

PERANCANGAN KAMPANYE MENINGKATKAN

DAYA TAHAN TUBUH DI MASA PANDEMI

Laporan Tugas Akhir

Ditulis sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Desain (S.Ds.)



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Nama : Rico Pramana
NIM : 14120210371
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2021

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rico Pramana
NIM : 14120210371
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain
Universitas Multimedia Nusantara
Judul Tugas Akhir : Perancangan Kampanye Meningkatkan Daya
Tahan Tubuh di Masa Pandemi

PERANCANGAN KAMPANYE MENINGKAKTKAN DAYA TAHAN TUBUH di MASA PANDEMI

dengan ini menyatakan bahwa, laporan dan karya tugas akhir ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar sarjana, baik di Universitas Multimedia Nusantara maupun di perguruan tinggi lainnya.

Karya tulis ini bukan saduran/terjemahan, murni gagasan, rumusan dan pelaksanaan penelitian/implementasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing akademik dan narasumber.

Demikian surat Pernyataan Originalitas ini saya buat dengan sebenarnya, apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan serta ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar (S.Ds.) yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 4 Januari 2021



Rico Pramana

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

PERANCANGAN KAMPANYE MENINGKATKAN DAYA TAHAN TUBUH di MASA PANDEMI

Oleh

Nama : Rico Pramana
NIM : 14120210371
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

Tangerang, 19 Januari 2021

Pembimbing



Roy Anthonius Susanto, S.Sn., M.Ds.

Pengaji



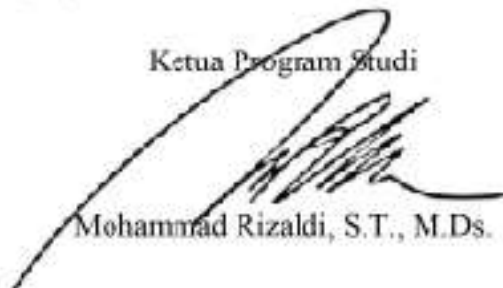
Adhreza Brahma, M.Ds.

Ketua Sidang



Nadia Mahatmi, M.Ds.

Ketua Program Studi



Mohammad Rizaldi, S.T., M.Ds.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa dalam penyelesaian laporan tugas akhir penulis berjudul “Perancangan Kampanye Meningkatkan Daya Tahan Tubuh di Masa Pandemi”. Perancangan kampanye dengan tema *power up defend* diangkat penulis karena penulis merasa topik ini penting untuk diangkat khususnya di masa pandemi saat ini. Pada situasi seperti ini kita harus secara sadar untuk selalu menjaga dan meningkatkan kekuatan daya tahan tubuh kita. Benteng utama dalam menjaga tubuh kita dari serangan berbagai virus dan penyakit adalah dengan memiliki sistem imunitas yang kuat. Untuk membangun sistem daya tahan tubuh yang kuat dalam diri kita, diperlukan kesadaran dan kemauan untuk menerapkan pola-pola hidup sehat. Dengan menerapkan pola-pola hidup sehat dalam gaya hidup kita sehari-hari akan membantu tubuh untuk memproduksi sistem imunitas yang kuat.

Penulis berharap dengan adanya kampanye ini dapat mengajak dan mengedukasi para orang dewasa muda tentang pentingnya menerapkan pola-pola hidup sehat untuk menjaga daya tahan tubuh agar memiliki sistem imun yang kuat dalam menghadapi pandemi.

Pada akhir pengantar ini penulis juga mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Mohammad Rizaldi, S.T., M.Ds. selaku Ketua Program Studi
2. Roy Anthonius Susanto, S.Sn., M.Ds. selaku Dosen Pembimbing

3. Nadia Mahatmi, M.Ds. selaku Ketua Sidang dan Adhreza Brahma, M.Ds. selaku Dosen Penguji
4. dr. Yolanda Theresia selaku narasumber wawancara
5. Pihak-pihak yang langsung terkait dengan proses penulisan Tugas Akhir
6. Keluarga penulis yang terus memberikan doa dan dukungannya.

Tangerang, 6 Januari 2021



Rico Pramana

ABSTRAKSI

Pemilihan tema ini adalah untuk mengajak para orang dewasa muda menjaga dan meningkatkan daya tahan tubuh khususnya di masa pandemi. Daya tahan tubuh atau sistem imunitas adalah sistem pada tubuh yang berguna untuk melawan dan melindungi tubuh dari serangan organisme atau kuman yang dapat menyebabkan berbagai masalah kesehatan, khususnya di masa pandemi. Memiliki daya tahan tubuh yang baik merupakan hal yang sangat penting agar tetap sehat. Namun di masa pandemi ini masih banyak masyarakat yang belum sadar akan pentingnya meningkatkan daya tahan tubuh sehingga menyebabkan sistem imun menjadi lemah dan membuat tubuh lebih mudah terserang penyakit. Oleh karena itu dibutuhkan sebuah kampanye meningkatkan daya tahan tubuh di masa pandemi, agar masyarakat khususnya para orang dewasa lebih sadar akan pentingnya menjaga dan meningkatkan daya tahan tubuh sehingga dapat memiliki sistem imun yang kuat dalam menangkal penyakit. Penulis melakukan perancangan kampanye sosial dengan menggunakan media utama berupa media online website dan media sekunder instagram, facebook poster dan *merchandise*.

Kata kunci: kampanye, daya tahan tubuh, pandemi.

ABSTRACT

The immune system is a system in the body that is useful for fighting and protecting the body from invading organisms or germs that can cause various health problems, especially during a pandemic. Having a immune system is very important to stay healthy. However, during this pandemic, many people are not aware of increasing body resistance, causing the immune system to become weak and making the body more susceptible to disease. Therefore we need the campaign to increase endurance during a pandemic. People, especially adults, are more aware of maintaining and improving their immune system to have a strong immune system to ward off disease. The author conducts social campaign design using the main media in the form of online media such as websites, Instagram, Facebook, and secondary media in posters and merchandise.

Keywords: campaign, immune system, pandemic.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	II
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR ... ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.	
KATA PENGANTAR.....	IV
ABSTRAKSI.....	VI
ABSTRACT	VII
DAFTAR ISI.....	VIII
DAFTAR GAMBAR.....	XII
DAFTAR TABEL	XV
DAFTAR LAMPIRAN	XVI
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	2
1.3. Batasan Masalah.....	2
1.4. Tujuan Tugas Akhir	3
1.5. Manfaat Tugas Akhir	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	4
2.1. Perancangan	4
2.2. Prinsip Desain	4

2.3.	Teori Gestalt.....	7
2.4.	Elemen Desain	8
2.5.	Layout	11
2.5.1.	<i>Grid</i>	12
2.5.2.	Jenis-Jenis <i>Grid</i>	14
2.6.	Tipografi.....	17
2.7.	Ilustrasi.....	20
2.8.	Kampanye	21
2.9.	Kampanye Sosial.....	22
2.9.1.	Jenis-jenis kampanye	22
2.9.2.	Tujuan Kampanye Sosial	23
2.9.3.	Persuasi dalam Kampanye Sosial.....	24
2.9.4.	Perancangan Kampanye	24
2.9.5.	Media Kampanye Sosial	27
2.9.6.	Segmentasi Kampanye Sosial	29
2.9.7.	AISAS	29
2.10.	Media.....	31
2.10.1.	Fungsi Media.....	31
2.11.	Media Informasi	32
2.12.	Daya Tahan Tubuh.....	33
2.12.1.	Nutrusi dan Gizi Seimbang	33
2.12.2.	Aktifitas Fisik.....	36
2.12.3.	Tidur.....	37

2.12.4.	NREM Sleep	37
2.12.5.	REM Sleep	38
BAB III METODOLOGI		40
3.1.	Metodologi Pengumpulan Data	40
3.1.1.	Kuesioner	40
3.1.2.	Analisa Kuesioner	45
3.1.3.	Wawancara	46
3.2.	Metodologi Perancangan.....	48
3.2.1.	Orientasi	49
3.2.2.	Analisis.....	49
3.2.3.	Konsep	49
3.2.4.	Desain.....	49
3.2.5.	Implementasi	49
BAB IV STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN		50
4.1.	Konsep dan Strategi Perancangan.....	50
4.1.1.	Orientasi dan Segmentasi dan Masalah.....	51
4.1.2.	Analisis dan <i>Mapping</i> Kampanye	51
4.1.3.	Penyusunan Tujuan Komunikasi	52
4.1.4.	Penyusunan Tujuan Komunikasi	52
4.1.5.	Perancangan Kampanye	53
4.1.6.	Konsep AISAS	53
4.1.7.	Konsep Visual	56

4.1.8.	Pemilihan Warna dan Tipografi	61
4.1.9.	Perancangan Elemen Ilustrasi	64
4.1.10.	Perancangan Nama dan Logo Kampanye	65
4.1.11.	Perancangan Website	67
4.1.12.	Perancangan Story dan feeds Instagram	70
4.1.13.	Perancangan Poster	73
4.1.14.	Perancangan Merchandise.....	75
4.2.	Analisis Perancangan	79
4.2.1.	Analisis Website.....	79
4.2.2.	Analisis Instagram.....	80
4.2.3.	Analisis Poster.....	81
4.3.	<i>Budgeting</i>	82
BAB V PENUTUP.....		85
5.1.	Kesimpulan	85
5.2.	Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA.....		XV

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Contoh Unity	5
Gambar 2.2. Contoh <i>Balance</i>	5
Gambar 2.3. Contoh <i>Rhythm</i>	6
Gambar 2.4. Contoh <i>Emphasis</i>	7
Gambar 2.5. Contoh Garis	8
Gambar 2.6. Contoh Tekstur.....	9
Gambar 2.7. Contoh Bentuk	9
Gambar 2.8. Contoh Warna	10
Gambar 2.9. Contoh Kontras	11
Gambar 2.10. Contoh Layout.....	12
Gambar 2.11. Contoh <i>Manuscript Grids</i>	14
Gambar 2.12. Contoh <i>Couloumn Grids</i>	15
Gambar 2.13. Contoh <i>Modular Grids</i>	16
Gambar 2.14. Contoh <i>Hierarchical Grids</i>	16
Gambar 2.15. Contoh Huruf Serif.....	18
Gambar 2.16. Contoh Huruf San Serif.....	19
Gambar 2.17. Contoh Huruf Script.....	19
Gambar 2.18. Contoh Huruf Dekoratif	20
Gambar 2.19. Contoh Ilustrasi	21
Gambar 2.20. Kurva Signal Otak.....	39
Gambar 3.1. Diagram kuesioner	41
Gambar 3.2. Diagram kuesioner	42

Gambar 3.3. Diagram kuesioner	42
Gambar 3.4. Diagram kuesioner	43
Gambar 3.5. Diagram kuesioner	44
Gambar 3.6. Diagram kuesioner	44
Gambar 3.7. Diagram kuesioner	45
Gambar 3.8. dr. Yolanda	48
Gambar 4.1. Mindmap 1	52
Gambar 4.2. AISAS	56
Gambar 4.3. Mindmap 2	57
Gambar 4.4. <i>Tone of Voice</i> Ilustrasi.....	58
Gambar 4.5. <i>Tone of Voice</i> Warna.....	59
Gambar 4.6. <i>Tone of Voice</i> Huruf.....	60
Gambar 4.7. Moodboard	61
Gambar 4.8. Skema Warna	62
Gambar 4.9. Heading Font.....	63
Gambar 4.10. Gilroy Font.....	64
Gambar 4.11. Ilustrasi.....	65
Gambar 4.12. Sketsa logo	66
Gambar 4.13. Digital Logo	67
Gambar 4.14. <i>Flow Chart</i> Website	68
Gambar 4.15. <i>Wireframe</i> Website.....	69
Gambar 4.16. Website Page.....	70
Gambar 4.17. Feed Instagram	71

Gambar 4.18. Instagram Story	72
Gambar 4.19. Instagram Ads	72
Gambar 4.20. Poster 1	74
Gambar 4.21. Poster 2	75
Gambar 4.22. Masker dan <i>Hand Sanitizer</i>	76
Gambar 4.23. <i>Totebag</i>	76
Gambar 4.24. Topi	77
Gambar 4.25. Pin	77
Gambar 4.26. <i>T-shirt</i>	78
Gambar 4.27. <i>Web Page</i>	79
Gambar 4.28. <i>Instagram Feeds</i>	80
Gambar 4.29. <i>Poster</i>	82

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Timeline Media Plan.....	83
Tabel 4.2. Budgeting.....	83

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A: HASIL KUESIONER.....	xvii
---	-------------