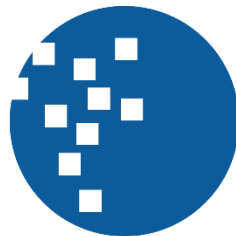


**PERANCANGAN KAMPANYE INTERAKTIF TENTANG
PENANGANAN BRUXISM**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN TUGAS AKHIR

Michael Andrey Reynardi Adiwarsito

0000044111

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

2024

PERANCANGAN KAMPANYE INTERAKTIF TENTANG

PENANGANAN BRUXISM



LAPORAN TUGAS AKHIR

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

Michael Andrey Reynardi Adiwarsito

0000044111

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Michael Andrey Reynardi Adiwarsito

Nomor Induk Mahasiswa : 00000044111

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Tugas Akhir dengan judul:

PERANCANGAN KAMPANYE INTERAKTIF TENTANG PENANGANAN BRUXISM

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, 3 Januari 2024



(Michael Andrey Reynardi Adiwarsito)

UMMA
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

PERANCANGAN KAMPANYE INTERAKTIF TENTANG PENANGANAN BRUXISM

Oleh

Nama : Michael Andrey Reynardi Adiwarsito

NIM : 00000044111

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Rabu, 3 Januari 2024

Pukul 11.15 s.d 12.00 dan dinyatakan

LULUS

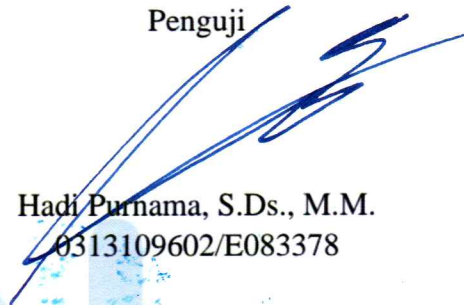
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



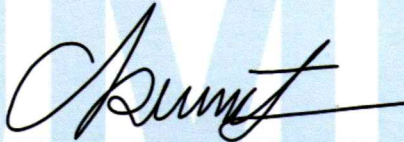
Lia Herna, S.Sn., M.M.
0315048108/E081472

Penguji



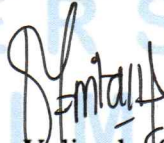
Hadi Purnama, S.Ds., M.M.
0313109602/E083378

Pembimbing



Ken Natasha Violeta, S.Sn, M.Ds.
0309089201/L00691

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 : Michael Andrey Reynardi Adiwarsito

NIM : 00000044111

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 INTERAKTIF TENTANG PENANGANAN BRUXISM

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, 17 Januari 2024

Yang menyatakan,



(Michael Andrey Reynardi Adiwarsito)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur dipanjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan anugerahNya, karya Tugas Akhir dengan judul “Perancangan Kampanye Interaktif tentang Penanganan ”, sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana, telah selesai dibuat. Atas bantuan dan bimbingan yang diterima, adapun ucapan terima kasih dihaturkan kepada pihak-pihak berikut:

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. Ken Natasha Violeta, S.Sn. M.Ds., sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. drg. Christinne Triwidawati, Sp. Perio., sebagai narasumber yang telah membantu kelancaran proses pengumpulan data.
6. Martha Krisnawati, S.Psi., sebagai narasumber yang telah membantu kelancaran proses pengumpulan data.
7. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Semoga karya perancangan ini mampu berkontribusi meningkatkan mutu civitas akademika Universitas Multimedia Nusantara dan insan desain komunikasi visual Indonesia.

Tangerang, 17 Januari 2024

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

(Michael Andrey Reynardi Adiwarsito)

PERANCANGAN KAMPANYE INTERAKTIF TENTANG

PENANGANAN BRUXISM

Michael Andrey Reynardi Adiwarsito

ABSTRAK

Bruxism merupakan kebiasaan parafungsional seseorang menggeretakkan gigi berulang-ulang tanpa disadari. *Bruxism* dapat terjadi sedari masa kanak-kanak, usia muda hingga akan beranjak sembuh sendirinya seiring penuaan. Di Indonesia, belum terdapat data pasti terkait epidemiologi nasional, namun pada studi dengan lingkup kecil *bruxism* memiliki prevalensi yang tinggi pada usia dewasa muda. Penyebab *bruxism* sering dikaitkan dengan stress psikologis dan berpotensi terjadi komplikasi jika tidak memiliki pemahaman manajemen yang baik. Tidak adanya kampanye interaktif yang membahas tentang penanganan membuat pasien cenderung membiarkan kebiasaan ini tidak tertangani, yang nantinya berpotensi untuk mengganggu kualitas hidup pasien. Penulis mengajukan perancangan kampanye interaktif penanganan sebagai saranan peningkatan kesadaran bagi pasien terkait cara penanganan kebiasaan yang dialaminya dan menyampaikan pesan pentingnya penanganan yang benar terhadap *bruxism*.

Kata kunci: *Bruxism*, Kampanye, Manajemen *Bruxism*

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

INTERACTIVE CAMPAIGN DESIGN FOR BRUXISM

TREATMENT

Michael Andrey Reynardi Adiwarsito

ABSTRACT (English)

Bruxism is the parafunctional habit of grinding one's teeth repeatedly without realising it. Bruxism can occur as early as childhood, young age and will resolve itself with aging. In Indonesia, there is no definitive data regarding national epidemiology, but in studies with a small scope has a high prevalence in young adults. The cause of bruxism is often associated with psychological stress and the potential for complications if you do not have a good understanding of bruxism management. The absence of interactive campaigns on bruxism management means that patients tend to leave the habit untreated, which in turn has the potential to compromise their quality of life. has the potential to interfere with the patient's quality of life. The author proposes the design of an interactive campaign on bruxism management as a means of raising awareness for patients regarding how to handle their habit and convey the message of the importance of proper handling of bruxism. and convey the message of the importance of proper handling of bruxism.

Keywords: *Bruxism, Campaign, Bruxism treatment*

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	vi
<i>ABSTRACT (English)</i>	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah	3
1.4 Tujuan Tugas Akhir	3
1.5 Manfaat Tugas Akhir	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Kampanye	5
2.1.1 Jenis Kampanye	5
2.1.1.1 Product-oriented Campaigns	5
2.1.1.2 Candidate-oriented Campaign	5
2.1.1.3 Cause-oriented Campaign	6
2.1.2 Model Kampanye	7
2.1.2.1 The Social Movement	7
2.1.2.2 The Agitation and Control	7
2.1.2.3 The Diffusion of Innovation	7
2.1.3 Strategi Kampanye	8
2.1.3.1 Attention	9
2.1.3.2 Interest	9
2.1.3.3 Search	9

2.1.3.4	<i>Action</i>	9
2.1.3.5	<i>Share</i>	10
2.2	Desain Interaksi	10
2.2.1	Prinsip Desain Interaksi	10
2.2.1.1	<i>Visibility</i>	10
2.2.1.2	<i>Affordances</i>	10
2.2.1.3	<i>Constraints</i>	10
2.2.1.4	<i>Feedback</i>	11
2.2.1.5	<i>Consistency</i>	11
2.2.2	<i>User Experience</i>	11
2.2.3	<i>User Interface</i>	12
2.2.3.1	Prinsip Desain Antarmuka	12
2.2.3.2	Prinsip Desain Visual Informasi	16
2.2.4	Karakteristik Desain Interaksi	17
2.2.4.1	<i>Usability</i>	17
2.2.4.2	<i>Accessibility</i>	18
2.2.4.3	<i>Inclusiveness</i>	18
2.2.5	Tingkatan Interaksi	18
2.3	Elemen Desain Visual	18
2.3.1	Warna	19
2.3.2	Gaya Tipografi	19
2.3.3	<i>Weight and Scale</i>	19
2.3.4	Struktur	19
2.3.5	Pengelompokan	20
2.3.6	Elemen Grafis	20
2.3.7	<i>Imagery</i>	20
2.3.8	Suara dan Gerakan	20
2.4	Website	21
2.4.1	Anatomi	21
2.4.1.1	<i>Containing Block</i>	21
2.4.1.2	<i>Logo</i>	22
2.4.1.3	<i>Navigation</i>	22

2.4.1.4	<i>Content</i>	22
2.4.1.5	<i>Footer</i>	22
2.4.1.6	<i>Whitespace</i>	22
2.4.2	<i>Layout and Composition</i>	22
2.4.3	<i>Framework</i>	23
2.5	<i>Bruxism</i>	23
2.5.1	Etiologi	24
2.5.1.1	Faktor Sentral atau Patofisiologis	24
2.5.1.2	Faktor Psikososial	24
2.5.1.3	Faktor Perifer	25
2.5.2	Patofisiologi	25
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN	26
3.1	Metodologi Penelitian	26
3.1.1	Metode Kualitatif	26
3.1.2	Metode Kuantitatif	38
3.2	Metodologi Perancangan	48
BAB IV	STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN	50
4.1	Strategi Perancangan	50
4.1.1	<i>Empathize</i>	50
4.1.1.1	<i>Interview</i>	50
4.1.1.2	<i>Expert Interview</i>	51
4.1.2	<i>Define</i>	53
4.1.3	<i>Ideate</i>	62
4.1.3.1	<i>Mindmapping</i>	62
4.1.3.2	<i>Tone of Voice</i>	68
4.1.3.3	<i>Big Idea</i>	70
4.1.3.4	Strategi Komunikasi	73
4.1.3.5	<i>Moodboard</i>	78
4.1.3.6	<i>User Journey Map</i>	82
4.1.3.7	<i>Information Architecture</i>	84
4.1.3.8	<i>Flowchart</i>	86
4.1.3.9	Perancangan Identitas Kampanye	86

4.1.4	<i>Prototype</i>	93
4.1.4.1	<i>Wireframing</i>	93
4.1.4.2	<i>Low-fidelity Design</i>	95
4.1.4.3	<i>Design System</i>	97
4.1.4.4	<i>High-fidelity Interface</i>	111
4.1.4.5	<i>Prototyping</i>	121
4.1.4.6	<i>Perancangan Media Sekunder</i>	123
4.2	<i>Analisis Alpha Test</i>	132
4.2.1	<i>Analisis Konten</i>	132
4.2.2	<i>Analisis Visual</i>	134
4.2.3	<i>Analisis Interaktivitas</i>	136
4.2.4	<i>Revisi Pasca Alpha Test</i>	137
4.3	<i>Analisis Beta Test</i>	142
4.3.1	<i>Analisis Visual</i>	143
4.3.2	<i>Analisis Konten</i>	144
4.3.3	<i>Analisis Interaktivitas</i>	145
4.3.4	<i>Revisi Pasca Beta Test</i>	146
4.4	<i>Budgeting</i>	149
BAB V	PENUTUP	151
5.1	Simpulan	151
5.2	Saran	152
DAFTAR	PUSTAKA	xiii
LAMPIRAN	xv

U M W 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

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Pemetaan Persentase Responden	39
Tabel 4.1 Pemetaan Masalah Menjadi <i>Who, What, When, Where, Why</i>	52
Tabel 4.2 Pernyataan Masalah	53
Tabel 4.3 Analisis Situasi Menggunakan Kerangka SWOT	54
Tabel 4.4 Pemetaan Segmentasi Target	55
Tabel 4.5 Perubahan Pola Perilaku Yang Diinginkan.....	60
Tabel 4.6 Penjabaran <i>Creative Brief</i>	67
Tabel 4.7 Daftar <i>Big Idea</i> yang Diajukan	71
Tabel 4.8 Daftar Opsi Nama dan Tagline yang Diajukan.....	88
Tabel 4.9 Analisis Visual Beta Test	145
Tabel 4.10 Analisa Konten Beta Test	146
Tabel 4.11 Analisis Interaktivitas Beta Test	147
Tabel 4.12 Estimasi Rincian Biaya Realisasi Prototipe Kampanye.....	152

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Contoh <i>Product-Oriented Campaigns</i>	5
Gambar 2.2 Contoh <i>Candidate Campaign</i>	6
Gambar 2.3 Contoh <i>Ideological Campaigns</i>	6
Gambar 2.4 Diagram AISAS	9
Gambar 2.5 Contoh Website dan Strukturnya	21
Gambar 3.1 Dokumentasi Wawancara Bersama Narasumber	27
Gambar 3.2 Dokumentasi Wawancara Bersama Bryan George Harsono.....	23
Gambar 3.3 Dokumentasi Wawancara Nadia Indrawinata	25
Gambar 3.4 Dokumentasi Wawancara Nadia Wirawendra Kusumoprojo	27
Gambar 3.5 Rekapitulasi Poin Kuesioner	40
Gambar 3.6 Data Kuesioner Pertanyaan	40
Gambar 3.7 Data Kuesioner Pertanyaan	41
Gambar 3.8 Data Kuesioner Pertanyaan	41
Gambar 3.9 Data Kuesioner Pertanyaan	42
Gambar 3.10 Data Kuesioner Pertanyaan	43
Gambar 3.11 Data Kuesioner Pertanyaan	44
Gambar 3.12 Data Kuesioner Pertanyaan	44
Gambar 3.13 Data Kuesioner Pertanyaan	45
Gambar 3.14 Data Kuesioner Pertanyaan	46
Gambar 3.15 Data Kuesioner Pertanyaan	46
Gambar 3.16 Data Kuesioner Pertanyaan	47
Gambar 4.1 <i>User Persona</i> Kevin	56
Gambar 4.2 <i>User Persona</i> Amelia	58
Gambar 4.3 <i>Value Proposition</i>	61
Gambar 4.4 <i>Mindmapping</i>	63
Gambar 4.5 Sinkronisasi <i>Keyword</i>	64
Gambar 4.6 Daftar <i>Keyword</i> yang Diajukan.....	65
Gambar 4.7 Pembedahan <i>Keyword</i>	68
Gambar 4.8 Pemetaan <i>Keyword</i> Menuju <i>Tone of Voice</i>	69
Gambar 4.9 Penyusunan <i>Big Idea</i>	72
Gambar 4.10 Strategi AISAS.....	77
Gambar 4.11 <i>Moodboard</i> Utama	78
Gambar 4.12 <i>Moodboard</i> Layout.....	80
Gambar 4.13 <i>Moodboard</i> Aset Visual Dan Supergrafis	81
Gambar 4.14 <i>User Journey Map</i>	82
Gambar 4.15 <i>User Scenario</i>	83
Gambar 4.16 Pemetaan Informasi.....	84
Gambar 4.17 <i>Information Architecture</i>	85

Gambar 4.18 <i>Flowchart</i> atau <i>User Flow</i>	86
Gambar 4.19 Pembedahan Unsur Nama Kampanye.....	88
Gambar 4.20 Sketsa Logo Konsep 1	89
Gambar 4.21 Sketsa Logo Konsep 2.....	90
Gambar 4.22 Modifikasi Bentuk Logo	91
Gambar 4.23 Pembedahan Konsep Logo.....	91
Gambar 4.24 Aplikasi Logo Terhadap Warna Palet	92
Gambar 4.25 Pengerjaan <i>Typeface</i> Logo	93
Gambar 4.26 Pemetaan <i>Wireframing</i> Berdasarkan <i>Information Architecture</i>	94
Gambar 4.27 Kompilasi <i>Low Fidelity</i>	95
Gambar 4.28 Susunan <i>Low Fidelity</i>	96
Gambar 4.29 Pengaplikasian <i>Grid Low Fidelity</i>	97
Gambar 4.30 Opsi Pada Proses Pemilihan Tipografi.....	98
Gambar 4.31 Skala Tipografi.....	99
Gambar 4.32 Palet Warna	100
Gambar 4.33 Panduan Pemakaian Warna.....	101
Gambar 4.34 Struktur Grid	102
Gambar 4.35 Daftar <i>Button</i> dan <i>Micro Interactions</i>	104
Gambar 4.36 Daftar Ukuran dan <i>Micro Interaction Cards</i>	105
Gambar 4.37 Baris Navigasi Atas.....	106
Gambar 4.38 <i>Vertical-slider</i> Menu	107
Gambar 4.39 <i>Accordion</i> Menu	108
Gambar 4.40 Indikator Progress Bar.....	109
Gambar 4.41 Indikator Nomor Pertanyaan	110
Gambar 4.42 Indikator Keterselesaian Kuis	110
Gambar 4.43 Pengaplikasian <i>Grid</i> Pada Tiap Halaman <i>Low Fidelity</i>	111
Gambar 4.44 Persiapan Komponen <i>Design System</i>	113
Gambar 4.45 Tangkapan Layar Halaman Beranda	113
Gambar 4.46 Konten Halaman Beranda	114
Gambar 4.47 Tangkapan Layar Halaman Kuis Trivia.....	115
Gambar 4.48 Tangkapan Layar Halaman Tingkat Senyum dan Sumber Daya..	116
Gambar 4.49 Tangkapan Layar Bagian Tajuk Halaman Tingkat Senyum.....	117
Gambar 4.50 Gaya Layout Editorial	118
Gambar 4.51 Bagian CTA dan <i>Footer</i>	119
Gambar 4.52 Layout Konten Halaman Sumber Daya	120
Gambar 4.53 Bagian CTA.....	121
Gambar 4.54 <i>Footer</i>	121
Gambar 4.55 Implementasi Media Fase <i>Attention</i>	123
Gambar 4.56 Sistem <i>Grid</i> Sosial Media	124
Gambar 4.57 Kompilasi Perencanaan Konten Instagram <i>Feed</i>	126

Gambar 4.58 <i>Mockup Content Planning</i>	127
Gambar 4.59 <i>Mockup Lanyard</i>	128
Gambar 4.60 <i>Mockup Totebag</i>	129
Gambar 4.61 Gambar Kerja Desain <i>Totebag</i>	130
Gambar 4.62 <i>Mockup Stiker</i>	130
Gambar 4.63 <i>Mockup Kaos</i>	131
Gambar 4.64 Pertanyaan Pemahaman tentang Konten yang Disajikan.....	133
Gambar 4.65 Pertanyaan Relevansi Gaya Penyampaian Konten.....	133
Gambar 4.66 Pertanyaan Kecocokan Elemen Visual yang Digunakan	134
Gambar 4.67 Pertanyaan Kenyamanan Menikmati Visualisasi Konten	135
Gambar 4.68 Pertanyaan Kesesuaian Penerapan Aset Visual	135
Gambar 4.69 Pertanyaan Tingkat Keterlibatan Pengguna	136
Gambar 4.70 Pertanyaan Tentang Pengalaman Berinteraksi	136
Gambar 4.71 Tampilan Sebelum Pada Menu Bar.....	137
Gambar 4.72 Tampilan Sesudah Menu Bar	138
Gambar 4.73 Tampilan Sebelum Halaman Kuis.....	139
Gambar 4.74 Tampilan Sesudah Halaman Kuis	140
Gambar 4.75 Tampilan Sebelum dan Sesudah Halaman Beranda.....	141
Gambar 4.76 Tampilan Sebelum Sesudah Tata Letak Beranda.....	147
Gambar 4.77 Tampilan Sebelum Sesudah Halaman Hasil Kuis.....	147
Gambar 4.78 Tampilan Sebelum Sesudah <i>Button</i>	148
Gambar 4.79 Tampilan Sebelum Sesudah Halaman Senyum.....	149



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Lembar Bimbingan	xv
Lampiran B Transkrip Wawancara	xvi
Lampiran C Screenshot Test Play Beta Test.....	xxi
Lampiran D Kuesioner.....	xxiii
Lampiran E Turnitin.....	xxix



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA