan jenis narkoba yang paling banyak digunakan di antaranya minuman keras sebanyak 2.247, sabu-sabu (771), dan ganja (334). Di tingkat pendidikan dari kalangan SMP, SMA dan Perguruan Tinggi sudah menyalah gunakan penggunaan narkoba. Dari sekian kalangan tersebut SMA menduduki peringkat pertama. Di tingkat pekerja kebanyakan pengguna narkoba dilakukan oleh kalangan swasta.. (<http://bali.antaraneews.com/berita/28065/bnn-sosialisasi-penyalahgunaan-narkoba> )

Media komunikasi visual dijadikan sebagai sarana kampanye kepada masyarakat luas khususnya para remaja, dikarenakan banyak dari korban penyalahgunaan narkoba umumnya adalah remaja. Diharapkan dengan pemberian informasi mengenai bahaya yang ditimbulkan dan cara penanggulangannya. Perlu dilakukan upaya preventif melalui kampanye untuk menumbuhkan kesadaran dan kebersamaan masyarakat menolak keberadaan narkoba ditengah lingkungan mereka. Sosialisasi lebih untuk menginformasikan betapa berbahayanya penyalahgunaan Narkoba dan dampak negatif yang dapat ditimbulkannya dan langkah penanggulangannya.

Sebagai solusi diantara berbagai macam upaya memberantas peredaran narkoba di lakukan, maka digalangan kampanye “Bahaya Narkoba “. Kampanye ini adalah upaya untuk menyapaikan dampak yang dapat ditimbulkan oleh narkoba supaya tidak ada lagi “korban” penyalahgunaan Narkoba. Kampanye dilakukan melalui event yang akan dilaksanakan. Dengan demikian akan menumbuhkan kesadaran dan kebersamaan masyarakat menolak dan memerangi keberadaan narkoba sehingga meningkatkan angka pemulihan “korban” dan menekan angka pertambahan penyalahgunaan narkoba. Media komunikasi visual yang ingin ditampilkan berupa peringatan, himbauan, dan ajakan untuk membantu para remaja menjauhi narkoba dan lebih memperhatikan mengembangkan potensi diri sebagai generasi bangsa. Kampanye yang akan dilakukan dengan membuat media komunikasi visual untuk kampanye di tempat umum dengan demikian hal ini di harapkan efektif untuk memberantas peredaran dan pemakaian narkoba di Bali.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Dengan memperhatikan latar belakang yang telah diuraikan diatas, permasalahan yang timbul dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana Menentukan konsep desain dalam upaya meningkatkan sosialisasi “Bahaya Narkoba di Bali”?
2. Bagaimanakah mendesain media komunikasi visual yang efektif, komunikatif dan sesuai dengan konsep dalam upaya meningkatkan sosialisasi “ Bahaya Narkoba di Bali”?

## **1.3 Batasan Masalah**

permasalahan yang akan dibahas dibatasi dari perumusan masalah, proses desain, sampai terwujud contoh desain berupa media - media desain komunikasi visual kampanye “Bahaya Narkoba di Bali” agar terlihat menarik dan komunikatif yang sesuai dengan kriteria desain. Yang siap di cetak dan diperbanyak untuk media promosi kampanye Bahaya Narkoba di Bali

## **1.4 Tujuan dan Manfaat Desain**

### **1.4.1 Tujuan**

Tujuan dari desain ini adalah dapat menjawab berbagai pertanyaan yang timbul sesuai dengan perumusan masalah yang akan dijawab dan diharapkan dapat memberikan manfaat serta masukan yang berguna baik itu bagi pembaca, penulis dan masyarakat yang dijabarkan sebagai berikut :

#### **a. Tujuan Khusus**

- 1) Untuk mengetahui bagaimana menentukan konsep desain dalam upaya meningkatkan sosialisasi “Bahaya Narkoba di Bali”.
- 2) Untuk mengetahui bagaimana mendesain media komunikasi visual yang efektif, komunikatif sesuai dengan konsep dalam upaya meningkatkan sosialisasi “Bahaya Narkoba di Bali”.

## **b. Tujuan Umum**

- 1) Mendapatkan informasi-informasi yang sesuai untuk digunakan di dalam desain media untuk sarana kampanye “Bahaya Narkotika di Bali”
- 2) Mahasiswa diharapkan dapat berinteraksi serta mengembangkan wawasan berpikir sehingga mampu mengkampanyekan “Bahaya Narkotika di Bali” kepada masyarakat luas.

## **1.5 Manfaat**

Adapun manfaat yang diharapkan dari karya Tugas Akhir ini antara lain sebagai berikut :

### **a. Bagi Mahasiswa**

Mahasiswa mampu merancang media komunikasi yang efektif, komunikatif dan sesuai kriteria desain dalam mempromosikan kampanye .

### **b. Bagi Lembaga (ISI)**

Menambah referensi bagi akademis khususnya desain komunikasi visual mengenai desain media untuk usaha yang bergerak dibidang pemberantasan Narkotika.

### **c. Bagi Yayasan (Badan Narkotika Nasional)**

Menambah media promosi dan sekaligus tetap konsisten untuk memberikan pengetahuan mengenai bahaya narkotika khususnya di Bali.

### **d. Bagi Masyarakat**

Membantu masyarakat khususnya remaja agar mendapatkan informasi mengenai “Bahaya Narkotika di Bali”

## **1.6 Metode perancangan**

Untuk pemecahan masalah yang tepat dalam suatu perancangan, maka diperlukan metode yang tepat pula dalam menganalisa permasalahan yang di hadapi

### **1.6.1 Metode Pengumpulan Data**

Proses desain menggunakan metode pengumpulan data berupa teks, dokumen, gambar, foto, artefak, atau objek-objek yang ditemukan di lapangan selama penelitian di lakukan ( Sarwono 2007: 100) metode ini dibedakan berdasarkan sumbernya yaitu pengumpulan data primer dan sekunder

#### **a. Metode pengumpulan Data Primer**

Data primer, berupa teks hasil wawancara yang diperoleh melalui wawancara dengan informan yang dijadikan sampel penelitian. Data dapat direkam atau dicatat oleh peneliti (Sarwono, 2007:98). Adapun data primer yang digunakan penulis adalah:

#### **1. Metode Observasi**

Kegiatan observasi meliputi pencatatan secara sistematis atas kejadian-kejadian, perilaku, obyek-obyek yang dilihat dan hal-hal lain yang diperlukan guna mendukung penelitian yang sedang dilakukan. Salah satu peran pokok dalam melakukan observasi ialah menemukan interaksi yang kompleks dengan latar belakang sosial yang alami (Sarwono, 2007:100).

Pada metode ini, penulis melakukan pencatatan atau survey ke lapangan yakni ke BNN ( Badan Narkotika Nasional ) provinsi Bali di jalan Kamboja Nomor 8, Denpasar.

#### **2. Metode Wawancara**

Dengan menggunakan teknik wawancara ini keberhasilan untuk mendapatkan data atau informasi atas obyek yang diteliti sangat tergantung pada kemampuan penelitian

dalam melakukan wawancara ( Sarwono,2007 : 101). Agar penulis mendapatkan data atau informasi yang tepat tentang perusahaan, maka pada survey ini penulis mengadakan wawancara dengan Ibu Andari selaku Kepala Bagian TU di BNN, Ibu Ketut Adi Lisdiani selaku Kepala Bidang Cegah di BNN, dan Bapak Nyoman Artana selaku Kepala Bidang Daya Masyarakat di BNN.

## **b. Data Sekunder**

Data Sekunder, berupa data-data yang sudah tersedia dan dapat diperoleh peneliti dengan cara membaca, melihat atau mendengarkan (Sarwono, 2007:98). Adapun data sekunder yang digunakan penulis adalah:

### **1. Metode Kepustakaan**

Metode kepustakaan adalah metode yang dalam pengumpulan data/mendapatkan data yang bersifat teoritis dan ilmiah dilakukan dengan cara menggunakan literatur atau bahan bacaan yang dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya (Surakhmad,1994:2).

Sesuai dengan teori diatas, penulis mencari data menggunakan literatur yang meliputi desain komunikasi visual yaitu meliputi buku, kamus dan internet yang menunjang data yang diperoleh dilapangan.

### **2. Metode Dokumentasi**

Metode Dokumentasi merupakan sarana bantu bagi peneliti dalam mengumpulkan data atau informasi dengan cara membaca surat-surat, pengumuman, ikhtisar rapat, pernyataan tertulis atas kebijakan tertentu serta bahan – bahan tulisan yang lain ( Sarwono,2007 : 102 ) metode ini dilakukan dengan mencari artikel yang berhubungan dengan Narkotika. Mengumpulkan data-data yang berupa fakta, penulis juga menggunakan foto-foto sebagai kelengkapan desain media kampanye dari BNN .

#### **1.6.2 Metode Analisis Data**

Metode analisis data adalah proses penyederhanaan data kedalam bentuk yang lebih mudah dibacakan dan diinterpretasikan (Sarwono, 2006:123). Metode analisis data yang digunakan dalam pengantar karya ini adalah metode analisis deskriptif kualitatif yaitu penggambaran sifat suatu keadaan yang berjalan pada saat penelitian.

Deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti suatu obyek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran atau suatu kelas peristiwa pada masa sekarang, yang bertujuan untuk membuat deskripsi, ilustrasi atau desain secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki (Nazir, 2005:54).

Kualitatif adalah suatu metode yang dilakukan melalui pendekatan historis, kajian dokumen, interpretasi peristiwa, kajian informasi, perekaman suatu kejadian, pemotretan hingga penafsiran suatu fenomena sosial melalui berbagai pencatatan lapangan yang kemudian dipaparkan dalam bentuk terolah (Sachari, 2005:135).

Deskriptif Kualitatif menekankan pada makna dan pemahaman dari dalam, penalaran, definisi suatu situasi tertentu, lebih banyak meneliti hal-hal yang berhubungan dengan kehidupan sehari-hari. Pendekatan kualitatif, lebih lanjut, mementingkan pada proses dibandingkan dengan hasil akhir. Oleh karena itu urutan kegiatan dapat berubah-ubah tergantung pada kondisi dan banyaknya gejala-gejala yang ditemukan. Tujuan penelitian biasanya berkaitan dengan hal-hal yang bersifat praktis.

Tahapan ini diperoleh dengan menganalisis data yang didapat dari metode yang sudah dijelaskan diatas, yakni observasi, interview, kepustakaan, dan dokumentasi. Hasil dari metode observasi adalah hasil survey lapangan ke BNN cabang Denpasar. Hasil dari metode wawancara adalah jawaban yang diajukan oleh peneliti. Jawaban inilah yang akan

melengkapi data-data materi mengenai Narkotika dan bahaya yang ditimbulkan, serta cara penanggulangannya. Hasil dari metode kepustakaan adalah pengertian-pengertian serta teori-teori yang berhubungan untuk mencari pemecahan masalah yang tepat dalam desain komunikasi visual untuk sarana kampanye “Bahaya Narkotika di Bali”. Hasil dari metode dokumentasi adalah berupa foto-foto dan gambar-gambar sebagai data berupa fakta atau bukti dan juga untuk memenuhi data dalam desain komunikasi visual untuk sarana kampanye “Bahaya Narkotika di Bali”

Media komunikasi visual yang digunakan untuk sarana kampanye Bahaya Narkotika adalah media yang sesuai ditempatkan pada program sosialisasi. Media komunikasi visual tersebut berisi pesan tentang bahaya yang dapat ditimbulkan oleh Narkotika supaya mewujudkan kesadaran dan kewaspadaan masyarakat, sekaligus meningkatkan pengetahuan serta terbentuknya sikap dan perilaku untuk menolak penyalahgunaan Narkotika, selain menjauhi Narkotika serta cepat tanggap dan sigap apabila ada pengguna Narkotika agar segera di bawa ke tempat Rehabilitasi Narkotika guna membebaskannya dari kecanduan Narkotika. Media komunikasi visual yang dibuat akan menggunakan warna yang memiliki kesan semangat karena di dalam media komunikasi visual ini yang ingin ditampilkan kesan informatif dan semangat bebas narkotika, dimana apabila kita terbebas dari bahaya narkotika akan ada masa depan yang cerah, serta menumbuhkan keinginan untuk hidup bebas dari narkotika. Narkotika yang dapat menyebabkan ketergantungan dan bahkan kematian apabila dikonsumsi secara berlebihan, maka dari itu informasi serta himbauan akan disampaikan untuk menjaukan para generasi muda dari jerat Narkotika, sehingga dapat lebih mengembangkan potensi diri mereka dan hidup terbebas dari narkotika. Kampanye dilakukan pada saat program sosialisasi.

### **1.7 Indikator serta Model Penilaian Desain**

Dalam penentuan desain yang terpilih, akan dilakukan dengan penelitian terhadap alternatif – alternatif desain yang menggunakan skala ordinal ( skala yang menunjukkan tingkat atau ranking ) dalam hal ini skala yang akan dipergunakan adalah skala likert.

Skala Likert adalah suatu skala psikometrik yang umum digunakan dalam kuesioner, dan merupakan skala yang paling banyak digunakan dalam riset berupa survei. Sewaktu menanggapi pertanyaan dalam skala Likert, responden menentukan tingkat persetujuan mereka terhadap suatu pernyataan dengan memilih salah satu dari pilihan yang tersedia. Skala Likert merupakan metode skala bipolar yang mengukur baik tanggapan positif ataupun negatif terhadap suatu pernyataan. Empat skala pilihan juga kadang digunakan untuk kuesioner skala Likert yang memaksa orang memilih salah satu kutub karena pilihan "netral" tak tersedia. ( [http://id.wikipedia.org/wiki/skala\\_likert](http://id.wikipedia.org/wiki/skala_likert))

Skala likert biasanya digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Pada skala Likert variabel yang nantinya akan diukur akan dijadikan indikator variabel yang nantinya akan menjadi tolak ukur untuk menyusun item – item yang dapat berupa pertanyaan dan pernyataan. (sumber: [http://usupress.usu.ac.id/files/Analisis0DatauntukRisetdanManajemen-FinalCetak\\_bab1.pdf](http://usupress.usu.ac.id/files/Analisis0DatauntukRisetdanManajemen-FinalCetak_bab1.pdf), diunduh 21/11/2012 pukul 07.26)

#### **1.7.1 Indikator**

Rangking yang didapatkan setelah dilakukannya penilaian terhadap prinsip – prinsip desain, penilaian dilakukan dengan pemberian tanda plus (+) jika ada kesesuaian antara prinsip desain dengan desain yang dibuat dan minus (-) jika tidak ada kesesuaian antara prinsip desain dengan desain yang dibuat. Dalam penentuan tingkat kualitas suatu desain maka akan dianalisis berdasarkan prinsip desain yaitu unity, simplicity, contrast texture, proportion, harmony dan balance.

## 2. IDENTIFIKASI DAN ANALISA DATA

### 2.1 Data Teoritis / Aktual

Data aktual merupakan data yang diperoleh dari literatur mengenai teori tentang desain komunikasi visual yang berhubungan dengan konsep pengerjaan Tugas Akhir ini.

#### 2.1.1 Pengertian Objek / Kasus

Pada Tugas Akhir ini judul kasus yang diangkat adalah Kampanye Bahaya Narkotika di Bali melalui desain media komunikasi visual. Dimana dari judul tersebut dapat diartikan sebagai dapat disimpulkan bahwa pengertian judul ini adalah proses pemikiran untuk melakukan suatu gerakan yang dituangkan berupa gambar maupun tulisan yang dapat dinikmati dengan penglihatan secara langsung yang berupa gambar maupun tulisan yang dapat dinikmati dengan penglihatan secara langsung yang berfungsi untuk mengetahui bahaya penyalahgunaan Narkotika.

Dilihat dari segi fungsi, media komunikasi visual adalah sarana untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada masyarakat dengan menggunakan berbagai unsur komunikasi visual seperti ilustrasi, teks, warna, dan sebagainya. Komunikasi visual telah berkembang tidak sekedar untuk menyampaikan pesan yang bersifat dasariah tetapi sudah bertujuan melakukan himbauan. Penggunaan dan perencanaan media komunikasi visual yang baik diyakini sebagai salah satu langkah untuk mendapatkan tujuan dari penyampaian pesan tersebut. Akan tetapi, setiap media komunikasi visual dalam kondisi tertentu memiliki peranan dan fungsi yang berbeda seperti halnya dalam strategi kampanye bahaya Narkotika, oleh karena itu perlu adanya perencanaan baik secara konseptual maupun visual dalam setiap desain media.

Kampanye bahaya Narkotika sangat perlu dilakukan mengingat sangat berbahayanya penyalahgunaan Narkotika itu sendiri. Narkotika memiliki tiga dampak yaitu : **Desperan** yang akan menekan sistem syaraf pusat dan mengurangi aktifitas fungsional tubuh bahkan bisa membuat pemakainya tidur dan tak sadarkan diri. **Stimulan** yaitu merangsang fungsi tubuh dan meningkatkan kegairahan serta kesadaran. **Halusinogen** yaitu mengubah daya persepsi dan menimbulkan halusinasi. Oleh karena itu, kampanye bahaya Narkotika merupakan salah satu media yang sangat baik dengan penyampaian informasi – informasi bahaya dan cara penyembuhannya guna mewujudkan kesadaran dan kewaspadaan dan membentuk perilaku untuk menolak penyalahgunaan narkotika.

Dalam pelaksanaan kampanye bahaya Narkotika, maka media-media yang bertujuan untuk mempromosikan kampanye ini akan dibuat dengan memasukkan informasi mengenai bahaya Narkotika serta dampak yang ditimbulkannya juga cara penanggulangannya, untuk mencegah yang belum memakai sehingga membentuk pola pikir menolak penyalahgunaan narkotika.

#### 2.1.2 Aspek-Aspek Desain Komunikasi Visual

Dalam proses mengkomunikasikan pesan yang efektif dan komunikatif kepada target audience, beberapa aspek yang perlu di perhatikan antarlain elemen- elemen serta media desain komunikasi visual. Adapun elemen – elemen desain komunikasi visual antarlain: ilustrasi, warna, teks dan tipografi serta layout ( Timmoty,2007 : 1). Sedangkan media desain komunikasi visual adalah sarana untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada public dengan menggunakan berbagai unsur komunikasi grafis seperti teks atau gambar/foto, yang nantinya akan menjadi unsur-unsur media yang akan digunakan.

### **2.1.3 Prinsip Desain Komunikasi Visual**

Desain atau tata letak (layout) adalah perencanaan untuk menyusun dan menggabungkan seluruh elemen desain. Sebelum membuat media desain, desainer terlebih dulu membuat konsep desain. Beberapa sketsa dalam ukuran kecil dibuat sebelum menata layout dalam ukuran yang sebenarnya proses ini disebut thumbnails. Dalam menyusun tata letak, harus dipertimbangkan prinsip desain, yaitu Unity, Simplicity, Contrasts, Proportions, harmony, Balance, dan Tekstur (Santosa, 2009:51-57)

### **2.1.4 Aspek Teknis Perwujudan**

Aspek teknis perwujudan merupakan suatu aspek yang perlu diperhitungkan agar visual desain yang dibuat dapat menjadi satu kesatuan konsep dengan eksekusi perwujudan. Teknis perwujudan yang dimaksud yaitu tata letak dan komposisi (layout), bahan dan teknik cetak.

### **2.1.5 Teori Sosial yang Mendukung Kasus**

Dalam pembuatan tugas akhir ini, penulis mengangkat judul Kampanye bahaya narkoba Melalui Media Komunikasi Visual. Dalam kasus ini penulis menggunakan teori informative yaitu pesan yang disampaikan berisikan penjelasan yang dibutuhkan dengan jelas dan penulis menggunakan teori sosial yang sesuai dengan kasus yang diangkat. Dalam perancangan desain menggunakan teori sosial yang mendukung kasus yaitu kajian desain berdasarkan teori psikologi komunikasi dan teori psikologi remaja.

#### **a. Teori psikologi komunikasi**

Teori psikologi komunikasi terbentuk karena kedua bidang tersebut saling berkaitan satu sama lain, terlebih sama-sama melibatkan manusia. Komunikasi adalah kegiatan bertukar informasi yang dilakukan oleh manusia untuk mengubah pendapat atau perilaku manusia lainnya. Sementara perilaku manusia merupakan obyek bagi ilmu psikologi. Mengetahui sisi positif yang timbul dari tidak mengkonsumsi narkoba.

#### **b. Teori psikologi remaja**

Masa remaja ini disebut sebagai masa penghubung atau peralihan antara masa kanak-kanak ke masa dewasa, pada periode ini terjadi perubahan-perubahan besar dan emosional mengenai kematangan psikologis dalam menemukan dirinya dan mencari nilai-nilai kebaikan, kebijaksanaan, keindahan, senang terhadap idola (terkenal), tertarik lawan jenis dan lain-lain (Pujirianto 2003:102).

## **2.2 Data Lapangan / Faktual**

Data Faktual merupakan data-data yang diambil berdasar fakta yang ada di lapangan. Fakta artinya peristiwa, sesuatu yang terjadi sungguh-sungguh, sesuatu yang benar-benar ada atau terjadi (Anwar, 2003:137).

### **2.2.1 Nama Objek / Kasus**

Pada pengantar karya Tugas Akhir ini, penulis mengangkat judul “Kampanye Bahaya Narkoba di Bli Melalui Desain Media Komunikasi Visual”

## 2.2.2 Pengelola

- Nama Tempat : Badan Narkotika Nasional Provinsi Bali
- Tahun Berdiri : 2012
- No. Telepon : (62-361) 232472, Fax. : (62-361) 232472
- Mail : bnnp\_bali @bnn.go.id
- Direktur : Kombes Pol I Gusti Ketut Budiarta
- Bidang Usaha Perusahaan : pemberantasan penyalahgunaan dan peredaran gelap narkotika
- Profile Perusahaan :

Badan Narkotika Nasional ( BNN ) adalah Lembaga Pemerintah Non Kementrian ( LPNK ) yang berkedudukan di bawah dan bertanggung jawab kepada Presiden melalui koordinasi Kepala Kepolisian Negara Republik Indonesia. Kewenangan BNN yang dikhususkan undang – undang adalh tugas dalam melaksanakan pemberantasan dan penyalahgunaan dan peredaran gelap Narkotika dan Prekursor Narkotika, oleh karena itu BNN berwenang melakukan penyelidikan dan penyidikan.

Badan Narkotika Nasional Provinsi Bali memiliki visi : Bersama mewujudkan “ Indonesia Bebas Narkoba” , dan memiliki misi : melakukan pencegahan dan pemberantasan penyalahgunaan dan peredaran gelap narkoba secara komprehensif dan sinergis. Mengacu pada Inpres No 12 tahun 2011, BNN memiliki kebijakan dan Strategi Nasional yaitu pencegahan dan pemberantasan penyalahgunaan dan peredaran gelap narkoba ( P4GN )

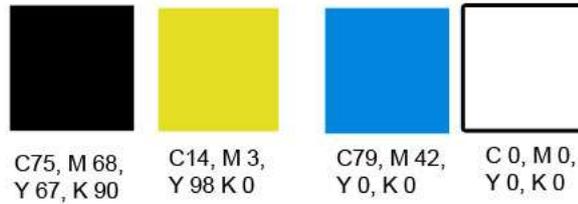
- Logo :



### MAKNA BENTUK

1. Lingkaran berwarna emas menjelaskan satu kesatuan yang tidak memberikan celah bagi penyalahguna dan pengedar gelap narkoba.
2. Bintang, merupakan simbolisasi cita-cita luhur BNN untuk mewujudkan masyarakat Indonesia bebas dari penyalahgunaan dan peredaran gelap narkoba.
3. Tulisan Badan Narkotika Nasional Republik Indonesia, memberikan pemahaman bahwa Badan Narkotika Nasional adalah Aparat pemerintah RI yang memiliki tugas khusus dalam menanggulangi permasalahan narkoba.
4. Garuda melambangkan bahwa komitmen BNN terhadap tekad pemerintah RI dalam upaya menanggulangi permasalahan narkoba.
5. Huruf BNN menunjukkan terminologi Badan Narkotika Nasional.

- Warna logo :



## MAKNA WARNA

1. Warna Hitam, artinya keseriusan dan ketegasan.
2. Warna Kuning gading, memiliki kreativitas dan inovatif makna kecerdasan, antusiasme
3. Warna biru tua dan biru muda, artinya lambang universalisme
4. Warna Putih, artinya keluhuran cita-cita.

### 2.2.3 Lokasi

Badan Narkotika Nasional Provinsi Bali, Jalan Kamboja No 8, Denpasar.



### 2.2.4 Sarana Komunikasi yang Ada

Sarana komunikasi yang ada yang telah didapatkan selama pengumpulan data di BNN Provinsi Bali yaitu papan nama, x- banner, Poster, dan lain sebagainya.

### 2.2.5 Potensi Kasus

Penyalahgunaan dan peredaran gelap narkoba di Indonesia masih menjadi permasalahan nasional yang tidak kunjung Tuntas. Terbukti dengan bertambahnya jumlah penyalahgunaan dan pecandu narkoba secara signifikan seiring meningkatnya pengungkapan kasus tindak kejahatan peredaran gelap narkoba yang semakin beragam polanya dan semakin masif pula jaringan sindikatnya. Selain itu semain banayak pula “korban” penyalahgunaan narkoba yang berakhir pada kematian.

BNN yang merupakan Lembaga Pemerintah Non Kementrian (LPNK) yang juga berkewenangan memberantas peredaran gelap dan penyalahgunaan narkotika. BNN juga memiliki kewenangan untuk membantu program rehabilitasi korban penyalahgunaan narkotika.

Badan Narkotika Nasional Provinsi Bali memiliki visi : Bersama mewujudkan “ Indonesia Bebas Narkoba” , dan memiliki misi : melakukan pencegahan dan pemberantasan penyalahgunaan dan peredaran gelap narkoba secara komprehensif dan sinergis. Mengacu pada Inpres No 12 tahun 2011, BNN memiliki kebijakan dan Strategi Nasional yaitu pencegahan dan pemberantasan penyalahgunaan dan peredaran gelap narkoba ( P4GN ). Hal inilah yang akan diangkat, dimana pentingnya menginformasikan bahaya dan dampak penyalahgunaan narkotika. Dimana pada kasus ini audience nya adalah remaja yang banyak menjadi korban dari penyalahgunaan narkotika, dengan maksud pengurangan angka pertambahan korban penyalahgunaan narkotika. justru menjadi pribadi yang produktif, dan secara tidak langsung akan menjadi contoh nyata bagi masyarakat yang belum terkena, supaya meumbuhkan kesadaran menolak narkotika di tengah lingkungan mereka.

### **2.3 Analisis dan Sintesa**

Dalam proses ini, penulis meneliti berbagai media kampanye yang terdapat di Badan Narkotika Nasional Provinsi Bali. Dari analisis media-media tersebut penulis dapat menentukan kelemahan maupun kekuatan dari setiap media untuk diaplikasikan ke dalam desain yang akan dibuat melalui sintesa. Adapun prosesnya adalah sebagai berikut:

#### **2.3.1 Analisis**

Analisis adalah penelitian terhadap suatu peristiwa untuk diketahui sebab musababnya, unsur-unsurnya dan prosesnya (Zain, 2001:46). Dalam desain media Tugas Akhir ini menggunakan analisis aktual dan faktual yang merupakan proses yang sangat diperlukan untuk memperoleh kesimpulan dari permasalahan yang ada.

#### **2.3.2 Sintesa**

Sintesis sendiri merupakan paduan beberapa pengertian agar terbentuk kesatuan yang selaras (Zain, 2001:1332). Berdasarkan analisa yang telah dilakukan secara teori dan dari data-data yang didapat, maka diketahui bahwa media komunikasi visual yang digunakan sebagai sarana kampanye masih kurang, untuk itu guna mencapai tujuan yang diinginkan. Dalam hal ini meliputi beberapa diantaranya

##### **a. Media**

Media yang akan dibuat harus tepat, jelas sasaran, efektif, komunikatif yang mampu memberikan himbauan dan informasi tentang bahaya narkotika. Media komunikasi visual yang akan di desain untuk kampanye bahaya narkotika berdasarkan efektifitas dan fungsional yang akan digunakan pada saat sosialisasi antara lain Multimedia Interaktif, leaflet, T Shirt, Folder, Poster, X Banner, Paper bag, stiker, Flyer dan Katalog.

##### **b. Ilustrasi**

Teknik yang digunakan dominan menggunakan teknik ilustrasi gambar tangan dengan finishing digital yang disesuaikan dengan media, agar media yang dibuat dapat

terlihat lebih menarik. menggunakan ilustrasi remaja yang bersemangat dengan berbagai ekspresi seperti melompat dan berteriak dengan ilustrasi pendukung berupa logo BNN

### **c. Warna**

Pada pembuatan media komunikasi visual Tugas Akhir ini menggunakan warna yang memiliki sifat warna yang cerah, perpaduan antara warna panas dan dingin dari berbagai jenis warna, dapat mengekspresikan gerakan, aktivitas, lonjakan dan menampilkan suatu kegembiraan, dengan menggunakan warna biru, kuning, merah dan pink.

### **d. Teks**

Teks yang digunakan akan tersusun oleh judul, sub judul, naskah, logo dan kata penutup terbatas pada media Multimedia Interaktif, folder, poster,, Flyer. Informasi yang akan disampaikan mengenai bahaya dan himbuan untuk peduli terhadap penyalahgunaan narkotika. Untuk kandungan pesan tersebut harus jujur, informatif, mendidik, bersifat ajakan dan dapat dipahami oleh target audience.

### **e. Huruf**

Huruf yang digunakan adalah Sans Serif dengan jenis huruf Arial dan porky's dengan penataan yang lebih rapi agar mudah dibaca target audience.

### **f. Ukuran dan bahan**

Ukuran yang akan digunakan memakai satuan cm dan pixel, bahan yang akan digunakan terdiri dari art paper, PVC, clooth banner, Adapun bahan dan ukuran yang dimaksud sebagai berikut:

#### 1) Multimedia Interaktif

Format yang digunakan untuk membuat desain yaitu Adobe Flash / Macromedia Flash (.swf) atau Windows Projector (.exe) dengan ukuran media 800 pixel x 600 pixel yang merupakan standar untuk ditayangkan melalui LCD Proyektor.

#### 2) T Shirt

Media dicetak pada kaos dengan ukuran all size

#### 3) Folder

Menggunakan bahan art paper 150 gsm dengan ukuran 21 cm x 9,9 cm dalam keadaan tertutup dan berukuran 21 cm x 19,8 cm dalam keadaan dibentangkan. Media brosur terdiri dari 3 lembar desain 2 sisi yang digabungkan, dilipat dan distaples pada tengah-tengahnya

#### 4) Poster

Menggunakan bahan art paper 210 gsm dengan ukuran 42 cm x 59,4 cm (A2).

#### 5) X - Banner

Menggunakan bahan PVC dengan ukuran 160 cm x 60 cm dalam keadaan media saat dibentangkan.

#### 6) leaflet

Menggunakan bahan art paper 150 gsm cm dengan ukuran 10 cm x 21 cm.

#### 7) stiker

Menggunakan bahan skiker vinyl ukuran 9cm x 5cm

8) Flyer

Menggunakan bahan art paper 150 gsm dengan ukuran 10 cm x 21 cm.

9) Paper bag

Menggunakan bahan art paper 18 cm x 7 cm pada alasnya dan memiliki tinggi 26 cm.

10) Katalog

Menggunakan bahan art paper 260 gsm pada cover dan 150 gsm pada bagian isi. Ukuran media yang digunakan 30 cm x 10 cm dalam keadaan terbuka dan berukuran 15 cm x 10 cm dalam keadaan tertutup

### **3. KONSEP DESAIN**

#### **3.1 Konsep Dasar Desain**

Konsep merupakan salah satu hal yang paling penting dalam mendesain sesuatu, karena konsep sendiri adalah dasar inspirasi yang nantinya akan digunakan sebagai acuan desainer dalam mendesain media-media komunikasi visual. Konsep dasar merupakan dasar atau landasan dalam merancang desain, yang mudah dikomunikasikan atau disebarluaskan sehingga dapat dinikmati oleh orang banyak dengan memperhatikan konsep desain tersebut, sehingga nantinya tidak menyimpang dari tujuan perancangan media kampanye “bahaya Narkotika” di Bali.

Konsep dasar dalam desain media-media komunikasi visual yang akan digunakan untuk kampanye yaitu konsep “Semangat kebebasan” yang menyesuaikan dengan kasus yang diambil. Secara etimologi semangat adalah nafsu, kemauan untuk bekerja, berjuang. (<http://bahasa.cs.ui.ac.id/kbbi.php? Keyword=semangat>), sedangkan Kebebasan berasal dari kata bebas yang berarti lepas sama sekali (tidak terhalang, terganggu, dsb sehingga dapat bergerak, berbicara, berbuat, dsb dng leluasa. (<http://kamusbahasaindonesia.org/bebas>)). Jadi semangat kebebasan adalah kemauan untuk berjuang untuk lepas dari halangan atau gangguan, dalam hal ini semangat bebas dari bahaya narkotika. Konsep dasar semangat bebas narkotika dipilih dengan tujuan memotivasi target audience dalam hal ini tidak hanya sebatas menginformasikan bahaya yang ditimbulkan saja, namun juga membentuk pola pikir bebas dari jerat narkotika.

Dari kriteria desain yang dipadukan dengan penerapan unsur visual pada konsep tersebut, desainer dapat membuat suatu media desain komunikasi visual yang efektif dan komunikatif. Desain media-media tersebut juga menyesuaikan dengan norma-norma yang berlaku, serta dapat mendidik, meyakinkan masyarakat dan menanamkan kesadaran masyarakat dalam hal ini remaja untuk hidup bebas narkotika.

#### **3.2 Skema Pola Pikir**

Salah satu hal penting agar kegiatan promosi ini dapat difungsikan secara maksimal dan tepat sasaran adalah dengan memahami terlebih dahulu pola pikir dalam desain.

Konsep pola pikir yang dimaksud adalah langkah-langkah pemikiran dalam desain media komunikasi visual antara komunikator dan komunikan guna memastikan pesan yang disampaikan sesuai sasaran, adapun skema pola pikir dalam desain media promosi kampanye “Bahaya Narkotika”

Dalam hal ini manusia secara ilmiah memiliki berbagai kebutuhan dan permasalahan dalam hidupnya. Termasuk kebutuhan atau permasalahan untuk menginformasikan sesuatu kepada khalayak sebagai usaha mempromosikan produk/jasa. Berkaitan dengan penyampaian pesan dan informasi tersebut ada tiga unsur yang berperan yaitu komunikator, desainer dan komunikan. Dalam hal ini, desainer berperan memvisualisasikan maksud dan tujuan dari komunikator yaitu BNN Provinsi Bali kepada komunikan yaitu Remaja melalui desain yang dibuat. Pada prosesnya desain yang dibuat tentu harus berisikan informasi yang dibutuhkan oleh komunikan serta berisi informasi Kebutuhan informasi tentang bahaya narkotika dan cara penanggulangannya yang diinformasikan oleh komunikator yang mana tetap berpegang pada aturan atau norma yang berlaku di masyarakat. Visualisasi desain nantinya bertujuan dalam kepentingan kampanye bahaya narkotika di Bali.

### **3.3 Skema Proses Desain**

Konsep proses desain juga digunakan untuk mendukung pemecahan masalah. Oleh karena itu, diperlukan dukungan data teori yang ada dan data yang didapat di lapangan. Skema ini akan menunjukkan perjalanan desain dari latar belakang permasalahan yang akan dipecahkan melalui perwujudan media komunikasi visual terpilih. Judul yang diangkat dalam Tugas Akhir ini yaitu Kampanye “Bahaya Narkotika di Bali” melalui desain media komunikasi visual. Permasalahan yang dihadapi dalam tema ini adalah “Bagaimana cara merancang media komunikasi visual yang efektif, komunikatif dan sesuai kriteria desain sebagai sarana kampanye Bahaya Narkotika di Bali?”. Sehingga tujuan yang ingin dicapai adalah mengetahui bagaimana cara merancang media komunikasi visual yang efektif, komunikatif dan sesuai kriteria desain sebagai sarana kampanye Bahaya Narkotika di Bali. Sasarannya adalah para remaja. Agar tujuan dan sasaran dapat dicapai maka diperlukan adanya pengumpulan data baik data aktual maupun data faktual. Kemudian data-data tersebut akan dianalisis sehingga dapat ditarik suatu kesimpulan sementara atau sintesa. Dari sintesa tersebut maka ditentukanlah media terpilih berupa Multimedia Interaktif, leaflet, T Shirt, Folder, Poster, X Banner, Paper bag, stiker, Flyer dan Katalog. Kemudian diciptakanlah alternatif pra-desain dari media-media tersebut dan dianalisis berdasarkan kriteria desain sehingga akan tercipta desain terpilih. Desain yang sudah terpilih akan diwujudkan. Dalam perwujudannya akan menggunakan teknik cetak, alat dan bahan yang disesuaikan dengan media. Kemudian akan didistribusikan atau disalurkan kepada masyarakat sehingga permasalahan di atas dapat diatasi. Sehingga adanya hubungan tak langsung dari permasalahan dan distribusi.

### **3.4 Strategi Media**

Dalam Desain komunikasi visual sebagai sarana kampanye Bahaya Narkotika di Bali, strategi media yang digunakan difokuskan pada pemberian informasi pada para remaja yang belum terkena penyalahgunaan narkotika.

Penyampaian informasi yang akan dilakukan dalam promosi kampanye Bahaya Narkotika di Bali akan dilakukan sebelum event dan saat event berlangsung. Jenis media tersebut digunakan agar promosi dapat lebih efektif dan komunikatif.

### **3.5 Program Tayangan Media**

Program tayangan media hendaknya dilaksanakan pada saat-saat atau momen-momen tertentu sehingga media yang dipublikasikan dapat memberikan kesan mendalam bagi masyarakat. Aspek yang terkait diantaranya yaitu Kapan, Dimana, dan Frekuensi.

### **3.6 Strategi Kreatif**

Strategi kreatif adalah upaya pendekatan media promosi untuk memaksimalkan daya tarik visual melalui bentuk isi dan perwujudan media. Adapun strategi kreatif yang dilakukan pada media komunikasi visual untuk kampanye bahaya narkotika di Bali antara lain mempertimbangkan isi pesan, bentuk pesan, strategi visual, gaya visual dan material

## 4. VISUALISASI DESAIN

### 4.1 Folder



Nama Media : Folder  
 Ukuran : 21cm x 9,9cm (tertutup), 21cm x 19,8cm (terbuka)  
 Bahan : Art Paper 150 gsm  
 Huruf : Porky's dan Arial  
 Teknik : Cetak Offset

### 4.2 Multimedia Interaktif



Nama Media : Multimedia Interaktif  
 Ukuran : 800 pixel x 600 pixel  
 Format : Adobe Flash / Macromedia Flash (.swf)  
 Windows Projector (.exe)  
 Huruf : Arial dan porky's  
 Teknik : Burning CD

#### 4.3 Flyer



Nama Media : *flyer*  
Ukuran : 20cm x 10 cm  
Bahan : *Art Paper 210 gsm dan Akrilik*  
Huruf : *Arial dan Porky's*  
Teknik : *Digital Print*

#### 4.4 Paper Bag



Nama Media : *Paper Bag*  
Ukuran : 18 cm x 7 cm (alas) dan tinggi 26 cm  
Bahan : *Art Paper 210 gsm*  
Huruf : *Arial dan porky's*  
Teknik : *Cetak Offset*



#### 4.7 Poster



Nama media : Poster  
Ukuran : A2 (42cmx 59,4 cm)  
Bahan : *Art paper* 210 gsm  
Teknik : Cetak Offset

#### 4.8 Leaflet



Nama media : *Leaflet*  
Ukuran : 10 cm x 21 cm  
Bahan : *Art paper* 150 gsm  
Teknik : Cetak Offset

#### 4.9 Stiker



Nama Media : *Stiker*  
Ukuran : 9cm x 5 cm  
Bahan : *stiker vinyl*  
Huruf : *Porky's*  
Teknik : *Cetak digital*

#### 4.10 Katalog



Nama Media : *Katalog*  
Ukuran : 15cm x 10cm (tertutup), 30cm x 10cm (terbuka)  
Bahan : *Art Paper 260 gsm (cover)*  
*Art Paper 150 gsm (isi)*  
Huruf : *Aero dan Arial*  
Teknik : *Digital Print*

## 5. SIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Simpulan

Setelah melakukan survey dan penelitian pada studi kasus desain komunikasi visual untuk promosi kampanye bahaya Narkotika di Bali, berdasarkan data-data yang telah diperoleh dari perusahaan bersangkutan dengan menerapkan metode-metode penelitian maka dapat ditarik suatu kesimpulan antara lain:

1. Dalam menentukan konsep desain untuk meningkatkan sosialisasi bahaya narkotika di Bali melalui desain media komunikasi visual dipertimbangkan teori-teori desain, teori sosial, prinsip desain dan kriteria desain yang dijadikan indikator yaitu *Unity, Simplicity, Contrasts, Proportions, harmony, Balance*, dan Tekstur
2. Dalam desain media komunikasi visual perlu dipertimbangkan teori-teori desain, teori sosial, prinsip desain, kriteria desain, serta mempertimbangkan keadaan calon konsumen sehingga akan terwujud media komunikasi visual yang efektif, komunikatif dan sesuai kriteria desain. “semangat Bebas” merupakan konsep dasar yang relevan digunakan pada proses desain komunikasi visual untuk promosi kampanye bahaya Narkotika. Konsep tersebut dapat membantu dalam desain media komunikasi visual yang efektif, efisien dan komunikatif, serta tepat pada sasaran. Sehingga tujuan untuk kampanye bahaya narkotika akan tercapai.

### 5.2 Saran

Saran-saran penulis sebagai pertimbangan setelah mengetahui dan melakukan berbagai kegiatan dalam desain komunikasi visual untuk promosi Bahaya Narkotika di Bali, antara lain :

1. BNN hendaknya lebih menonjolkan kebaikan atau hal positif yang dapat didapat jika tidak memakai narkotika sehingga bisa lebih efektif, komunikatif dalam penyampaian informasi.
2. Bagi para desainer dan disiplin ilmu Desain Komunikasi Visual, dalam membuat desain sebaiknya memperhatikan konsep yang digunakan, dengan menyesuaikan unsur-unsur desain, seperti ilustrasi, teks / tipografi, warna, dan *layout*. Yang selanjutnya bisa diwujudkan dengan bahan dan teknik cetak yang sesuai dengan media-media yang dirancang. Serta juga memperhatikan kapan, dimana, dan frekuensi media tersebut disebar. Sehingga media-media tersebut, bisa efektif dan efisien digunakan sebagai sarana promosi.

## DAFTAR RUJUKAN

- Anwar, Desy. 2003. *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia Terbaru*. Surabaya: Percetakan Galangpress
- Badudu dan Zain, 2001 *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta : Pustaka Sinar Harapan
- Eiseman, L. (2000). *Pantone Guide to Communicating with Color*. Graphic Press, Ltd, Ohio
- Ima, Hardiman. 2006. *Seri Pintar PR 400 istilah. Public relations .MEDIA & PERIKLANAN* . Jakarta: PT. Buku Kita.
- Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: C.V. ANDI OFFSET
- Kusrianto, Adi. 2010. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: C.V. ANDI OFFSET
- Marzuki,1995. *Metodologi Riset*. Yogyakarta: BPEFE-UII
- Moriarty. Sandra. Mitchell. Nancy & Well Wiliam. 2009. *Advertisign*. Jakarta: Kencana.
- Nazir. Moh., 2003, *Metode Penelitian*, Cetakan Kelima, Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Nuradi, Wisaksono Noeradi, Harimurti Kridalaksana, Nani R. Indrati. 1996. *Kamus Istilah Periklanan Indonesia*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka
- Poerwadaminta, W.J.S. 1985. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta : Balai Pustaka
- Pujiriyanto. 2005. *Desain Grafis Komputer (Teori Desain Grafis Komputer)*. Yogyakarta: C.V ANDI Offset
- Rustan, Suriyanto, 2009. *Layout*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Rustan, Suriyanto, 2011. *HURUFONTIPOGRAFI*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Sachari, Agus. 2005. *Metodologi Penelitian budaya rupa*. Jakarta: Erlangga.
- Samara, Timothy. 2007. *Design Elements: Graphic style manual*. New York: Rockport publisher.
- Santosa, Sigit. 2009. *Creative Advertisign*. Jakarta: Gramedia. Utama.
- Sanyoto, Ebdy Sadjiman. 2006. *Metode Perancangan Komunikasi Visual Periklanan*. Yogyakarta: Dimensi Press.
- Sarwono. Jhonatan & Lubis, Hary. 2007. *Metode Riset Untuk Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: C.V ANDI Offset.
- Sihombing, Danton. 2001, *Tipografi dalam desain grafis*, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
- Surakhmad, 1994. *Pengantar Penelitian Ilmiah*, Jakarta: PT. tarsito
- Suyanto, M. (2004) *Aplikasi Desain Grafis untuk Periklanan*, ANDI OFFSET, Yogyakarta
- Swasty, Wirania.2010, *Warna Interior Rumah Tinggal*, Bandung : PT. Niaga Swadaya

### Website

- <http://www.terindikasi.com/2012/03/pengertian-nakotika.html>-diunduh 21/11/2012 pukul 06.62
- <http://bali.antaranews.com/berita/28065/bnn-sosialisasi-penyalahgunaan-narkoba>-diunduh 21/11/2012 pukul 06.59
- [http://id.wikipedia.org/wiki/skala\\_likert](http://id.wikipedia.org/wiki/skala_likert)-diunduh 21/11/2012 pukul 06.60
- [http://usupress.usu.ac.id/files/Analisis0DatauntukRisetdanManajemen-FinalCetak\\_bab1.pdf](http://usupress.usu.ac.id/files/Analisis0DatauntukRisetdanManajemen-FinalCetak_bab1.pdf), diunduh 21/11/2012 pukul 07.26
- <http://dedihumas.bnn.go.id/read/section/artikel/2012/05/02/377/tiga-langkah-membangun-remaja-bebas-narkoba>- diunduh tanggal 07/11/2012

<http://pemoeda-pemoedie.blogspot.com/2008/01/psikologi-warna-pink.html> diunduh tanggal 07/11/2012

<http://jurusgrafis.com/artikel/psikologi-warna-desain-grafis/> - diunduh tanggal 16/02/2010  
(<http://www.maa.co.id/life/SehatIndonesiaPlus.aspx> - diunduh tanggal 07/11/2012

<http://www.desainstudio.com/2011/06/tips-menciptakan-kontras-dalam-desain.html>) diunduh 20/11/12 pukul 00:21

<http://belajardesain.wordpress.com/2009/02/12/prinsip-desain-grafis-untuk-publikasi/> - diunduh tanggal 12/02/2009

<http://edukasi-enyusrini.blogspot.com/2010/12/peran-orang-tua-dalam-pencegahan.html> - diunduh tanggal 07/11/2012

<http://http://effendiabg.blogspot.com/> - diunduh tanggal 07/11/2012

<http://www.multimedia-interaktif.com/> - diunduh 21/11/2012 pukul 08.36

<http://kamusbahasaindonesia.org/bebas> - diunduh tanggal 07/11/2012

[http://id.wikipedia.org/wiki/Ukuran\\_kertas](http://id.wikipedia.org/wiki/Ukuran_kertas) - diunduh tanggal 07/11/2012

[http://id.Wikipedia.org/wiki/kaus\\_oblong](http://id.Wikipedia.org/wiki/kaus_oblong) - diunduh tanggal 07/11/2012

<http://www.kotak-kado.com/pelanggan/134-tas-kertas.html> - diunduh tanggal 07/11/2012

<http://smsrbandung.wordpress.com/2012/01/26/stiker-adalah>-

<http://www.aahliadesain.com/menghitung-harga-sebuah-karya-desain.html> / Thoma Dian dan Ipung Motha

<http://id.wikipedia.org/wiki/poster>, 19 Oktober, 23.10 Wita- diunduh tanggal 02/02/2013

<http://feripadri.files.wordpress.com/2011/11/leaflets2.pdf> diunduh tanggal 02/02/2013.

<http://smsrbandung.wordpress.com/2012/01/26/stiker-adalah-b/> diunduh tanggal 02/02/2013