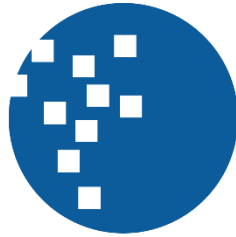


**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL UNTUK  
MENGATASI *CATFISHING*  
DI APLIKASI KENCAN**



**UMN**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**LAPORAN TUGAS AKHIR**

**Maria Bernadeta Alvita**

**00000046921**

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

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL  
UNTUK MENGATASI *CATFISHING*  
DI APLIKASI KENCAN**



**LAPORAN TUGAS AKHIR**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain (S.Ds.)

**Maria Bernadeta Alvita**

**00000046921**

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

**2024**

i

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Maria Bernadeta Alvita

Nomor Induk Mahasiswa : 00000046921

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Tugas Akhir dengan judul:

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL  
UNTUK MENGATASI *CATFISHING*  
DI APLIKASI KENCAN**

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, 20 Mei 2024



Handwritten signature of Maria Bernadeta Alvita.

(Maria Bernadeta)

## **HALAMAN PERSETUJUAN**

Tugas Akhir dengan judul  
**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL  
UNTUK MENGATASI *CATFISHING*  
DI APLIKASI KENCAN**

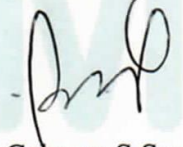
Oleh

Nama : Maria Bernadeta Alvita  
NIM : 00000046921  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Fakultas : Seni dan Desain

Telah disetujui untuk diajukan pada  
Sidang Ujian Tugas Akhir Universitas Multimedia Nusantara

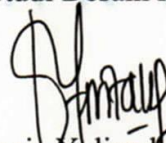
Tangerang, 11 Juni 2024

Pembimbing



Dr. Ratna Cahaya, S.Sos., M.Ds.,  
0324087506/023899

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual



Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A.  
0311099302/043487

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul  
**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL  
UNTUK MENGATASI *CATFISHING*  
DI APLIKASI KENCAN**

Oleh

Nama : Maria Bernadeta Alvita  
NIM : 00000046921  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Selasa, 28 Mei 2024  
Pukul 11.35 s.d 12.00 dan dinyatakan  
**LULUS**

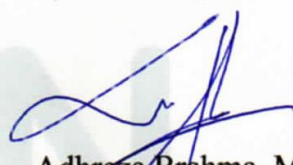
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



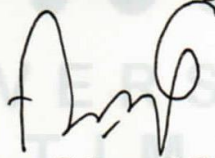
Lia Herna, S.Sn., M.M.  
0315048108/081472

Penguji



Adhreza Brahma, M.Ds.  
0304088702/042750

Pembimbing



Dr. Ratna Cahaya, S.Sos., M.Ds.,  
0324087506/023899

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual



Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A.  
0311099302/043487

## **HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Maria Bernadeta  
NIM : 00000046921  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Jenjang : D3/S1/S2  
Judul Karya Ilmiah :

### **PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL UNTUK MENGATASI *CATFISHING* DI APLIKASI KENCAN**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia:

- Memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya di repositori Knowledge Center, sehingga dapat diakses oleh Civitas Akademika/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial dan saya juga tidak akan mencabut kembali izin yang telah saya berikan dengan alasan apapun.

Saya tidak bersedia, dikarenakan:

- Dalam proses pengajuan untuk diterbitkan ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*)\*\*.

Tangerang, 11 Juni 2024



(Maria Bernadeta)

\*\* Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI selama 6 bulan kedepan, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk diunggah ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

## KATA PENGANTAR

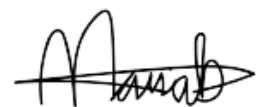
Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul Perancangan Kampanye Sosial Untuk Mengatasi *Catfishing* Di Aplikasi Kencan. Penulisan laporan ini disusun berdasarkan hasil pembelajaran penulis di Universitas Multimedia Nusantara dan sebagai syarat kelulusan untuk memperoleh gelar Sarjana Desain.

Penulis ingin mengucapkan terima kasih banyak kepada beberapa pihak yang telah bersedia membantu penulis menyelesaikan laporan Tugas Akhir, antara lain:

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. Dr. Ratna Cahaya Rina Wirawan, S.Sos., M.Ds., sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. T.A Satrio Edy Nugroho, S.H., dan Dian Wisnuwadhani, M.Psi., sebagai narasumber spesialis yang telah membantu pengumpulan informasi tugas akhir ini.
6. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Penulis berharap dengan tersusunya laporan Tugas Akhir ini, dapat berguna bagi pihak peneliti dan pembaca selanjutnya.

Tangerang, 11 Juni 2024



(Maria Bernadeta)

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL  
UNTUK MENGATASI *CATFISHING*  
DI APLIKASI KENCAN**

(Maria Bernadeta)

**ABSTRAK**

Fenomena aplikasi kencan saat ini mengalami peningkatan terutama dalam mencari pasangan. Saat ini banyak pengguna aplikasi kencan yang menjadi korban *catfishing*, perilaku ini adalah ketika seorang pengguna menyembunyikan identitasnya sebagai tujuan untuk meningkatkan keamanan data pribadi dan memikat calon pasangan, hingga dapat menjadi celah bagi oknum tidak bertanggung jawab untuk melakukan motif kriminal yang dapat menyebabkan kerugian psikologis, sosial, bahkan material korban. Kejujuran dalam aplikasi kencan sejatinya diperlukan guna membangun hubungan positif yang berlandaskan pada keterbukaan identitas yang tepat, sebagai upaya untuk mengurangi adanya tindakan *catfishing*. Tujuan kampanye ini adalah untuk meningkatkan *awareness* untuk mengubah perilaku pengguna dalam bermain aplikasi kencan secara bijak dengan berani bertindak untuk mencegah palaku *catfishing* dengan cara memblokir. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dan kuantitatif berupa wawancara, FGD dan kuesioner. Metodologi perancangan yang digunakan penulis adalah teori dari Robin Landa yang dibagi menjadi 6 tahap yaitu tahap *overview, strategy, ideas, design, production dan implementation*.

**Kata kunci:** Kampanye Sosial, Aplikasi Kencan, Hubungan Positif, *Catfishing*

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



***SOCIAL CAMPAIGN DESIGN***  
***TO OVERCOME CATFISHING***  
***ON DATING APPS***

(Maria Bernadeta)

***ABSTRACT (English)***

*The phenomenon of dating applications is currently experiencing an increase, especially in looking for partners. Currently, many dating application users are victims of catfishing, this behavior is when a user hides his or her identity to increase the security of personal data and attract potential partners so that it can become an opening for irresponsible individuals to carry out criminal motives that can cause psychological harm. social, even material victims. Honesty in dating applications is needed to build positive relationships that are based on proper identity disclosure, as an effort to reduce catfishing. This campaign aims to raise awareness to change user behavior in playing dating applications wisely by boldly acting to prevent catfishing by blocking. The research methods used are qualitative and quantitative in the form of interviews, FGDs, and questionnaires. The design methodology used by the author is Robin Landa's theory which is divided into 6 stages, namely the overview, strategy, idea, design, production, and implementation stages.*

***Keywords:*** *Social Campaign, Dating Application, Positive Relationship, Catfishing*

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
ABSTRAK .....	vii
<i>ABSTRACT (English)</i> .....	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 .....	3
1.3 Batasan Masalah .....	3
1.4 Tujuan Tugas Akhir .....	5
1.5 Manfaat Tugas Akhir .....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	6
2.1 Desain Grafis .....	6
2.1.1 Warna .....	6
2.1.2 Format .....	12
2.1.3 <i>Layout</i> .....	12
2.1.4 Tipografi .....	15
2.2 Teknik Visualisasi .....	17
2.2.1 <i>Mix Media</i> .....	17
2.2.2 <i>Photography</i> .....	18
2.3 Kampanye .....	20
2.3.1 Jenis Kampanye .....	20
2.3.2 Tujuan Kampanye .....	22
2.3.3 Saluran Kampanye .....	22
2.3.4 Tahap Kampanye .....	23

2.3.5	Media Kampanye.....	25
2.3.6	AISAS .....	26
2.4	Aplikasi Kencan.....	28
2.4.1	Manfaat Aplikasi Kencan .....	30
2.4.2	Hubungan Positif .....	31
2.5	<i>Catfishing</i> .....	32
2.5.1	Kebijakan Hukum Pemerintah Terkait Kasus Penipuan ( <i>Catfishing</i> ).....	33
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN .....</b>		<b>34</b>
2.6	Metodologi Penelitian.....	34
2.6.1	Metode Kualitatif.....	34
2.6.2	Metode Kuantitatif .....	46
2.6.3	Studi Eksisting .....	53
2.6.4	Studi Refrensi.....	54
2.7	Metodologi Perancangan .....	57
<b>BAB IV STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN .....</b>		<b>59</b>
4.1	Strategi Perancangan .....	59
4.1.1	<i>Overview</i> .....	59
4.1.2	<i>Strategy</i> .....	63
4.1.3	<i>Ideas</i> .....	73
4.1.4	<i>Design</i> .....	78
4.1.5	<i>Production</i> .....	85
4.1.6	<i>Implementation</i> .....	107
4.2	Analisis Perancangan.....	108
4.2.1	Analisis Instagram.....	108
4.2.2	Analisis <i>Design</i> Poster .....	114
4.2.3	Analisis <i>Design Hand Grip</i> .....	115
4.2.4	Analisis <i>Background Webinar</i> .....	116
4.2.5	Analisis <i>Merchandise</i> .....	117
4.2.6	Analisis <i>Youtube Ads</i> .....	118
4.2.7	Analisis <i>Beta Test</i> .....	118
4.3	<i>Budgeting</i> .....	122
<b>BAB V PENUTUP.....</b>		<b>123</b>

5.1	Simpulan.....	123
5.2	Saran.....	125
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....		xiii
<b>LAMPIRAN</b> .....		xviii



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tabel Perbandingan Kompetitor .....	55
Tabel 3.2 Tabel Analisa <i>SWOT</i> .....	57
Tabel 4.1 Tabel Segmentasi Target Audiens .....	60
Tabel 4.2 Tabel <i>Creative Brief</i> Perancangan <i>Brand Communication</i> .....	63
Tabel 4.3 Tabel Strategi dan Taktik Pesan .....	66
Tabel 4.4 Tabel Skenario Kampanye Berdasarkan AISAS .....	68
Tabel 4.5 Tabel Strategi Media Kampanye Berdasarkan AISAS .....	71
Tabel 4.6 Daftar Media Sekunder .....	93
Tabel 4.7 Tabel Hasil Kuesioner .....	119
Tabel 4.8 Tabel <i>Budgeting</i> .....	122



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Additive &amp; Subtractive Color</i> .....	7
Gambar 2.2 <i>Hue, Value, Saturation</i> .....	7
Gambar 2.3 Jenis Format .....	12
Gambar 2.4 Elemen-elemen <i>Grid</i> .....	13
Gambar 2.5 <i>Single-Column, Mutlicolumn, dan Modular Grid</i> .....	14
Gambar 2.6 Anatomi Tipografi.....	15
Gambar 2.7 <i>The Dangers of Catfishing in Online Dating</i> Poster .....	17
Gambar 2.8 Kampanye <i>Brand Bumble</i> .....	20
Gambar 2.9 Kampanye DPRD 2024.....	21
Gambar 2.10 Kampanye <i>Catfishing</i> .....	21
Gambar 2.11 AISAS .....	26
Gambar 3.1 Wawancara Dengan T.A.Satrio Edy Nugroho, S.H.....	37
Gambar 3.2 Wawancara Dengan Dian Wisnuwardhani, M.Psi. ....	39
Gambar 3.3 FGD Dengan Para Korban .....	40
Gambar 3.4 Tampilan Aplikasi Bumble .....	43
Gambar 3.5 Fitur Bumble .....	44
Gambar 3.6 <i>Top Grossing In Dating (Bumble)</i> .....	45
Gambar 3.7 Jenis Kelamin Responden .....	47
Gambar 3.8 Aplikasi Kencan yang Digunakan.....	47
Gambar 3.9 Tingkat Kepercayaan Responden .....	48
Gambar 3.10 Faktor Kepercayaan Responden Dalam Hubungan Positif.....	48
Gambar 3.11 Pengetahuan Akan <i>Catfishing</i> Pada Responden.....	49
Gambar 3.12 Pengetahuan Akan Hukum <i>Catfishing</i> Pada Responden.....	49
Gambar 3.13 Korban <i>Catfishing</i> Dari Bumble .....	50
Gambar 3.14 Tindakan Responden Terhadap <i>Catfishing</i> .....	50
Gambar 3.15 Responden yang Pernah Melihat Kampanye .....	51
Gambar 3.16 Media Kampanye .....	51
Gambar 3.17 Kampanye Bumble .....	53
Gambar 3.18 Media KOMINFO .....	55
Gambar 4. 1 Persona Target Sasaran Kampanye .....	62
Gambar 4.2 <i>Media Journey Based On Customer Behavior</i> .....	72
Gambar 4.3 <i>Mind map</i> Keseluruhan Topik dan Data .....	73
Gambar 4.4 <i>Big Idea</i> Keseluruhan Topik dan Data .....	74
Gambar 4.5 <i>Moodboard</i> Keseluruhan Topik dan Data.....	76
Gambar 4.6 <i>Color palette</i> .....	77
Gambar 4.7 <i>Typeface Poppins</i> .....	77
Gambar 4.8 <i>Typeface Aventa</i> .....	78
Gambar 4.9 Hasil Foto Aset Manusia .....	79

Gambar 4.10 Hasil Foto Aset Tangan.....	79
Gambar 4.11 Hasil Foto Aset Objek Benda & Pemandangan .....	80
Gambar 4.12 Hasil Foto Aset <i>Screenshoot</i> .....	81
Gambar 4.13 Hasil Penghapusan <i>Background Asset</i> .....	81
Gambar 4.14 Hasil Penggantian Warna <i>Black &amp; White</i> .....	82
Gambar 4.15 Ilustrasi Pada Foto.....	82
Gambar 4.16 Aset Sketsa .....	83
Gambar 4.17 Perancangan Logo .....	84
Gambar 4.18 Supergrafik.....	85
Gambar 4.19 Instagram <i>Feeds</i> .....	86
Gambar 4.20 Sketsa Instagram <i>Feeds</i> .....	86
Gambar 4.21 Penggunaan <i>Modular Grid</i> Instagram <i>Post</i> .....	88
Gambar 4.22 Instagram <i>Feeds</i> Kampanye Beware.....	88
Gambar 4.23 Sketsa Konten <i>Carousel</i> Instagram <i>Feeds</i> .....	89
Gambar 4.24 Hasil Final <i>Carousel</i> Instagram <i>Feeds</i> .....	90
Gambar 4.25 Sketsa Konten Persuasif <i>Single</i> Instagram <i>Post</i> .....	91
Gambar 4.26 Konten Persuasif <i>Single</i> Instagram <i>Post</i> .....	91
Gambar 4.27 Sketsa Konten <i>Call to Action</i> Instagram <i>Post</i> .....	93
Gambar 4.28 Konten <i>Call to Action</i> Instagram <i>Post</i> .....	93
Gambar 4.29 Sketsa Instagram <i>Story</i> .....	94
Gambar 4.30 Desain Final Instagram <i>Story</i> .....	95
Gambar 4.31 Sketsa Instagram <i>Ads</i> .....	96
Gambar 4.32 Desain Final Instagram <i>Ads</i> .....	97
Gambar 4.33 Desain Poster.....	99
Gambar 4.34 Pembuatan Desain Poster.....	99
Gambar 4.35 Desain <i>Hand Grip</i> KRL .....	100
Gambar 4.36 Pembuatan <i>Hand Grip</i> KRL .....	100
Gambar 4.37 Desain Youtube <i>Ads</i> .....	101
Gambar 4.38 Pembuatan Desain Youtube <i>Ads</i> .....	101
Gambar 4.39 Desain <i>Background</i> Webinar .....	102
Gambar 4.40 Pembuatan Desain <i>Background</i> Webinar.....	102
Gambar 4.41 Desain <i>Crewneck</i> .....	104
Gambar 4.42 Desain <i>Tote bag</i> .....	105
Gambar 4.43 Desain <i>Mirror</i> .....	105
Gambar 4.44 Desain <i>Keychain</i> .....	106
Gambar 4.45 Desain Instagram <i>Feeds</i> .....	109
Gambar 4.46 Analisis <i>Layout</i> Simetris Instagram <i>Feeds</i> .....	110
Gambar 4.47 Analisis <i>Layout</i> Asimetris Instagram <i>Feeds</i> .....	111
Gambar 4.48 Variasi Tipografi Pada Instagram <i>Feeds</i> .....	112
Gambar 4.49 Desain Instagram <i>Story</i> .....	112

Gambar 4.50 Desain Instagram Ads.....	113
Gambar 4.51 Desain Poster.....	114
Gambar 4.52 Desain <i>Hand Grip</i> .....	115
Gambar 4.53 Desain <i>Background Webinar Zoom</i> .....	116
Gambar 4.54 Desain <i>Merchandise</i> .....	117
Gambar 4.55 Desain Youtube Ads .....	118

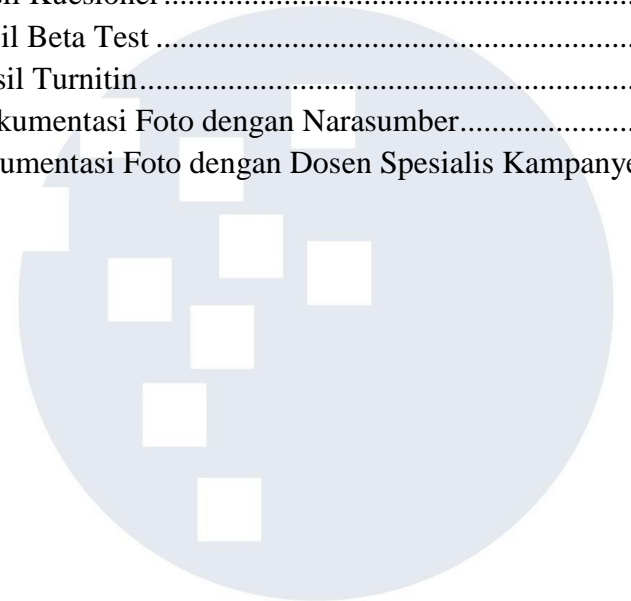


UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Form Bimbingan.....	xviii
Lampiran B Transkrip Wawancara Konsultan Hukum.....	xix
Lampiran C Transkrip FGD Korban Catfishing .....	xxiv
Lampiran D Transkrip Psikologi Relationship Coach .....	xxix
Lampiran E Hasil Kuesioner .....	xxxv
Lampiran F Hasil Beta Test .....	xliii
Lampiran G Hasil Turnitin.....	xlvii
Lampiran H Dokumentasi Foto dengan Narasumber.....	xlviii
Lampiran I Dokumentasi Foto dengan Dosen Spesialis Kampanye.....	xlviii



UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA