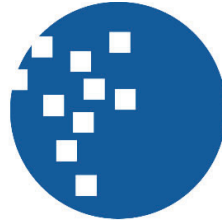


**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL PENTINGNYA POSISI TUBUH
YANG BENAR SAAT MENGGUNAKAN *SMART DEVICE***



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

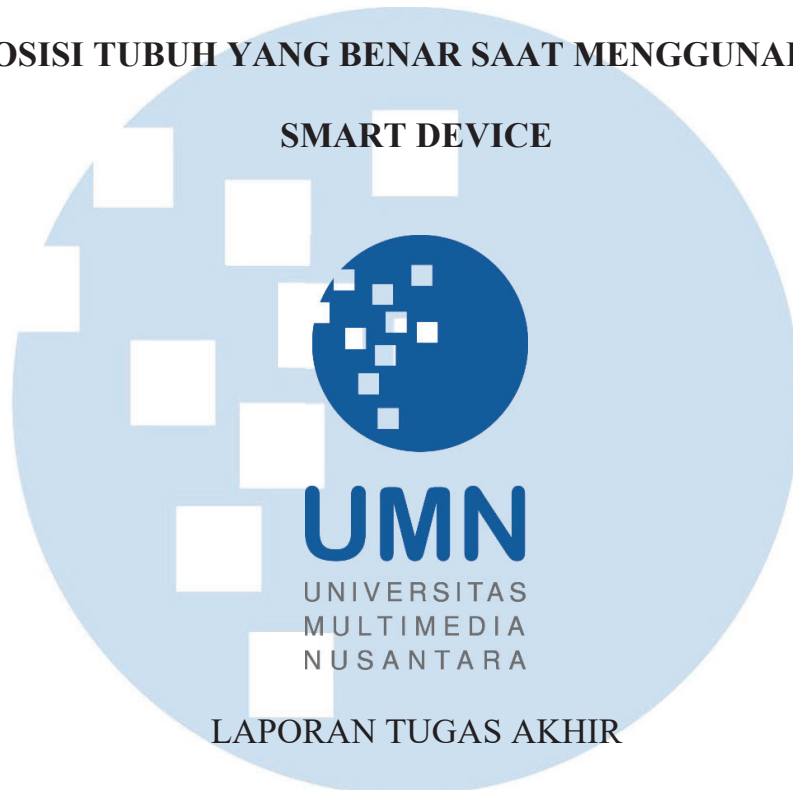
LAPORAN TUGAS AKHIR

Oswen Fendrien

0000022157

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

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL PENTINGNYA
POSISI TUBUH YANG BENAR SAAT MENGGUNAKAN
SMART DEVICE**



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain (S.Ds.)

Oswen Fendrien

0000022157

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2023

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Oswen Fendrien
Nomor Induk Mahasiswa : 00000022157
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Tugas Akhir dengan judul:

PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL PENTINGNYA POSISI TUBUH YANG BENAR SAAT MENGGUNAKAN SMART DEVICE

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, 20 Maret 2023



(Oswen Fendrien)

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 PENTINGNYA POSISI TUBUH
YANG BENAR SAAT MENGGUNAKAN SMART DEVICE**

Oleh

Nama : Oswen Fendrien

NIM : 00000022157

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Senin, 31 Maret 2023

Pukul 09.00 s.d 09.45 dan dinyatakan

LULUS

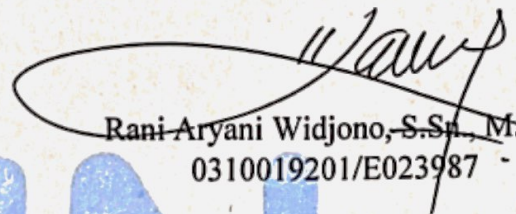
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



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

Penguji



Rani Aryani Widjono, S.Sn., M.Ds.
0310019201/E023987

Pembimbing



Adhreza Brahma, M.Ds.
0304088702/E042750

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual



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

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Oswen Fendrien
NIM : 00000022157
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 PENTINGNYA POSISI TUBUH YANG BENAR SAAT MENGGUNAKAN *SMART DEVICE*

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, 20 Maret 2022

Yang menyatakan,



(Oswen Fendrien)

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 kepada Tuhan yang Maha Esa, karena berkat dan penyertaannya selama penyelesaian laporan tugas akhir penulis. Laporan berjudul Perancangan Kampanye Sosial Pentingnya Posisi Tubuh Yang Benar Saat Menggunakan *Smart Device*. Saat menggunakan *smart device* dengan posisi tubuh yang tidak benar dalam waktu yang lama menyebabkan dampak buruk bagi kesehatan postur tubuh dan juga dapat menimbulkan komplikasi terhadap organ tubuh.

Penulisan dan pembuatan laporan tugas akhir memberikan kesempatan bagi penulis untuk mempraktikkan pengetahuan yang telah dipelajari selama masa perkuliahan. Selama pengerjaan tugas akhir, penulis belajar tentang posisi tubuh yang benar saat penggunaan *smart device* dan menerapkannya. Penulis juga sesekali melakukan perenggangan agar tetap terjaga posisi tubuh sehingga bisa tetap produktif dalam pengerjaan.

Selama penulisan dan perancangan, penulis turut didukung dan dibantu oleh pihak-pihak sehingga laporan ini dapat terselesaikan dengan baik. Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

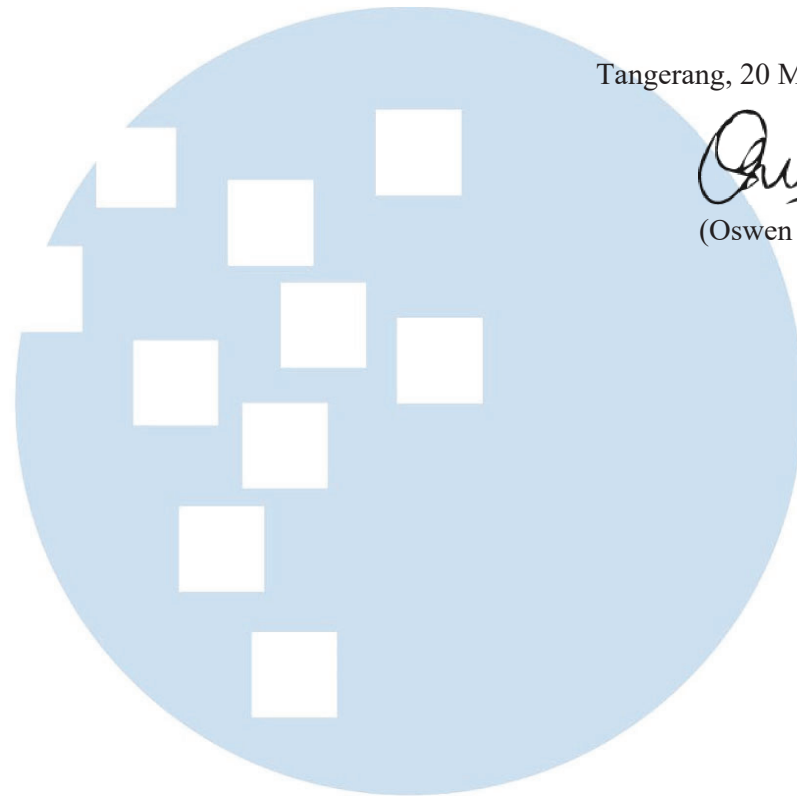
1. Dr. Ninok Leksono, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Muhammad Cahya Mulya Daulay, S.Sn., M.Ds., selaku Dekan Fakultas Seni dan Desain Universitas Multimedia Nusantara.
3. Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A., selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Multimedia Nusantara.
4. Adhreza Brahma, M.Ds., sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Dr.Mulya Imansyah Sp.OT, sebagai narasumber yang telah memberikan waktu nya untuk diwawancara untuk memverifikasi dampak posisi yang salah dalam menggunakan *smart device*
6. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Tangerang, 20 Maret 2023



(Oswen Fendrien)



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL PENTINGNYA
POSISI TUBUH YANG BENAR SAAT MENGGUNAKAN
*SMART DEVICE***

(Oswen Fendrien)

ABSTRAK

Seiring berjalannya waktu, kita semakin dimudahkan dengan kemajuan teknologi yang begitu pesat seperti halnya *smart device*. Saat menggunakan *smart device* dengan posisi tubuh yang tidak benar dalam waktu lama dapat menyebabkan dampak buruk bagi kesehatan postur tubuh dan juga dapat menimbulkan komplikasi terhadap organ tubuh. Pencegahan adalah upaya terbaik dalam menghadapi berbagai gangguan kesehatan postur tubuh akibat kebiasaan posisi tubuh yang tidak benar saat menggunakan *smart device*. Berdasarkan penelitian, masih banyak masyarakat yang belum waspada akan kebiasaan posisi tidak benar dalam penggunaan *smart device* yang dapat mempengaruhi kesehatan tubuh. Kampanye sosial diperlukan untuk mengubah kebiasaan masyarakat untuk mencapai Kesehatan yang lebih baik. Penulis merancang kampanye sosial ini agar membuat masyarakat pada usia 20-29 tahun di DKI Jakarta lebih waspada terhadap pentingnya posisi tubuh yang benar saat penggunaan *smart device*.

Kata kunci: Kampanye sosial, posisi tubuh, penggunaan *smart device*

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

**THE DESIGN OF A SOCIAL CAMPAIGN ON THE IMPORTANCE OF
PROPER BODY POSITION WHEN USING SMART DEVICES**

(Oswen Fendrien)

ABSTRACT (English)

Over time, we are increasingly facilitated by the rapid advances in technology like smart devices. When using a smart device with an incorrect body position for a long time it can cause adverse effects on the health of the body's posture and can also cause complications to the body's organs. Prevention is the best effort in dealing with various health problems posture due to improper body position habits when using smart devices. Based on research, there are still many people who are not aware of the habits of incorrect positions on the use of smart devices that can affect body health. Social campaigns are needed to change people's habits to achieve better health. The author designs this social campaign so that people at the age of 20-29 years in DKI Jakarta are more aware of the importance of body positions that are truly when the use of smart devices.

Keywords: *Social campaign, body position, smart device*

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	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah	2
1.4 Tujuan Tugas Akhir	4
1.5 Manfaat Tugas Akhir	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Kampanye	5
2.1.1 Tujuan Kampanye	5
2.1.2 Jenis Kampanye	5
2.1.3 Teknik Kampanye	6
2.1.4 Strategi Kampanye	7
2.1.5 Media Kampanye	8
2.2 Desain Grafis	9
2.2.1 Elemen Desain	9
2.2.2 Prinsip Desain	15
2.2.3 Tipografi	22
2.2.4 Layout dan Grid	24
2.2.5 Fotografi	25
2.3 Penggunaan Smart Device	31
2.3.1 Fitur Utama <i>Smart Device</i>	32
2.3.2 Klasifikasi <i>Smart Device</i>	33

2.3.3	Dampak Posisi Tubuh Yang Tidak Benar	33
2.3.4	Posisi Ergonomi Yang Dianjurkan	33
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN	38
3.1	Metodologi Penelitian	38
3.1.1	Metode Kuantitatif	38
3.1.2	Metode Kualitatif	51
3.2	Metodologi Perancangan	64
3.2.1	Orientasi	64
3.2.2	Analisis	64
3.2.3	Konsepsi	64
3.2.4	Desain	65
3.2.5	Implementasi	65
BAB IV	STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN	66
4.1	Strategi Perancangan	66
4.1.1	Orientasi	66
4.1.2	Analisis	70
4.1.3	Konsepsi	77
4.1.4	Desain	83
4.1.5	Implementasi	126
4.2	Analisis Perancangan	126
4.2.1	Analisis Logo Kampanye	126
4.2.2	Analisis <i>Key Visual</i>	127
4.2.3	Analisis Media Kampanye	128
4.3	<i>Budgeting</i>	146
BAB V	PENUTUP	148
5.1	Simpulan	148
5.2	Saran	149
DAFTAR PUSTAKA		xiii
LAMPIRAN		xvi

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Batasan Masalah	2
Tabel 4.1 Segmentasi Target Audiens Kampanye	67
Tabel 4.2 Tabel <i>Creative Brief</i>	70
Tabel 4.3 Lembar Strategi dan Taktik Pesan	73
Tabel 4.4 <i>Strategic Planning</i> AISAS	75
Tabel 4.5 Pemilihan Nama Kampanye.....	79
Tabel 4.6 Ide Logo	83
Tabel 4.7 Sketsa <i>Key Visual</i>	90
Tabel 4.8 Digitalisasi <i>Key Visual</i>	92
Tabel 4.9 <i>Budgeting</i>	146



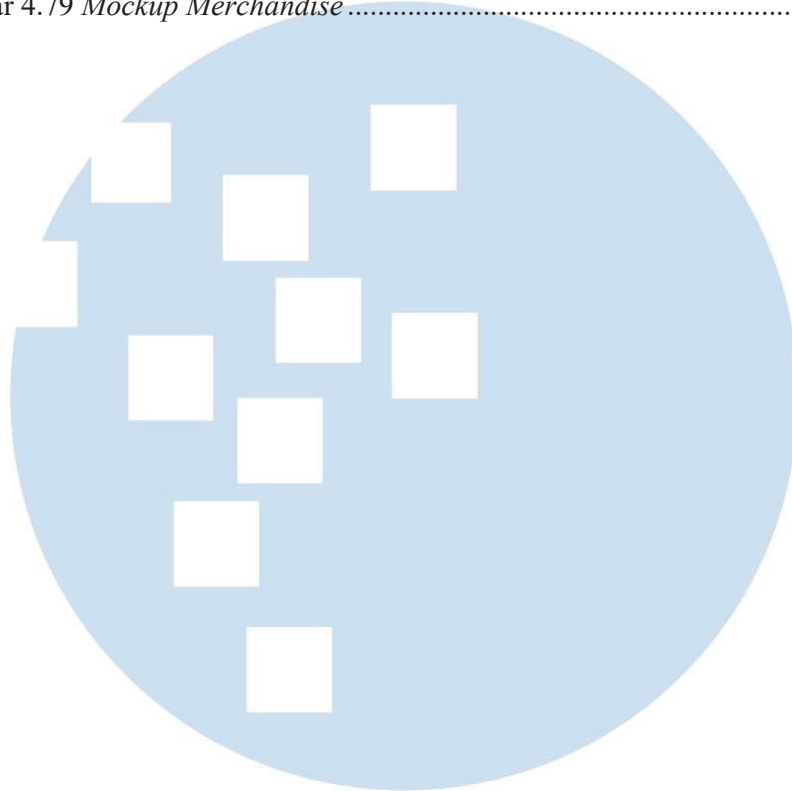
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>The AISAS Models</i>	8
Gambar 2.2 <i>Basic shape and forms</i>	10
Gambar 2.3 Poster : Romeo & Juliet	11
Gambar 2.4 <i>Additive Color System</i>	13
Gambar 2.5 <i>Subtractive Color System</i>	14
Gambar 2.6 <i>Symmetrical Arrangement</i>	16
Gambar 2.7 <i>Asymmetrical arrangement</i>	16
Gambar 2.8 <i>Radial Arrangement</i>	17
Gambar 2.9 <i>Trees Nests and Stairs</i>	19
Gambar 2.10 <i>Laws of perceptual organization</i>	21
Gambar 2.11 Anatomi Tipografi	22
Gambar 2.12 Jenis Huruf Modern	23
Gambar 2.13 Jenis Huruf <i>Sans Serif</i>	23
Gambar 2.14 <i>Simplified Structure of The IoT</i>	32
Gambar 2.15 <i>Adjustments to Prevent Text Neck Pain</i>	34
Gambar 2.16 Perubahan Lokasi Peralatan Mudah Dijangkau	35
Gambar 2.17 Posisi Kerja yang Salah	36
Gambar 3.1 Pendapat Responden	39
Gambar 3.2 <i>Desktop Device</i> yang Dimiliki Responden	40
Gambar 3.3 <i>Smart Device</i> yang Sering dan Jarang Digunakan Responden	41
Gambar 3.4 Hal yang Sering Dilakukan saat Menggunakan <i>Smart Device</i>	42
Gambar 3.5 Responden yang Bergantung dengan <i>Smart Device</i>	43
Gambar 3.6 Responden yang Peduli terhadap Kesehatan Postur Tubuh	44
Gambar 3.7 Kepahaman Responden Posisi Menggunakan <i>Smart Device</i>	44
Gambar 3.8 Pemahaman Posisi Tubuh yang Benar Menggunakan Laptop	46
Gambar 3.9 Media yang Sering Digunakan untuk Mendapatkan Informasi	47
Gambar 3.10 Media Iklan Konvensional yang Sering Ditemui Responden	48
Gambar 3.11 Media Iklan Digital yang Sering Ditemui Responden	49
Gambar 3.12 Jenis Visual yang Disukai Responden	50
Gambar 3.13 Foto Dokumentasi Wawancara Dengan Dr. Mulya Imansyah	51
Gambar 3.14 Logo kampanye Waktu Renggang	55
Gambar 3.15 <i>Font Lato</i> dan <i>Codec Cold</i>	56
Gambar 3.16 <i>Font Just for Fun</i> dan <i>Simply Rounded</i>	56
Gambar 3.17 <i>Font Blueline Paradise</i>	56

Gambar 3.18 Poster Kampanye Waktu Renggang.....	57
Gambar 3.19 Logo Gerakan Masyarakat Hidup Sehat	60
Gambar 3.20 Poster Germas	62
Gambar 4.1 <i>Image Board</i> Target Audiens	68
Gambar 4.2 <i>User Persona</i> Target Audiens	69
Gambar 4.3 Logo Indonesian Orthopaedic Association	70
Gambar 4.4 <i>Mindmap Big Idea</i>	78
Gambar 4.5 <i>Moodboard Visual</i>	80
Gambar 4.6 <i>Moodboard Layout</i>	80
Gambar 4.7 <i>Moodboard Color</i>	81
Gambar 4.8 <i>Moodboard Tipografi</i>	81
Gambar 4.9 Pemilihan Komposisi Tipografi	82
Gambar 4.10 Pemilihan Font <i>Oswald Bold & Montserat Medium</i>	82
Gambar 4.11 Sketsa Logo 1	84
Gambar 4.12 Sketsa dan Digitalisasi Logo	85
Gambar 4.13 Logo Type	85
Gambar 4.14 Logo Kampanye	86
Gambar 4.15 Penggunaan Logo Pada Warna <i>Background</i>	86
Gambar 4.16 Hasil Pemotretan Foto Model	88
Gambar 4.17 Hasil Cropping Asset Foto	89
Gambar 4.18 Pemilihan Sketsa <i>Key Visual</i>	91
Gambar 4.19 Elemen Ilustrasi <i>Key Visual</i> 1	93
Gambar 4.20 Elemen Ilustrasi <i>Key Visual</i> 2	94
Gambar 4.21 Elemen Ilustrasi <i>Key Visual</i> 3	94
Gambar 4.22 Sketsa <i>Layout Ig story</i>	96
Gambar 4.23 <i>Grid dan Margin Ig Story</i>	96
Gambar 4.24 <i>Baground Ig Story</i>	97
Gambar 4.25 Hasil Perancangan <i>Ig Story Tahap Attention</i>	97
Gambar 4.26 Hasil Perancangan <i>Ig Story Tahap Search</i>	98
Gambar 4.27 Hasil Perancangan <i>Ig Story Tahap Action</i>	99
Gambar 4.28 Hasil Perancangan <i>Ig Story Tahap Share</i>	100
Gambar 4.29 Sketsa <i>Layout Ig Feeds</i>	101
Gambar 4.30 <i>Grid dan Margin Ig Feeds</i>	102
Gambar 4.31 <i>Background Ig Feeds</i>	102
Gambar 4.32 Hasil Perancangan <i>Ig Feeds Tahap Attention dan Interest</i>	103
Gambar 4.33 Hasil Perancangan <i>Ig Feeds Tahap Search</i>	104
Gambar 4.34 Hasil Perancangan <i>Ig Feeds Tahap Action</i>	105
Gambar 4.35 Hasil Perancangan <i>Ig Feeds Tahap Share</i>	106
Gambar 4.36 Sketsa <i>Layout Billboard dan Landing Page</i>	107
Gambar 4.37 <i>Grid, Bleed, dan Margin Billboard dan Landing Page</i>	107

Gambar 4.38 Hasil <i>Backgorund Billboard</i>	108
Gambar 4.39 Hasil <i>Perancangan Billboard Tahap Attention</i>	108
Gambar 4.40 <i>Grid, Margin dan Background Landing Page</i>	110
Gambar 4.41 Hasil <i>Perancangan Landing Page Tahap Attention</i>	111
Gambar 4.42 Sketsa <i>Layout Poster dan Go-Screen</i>	112
Gambar 4.43 <i>Grid, Bleed dan Margin Poster</i>	113
Gambar 4.44 <i>Background Poster</i>	113
Gambar 4.45 Hasil <i>Perancangan Poster Tahap Attention</i>	114
Gambar 4.46 Hasil <i>Perancangan Go-Screen Tahap Attention</i>	115
Gambar 4.47 Sketsa <i>Layout Google Ads</i>	116
Gambar 4.48 <i>Artboard Google Ads</i>	117
Gambar 4.49 <i>Grid dan Margin Google Ads</i>	117
Gambar 4.50 <i>Background Google Ads</i>	118
Gambar 4.51 Hasil <i>Perancangan Ads Portal Berita Tahap Action</i>	119
Gambar 4.52 Hasil <i>Perancangan Ads 1 Youtube Tahap Action</i>	119
Gambar 4.53 Hasil <i>Perancangan Ads 2 Youtube Tahap Action</i>	120
Gambar 4.54 Sketsa <i>Layout Bolpoin dan Lanyard</i>	121
Gambar 4.55 <i>Grid, Bleed dan Margin Bolpoin</i>	122
Gambar 4.56 <i>Background Bolpoin</i>	122
Gambar 4.57 Hasil <i>Perancangan Bolpoin Tahap Share</i>	123
Gambar 4.58 <i>Grid, Bleed dan Margin Lanyard</i>	123
Gambar 4.59 <i>Background Lanyard</i>	124
Gambar 4.60 Turunan Logo <i>Posing Right</i>	124
Gambar 4.61 Hasil <i>Lanyard Tahap Share</i>	125
Gambar 4.62 <i>Vector Totebag, Mug, Bantal Pinggang dan Sticker</i>	125
Gambar 4.63 <i>Mockup Logo</i>	126
Gambar 4.64 <i>Key Visual</i>	127
Gambar 4.65 <i>Mockup Landing Page dan Billboard</i>	129
Gambar 4.66 <i>Mockup Ig Feed dan Ig Ads</i>	130
Gambar 4.67 <i>Mockup Ig Story ke-1</i>	131
Gambar 4.68 <i>Mockup Poster dan Go-Screen</i>	133
Gambar 4.69 <i>Mockup Ig Feed ke-1</i>	134
Gambar 4.70 <i>Mockup Ig Story ke-2</i>	135
Gambar 4.71 <i>Mockup Ig feed ke-2</i>	136
Gambar 4.72 <i>Mockup Ig Story ke-3</i>	137
Gambar 4.73 <i>Mockup Ig feed ke-3</i>	138
Gambar 4.74 <i>Mockup Ig Story ke-4</i>	140
Gambar 4.75 <i>Mockup Google Ads ke-1</i>	141
Gambar 4.76 <i>Mockup Google Ads ke-2</i>	142
Gambar 4.77 <i>Mockup Ig feed ke-4</i>	143

Gambar 4.78 *Mockup Ig Story ke-5* 144
Gambar 4.79 *Mockup Merchandise* 145



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A Bukti Bimbingan	xvi
LAMPIRAN B Kuesioner Penelitian Bentuk Google <i>Form</i>	xvii
LAMPIRAN C Hasil Turnitin.....	xxvi
LAMPIRAN D Transkrip Wawancara Dokter Spesialis Orthopedic	xxvii



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA