

**PERANCANGAN *WEBSITE* KAMPANYE ANCAMAN
PHISHING PADA PLATFORM DIGITAL**



LAPORAN TUGAS AKHIR

Enrique Carlos Vito

00000053635

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS SENI DAN DESAIN
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025**

**PERANCANGAN *WEBSITE* KAMPANYE ANCAMAN
PHISHING PADA PLATFORM DIGITAL**



LAPORAN TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual**

**Enrique Carlos Vito
00000053635**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS SENI DAN DESAIN
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025**

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Enrique Carlos Vito
Nomor Induk Mahasiswa : 00000053635
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa ~~Tesis/Skripsi/ Tugas Akhir/Laporan
Magang/MBKM*~~ (coret yang tidak dipilih) saya yang berjudul:

PERANCANGAN *WEBSITE* KAMPANYE ANCAMAN *PHISHING* PADA PLATFORM DIGITAL

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 penyimpangan dan penyalahgunaan dalam proses penulisan dan penelitian ini, 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, 17 Desember 2024



Enrique Carlos Vito

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul
**PERANCANGAN *WEBSITE* ANCAMAN *PHISHING* PADA
PLATFORM DIGITAL**

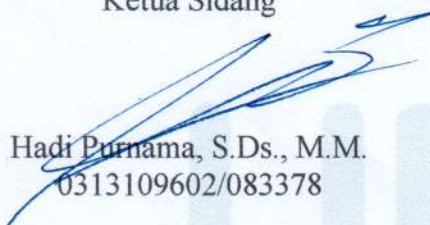
Oleh

Nama Lengkap : Enrique Carlos Vito
Nomor Induk Mahasiswa : 00000053635
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

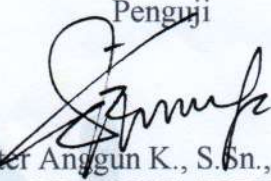
Telah diujikan pada hari Jumat, 3 Januari 2025
Pukul 13.45 s.d. 14.30 WIB dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

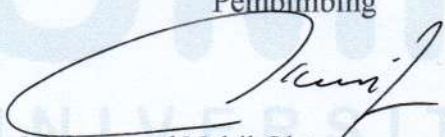
Ketua Sidang


Hadi Purnama, S.Ds., M.M.
0313109602/083378

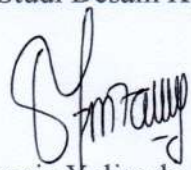
Penguji


Ester Anggun K., S.Sn., M.Ds.
0325039401/077724

Pembimbing


Muhammad Nabil Oktanuryansyah, M.Ds.
0319109601/081434

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual


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

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Enrique Carlos Vito
Nomor Induk Mahasiswa : 00000053635
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : ~~D3~~/ S1/ ~~S2~~* (*coret yang tidak dipilih)
Judul Karya Ilmiah : PERANCANGAN *WEBSITE* KAMPANYE
ANCAMAN *PHISHING* PADA
PLATFORM DIGITAL

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia* (pilih salah satu):

- ☒ Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- ☐ Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*) **.
- ☐ Lainnya, pilih salah satu:
 - ☐ Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
 - ☐ Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 17 Desember 2024



Enrique Carlos Vito

* Pilih salah satu

** Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/ HKI, 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-Nya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan judul *Perancangan Website Kampanye Ancaman Phishing Pada Platform Digital*.

Penipuan yang terjadi dalam bentuk *phishing* ini penulis angkat menjadi tugas akhir karena kasus *phishing* telah banyak terjadi dan merugikan banyak pihak. Oleh karena itu, penulis tergerak untuk melakukan perancangan kampanye interaktif untuk meningkatkan kesadaran mengenai *phishing* yang diharapkan dapat mengedukasi banyak pihak dan mengurangi jumlah korban yang dirugikan. Penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. Andrey Andoko, 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. Muhammad Nabil Oktanuryansyah, M.Ds., selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Teman dan kerabat yang telah membantu dan memberikan motivasi selama proses pembuatan tugas akhir ini.

Semoga tugas akhir ini dapat memenuhi kebutuhan akademis penulis dalam menyelesaikan jenjang perkuliahan.

Tangerang, 17 Desember 2024



Enrique Carlos Vito

PERANCANGAN *WEBSITE* KAMPANYE ANCAMAN

PHISHING PADA PLATFORM DIGITAL

Enrique Carlos Vito

ABSTRAK

Phishing telah menjadi salah satu modus *cybercrime* yang banyak memakan korban di tengah perkembangan teknologi yang pesat ini. Modus *phishing* ini mengelabui korban untuk memberikan informasi pribadi mereka kedalam jebakan pelaku. *Phishing* disebarkan melalui internet dalam bentuk *E-mail*, *link*, dan *file-file* jebakan yang dikirimkan melalui media sosial bermoduskan bukti pengiriman paket, foto undangan nikah, surat tilang, hingga pengumuman resmi dari bank. Data Indonesia Data Abuse Exchange pada awal tahun 2024 menjelaskan 85% dari 3.487 laporan yang ada dikategorikan sebagai *phishing*. Hal ini terjadi karena rendahnya tingkat literasi digital Indonesia jika dibandingkan dengan negara-negara ASEAN. Kalangan muda menjadi kelompok usia terbanyak yang termasuk kedalam korban *phishing*. Berdasarkan data yang ada, diperlukan adanya bentuk edukasi untuk meningkatkan kesadaran mengenai ancaman *phishing* karena kurangnya pengetahuan anak muda dalam menangani fenomena *phishing*. *Project Process* dari Roblin Landa (2010) menjelaskan enam tahapan dalam merancang suatu perancangan kreatif untuk membuat sebuah kampanye interaktif yang dapat mengedukasi isu *phishing* dan pencegahannya untuk menekan ancaman *phishing* pada platform digital.

Kata kunci: *phishing*, kampanye interaktif, *cybercrime*, penipuan

DESIGNING A CAMPAIGN WEBSITE ABOUT PHISHING THREATS ON DIGITAL PLATFORM

Enrique Carlos Vito

ABSTRACT (English)

Phishing have become a significant threat in this digital era. Phishing attempts are trying to manipulate the victim to give their personal information to the phisher. The manipulation made by using fake E-mails, fake links, and fake chats with the airway bills, wedding invitation, or letter from banks as their cover. This issue has been concerning for Indonesian young people. Data collected by Indonesia Data Abuse Exchange in 2024 describes the huge amount of phishing attempts did in 2024 with 85% of the reported issue were phishing. Indonesian's digital literacy said to be low compared to other ASEAN country. This research study the phishing issue in Indonesia and developing an interactive campaign to educate the public about the dangers of phishing and how to avoid phishing attempts. Referring to Robin Landa's (2010) Project Process, six phases are conducted in this research to create an interactive campaign in order to reduce the victims made by phishing attempts on digital platform.

Keywords: *phishing, interactive campaign, cybercrime, scam*



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT (English)</i>	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah	3
1.4 Tujuan Tugas Akhir	3
1.5 Manfaat Tugas Akhir	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Kampanye	5
2.1.1 Jenis Kampanye	5
2.1.2 Media Kampanye	6
2.1.3 Strategi Kampanye	7
2.1.4 Prinsip Kampanye	8
2.2 Elemen dan Prinsip Desain Media Digital	9
2.2.1 Warna	10
2.2.2 Interaktifitas	10
2.2.3 Elemen Desain dalam <i>Website</i>	11
2.3 <i>Phishing</i>	13
2.3.1 Jenis <i>Phishing</i>	13
2.3.2 Bahaya <i>Phishing</i>	16
2.4 Penelitian yang Relevan	16
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN	18

3.1 Subjek Perancangan	18
3.2 Metode dan Prosedur Perancangan	19
3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan	21
3.3.1 Observasi	22
3.3.2 Wawancara	22
3.3.3 <i>Focus Group Discussion</i>	27
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN	30
4.1 Hasil Perancangan	30
4.1.1 <i>Overview</i>	30
4.1.2 <i>Strategy</i>	49
4.1.3 <i>Ideas</i>	61
4.1.4 <i>Design</i>	68
4.1.5 <i>Production</i>	78
4.1.6 <i>Implementation</i>	96
4.1.7 <i>Kesimpulan Perancangan</i>	98
4.2 Pembahasan Perancangan	98
4.2.1 <i>Analisis Beta Test</i>	99
4.2.2 <i>Analisis Desain Website</i>	100
4.2.3 <i>Analisis Desain Media Sekunder</i>	107
4.2.4 <i>Anggaran Kampanye</i>	112
BAB V PENUTUP	114
5.1 <i>Simpulan</i>	114
5.2 <i>Saran</i>	115
DAFTAR PUSTAKA	xiv
LAMPIRAN	xvi

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan.....	17
Tabel 4.1 SWOT Kampanye <i>Don't Know? Kasih No!</i>	32
Tabel 4.2 Demografi Responden.....	38
Tabel 4.3 Pertanyaan Pilihan Mengenai <i>Phishing</i>	40
Tabel 4.4 Pertanyaan Pilihan Mengenai <i>Phishing</i>	40
Tabel 4.5 Pertanyaan Skala Likert Mengenai <i>Phishing</i>	42
Tabel 4.6 Pertanyaan Terbuka Mengenai <i>Phishing</i>	44
Tabel 4.7 Pertanyaan Pilihan Mengenai Kampanye	45
Tabel 4.8 Pertanyaan Skala Likert Mengenai Kampanye	46
Tabel 4.9 SWOT Kampanye	50
Tabel 4.10 Profil Badan Sandi dan Siber Negara	52
Tabel 4.11 Profil Telkomsel.....	52
Tabel 4.12 Identitas Kampanye.....	53
Tabel 4.13 <i>Creative Brief</i>	54
Tabel 4.14 <i>Media Planning</i>	54
Tabel 4.15 Distribusi <i>Freebies</i>	57
Tabel 4.16 Timeline Pelaksanaan Kampanye	58
Tabel 4.17 <i>Keyword</i>	63
Tabel 4.18 <i>Big Idea</i>	64
Tabel 4.19 Pengaturan Ukuran <i>Website</i>	79
Tabel 4.20 <i>Button</i>	83
Tabel 4.21 Pengaturan Ukuran <i>Game</i>	91
Tabel 4.22 Anggaran Kampanye.....	113

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Skema Metode AISAS	7
Gambar 2.2 Skema Kampanye Ostergaard	9
Gambar 2.3 Perbedaan Warna	10
Gambar 2.4 Konten Interaktif	11
Gambar 2.5 Contoh <i>E-mail Phishing</i>	14
Gambar 2.6 Contoh <i>Web Phishing</i>	15
Gambar 2.7 Contoh <i>Spear Phishing</i>	15
Gambar 2.8 Contoh <i>Phishing</i> Melalui Platform Digital	16
Gambar 4.1 Contoh Bentuk <i>Phishing</i>	31
Gambar 4.2 Wawancara dengan Ujang Rusdianto	33
Gambar 4.3 FGD.....	47
Gambar 4.4 <i>User Persona</i>	51
Gambar 4.5 <i>Information Architecture</i>	60
Gambar 4.6 <i>User Flow</i>	61
Gambar 4.7 <i>Mindmap</i>	62
Gambar 4.8 <i>Moodboard</i>	65
Gambar 4.9 Tipografi.....	66
Gambar 4.10 <i>Color Pallete</i>	67
Gambar 4.11 Sketsa Alternatif.....	68
Gambar 4.12 Sketsa Logo Kampanye.....	69
Gambar 4.13 Digitalisasi Logo Kampanye.....	69
Gambar 4.14 Pengaturan <i>Layer Effect</i> Logo Kampanye	70
Gambar 4.15 Logo Kampanye Final.....	71
Gambar 4.16 <i>Layer Effect</i> pada Logo <i>Game</i>	71
Gambar 4.17 Digitalisasi Logo <i>Game</i>	72
Gambar 4.18 Logo <i>Game</i> Final.....	72
Gambar 4.19 Pengaturan <i>Layer Effect</i> Tipografi	73
Gambar 4.20 Tipografi Final.....	73
Gambar 4.21 Sketsa Ilustrasi.....	74
Gambar 4.22 Digitalisasi dan Final.....	75
Gambar 4.23 Ikon.....	75
Gambar 4.24 Ikon Final	75
Gambar 4.25 Sesi Fotografi	76
Gambar 4.26 Aset Fotografi Final	77
Gambar 4.27 <i>Low Fidelity Website</i>	78
Gambar 4.28 <i>Frame Website</i>	78
Gambar 4.29 <i>Modular Grid Website</i>	79
Gambar 4.30 Proses Perancangan <i>Button Shortcut</i>	80
Gambar 4.31 Proses Perancangan <i>Banner Event</i>	81
Gambar 4.32 Proses Perancangan <i>Banner Headline</i>	82

Gambar 4.33 Proses Perancangan Supergrafis.....	84
Gambar 4.34 Proses Perancangan <i>Header-Footer</i>	85
Gambar 4.35 <i>High Fidelity Website - Homepage</i>	86
Gambar 4.36 <i>High Fidelity Website – Informasi Acara</i>	87
Gambar 4.37 <i>High Fidelity Website – FAQ</i>	88
Gambar 4.38 <i>High Fidelity Website – Phishing</i>	89
Gambar 4.39 <i>High Fidelity Website – About Us</i>	90
Gambar 4.40 <i>Modular Grid Game</i>	91
Gambar 4.41 <i>High Fidelity Game</i>	92
Gambar 4.42 Media Sekunder <i>Attention-Interest</i>	93
Gambar 4.43 Media Sekunder <i>Action</i>	94
Gambar 4.44 Media Sekunder <i>Share</i>	95
Gambar 4.45 Konten Video Durasi Pendek (<i>Share</i>).....	95
Gambar 4.46 <i>Prototype Day</i>	96
Gambar 4.47 Grafik <i>UEQ</i> hasil <i>Alpha Test</i>	97
Gambar 4.48 Grafik <i>UEQ</i> hasil <i>Beta Test</i>	99
Gambar 4.49 Warna pada <i>Website</i>	100
Gambar 4.50 Warna pada <i>Footer</i>	101
Gambar 4.51 Tipografi pada <i>Website</i>	101
Gambar 4.52 Tipografi <i>Headline</i>	102
Gambar 4.53 Elemen Visual Pada <i>Website</i>	103
Gambar 4.54 <i>Modular Grid</i> pada <i>Website</i>	104
Gambar 4.55 Urutan pada <i>Website</i>	105
Gambar 4.56 Keseimbangan pada <i>Website</i>	106
Gambar 4.57 Penekanan pada <i>Banner Event</i>	106
Gambar 4.58 Penekanan pada <i>Website</i>	107
Gambar 4.59 <i>Printed Media</i>	108
Gambar 4.60 Penekanan pada <i>Printed Media</i>	109
Gambar 4.61 Konten Video Pendek - <i>Interest</i>	109
Gambar 4.62 Analisa Konten Video Pendek	110
Gambar 4.63 <i>Activity Booth</i>	111
Gambar 4.64 <i>Freebies</i>	111
Gambar 4.65 Konten Video Pendek - <i>Share</i>	112

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Hasil Persentase Turnitin.....	xvi
Lampiran Form Bimbingan & Spesialis	xxi
Lampiran <i>Non-Disclosure Agreement</i>	xxiii
Lampiran Kuesioner.....	xxxi
Lampiran Transkrip Wawancara.....	xliv

