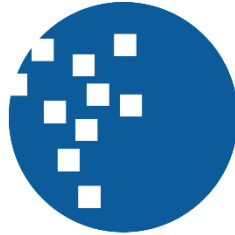


PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL MENGENAI KARIES

GIGI BAGI DEWASA AKHIR USIA 35—44 TAHUN

DI TANGERANG



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN TUGAS AKHIR

Jenny Priscilla

00000042890

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL MENGENAI KARIERS

GIGI BAGI DEWASA AKHIR USIA 35—44 TAHUN

DI TANGERANG



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain (S.Ds)

Jenny Priscilla

00000042890

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Jenny Priscilla

Nomor Induk Mahasiswa : 00000042890

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Tugas Akhir dengan judul:

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL MENGENAI KARIES GIGI
BAGI DEWASA AKHIR USIA 35—44 TAHUN DI TANGERANG**

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, 22 Desember 2023


(Jenny Priscilla)

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 KARIES GIGI BAGI DEWASA AKHIR USIA 35—44 TAHUN DI TANGERANG

Oleh

Nama : Jenny Priscilla
NIM : 00000042890
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Jumat, 5 Januari 2024

Pukul 09.45 s.d 10.20 dan dinyatakan

LULUS

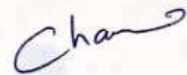
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Nadia Mahatmi, M.Ds.
0416038705/E039375

Penguji



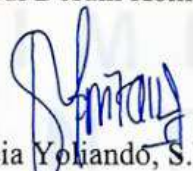
Chara Susanti, M.Ds.
0313048703/L00266

Pembimbing



Frindhinia Medyasepti, S.Sn., M.Sc.
0319098202/E068502

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 : Jenny Priscilla
NIM : 00000042890
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 KARIES GIGI BAGI DEWASA AKHIR USIA 35—44 TAHUN DI TANGERANG

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, 22 Desember 2023

Yang menyatakan,

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA


(Jenny Priscilla)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan atas karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan yang berjudul “Perancangan Kampanye Sosial Mengenai Karies Gigi bagi Dewasa Akhir Usia 35—44 Tahun di Tangerang” dengan baik dan tepat waktu.

Penulis memilih karies gigi sebagai objek utama tulisan karena adanya miskonsepsi dan kepedulian masyarakat mengenai karies gigi masih tergolong rendah. Meski dapat menyebabkan komplikasi atau masalah jika dibiarkan, masih banyak orang yang lebih memilih untuk menggunakan obat bebas karena mengira dapat mengobati. Karena itu, penulis membuat perancangan kampanye guna mempersuasi target audiens untuk beralih dari obat bebas ke penanganan dengan tenaga medis profesional.

Selama proses penyusunan laporan ini, penulis menerima dukungan, semangat dan doa dari berbagai pihak. Karena itu, penulis 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. Frindhinia Medyasepti, S.Sn., M.Sc., sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Drg. Florencia Stephanie, sebagai narasumber dan dokter gigi yang bersedia membagikan pengetahuan dan informasi seputar karies gigi.
6. Agus, Ira, dan Edi Susanto sebagai narasumber yang telah membagikan pengalamannya terkait masalah karies gigi.
7. Orang tua penulis yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan lancar.

8. Weiyana Bella, Rafaela Tesalonika, Crysthalia Thomas, Karen Audriel Umar, Alya Dwini Ristianti, Owen Verrell Coa, Patrick, Ni Made Natya Prasanti dan *streamer* favorit penulis yang telah memberikan dukungan dan semangat selama proses penyusunan tugas akhir ini.

Penulis berharap pembaca dan peneliti selanjutnya dapat menggunakan laporan tugas akhir ini sebagai referensi pembelajaran sekiranya dibutuhkan. Penulis juga mengharapkan solusi yang ditawarkan dalam bentuk kampanye dapat mempersuasi target audiens untuk melakukan penanganan karies gigi dengan tenaga medis profesional.

Tangerang, 22 Desember 2023



(Jenny Priscilla)

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL MENGENAI KARIES

GIGI BAGI DEWASA AKHIR USIA 35—44 TAHUN

DI TANGERANG

(Jenny Priscilla)

ABSTRAK

Karies gigi atau gigi berlubang adalah kerusakan pada gigi akibat terkikisnya enamel gigi. Enamel gigi dapat terkikis akibat penumpukan bakteri pada plak. Prevalensi karies gigi tertinggi di Indonesia adalah Provinsi Banten, dengan persentase kasus sebanyak 48,5%. Karies gigi umumnya ditemukan pada masyarakat yang tinggal di perkotaan, sekitar 87,9% atau 22.353 kasus dalam kelompok usia dewasa akhir usia 35—44 tahun, sebanyak 92,2% dari 8.339 kasus. Jika dibiarkan, karies gigi dapat menyebabkan abses gigi, penyakit gusi, penyakit jantung, stroke, hingga kematian. Meskipun tingkat prevalensi karies gigi tinggi dan dapat menyebabkan masalah kesehatan lainnya, masih banyak orang dengan karies gigi yang lebih memilih menggunakan obat bebas. Padahal, karies gigi tidak bisa diobati tanpa penanganan dengan tenaga medis. Karena itu, untuk mengubah miskonsepsi dan menambah kepedulian akan karies gigi, penulis merancang kampanye sosial dengan metodologi perancangan menurut Ogilvy dalam *Advertising by Design* (Landa, 2010) yang terdiri dari tahap *overview, strategy, ideas, design, production, dan implementation*.

Kata kunci: Kampanye, Karies Gigi, Dewasa Akhir

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SOCIAL CAMPAIGN DESIGN ON DENTAL CARIES FOR LATE

ADULTS AGED 35—44 YEARS OLD

IN TANGERANG

(Jenny Priscilla)

ABSTRACT

Dental caries or cavities are damage to the teeth caused by the erosion of dental enamel. Enamel can be eroded due to the accumulation of bacteria in plaque. The highest prevalence of dental caries in Indonesia is in Banten Province at 48.5%. Dental caries is commonly found in urban communities, around 87.9% or 22,353 cases within late adult age group aged 35-44 years, approximately 92.2% of 8,339 cases. If left untreated, dental caries can cause dental abscesses, gum disease, heart disease, stroke, and even death. Although the prevalence rate is high and can cause other health complications, there are still many people with dental caries who prefer to use over-the-counter drugs. In fact, dental caries cannot be treated without professional treatment. Therefore, to change misconceptions and increase awareness of dental caries, the author designed a social campaign according to Ogilvy's design methodology in Robin Landa's book, Advertising by Design which consists of overview, strategy, ideas, design, production, and implementation stages.

Keywords: Campaign, Dental Caries, Late Adults

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
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
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.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Desain Komunikasi Visual.....	6
2.1.1 Elemen Desain.....	6
2.1.2 Prinsip Desain	8
2.1.3 Tipografi	13
2.1.4 Warna	21
2.1.5 Layout	23
2.2 Kampanye Sosial	25
2.2.1 Tujuan Kampanye Sosial.....	26
2.2.2 Media Kampanye.....	26
2.2.3 Copywriting.....	27
2.2.4 <i>Segmentation</i>	28
2.2.5 Teori Publik.....	28
2.2.6 Teori Persuasi.....	29

2.2.7	Analisis Pemasaran (SWOT)	30
2.2.8	Strategi dan Taktik Pesan	30
2.2.9	Strategi Kampanye AISAS	35
2.2.10	Creative Brief	36
2.3	Karies Gigi	38
2.3.1	Penyebab Karies Gigi	38
2.3.2	Gejala Karies Gigi	39
2.3.3	Pencegahan Karies Gigi	39
2.3.4	Penanganan Karies Gigi	40
2.3.5	Komplikasi akibat Karies Gigi	40
BAB III METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN		42
3.1	Metodologi Penelitian	42
3.1.1	Metode Kualitatif	42
3.1.2	Metode Kuantitatif	56
3.2	Metodologi Perancangan	63
BAB IV STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN		65
4.1	Strategi Perancangan	65
4.1.1	<i>Persona</i>	65
4.1.2	<i>Brand Mandatory</i>	67
4.1.3	Penentuan Strategi dan Taktik Penyampaian Pesan ...	69
4.1.4	<i>User Journey Map</i>	70
4.1.5	Media Planning	72
4.1.6	<i>Brainstorming dan Mindmapping</i>	73
4.1.7	Penentuan <i>Big Idea</i> dan Konsep	73
4.1.8	<i>Stylescape</i>	74
4.1.9	Penentuan Warna	75
4.1.10	Penentuan Tipografi	76
4.1.11	Perancangan Ilustrasi	77
4.1.12	Perancangan Nama dan Kampanye	80
4.1.13	Perancangan aset <i>supergraphic</i>	81
4.1.14	Layout	83
4.1.15	Perancangan <i>Copywriting</i>	84

4.1.16	Perancangan Media Pendukung	87
4.2	Analisis Perancangan	98
4.2.1	Analisis Beta Test.....	98
4.2.2	Analisis <i>Layout</i>	99
4.2.3	Analisis Warna.....	102
4.2.4	Analisis Tipografi	103
4.2.5	Analisis Ilustrasi	103
4.2.6	Analisis Copywriting	104
4.2.7	Analisis <i>Billboard</i>	104
4.2.8	Analisis Poster Halte.....	105
4.2.9	Analisis <i>Banner</i>	106
4.2.10	Analisis Videotron	107
4.2.11	Analisis Transit Ads	108
4.2.12	Analisis Facebook Ads.....	108
4.2.13	Analisis Instagram & Tiktok Ads	109
4.2.14	Analisis Instagram & Facebook Feeds	109
4.2.15	Analisis Instagram Story.....	110
4.2.16	Analisis Sosialisasi	110
4.2.17	Analisis Flyer.....	111
4.2.18	Analisis Brosur.....	112
4.2.19	Analisis Dental Travel Kit	112
4.2.20	Analisis Kalender.....	113
4.2.21	Analisis File Folder	113
4.2.22	Analisis Kaos	114
4.2.23	Analisis Topi.....	114
4.2.24	Analisis Gayung	115
4.3	<i>Budgeting</i>	115
BAB V	PENUTUP.....	118
5.1	Simpulan.....	118
5.2	Saran.....	118
DAFTAR PUSTAKA	xvii
LAMPIRAN	xx

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Analisis SWOT Gigi dan Mulutku Sehat di Masa Pandemi.....	49
Tabel 3.2 Analisis SWOT Senyum Sehat untuk Hidup Lebih Sehat.....	53
Tabel 3.3 Tabel Data Demografis Responden	57
Tabel 3.4 Tabel Data Responden Mengenai Karies Gigi.....	58
Tabel 3.5 Tabel Data Media Kampanye	59
Tabel 3.6 Tabel Data Alasan Tidak Menangani Karies	60
Tabel 3.7 Tabel Data Media yang Sering Diakses	61
Tabel 4.1 <i>Copywriting</i>	84
Tabel 4.2 <i>Budgeting</i>	114

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Garis pada Poster.....	6
Gambar 2.2 Bentuk pada Ilustrasi.....	7
Gambar 2.3 Tekstur pada Poster Kampanye.....	8
Gambar 2.4 <i>Emphasis by Isolation</i> pada Kampanye.....	9
Gambar 2.5 <i>Emphasis by Placement</i> pada Kampanye.....	9
Gambar 2.6 <i>Emphasis Through Scale</i> pada Kampanye.....	10
Gambar 2.7 <i>Emphasis Through Contrast</i> pada Kampanye.....	11
Gambar 2.8 <i>Emphasis Through Direction and Pointers</i> pada Sampul Buku.....	11
Gambar 2.9 <i>Alignment Right</i> pada Poster Kampanye.....	12
Gambar 2.10 <i>Unity</i> pada Kampanye.....	12
Gambar 2.11 <i>Space</i> pada Kampanye.....	13
Gambar 2.12 Poster Garamond.....	14
Gambar 2.13 Poster Libre Baskerville.....	15
Gambar 2.14 Poster Walbaum.....	15
Gambar 2.15 Poster Lubalin Graph.....	16
Gambar 2.16 Poster dengan <i>Typeface Folio</i>	17
Gambar 2.17 <i>Headline</i> Artikel dengan <i>Typeface Elmwood</i>	17
Gambar 2.18 <i>Script Typeface</i> pada Kartu Nama.....	18
Gambar 2.19 <i>Display Typeface</i> pada Iklan.....	18
Gambar 2.20 Sistem Warna.....	23
Gambar 2.21 <i>Single-column Grid</i> dalam Brosur.....	24
Gambar 2.22 <i>Multicolumn Grid</i> dalam Majalah.....	24
Gambar 2.23 <i>Modular Grid</i> pada <i>Booklet</i>	25
Gambar 2.24 Kampanye Sosial.....	26
Gambar 3.1 Wawancara dengan drg. Florencia Stephanie.....	42
Gambar 3.2 Wawancara dengan Agus.....	45
Gambar 3.3 Wawancara dengan Ira.....	46
Gambar 3.4 Wawancara dengan Edi Susanto.....	47
Gambar 3.5 Kampanye Gigi dan Mulutku Sehat di Masa Pandemi.....	49
Gambar 3.6 Kampanye Senyum Sehat untuk Hidup Lebih Sehat.....	51
Gambar 3.7 Ilustrasi Be Green.....	54
Gambar 3.8 Ilustrasi Play with Oreo.....	55
Gambar 4.1 <i>Persona Mainstream</i>	65
Gambar 4.2 <i>Persona Extreme</i>	65
Gambar 4.3 Logo Kementerian Kesehatan Republik Indonesia.....	67
Gambar 4.4 <i>Webinar</i> oleh Kementerian Kesehatan Republik Indonesia.....	67
Gambar 4.5 Logo Persatuan Dokter Gigi Indonesia.....	68
Gambar 4.6 Penyuluhan PDGI.....	69

Gambar 4.7 <i>User Journey Map Persona Mainstream</i>	70
Gambar 4.8 <i>User Journey Map Persona Extreme</i>	71
Gambar 4.9 <i>Media Planning</i>	72
Gambar 4.10 <i>Mindmap</i>	73
Gambar 4.11 Alternatif <i>Big Idea</i>	74
Gambar 4.12 <i>Stylescape</i>	74
Gambar 4.13 Alternatif Warna.....	75
Gambar 4.14 Alternatif Tipografi	76
Gambar 4.15 Referensi Ilustrasi.....	77
Gambar 4.16 Sketsa Ilustrasi.....	77
Gambar 4.17 Ilustrasi 1	78
Gambar 4.18 Ilustrasi 2	78
Gambar 4.19 Ilustrasi 3	79
Gambar 4.20 Ilustrasi 4	79
Gambar 4.21 Alternatif Nama Kampanye	80
Gambar 4.22 Sketsa Alternatif Logo Kampanye	81
Gambar 4.23 Finalisasi Logo Kampanye.....	81
Gambar 4.24 Referensi bak truk	82
Gambar 4.25 <i>Radial Gradient</i>	82
Gambar 4.26 Referensi <i>Asterisk</i>	82
Gambar 4.27 <i>Supergraphic Asterisk</i>	83
Gambar 4.28 <i>Grid Key Visual</i>	83
Gambar 4.29 Desain <i>Billboard</i>	88
Gambar 4.30 Desain Poster Halte	88
Gambar 4.31 Desain <i>Avenue Banner</i>	89
Gambar 4.32 Desain <i>Horizontal Banner</i>	90
Gambar 4.33 Desain Videotron.....	90
Gambar 4.34 Desain <i>Transit Ads Motor</i>	91
Gambar 4.35 Desain <i>Transit Ads Mobil</i>	91
Gambar 4.36 Desain <i>Transit Ads Mobil</i>	92
Gambar 4.37 Desain Instagram dan Tiktok <i>Ads</i>	92
Gambar 4.38 Desain Instagram dan Facebook Feeds	93
Gambar 4.39 Desain Instagram Story	93
Gambar 4.40 Desain Powerpoint Sosialisasi	94
Gambar 4.41 Desain <i>Flyer</i>	94
Gambar 4.42 Desain Brosur.....	95
Gambar 4.43 Desain <i>Dental Travel Kit</i>	95
Gambar 4.44 Desain Kalender	96
Gambar 4.45 Desain Kalender	96
Gambar 4.46 Desain Kaos.....	97

Gambar 4.47 Desain Topi	97
Gambar 4.48 Desain Gayung	98
Gambar 4.49 <i>Grid Wall Branding</i>	100
Gambar 4.50 Mockup Wall Branding.....	100
Gambar 4.51 Grid Ceiling Panel.....	100
Gambar 4.52 <i>Mockup Ceiling Panel</i>	100
Gambar 4.53 <i>Grid Hanging Alley</i>	101
Gambar 4.54 <i>Grid Top Door</i>	101
Gambar 4.55 <i>Mockup Top Door</i>	102
Gambar 4.56 Analisis Warna <i>Key Visual</i>	103
Gambar 4.57 Analisis Ilustrasi.....	104
Gambar 4.58 Analisis <i>Billboard</i>	105
Gambar 4.59 <i>Mockup Billboard</i>	105
Gambar 4.60 Analisis Poster Halte.....	105
Gambar 4.61 <i>Mockup</i> Poster Halte.....	106
Gambar 4.62 Analisis <i>Banner</i>	106
Gambar 4.63 <i>Mockup Banner</i>	107
Gambar 4.64 Analisis <i>Horizontal Banner</i>	107
Gambar 4.65 Analisis Videotron.....	107
Gambar 4.66 <i>Mockup Transit Ads</i> Motor.....	108
Gambar 4.67 <i>Mockup Transit Ads</i> Mobil.....	108
Gambar 4.68 <i>Mockup Facebook Ads</i>	109
Gambar 4.69 <i>Mockup Instagram dan Tiktok Ads</i>	109
Gambar 4.70 <i>Mockup Instagram dan Facebook Ads</i>	110
Gambar 4.71 <i>Mockup Instagram Story</i>	110
Gambar 4.72 Analisis Sosialisasi.....	111
Gambar 4.73 <i>Mockup Flyer</i>	111
Gambar 4.74 <i>Mockup Brosur</i>	112
Gambar 4.75 <i>Mockup Dental Travel Kit</i>	112
Gambar 4.76 <i>Mockup Kalender</i>	113
Gambar 4.77 <i>Mockup File Folder</i>	113
Gambar 4.78 <i>Mockup Kaos</i>	114
Gambar 4.79 <i>Mockup Topi</i>	114
Gambar 4.80 <i>Mockup Gayung</i>	115

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Form BAP Bimbingan	xx
Lampiran B Transkrip Wawancara	xxiii
Lampiran C Hasil Kuesioner	xxxiii
Lampiran D Hasil Beta Test	xxxix
Lampiran E Hasil Turnitin	xlv



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA