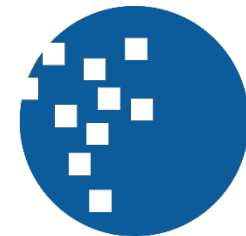


**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL MENGENAI
PENCEGAHAN TERKENA WASIR BAGI DEWASA MUDA**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN TUGAS AKHIR

Christian Farel

00000053839

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

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL MENGENAI
PENCEGAHAN TERKENA WASIR BAGI DEWASA MUDA**



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual

Christian Farel

00000053839

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 : Christian Farel

Nomor Induk Mahasiswa : 00000053839

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa ~~Tesis/ Skripsi/ Tugas Akhir/ Laporan~~
~~Magang/ MBKM*~~ saya yang berjudul:

PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL MENGENAI PENCEGAHAN TERKENA WASIR BAGI DEWASA MUDA

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



(Christian Farel)

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL MENGENAI PENCEGAHAN TERKENA WASIR BAGI DEWASA MUDA

Oleh

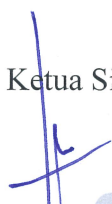
Nama Lengkap : Christian Farel
Nomor Induk Mahasiswa : 00000053839
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Rabu, 8 Januari 2025
Pukul 15.15 s.d. 16.00 WIB dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

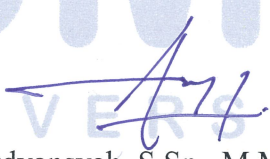
Ketua Sidang


Dr. Suwito Casande, S.Sn., M.Ds.
0330117501/081436

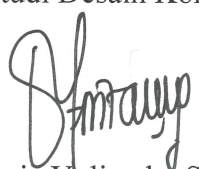
Penguji


Rani Aryani Widjono, S.Sn., M.Ds.
0310019201/023987

Pembimbing


Ardyansyah, S.Sn., M.M., M.Ds.
0318127603/L00011

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 : Christian Farel
Nomor Induk Mahasiswa : 00000053839
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : D3/ S1/ S2
Judul Karya Ilmiah : **PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL**

MENGENAI PENCEGAHAN TERKENA WASIR BAGI DEWASA MUDA

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



(Christian Farel)

* 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 atas berkat dan penyertaan-Nya selama penyusunan laporan Tugas Akhir penulis yang berjudul “Perancangan Kampanye Sosial Mengenai Perubahan Gaya Hidup Sebagai Pencegahan Terkena Wasir Bagi Dewasa Muda”. Pemilihan topik ini didasari karena keinginan penulis untuk mengetahui pencegahan terkena wasir bagi dewasa muda. Permasalahan ini menjadi masalah yang penting karena dewasa muda sering mengabaikan gejala dan gaya hidup yang memiliki efek negatif di masa yang akan datang. Oleh sebab itu, penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai permasalahan ini sebagai media pembelajaran dalam membantu menyelesaikan permasalahan sosial ini dengan pendekatan desain komunikasi visual.

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. Ardyansyah, S.Sn., M.M., M. Ds., selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Chara Susanti, S.ds., M. Ds., selaku narasumber dalam bimbingan spesialis tugas akhir ini.
6. dr. Franky Mainza Zulkarnain, Sp.B., selaku dokter spesialis bedah umum yang telah memberikan *Insight* mengenai topik perancangan ini.
7. Nazwa Amalia Ramadhani, selaku narasumber yang telah memberikan informasi sebagai penderita mengenai topik perancangan ini.
8. Gabriel Frederick Tan, selaku narasumber yang telah memberikan informasi sebagai penderita mengenai topik perancangan ini.
9. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Semoga karya ilmiah ini dapat memberikan dampak positif kepada para pembaca. Akhir kata, penulis berterima kasih kepada pembaca yang telah meluangkan waktunya membaca perancangan Tugas Akhir ini.

Tangerang, 17 Desember 2024



(Christian Farel)



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL MENGENAI PENCEGAHAN TERKENA WASIR BAGI DEWASA MUDA

Christian Farel

ABSTRAK

Wasir atau Hemoroid merupakan pembengkakan atau pelebaran pembuluh darah yang terjadi pada bagian akhir usus besar atau anus. Wasir merupakan penyakit yang tidak membahayakan dan tidak menular, namun bagi penderita wasir ini merupakan penyakit yang menderita. Wasir dapat menyerang semua kategori, baik usia, kelamin, dan lainnya. Namun, masih banyak masyarakat yang belum peduli terhadap penyakit wasir, terutama umur dewasa muda. Hal ini didominasi karena dewasa muda merupakan kelompok usia produktif, dan banyak menghabiskan waktu untuk bekerja dan terbawa oleh arus gaya hidup. Gaya hidup yang saat ini diikuti membuat dewasa muda melupakan gaya hidup yang baik dan benar. Maka, kesadaran akan gaya hidup sehat merupakan salah satu pencegahan agar dewasa muda tidak terkena wasir. Oleh sebab itu, diperlukan sebuah perancangan berupa media persuasi yaitu kampanye sosial untuk mengedukasi topik penelitian ini. Proses perancangan kampanye sosial ini menggunakan metode perancangan kampanye oleh Robin Landa dalam bukunya yang berjudul *Advertising by Design*. Hasil perancangan berupa media visual kampanye dan media sekunder lainnya.

Kata kunci: kampanye sosial, gaya hidup, wasir, dewasa muda



SOCIAL CAMPAIGN AS A PREVENTION OF HEMORRHOIDS FOR YOUNG ADULTS

Christian Farel

ABSTRACT (English)

Hemorrhoids are the swelling or dilation of blood vessels that occur at the end of the large intestine or anus. Hemorrhoids are not a dangerous or contagious disease, but for sufferers, it is a painful condition. Hemorrhoids can affect all categories, regardless of age, gender, and others. However, many people, especially young adults, are still unaware of hemorrhoids. This is largely because young adults are a productive age group, often spending a lot of time working and being influenced by lifestyles. The lifestyles often cause young adults to forget healthy lifestyle practices. Therefore, awareness of a healthy lifestyle is one way to prevent hemorrhoids among young adults. Thus, there is a need for the design of a persuasive medium in the form of a social campaign to educate people about this issue. The process of designing this social campaign follows the campaign design method by Robin Landa in her book Advertising by Design. The final design includes visual campaign media and other secondary media.

Keywords: social campaign, lifestyle, hemorrhoid, young adult

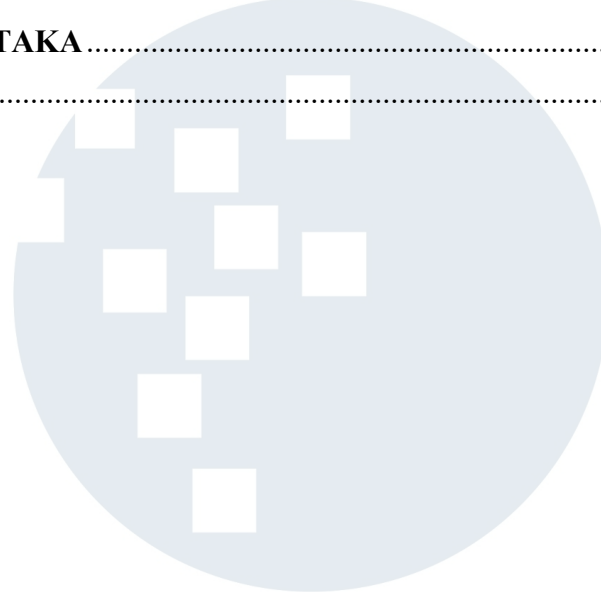


DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT (English)</i>.....	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	3
1.4 Tujuan Tugas Akhir	3
1.5 Manfaat Tugas Akhir	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	4
2.1 Kampanye Sosial.....	4
2.1.1 Tujuan Kampanye Sosial	4
2.1.2 Penentuan Tujuan.....	5
2.1.3 Ruang Lingkup Kampanye.....	5
2.1.4 Strategi Kampanye Sosial	6
2.1.5 <i>Copy Writing</i>	6
2.2 Media Sosial	8
2.2.1 Prinsip Media Sosial	8
2.2.2 Desain Grafis	9
2.3 Wasir	26
2.3.1 Gejala	26
2.3.2 Derajat	27

2.3.3 Pencegahan	27
2.3.4 Pengobatan	27
2.4 Penelitian yang Relevan	28
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN	30
3.1 Subjek Perancangan	30
3.2 Metode dan Prosedur Perancangan	31
3.2.1 <i>Overview</i>	31
3.2.2 <i>Strategy</i>	31
3.2.3 <i>Ideas</i>	32
3.2.4 <i>Design</i>	32
3.2.5 <i>Production</i>	32
3.2.6 <i>Implementation</i>	32
3.2.7 <i>Market Validation</i>	32
3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan	33
3.3.1 Kuesioner	33
3.3.2 Wawancara	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN	36
4.1 Hasil Perancangan	36
4.1.1 <i>Overview</i>	36
4.1.2 <i>Strategy</i>	46
4.1.3 <i>Ideas</i>	51
4.1.4 <i>Design</i>	60
4.1.5 <i>Production & Implementation</i>	83
4.1.6 Bimbingan Spesialis	83
4.1.7 Kesimpulan Perancangan	83
4.2 Pembahasan Perancangan	84
4.2.1 Analisis <i>Market Validation</i>	84
4.2.2 Analisis Key Visual	86
4.2.3 Analisis Identitas Kampanye	87
4.2.4 Analisis Video 30 detik	88
4.2.5 Analisis Desain Poster	89
4.2.6 Analisis Desain <i>Sticker Sign</i>	90

4.2.7 Analisis Desain Google <i>Display Ads</i>	90
4.2.8 Analisis Desain Instagram <i>Post</i>	91
4.2.9 Anggaran	92
BAB V PENUTUP	94
5.1 Simpulan	94
5.2 Saran	94
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN	100



UMN
 UNIVERSITAS
 MULTIMEDIA
 NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan.....	28
Tabel 4.1 Tabel Segmentasi Target Perancangan	47
Tabel 4.2 Tabel Penyelenggara Kampanye.....	49
Tabel 4.3 Tabel Creative Brief.....	52
Tabel 4.4 Tabel Pemilihan Media	59
Tabel 4.5 Tabel Linimasi AISAS.....	60
Tabel 4.6 Tabel Teknik Pengambilan Video.....	68
Tabel 4.7 Tabel Storyboard Video	70
Tabel 4.8 Tabel Anggaran.....	93



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Simbol 5A	5
Gambar 2.2 AISAS	6
Gambar 2.3 Single Column Grid	12
Gambar 2.4 Multi Column Grid.....	13
Gambar 2.5 Modular Grid.....	13
Gambar 2.6 Anatomi Tipografi.....	17
Gambar 2.7 Klasifikasi Tipografi	18
Gambar 2.8 Jenis Shot.....	21
Gambar 2.9 Key Light.....	22
Gambar 2.10 Natural Lighting	22
Gambar 2.11 Fill Light.....	22
Gambar 2.12 Backlight	23
Gambar 2.13 Side Light	23
Gambar 2.14 Practical Light	24
Gambar 2.15 Hard Lighting	24
Gambar 2.16 Soft Lighting	24
Gambar 2.17 Bounce Lighting.....	25
Gambar 2.18 High Key Lighting	25
Gambar 2.19 Low Key Lighting	25
Gambar 2.20 Motivated Lighting.....	26
Gambar 2.21 Ambient Lighting	26
Gambar 4.1 Wawancara dr. Franky	39
Gambar 4.2 Mindmap	51
Gambar 4.3 Tone of Voice Dimensions.....	54
Gambar 4.4 Moodboard Video	57
Gambar 4.5 Aset Dasar Visual.....	57
Gambar 4.6 Logo Final	62
Gambar 4.7 Referensi Key Visual	63
Gambar 4.8 Referensi Desain Karakter	63
Gambar 4.9 Proses Perancangan Karakter	64
Gambar 4.10 Pembuatan Elemen Visual	65
Gambar 4.11 Proses Pembuatan Key Visual.....	66
Gambar 4.12 Key Visual.....	67
Gambar 4.13 Proses Perancangan Video	73
Gambar 4.14 Video Final.....	74
Gambar 4.15 Proses Perancangan Poster	75
Gambar 4.16 Poster Final.....	76
Gambar 4.17 Proses Perancangan Sticker Sign	77
Gambar 4.18 Sticker Sign Final	77
Gambar 4.19 Proses Perancangan Google Display Ads	78

Gambar 4.20 Google Display Ads Final	79
Gambar 4.21 Content Planning Feeds Instagram.....	79
Gambar 4.22 Proses Perancangan Feeds Instagram Post.....	80
Gambar 4.23 Hasil Akhir Konten Feeds Instagram Tahap Attention.....	81
Gambar 4.24 Hasil Akhir Konten Feeds Instagram Tahap Search	81
Gambar 4.25 Hasil Akhir Konten Feeds Instagram Tahap Action	82
Gambar 4.26 Hasil Akhir Konten Feeds Instagram Post	82
Gambar 4.27 Mockup Key Visual	86
Gambar 4.28 Logo Kampanye	88
Gambar 4.29 Mockup Video 30 detik.....	88
Gambar 4.30 Mockup Poster.....	89
Gambar 4.31 Mockup Sticker Sign.....	90
Gambar 4.32 Mockup Google Display Ads	90
Gambar 4.33 Mockup Feeds Instagram Post	92



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Hasil Presentase Turnitin	100
Lampiran B Form Bimbingan	104
Lampiran C Non-Disclosure Agreement (kualitatif – wawancara)	106
Lampiran D Non-Disclosure Statement	107
Lampiran E Hasil Kuesioner	108
Lampiran F Transkrip Wawancara	111
Lampiran G Dokumentasi	116

