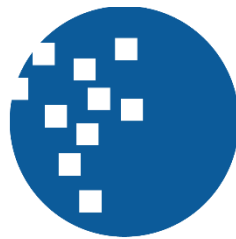


**PERANCANGAN KAMPANYE MENGENAI  
PENTINGNYA KETERBUKAAN DALAM KOMUNIKASI  
ANTARA REMAJA DAN ORANG TUA**



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**LAPORAN TUGAS AKHIR**

**Natasha Edlyn**

00000036486

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

**PERANCANGAN KAMPANYE MENGENAI  
PENTINGNYA KETERBUKAAN DALAM KOMUNIKASI  
ANTARA REMAJA DAN ORANG TUA**



**LAPORAN TUGAS AKHIR**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain (S.Ds.)

**Natasha Edlyn**

**00000036486**

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

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Natasha Edlyn  
Nomor Induk Mahasiswa : 00000036486  
Program Studi : Fakultas Seni dan Desain

Tugas Akhir dengan judul:

**PERANCANGAN KAMPANYE MENGENAI PENTINGNYA  
KETERBUKAAN DALAM KOMUNIKASI ANTARA REMAJA DAN  
ORANG TUA**

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, 23 Juni 2023



(Natasha Edlyn)

U M M N  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

### PERANCANGAN KAMPANYE MENGENAI PENTINGNYA KETERBUKAAN DALAM KOMUNIKASI ANTARA REMAJA DAN ORANG TUA

Oleh

Nama : Natasha Edlyn  
NIM : 00000036486  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada Jumat, 23 Juni 2023

Pukul 14.30 s.d 15.15 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Dr. Ratna Cahaya, S.Sos., M.Ds.  
0324087506/E023899

Penguji

Cennywati, S.Sn., M.Ds.  
1024128201/E071277

Pembimbing 1

Nadia Mahatmi, M.Ds.  
0416038705/E039375

Pembimbing 2

M. Nabil Oktanuryansyah, S.Ds., M.Ds.  
9903262976/E081434

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 : Natasha Edlyn  
NIM : 00000036486  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Fakultas : Seni dan Desain  
Jenis Karya : \*Tesis/Skripsi/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 MENGENAI PENTINGNYA KETERBUKAAN DALAM KOMUNIKASI ANTARA REMAJA DAN ORANG TUA

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, 6 Juli 2023

Yang menyatakan,

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



(Natasha Edlyn)



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang senantiasa memberikan kemampuan penyusunan Laporan Tugas Akhir yang berjudul “Perancangan Kampanye mengenai Pentingnya Keterbukaan dalam Komunikasi antara Remaja dan Orang Tua”.

Dalam Tugas Akhir ini, penulis mendapati bahwa mayoritas remaja 13—21 tahun di Jabodetabek mengaku sadar mengenai pentingnya keterbukaan dalam komunikasi antara remaja dan orang tua, namun belum mempraktekannya karena kurang paham bagaimana cara memulainya. Harapannya, perancangan ini dapat menghasilkan kampanye yang bermanfaat bagi remaja dan orang tua yang belum memiliki keterbukaan dalam komunikasi. Selain itu, tugas akhir ini juga dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan untuk mencapai gelar Sarjana Desain Jurusan Desain Komunikasi Visual pada Fakultas Seni dan Desain Universitas Multimedia Nusantara.

Penulis menyadari bahwa dengan adanya bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, proses penyusunan tugas akhir ini menjadi lebih lancar dan dapat rampung dengan baik. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis juga ingin mengucapkan terima kasih 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. Nadia Mahatmi, M.Ds., sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Muhammad Nabil Oktanuryansyah, S.Sn., M.Ds., sebagai Pembimbing kedua yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.

6. Octorina Basushanti, selaku *Body Language Practitioner, Certified Hypnotherapist and Graphologist*, dan CEO OctoTouch yang telah bersedia menjadi narasumber ahli dalam *Expert Interview* untuk mengetahui permasalahan seputar keterbukaan dalam komunikasi antara remaja dan orang tua.
7. Santi Novita Arieanti, M.Psi., selaku psikolog klinik anak dan remaja yang telah bersedia menjadi narasumber ahli dalam *Expert Interview* untuk mengetahui permasalahan seputar keterbukaan dalam komunikasi antara remaja dan orang tua.
8. VJ, ET, SHY, dan Iin, sebagai calon target audiens yang telah bersedia menjadi narasumber dalam *In-Depth Interview* untuk mengetahui karakteristik komunikasi antara remaja dan orang tua secara mendalam.
9. Kedua orang tua yang selalu ada untuk memberikan bantuan dukungan material, moral, dan tenaga selama masa perkuliahan, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
10. Drigo Alexander Sihombing, pendamping setia sepanjang masa perkuliahan dan pembuatan tugas akhir ini, yang memberikan dukungan mental serta menjadi tempat untuk penulis berbagi suka dan duka.
11. Seluruh teman-teman yang telah memberikan dukungan mental serta bantuan dalam mengisi data kuesioner, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Melalui laporan ini, penulis berharap dapat memberikan wawasan dan inspirasi kepada para pembaca. Semoga laporan ini juga dapat bermanfaat bagi remaja dan orang tua dalam hal keterbukaan dalam komunikasi.

Tangerang, 6 Juli 2023



(Natasha Edlyn)

**PERANCANGAN KAMPANYE MENGENAI PENTINGNYA  
KETERBUKAAN DALAM KOMUNIKASI ANTARA REMAJA  
DAN ORANG TUA**

(Natasha Edlyn)

**ABSTRAK**

Keterbukaan diri merupakan karakteristik penting dalam komunikasi interpersonal, termasuk dalam komunikasi keluarga. Namun, tidaklah cukup jika hanya menyadari akan pentingnya keterbukaan dalam komunikasi antara remaja dan orang tua, tetapi belum mempraktekkannya. Keterbukaan dalam komunikasi dibutuhkan kedua pihak karena masa remaja adalah masa transisi yang membutuhkan dampingan dari orang tua sebagai pendidik pertama dan terutama. Dalam perancangan ini, dibutuhkan pengenalan secara mendalam terkait keterbukaan dalam komunikasi, mulai dari pola asuh, pola komunikasi, masalah yang umum terjadi, solusi yang bisa dilakukan, dan masih banyak lagi. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam perancangan ini adalah *mixed methods* yang terdiri dari wawancara, studi eksisting, dan kuesioner. Dari data tersebut, harapannya penulis mampu mendapatkan gambaran untuk menghasilkan media kampanye yang informatif dan aplikatif. Sehingga, kampanye ini tidak hanya berguna untuk membangun kesadaran masyarakat, namun juga menyediakan media untuk masyarakat bisa langsung mempraktekkannya. Kampanye ini ditujukan untuk remaja 13—21 tahun dan orang tua mengenai pentingnya keterbukaan dalam komunikasi antara keduanya.

**Kata kunci:** remaja, orang tua, keterbukaan, komunikasi, kampanye

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



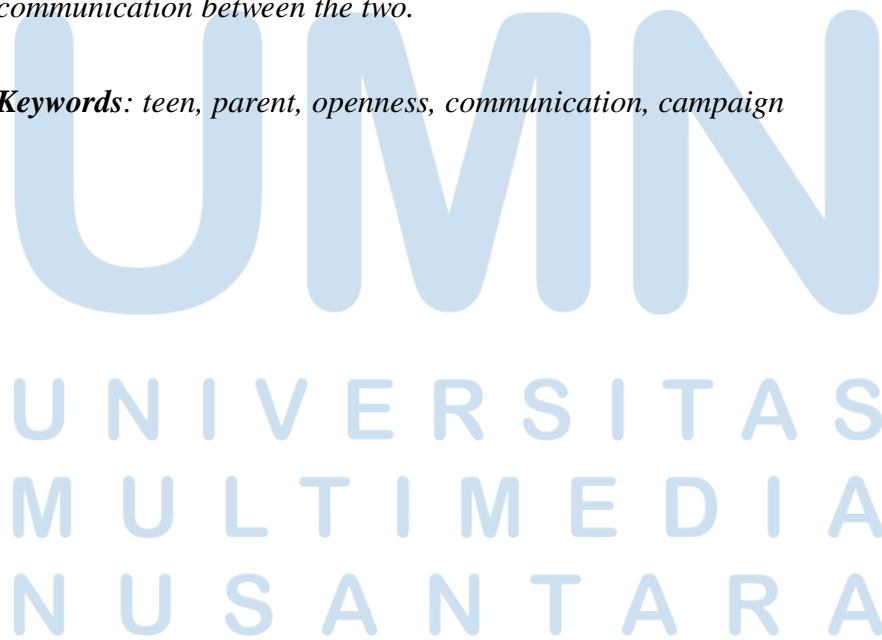
***DESIGNING A CAMPAIGN ON THE IMPORTANCE OF  
OPENNESS IN COMMUNICATION BETWEEN TEENAGER  
AND PARENT***

(Natasha Edlyn)

***ABSTRACT (English)***

*Openness is an important characteristic in interpersonal communication, including family communication. However, it is not enough to simply acknowledge the importance of openness in communication between teenagers and parents without putting it into practice. Both parties require openness in communication, as adolescence is a transitional period that requires guidance from parents as primary educators. In this design, a deep understanding of openness in communication is required, starting from parenting styles, communication patterns, common issues, solutions that can be implemented, and more. The data collection method used in this design is mixed methods, consisting of interviews, existing studies, and questionnaires. From this data, the writer hopes to gain insights to produce an informative and applicable campaign medium. Thus, this campaign will not only be useful in building public awareness but also provide a medium for people to directly practice openness in communication. This campaign is aimed at teenagers aged 13-21 and parents, regarding the importance of openness in communication between the two.*

***Keywords:*** *teen, parent, openness, communication, campaign*

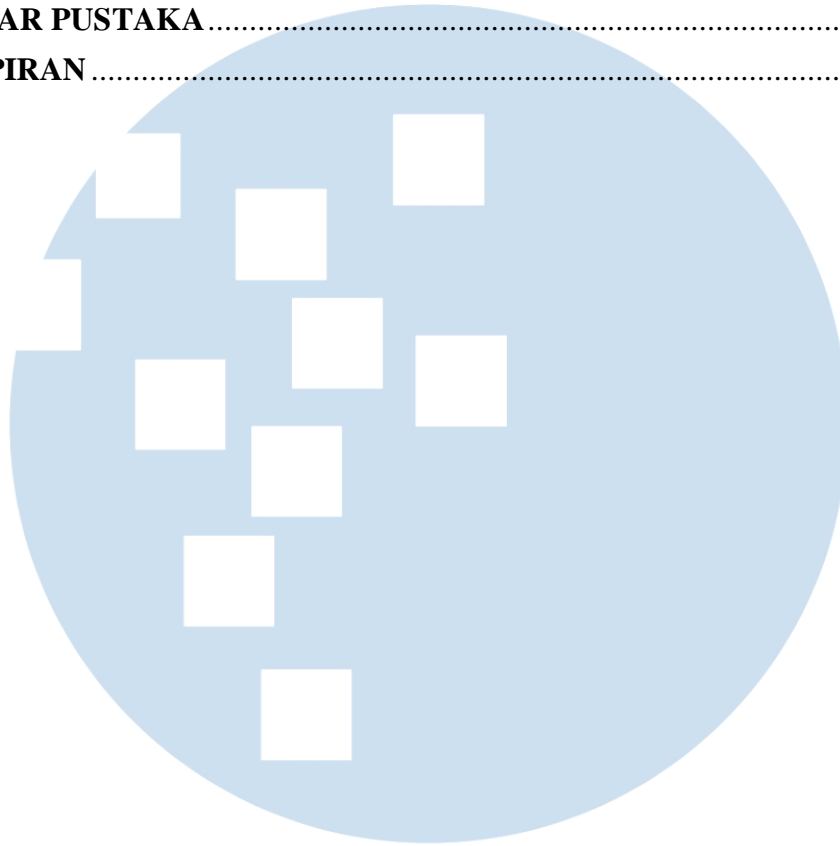


## DAFTAR ISI

|  |      |
|--|------|
| HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....   | ii   |
| HALAMAN PENGESAHAN .....   | iii  |
| HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK<br>KEPENTINGAN AKADEMIS ..... | iv   |
| KATA PENGANTAR.....  | v    |
| ABSTRAK.....   | vii  |
| <i>ABSTRACT (English)</i> .....  | viii |
| DAFTAR ISI.....  | ix   |
| DAFTAR TABEL.....  | xii  |
| DAFTAR GAMBAR.....   | xiii |
| BAB I PENDAHULUAN.....   | 1    |
| 1.1 Latar Belakang.....  | 1    |
| 1.2 Rumusan Masalah.....   | 3    |
| 1.3 Batasan Masalah .....  | 3    |
| 1.4 Tujuan Tugas Akhir.....  | 5    |
| 1.5 Manfaat Tugas Akhir.....   | 5    |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....  | 6    |
| 2.1 Teori Desain .....   | 6    |
| 2.1.1 Elemen Desain .....  | 6    |
| 2.1.2 Prinsip Desain .....   | 10   |
| 2.1.3 Tipografi .....  | 16   |
| 2.1.4 <i>Grid</i> .....  | 20   |
| 2.1.5 Ilustrasi .....  | 23   |
| 2.1.6 Logo.....  | 28   |
| 2.1.7 Maskot.....  | 28   |
| 2.2 Kampanye.....  | 31   |
| 2.2.1 Tujuan Kampanye.....   | 30   |
| 2.2.2 Media Kampanye.....  | 10   |
| 2.2.3 Strategi Kampanye AISAS.....   | 35   |
| 2.3 Komunikasi Interpesonal.....   | 31   |
| 2.3.1 Efektifitas Komunikasi Interpersonal .....                               | 36   |

|  |  |     |
|--|--|-----|
| 2.3.2  | <i>Social Penetration Theory</i> .....                           | 36  |
| 2.3.3  | <i>Self Disclosure</i> .....                                     | 37  |
| 2.4  | <b>Komunikasi Keluarga</b> .....                                 | 31  |
| 2.3.4  | <b>Pola Komunikasi Keluarga</b> .....                            | 37  |
| 2.3.3  | <b>Keterbukaan dalam Komunikasi Keluarga</b> .....               | 37  |
| 2.4  | <b>Remaja dan Orang Tua</b> .....                                | 31  |
| 2.4.1  | <b>Karakteristik Masa Remaja</b> .....                           | 38  |
| 2.4.2  | <b>Peranan Orang Tua terhadap Remaja</b> .....                   | 40  |
| <b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN</b> ..... |  | 48  |
| 3.1  | <b>Metodologi Penelitian</b> .....                               | 48  |
| 3.1.1  | <b>Metode Kualitatif</b> .....                                   | 48  |
| 3.1.2  | <b>Metode Kuantitatif</b> .....                                  | 87  |
| 3.2  | <b>Metodologi Perancangan</b> .....                              | 95  |
| <b>BAB IV STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN</b> .....      |  | 114 |
| 4.1  | <b>Strategi Perancangan</b> .....                                | 98  |
| 4.1.1  | <i>Overview</i> .....  | 99  |
| 4.1.2  | <i>Strategy</i> .....  | 100 |
| 4.1.3  | <i>Ideas</i> .....   | 103 |
| 4.1.4  | <i>Design</i> .....  | 117 |
| 4.1.5  | <i>Production</i> .....  | 133 |
| 4.1.6  | <i>Implementation</i> .....                                      | 155 |
| 4.2  | <b>Analisis Perancangan</b> .....                                | 163 |
| 4.2.1  | <b>Analisis Media Utama</b> .....                                | 165 |
| 4.2.2  | <b>Analisis Media Sekunder 1: <i>Board Game</i></b> .....        | 165 |
| 4.2.3  | <b>Analisis Media Sekunder 2: <i>OOH (Out of Home)</i></b> ..... | 167 |
| 4.2.4  | <b>Analisis Media Sekunder 3: <i>Roadshow Event</i></b> .....    | 169 |
| 4.2.5  | <b>Analisis Media Sekunder 4: <i>Webinar Online</i></b> .....    | 170 |
| 4.2.6  | <b>Analisis Media Sekunder 5: <i>Merchandise</i></b> .....       | 171 |
| 4.2.7  | <b>Analisis Media Sekunder 6: <i>Gimmick</i></b> .....           | 172 |
| 4.3  | <b><i>Budgeting</i></b> .....                                    | 172 |
| <b>BAB V PENUTUP</b> .....                                 |  | 173 |
| 5.1  | <b>Simpulan</b> .....  | 173 |

|                             |       |
|-----------------------------|-------|
| 5.2 <b>Saran</b> .....      | 175   |
| <b>DAFTAR PUSTAKA</b> ..... | xiii  |
| <b>LAMPIRAN</b> .....       | xviii |



UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR TABEL

|   |     |
|---|-----|
| Tabel 3.1 SWOT Kampanye 1001 Cara Bicara .....  | 86  |
| Tabel 3.2 Skala Likert Hasil Kuesioner .....  | 90  |
| Tabel 3.3 Topik Komunikasi yang Bisa Dibicarakan secara Terbuka bersama<br>Orang Tua..... | 91  |
| Tabel 4.1 Media Kampanye berdasarkan AISAS.....   | 102 |
| Tabel 4.2 Tabel <i>Budgeting</i> Kampanye.....  | 172 |





## DAFTAR GAMBAR

|   |    |
|---|----|
| Gambar 2.1 Contoh Penerapan Elemen Garis .....  | 7  |
| Gambar 2.2 Contoh Penerapan Elemen Bentuk .....                                       | 8  |
| Gambar 2.3 Contoh Penerapan Elemen Warna .....  | 8  |
| Gambar 2.4 Contoh Penerapan <i>Tacticle Texture</i> .....                             | 9  |
| Gambar 2.5 Contoh Penerapan <i>Visual Texture</i> .....                               | 10 |
| Gambar 2.6 Contoh Penerapan <i>Single Format</i> .....                                | 11 |
| Gambar 2.7 Contoh Penerapan <i>Multipage Format</i> .....                             | 11 |
| Gambar 2.8 Contoh Keseimbangan Radial .....   | 12 |
| Gambar 2.9 Contoh Penerapan <i>Emphasis</i> .....                                     | 13 |
| Gambar 2.10 Contoh Penerapan Ritme dalam Desain .....                                 | 13 |
| Gambar 2.11 Contoh Penerapan Kesatuan dalam Desain .....                              | 14 |
| Gambar 2.12 Contoh Penerapan Skala dalam Ilustrasi .....                              | 15 |
| Gambar 2.13 Contoh Penerapan <i>Typeface Oldstyle</i> dalam Kampanye .....            | 16 |
| Gambar 2.14 Contoh Penggunaan <i>Typeface Transitional</i> dalam Kampanye .....       | 17 |
| Gambar 2.15 Contoh Penggunaan <i>Typeface Modern</i> dalam Kampanye .....             | 17 |
| Gambar 2.16 Contoh Penggunaan <i>Typeface Slab Serif</i> dalam Kampanye .....         | 18 |
| Gambar 2.17 Contoh Penggunaan <i>Typeface Sans Serif</i> dalam <i>Card Game</i> ..... | 18 |
| Gambar 2.18 Contoh Penggunaan <i>Typeface Black Letter</i> dalam Iklan .....          | 19 |
| Gambar 2.19 Contoh Penggunaan <i>Typeface Script</i> dalam Kampanye .....             | 19 |
| Gambar 2.20 Contoh Penggunaan <i>Typeface Display</i> dalam Kampanye .....            | 20 |
| Gambar 2.21 Contoh Penggunaan <i>Single-Column Grid</i> .....                         | 21 |
| Gambar 2.22 Contoh Penggunaan <i>Multicolumn Grid</i> pada Media Cetak .....          | 21 |
| Gambar 2.23 Contoh Penggunaan <i>Multicolumn Grid</i> pada Media Digital .....        | 22 |
| Gambar 2.24 Contoh Penggunaan <i>Modular Grid</i> .....                               | 22 |
| Gambar 2.25 Contoh Ilustrasi Naturalis pada Buku .....                                | 24 |
| Gambar 2.26 Contoh Ilustrasi Dekoratif pada Kampanye .....                            | 25 |
| Gambar 2.27 Contoh Ilustrasi Kartun pada Buku Anak .....                              | 25 |
| Gambar 2.28 Contoh Ilustrasi Karikatur dalam Kampanye .....                           | 26 |
| Gambar 2.29 Contoh Ilustrasi Cergam .....   | 26 |
| Gambar 2.30 Contoh Ilustrasi Buku Pelajaran .....                                     | 27 |
| Gambar 2.31 Contoh Ilustrasi Khayalan .....   | 27 |
| Gambar 2.32 Contoh <i>Logotype</i> .....  | 28 |
| Gambar 2.33 Contoh <i>Lettermark</i> pada Kampanye .....                              | 28 |
| Gambar 2.34 Contoh Penerapan <i>Pictorial Symbol</i> pada Media Kampanye .....        | 29 |
| Gambar 2.35 Contoh Emblem pada Kampanye .....   | 30 |
| Gambar 2.36 Contoh <i>Product Oriented Campaign</i> .....                             | 32 |
| Gambar 2.37 Contoh Aksi <i>Candidate Oriented Campaign</i> .....                      | 33 |
| Gambar 2.38 Contoh <i>Ideologically or Cause Oriented Campaign</i> .....              | 34 |
| Gambar 3.1 Dokumentasi Wawancara dengan Octorina Basushanti .....                     | 49 |
| Gambar 3.2 Contoh Acara Webinar dan Siaran oleh Mamah Octo .....                      | 50 |
| Gambar 3.3 Dokumentasi Wawancara bersama VJ dan ET .....                              | 60 |

|   |     |
|---|-----|
| Gambar 3.4 Jawaban kuesioner VJ mengenai Topik yang Bisa Dibicarakan Secara Terbuka dengan Anak .....                   | 61  |
| Gambar 3.5 Jawaban kuesioner ET mengenai Kesadaran dan Praktek Keterbukaan Komunikasi antara Remaja dan Orang Tua ..... | 64  |
| Gambar 3.6 Dokumentasi Wawancara bersama SHY .....  | 69  |
| Gambar 3.7 Dokumentasi Wawancara bersama Iin .....  | 74  |
| Gambar 3.8 Logo Skata .....   | 79  |
| Gambar 3.9 Logo Kampanye 1001 Cara Bicara.....  | 80  |
| Gambar 3.10 Konten Instagram Story @skata_id mengenai Kampanye 1001 Cara Bicara .....                                   | 80  |
| Gambar 3.11 Peluncuran Kampanye 1001 Cara Bicara .....  | 81  |
| Gambar 3.12 Media Kampanye 1001 Cara Bicara dalam Bentuk Cetak.....   | 82  |
| Gambar 3.13 Laman Produk pada Situs skata.info.....   | 83  |
| Gambar 3.14 Isi Buku 1001 Cara Bicara Orang Tua dengan Remaja .....   | 84  |
| Gambar 3.15 Isi Kartu Permainan 1001 Cara Bicara. ....  | 84  |
| Gambar 3.16 Film Pendek “ <i>Both Sides of The World</i> ” di Channel Youtube Balai Diklat KKB Bogor BKKBN.....         | 85  |
| Gambar 3.17 <i>Web Banner</i> Kampanye pada Situs skata.info.....   | 86  |
| Gambar 3.18 Bukti Kuesioner .....   | 87  |
| Gambar 3.19 Frekuensi Bertemu Orang Tua dalam Seminggu .....  | 88  |
| Gambar 3.20 Topik Komunikasi yang Bisa Dibicarakan secara Terbuka bersama Orang Tua.....                                | 91  |
| Gambar 3.21 Kesadaran akan Pentingnya Keterbukaan dalam Komunikasi antara Remaja dan Orang tua.....                     | 92  |
| Gambar 3.22 Alasan Belum Mempraktekkan Keterbukaan dalam Komunikasi dengan Orang Tua.....                               | 92  |
| Gambar 3.23 Persentase Dampak Kurangnya Keterbukaan Mengganggu Kehidupan .....  | 93  |
| Gambar 3.24 Media Digital yang Sering Digunakan .....   | 94  |
| Gambar 3.25 Media Cetak yang Sering Ditemui .....   | 94  |
| Gambar 3.26 Informasi yang Ingin Diketahui melalui Kampanye Ini .....   | 95  |
| Gambar 4.1 Logo Parentalk.....  | 99  |
| Gambar 4.2 <i>Mind Map</i> Kampanye .....   | 103 |
| Gambar 4.3 Daftar <i>Keywords</i> Kampanye .....  | 104 |
| Gambar 4.4 Alternatif <i>Big Idea</i> Kampanye .....  | 105 |
| Gambar 4.5 Alternatif dan Hasil Final <i>Big Idea</i> Kampanye .....  | 106 |
| Gambar 4.6 <i>Moodboard</i> Kampanye .....  | 107 |
| Gambar 4.7 <i>Color Palette</i> .....   | 108 |
| Gambar 4.8 <i>Primary Typeface</i> Kampanye .....   | 109 |
| Gambar 4.9 <i>Secondary Typeface</i> Kampanye .....   | 110 |
| Gambar 4.10 Ide Bentuk Logo Kampanye.....   | 111 |
| Gambar 4.11 Ide Bentuk Ilustrasi <i>Handdrawn Line</i> .....  | 111 |
| Gambar 4.12 Referensi Visual Ide Bentuk Ilustrasi Lubang Kunci .....  | 112 |

|   |     |
|---|-----|
| Gambar 4.13 Referensi Visual Maskot.....  | 113 |
| Gambar 4.14 Referensi Visual dan Konten Kampanye dari Instagram<br>@proud.project .....                   | 115 |
| Gambar 4.15 Contoh Konten Instagram @proud.project .....  | 115 |
| Gambar 4.16 Katern Instagram Feeds. ....  | 116 |
| Gambar 4.17 <i>Basic Typefaces</i> Logo Kampanye.....   | 117 |
| Gambar 4.18 Hasil Desain Pertama Logo Kampanye .....  | 118 |
| Gambar 4.19 Proses Perancangan Stilasi Kastil.....  | 118 |
| Gambar 4.20 Hasil Final dan Filosofi Logo Kampanye .....  | 119 |
| Gambar 4.21 <i>Guide System</i> Logo Kampanye .....   | 119 |
| Gambar 4.22 Variasi Warna Logo Kampanye .....   | 120 |
| Gambar 4.23 Sketsa Maskot.....  | 121 |
| Gambar 4.24 Desain Maskot Terpilih.....   | 121 |
| Gambar 4.25 Revisi Maskot Ke-1 .....  | 122 |
| Gambar 4.26 Proses Revisi Maskot Ke-2 .....   | 122 |
| Gambar 4.27 Bentuk Dasar Maskot Kampanye .....  | 123 |
| Gambar 4.28 <i>Grid System</i> Maskot Kampanye .....  | 123 |
| Gambar 4.29 <i>Visual Guide</i> Maskot Kampanye .....   | 124 |
| Gambar 4.30 Hasil Final Ilustrasi Lubang Kunci Berwarna.....  | 125 |
| Gambar 4.31 Hasil Final Ilustrasi Lubang Kunci Putih Polos .....  | 126 |
| Gambar 4.32 <i>Before and After</i> Ilustrasi <i>Hand Drawn Line</i> .....                                | 127 |
| Gambar 4.33 Alternatif <i>Copywriting Key Visual</i> ke-1 dan ke-2 .....                                  | 128 |
| Gambar 4.34 Desain <i>Key Visual</i> ke-1 dan ke-2.....   | 129 |
| Gambar 4.35 Alternatif <i>Copywriting Key Visual</i> ke-3.....  | 130 |
| Gambar 4.36 Desain <i>Key Visual</i> .....  | 130 |
| Gambar 4.37 <i>Multicolumn Grid</i> Instagram Feeds .....   | 132 |
| Gambar 4.38 Hasil Produksi <i>Slide</i> Pertama Instagram Feed Tahap <i>Action</i> .....                  | 132 |
| Gambar 4.39 Hasil Produksi <i>Slide</i> Kedua Instagram Feed Tahap <i>Action</i> .....                    | 133 |
| Gambar 4.40 Hasil Produksi Instagram Feed Tahap <i>Interest</i> .....                                     | 134 |
| Gambar 4.41 <i>Multicolumn Grid</i> Instagram Story.....  | 135 |
| Gambar 4.42 Hasil Produksi Instagram Stories Tahap <i>Attention</i> .....                                 | 135 |
| Gambar 4.43 <i>Multicolumn Grid Billboard</i> .....   | 136 |
| Gambar 4.44 Hasil Produksi Desain <i>Billboard</i> .....  | 137 |
| Gambar 4.45 Referensi Visual dari Akun Instagram @folkative.....  | 138 |
| Gambar 4.46 <i>Margin Slide</i> Pertama <i>Endorsement</i> Instagram Feed Folkative ....                  | 138 |
| Gambar 4.47 Hasil Final <i>Endorsement</i> Instagram Feed Folkative.....                                  | 139 |
| Gambar 4.48 Perbedaan Hasil Produksi Poster Ke-1 dan Ke-2 .....   | 140 |
| Gambar 4.49 <i>Multicolumn Grid</i> dan Hasil Produksi Poster.....  | 140 |
| Gambar 4.50 Hasil Produksi Instagram Feeds dari Tampilan <i>Profile IG</i> .....                          | 141 |
| Gambar 4.51 Hasil Produk Instagram Feed Tahap <i>Action</i> .....   | 142 |
| Gambar 4.52 Hasil Produksi Instagram Story Tahap <i>Search</i> .....                                      | 142 |
| Gambar 4.53 <i>Multicolumn Grid</i> pada Produksi Kartu <i>Board Game</i> Sisi Depan dan<br>Belakang..... | 143 |

|  |     |
|--|-----|
| Gambar 4.54 Enam Jenis Kartu pada <i>Board Game</i> .....                                      | 144 |
| Gambar 4.55 Tampilan Depan Kartu <i>Board Game</i> .....                                       | 145 |
| Gambar 4.56 Proses Produksi Token.....   | 145 |
| Gambar 4.57 Hasil produksi Kerangka <i>Packaging Board Game</i> .....                          | 146 |
| Gambar 4.58 Referensi Visual Media <i>Roadshow Event</i> dari Instagram<br>@parentalk.id ..... | 148 |
| Gambar 4.59 Hasil Produksi <i>Backdrop</i> .....   | 148 |
| Gambar 4.60 <i>Multicolumn Grid</i> dan Hasil Produksi X-Banner .....                          | 149 |
| Gambar 4.61 Hasil Produksi VBG .....   | 151 |
| Gambar 4.62 Hasil Produksi <i>Cover</i> dan <i>Edge Notebook</i> .....                         | 151 |
| Gambar 4.63 Alternatif <i>Copywriting Sticker</i> WhatsApp .....                               | 152 |
| Gambar 4.64 Hasil Produksi <i>Sticker</i> WhatsApp .....                                       | 153 |
| Gambar 4.65 Implementasi Instagram Feeds .....   | 154 |
| Gambar 4.66 Implementasi Instagram Stories .....   | 155 |
| Gambar 4.67 Implementasi Tiktok Photo Slideshows.....  | 155 |
| Gambar 4.68 Implementasi <i>Packaging Board Game</i> .....                                     | 156 |
| Gambar 4.70 Implementasi Kartu <i>Board Game</i> .....   | 157 |
| Gambar 4.69 Implementasi Token <i>Board Game</i> .....   | 157 |
| Gambar 4.71 Implementasi <i>Billboard</i> .....  | 158 |
| Gambar 4.72 Implementasi Poster.....   | 158 |
| Gambar 4.73 Implementasi <i>Backdrop</i> .....   | 159 |
| Gambar 4.74 Implementasi X-Banner .....  | 159 |
| Gambar 4.75 Implementasi <i>Virtual Background</i> .....                                       | 160 |
| Gambar 4.76 Implementasi <i>Merchandise Notebook</i> .....                                     | 160 |
| Gambar 4.77 Implementasi <i>Merchandise</i> Gantungan Kunci Akrilik.....                       | 161 |
| Gambar 4.78 Implementasi <i>Sticker</i> WhatsApp .....   | 162 |
| Gambar 4.79 Instagram Feeds.....   | 163 |
| Gambar 4.80 Instagram Stories .....  | 164 |
| Gambar 4.81 <i>Packaging Board Game</i> .....  | 165 |
| Gambar 4.82 Kartu <i>Board Game</i> .....  | 165 |
| Gambar 4.83 Token <i>Board Game</i> .....  | 166 |
| Gambar 4.84 <i>Billboard</i> .....   | 166 |
| Gambar 4.85 Poster.....  | 167 |
| Gambar 4.86 <i>Backdrop</i> dan X-Banner.....  | 168 |
| Gambar 4.87 <i>Virtual Background</i> Webinar .....  | 169 |
| Gambar 4.88 <i>Notebook</i> .....  | 170 |
| Gambar 4.89 Gantungan Kunci Akrilik .....  | 171 |
| Gambar 4.90 <i>Sticker</i> WhatsApp .....  | 171 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|  |        |
|--|--------|
| Lampiran A: Form Bimbingan dengan Dosen Pembimbing 1.....  | xviii  |
| Lampiran B: Form Bimbingan dengan Dosen Pembimbing 2.....  | xxi    |
| Lampiran C: Transkrip Wawancara dengan Octorina Basushanti .....   | xxiv   |
| Lampiran D: Bukti Wawancara dengan Santi Novita Arieanti, M.Psi. (Psikolog Anak dan Remaja) .....              | xxxvi  |
| Lampiran E: Transkrip Wawancara dengan VJ dan ET .....   | xi     |
| Lampiran F: Transkrip Wawancara dengan SHY .....   | liv    |
| Lampiran G: Transkrip Wawancara dengan Iin .....   | lxiv   |
| Lampiran H: Dokumentasi Wawancara .....  | lxxiii |
| Lampiran I: Hasil Kuesioner “Kuesioner mengenai Keterbukaan dalam Komunikasi antara Remaja dan Orang Tua”..... | lxxiv  |
| Lampiran J: Hasil Turnitin .....   | xc     |
| Lampiran K: Form Bimbingan Spesialis .....   | xcii   |
| Lampiran L: Tabel <i>Creative Brief</i> Perancangan <i>Brand Communication</i> .....                           | xciii  |

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA