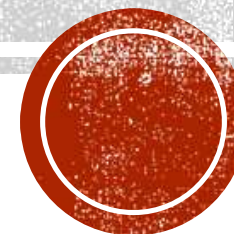


MIDNIGHT RECREACTION



LATAR BELAKANG

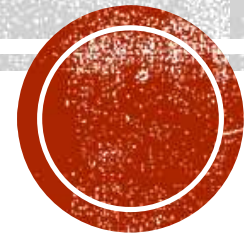
Saat ini tidur hingga larut malam sudah menjadi hal yang biasa, salah satunya bagi mahasiswa DKV di kota Bandung, yang selalu menghabiskan waktu tidurnya untuk begadang karena mengerjakan tugas, bermain game, maupun mengakses media sosial. Hal ini tentunya tidak baik bagi kesehatan, apalagi jika begadang terus dilakukan dalam jangka waktu yang panjang yang menyebabkan kurangnya jam tidur. Padahal tidur memiliki fungsi penting bagi tubuh yang tidak bisa digantikan. Oleh karena itu diperlukan sebuah upaya dalam mencegah terjadinya dampak negatif yang akan terjadi dari pola tidur yang buruk ini. Maka dari itu perancangan kampanye ini adalah untuk menyadarkan mengenai pentingnya pola tidur yang baik melalui iklan layanan masyarakat berupa video dengan penyampaian pesan berupa sindiran, dengan harapan bahwa mahasiswa-mahasiswi DKV di Kota Bandung dapat menerapkan pola tidur yang benar dan sehat.



Perancangan Media Dalam merancang video kampanye ini melalui beberapa tahap, diantaranya:

1. Tahap pra-produksi

- a. Menentukan tema
- b. Menentukan/memilih talent
- c. Menentukan lokasi shooting
- d. Membuat diagram plot
- e. Membuat storyline
- f. Membuat sinopsis
- g. membuat naskah
- h. membuat storyboard
- i. Menentukan/memilih talent
- j. Lokasi shooting



SWOT Analisa SWOT ini dilakukan untuk mengetahui kekurangan dan kelebihan dari suatu perancangan kampanye kesadaran pola tidur yang baik bagi mahasiswa adalah sebagai berikut:

Strength

- a. Dapat diakses oleh setiap orang yang memiliki media social
- b. Dapat diakses dimana saja dan kapan saja
- c. Penyampaian pesan tidak memaksa

Weakness

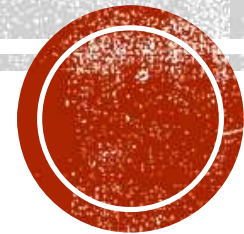
- a. Harus memiliki akun sosial media
- b. Harus membuka instagram, facebook, atau youtube untuk bisa melihat video ini
- c. Harus memiliki kuota untuk melihat video ini

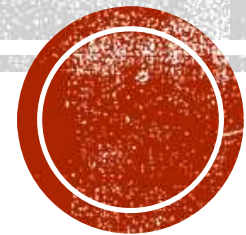
Opportunity

- a. Dapat dilihat oleh setiap orang yang memiliki sosial media
- b. Timbulnya kesadaran bahwa, tidur hingga larut malam tidak baik bagi kesehatan
- c. Masyarakat yang menonton video ini tidak akan sadar, bahwa ia sedang menyaksikan kampanye social

Threat

- a. Mahasiswa yang tetap tidak peduli dengan dampak negatif yang akan terjadi
- b. Ada media kampanye lain, seperti mobile apps dan poster





POSITIONING

Positioning Sebuah kampanye mengenai pola tidur yang disajikan melalui iklan layanan masyarakat untuk mengajak mahasiswa/mahasiswi DKV di kota Bandung khususnya dan masyarakat Indonesia lainnya untuk merubah pola tidur mereka menjadi lebih baik.



TONE AND MANNER

Tone and Manner Dalam perancangan ini ingin menyampaikan pesan secara menyindir kepada target audience, dengan menampilkan kegiatan yang biasa dilakukan oleh target audience hampir setiap harinya pada dinihari. Pendekatan pesan perancangan : Emosional
Jenis tampilan : Video iklan layanan masyarakat Gaya penyampaian pesan : Sindiran.



MEDIA PLACEMENT

Media Placement Untuk media penerapannya, video iklan layanan masyarakat ini akan dipublikasikan media sosial seperti instagram, facebook, youtube, maupun media sosial yang lain. Dipublikasikan baik dari akun khusus maupun dengan cara dibagikan dari akun pribadi dan akun lain yang ingin membagikannya.



VISUALISASI KARYA

NOTEBOOK



MUG



KESIMPULAN

Berdasarkan apa yang telah dibahas sebelumnya, tidur yang cukup merupakan hal yang penting bagi kesehatan setiap orang. Maka dari itu dibuat sebuah kampanye sosial berupa video iklan layanan masyarakat yang memperlihatkan kegiatan yang biasa dilakukan oleh target audience yang menyebabkan tidur hingga larut malam, dengan tujuan agar mereka sadar bahwa yang dilakukannya selama ini tidak baik untuk kesehatan

