

**PERANCANGAN KAMPANYE IKLAN PENTINGNYA PERAN
ORANG TUA DALAM MENJAGA SUASANA BELAJAR DI
RUMAH**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN TUGAS AKHIR

Chaterine Putri Amelia

0000050806

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

**PERANCANGAN KAMPANYE IKLAN PENTINGNYA PERAN
ORANG TUA DALAM MENJAGA SUASANA BELAJAR DI
RUMAH**



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual

Chaterine Putri Amelia

0000050806

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

2024

i

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Chaterine Putri Amelia
NIM : 00000050806
Program studi : Desain Komunikasi Visual

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir yang berjudul:

**PERANCANGAN KAMPANYE IKLAN PENTINGNYA PERAN ORANG
TUA DALAM MENJAGA SUASANA BELAJAR DI RUMAH**

merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan hasil plagiat, dan tidak pula dituliskan oleh orang lain; Semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya cantumkan dan nyatakan dengan benar pada bagian Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan karya ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi untuk dinyatakan TIDAK LULUS. Saya juga bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang berkaitan dengan tindak plagiarisme ini sebagai kesalahan saya pribadi dan bukan tanggung jawab Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 20/Mei/2024



(Chaterine Putri Amelia)

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir dengan judul

PERANCANGAN KAMPANYE IKLAN PENTINGNYA PERAN ORANG TUA DALAM MENJAGA SUASANA BELAJAR DI RUMAH

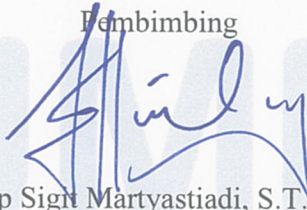
Oleh

Nama : Chaterine Putri Amelia
NIM : 00000050806
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

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

Tangerang, 20 Mei 2024

Pembimbing



Dr.Sn. Yusup Sigit Martyastiadi, S.T., M.Inf.Tech.
0319037807 / 023902

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual



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

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

PERANCANGAN KAMPANYE IKLAN PENTINGNYA PERAN ORANG TUA DALAM MENJAGA SUASANA BELAJAR DI RUMAH

Oleh

Nama : Chaterine Putri Amelia
NIM : 00000050806
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Selasa, 28 Mei 2024
Pukul 09:45 s.d 10:30 dan dinyatakan
LULUS

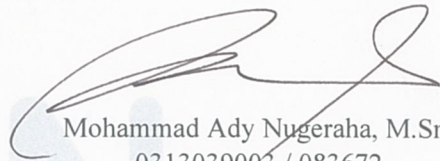
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



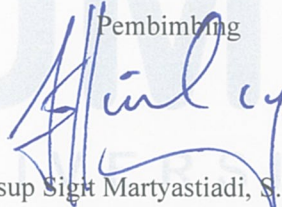
Muhammad Nabil Oktanuryansyah, M.Ds.
0319109601 / 081434

Penguji



Mohammad Ady Nugeraha, M.Sn.
0313039003 / 083672

Pembimbing



Dr.Sn. Yusup Sigit Martyastiadi, S.T., M.Inf.Tech.
0319037807 / 023902

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual



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

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Chaterine Putri Amelia
NIM : 00000050806
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : S1
Judul Karya Ilmiah : Perancangan Kampanye Iklan Pentingnya
Peran Orang Tua dalam Menjaga Suasana
Belajar di Rumah

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



(Chaterine Putri Amelia)

** 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 Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat dan rahmat-Nya, bisa diizinkan untuk menyelesaikan penulisan Proposal Tugas Akhir ini. Tugas Akhir ini bertujuan untuk memberikan solusi dan mengubah perilaku orang tua dalam menjaga suasana belajar di rumah. Penyusunan laporan ini tidak akan mencapai tujuannya tanpa bantuan dari berbagai pihak yang membantu untuk membimbing penulis sampai akhir. Maka dari itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

Mengucapkan terima kasih

1. Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Muhammad Cahya Mulya Daulay, S.Sn., M.Ds., selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A., selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Dr.Sn. Yusup Sigit Martyastiadi, S.T., M.Inf.Tech., sebagai Pembimbing pertama 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. Eva Nila Krisnawati, S.Psi., M.Psi., sebagai Psikolog Anak di Bandar Lampung yang telah memberikan waktunya untuk dimintai wawancara.

Semoga karya ilmiah ini dapat berguna bagi pihak-pihak terkait dalam meningkatkan hal-hal positif. Semoga karya ini bisa menjadi referensi orang lain dalam menciptakan karya sejenis dan lebih baik.

Tangerang, 20 Mei 2024



(Chaterine Putri Amelia)

PERANCANGAN KAMPANYE IKLAN PENTINGNYA PERAN ORANG TUA DALAM MENJAGA SUASANA BELAJAR DI RUMAH

(Chaterine Putri Amelia)

ABSTRAK

Kegiatan belajar di rumah adalah kegiatan yang sudah menjadi kebiasaan masyarakat Indonesia terutama seseorang yang sedang menempuh pendidikan. Namun, masih banyak siswa yang mengaku bahwa mereka tidak nyaman untuk belajar di rumah. Peran orang tua menjadi penting untuk membantu anak dan menciptakan suasana belajar yang kondusif. Sudah banyak media informasi yang memberikan informasi kepada orang tua tentang masalah ini. Namun, sayangnya orang tua masih belum membuat perubahan yang signifikan. Berdasarkan data yang dikumpulkan melalui metode penelitian kualitatif dan kuantitatif, orang tua dan anak mempunyai pengertian tentang suasana belajar kondusif yang berbeda-beda. Setelah melakukan wawancara dengan ahlinya, dapat disimpulkan cara mengatasi masalah ini adalah dengan membangun hubungan paling dasar antara anak dan orang tua. Komunikasi, kepercayaan, dan keterbukaan adalah hubungan dasar yang harus dibangun antara orang tua dan anak. Maka dari itu, diperlukan media persuasi berupa kampanye iklan untuk membantu menyelesaikan masalah ini dengan menggunakan metode perancangan *Advertising by Design* Robin Landa (2010).

Kata kunci: kondusif, belajar di rumah, peran orang tua

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

**ADVERTISING CAMPAIGN DESIGN THE IMPORTANCE OF
THE ROLE OF PARENTS IN MAINTAINING A LEARNING
ATMOSPHERE AT HOME**

(Chaterine Putri Amelia)

ABSTRACT

Studying at home is an activity that has become a habit of Indonesian people, especially someone who is studying. However, there are still many students who admit that they are not comfortable studying at home. The role of parents is important to help children and create a conducive learning atmosphere. There are many information media that provide information to parents about this problem. However, unfortunately parents still haven't made significant changes. Based on data collected through qualitative and quantitative research methods, parents and children have different understandings of a conducive learning atmosphere. After conducting interviews with experts, it can be concluded that the way to overcome this problem is to build the most basic relationship between children and parents. Communication, trust and openness are the basic relationships that must be built between parents and children. Therefore, persuasion media is needed in the form of an advertising campaign to help solve this problem by using the Advertising by Design Robin Landa (2010) design method.

Keywords: *condusive, study at home, the role of parents*

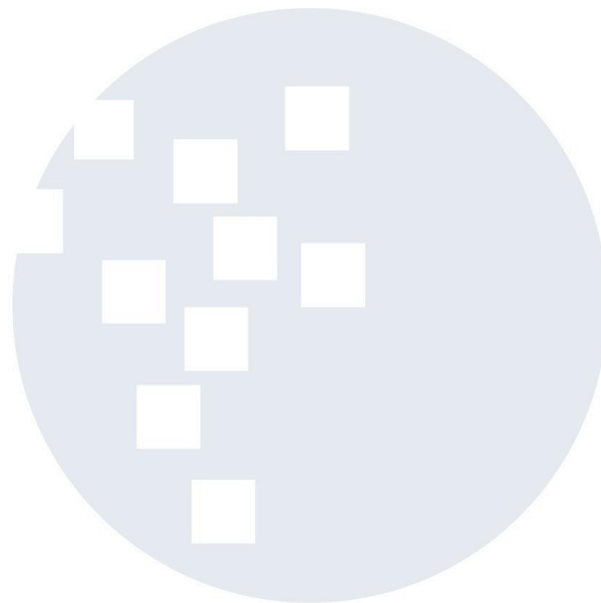
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah	2
1.4 Tujuan Tugas Akhir	3
1.5 Manfaat Tugas Akhir	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Komunikasi Persuasif	5
2.1.1 Proses Komunikasi Persuasif	5
2.1.2 Model Respon Kognitif	6
2.2 Kampanye	6
2.2.1 Tujuan Kampanye	7
2.2.2 Elemen Desain Kampanye	7
2.3 AISAS	20
2.4 Suasana Kondusif Belajar	21
2.4.1 Tujuan Suasana Kondusif Belajar	22
2.4.2 Cara Menciptakan Suasana Kondusif Belajar	22
2.5 Perkembangan Psikolog Anak	23
2.5.1 Perkembangan Fisik	23

2.5.2	Perkembangan Kognitif.....	23
2.5.3	Perkembangan Bahasa dan Komunikasi.....	24
2.5.4	Perkembangan Sosial dan Emosional	24
2.5.5	Perkembangan Identitas dan Kemandirian	24
2.5.6	Konteks Budaya dan Sosial.....	24
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		25
3.1	Metode Pengumpulan Data	25
3.1.1	Wawancara	25
3.1.2	<i>Focus Group Discussion</i>	27
3.1.3	Kuesioner	29
3.1.4	Studi Eksisting.....	33
3.1.5	Studi Referensi	34
3.2	Metode Perancangan.....	36
BAB IV STRATEGI & ANALISIS PERANCANGAN.....		38
4.1	Strategi Perancangan	38
4.1.1	<i>Overview</i>	38
4.1.2	<i>Strategy</i>	42
4.1.3	<i>Ideas</i>	44
4.1.4	<i>Design</i>	48
4.1.5	<i>Production</i>	83
4.1.6	<i>Implementation</i>	89
4.2	Analisis Perancangan	96
4.2.1	<i>Analisis Beta Test</i>	98
4.2.2	<i>Analisis Desain Instagram Post</i>	103
4.2.3	<i>Analisis Desain Instagram Story</i>	104
4.2.4	<i>Analisis Desain Card Game</i>	105
4.2.5	<i>Analisis Desain Billboard</i>	107
4.2.6	<i>Analisis Desain X-Banner</i>	108
4.2.7	<i>Analisis Desain Merchandise</i>	109
4.3	<i>Budgeting</i>	109
BAB V PENUTUP.....		111
5.1	Simpulan.....	111

5.2 Saran	112
DAFTAR PUSTAKA	113
LAMPIRAN	116



UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Data Demografis Responden Kuisisioner.....	29
Tabel 3.2 Data Pengalaman Responden Kuisisioner	30
Tabel 3.3 Data Cara Meningkatkan Kepekaan Resoponden Kuisisioner.....	32
Tabel 4. 1 Tabel Akar Masalah	38
Tabel 4. 2 Tabel Identifikasi Segmentasi	40
Tabel 4. 3 <i>Timeline</i> Audiens dan Media	43
Tabel 4. 4 Tabel Ide dan Konsep Perancangan	45
Tabel 4. 5 <i>Grid</i>	61
Tabel 4. 6 <i>Timeline</i> Kampanye	83
Tabel 4. 7 Interval	90
Tabel 4. 8 <i>Alpha Test</i> Kuisisioner Visual	90
Tabel 4. 9 <i>Alpha Test</i> Kuisisioner Konten.....	93
Tabel 4. 10 <i>Beta Test</i> Kuisisioner Visual	99
Tabel 4. 11 <i>Beta Test</i> Kuisisioner Konten	101
Tabel 4. 12 <i>Budgeting</i>	109



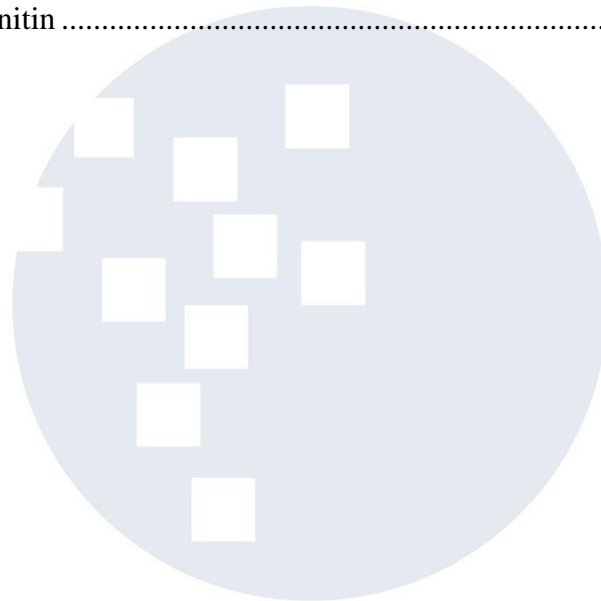
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Komunikasi Persuasif Carl Hovland.....	6
Gambar 2.2 Model Respon Kognitif Greenwald	6
Gambar 2.3 Warna Primer	8
Gambar 2.4 Warna Sekunder	8
Gambar 2.5 Warna Tersier.....	9
Gambar 2.6 Color Wheel	9
Gambar 2.7 Hue	10
Gambar 2.8 Saturation	10
Gambar 2.9 Value.....	10
Gambar 2.10 Tipografi Tanpa Mood	11
Gambar 2.11 Tipografi Tanpa Mood	11
Gambar 2.12 Helvetica 1957.....	12
Gambar 2.13 Helvetica.....	12
Gambar 2.14 Helvetica Typeface	13
Gambar 2.15 Wordmark Logo	13
Gambar 2.16 Lettermark Logo.....	14
Gambar 2.17 Pictorial Mark Logo.....	14
Gambar 2.18 Abstract Mark Logo	15
Gambar 2.19 Emblem Mark Logo.....	15
Gambar 3. 1 Wawancara Psikolog Anak	25
Gambar 3. 2 Focus Group Discussion	27
Gambar 3. 3 Video Edukasi “Panduan Orang Tua Mendampingi Anak Belajar dari Rumah”	33
Gambar 3. 4 Kampanye “Parents Play an Important Role in Their Child’s Education”	34
Gambar 3. 5 Kampanye “Give Your Child a Helping Hand”.....	35
Gambar 3. 6 Kampanye “Positive Parent Campaign – Raise Your Child with Love, not Excessive”.....	36
Gambar 4. 1 User Persona.....	41
Gambar 4. 2 Mindmap Perancangan	45
Gambar 4. 3 Moodboard	46
Gambar 4. 4 Warna Visual dari Perancangan	47
Gambar 4. 5 Font Tipografi	48
Gambar 4. 6 Proses Perancangan Alternatif Karakter Desain Satu	49
Gambar 4. 7 Proses Perancangan Alternatif Karakter Desain Dua.....	50
Gambar 4. 8 Proses Perancangan Alternatif Karakter Desain Tiga	51
Gambar 4. 9 Proses Perancangan Alternatif Karakter Desain Final	51
Gambar 4. 10 Proses Perancangan Alternatif Supergrafik Satu	52
Gambar 4. 11 Proses Perancangan Alternatif Supergrafik Dua.....	53

Gambar 4. 12 Proses Perancangan Alternatif Supergrafik Tiga	53
Gambar 4. 13 Proses Perancangan Alternatif Supergrafik Final	54
Gambar 4. 14 Proses Perancangan Alternatif Supergrafik Vektor	54
Gambar 4. 15 <i>Coloring</i>	55
Gambar 4. 16 Sketsa Logo	56
Gambar 4. 17 Alternatif Logo	56
Gambar 4. 18 Logo Final	57
Gambar 4. 19 Sketsa Karakter	58
Gambar 4. 20 Digitalisasi dan Ekspresi Logo.....	58
Gambar 4. 21 Sketsa <i>Key Visual</i> Kedua	59
Gambar 4. 22 Digitalisasi Supergrafis	60
Gambar 4. 23 Variasi Warna Supergrafis	60
Gambar 4. 24 <i>Grid Layout</i> Konten Pertama	62
Gambar 4. 25 <i>Grid Layout</i> Konten Kedua	62
Gambar 4. 26 <i>Grid Layout</i> Konten Ketiga.....	63
Gambar 4. 27 <i>Welcoming Instagram Post Content</i>	64
Gambar 4. 28 <i>Grid Layout</i> Konten Keempat	64
Gambar 4. 29 <i>Grid Layout</i> Konten Kelima.....	65
Gambar 4. 30 <i>Grid Layout</i> Konten Keenam	65
Gambar 4. 31 <i>Grid Layout</i> Konten Ketujuh.....	66
Gambar 4. 32 <i>Grid Layout</i> Konten Kedelapan	66
Gambar 4. 33 <i>Grid Layout</i> Konten Kesembilan	67
Gambar 4. 34 <i>Informative Instagram Post Content</i>	67
Gambar 4. 35 <i>Grid Layout</i> Konten Kesepuluh	68
Gambar 4. 36 <i>Persuasive Instagram Post Content</i>	68
Gambar 4. 37 <i>Instagram Story Content</i>	70
Gambar 4. 38 <i>Grid Layout</i> Kartu Permainan	72
Gambar 4. 39 Isi <i>Card Game</i>	78
Gambar 4. 40 <i>Grid Layout Billboard</i>	78
Gambar 4. 41 <i>Grid Layout X-Banner</i>	79
Gambar 4. 42 <i>Tumbler</i>	80
Gambar 4. 43 <i>Baju</i>	81
Gambar 4. 44 <i>Keychain</i>	82
Gambar 4. 45 <i>Notebook</i>	82
Gambar 4. 46 <i>Instagram Post Mockup</i>	85
Gambar 4. 47 <i>Instagram Story</i>	86
Gambar 4. 48 <i>Card Game Mockup</i>	87
Gambar 4. 49 <i>Billboard Mockup</i>	88
Gambar 4. 50 <i>X-Banner Mockup</i>	88

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Screenshot BAP	116
Lampiran B Kuisisioner.....	118
Lampiran C Transkrip Focus Group Discussion.....	122
Lampiran D Transkrip Wawancara.....	126
Lampiran E Kuisisioner Alpha Test	129
Lampiran F Kuisisioner Beta Test.....	135
Lampiran G Turnitin	141



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA