

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL UNTUK
MENINGKATKAN KEPERCAYAAN DIRI DALAM
MENGHADAPI *STEREOTYPING* GAYA BERPAKAIAN**



LAPORAN TUGAS AKHIR

Aurora Karina

00000046922

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

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL UNTUK
MENINGKATKAN KEPERCAYAAN DIRI DALAM
MENGHADAPI *STEREOTYPING* GAYA BERPAKAIAN**



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain (S.Ds.)

Aurora Karina

00000046922

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

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Aurora Karina

Nomor Induk Mahasiswa : 00000046922

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Tugas Akhir dengan judul:

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL
UNTUK MENINGKATKAN KEPERCAYAAN DIRI
DALAM MENGHADAPI STEREOTYPING GAYA BERPAKAIAN**

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, 29 Mei 2024



Aurora Karina

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir dengan judul
**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL
UNTUK MENINGKATKAN KEPERCAYAAN DIRI
DALAM MENGHADAPI *STEREOTYPING* GAYA BERPAKAIAN**

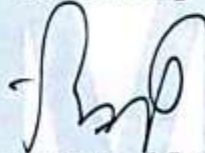
Oleh

Nama : Aurora Karina
NIM : 00000046922
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

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

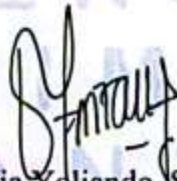
Tangerang, 11 Juni 2024

Pembimbing



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

Ketua Program Studi Desain
Komunikasi Visual



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

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL
UNTUK MENINGKATKAN KEPERCAYAAN DIRI
DALAM MENGHADAPI *STEREOTYPING* GAYA BERPAKAIAN**

Oleh

Nama : Aurora Karina
NIM : 00000046922
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Rabu, 29 Mei 2024

Pukul 09.45 s.d 10.30 dan dinyatakan

LULUS

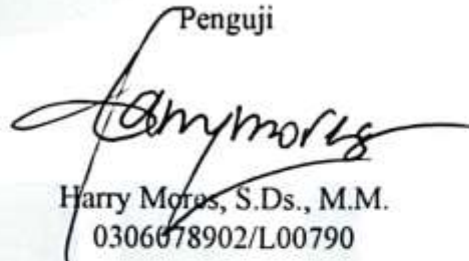
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



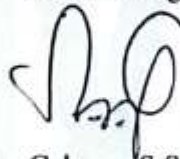
Ardiles Akyuwen, M.Sn.
0323067804/067811

Penguji



Harry Moros, S.Ds., M.M.
0306678902/L00790

Pembimbing



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

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual



Fonita Theresa Yulianto, S.Ds., M.A.
0311099302/043487

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Aurora Karina
NIM : 00000046922
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : D3/S1/S2
Judul Karya Ilmiah :

PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL UNTUK MENINGKATKAN KEPERCAYAAN DIRI DALAM MENGHADAPI *STEREOTYPING* GAYA BERPAKAIAN

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, 20 Mei 2024



(Aurora Karina)

** 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

Penulis panjatkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir berjudul “Perancangan Kampanye Sosial Untuk Meningkatkan Kepercayaan Diri Dalam Menghadapi *Stereotyping* Gaya Berpakaian” sebagai syarat mendapatkan gelar Sarjana Desain (S.Ds) di Universitas Multimedia Nusantara. Tujuan perancangan kampanye ini adalah mengurangi rasa *insecure* masyarakat dalam hal berpakaian di media sosial. Penulis sadar bahwa perancangan tugas akhir ini tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa adanya bantuan dari beberapa pihak. Dengan demikian penulis ucapkan 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. Edo Tirtadarma, M.Ds., sebagai Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Dr. Ratna Cahaya Rina Wirawan Putri, S.Sos., M.Ds., sebagai Pembimbing Tugas Akhir yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
6. Fiona V. Damanik, M.Psi., sebagai narasumber yang telah memberikan informasi mengenai penyebab menurunnya kepercayaan diri dan cara menanganinya.
7. Anton Binsar, sebagai narasumber yang memberikan informasi dalam merancang kampanye sosial.
8. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Semoga perancangan Tugas Akhir ini dapat memberi manfaat bagi pembaca yang mendapatkan tindakan *stereotyping* gaya berpakaian di media sosial dan referensi dalam merancang kampanye sosial bagi yang membutuhkan.

Tangerang, 20 Mei 2024



Aurora Karina



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL UNTUK
MENINGKATKAN KEPERCAYAAN DIRI DALAM
MENGHADAPI *STEREOTYPING* GAYA BERPAKAIAN**

Aurora Karina

ABSTRAK

Terjadi fenomena *stereotype* gaya berpakaian seperti The Nurul's, Jamet, The Kevins, dsj dari media sosial yang memberikan kesan negatif dengan menghakimi perilaku orang lain dari gaya berpakaian. Hal ini menyebabkan sebagian orang merasa resah dan tidak percaya diri dalam berpakaian di ruang publik. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik pengumpulan data kualitatif dan kuantitatif. Teknik pengumpulan data kualitatif dilakukan dengan observasi, wawancara, dan FGD. Sedangkan teknik pengumpulan data kuantitatif dilakukan dengan pembagian kuesioner. Dilakukan juga studi *existing* dan referensi perancangan kampanye mengenai *stereotyping*. Perancangan kampanye sosial dibutuhkan karena belum ada kampanye yang mengangkat fenomena tersebut. Dalam perancangan, strategi penyampaian pesan menggunakan AISAS dari buku *The Dentsu Way* dan perancangan kampanye menggunakan *Six Phases of The Project Process* yang dikemukakan oleh Robin Landa dalam buku *Advertising by Design*, yaitu *Overview, Strategy, Ideas, Design, Production, dan Implementation*. Harapannya, kampanye ini dapat memberikan dampak baik dan menciptakan lingkungan media sosial yang suportif bagi individu dalam mengekspresikan diri melalui berpakaian tanpa ada perasaan takut dan tidak percaya diri.

Kata kunci: Stereotipe, gaya berpakaian, percaya diri

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

SOCIAL CAMPAIGN DESIGN TO BOOST SELF-CONFIDENCE

IN DEALING WITH STEREOTYPE OF FASHION

Aurora Karina

ABSTRACT (English)

A phenomenon of stereotyping of fashion such as, The Nuruls, Jamet, The Kevins, etc. from social media which is people judges others behavior based their fashion negatively. It causes some people to fell anxious and insecure dressing in public space. Data collection is using two types of techniques, qualitative research methods through observation, interviews, and Focus Group Discussion. Whereas quantitative research method is using questionnaires. Existing and reference studies also done for designing social campaign. No campaign that raised stereotype of fashion issues, so social campaign is necessarily needed. In the design process, the communication strategies use AISAS from The Dentsu Way book and Six Phases of The Project Process from Advertising by Design book by Robin Landa for the design process, the steps are Overview, Strategy, Ideas, Design, Production, and Implementation. Hope this campaign can have a positive impact and create a supportive social media environment for society to express themselves through fashion without feeling insecure and fear.

Keywords: *Stereotype, Fashion, Self-confidence*

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT (English)</i>	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
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 Warna	5
2.1.2 Layout	8
2.1.3 Grid	13
2.1.4 Tipografi	15
2.1.5 Ilustrasi	19
2.2 Kampanye	24
2.2.1 Jenis Kampanye	25
2.2.2 Saluran Kampanye	25
2.2.3 Perancangan Kampanye	26
2.2.4 Strategi Komunikasi Kampanye	27
2.2.5 Kampanye Sosial	28
2.3 Kepercayaan Diri	28
2.4 Stereotip (Stereotype)	30

2.5	Gaya Berpakaian (<i>Fashion</i>).....	30
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN	32
3.1	Metodologi Penelitian.....	32
3.1.1	Data Kualitatif	32
3.1.2	Data Kuantitatif.....	55
3.1.3	Studi Eksisting	59
3.1.4	Studi Referensi.....	61
3.2	Metodologi Perancangan	66
BAB IV	STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN	68
4.1	Strategi Perancangan	68
4.1.1	<i>Overview</i>	68
4.1.2	<i>Strategy</i>	70
4.1.3	<i>Ideas</i>	75
4.1.4	<i>Design</i>	82
4.1.5	<i>Production dan Implementation</i>	129
4.2	Analisis Perancangan	129
4.2.1	<i>Analisis Key visual</i>	129
4.2.2	<i>Analisis Media Attention dan Interest</i>	131
4.2.3	<i>Analisis Media Search</i>	139
4.2.4	<i>Analisis Media Action</i>	144
4.2.5	<i>Analisis Media Share</i>	151
4.2.6	<i>Analisis Beta test</i>	155
4.3	<i>Budgeting</i>	156
BAB V	PENUTUP	159
5.1	Simpulan.....	159
5.2	Saran.....	160
DAFTAR PUSTAKA	xiii
LAMPIRAN	xv

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Observasi Sikap Tidak Percaya Diri Berpakaian di Media Sosial.....	49
Tabel 3.2 Analisis SWOT “ <i>See My Creativity, Not My Gender</i> ”	60
Tabel 4.1 Tabel Identifikasi Masalah.....	68
Tabel 4.2 Tabel Identifikasi Target Sasaran Desain	69
Tabel 4.3 Tabel Wawasan Narasumber	70
Tabel 4.4 Tabel Strategi dan Taktik Pesan.....	71
Tabel 4.5 Tabel <i>Creative Brief</i>	73
Tabel 4.6 <i>Big idea</i>	77
Tabel 4.7 Ide dan Konsep.....	79
Tabel 4.8 <i>Budgeting</i>	157

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

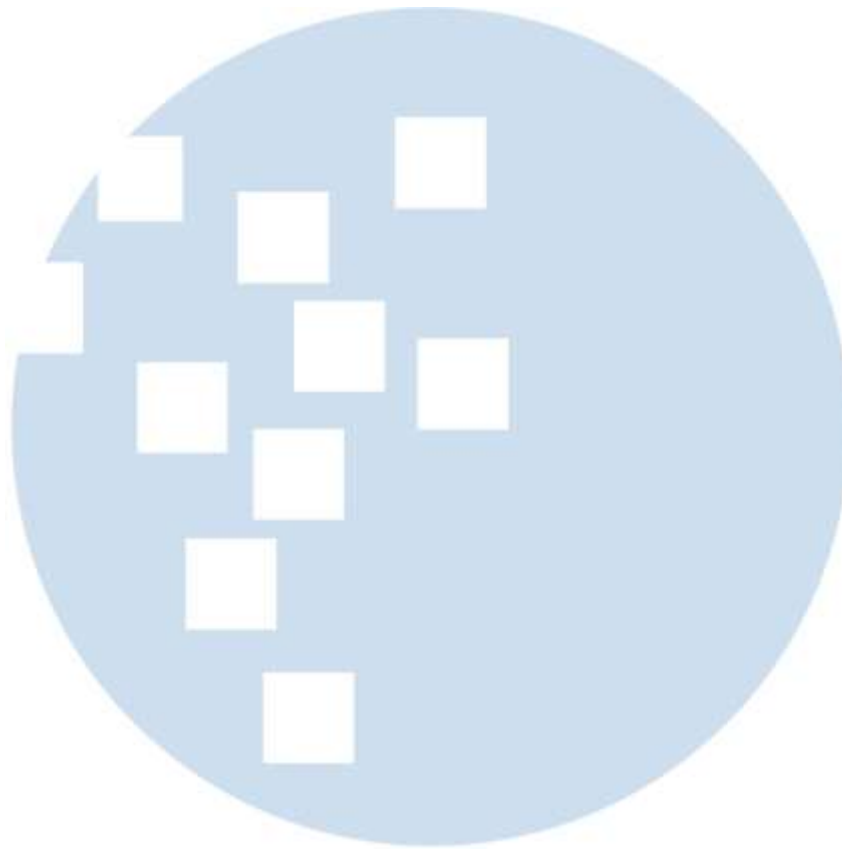
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Skema Warna	5
Gambar 2.2 Psikologi Warna	7
Gambar 2.3 <i>Columns dan Gutters</i>	9
Gambar 2.4 <i>Images</i>	9
Gambar 2.5 <i>Alignment</i>	10
Gambar 2.6 <i>Hierarchy</i>	10
Gambar 2.7 <i>Hyphenation dan Justification</i>	11
Gambar 2.8 <i>Arrangement</i>	12
Gambar 2.9 <i>Entry point</i>	12
Gambar 2.10 <i>Pace</i>	13
Gambar 2.11 <i>Single-Column Grid</i>	14
Gambar 2.12 <i>Modular Grid</i>	14
Gambar 2.13 <i>Multicolumn Grid</i>	15
Gambar 2.14 <i>Old Style</i>	16
Gambar 2.15 <i>Transitional</i>	16
Gambar 2.16 <i>Modern</i>	17
Gambar 2.17 <i>Slab Serif</i>	17
Gambar 2.18 <i>Sans serif</i>	18
Gambar 2.19 <i>Blackletter</i>	18
Gambar 2.20 <i>Script</i>	18
Gambar 2.21 <i>Display</i>	19
Gambar 2.22 <i>Advertising and Editorial Illustration</i>	20
Gambar 2.23 <i>Magazine and Newspaper Illustration</i>	20
Gambar 2.24 <i>Book illustration</i>	21
Gambar 2.25 <i>Retail Illustration</i>	22
Gambar 2.26 <i>Medical illustration</i>	22
Gambar 2.27 <i>Motion graphic</i>	23
Gambar 2.28 <i>Fashion illustration</i>	23
Gambar 2.29 <i>Illustration for in-house projects</i>	24
Gambar 2.30 <i>AISAS Process</i>	27
Gambar 3.1 Dokumentasi Bersama Ahli Kampanye	33
Gambar 3.2 Dokumentasi Wawancara Bersama Psikolog.....	35
Gambar 3.3 Dokumentasi <i>Focus Group Discussion</i>	37
Gambar 3.4 <i>Fashion The Nuruls</i>	40
Gambar 3.5 <i>Fashion The Nopals</i>	42
Gambar 3.6 <i>Fashion The Kevins</i>	44
Gambar 3.7 <i>Fashion Cici PIK</i>	46
Gambar 3.8 <i>Fashion Skena</i>	48
Gambar 3.9 Pengetahuan <i>Stereotype</i> Gaya Berpakaian.....	55
Gambar 3.10 Penemuan Konten di Media Sosial	56
Gambar 3.11 Pengalaman <i>Stereotyping</i> Gaya Berpakaian	56
Gambar 3.12 Perasaan Responden terhadap <i>Stereotype</i> Gaya Berpakaian.....	57
Gambar 3.13 Media Iklan Cetak	57

Gambar 3.14 Media Iklan Digital dan Iklan Media Sosial	58
Gambar 3.15 Kunjungan Mall	58
Gambar 3.16 Penggunaan Kendaraan	59
Gambar 3.17 <i>Radiant Lookbook Project Campaign</i>	61
Gambar 3.18 <i>Dove Self-Esteem Project</i>	62
Gambar 3.19 <i>#thisgirlcan ad campaign</i>	64
Gambar 3.20 <i>The Arabic HeForShe Campaign</i>	64
Gambar 4.1 Persona	70
Gambar 4.2 Strategi AISAS	73
Gambar 4.3 PT Satu Persen Edukasi	75
Gambar 4.4 <i>Mindmap</i>	76
Gambar 4.5 Alternatif Nama Kampanye dan <i>Tagline</i>	78
Gambar 4.6 <i>Color Palette</i>	81
Gambar 4.7 Tipografi Kampanye	81
Gambar 4.8 Alternatif Sketsa Identitas Kampanye.....	82
Gambar 4.9 Finalisasi Desain Logo dan <i>Tagline</i>	83
Gambar 4.10 Logo dan <i>Tagline</i> Horizontal Format.....	83
Gambar 4.11 Referensi Aset <i>Key visual</i>	84
Gambar 4.12 Sketsa <i>Key visual</i>	84
Gambar 4.13 Finalisasi <i>Key visual</i>	85
Gambar 4.14 Sketsa Instagram <i>Feed ads</i>	86
Gambar 4.15 Finalisasi Instagram <i>Feed ads</i>	87
Gambar 4.16 Sketsa Instagram <i>Story</i>	87
Gambar 4.17 Finalisasi Instagram <i>Story</i>	88
Gambar 4.18 Sketsa Poster	89
Gambar 4.19 Finalisasi Poster A2.....	90
Gambar 4.20 Sketsa <i>Giant banner</i>	91
Gambar 4.21 Finalisasi <i>Giant banner</i>	92
Gambar 4.22 Sketsa <i>Right rectangle banner</i>	93
Gambar 4.23 Finalisasi <i>Right rectangle banner</i>	93
Gambar 4.24 Sketsa Go-Screen	94
Gambar 4.25 Finalisasi Go-Screen	95
Gambar 4.26 Sketsa Spotify <i>Cover</i>	96
Gambar 4.27 Finalisasi Spotify <i>Cover</i>	96
Gambar 4.28 Sketsa Instagram <i>Carousel 1</i>	97
Gambar 4.29 Finalisasi Instagram <i>Carousel 1</i>	98
Gambar 4.30 Sketsa Instagram <i>Carousel 2</i>	99
Gambar 4.31 Finalisasi Instagram <i>Carousel 2</i>	99
Gambar 4.32 Sketsa Instagram <i>Carousel 3</i>	100
Gambar 4.33 Sketsa Aset Visual <i>Carousel 3</i>	100
Gambar 4.34 Finalisasi Instagram <i>Carousel 3</i>	101
Gambar 4.35 Sketsa dan <i>Layouting</i> Instagram <i>Feed</i>	102
Gambar 4.36 Finalisasi Instagram <i>Feed</i>	102
Gambar 4.37 Sketsa Instagram <i>Story 1</i>	103
Gambar 4.38 Finalisasi Instagram <i>Story 1</i>	104

Gambar 4.39 Sketsa dan <i>Layouting</i> Instagram <i>Story</i> 2	105
Gambar 4.40 Finalisasi Instagram <i>Story</i> 2	105
Gambar 4.41 Perancangan <i>Landing page</i>	107
Gambar 4. 42 Sketsa Promosi Spotify	109
Gambar 4.43 Finalisasi Konten Promosi Spotify.....	110
Gambar 4.44 Sketsa Konten Webinar	110
Gambar 4.45 Finalisasi Konten Webinar	111
Gambar 4.46 Sketsa Instagram <i>Ads Aksi</i> Crownfidence	112
Gambar 4.47 Finalisasi Aksi Crownfidence <i>Feed ads</i>	112
Gambar 4.48 Sketsa Promosi <i>Merchandise</i>	113
Gambar 4.49 Instagram <i>Feed ads Merchandise</i>	114
Gambar 4.50 Referensi Konten Instagram <i>Story</i>	115
Gambar 4.51 Sketsa Instagram <i>Story Aksi</i> Crownfidence.....	115
Gambar 4.52 Finalisasi Instagram <i>Story Aksi</i> Crownfidence.....	116
Gambar 4.53 Instagram <i>Story Listen to Spotify</i>	117
Gambar 4.54 Sketsa <i>Leaflet A5</i>	118
Gambar 4.55 Finalisasi <i>Leaflet A5</i>	119
Gambar 4.56 Finalisasi <i>X-banner</i>	120
Gambar 4.57 Referensi Instagram <i>Feed Desain</i>	121
Gambar 4.58 Instagram <i>Feed Quote</i>	122
Gambar 4.59 Finalisasi <i>Twibbon</i>	123
Gambar 4.60 Desain <i>Mechandise Key chain</i>	124
Gambar 4.61 Desain <i>Memo pad</i>	125
Gambar 4.62 Desain <i>Sticker Sheet</i>	126
Gambar 4.63 Cermin.....	127
Gambar 4.64 <i>Sticker Helm</i>	128
Gambar 4.65 Desain Kipas Tangan	128
Gambar 4.66 Tiga Desain <i>Key visual</i>	130
Gambar 4.67 <i>Mockup</i> Instagram <i>Feed Attention</i>	131
Gambar 4.68 <i>Mockup</i> Instagram <i>Story Attention</i>	133
Gambar 4.69 <i>Mockup</i> Poster A2	134
Gambar 4.70 <i>Mockup Giant banner</i>	135
Gambar 4.71 <i>Mockup Right Rectangle</i>	136
Gambar 4.72 <i>Mockup Go-Screen</i>	137
Gambar 4.73 <i>Mockup</i> Spotify	138
Gambar 4.74 <i>Mockup</i> Instagram <i>Feed Carousel</i>	139
Gambar 4.75 <i>Mockup</i> Instagram <i>Feed Search</i>	141
Gambar 4. 76 <i>Mockup</i> Instagram <i>Story</i>	142
Gambar 4.77 <i>Mockup Landing page</i>	143
Gambar 4.78 <i>Mockup</i> Instagram <i>Ads Action</i>	144
Gambar 4.79 <i>Mockup</i> Instagram <i>Feed Action</i>	146
Gambar 4.80 <i>Mockup</i> Instagram <i>Story Action</i>	147
Gambar 4.81 <i>Mockup Leaflet</i>	149
Gambar 4.82 <i>X-Banner Mockup</i>	150
Gambar 4.83 <i>Mockup</i> Instagram <i>Feed Share</i>	151

Gambar 4.84 *Mockup Merchandise* 152
Gambar 4.85 *Mockup Instagram Twibbon* 154



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A BAP Bimbingan.....	xv
Lampiran B Transkrip Wawancara.....	xvi
Lampiran C Transkrip FGD.....	xviii
Lampiran D Kuesioner.....	xx
Lampiran E Wawancara <i>Online Beta test</i>	xxii
Lampiran F Turnitin.....	xxviii
Lampiran G Tabel-Tabel.....	xxix
Lampiran H Perancangan Karya.....	xxxvi



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA