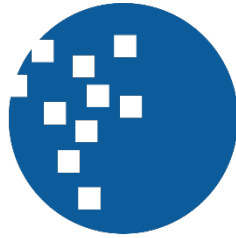


**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL DONASI RAMBUT
UNTUK PENDERITA KANKER**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN TUGAS AKHIR

**Ivan Pratama Putra
0000044090**

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

PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL DONASI RAMBUT

UNTUK PENDERITA KANKER



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Desain (S.Ds.)

Ivan Pratama Putra
0000044090

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS SENI DAN DESAIN
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Ivan Pratama Putra
Nomor Induk Mahasiswa : 00000044090
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Tugas Akhir dengan judul:

PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL DONASI RAMBUT UNTUK PENDERITA KANKER

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



(Ivan Pratama Putra)

UMIN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul
**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL DONASI RAMBUT UNTUK
PENDERITA KANKER**

Oleh

Nama : Ivan Pratama Putra
NIM : 00000044090
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Kamis, 4 Januari 2024
Pukul 14.30 s.d 15.15 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Dr. Suwito Casande, S.Sn., M.Ds.
0330117501/E081436

Penguji

Clemens Felix Setiyawan, S.Sn., M.Hum.
0305117504/E051860

Pembimbing

Harry Mores, S.Ds., M.M.
0306078902/L00790

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual

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

iii

Perancangan Kampanye Sosial..., Ivan Pratama Putra, 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 : Ivan Pratama Putra
NIM : 00000044090
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 DONASI RAMBUT UNTUK PENDERITA KANKER

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,


(Ivan Pratama Putra)

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 dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Perancangan Kampanye Sosial Donasi Rambut Untuk Penderita Kanker” sebagai salah satu syarat mencapai gelar Sarjana Desain (S.Ds.) Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Multimedia Nusantara. Diangkatnya topik ini karena penulis ingin meningkatkan kesadaran peduli penderita kanker dengan bentuk donasi rambut agar mereka tetap percaya diri. Tidak lupa, penulis ingin memberikan dedikasi tertulis tanda terima kasih kepada beberapa nama yang disebutkan di bawah ini:

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. Harry Mores, S.Ds., M.M., sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Adhreza Brahma, M.Ds. sebagai Pembimbing spesialis yang telah memberi kritik dan saran terhadap perancangan.
6. Bapak Asep Ruswiadi, selaku pendiri dari Yayasan RCBADAK .
7. Ibu Tri Yuliani, selaku bendahara dari Yayasan RCBADAK.
8. Bapak Muhammad Diki, sebagai narasumber dan ketua Yayasan RCBADAK.
9. Ibu Suhayanah, Ibu Atik, Ibu Darini, Ibu Umi, serta pejuang kanker wanita lainnya sebagai narasumber pejuang kanker dari Rumah Singgah RCBADAK.

10. Keluarga dan sahabat saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Akhir kata penulis berharap agar karya ilmiah ini dapat bermanfaat sehingga menjadi inspirasi bagi pembaca dan dapat berdampak positif bagi pihak lain.

Tangerang, 22 Desember 2023



(Ivan Pratama Putra)



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL DONASI RAMBUT

UNTUK PENDERITA KANKER

(Ivan Pratama Putra)

ABSTRAK

Kanker merupakan penyakit yang disebabkan oleh pertumbuhan sel yang abnormal terjadi di dalam tubuh. Kanker memasuki urutan nomor dua di dunia yang menyebabkan kematian. Di Indonesia, perempuan termasuk kelompok tertinggi terkena kanker karena kanker payudara merupakan kanker terbanyak yang diidap kemudian diikuti oleh kanker serviks. Pengobatan umum yang dilakukan terhadap penderita kanker adalah kemoterapi, dimana metode ini menggunakan obat-obatan sehingga menimbulkan berbagai efek samping salah satunya kebotakan. Psikis para pasien kemoterapi berdampak karena perubahan tubuh pada mereka, sehingga kebutuhan seperti rambut palsu dapat membantu mereka kembali percaya diri. Rambut palsu memiliki beragam jenis bahan yaitu asli dan sintetis. Bahan sintetis diminati pasien kanker dikarenakan harganya terjangkau akan tetapi tidak tahan lama dan tidak nyaman bahan asli. Sedangkan bahan asli memiliki ketahanan yang cukup lama serta memiliki kenyamanan akan tetapi harganya yang cukup mahal. Oleh karena itu, diperlukan solusi berupa perancangan kampanye donasi rambut untuk penderita kanker untuk membantu para pasien kanker merasa tidak dibedakan dengan orang lain. Pada perancangan tugas akhir ini, metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dan kuantitatif yaitu penyebaran kuesioner secara daring dan wawancara

Kata kunci: Kanker, Kemoterapi, Rambut Palsu, Donasi Rambut, Kampanye Sosial

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

DESIGN OF HAIR DONATION FOR CANCER PATIENTS

SOCIAL CAMPAIGN

(Ivan Pratama Putra)

ABSTRACT (English)

Cancer is a disease caused by abnormal cell growth occurring in the body. Cancer is the number two cause of death in the world. In Indonesia, women are among the highest groups affected by cancer because breast cancer is the most common cancer suffered, followed by cervical cancer. The common treatment for cancer sufferers is chemotherapy, where this method uses drugs which cause various side effects, one of which is baldness. Chemotherapy patients' psychology is affected by changes in their bodies, so necessities such as wigs can help them regain their confidence. Wig hair has various types of materials, namely genuine and synthetic. Synthetic materials are popular with cancer patients because they are affordable, but they are not as long-lasting and not as comfortable as real materials. While the original material is quite durable and comfortable, the price is quite expensive. Therefore, a solution is needed in the form of designing a hair donation campaign for cancer sufferers to help cancer patients feel no different from other people. In designing this final assignment, the research methods used were qualitative and quantitative, namely distributing online questionnaires and interviews.

Keywords: *Cancer, Chemotherapy, Wig, Hair Donation, Social Campaign*

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

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
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Batasan Masalah.....	2
1.4 Tujuan Tugas Akhir.....	3
1.5 Manfaat Tugas Akhir.....	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	4
2.1 Desain Grafis.....	4
2.1.1 Elemen Desain.....	4
2.1.2 Prinsip Desain.....	7
2.1.3 Tipografi.....	10
2.1.4 <i>Grid</i>	12
2.1.5 Ilustrasi.....	13
2.1.6 Fotografi.....	14
2.1.7 <i>3D Modelling</i>	15
2.2 Kampanye.....	16
2.2.1 Tujuan dan Manfaat Kampanye.....	16
2.2.2 Jenis Kampanye.....	17
2.2.3 Jenis Kampanye.....	17
2.2.4 Strategi Kampanye.....	17
2.2.5 Media Kampanye.....	19
2.2.6 <i>Segmentation, Targeting, dan Positioning</i>	20

2.3	Kanker	21
2.3.1	Kemoterapi	22
2.3.2	Rambut Palsu	23
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN	25
3.1	Metodologi Penelitian	25
3.1.1	Metode Kualitatif	25
3.1.2	Metode Kuantitatif	33
3.2	Metodologi Perancangan	39
BAB IV	METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN	41
4.1	Strategi Perancangan	41
4.1.1	<i>Orientation</i>	41
4.1.2	<i>Strategy</i>	49
4.1.3	<i>Ideas</i>	61
4.1.4	<i>Design</i>	65
4.1.5	<i>Implementation</i>	87
4.2	Analisis Perancangan	88
4.2.1	<i>Analisis Beta Test</i>	88
4.2.2	<i>Analisis Copywriting</i>	99
4.2.3	<i>Analisis Key Visual</i>	99
4.2.4	<i>Analisis Desain Event</i>	100
4.2.5	<i>Analisis Instagram Content</i>	102
4.2.6	<i>Analisis Microsite</i>	109
4.2.7	<i>Analisis Out of Home (OOH)</i>	111
4.2.8	<i>Analisis Merchandise</i>	111
BAB V	PENUTUP	115
5.1	Simpulan	115
5.2	Saran	116
DAFTAR PUSTAKA	xiii
LAMPIRAN	xvi

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tabel SWOT #BerbagiKebaikan	30
Tabel 4.2 Tabel SWOT #BerbagiKebaikan	42
Tabel 4.3 Tabel Perbandingan Kompetitor	45
Tabel 4.4 Tabel SWOT	47
Tabel 4.5 Insight Brand Mandatory dan Audiens	49
Tabel 4.6 Tabel Creative Brief.....	50
Tabel 4.7 Strategi dan Taktik Pesan.....	54
Tabel 4.8 Strategi dan Taktik Pesan.....	56
Tabel 4.9 Strategi dan Taktik Pesan.....	58



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Contoh Penggunaan Garis.....	4
Gambar 2.2 Contoh Penggunaan Bentuk.....	5
Gambar 2.3 Hue, Value, dan Saturation	5
Gambar 2.4 Penerapan Berbagai Warna pada Iklan	6
Gambar 2.5 Contoh Penggunaan Figur.....	6
Gambar 2.6 Contoh Penggunaan Tekstur	7
Gambar 2.7 Contoh Penggunaan Prinsip Keseimbangan dalam Kampanye #WorldMentalHealthDay	8
Gambar 2.8 Contoh Penggunaan Prinsip Irama oleh Brand Mastercard	9
Gambar 2.9 Contoh Penggunaan Prinsip	9
Gambar 2.10 Contoh Penggunaan Tipografi oleh Brand Gegenbauer	11
Gambar 2.11 Contoh Penggunaan Tipografi oleh Brand Gegenbauer	12
Gambar 2.12 Contoh Penggunaan Grid pada Advertising.....	12
Gambar 2.13 Contoh Campaign yang Menggunakan Ilustrasi	14
Gambar 2.14 Contoh Campaign yang Menggunakan Teknik Fotografi.....	15
Gambar 2.15 Contoh Brand Campaign yang Menggunakan Teknik 3D Modelling	15
Gambar 2.16 Model AISAS Sumber: Sugiyama & Andree (2011).....	18
Gambar 2.17 Berbagai Macam Rambut Palsu	24
Gambar 3.1 Dokumentasi Wawancara Bersama Pengurus RCBADAK	26
Gambar 3.2 Dokumentasi FGD Bersama Pejuang Kanker Payudara	28
Gambar 3.3 Kampanye #BerbagiKebaikan Oleh Lifebuoy Sumber.....	30
Gambar 3.4 Kampanye Animal Advice – Covid 19	31
Gambar 3.5 Kampanye Wellbeing and Education.....	32
Gambar 3.6 Kampanye UBER – Campus Safety.....	32
Gambar 3.7 Domisili dan Pekerjaan Responden dalam Diagram.....	34
Gambar 3.8 Pekerjaan Responden dalam Diagram.....	34
Gambar 3.9 Pekerjaan Responden dalam Diagram.....	35
Gambar 3.10 Pekerjaan Responden dalam Diagram.....	35
Gambar 3.11 Pekerjaan Responden dalam Diagram.....	36
Gambar 3.12 Pekerjaan Responden dalam Diagram.....	37
Gambar 3.13 Pekerjaan Responden dalam Diagram.....	38
Gambar 3.14 Pekerjaan Responden dalam Diagram.....	38
Gambar 3.15 Pekerjaan Responden dalam Diagram.....	39
Gambar 3.16 Pekerjaan Responden dalam Diagram.....	39
Gambar 4.1 Kolase Foto Target Audiens.....	43
Gambar 4.2 Kolase Foto Target Audiens.....	44
Gambar 4.3 Kolase Foto Target Audiens.....	44
Gambar 4.4 Mindmap	61
Gambar 4.5 Moodboard Visual.....	62
Gambar 4.6 Color Palette.....	63

Gambar 4.7 Moodboard Tipografi	64
Gambar 4.8 Moodboard Layout	64
Gambar 4.9 Sketsa Logo	65
Gambar 4.10 Logo Kampanye	65
Gambar 4.11 Logo Kampanye	66
Gambar 4.12 Sketsa Key Visual	66
Gambar 4.13 Grid Key Visual	67
Gambar 4.14 Proses Key Visual	67
Gambar 4.15 Finalisasi Key Visual	68
Gambar 4.16 Y-Serve dan Lifebuoy	69
Gambar 4.17 Proses Digitalisasi Event	69
Gambar 4.18 Proses Digitalisasi Event dengan Furnitur	70
Gambar 4.19 Proses Finalisasi Event	71
Gambar 4.20 Backdrop Event	71
Gambar 4.21 X-Banner Event	72
Gambar 4.22 Flag Chain Event	72
Gambar 4.23 Proses Perancangan Flag Chain Event	73
Gambar 4.24 Lanyard Panitia	73
Gambar 4.25 Nametag Panitia	74
Gambar 4.26 Baju Panitia	74
Gambar 4.27 Content Plan Instagram Feeds	76
Gambar 4.28 Keseluruhan Instagram Feeds	77
Gambar 4.29 Sketsa Instagram Ads Tahap Attention	78
Gambar 4.30 Proses 3D Modelling Pada Bangku Salon	78
Gambar 4.31 Finalisasi Media Instagram Ads Tahap Attention	79
Gambar 4.32 Instagram Ads Untuk Tahap Interest	79
Gambar 4.33 Instagram Story Ads Untuk Tahap Interest	80
Gambar 4.34 Flowchart Microsite Tahap Search	81
Gambar 4.35 Aplikasi Grid Pada Perancangan Microsite	81
Gambar 4.36 Finalisasi Halaman Awal Microsite	82
Gambar 4.37 Finalisasi Halaman 2 Microsite	82
Gambar 4.38 Finalisasi Halaman 3 Microsite	83
Gambar 4.39 Proses Perancangan Microsite Versi Mobile	83
Gambar 4.40 Proses Perancangan Pada Blender	84
Gambar 4.41 Kolase Karya OOH dalam Bentuk Mockup	84
Gambar 4.42 Twibbon Media Share	85
Gambar 4.43 Voucher Diskon	86
Gambar 4.44 Media Totebag	86
Gambar 4.45 Media Payung	86
Gambar 4.46 Media Beta Test 1	88
Gambar 4.47 Jawaban Beta Test Soal 1	89
Gambar 4.48 Jawaban Beta Test Soal 2	89
Gambar 4.49 Jawaban Beta Test Soal 3	90

Gambar 4.50 Jawaban Beta Test Soal 4.....	90
Gambar 4.51 Jawaban Beta Test Soal 5.....	91
Gambar 4.52 Media Beta Test 2	91
Gambar 4.53 Jawaban Beta Test Soal 2-1	92
Gambar 4.54 Jawaban Beta Test Soal 2-2	92
Gambar 4.55 Jawaban Beta Test Soal 2-3	93
Gambar 4.56 Jawaban Beta Test Soal 2-4	93
Gambar 4.57 Jawaban Beta Test Soal 2-5	94
Gambar 4.58 Jawaban Beta Test Soal 2-6	94
Gambar 4.59 Jawaban Beta Test Soal 2-7	95
Gambar 4.60 Gambar Media yang Terpilih.....	96
Gambar 4.61 Jawaban Beta Test Soal 3-1.....	96
Gambar 4.62 Jawaban Beta Test Soal 3-2.....	97
Gambar 4.63 Jawaban Beta Test Soal 3-3	97
Gambar 4.64 Jawaban Beta Test Soal 3-4	98
Gambar 4.65 Key Visual.....	100
Gambar 4.66 Main Event Care to Share	101
Gambar 4.67 Main Event Care to Share	101
Gambar 4.68 Post Pertama Care to Share.....	102
Gambar 4.69 Post Kedua Care to Share.....	103
Gambar 4.70 Post Ketiga Care to Share.....	103
Gambar 4.71 Post ke-4 Care to Share	104
Gambar 4.72 Post ke-5 Care to Share	104
Gambar 4.73 Post ke-6 Care to Share	105
Gambar 4.74 Post ke-7 Care to Share	105
Gambar 4.75 Post ke-8 Care to Share	106
Gambar 4.76 Post ke-9 Care to Share.....	106
Gambar 4.77 Post ke-10 Care to Share.....	107
Gambar 4.78 Post ke-11 Care to Share.....	107
Gambar 4.79 Post ke-12 Care to Share.....	108
Gambar 4.80 Post ke-13 Care to Share.....	108
Gambar 4.81 Post ke-14 Care to Share.....	108
Gambar 4.82 Post ke-15 Care to Share.....	109
Gambar 4.83 Halaman Pertama Microsite.....	109
Gambar 4.84 Halaman Kedua Microsite.....	110
Gambar 4.85 Halaman Ketiga Microsite	110
Gambar 4.86 Media Out of Home.....	111
Gambar 4.87 Voucher Diskon	112
Gambar 4.88 Payung.....	112
Gambar 4.89 Totebag.....	112

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Lembar Bimbingan	xvi
Lampiran B Transkrip Wawancara Pengurus Yayasan RCBADAK.....	xix
Lampiran C Transkrip FGD Bersama Para Pejuang Kanker Payudara di Rumah Singgah Kanker RCBADAK	xiii
Lampiran D Bukti Bimbingan Spesialis	xiii
Lampiran E Hasil Kuesioner Pemahaman Mengenai Donasi Rambut	xiv
Lampiran F Hasil Kuesioner <i>Beta-Testing</i>	xv
Lampiran G Hasil Turnitin.....	xiii



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA