



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL**  
**PENCEGAHAN STROKE BAGI PENDERITA**  
**HIPERTENSI**

**Laporan Tugas Akhir**

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



Nama : Martinus Nathanael  
NIM : 13120210414  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Fakultas : Seni & Desain

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**  
**TANGERANG**

**2018**

## **LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Martinus Nathanael

NIM : 13120210414

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Universitas Multimedia Nusantara

Judul Tugas Akhir:

### **PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL PENCEGAHAN STROKE BAGI PENDERITA HIPERTENSI**

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 nara sumber.

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, 3 Juli 2018

A handwritten signature in black ink, appearing to read "MN". It consists of a vertical line on the left with a small loop, followed by a wavy horizontal line extending to the right.

Martinus Nathanael

## **HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR**

### **PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL**

### **PENCEGAHAN STROKE BAGI PENDERITA**

### **HIPERTENSI**

Oleh

Nama : Martinus Nathanael

NIM : 13120210414

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni & Desain

Tangerang, 16 Juli 2018

Pembimbing



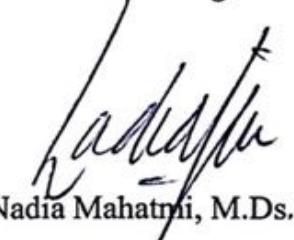
Mohammad Rizaldi, S.T., M.Ds.

Penguji



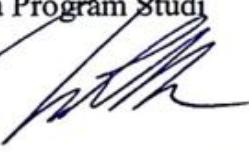
Chara Susanti, M.Ds.

Ketua Sidang



Nadia Mahatmi, M.Ds.

Ketua Program Studi



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

## KATA PENGANTAR

Selain dari kesempatan yang diberikan kepada penulis untuk menyelesaikan laporan tugas akhir ini, penulis juga ingin memberikan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa untuk sosok ayah yang luar biasa yang diberikan kepada penulis, yang selalu mendukung dan memberikan kritik yang membangun kepada penulis. Perjuangan sehari-hari yang ayah penulis lalui dalam mengontrol tekanan darahnya lah yang menjadi inspirasi penulis untuk mengambil topik ini.

Dewasa ini, tidak hanya ayah penulis saja yang menderita hipertensi, namun lebih dari seperempat masyarakat Indonesia, dan jika tidak mengawasi dirinya dengan baik, banyak anggota masyarakat Indonesia yang berisiko terkena stroke. Itulah mengapa penulis memilih untuk mengambil topik ini, supaya melalui kampanye sosial, masyarakat Indonesia yang rawan terkena stroke teredukasi dengan baik, dan dapat mengambil langkah-langkah preventif untuk mencegah stroke.

Tugas akhir ini juga merupakan pengalaman dan pembelajaran yang menarik bagi penulis. Penulis dapat memperluas wawasan, memperluas koneksi, dan memperdalam ilmu yang dipelajari penulis, semua itu didorong dengan keinginan untuk membuat sesuatu yang berarti dan berguna bagi masyarakat.

Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini yang tanpanya, penulis tidak akan dapat menyelesaikan laporan ini, yaitu kepada:

- a. Bapak Mohammad Rizaldi S.T., M.Ds. selaku Ketua Program Studi DKV Universitas Multimedia Nusantara dan selaku Dosen

Pembimbing untuk kesabarannya dalam membimbing penulis, serta selalu memberi semangat untuk terus berjuang menyelesaikan tugas akhir.

- b. dr. Andreas Andy Atmaja Sp.S, M.Kes untuk keramahannya dan kesediaannya untuk menjadi narasumber wawancara.
- c. Yayasan Stroke Indonesia, serta Bapak Budi Kusumanto S.Sos sebagai pengurus kantor pusat Yastroki untuk keramahannya dan kesabarannya dalam memberikan data yang diperlukan penulis
- d. Ayah dan Ibu penulis, yang senantiasa memberikan dukungan kepada penulis.

Tangerang, 5 Juli 2018



Martinus Nathanael

## ABSTRAKSI

Stroke merupakan salah satu penyakit yang paling banyak menyebabkan kematian di Indonesia. Menurut Riset Kesehatan Dasar 2013, sebanyak 12.1 dari 1000 penduduk Indonesia terkena stroke. Hasil ini menunjukkan jumlah penderita yang meningkat dibandingkan riset yang dilakukan sebelumnya pada tahun 2007, dimana penderita stroke di Indonesia sebanyak 8.3 dari 1000 penduduk. Ada beberapa faktor yang dapat menyebabkan stroke, dengan salah satu faktor terbesarnya merupakan tekanan darah tinggi atau hipertensi, namun sayangnya sebagian penderita hipertensi tidak memedulikan keadaan kesehatannya karena hipertensi hampir tidak pernah menunjukkan gejala. Jika tidak dijaga dengan baik, hipertensi dapat dengan mudah berkembang menjadi stroke, dan akan sangat membahayakan nyawa penderita, bahkan jika ia berhasil sembuh dari stroke, penderita pun harus tetap harus berhati-hati dalam menjaga kesehatannya agar tidak terkena stroke lagi. Untuk menarik perhatian dan mengubah cara berpikir serta kelakuan penderita hipertensi yang lalai menjaga kesehatannya agar mereka lebih memedulikan kesehatannya, penulis merancang kampanye sosial pencegahan stroke bagi penderita hipertensi.

Kata kunci : stroke, pencegahan, hipertensi, kampanye sosial, *website*



## ***ABSTRACT***

*Stroke is one of the highest death causing diseases in Indonesia. According to the basic health research done in 2013, 12.1 out of 1000 people in Indonesia suffer from stroke. This shows an escalation in the number of stroke patients compared to the research done prior in 2007, which shows 8.3 out of 1000 people suffer from stroke. There are many factors that can contribute to stroke, one of the main factors being high blood pressure or hypertension, unfortunately some of the people suffering from high blood pressure tend to be negligent in watching over their condition, since hypertension rarely shows symptoms. If not taken care of properly, hypertension could easily develop into stroke, which would be a great risk to the patient's life, and even if the patient is able to survive the first attack, a secondary stroke could occur if the patient's health is not taken care of properly. In order to attract the attention, and change the mindset and attitude of patient's that are negligent to their health so that they take better care of their health, the writer designs a social campaign on preventing stroke to hypertension patients.*

*Keywords:* *stroke, prevention, hypertension, social campaign, website*



## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT .....</b>	<b>II</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR .....</b>	<b>IV</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>V</b>
<b>ABSTRAKSI .....</b>	<b>VII</b>
<b><i>ABSTRACT</i> .....</b>	<b>VIII</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>IX</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>XII</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>XV</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>XVI</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1.    Latar Belakang Masalah .....	1
1.2.    Rumusan Masalah.....	3
1.3.    Batasan Masalah .....	3
1.4.    Tujuan Penelitian .....	4
1.5.    Manfaat Penelitian .....	4
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>5</b>
2.1.    Kampanye Sosial .....	5
2.1.1.    Tujuan Kampanye .....	5
2.1.2.    Jenis-jenis Kampanye .....	7

2.1.3.	Strategi Komunikasi dalam Kampanye .....	9
2.1.4.	Teori Persuasi dalam Kampanye .....	10
2.1.5.	Strategi Persuasi dalam Kampanye.....	14
2.1.6.	Aspek Perencanaan Kampanye.....	17
2.1.7.	Seleksi Media Kampanye .....	24
2.2.	Stroke .....	26
2.2.1.	Jenis-jenis Stroke .....	26
2.2.2.	Gejala Stroke.....	27
2.2.3.	Pencegahan Stroke .....	28
2.3.	Psikologi Sasaran .....	31
2.4.	Website .....	32
2.4.1.	Perancangan Visual Website.....	32
2.1.	Elemen dan Prinsip Desain .....	36
2.1.1.	Elemen Desain .....	36
2.1.2.	Prinsip Desain .....	44
2.1.3.	Tipografi .....	50
<b>BAB III METODOLOGI.....</b>		<b>54</b>
3.1.	Mandatori .....	54
3.2.	Metode Pengumpulan Data .....	56
3.2.1.	Wawancara.....	56
3.2.2.	Kuesioner .....	60
3.3.	Metodologi Perancangan .....	62
3.3.1.	Perancangan Kampanye .....	62

3.3.2. Perancangan Website .....	64
3.4. Studi Existing.....	68
3.4.1. Mind Your Risks.....	68
3.4.2. Spasticity Alliance .....	71
<b>BAB IV PERANCANGAN DAN ANALISIS .....</b>	<b>75</b>
4.1. Perancangan .....	75
4.1.1. Perancangan Kampanye.....	75
4.1.2. Perancangan Logo.....	78
4.1.3. Perancangan Website .....	83
4.1.4. Perancangan Media Promosi.....	95
4.2. Analisis .....	105
4.3. Media Plan .....	107
4.4. Anggaran Harga .....	108
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>110</b>
5.1. Kesimpulan .....	110
5.2. Saran .....	111
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>XVII</b>

**U N I V E R S I T A S**  
**M U L T I M E D I A**  
**N U S A N T A R A**

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Promosi Fitur Baru GO-JEK.....	7
Gambar 2.2. Kampanye pilgub DKI 2017 .....	8
Gambar 2.3. Iklan kampanye kemanusiaan gempa aceh .....	9
Gambar 2.4. <i>Timeline CPA</i> .....	23
Gambar 2.5. Piramida makanan sesuai anjuran Yastroki .....	29
Gambar 2.6. Formula penghitungan BMI.....	30
Gambar 2.7. Pencampuran 3 macam grid dalam satu halaman .....	34
Gambar 2.8. Pemisahan konten dari elemen <i>background</i> .....	37
Gambar 2.9. Menonjolkan elemen yang bisa diinteraksi.....	37
Gambar 2.10. Warna primer RGB .....	39
Gambar 2.11. Penggunaan warna merah dalam <i>website</i> .....	40
Gambar 2.12. Penggunaan warna merah dalam <i>website</i> .....	41
Gambar 2.13. Penggunaan warna kuning dalam <i>website</i> .....	42
Gambar 2.14. Penggunaan warna hitam dalam <i>website</i> .....	43
Gambar 2.15. Penggunaan warna putih pada <i>website</i> .....	43
Gambar 2.16. Halaman dengan keseimbangan simetris .....	45
Gambar 2.17. Halaman dengan keseimbangan asimetris .....	45
Gambar 2.18. Halaman dengan keseimbangan radial.....	46
Gambar 2.19. <i>Six Laws of Perceptual Organization</i> .....	50
Gambar 2.20. Contoh visual berbagai variasi tipografi .....	53
Gambar 3.1. Logo Yayasan Stroke Indonesia .....	54
Gambar 3.2. Wawancara dengan dr. Andreas Andy Atmaja.....	56

Gambar 3.3. Wawancara dengan Bapak Budi Kusumanto dari Yastroki.....	58
Gambar 3.4. Tampilan <i>homepage</i> situs <i>MindYourRisks</i> .....	69
Gambar 3.5. Tampilan <i>homepage</i> situs <i>Spasticity Alliance</i> .....	71
Gambar 4.1. <i>Mindmapping</i> penulis.....	77
Gambar 4.2. Alternatif nama kampanye.....	78
Gambar 4.3. Alternatif logo kampanye.....	79
Gambar 4.4. Sketsa logo .....	79
Gambar 4.5. Alternatif logo 1 .....	81
Gambar 4.6. Alternatif logo 2 .....	81
Gambar 4.7. Alternatif logo 3 .....	82
Gambar 4.8. Alternatif logo 4 .....	83
Gambar 4.9. Logo kampanye.....	83
Gambar 4.10. Sketsa awal <i>website</i> kampanye .....	85
Gambar 4.11. Tampilan dasar <i>website</i> .....	87
Gambar 4.12. Tampilan luas <i>website</i> .....	88
Gambar 4.13. Desain <i>footer website</i> .....	88
Gambar 4.14. Desain <i>landing page website</i> .....	89
Gambar 4.15. Desain info sekilas .....	90
Gambar 4.16. Desain dampak hipertensi .....	91
Gambar 4.17. Contoh desain bagian kuis .....	92
Gambar 4.18. Contoh desain bagian dampak menyeluruh .....	93
Gambar 4.19. Contoh desain halaman langkah pencegahan.....	94
Gambar 4.20. Desain segmen sumber tambahan .....	95

Gambar 4.21. Desain segmen sumber tambahan .....	95
Gambar 4.22. Sketsa <i>fear appeal</i> promosional .....	97
Gambar 4.23. Sketsa <i>emotional appeal</i> promosional .....	97
Gambar 4.24. Contoh alternatif 1 .....	100
Gambar 4.25. Contoh promosional 1 .....	101
Gambar 4.26. Contoh inefisiensi alternatif 2 .....	101
Gambar 4.27. Contoh promosional 2 .....	102
Gambar 4.28. Iklan media sosial Instagram.....	103
Gambar 4.29. Iklan media sosial Facebook.....	103
Gambar 4.30. Iklan poster.....	104



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Tabel Preferensi Jenis Media .....	60
Tabel 3.2. Tabel Penentuan Media Utama.....	60
Tabel 3.3. Tabel Penentuan Media Sekunder .....	61
Tabel 4.1. Tabel analisis desain foto promosi.....	105
Tabel 4.2. Tabel analisis desain website .....	107
Tabel 4.3. Tabel Media plan kampanye.....	108
Tabel 4.4. Tabel anggaran dana website.....	108
Tabel 4.5. Tabel anggaran dana promosi .....	109



## **DAFTAR LAMPIRAN**

**LAMPIRAN A: FORM BIMBINGAN..... XXI**

**LAMPIRAN B: DATA PERANCANGAN..... XXIV**

