

**PERANCANGAN KAMPANYE DIGITAL
DAMPAK STIGMA PADA FOBIA SPESIFIK**



LAPORAN TUGAS AKHIR

**Chouyud Caressma Dhana Santoso
00000055185**

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

**PERANCANGAN KAMPANYE DIGITAL
DAMPAK STIGMA PADA FOBIA SPESIFIK**



LAPORAN TUGAS AKHIR

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

**Chouyud Caressma Dhana Santoso
00000055185**

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

2025

i

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Chouyud Caressma Dhana Santoso

Nomor Induk Mahasiswa : 00000055185

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

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

PERANCANGAN KAMPANYE DIGITAL DAMPAK STIGMA PADA FOBIA SPESIFIK

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, 16 Juni 2025



(Chouyud Caressma Dhana Santoso)

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul
**PERANCANGAN KAMPANYE DIGITAL
DAMPAK STIGMA PADA FOBIA SPESIFIK**

Oleh

Nama Lengkap : Chouyud Caressma Dhana Santoso

Nomor Induk Mahasiswa : 00000055185

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Senin, 16 Juni 2025

Pukul 11.15 s.d. 12.00 WIB dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

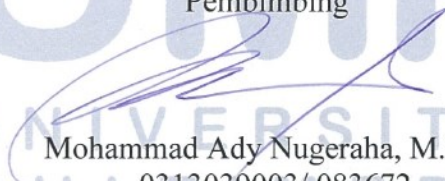
Ketua Sidang


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

Penguji


Mariska Legia, S.Ds., M.B.A.
0330118701/ 083675

Pembimbing


Mohammad Ady Nugeraha, M.Sn.
0313039003/ 083672

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 : Chouyud Caressma Dhana Santoso
Nomor Induk Mahasiswa : 00000055185
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : D3/ S1/ S2
Judul Karya Ilmiah : **PERANCANGAN KAMPANYE DIGITAL
DAMPAK STIGMA PADA FOBIA SPESIFIK**

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, 16 Juni 2025



(Chouyud Caressma Dhana Santoso)

* 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 atas berkat rahmat kepada tuhan yang maha Esa, atas selesainya tugas akhir ini dengan judul PERANCANGAN KAMPANYE DIGITAL DAMPAK STIGMA PADA FOBIA SPESIFIK. Dalam merancang tugas akhir ini, penulis mengalami berbagai macam kesulitan dan penulis menyadari bahwa proses perancangan tugas akhir ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dan dorongan semangat dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin 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. Mohammad Ady Nugeraha, M.Sn., 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.

Dengan ini, penulis berharap laporan tugas akhir ini dapat menjadi sumber informasi serta referensi yang baik untuk para pembaca dalam merancang tugas akhir dan mengetahui fenomena stigma fobia yang terjadi di masyarakat.

Tangerang, 16 Juni 2025



(Chouyud Caressma Dhana Santoso)

PERANCANGAN KAMPANYE DIGITAL DAMPAK STIGMA PADA FOBIA SPESIFIK

(Chouyud Caressma Dhana Santoso)

ABSTRAK

Fobia spesifik merupakan gangguan mental yang terjadi ketika seseorang memiliki ketakutan berlebih pada objek maupun situasi. Walaupun fobia spesifik merupakan hal yang nyata, terdapat stigma buruk terhadap orang yang memiliki fobia. Hal ini disebabkan oleh kurangnya pemahaman terhadap fobia, sehingga terdapat stigma di masyarakat, khususnya di ranah sekolah tingkat menengah dikarenakan kurangnya penyampaian informasi mengenai fobia dan stigma. Minimnya penyebaran informasi yang berkaitan dengan fobia, ditambah terdapat temuan *website* dengan desain visual yang sudah tidak diperbarui lagi, maka diperlukan sebuah kampanye yang mampu memberikan pemahaman dan juga kesadaran mengenai dampak dari stigma fobia spesifik. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk merancang kampanye yang bisa dijadikan sebagai media persuasi yang relevan bagi target perancangan. Perancangan ini menggunakan metode *human centered design* yang berfokus utama yaitu pada kebutuhan target perancangan untuk menemukan solusi yang efektif dengan strategi pesan AISAS. Hasil dari perancangan ini adalah kampanye digital yang dapat bermanfaat untuk meningkatkan kesadaran bahwa fobia itu nyata dan mengurangi stigma yang sudah ada di masyarakat.

Kata kunci: Stigma, fobia spesifik, kampanye



***DIGITAL CAMPAIGN DESIGN
REGARDING THE STIGMA IMPACT
OF SPECIFIC PHOBIA***

(Chouyud Caressma Dhana Santoso)

ABSTRACT (English)

Specific phobia is a mental disorder problem that occurs when a person experience extreme fear toward object and situation. Although the specific phobia is a real, there is a negative stigma towards the people who have a phobia. The cause of stigma is due to lack of understanding about phobia in the field of education, because there is a limited source of information about phobias and stigmas, and a finding of exixting website with outdated visual aspect, campaign is needed that can effectively inform and educate the public about specific phobia and the impact of stigma. The objective on this research is to design a campaign that can inform and educate a relevant information media to the target design. This design using human centered design as a method with focus on the user needs to create a effective solution with the AISAS strategic message. The output of this research is digital campaign that can increasing awareness and reducing stigma that occurs in field of society.

Keywords: *Stigma, specific phobia, campaign*

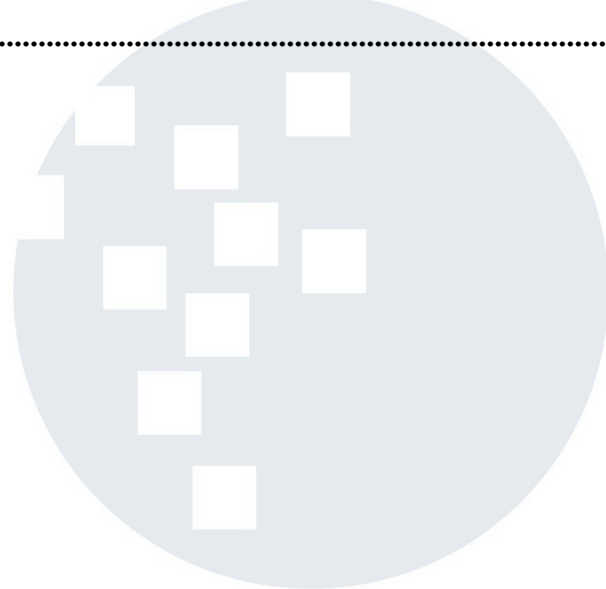


DAFTAR ISI

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	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
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.....	5
2.1 Kampanye	5
2.1.1 Poin Kampanye	5
2.1.2 Media Kampanye	6
2.1.3 Kampanye Sosial.....	7
2.1.4 Kampanye AISAS	7
2.1.5 Pesan Kampanye	9
2.2 <i>Microsite</i>	10
2.2.1 Tujuan <i>microsite</i>	11
2.2.2 Jenis <i>microsite</i>	11
2.2.3 <i>Scale</i>	11
2.2.4 <i>Imagery</i>	12
2.2.5 <i>Background</i>	13
2.2.6 <i>Grid</i>	14

2.2.7 UI/UX Design	15
2.3 Ilustrasi	16
2.4 Warna.....	18
2.4.1 Klasifikasi warna.....	18
2.4.2 Psikologi warna	20
2.5 Tipografi	24
2.6 Fobia Spesifik dan Stigma Negatif	26
2.5.1 Dampak yang Terjadi.....	27
2.7 Penelitian yang Relevan.....	28
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN	32
3.1 Subjek Perancangan	32
3.2 Metode dan Prosedur Perancangan	33
3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan.....	34
3.3.1 Wawancara	35
3.3.2 <i>Focus Group Discussion</i>	37
3.3.3 Kuesioner	38
3.3.4 Studi Eksisting.....	44
3.3.5 Studi Referensi	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN	45
4.1 Hasil Perancangan	45
4.1.1 <i>Inspiration</i>	45
4.1.2 <i>Ideation</i>	61
4.1.3 <i>Implementation</i>	118
4.1.4 Kesimpulan perancangan.....	129
4.2 Pembahasan Perancangan.....	129
4.2.1 Analisis <i>Market Validation</i>	130
4.2.2 Kesimpulan <i>market validation</i>	139
4.2.3 Analisis <i>Key Visual</i>	139
4.2.4 Analisis Tahap <i>Attention</i>	141
4.2.5 Analisis Tahap <i>Interest</i>	145
4.2.6 Analisis Tahap <i>Search</i>	148
4.2.7 Analisis Tahap <i>Action</i>	149

4.2.8 Analisis Tahap <i>Share</i>	152
4.2.9 Anggaran.....	154
BAB V PENUTUP	157
5.1 Simpulan	157
5.2 Saran	158
DAFTAR PUSTAKA	xvi
LAMPIRAN	xx



UMN
 UNIVERSITAS
 MULTIMEDIA
 NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian yang relevan	28
Tabel 4. 1 Hasil responden.....	53
Tabel 4. 2 S.W.O.T dari Zero Phobia	59
Tabel 4. 3 Tabel strategi pesan kampanye AISAS.....	68
Tabel 4. 4 Tabel strategi media kampanye AISAS	71
Tabel 4. 5 Tabel waktu kampanye	75
Tabel 4. 6 Tabel <i>creative brief</i>	77
Tabel 4. 7 Tabel <i>brand mandatory</i>	82
Tabel 4. 8 Anggaran media kampanye.....	154



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Contoh implementasi media massa	6
Gambar 2. 2 Contoh implementasi media sosial.....	7
Gambar 2. 3 Contoh penggunaan <i>scale</i> pada <i>microsite</i>	12
Gambar 2. 4 Contoh implementasi <i>imagery</i>	13
Gambar 2. 5 Contoh implementasi <i>background</i>	13
Gambar 2. 6 Contoh <i>multi column grid</i>	14
Gambar 2. 7 Contoh implementasi UI/UX Design	15
Gambar 2. 8 Contoh ilustrasi <i>flat design</i>	16
Gambar 2. 9 Contoh ilustrasi <i>flat design</i> pada infografis <i>bully</i>	17
Gambar 2. 10 Contoh ilustrasi <i>grainy shaded</i>	18
Gambar 2. 11 <i>Color wheel</i>	19
Gambar 2. 12 <i>Primary, secondary & tertiary colors</i>	19
Gambar 2. 13 <i>Complementary & split complementary hues</i>	20
Gambar 2. 14 Implementasi penggunaan warna kuning.....	21
Gambar 2. 15 Implementasi penggunaan warna ungu	21
Gambar 2. 16 Implementasi penggunaan warna putih.....	22
Gambar 2. 17 Implementasi penggunaan warna hitam	22
Gambar 2. 18 Implementasi penggunaan warna biru.....	23
Gambar 2. 19 Implementasi penggunaan warna oranye	23
Gambar 2. 20 Contoh jenis tipografi <i>sans serif</i>	25
Gambar 2. 21 Contoh jenis tipografi <i>script</i>	25
Gambar 2. 22 Contoh dari <i>brush script</i>	26
Gambar 4. 1 Dokumentasi wawancara dengan psikolog	46
Gambar 4. 2 Dokumentasi wawancara dengan target perancangan.....	49
Gambar 4. 3 Chart pemahaman tentang fobia.....	54
Gambar 4. 4 Chart bercanda tentang fobia.....	54
Gambar 4. 5 Chart pengalaman tentang fobia di sekolah	55
Gambar 4. 6 Chart respons buruk tentang fobia	55
Gambar 4. 7 Chart diejek karena memiliki fobia.....	56
Gambar 4. 8 Chart media informasi yang digunakan	56
Gambar 4. 9 Chart media yang sering digunakan.....	57
Gambar 4. 10 Tampilan <i>website Zero Phobia</i>	58
Gambar 4. 11 Tampilan <i>website Headspace</i>	60
Gambar 4. 12 Tampilan menu pada <i>website Headspace</i>	61
Gambar 4. 13 <i>Keyword mindmap</i> 1.....	62
Gambar 4. 14 <i>Keyword mindmap</i> 2.....	63
Gambar 4. 15 <i>Keyword mindmap</i> 3.....	63
Gambar 4. 16 <i>Keyword mindmap</i> 4.....	64
Gambar 4. 17 <i>Moodboard</i> gambar karakter	65
Gambar 4. 18 Referensi warna.....	66

Gambar 4. 19 <i>Moodboard</i> tipografi	66
Gambar 4. 20 <i>Moodboard</i> desain media kampanye.....	67
Gambar 4. 21 Gambar <i>user persona</i>	80
Gambar 4. 22 Gambar <i>user persona</i> 2	81
Gambar 4. 23 Warna utama & sekunder.....	84
Gambar 4. 24 <i>Typeface poppins</i>	85
Gambar 4. 25 <i>Typeface liquid embrace</i>	85
Gambar 4. 26 Referensi logo	86
Gambar 4. 27 Sketsa logo	86
Gambar 4. 28 Logo terpilih.....	88
Gambar 4. 29 Sketsa karakter	89
Gambar 4. 30 Finalisasi gambar karakter	90
Gambar 4. 31 Referensi dan hasil aset visual	91
Gambar 4. 32 Sketsa <i>key visual</i>	92
Gambar 4. 33 Hasil <i>key visual</i>	93
Gambar 4. 34 <i>Key visual</i> terpilih.....	93
Gambar 4. 35 Sketsa Instagram <i>ads</i>	94
Gambar 4. 36 Hasil desain Instagram <i>ads</i>	95
Gambar 4. 37 Referensi <i>sticker poster</i>	96
Gambar 4. 38 Sketsa <i>sticker poster</i>	96
Gambar 4. 39 Desain <i>sticker poster</i> dengan <i>grid</i>	97
Gambar 4. 40 Hasil desain <i>sticker poster</i>	97
Gambar 4. 41 Sketsa <i>banner</i>	98
Gambar 4. 42 Desain <i>banner</i> dengan <i>grid</i>	98
Gambar 4. 43 Hasil desain <i>banner</i>	99
Gambar 4. 44 Referensi desain Instagram <i>feeds & story</i>	100
Gambar 4. 45 Sketsa <i>layout Instagram feeds</i>	100
Gambar 4. 46 Sketsa Instagram <i>feeds</i> 2	101
Gambar 4. 47 Desain Instagram <i>feeds</i> dengan <i>grid</i>	101
Gambar 4. 48 Desain final Instagram <i>feeds</i>	102
Gambar 4. 49 Desain final Instagram <i>feeds</i>	103
Gambar 4. 50 Sketsa <i>quiz</i> Instagram.....	103
Gambar 4. 51 Hasil desain <i>quiz</i> Instagram	104
Gambar 4. 52 Desain final Instagram <i>story</i>	104
Gambar 4. 53 Referensi <i>microsite</i>	105
Gambar 4. 54 Sketsa <i>layout microsite</i>	106
Gambar 4. 55 <i>Low fidelity microsite</i>	106
Gambar 4. 56 <i>High fidelity</i> & hasil desain <i>microsite</i>	107
Gambar 4. 57 Hasil desain <i>microsite desktop</i>	108
Gambar 4. 58 Sketsa <i>layout booth</i> kampanye.....	109
Gambar 4. 59 Sketsa <i>layout pojok empati & petisi</i>	109
Gambar 4. 60 Sketsa brosur depan & belakang	110
Gambar 4. 61 Hasil desain petisi	110

Gambar 4. 62 Hasil desain brosur	111
Gambar 4. 63 Hasil <i>booth</i> kampanye	111
Gambar 4. 64 Referensi desain <i>filter</i> kampanye	112
Gambar 4. 65 Sketsa layout <i>filter</i> kampanye	112
Gambar 4. 66 Hasil desain <i>filter</i> kampanye	113
Gambar 4. 67 Tampilan <i>filter</i> kampanye pada <i>software</i> Meta Spark	113
Gambar 4. 68 Tampilan <i>patch editor</i>	114
Gambar 4. 69 Contoh implementasi <i>filter</i> kampanye	115
Gambar 4. 70 Hasil <i>merchandise</i> kampanye	116
Gambar 4. 71 Referensi twibbon	117
Gambar 4. 72 Sketsa twibbon	117
Gambar 4. 73 Finalisasi desain twibbon	118
Gambar 4. 74 <i>Mockup</i> Instagram <i>ads</i>	119
Gambar 4. 75 <i>Mockup</i> <i>banner</i>	120
Gambar 4. 76 <i>Mockup</i> <i>sticker poster</i>	121
Gambar 4. 77 <i>Mockup</i> Instagram <i>feeds</i>	122
Gambar 4. 78 <i>Mockup</i> Instagram <i>quiz</i>	122
Gambar 4. 79 <i>Mockup</i> <i>microsite</i>	123
Gambar 4. 80 <i>Mockup</i> <i>microsite desktop</i>	124
Gambar 4. 81 <i>Mockup</i> <i>booth</i> kampanye	124
Gambar 4. 82 <i>Mockup</i> <i>filter</i> kampanye	125
Gambar 4. 83 <i>Mockup</i> petisi	126
Gambar 4. 84 <i>Mockup</i> brosur	126
Gambar 4. 85 <i>Mockup</i> <i>merchandise</i>	127
Gambar 4. 86 <i>Mockup</i> twibbon	128
Gambar 4. 87 Hasil <i>market validation</i> 1	135
Gambar 4. 88 Hasil <i>market validation</i> 2	136
Gambar 4. 89 Hasil <i>market validation</i> 3	137
Gambar 4. 90 Hasil <i>market validation</i> 4	138
Gambar 4. 91 Hasil <i>market validation</i> 5	138
Gambar 4. 92 <i>Key visual</i>	140
Gambar 4. 93 <i>Mockup</i> Instagram <i>ads</i>	141
Gambar 4. 94 <i>Mockup</i> <i>sticker poster</i>	143
Gambar 4. 95 <i>Mockup</i> <i>banner</i>	144
Gambar 4. 96 <i>Mockup</i> Instagram <i>feeds</i>	146
Gambar 4. 97 <i>Mockup</i> <i>quiz</i> Instagram	147
Gambar 4. 98 <i>Mockup</i> <i>microsite</i>	148
Gambar 4. 99 <i>Mockup</i> tenda <i>booth</i> , pojok empati, x- <i>banner</i> , <i>stand</i>	150
Gambar 4. 100 <i>Mockup</i> <i>filter</i> kampanye, petisi & brosur	151
Gambar 4. 101 <i>Mockup</i> <i>merchandise</i>	152
Gambar 4. 102 <i>Mockup</i> twibbon	153

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Persentase <i>Turnitin</i>	xx
Lampiran 2 Form Bimbingan & Spesialis	xxvi
Lampiran 3 <i>Non-Disclosure Agreement</i>	xxx
Lampiran 4 Hasil Kuesioner	xxxvi
Lampiran 5 Hasil <i>market validation</i>	xliii
Lampiran 6 transkrip wawancara	li

