

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL PENCEGAHAN  
*TRASH-TALKING* DI KOMUNITAS *GAME ONLINE MOBILE***

***LEGENDS***



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**LAPORAN TUGAS AKHIR**

**Gabrielle Ann**

**0000033472**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL  
FAKULTAS SENI DAN DESAIN  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG  
2023**

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL PENCEGAHAN  
*TRASH-TALKING* DI KOMUNITAS *GAME ONLINE MOBILE***

***LEGENDS***



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**LAPORAN TUGAS AKHIR**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain (S.Ds.)

**Gabrielle Ann**

**0000033472**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

**FAKULTAS SENI DAN DESAIN**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2023**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Gabrielle Ann

Nomor Induk Mahasiswa : 00000033472

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Tugas Akhir dengan judul:

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL PENCEGAHAN PERILAKU  
*TRASH-TALKING GAME ONLINE MOBILE LEGENDS***

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, 3 Januari 2023



Gabrielle Ann

U M M N  
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 PENCEGAHAN PERILAKU *TRASH-TALKING GAME ONLINE MOBILE LEGENDS*

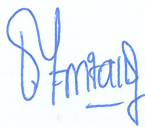
Oleh

Nama : Gabrielle Ann  
NIM : 00000033472  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Selasa, 3 Januari 2023  
Pukul 09.45 s.d 10.30 dan dinyatakan  
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



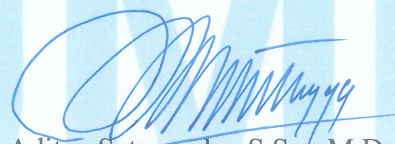
Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A.  
0311099302/E043487

Penguji



Clemens Felix Setiyawan, S.Sn., M.Hum.  
305117504/E051860

Pembimbing



Aditya Satyagraha, S.Sn., M.Ds  
0326128001/E038953

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual



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

iii

## HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Gabrielle Ann  
NIM : 00000033472  
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 PENCEGAHAN PERILAKU *TRASH-TALKING GAME ONLINE MOBILE LEGENDS***

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, 10 Desember 2022

Yang menyatakan,



Gabrielle Ann

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 penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Kuasa, karena berkat kasih karunia-NYA, tugas akhir yang berjudul “Perancangan Kampanye Sosial Pencegahan Perilaku *Trash-talking Game Online Mobile Legends*” dapat terselesaikan, guna memenuhi persyaratan dalam mencapai sarjana sederajat.

Salah satu alasan mengapa topik ini penting untuk diangkat karena Dampak akibat dari perilaku *trash talking* bisa memperburuk tumbuh kembangnya mental anak. Oleh karena itu peneliti ingin merancang kampanye sosial sosial pencegahan perilaku *trash talking game online mobile legends*.

Ucapan terimakasih juga penulis sampaikan kepada orang-orang yang membantu dalam penyelesaian TA/ Skripsi S-1 Fakultas Seni dan Desain di Universitas Multimedia Nusantara.

Mengucapkan terima kasih

1. Dr. Ninok Leksono, 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. Aditya Satyagraha, S.Sn., M.Ds. sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Seluruh keluarga besar saya yang telah membantu penuh dalam program kuliah saya sampai saat ini.

6. Seluruh teman-teman UMN yang menyemangati saya dalam melewati kesulitan selama proses perancangan.

Semoga karya ilmiah ini dapat berguna untuk kebutuhan Pendidikan selanjutnya juga menjadi pembelajaran untuk seluruh masyarakat yang membutuhkan.

Tangerang, 17 Januari 2022

Gabrielle Ann



# UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL PENCEGAHAN  
PERILAKU *TRASH-TALKING GAME ONLINE MOBILE***

***LEGENDS***

Gabrielle Ann

**ABSTRAK**

Perkembangan zaman membuat teknologi komunikasi dan informasi semakin maju pesat. Pada era sekarang, permainan tradisional mulai memasuki era yang serba elektronik, salah satunya *game online* Mobile Legends. Sayangnya, komunitas *game* tersebut memiliki sisi negatif akibat perilaku *trash talking*. Perilaku ini sudah menjadi salah satu masalah di dunia *game online*, terutama *game* yang bersifat kompetitif. Namun seiring berjalannya waktu, perilaku tersebut menyebar dan mempengaruhi komunitasnya. Rendahnya kesadaran masyarakat mengenai dampak *trash talk* meningkatkan jumlah pelaku yang melakukan *trash talk* dalam *game online* termasuk Mobile Legends. Penulis menggunakan metode perancangan dari Robin Landa dalam bukunya yang berjudul *Advertising by Design*. Untuk pengumpulan data, penulis menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif berupa kuesioner, *focus group discussion*, dan wawancara.

**Kata kunci:** *Game online, Mobile Legends, Trash talk*





# DESIGN OF SOCIAL CAMPAIGN FOR THE PREVENTION OF ONLINE MOBILE LEGENDS TRASH-TALKING GAME

## BEHAVIOR

Gabrielle Ann

### *ABSTRACT (English)*

*The development of the times makes communication and information technology more advanced messages. In the current era, traditional games are starting to enter an all-electronic era, one of which is the online game Mobile Legends. Unfortunately, the game community has a negative side due to trash talking behavior. This behavior has become one of the problems in the world of online games, especially competitive games. But over time, the behavior spread and affected the community. The low level of public awareness about the impact of trash talk increases the number of perpetrators who do trash talk in online games, including Mobile Legends. The author uses the design method of Robin Landa in his book entitled Advertising by Design. For data collection, the authors used qualitative and quantitative methods in the form of questionnaires, focus group discussions, and interviews.*

**Keywords:** *Online game, Mobile Legend, Trash Talk*

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAK .....	vii
<i>ABSTRACT (English)</i> .....	viii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	1
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	3
<b>1.3 Batasan Masalah</b> .....	3
<b>1.4 Tujuan Tugas Akhir</b> .....	4
<b>1.5 Manfaat Tugas Akhir</b> .....	4
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	6
<b>2.1 Desain Komunikasi Visual</b> .....	6
<b>2.1.1 Elemen Desain</b> .....	6
<b>2.1.1.1 Garis</b> .....	6
<b>2.1.1.2 Bentuk</b> .....	7
<b>2.1.1.3 Figure/Ground</b> .....	8
<b>2.1.1.4 Warna</b> .....	8
<b>2.1.1.5 Color Nomenclature</b> .....	9
<b>2.1.1.6 Primary Color</b> .....	9
<b>2.1.1.7 Technical Consideration</b> .....	9
<b>2.1.1.8 Texture</b> .....	10
<b>2.1.2 Prinsip Desain</b> .....	10
<b>2.2 Kampanye Sosial</b> .....	12
<b>2.2.1 Tujuan Kampanye</b> .....	12
<b>2.2.2 Jenis Kampanye</b> .....	12

2.2.3	Model Kampanye .....	13
2.2.4	Pesan Kampanye .....	14
2.2.5	Strategi Kampanye.....	14
2.2.6	Fungsi Media .....	15
2.2.7	Jenis Media .....	15
2.3	Layout Desain .....	16
2.4	Tipografi.....	17
2.4.1	<i>Typeface</i> .....	17
2.4.2	Keluarga Huruf .....	21
2.5	Copywriting .....	22
2.5.1	Elemen Copywriting .....	23
2.6	Fotografi.....	23
2.7	Ilustrasi .....	24
2.8	Videografi.....	24
2.8.1	TVC .....	25
2.9	Media.....	25
2.9.1	Jenis Media .....	25
2.9.2	Fungsi Media .....	25
2.10	Trash-talking .....	26
2.10.1	Penyebab .....	26
2.10.2	Dampak Perilaku.....	27
2.10.3	Pencegahan .....	27
2.11	<i>Game Online (MOBA)</i> .....	28
<b>BAB III</b>	<b>METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN</b> .....	<b>29</b>
3.1	Metodologi Penelitian .....	29
3.1.1.	Metode Kualitatif .....	29
3.1.2.	Metode Kuantitatif.....	37
3.2.	Metodologi Perancangan .....	40
<b>BAB IV</b>	<b>STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN</b> .....	<b>43</b>
4.1	Strategi Perancangan.....	43
4.1.1	Orientasi.....	43
4.1.2	Analisis .....	51

4.1.3	Konsepsi .....	61
4.1.4	Perancangan Media .....	90
4.1.5	Implementasi .....	113
4.2.1	Analisis Logo Kampanye .....	113
4.2.2	Analisis Key Visual.....	114
4.2.3	Media Kampanye .....	115
4.2.3.1	Analisis Media Tahapan <i>Attention</i> .....	115
4.2.3.2	Analisis Media Tahapan <i>Interest</i> .....	119
4.2.3.3	Analisis Media Tahapan <i>Search</i> .....	121
4.2.3.4	Analisis Media Tahapan <i>Action</i> .....	124
4.2.3.5	Analisis Media Tahapan <i>Share</i> .....	126
<b>BAB V</b>	.....	129
<b>PENUTUP</b>	.....	129
5.1	Kesimpulan .....	129
5.2	Saran.....	130

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Identifikasi Segmentasi Sasaran Kampanye.....	44
Tabel 4.2 SWOT.....	48
Tabel 4.3 Tabel Creative Brief.....	51
Tabel 4.4 Tabel Strategi dan Taktik Pesan.....	55
Tabel 4.5 Tabel AISAS.....	58
Tabel 4. 6 Tabel Strategic and Media Planning.....	60
Tabel 4. 7 Budgeting.....	128



# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Garis pada desain .....	7
Gambar 2.2	Bentuk dalam desain .....	7
Gambar 2.3	Figure/Ground dalam Desain .....	8
Gambar 2.4	Tekstur pada desain.....	10
Gambar 2.5	Bagan dalam kampanye .....	13
Gambar 2.6	Strategi Kampanye AISAS .....	14
Gambar 2.7	Bagan Model Kampanye.....	18
Gambar 2.8	Klasifikasi Typeface Old Style .....	19
Gambar 2.9	Klasifikasi Typeface Sans Serif .....	19
Gambar 2.10	Klasifikasi Typeface Transitional .....	19
Gambar 2.11	Klasifikasi Typeface Modern.....	20
Gambar 2.12	Klasifikasi Typeface Egyptian .....	20
Gambar 2.13	Klasifikasi Typeface Dekoratif .....	20
Gambar 2.14	Bagan Model Kampanye.....	21
Gambar 2.15	Bagan Model Kampanye.....	21
Gambar 2.16	Bagan Model Kampanye.....	22
Gambar 2.17	Ilustrasi.....	24
Gambar 3.1	Interview dengan Ratna Anisa .....	30
Gambar 3.2	Logo Kampanye.....	35
Gambar 3.3	Media Kampanye .....	35
Gambar 3.4	Hasil Kuesioner Data Responden .....	37
Gambar 3.5	Hasil Kuesioner Pandangan Responden .....	37
Gambar 3.6	Hasil Kuesioner Solusi Perancangan .....	38
Gambar 3.7	Hasil Kuesioner Media Behavior .....	39
Gambar 3.8	Hasil Kuesioner Media Behavior 2 .....	40
Gambar 4. 6	Wawancara Bersama Wannn .....	31
Gambar 4.1	Visualisasi target audiens.....	46
Gambar 4.2	Target Persona .....	47
Gambar 4.3	Logo IESPA .....	48
Gambar 4.4	Logo KPAL.....	49
Gambar 4.5	Logo KOMINFO .....	50
Gambar 4. 6	Mind mapping.....	62
Gambar 4. 6	Moodboard - Bold.....	65
Gambar 4. 6	Moodboard - Free .....	66
Gambar 4. 6	Moodboard - Edgy .....	66
Gambar 4.7	Moodboard Line.....	67
Gambar 4.8	Moodboard Illustrations.....	68
Gambar 4.9	Moodboard Typography .....	69



Gambar 4.10 Moodboard Layout.....	70
Gambar 4.11 Sketsa .....	85
Gambar 4.12 Key Visual 1 .....	86
Gambar 4.13 Key Visual 2 .....	87
Gambar 4.14 Key Visual 3 .....	88
Gambar 4.15 Alternatif Key Visual.....	89
Gambar 4.16 Hasil Key Visual.....	90
Gambar 4.16 Instagram Content Plan.....	91
Gambar 4.16 Sketsa layout Instaram Feeds.....	92
Gambar 4.16 Sketsa layout Instaram Story .....	92
Gambar 4.16 Modular Grid Perancangan Instagram Feeds.....	93
Gambar 4.16 Proses desain Instagram Feeds.....	93
Gambar 4.18 Perancangan Youtube Unskipable Ads.....	94
Gambar 4.18 Proses Relayout Billboard.....	95
Gambar 4. 19 Billboard setelah di relayout .....	95
Gambar 4.20 Relayout Font.....	96
Gambar 4.20 Digital Live Banner.....	97
Gambar 4.16 Digital Signage.....	98
Gambar 4.16 Proses pembuatan Caroussel.....	98
Gambar 4.16 Aset foto Wannn dan BTR Renbo .....	99
Gambar 4.16 Caroussel Instagram Feeds (Interest).....	99
Gambar 4.16 Proses Relayout Caroussel Instagram Story (Interest).....	100
Gambar 4.16 Question box interaktif .....	100
Gambar 4.16 Relayout Caroussel Instagram Story (Interest).....	101
Gambar 4.16 Proses Instagram Feeds Edukasi.....	102
Gambar 4.16 Instagram Feeds Edukasi .....	102
Gambar 4.16 Instagram Feeds Edukasi .....	103
Gambar 4.16 Asset Instagram Feeds (Search).....	103
Gambar 4.16 Asset Instagram Feeds (Search).....	104
Gambar 4.16 Instagram Feeds (Search).....	104
Gambar 4.21 Perancangan Youtube Video.....	105
Gambar 4.16 Perancangan Instagram Story Bingo.....	106
Gambar 4.16 Perancangan Instagram Story Bingo.....	107
Gambar 4.16 Perancangan dan hasil dari Instagram Story Bingo .....	108
Gambar 4.16 Aset Stiker Instagram.....	109
Gambar 4.24 Perancangan Merchandise .....	109
Gambar 4.25 Perancangan Merchandise Pin .....	110
Gambar 4.26 Perancangan Merchandise Pin Typography.....	110
Gambar 4.26 Fitur Ban dalam Mobile Legends .....	111
Gambar 4.26 Fitur Ban dalam Mobile Legends .....	112
Gambar 4.26 Sketsa Filter Instagram .....	112
Gambar 4.26 Proses Filter Instagram dan Hasilnya .....	113
Gambar 4.28 Logo Kampanye.....	114

Gambar 4.29 Analisis Key Visual .....	115
Gambar 4.30 Desain Instagram Ads .....	116
Gambar 4.31 Desain Youtube Unskipable Ads .....	117
Gambar 4.32 Desain Billboard .....	117
Gambar 4.33 Desain Live Banner.....	118
Gambar 4.33 Desain Live Banner.....	119
Gambar 4.16 Perancangan dan hasil dari Instagram Story Bingo .....	120
Gambar 4.16 Question box interaktif .....	121
Gambar 4.34 Desain Youtube Video.....	123
Gambar 4.37 Desain Kaos .....	125
Gambar 4.38 Desain Pin.....	125
Gambar 4.39 Desain Instagram Sticker .....	126
Gambar 4.40 Instagram Filter.....	127

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA