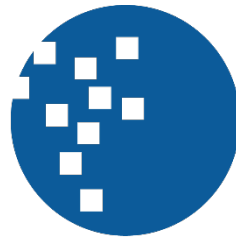


**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL MENGENAI SEXUAL
COMMENT OLEH REMAJA DI MEDIA SOSIAL**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN TUGAS AKHIR

Paula Fronika

0000032448

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2022

PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL MENGENAI SEXUAL

COMMENT OLEH REMAJA DI MEDIA SOSIAL



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Desain (S.Ds.)

Paula Fronika

00000032448

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2022

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Paula Fronika

Nomor Induk Mahasiswa : 00000032448

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Tugas Akhir dengan judul:

PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL MENGENAI SEXUAL COMMENT OLEH REMAJA DI MEDIA SOSIAL

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 13 Juni 2022



Paula Fronika

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

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL MENGENAI SEXUAL COMMENT OLEH REMAJA DI MEDIA SOSIAL

Oleh

Nama : Paula Fronika
NIM : 00000032448
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Senin, 13 Juni 2022
Pukul 16.00 s.d 16.45 dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Dr.Sn. Yusup Sigit Martyastiadi, S.T., M.Inf.Tech.
0319037807/E023902

Penguji



Joni Nur Budi Kawulur, S.Sn., M.Ds.
0312096805/E023959

Pembimbing



Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A.
0311099302/E043487

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual



Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A.
0311099302/E043487

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas academica Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Paula Fronika
NIM : 00000032448
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain
Jenis Karya : Tugas Akhir

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul.

PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL MENGENAI SEXUAL COMMENT OLEH REMAJA DI MEDIA SOSIAL

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 06 Juni 2022

Yang menyatakan,



Paula Fronika

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

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena dengan rahmat dan kasih karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir dengan baik dan lancar. Dengan judul Perancangan Kampanye Sosial mengenai *Sexual Comment* oleh remaja di Media Sosial, perancangan ini dibuat dengan tujuan meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap *sexual comment* dan juga memberikan edukasi bahwa *sexual comment* merupakan *sexual harassment* secara verbal.

Tentunya dalam menuliskan laporan dan merancang tugas akhir ini tidak akan berjalan dengan baik tanpa ada bantuan dari orang sekitar. Penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada orang-orang terkasih yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir dari awal hingga selesai. Ucapan terima kasih ini diberikan kepada:

1. Dr. Ninok Leksono, M.A selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Muhammad Cahya Mulya Daulay, S.Sn., M.Ds selaku Dekan Fakultas Seni dan Desain Universitas Multimedia Nusantara.
3. Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A., selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Multimedia Nusantara.
4. Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A., sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi setiap pembaca.

Tangerang, 06 Juni 2022



Paula Fronika

PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL MENGENAI SEXUAL

COMMENT OLEH REMAJA DI MEDIA SOSIAL

Paula Fronika

ABSTRAK

Gelombang Korea atau biasa disebut dengan Hallyu merupakan sebuah budaya asal Korea Selatan yang terdiri dari K-pop dan K-drama. Budaya K-pop sendiri semakin banyak digemari oleh anak-anak dan remaja. Dalam aktivitasnya fan K-Pop membentuk sebuah grup penggemar yang disebut fandom berisikan fan di seluruh belahan dunia. Menurut KBBI, fan atau penggemar dapat diartikan dengan seseorang yang tertarik atau menyukai suatu hal dengan loyal. Bisa juga dikatakan fan seseorang yang suka sekali kepada public figure atau selebriti, atau lainnya. Media sosial merupakan sebuah media sosialisasi tempat dimana dua orang atau lebih dapat berinteraksi dan saling berkomunikasi dalam jarak jauh sekalipun. Media tersebut bisa bersifat anonim ataupun tidak, pengguna dapat menyebutkan identitasnya tetapi bisa juga tidak menyebut identitas aslinya. Media sosial sangat menyuburkan berkomentar secara bebas tanpa identitas asli dari pengguna. Faktanya, sejak beberapa tahun terakhir marak terjadi kasus sexual comments yang dilontarkan oleh sekelompok fan kepada idolanya melalui media sosial. Meskipun ada pro dan kontra terkait dengan sexual comments dari fan kepada idolanya, perilaku negatif ini terus meningkat di berbagai media sosial dan semakin banyak penggemar yang mendukung pelaku seksual. Apabila berlanjut, hal ini akan berdampak buruk bagi penggemar yang masih di bawah umur dan sexual comments akan dianggap wajar di media sosial. Hal ini juga dapat membuat para K-pop idol merasa tidak nyaman dan mengalami masa sulit karena kurangnya kesadaran akan batasan sebagai seorang fan. Metodologi pengumpulan data yang digunakan di dalam perancangan tugas akhir ini adalah data kuantitatif dan kualitatif. Penulis melakukan wawancara dengan satu pemilik fanbase K-pop besar di Twitter untuk mengetahui sudut pandang dari pemilik fanbase terhadap fan yang sering melontarkan komentar seksual terhadap K-pop idol. Kesimpulan dari wawancara yang sudah dilaksanakan, penggemar K-pop tidak mengetahui batasannya terhadap K-pop idol dan kurang adanya awareness terhadap isu sexual comments. Faktor yang dapat diidentifikasi adalah kurangnya pengetahuan mengenai sexual comments dan penyalahgunaan media sosial ke hal negatif.

Kata kunci: Sexual comments, K-pop idol, Fan

SOCIAL CAMPAIGN PLANNING ON SEXUAL COMMENT

BY TEEN AT SOCIAL MEDIA

Paula Fronika

ABSTRACT (English)

The Korean wave, also known as Hallyu, is a South Korean culture that consists of K-pop and K-drama. K-pop culture itself is increasingly favored by children and teenagers. In their activities, K-Pop fans form a fan group called a fandom containing fans from all over the world. According to the KBBI, a fan can be interpreted as someone who is loyal or interested in something. It can also be said that a fan is someone who really likes public figures or celebrities, or others. Social media is a socialization medium where two or more people can interact and communicate with each other even over long distances. The media can be anonymous or not, users can state their identity but they can also not mention their real identity. Social media is very fertile commenting freely without the real identity of the user. In fact, since the last few years there have been cases of sexual comments made by a group of fans to their idols through social media. Although there are pros and cons related to sexual comments from fans to their idols, this negative behavior continues to increase on various social media and more and more fans are attracted to it. support sex offenders. If this continues, this will have a negative impact on underage fans and sexual comments will be considered normal on social media. This can also make K-pop idols feel uncomfortable and have a difficult time due to a lack of awareness of the limits of being a fan. The data collection methodology used in the design of this final project is quantitative and qualitative data. The author conducted an interview with one owner of a large K-pop fanbase on Twitter to find out the fanbase's perspective on fans who often make sexual comments against K-pop idols. The conclusion from the interviews that have been carried out, K-pop fans do not know the limits of K-pop idols and there is a lack of awareness of the issue of sexual comments. The factors that can be identified are the lack of knowledge about sexual comments and the misuse of social media to negative things.

Keywords: *Sexual comments, K-pop idol, Fan*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT (English)</i>	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah	3
1.4 Tujuan Tugas Akhir	4
1.5 Manfaat Tugas Akhir	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Desain Grafis	6
2.2 Prinsip Desain	10
2.3 Logo	12
2.4 Fotografi	13
2.5 Kampanye Sosial	13
BAB III METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN	17
3.1 Metodologi Penelitian	17
3.1.1 Wawancara	17
3.1.2 Kuesioner	19
3.2 Metodologi Perancangan	21
4.1 Strategi Perancangan	23
4.1.1 Identifikasi dan Analisa Masalah	23

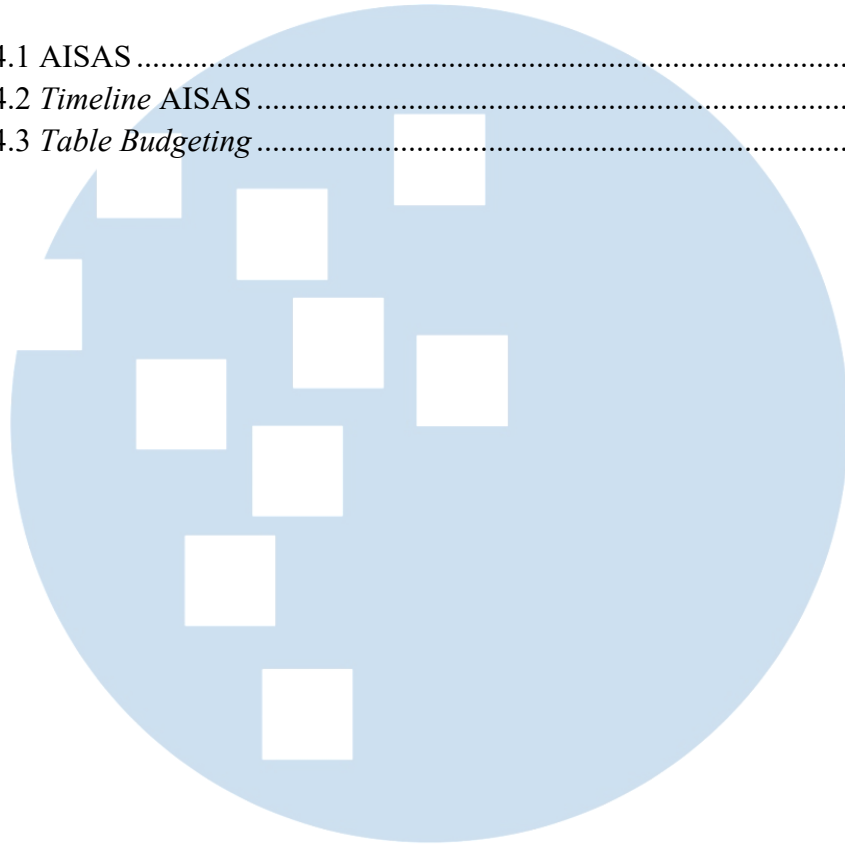
4.1.2	Tujuan Kampanye.....	25
4.1.3	Pesan Kampanye.....	25
4.1.4	Target Kampanye.....	25
4.2	Analisis Perancangan.....	57
4.2.1	Analisis Tahap Attention.....	57
4.2.2	Analisis Tahap Interest.....	59
4.2.3	Analisis Tahap Search.....	61
4.2.4	Analisis Tahap Action dan Share.....	63
4.3	Budgeting.....	65
BAB V	PENUTUP.....	66
5.1	Simpulan.....	66
5.2	Saran.....	66
	DAFTAR PUSTAKA.....	xiii
	LAMPIRAN.....	xv

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 AISAS	30
Tabel 4.2 <i>Timeline AISAS</i>	55
Tabel 4.3 <i>Table Budgeting</i>	63



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Jenis Garis	6
Gambar 2.2 Contoh Jenis Bentuk.....	7
Gambar 2.3 Contoh <i>Figure & Ground</i>	8
Gambar 2.4 Contoh warna <i>Additive & Subtractive</i>	8
Gambar 2.5 Contoh <i>Texture</i>	10
Gambar 2.6 Contoh Simetri & Asimetri	10
Gambar 2.7 Penekanan Hierarki Visual.....	11
Gambar 3.1 Wawancara dengan Junita Vania	18
Gambar 3.2 Responden mengikuti <i>K-pop</i> sejak kapan	19
Gambar 3.3 Seberapa sering responden menggunakan media sosial.....	20
Gambar 3.4 Seberapa sering responden memantau idolanya.....	20
Gambar 3.5 Mengetahui tentang <i>sexual comment</i>	20
Gambar 3.6 <i>Sexual comment</i> di media sosial.....	21
Gambar 3.7 Menemukan pernyataan tidak pantas oleh <i>fan</i>	21
Gambar 4.1 Target sasaran kampanye	26
Gambar 4.2 <i>Mind mapping</i>	27
Gambar 4.3 <i>Big idea</i>	29
Gambar 4.4 <i>Tagline & Nama</i>	30
Gambar 4.5 <i>Mandatory</i>	35
Gambar 4.6 <i>Moodboard</i>	36
Gambar 4.7 Warna	37
Gambar 4.8 <i>Damacus Regular</i>	38
Gambar 4.9 <i>Chalkduster</i>	38
Gambar 4.10 <i>Font Hand drawn</i>	39
Gambar 4.11 Referensi Supergrafis	40
Gambar 4.12 Sketsa Supergrafis	40
Gambar 4.13 Hasil akhir Supergrafis 1	41
Gambar 4.14 Hasil akhir Supergrafis 2	41
Gambar 4.15 Sketsa logo	42
Gambar 4.16 Logo kampanye	42
Gambar 4.17 Sketsa poster 1	44
Gambar 4.18 Sketsa poster 2	44
Gambar 4.19 <i>Grid</i> poster.....	45
Gambar 4.20 <i>Layouting</i> poster	45
Gambar 4.21 Hasil akhir poster	46
Gambar 4.22 <i>Grid Twitter ads</i>	47
Gambar 4.23 <i>Layouting Twitter ads</i>	47
Gambar 4.24 Hasil akhir <i>Twitter ads</i>	48
Gambar 4.25 <i>Video scene</i> satu.....	49
Gambar 4.26 <i>Video scene</i> dua	49
Gambar 4.27 <i>Video scene</i> tiga	50

Gambar 4.28 Video scene empat	50
Gambar 4.29 Video scene lima	51
Gambar 4.30 Grid post Instagram 3x3	52
Gambar 4.31 Konten Instagram post	52
Gambar 4.32 Hasil akhir Instagram post	53
Gambar 4.33 Nama booth	54
Gambar 4.34 Desain untuk meja booth	54
Gambar 4.35 Desain untuk standing banner	55
Gambar 4.36 Desain card machine	56
Gambar 4.37 Mockup poster digital	58
Gambar 4.38 Mockup Twitter ads	60
Gambar 4.39 Mockup Youtube ads	61
Gambar 4.40 Mockup Instagram post	62
Gambar 4.41 Mockup Twitter moment	63
Gambar 4.42 Mockup Interactive booth	64
Gambar 4.43 Mockup Card machine	65

UMMN
 UNIVERSITAS
 MULTIMEDIA
 NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Bukti Bimbingan.....	xv
Lampiran B Kuesioner Penelitian dalam Bentuk Google Form	xv
Lampiran C Hasil Turnitin	xv
Lampiran D Transkrip Wawancara.....	xv



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA