

**PERANCANGAN KAMPANYE MENGENAI VITAMIN D
UNTUK LANSIA AKHIR USIA 56—65 TAHUN**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN TUGAS AKHIR

Trissha Angellica Valda
00000045087

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

PERANCANGAN KAMPANYE MENGENAI VITAMIN D

UNTUK LANSIA AKHIR USIA 56—65 TAHUN



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain (S.Ds.)

Trissha Angellica Valda

00000045087

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Trissha Angellica Valda

Nomor Induk Mahasiswa : 00000045087

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Tugas Akhir dengan judul:

PERANCANGAN KAMPANYE MENGENAI VITAMIN D UNTUK LANSIA AKHIR USIA 56—65 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, 22 Desember 2023



(Trissha Angellica Valda)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

PERANCANGAN KAMPANYE MENGENAI VITAMIN D UNTUK LANSIA AKHIR USIA 56—65 TAHUN

Oleh

Nama : Trissha Angellica Valda
NIM : 00000045087
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Kamis, 4 Januari 2024

Pukul 16.00 s.d. 16.45 dan dinyatakan

LULUS

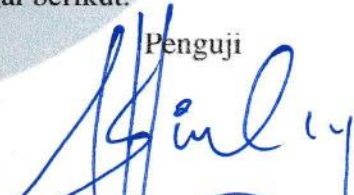
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



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

Penguji



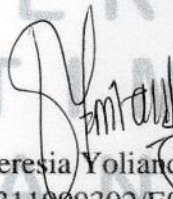
Dr.Sn. Yusup Sigit Martyastiadi, S.T., M.Inf.Tech.
0319037807/E023902

Pembimbing



Roy Anthonius Susanto S.Sn., M.Ds.
0402038006/E061071

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 : Trissha Angellica Valda
NIM : 00000045087
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 MENGENAI VITAMIN D
UNTUK LANSIA AKHIR USIA 56—65 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, 18 Januari 2024

Yang menyatakan,



(Trissha Angellica Valda)

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur yang tiada hentinya penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas segala berkat, anugerah, dan penyertaan-Nya bagi penulis, terlebih khusus selama masa pengerjaan tugas akhir penulis. Berkat campur tangan Tuhan, tugas akhir dengan judul Perancangan Kampanye Mengenai Vitamin D Untuk Lansia Akhir Usia 56—65 Tahun dapat diselesaikan dengan baik. Tugas akhir ini dibuat dengan tujuan memenuhi syarat kelulusan untuk meraih gelar Sarjana Strata-1 (S1) program studi Desain Komunikasi Visual di Universitas Multimedia Nusantara.

Tentunya pelaksanaan tugas akhir ini dapat berjalan dengan baik karena adanya keterlibatan dan dukungan dari banyak pihak. Maka pada kesempatan ini, penulis 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. Roy Anthonius Susanto, S.Sn, M.Ds., sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Sahabat seperjuangan Gisela Elma N., Keren Aimee L., Regina Embun N. V., dan Skolastika Alma N., yang selalu berjuang bersama, saling mendukung dan menyemangati penulis selama masa perkuliahan, terlebih lagi selama masa pengerjaan tugas akhir ini.
7. Cathrine Olivia Andhani, selaku salah satu sahabat baik penulis yang selalu memberikan semangat kepada penulis, mendengarkan keluh kesah, dan memberikan nasihat.

Semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat untuk dijadikan referensi atau memberikan pengetahuan lebih tentang vitamin D dan defisiensi vitamin D pada lansia dan perancangan kampanye.

Tangerang, 18 Januari 2024



(Trissha Angellica Valda)



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERANCANGAN KAMPANYE MENGENAI VITAMIN D

UNTUK LANSIA AKHIR USIA 56—65 TAHUN

(Trissha Angellica Valda)

ABSTRAK

Salah satu masalah yang masih memengaruhi kualitas hidup lansia di Indonesia adalah defisiensi vitamin D. Vitamin D adalah sebuah vitamin yang larut di dalam lemak dan dapat dihasilkan oleh tubuh melalui paparan sinar matahari dan makanan. Defisiensi vitamin D adalah kondisi ketika seseorang kekurangan vitamin D. Defisiensi vitamin D memiliki risiko yang lebih berbahaya untuk lansia dibanding untuk anak muda. Walau prevalensi defisiensi vitamin D di Indonesia cukup tinggi, masih banyak masyarakat yang menyepelekan pentingnya vitamin D. Oleh karena itu, diperlukan adanya upaya untuk meningkatkan kepedulian masyarakat tentang pentingnya vitamin D dan bahaya defisiensi vitamin D. Penulis melakukan pengumpulan data dengan melakukan wawancara, menyebarkan kuesioner, dan studi referensi. Setelah melakukan riset, solusi yang ditemukan adalah untuk merancang sebuah kampanye yang dapat meningkatkan kepedulian dan memberikan edukasi tentang vitamin D dan defisiensi vitamin D.

Kata kunci: vitamin D, defisiensi vitamin D, kampanye, ilustrasi

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

**CAMPAIGN DESIGN ABOUT VITAMIN D
FOR ELDERIES AGE 56—65 YEARS OLD**

(Trissha Angellica Valda)

ABSTRACT (English)

Vitamin D deficiency is an ongoing problem that is still affecting the quality of life of elderlies in Indonesia. Vitamin D is a fat-soluble vitamin that our body can produce from sunlight exposure or food consumption. Vitamin D deficiency occurs when the body does not have enough vitamin D. The consequences of vitamin D deficiency in elderlies are more serious than in younger adults. Despite the high prevalence of vitamin D deficiency in Indonesia, especially in elderlies, many people still underestimate the importance of vitamin D. That being so, an effort to raise the awareness about the importance of vitamin D and the dangers of vitamin D deficiency is needed. The data that supports this research were collected from interviews, questionnaires, and reference studies. Based on the results of this research, the author found a solution in designing a campaign that can raise awareness and educate people about vitamin D and vitamin D deficiency.

Keywords: *vitamin D, vitamin D deficiency, campaign, illustration*

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT (English)	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	3
1.4 Tujuan Tugas Akhir	4
1.5 Manfaat Tugas Akhir	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Desain Komunikasi Visual	5
2.1.1 Elemen Desain	5
2.1.2 Prinsip Desain	10
2.1.3 Tipografi	12
2.1.4 Grid	15
2.2 Ilustrasi	16
2.3 Kampanye	21
2.4 Vitamin D dan Defisiensi Vitamin D	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN	33
3.1 Metodologi Penelitian	33
3.1.1 Metode Kualitatif	33
3.1.2 Metode Kuantitatif	38
3.1.3 Studi Referensi	44
3.2 Metodologi Perancangan	47
3.2.1 Orientation	47
3.2.2 Analysis/Strategy	48

3.2.3	<i>Concepts</i>	48
3.2.4	<i>Design</i>	48
3.2.5	<i>Implementation</i>	48
BAB IV	STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN	49
4.1	Strategi Perancangan	49
4.2	Analisis Perancangan	89
4.2.1	<i>Analisis Desain Slogan Mark</i>	89
4.2.2	<i>Analisis Desain Key Visual dan Poster</i>	90
4.2.3	<i>Analisis Desain Billboard</i>	91
4.2.4	<i>Analisis Desain Post Instagram dan Facebook Tahap Attention dan Interest</i>	92
4.2.5	<i>Analisis Desain Brosur</i>	93
4.2.6	<i>Analisis Desain Microsite</i>	93
4.2.7	<i>Analisis Desain Post Instagram dan Facebook Tahap Search</i>	95
4.2.8	<i>Analisis Desain Booth</i>	96
4.2.9	<i>Analisis Desain X-Banner</i>	96
4.2.10	<i>Analisis Desain Wheel of Fortune</i>	97
4.2.11	<i>Analisis Desain Voucher</i>	98
4.2.12	<i>Analisis Desain Post Instagram dan Facebook Tahap Action</i>	99
4.2.13	<i>Analisis Desain Gimmick</i>	99
4.2.14	<i>Analisis Desain Table Talker</i>	100
4.2.15	<i>Analisis Hasil Beta Test</i>	101
4.3	<i>Budgeting</i>	103
BAB V	PENUTUP	105
5.1	Simpulan	105
5.2	Saran	106
DAFTAR PUSTAKA		xvi
LAMPIRAN		xx

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tabel Analisis Studi Referensi.....	45
Tabel 4.1 Segmentasi Target Audiens	49
Tabel 4.2 Analisis Tujuan Perancangan Kampanye	53
Tabel 4.3 Tabel Strategi AISAS.....	55
Tabel 4.4 Tabel Media Planning AISAS.....	57
Tabel 4.5 Budgeting	103

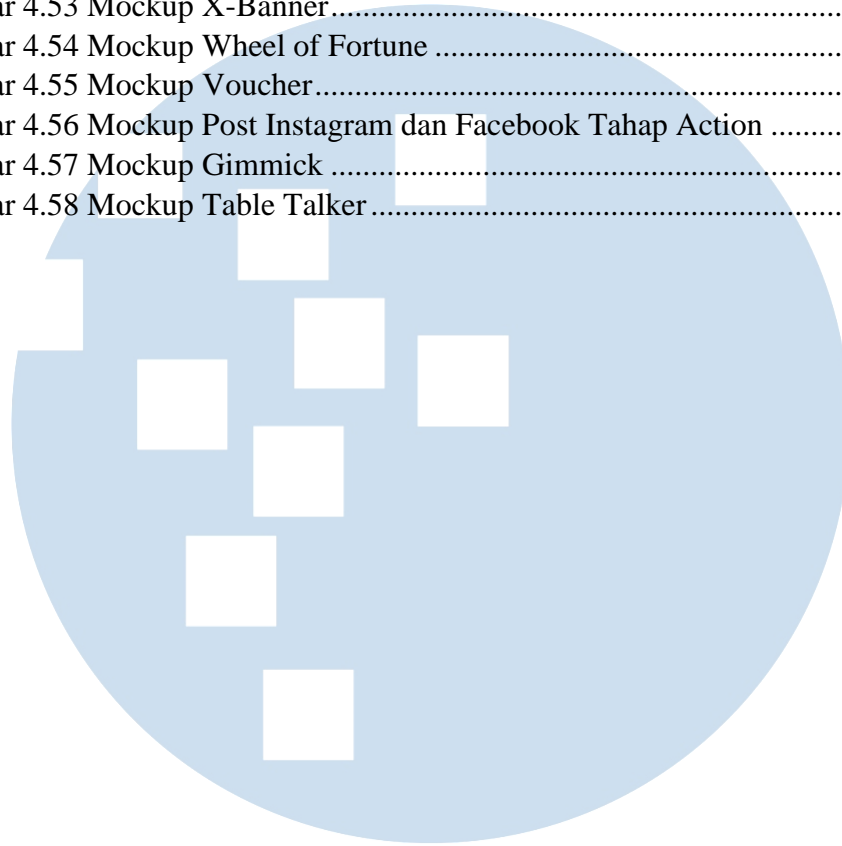


DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Garis	6
Gambar 2.2 Bentuk Geometris dan Non-Geometris	7
Gambar 2.3 Roda Warna.....	8
Gambar 2.4 Additive Color System.....	8
Gambar 2.5 Subtractive Color System.....	9
Gambar 2.6 Contoh Tekstur.....	10
Gambar 2.7 Typeface dan Type Font.....	13
Gambar 2.8 Serif dan Sans Serif.....	14
Gambar 2.9 Weight	15
Gambar 2.10 Anatomi Grid.....	15
Gambar 2.11 Contoh Ilustrasi 1	17
Gambar 2.12 Contoh Ilustrasi 2	18
Gambar 2.13 Contoh Ilustrasi 3	19
Gambar 2.14 Model AIDMA dan AISAS	27
Gambar 2.15 AISAS Sebagai Model Nonlinear	28
Gambar 2.16 Sinar UV.....	29
Gambar 2.17 Proses Sintesis Vitamin D.....	30
Gambar 3.1 Tangkapan Layar Proses Wawancara Dengan dr. Monica	34
Gambar 3.2 Tangkapan Layar Proses Wawancara Dengan dr. Ratna	36
Gambar 3.3 Jumlah Responden.....	39
Gambar 3.4 Responden dan informasi tentang defisiensi vitamin D.....	39
Gambar 3.5 Kepentingan Berjemur dan Kebiasaan Berjemur Responden	40
Gambar 3.6 Alasan Responden Jarang Berjemur	40
Gambar 3.7 Alasan Responden Jarang Beraktivitas di Luar Ruangan	41
Gambar 3.8 Responden dan Gejala Defisiensi Vitamin D.....	41
Gambar 3.9 Pengetahuan Responden Tentang Penyakit dan Defisiensi Vitamin D	42
Gambar 3.10 Topik yang Ingin Responden Ketahui Lebih Lanjut.....	42
Gambar 3.11 Media Informasi yang Sering Digunakan Responden.....	43
Gambar 3.12 Preferensi Desain Responden.....	43
Gambar 3.13 Logo Anlene.....	44
Gambar 3.14 Feed Instagram Anlene.....	44
Gambar 3.15 Kampanye Usia Bukan Halangan	47
Gambar 4.1 User Persona.....	51
Gambar 4.2 Skenario Kampanye	57
Gambar 4.3 Logo Prodia.....	58
Gambar 4.4 Mind Map.....	59
Gambar 4.5 Mood Board.....	61
Gambar 4.6 Warna dan Tipografi	62
Gambar 4.7 Warna Aksen.....	62
Gambar 4.8 Sketsa Aset	63

Gambar 4.9 Digitalisasi Aset	63
Gambar 4.10 Sketsa Identitas Kampanye	64
Gambar 4.11 Digitalisasi Identitas Kampanye	64
Gambar 4.12 Format Sekunder Identitas Kampanye	65
Gambar 4.13 Perancangan Supergrafis	65
Gambar 4.14 Sketsa Key Visual Pertama	66
Gambar 4.15 Desain Key Visual yang Salah	66
Gambar 4.16 Sketsa Key Visual	67
Gambar 4.17 Digitalisasi Key Visual	67
Gambar 4.18 Media Poster	69
Gambar 4.19 Digitalisasi Media Billboard	69
Gambar 4.20 Sketsa Desain Post Media Sosial	71
Gambar 4.21 Digitalisasi Post Media Sosial Tahapan Attention	71
Gambar 4.22 Grid Brosur	73
Gambar 4.23 Digitalisasi Media Brosur	73
Gambar 4.24 Microsite Wireframe	74
Gambar 4.25 Digitalisasi Microsite	75
Gambar 4.26 Digitalisasi Dropdown Menu dan Icon Microsite	76
Gambar 4.27 Digitalisasi Post Media Sosial Tahapan Search	76
Gambar 4.28 Desain Post Media Sosial Tahapan Search	77
Gambar 4.29 Grid Booth	78
Gambar 4.30 Digitalisasi Booth	79
Gambar 4.31 Sketsa Layout Informasi X-banner	79
Gambar 4.32 Digitalisasi X-banner	80
Gambar 4.33 Digitalisasi Wheel of Fortune	81
Gambar 4.34 Digitalisasi Voucher	82
Gambar 4.35 Sketsa Voucher	82
Gambar 4.36 Digitalisasi Post Media Sosial Tahapan Action	83
Gambar 4.37 Desain Post Media Sosial Tahapan Action	84
Gambar 4.38 Digitalisasi Gimmick Pouch	85
Gambar 4.39 Grid Gimmick Pouch	85
Gambar 4.40 Digitalisasi Gimmick Tumbler	86
Gambar 4.41 Digitalisasi Gimmick Kotak Vitamin	87
Gambar 4.42 Desain Gimmick Stiker	88
Gambar 4.43 Digitalisasi Table Talker	88
Gambar 4.44 Slogan Mark	89
Gambar 4.45 Mockup Key Visual dan Poster	90
Gambar 4.46 <i>Mockup Billboard</i>	91
Gambar 4.47 Mockup Feeds Instagram	92
Gambar 4.48 Mockup Ads Instagram dan Facebook	92
Gambar 4.49 Mokcup Brosur	93
Gambar 4.50 Mockup Microsite	94
Gambar 4.51 Post Media Sosial Tahap Search	95

Gambar 4.52 Booth Mockup.....	96
Gambar 4.53 Mockup X-Banner.....	97
Gambar 4.54 Mockup Wheel of Fortune	98
Gambar 4.55 Mockup Voucher.....	98
Gambar 4.56 Mockup Post Instagram dan Facebook Tahap Action	99
Gambar 4.57 Mockup Gimmick	100
Gambar 4.58 Mockup Table Talker.....	101



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Lembar Bimbingan	xx
Lampiran B Transkrip Wawancara	xxii
Lampiran C Kuesioner	xxvii
Lampiran D Transkrip Wawancara Beta Test.....	xlii
Lampiran E Turnitin.....	xlvi

