Abstract

MEDIA CAMPAIGN DESIGN OF FAMILY PLANNING PROGRAM FOR MEN

***By*:**
Buda Karang Arisudana
51908117
Study Programme Visual Communication Design

The design was conducted in the city of Bandung. The study focused on men who are or are not married by age range 30-35 years in Bandung because of Bandung area as one of the cities that have a productive population. Data collected in this study is the primary data and secondary data where the primary data obtained directly from the field through technical interviews and secondary data obtained by tracing documentation, books and literature relevant to this design.

Still a lack of socialization of the family planning program for men. There are still many who argue that having many children meanning a lot fortunes, and men are still afraid to have an operation because the operation itself is very scary thought. So that the required information in a media campaign.

Keyword : men, family, rumour, children

Abstrak

PERANCANGAN MEDIA KAMPANYE PROGRAM KB VASEKTOMI UNTUK PRIA

Oleh:
Buda Karang Arisudana
51908117
Program Studi Desain Komunikasi Visual

Perancangan ini dilaksanakan di kota Bandung. Penelitian difokuskan pada pria yang sudah atau belum menikah dengan kisaran umur 30 – 35 tahun di daerah Bandung karena Bandung sebagai salah satu kota yang memiliki penduduk produktif.

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder dimana data primer diperoleh langsung dari lapangan melalui teknik wawancara dan data sekunder diperoleh dengan menelusuri dokumentasi, buku-buku serta literatur yang relevan dengan perancangan ini.

Masih kurangnya sosialisasi mengenai program KB bagi pria. Masih ada yang beranggapan bahwa memiliki banyak anak banyak rezeki, dan pria masih takut untuk dioperasi karena pemikiran operasi sendiri sangat menyeramkan. Sehingga dibutuhkan media informasi dengan cara kampanye.

Kata kunci: pria, keluarga, mitos, anak