

**PERANCANGAN MEDIA INFORMASI MENGENAI
HUBUNGAN PARASOSIAL BAGI PENGGEMAR
K-POP USIA 15—20 TAHUN**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN TUGAS AKHIR

Evelyn Teddy Tangka

00000043067

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS SENI DAN DESAIN
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2024**

**PERANCANGAN MEDIA INFORMASI MENGENAI
HUBUNGAN PARASOSIAL BAGI PENGGEMAR
K-POP USIA 15—20 TAHUN**



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain (S.Ds.)

Evelyn Teddy Tangka

0000043067

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS SENI DAN DESAIN
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2024**

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Evelyn Teddy Tangka

Nomor Induk Mahasiswa : 00000043067

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Tugas Akhir dengan judul:

PERANCANGAN WEBSITE MENGENAI HUBUNGAN PARASOSIAL BAGI PENGGEMAR K-POP USIA 15—20 TAHUN

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, 5 Januari 2024

UMI



Evelyn Teddy Tangka

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

ii

Perancangan Website Mengenai..., Evelyn Teddy Tangka, Universitas Multimedia Nusantara

ii

Perancangan Website Mengenai..., Evelyn Teddy Tangka, Universitas Multimedia Nusantara

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

PERANCANGAN WEBSITE MENGENAI HUBUNGAN PARASOSIAL BAGI PENGGEMAR K-POP USIA 15—20 TAHUN

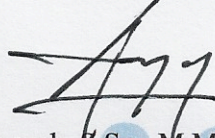
Oleh

Nama : Evelyn Teddy Tangka
NIM : 00000043067
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Jumat, 5 Januari 2024
Pukul 11.00 s.d 11.45 dan dinyatakan
LULUS

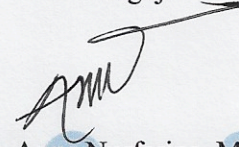
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



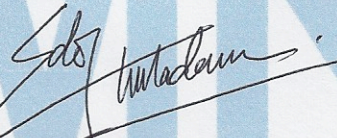
Ardyansyah, S.Sn., M.M., M.Ds.
0318127603/L00011

Penguji



Dr. Anne Nurfarina, M.Sn.
0416066807/E069425

Pembimbing



Edo Tirtadarma, M.Ds.
0324128506/E071279

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 : Evelyn Teddy Tangka
NIM : 00000043067
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 WEBSITE MENGENAI HUBUNGAN PARASOSIAL BAGI PENGGEMAR K-POP USIA 15—20 TAHUN

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, 5 Januari 2024

Yang menyatakan,



Evelyn Teddy Tangka

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas kesempatan yang diberikan untuk menulis laporan Tugas Akhir dengan judul: Perancangan Website Mengenai Hubungan Parasosial Bagi Penggemar K-Pop Usia 15–20 Tahun sebagai pemenuhan syarat untuk mencapai gelar Sarjana Seni (S.Sn) Program Studi DKV pada Fakultas Seni dan Desain Universitas Multimedia Nusantara.

Mengucapkan terima kasih

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. Edo Tirtadarma, M.Ds, sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Novita Silaen, M.Psi., dari Psikolog Rumah Sakit Siloam sebagai narasumber yang telah membantu proses wawancara dan proses penulisan informasi pada media website.
6. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Diharapkan hasil karya perancangan ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca yang ingin mengetahui lebih tentang hubungan parasosial.

Tangerang, 5 Januari 2024



Evelyn Teddy Tangka

PERANCANGAN WEBSITE MENGENAI HUBUNGAN PARASOSIAL BAGI PENGGEMAR K-POP USIA 15—20 TAHUN

Evelyn Teddy Tangka

ABSTRAK

Hubungan parasosial sebagai hubungan dimana seorang individu menghabiskan ketertarikan, waktu, dan energi untuk pihak lain akan tetapi, pihak lain tersebut tidak mengenal keberadaan individu. Salah satu contohnya adalah penggemar K-Pop dengan selebriti K-Pop. Hubungan ini dipicu oleh penggemar yang merasakan kedekatan dengan idolanya. Melalui survei Good Stats yang diadakan pada tahun 2022, Indonesia merupakan negara peringkat satu dengan penggemar K-Pop terbanyak. Ditemukan juga, mayoritas penggemar K-Pop berusia remaja dimana remaja merupakan fase yang sedang mencari jati diri sehingga mudah untuk mengidolakan seseorang. PSR atau Hubungan parasosial memiliki 3 tipe yaitu, entertainment-social, intense-personal, dan borderline-pathological. Apabila hubungan parasosial individu sudah masuk ke *borderline-pathological* dapat memberikan banyak dampak buruk dan mengganggu kehidupan nyata seperti menimbulkan masalah psikologis, ketergantungan pada media sosial, dan menjadi penggemar yang fanatik. Berdasarkan hasil wawancara, hubungan parasosial dapat membuat fans menjadi terganggu kehidupan nyatanya dan relasi dengan orang sekitar menjadi tidak baik. Berdasarkan hasil kuesioner banyak remaja penggemar K-Pop yang tidak mengetahui tentang istilah hubungan parasosial namun menunjukkan perilaku-perilaku hubungan parasosial. Maka dari itu, diperlukan media informasi yang mengedukasi dan memberikan pengetahuan terhadap remaja penggemar K-Pop

Kata kunci: hubungan, parasosial, informasi, k-pop, website

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

WEBSITE DESIGN ABOUT PARASOCIAL RELATIONSHIP FOR K-POP FAN AGES 15—20 YEARS OLD

Evelyn Teddy Tangka

ABSTRACT (English)

A parasocial relationship is a relation where an individual spends interest, time, and energy for another party, however, the other party does not recognize the individual's existence. One of the example is K-Pop fans with K-Pop idols. This relationship was sparked by fans who felt close to their idols. Through the Good Stats survey held in 2022, Indonesia is ranked first as the country with the most K-Pop fans. It was also found the fact that majority of K-Pop fans are mostly teenagers, where they were having a phase searching for their identity, so it is easy for them to idolize someone. PSR or parasocial relationships have 3 types, namely, entertainment-social, intense-personal, and borderline-pathological. If an individual's parasocial relationship has turned into borderline-pathological, it may impact negatively for the individual and disrupt their life, such as causing psychological problems, addiction on social media, and becoming a fanatical fan. Based on the results of interviews, parasocial relationships can disrupt fans' real lives and severe their relationships with people around them. Based on the results from the questionnaire, many teenage K-Pop fans do not know the term parasocial relationship but they showed having a parasocial relationship behavior. Therefore, information media is needed to educate and gives knowledge to young K-Pop fans.

Keywords: *parasocial, relationship, k-pop*

UMN
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	vi
<i>ABSTRACT (English)</i>	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah	4
1.4 Tujuan Tugas Akhir	4
1.5 Manfaat Tugas Akhir	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Perancangan Desain Grafis	6
2.1.1 Elemen Desain	6
2.1.2 Prinsip Desain	14
2.1.3 Tipografi	18
2.1.4 <i>Grid</i>	21
2.1.5 Ilustrasi	22
2.1.6 Fotografi	22
2.2 Media Desain Informasi	22
2.2.1 Desain Informasi Cetak	23
2.2.2 Desain Informasi Interaktif	23
2.2.3 Desain Informasi <i>Enviromental</i>	24
2.3 Website	24
2.4 UI/UX	24
2.4.1 UI (<i>User Interface</i>)	25

2.4.2 UX (<i>User Experience</i>).....	25
2.4.3 Prinsip UX <i>Honeycomb</i>	25
2.5 Remaja.....	26
2.6 Hubungan Parasosial.....	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN	28
3.1 Metodologi Penelitian.....	28
3.1.1 Metode Kualitatif.....	28
3.1.2 Metode Kuantitatif.....	33
3.1.3 Studi Eksisting.....	42
3.1.4 Studi Referensi.....	44
3.2 Profil Brand Mandatory.....	45
3.3 Metodologi Perancangan.....	46
BAB IV STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN	48
4.1 Strategi Perancangan.....	48
4.1.1 <i>Inspiration</i>	48
4.1.2 <i>Ideation</i>	53
4.1.3 <i>Implementation</i>	86
4.2 Analisis Perancangan.....	87
4.2.1 Analisis <i>Alpha Test</i>	87
4.2.2 Analisis <i>Beta Test</i>	94
4.2.3 Analisis Media Utama.....	100
4.2.4 Analisis Poster.....	102
4.2.5 Analisis <i>Twitter Ads</i>	103
4.2.6 Analisis <i>Youtube Ads</i>	104
4.2.7 Analisis Buku Jurnal.....	104
4.3 <i>Budgeting</i>	105
BAB V PENUTUP	106
5.1 Simpulan.....	106
5.2 Saran.....	106
DAFTAR PUSTAKA	xiii
LAMPIRAN	xvii

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Profil Responden.....	34
Tabel 3. 2 Perilaku Parasosial Responden	39
Tabel 3. 3 SWOT Website Psikologi	42
Tabel 3. 4 SWOT Post Instagram	44
Tabel 4. 1 <i>Frame Your Design Challenge</i>	50
Tabel 4. 2 <i>Color Palette</i>	60
Tabel 4. 3 Tabel Perancangan Ilustrasi	65
Tabel 4. 4 Perancangan <i>Copywriting</i>	69
Tabel 4. 5 Tabel Analisis Visual <i>Alpha Test</i>	88
Tabel 4. 6 Tabel Analisis Konten <i>Alpha Test</i>	90
Tabel 4. 7 Tabel Analisis Interaktivitas <i>Alpha Test</i>	91
Tabel 4. 8 Tabel Analisis Visual <i>Beta Test</i>	96
Tabel 4. 9 Tabel Analisis Konten <i>Beta Test</i>	98
Tabel 4. 10 Tabel Analisis Interaktivitas <i>Beta Test</i>	99

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Garis	6
Gambar 2. 2 Bentuk	7
Gambar 2. 3 Figur	7
Gambar 2. 4 Warna	8
Gambar 2. 5 RGB dan CMYK.....	8
Gambar 2. 6 Warna Merah.....	9
Gambar 2. 7 Warna Kuning	9
Gambar 2. 8 Warna Oranye	10
Gambar 2. 9 Warna Hijau	10
Gambar 2. 10 Warna Biru	11
Gambar 2. 11 Warna Ungu	11
Gambar 2. 12 Warna Merah Muda	12
Gambar 2. 13 Warna Coklat.....	12
Gambar 2. 14 Warna Abu-Abu	13
Gambar 2. 15 Warna Hitam	13
Gambar 2. 16 Warna Putih.....	14
Gambar 2. 17 Tekstur.....	14
Gambar 2. 18 Prinsip Desain	15
Gambar 2. 19 <i>Similarity</i>	16
Gambar 2. 20 <i>Proximity</i>	17
Gambar 2. 21 <i>Continuity</i>	17
Gambar 2. 22 <i>Closure</i>	17
Gambar 2. 23 <i>Common Fate</i>	18
Gambar 2. 24 Font Modern.....	19
Gambar 2. 25 Font <i>Sans Serif</i>	19
Gambar 2. 26 Font <i>Script</i>	20
Gambar 2. 27 <i>Single Column Grid</i>	21
Gambar 2. 28 Multicolumn Grid.....	21
Gambar 2. 29 <i>Modular Grid</i>	22
Gambar 2. 30 Desain Informasi Cetak.....	23
Gambar 2. 31 Desain Informasi Interaktif	23
Gambar 2. 32 Desain Informasi Environmental	24
Gambar 2. 33 UX/UI.....	24
Gambar 2. 34 UX Honeycomb.....	25
Gambar 3. 1 Wawancara dengan Psikolog	30
Gambar 3. 2 Wawancara dengan Penggemar K-Pop.....	31
Gambar 3. 3 Wawancara dengan Desainer UX/UI.....	33
Gambar 3. 4 Durasi Penggemar	36
Gambar 3. 5 Uang yang Relu Dikeluarkan	36
Gambar 3. 6 Pengetahuan Hubungan Parasosial.....	36
Gambar 3. 7 Tempat Responden Mendengar Istilah Hubungan Parasosial.....	37
Gambar 3. 8 Pemahaman Tipe Hubungan Parasosial	37

Gambar 3. 9 Fenomena Hubungan Parasosial dalam Fandom K-Pop.....	38
Gambar 3. 10 Pengamatan Responden.....	38
Gambar 3. 11 3 Tipe PSR Menurut Responden.....	39
Gambar 3. 12 Media yang digunakan oleh Responden.....	41
Gambar 3. 13 Preferensi Media Informasi.....	41
Gambar 3. 14 Website Verywellmind.....	42
Gambar 3. 15 Post Instagram PSR.....	43
Gambar 3. 16 Brand Pippo.....	45
Gambar 3. 17 <i>Post Social Media</i> Covid-19	45
Gambar 3. 18 Logo Coppamagz	46
Gambar 4. 1 <i>User Persona</i>	49
Gambar 4. 2 Prinsip UX Honeycomb	52
Gambar 4. 3 <i>Mindmap</i>	53
Gambar 4. 4 <i>Keywords</i>	54
Gambar 4. 5 <i>Big Idea</i>	55
Gambar 4. 6 Alternatif Nama Website.....	56
Gambar 4. 7 <i>User Journey</i>	57
Gambar 4. 8 <i>Moodboard</i> Website.....	58
Gambar 4. 9 <i>Moodboard</i> Warna	58
Gambar 4. 10 <i>Moodboard</i> Tipografi.....	59
Gambar 4. 11 Palet Warna	59
Gambar 4. 12 <i>Typeface</i>	61
Gambar 4. 13 Logo	61
Gambar 4. 14 <i>Layout</i>	62
Gambar 4. 15 <i>Information Architecture</i>	63
Gambar 4. 16 <i>Flowchart</i>	64
Gambar 4. 17 Sketsa <i>Wireframe</i>	65
Gambar 4. 18 Aset Ilustrasi.....	66
Gambar 4. 19 Elemen K-Pop pada Landing Page.....	67
Gambar 4. 20 Ilustrasi <i>Merchandise</i> K-pop.....	67
Gambar 4. 21 Ilustrasi Fan Call K-Pop.....	68
Gambar 4. 22 Aset Foto 1	68
Gambar 4. 23 Aset Foto 2	69
Gambar 4. 24 Low Fidelity	76
Gambar 4. 25 <i>High Fidelity</i>	77
Gambar 4. 26 <i>Prototyping</i>	77
Gambar 4. 27 Sketsa Poster	78
Gambar 4. 28 Layout Poster.....	78
Gambar 4. 29 Poster Final.....	79
Gambar 4. 30 <i>Mockup</i> Poster	79
Gambar 4. 31 Sketsa Instagram	80
Gambar 4. 32 Layout Instagram	80
Gambar 4. 33 Instagram Final.....	81

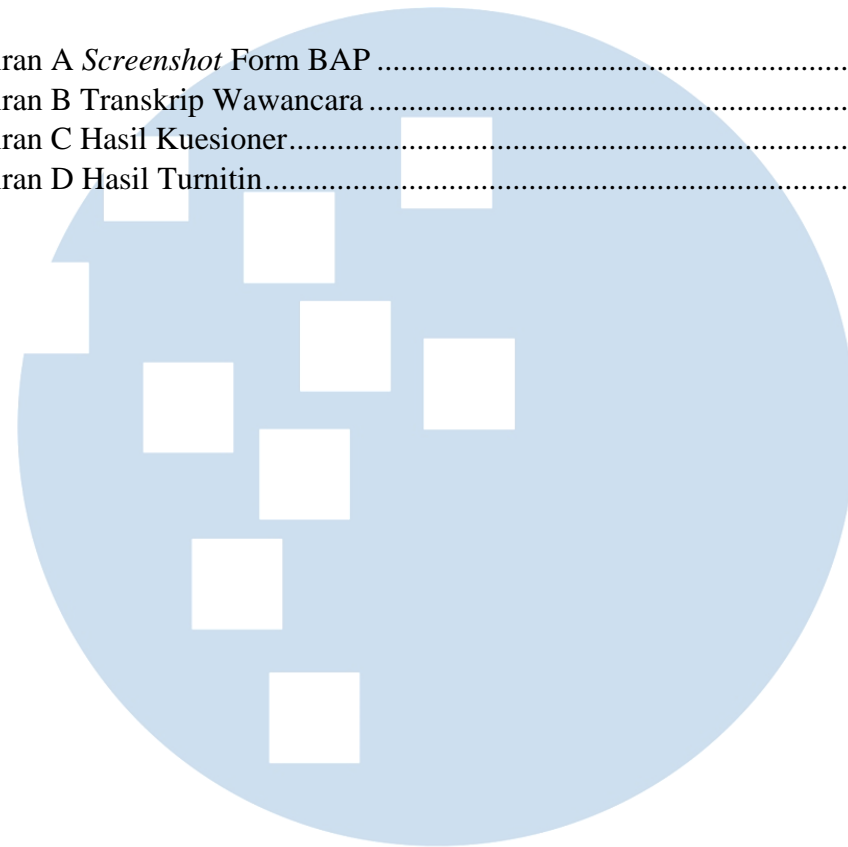
Gambar 4. 34 <i>Mockup</i> Instagram.....	81
Gambar 4. 35 Sketsa Twitter.....	82
Gambar 4. 36 Layout Twitter.....	82
Gambar 4. 37 Twitter Ads Final	83
Gambar 4. 38 <i>Mockup</i> Twitter	83
Gambar 4. 39 Sketsa Youtube Ads	84
Gambar 4. 40 Final Youtube Ads	84
Gambar 4. 41 <i>Mockup</i> Youtube Ads.....	84
Gambar 4. 42 Sketsa Buku Jurnal	85
Gambar 4. 43 <i>Layout</i> Buku Jurnal	85
Gambar 4. 44 Buku Jurnal Final	86
Gambar 4. 45 <i>Mockup</i> Buku Jurnal.....	86
Gambar 4. 46 Hasil Revisi 1	92
Gambar 4. 47 Sebelum Revisi Perilaku PSR	93
Gambar 4. 48 Setelah Revisi Perilaku PSR	93
Gambar 4. 49 Sebelum Revisi <i>Button</i>	94
Gambar 4. 50 Setelah Revisi <i>Button</i>	94
Gambar 4. 51 Analisis Navigasi Website	100
Gambar 4. 52 Analisis Halaman What Is PSR.....	100
Gambar 4. 53 Analisis Contoh Kasus	101
Gambar 4. 54 Analisis <i>Escape Plan</i>	101
Gambar 4. 55 Analisis Warna Website	102
Gambar 4. 56 Analisis Poster.....	103
Gambar 4. 57 Analisis <i>Twitter Ads</i>	103
Gambar 4. 58 Analisis <i>Youtube Ads</i>	104
Gambar 4. 59 Analisis Buku Jurnal	104

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A <i>Screenshot</i> Form BAP	xvii
Lampiran B Transkrip Wawancara	xix
Lampiran C Hasil Kuesioner.....	xxxi
Lampiran D Hasil Turnitin.....	xlvii



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA