

**PERANCANGAN KAMPANYE INTERAKTIF UNTUK
MENGATASI KECANDUAN MEROKOK BAGI REMAJA
USIA 15-19 TAHUN**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN TUGAS AKHIR

Clara Anggita

00000048217

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

**PERANCANGAN KAMPANYE INTERAKTIF UNTUK
MENGATASI KECANDUAN MEROKOK BAGI REMAJA**

USIA 15-19 TAHUN



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain (S.Ds.)

Clara Anggita

00000048217

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Clara Anggita
Nomor Induk Mahasiswa : 00000048217
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Tugas Akhir dengan judul:

PERANCANGAN KAMPANYE INTERAKTIF UNTUK MENGATASI KECANDUAN MEROKOK BAGI REMAJA USIA 15-19 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



A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Clara Anggita', is written over a light blue background.

(Clara Anggita)

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

PERANCANGAN KAMPANYE INTERAKTIF UNTUK MENGATASI KECANDUAN MEROKOK BAGI REMAJA USIA 15-19 TAHUN

Oleh

Nama : Clara Anggita
NIM : 00000048217
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Senin, 8 Januari 2024

Pukul 16.00 s.d 16.45 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Frindhinia Medyasepti, S.Sn., M.Sc.
0319098202/E068502

Penguji



Mariska Legia, S.Ds., M.B.A.
0330118701/E083675

Pembimbing



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

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 : Clara Anggita
NIM : 00000048217
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 UNTUK MENGATASI KECANDUAN MEROKOK BAGI REMAJA USIA 15-19 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, 22 Januari 2024

Yang menyatakan,



UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA
(Clara Anggita)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini dengan judul “Perancangan Kampanye Interaktif untuk Mengatasi Kecanduan Merokok Bagi Remaja Usia 15-19 Tahun”. Penulis memilih topik ini sebagai bahan untuk diteliti karena melihat lingkungan sekitarnya banyak yang mengalami kecanduan pada zat nikotin yang disebabkan oleh rokok baik laki-laki maupun perempuan. Zat ini bersifat adiktif yang dapat memberikan efek sementara berupa rasa senang dan ketenangan yang seringkali menjadi awal dari ketergantungan yang sulit diputuskan. Kesadaran akan bahaya rokok terhadap Kesehatan, khususnya paru-paru, memperkuat urgensi masalah ini sehingga diperlukan upaya nyata dalam mengatasi masalah kecanduan merokok di kalangan remaja. Melalui tugas akhir ini, penulis berharap dapat memberikan kontribusi dalam memberikan sumber daya bagi mereka yang ingin mengakhiri kebiasaan merokok.

Keberhasilan dan kelancaran penyelesaian tugas akhir ini tidak terlepas dari kontribusi yang diberikan oleh orang-orang yang telah membantu dan mendukung penulis dalam setiap tahapan perancangan dan penyusunan. Oleh karena itu dengan penuh rasa syukur, penulis ingin menyampaikan ucapan 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. Lia Herna, S.Sn., M.M., sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Dr. Windi Novriani. D. Sp. Paru, sebagai narasumber dokter spesialis paru-paru yang telah memberikan pemahaman dari segi kedokteran mengenai dampak bahaya merokok dan solusi menggantikan rokok.

6. Fitriani Ega Rachmawati, sebagai narasumber psikolog yang telah memberikan pemahaman dan wawasan mengenai perilaku merokok di kalangan anak remaja.
7. Duta, James, Caries, dan Miko sebagai narasumber pelaku perokok remaja yang telah memberikan pandangan terhadap perilaku merokok yang memiliki karakteristik perokok yang berbeda-beda
8. Henri Putra Jaya, pacar saya yang telah memberikan bantuan baik secara material, motivasi dan dukungan yang tiada hentinya selama proses pengerjaan tugas akhir ini.
9. Teman-teman seperjuangan yang telah menemani suka dan duka selama periode bimbingan dan proses pengerjaan tugas akhir.
10. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Semoga dengan adanya tugas akhir ini, dapat menjadi referensi karya dalam mengurangi kecanduan merokok di tengah masyarakat. selain itu penulis berharap kampanye ini dapat menginspirasi banyak individu untuk melibatkan diri dalam perjalanan untuk bebas dari rokok.

Tangerang, 22 Januari 2024

UMMN



(Clara Anggita)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERANCANGAN KAMPANYE INTERAKTIF UNTUK MENGATASI KECANDUAN MEROKOK BAGI REMAJA

USIA 15-19 TAHUN

(Clara Anggita)

ABSTRAK

Perilaku merokok telah menjadi permasalahan serius dalam kesehatan global yang terkait dengan risiko penyakit tidak menular seperti bronkitis kronis, kanker paru-paru, dan gangguan lambung. Jumlah perokok di Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan, mencapai 69,1 juta pada tahun 2021, dengan persentase tertinggi adalah laki-laki. Bahkan pada remaja usia 15-19 tahun, perilaku merokok juga meningkat sebesar 48,2%, dan mereka rentan terhadap kecanduan merokok karena sedang mencari identitas diri. Meskipun mereka menyadari risiko dan bahaya merokok, kampanye anti-merokok yang ada cenderung kurang efektif dalam mencegah mereka merokok. Kecanduan merokok pada remaja dapat mengganggu kebugaran fisik, produktivitas sekolah dan kualitas hidup. Oleh karena itu, solusi yang diajukan adalah perancangan kampanye interaktif yang dapat membantu individu berhenti merokok dan mencegah mereka yang belum terjerat dalam kebiasaan merokok. Kampanye ini akan menggunakan komunikasi dua arah yang melibatkan audiens, dengan tujuan menciptakan pengalaman yang pribadi dan kuat dalam upaya mengurangi kecanduan merokok. Hal sejalan dengan prinsip bahwa audiens cenderung mengambil tindakan ketika merasa terhubung dengan pengalaman yang mereka alami.

Kata kunci: Perilaku merokok, Remaja, kampanye Interaktif, Kecanduan

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

DESIGNING AN INTERACTIVE CAMPAIGN TO OVERCOME SMOKING ADDICTION FOR TEENAGERS

AGE 15-19 YEARS

(Clara Anggita)

ABSTRACT (English)

Smoking behavior has become a serious issue in global health, associated with the risk of non-communicable diseases such as chronic bronchitis, lung cancer, and gastric disorders. The number of smokers in Indonesia has significantly increased, reaching 69.1 million in 2021, with the highest percentage being males. Even among teenagers aged 15-19, smoking behavior has increased by 48.2%, and they are vulnerable to smoking addiction as they are in the process of seeking their identity. Despite their awareness of the risks and dangers of smoking, existing anti-smoking campaigns tend to be less effective in preventing them from smoking. Smoking addiction in teenagers can disrupt physical fitness, school productivity, and quality of life. Therefore, the proposed solution is the design of an interactive campaign that can help individuals quit smoking and prevent those who have not yet been entangled in the smoking habit. This campaign will involve two-way communication with the audience, with the goal of creating a personal and strong experience in reducing smoking addiction. This aligns with the principle that audiences tend to take action when they feel connected to the experience they are going through.

Keywords: *Smoking Behaviour, Teenager, Interactive Campaign, Addictive*

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 ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	iv
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.....	3
1.3 Batasan Masalah.....	3
1.4 Tujuan Tugas Akhir.....	4
1.5 Manfaat Tugas Akhir.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Desain Grafis.....	6
2.1.1 Elemen Desain	6
2.1.2 Prinsip Desain	28
2.2 Kampanye	34
2.2.1 Kampanye.....	34
2.2.2 Jenis Kampanye	35
2.2.3 Strategi Kampanye	37
2.2.4 Media Kampanye.....	39
2.3 Interaktivitas.....	45
2.3.1 Media Interaktif.....	45
2.3.2 Desain Interaktif.....	46

2.4	<i>User Interface (UI) dan User Experience (UX)</i>	49
2.4.1	<i>User Interface (UI)</i>	49
2.4.2	<i>User Experience (UX)</i>	51
2.5	Rokok	52
2.5.1	Kandungan Rokok	53
2.5.2	Jenis Rokok	55
2.5.3	Jenis Perokok	61
2.5.4	Durasi Kecanduan Merokok	62
BAB III METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN		64
3.1	Metodologi penelitian	64
3.1.1	Metode Kualitatif	64
3.2	Metodologi Perancangan	93
BAB IV STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN		96
4.1	Strategi perancangan	96
4.1.1	<i>Empathize</i>	96
4.1.2	<i>Define</i>	97
4.1.3	<i>Ideate</i>	103
4.1.4	<i>Prototype</i>	137
4.1.5	<i>Test</i>	138
4.2	Analisis Perancangan	155
4.2.1	Analisis Desain Tahapan <i>Attention</i>	156
4.2.2	Analisis Desain Tahapan <i>Interest</i>	159
4.2.3	Analisis Desain Tahapan <i>Search</i>	161
4.2.4	Analisis Desain Tahapan <i>Action</i>	163
4.2.5	Analisis Desain Tahapan <i>Share</i>	169
4.3	<i>Budgeting</i>	171
BAB V PENUTUP		173
5.1	Simpulan	175
5.2	Saran	176
DAFTAR PUSTAKA		xii
LAMPIRAN		xvi

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 SWOT kampanye remaja anti rokok.....	77
Tabel 3.2 SWOT kampanye #kerengaksih oleh UNICEF	80
Tabel 3.3 SWOT kampanye duta siswa KTR di Makassar.....	84
Tabel 3.4 SWOT aplikasi quit smoking	87
Tabel 4.1 Target Audiens	97
Tabel 4.2 Perancangan ikon	127
Tabel 4.3 Perencanaan AISAS.....	133
Tabel 4.4 Interval skor likert.....	135
Tabel 4.5 Analisis konten alpha test	136
Tabel 4.6 Analisis Visual alpha test.....	138
Tabel 4.7 Analisis Interaktivitas alpha test	140
Tabel 4.8 Analisis visual beta test.....	147
Tabel 4.9 Analisis konten beta test	149
Tabel 4.10 Analisis interaktivitas beta test	150
Tabel 4.11 Budgeting perancangan.....	164

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Halftone Design</i>	7
Gambar 2.2 Contoh bentuk	8
Gambar 2.3 Warna hangat.....	9
Gambar 2.4 Warna dingin	10
Gambar 2.5 Contoh penggunaan psikologi warna	10
Gambar 2.6 Warna merah	11
Gambar 2.7 Warna oranye	11
Gambar 2.8 Warna kuning	12
Gambar 2.9 Warna hijau	12
Gambar 2.10 Warna biru.....	13
Gambar 2.11 Warna ungu	13
Gambar 2.12 Warna putih	14
Gambar 2.13 Warna hitam	14
Gambar 2.14 Warna monokromatik biru	15
Gambar 2.15 Contoh warna analogus.....	16
Gambar 2.16 Contoh warna <i>complementary</i>	16
Gambar 2.17 Contoh warna <i>triadic</i>	17
Gambar 2.18 Contoh warna <i>tetradic</i>	17
Gambar 2.19 Contoh penggunaan nilai kromatik	18
Gambar 2.20 <i>Baseline</i>	19
Gambar 2.21 <i>Cap height</i>	20
Gambar 2.22 Penggunaan serif dalam font	20
Gambar 2.23 <i>Bowl</i>	21
Gambar 2.24 <i>Descender</i>	21
Gambar 2.25 <i>Stem</i>	21
Gambar 2.26 <i>Tittle</i>	22
Gambar 2.27 <i>Ascender</i>	22
Gambar 2.28 Contoh <i>typeface old style serif</i>	23
Gambar 2.29 Contoh <i>typeface transitional serif</i>	24
Gambar 2.30 Contoh <i>typeface modern serif</i>	24
Gambar 2.31 <i>Typeface jenis sans serif</i>	25
Gambar 2.32 <i>Typeface jenis handwritten</i>	25
Gambar 2.33 <i>Typeface jenis fixed width font</i>	26
Gambar 2.34 <i>Typeface jenis novelty font</i>	26
Gambar 2.35 <i>Typeface jenis dingbats font</i>	27
Gambar 2.36 <i>Leading</i>	28
Gambar 2.37 <i>Kerning</i>	28
Gambar 2.38 Format dalam instagram.....	29
Gambar 2.39 Penggunaan simetri dalam aplikasi	30
Gambar 2.40 Penggunaan asimetris dalam aplikasi	30
Gambar 2.41 Penggunaan hierarki dalam website.....	31
Gambar 2.42 Penggunaan ritme dalam aplikasi.....	31
Gambar 2.43 Konsep gestalt	32
Gambar 2.44 Penggunaan <i>scale</i> dalam aplikasi.....	34

Gambar 2.45 Contoh kampanye produk	36
Gambar 2.46 Contoh kampanye kandidat	36
Gambar 2.47 Contoh kampanye sosial	37
Gambar 2.48 Model AISAS	38
Gambar 2.49 Contoh media <i>print</i>	40
Gambar 2.50 Contoh media <i>motion</i>	40
Gambar 2.51 Contoh media <i>website</i>	41
Gambar 2.52 Contoh media <i>mobile advertising</i>	41
Gambar 2.53 Contoh media <i>unconventional</i>	42
Gambar 2.54 Contoh <i>empathy map</i>	47
Gambar 2.55 Contoh <i>user persona</i>	48
Gambar 2.56 Contoh <i>user journey map</i>	48
Gambar 2.57 Contoh <i>information architecture</i>	49
Gambar 2.58 Contoh <i>wireframe</i>	49
Gambar 2.59 Contoh <i>ikon</i>	50
Gambar 2.60 Contoh <i>button</i>	50
Gambar 2.61 UX <i>Honeycomb</i>	51
Gambar 2.62 Rokok filter	56
Gambar 2.63 Rokok tanpa filter	56
Gambar 2.64 Rokok klobot	57
Gambar 2.65 Rokok kawung	57
Gambar 2.66 Rokok sigaret	58
Gambar 2.67 Rokok Cerutu	58
Gambar 2.68 Rokok putih	59
Gambar 2.69 Rokok kretek	60
Gambar 2.70 Rokok klembak	60
Gambar 3.1 Wawancara dengan Duta.....	64
Gambar 3.2 Wawancara lanjutan dengan Duta.....	67
Gambar 3.3 Wawancara dengan dr. Windi	69
Gambar 3.4 Wawancara dengan Psikolog Ega	72
Gambar 3.5 Kampanye remaja anti rokok	76
Gambar 3.6 Kampanye #kerengaksih oleh UNICEF.....	79
Gambar 3.7 Gambaran <i>chatbot U-Report</i>	79
Gambar 3.8 Kampanye duta siswa KTR.....	82
Gambar 3.9 Spanduk kampanye dampak bahaya merokok	83
Gambar 3.10 Tampilan utama aplikasi <i>Quit Smoking</i>	85
Gambar 3.11 Tampilan program 100 hari dan reward.....	86
Gambar 3.12 Instalasi <i>gym Hermes Fit</i>	89
Gambar 3.13 <i>Gym temporer Hermes Fit</i>	90
Gambar 3.14 Gambaran aplikasi Flo	91
Gambar 3.15 Tampilan <i>insight</i> aplikasi Flo.....	92
Gambar 4.1 <i>User persona</i> primer	99
Gambar 4.2 <i>User persona</i> sekunder.....	101
Gambar 4.3 <i>Empathy Map</i>	103
Gambar 4.4 Logo Komnas PT	104
Gambar 4.5 <i>Mindmapping</i>	107

Gambar 4.6 <i>Moodboard</i>	111
Gambar 4.7 Sketsa alternatif logo.....	114
Gambar 4.8 Logo crack.....	114
Gambar 4.9 <i>Information architecture</i> aplikasi crack.....	116
Gambar 4.10 <i>User flow</i> halaman utama.....	119
Gambar 4.11 <i>User flow</i> perencanaan.....	121
Gambar 4.12 <i>User flow</i> komunitas dan eksplor.....	122
Gambar 4.13 <i>Stylescapes</i>	123
Gambar 4.14 Warna primer.....	124
Gambar 4.15 Warna sekunder.....	124
Gambar 4.16 <i>Typeface</i> inter.....	126
Gambar 4.17 <i>Typeface</i> Dt phudu.....	126
Gambar 4.18 Button.....	129
Gambar 4.19 Grid System.....	130
Gambar 4.20 Low fidelity.....	131
Gambar 4.21 High Fidelity.....	132
Gambar 4.22 Prototyping aplikasi.....	136
Gambar 4.23 Ikon sebelum diperbaiki.....	145
Gambar 4.24 Ikon sesudah diperbaiki.....	146
Gambar 4.25 Area sentuh sebelum diperbaiki.....	147
Gambar 4.26 Area sentuh sesudah diperbaiki.....	147
Gambar 4.27 Desain Billboard.....	155
Gambar 4.28 Desain instagram post attention.....	157
Gambar 4.29 Desain Poster talkshow.....	159
Gambar 4.30 Desain fakta menarik.....	160
Gambar 4.31 Landing page.....	163
Gambar 4.32 Fitur mengatasi keinginan.....	165
Gambar 4.33 Fitur komunitas.....	167
Gambar 4.34 Misi harian.....	169
Gambar 4.35 Poster tahapan share.....	171

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Form Bimbingan Tugas Akhir.....	xvi
Lampiran B Hasil Kuesioner Alpha Test.....	xviii
Lampiran C Hasil Kuesioner Beta Test	xxviii
Lampiran D Hasil Turnitin.....	xxxviii
Lampiran E Transkrip wawancara Duta Sena.....	xl
Lampiran F Transkrip wawancara lanjutan Duta Sena	lvii
Lampiran G Transkrip wawancara dr. Windi Novriani Dwiastiti Sp.P	lxiii
Lampiran H Transkrip wawancara Psikolog Fitriana Ega, M.Psi.....	lxvii



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA