

**PERANCANGAN KAMPANYE UNTUK MENOLAK
AKTIVITAS BALAPAN MOTOR LIAR
DI TANGERANG**



LAPORAN TUGAS AKHIR

**Stephanie Alexandra Gunawan
00000055719**

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

**PERANCANGAN KAMPANYE UNTUK MENOLAK
AKTIVITAS BALAPAN MOTOR LIAR
DI TANGERANG**



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain (S.Ds.)

Stephanie Alexandra Gunawan

00000055719

**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 : Stephanie Alexandra Gunawan

Nomor Induk Mahasiswa : 00000055719

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

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

PERANCANGAN KAMPANYE UNTUK MENOLAK AKTIVITAS BALAPAN MOTOR LIAR DI TANGERANG

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



(Stephanie Alexandra Gunawan)

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

PERANCANGAN KAMPANYE UNTUK MENOLAK AKTIVITAS BALAPAN MOTOR LIAR DI TANGERANG

Oleh

Nama Lengkap : Stephanie Alexandra Gunawan

Nomor Induk Mahasiswa : 00000055719

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni dan Desain

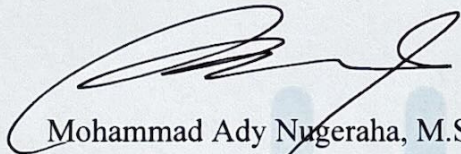
Telah diujikan pada hari Jumat, 3 Januari 2025

Pukul 09.45 s.d. 10.30 WIB dan dinyatakan

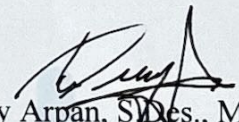
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

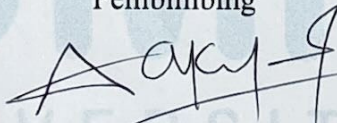
Ketua Sidang


Mohammad Ady Nugeraha, M.Sn.
0313039003/083672

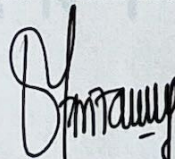
Penguji


Dedy Arpan, S.Des., M.Ds.
0324018607/076482

Pembimbing


Ardiles Akyuwen, M.Sn.
0323067804/067811

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 : Stephanie Alexandra Gunawan
Nomor Induk Mahasiswa : 00000055719
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : ~~D3~~/ S1/S2*
Judul Karya Ilmiah : PERANCANGAN KAMPANYE UNTUK
MENOLAK AKTIVITAS BALAPAN
MOTOR LIAR DI TANGERANG

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



(Stephanie Alexandra Gunawan)

* 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

Penulis mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan penulisan dan perancangan tugas akhir dengan judul “Perancangan Kampanye untuk Menolak Aktivitas Balapan Motor Liar di Tangerang”. Perancangan kampanye ini dilakukan sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana desain di Universitas Multimedia Nusantara.

Penulis berharap bahwa penulisan dan perancangan tugas akhir ini dapat membantu pembaca untuk memahami mengenai topik yang diangkat dan semoga karya ilmiah ini dapat berguna serta menciptakan dampak positif bagi masyarakat.

Penulis menyadari bahwa penulis tidak akan dapat menyelesaikan tugas akhir ini tanpa adanya dukungan dan bantuan dari berbagai pihak yang terlibat dalam proses penulisan dan perancangan tugas akhir ini. 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. Ardiles Akyuwen, 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.
6. Teman seperjuangan bimbingan atas bantuan dan dukungannya selama perancangan tugas akhir ini.
7. Teman sekelas dari semester empat, Devina, Jennifer, dan Fathan atas dukungan semangat dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

8. Teman baik dari sekolah, Khayra dan Tiara atas dukungan dan doanya dari jauh selama perancangan tugas akhir ini.

Semoga karya ilmiah ini dapat menjadi media persuasi yang dengan berhasil mengajak dewasa awal di Tangerang untuk menolak aktivitas balapan motor liar sehingga menciptakan keamanan dan kenyamanan bagi semua pihak yang terlibat.

Tangerang, 17 Desember 2024



(Stephanie Alexandra Gunawan)



**PERANCANGAN KAMPANYE UNTUK MENOLAK
AKTIVITAS BALAPAN MOTOR LIAR
DI TANGERANG**

(Stephanie Alexandra Gunawan)

ABSTRAK

Balapan motor liar adalah sebuah kegiatan beradu kecepatan kendaraan sepeda motor di lintasan umum yang melanggar peraturan dan mengganggu fungsi dari jalanan tersebut. Kegiatan atau fenomena balapan liar sudah ada sejak tahun 1960-an atau 1970-an dan telah merenggut nyawa yang tak terhitung jumlahnya. Teknik dan prosedur perancangan yang penulis gunakan untuk mengumpulkan data yang diperlukan dalam perancangan karya ilmiah ini adalah studi referensi, observasi, kuesioner, dan wawancara. Berdasarkan data primer dan sekunder yang telah penulis peroleh, dapat dilihat bahwa fenomena balapan liar yang sudah ada lebih dari setengah abad akan terus dilakukan oleh generasi yang akan datang. Oleh karena itu, upaya yang dapat dilakukan adalah mengajak para dewasa awal untuk menolak aktivitas balapan motor liar. Mengetahui hal tersebut, penulis melakukan perancangan kampanye kepada dewasa awal di Tangerang. Kampanye dirancang menggunakan metode “*Six Phases*” dari Robin Landa yang terdiri dari tahapan *overview*, *strategy*, *ideas*, *design*, *production*, dan *implementation*. Kampanye ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan mengubah perilaku dewasa awal di Tangerang untuk menolak aktivitas balapan motor liar.

Kata kunci: balapan motor liar, kampanye, dewasa awal

***THE DESIGN MAKING OF A CAMPAIGN TO REJECT
ILLEGAL MOTORCYCLE RACING
IN TANGERANG***

(Stephanie Alexandra Gunawan)

ABSTRACT (English)

Motorcycle racing on a public street is an illegal activity where the perpetrators race against other competitors to see who can ride the fastest to win the competition. This illegal activity has been done from as far as the 1960s or the 1970s and has taken the lives of countless people. The techniques and procedures that this author used to collect data needed for this thesis are reference studies, observations, questionnaires, and interviews. Based on the primary and secondary data that this author has acquired, it can be seen that this illegal motorcycle racing phenomenon that has existed for more than 50 years is still being done by earlier generations and would still continue to happen. Therefore, the action that could be taken would be to urge early adults to reject illegal motorcycle racing. Keeping this information in mind, this author has done the design making of a campaign for early adults in Tangerang. This campaign was made using Robin Landa's "Six Phases" method which consists of the stages overview, strategy, ideas, design, production, and implementation. This campaign aims to increase awareness and change the behaviour of early adults in Tangerang to reject illegal motorcycle racing.

Keywords: *illegal motorcycle racing, campaign, early adults*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	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	3
1.5 Manfaat Tugas Akhir	3
BAB II	
TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Kampanye	5
2.1.1 Tujuan Kampanye	5
2.1.2 Jenis Kampanye	7
2.1.3 Strategi Kampanye	8
2.1.4 Media Kampanye	10
2.2 Elemen Desain Kampanye	12
2.3 Prinsip Desain Kampanye	16
2.4 Balapan Motor Liar	19
2.5 Penelitian yang Relevan	20
BAB III	
METODOLOGI PERANCANGAN	24
3.1 Subjek Perancangan	24
3.2 Metode dan Prosedur Perancangan	25
3.2.1 Overview	26
3.2.2 Strategy	27
3.2.3 Ideas	27

3.2.4 <i>Design</i>	28
3.2.5 <i>Production</i>	28
3.2.6 <i>Implementation</i>	28
3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan.....	29
3.3.1 Studi Referensi.....	29
3.3.2 Observasi.....	29
3.3.3 Kuesioner.....	30
3.3.4 Wawancara.....	32
BAB IV	
HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN	39
4.1 Hasil Perancangan.....	39
4.1.1 <i>Overview</i>	39
4.1.2 <i>Strategy</i>	55
4.1.3 <i>Ideas</i>	63
4.1.4 <i>Design</i>	70
4.1.5 <i>Production</i>	89
4.1.6 <i>Implementation</i>	113
4.1.7 Persiapan Beta Test.....	113
4.2 Pembahasan Perancangan.....	114
4.2.1 Analisis <i>Market Validation</i>	114
4.2.2 Analisis Instagram <i>Story Ads</i>	118
4.2.3 Analisis <i>Billboard</i>	120
4.2.4 Analisis <i>Commuter Line Ads</i>	121
4.2.5 Analisis <i>Street Posters</i>	123
4.2.6 Analisis Instagram <i>Account (Posts)</i>	124
4.2.7 Analisis Instagram <i>Twibbon</i>	126
4.2.8 Analisis <i>Merchandise</i>	128
4.2.9 Anggaran.....	129
BAB V	
PENUTUP	131
5.1 Simpulan.....	131
5.2 Saran.....	132
DAFTAR PUSTAKA	133
LAMPIRAN	137

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan.....	20
Tabel 4.1 Analisis SWOT Poster <i>Back Off</i> “ <i>Flowers</i> ”.....	40
Tabel 4.2 <i>Creative Brief</i>	56
Tabel 4.3 Strategi dan Taktik Pesan.....	58
Tabel 4.4 Skenario Kampanye Berdasarkan AISAS.....	59
Tabel 4.5 Strategi Media Kampanye Berdasarkan AISAS.....	61
Tabel 4.6 Proses Pembuatan Aset Ilustrasi.....	75
Tabel 4.7 Anggaran.....	128



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Typeface Examples</i>	13
Gambar 2.2 Psikologi di balik Warna.....	14
Gambar 2.3 <i>Balance</i>	16
Gambar 2.4 <i>Visual Hierarchy</i>	17
Gambar 2.5 <i>Laws of Perceptual Organization</i>	18
Gambar 4.1 Poster <i>Back Off</i> “ <i>Flowers</i> ”.....	40
Gambar 4.2 Dokumentasi Observasi Pengamatan Terpilih.....	42
Gambar 4.3 Pertanyaan dan Jawaban Kuesioner (1).....	43
Gambar 4.4 Pertanyaan dan <i>Chart</i> Kuesioner (1).....	43
Gambar 4.5 Pertanyaan dan Jawaban Kuesioner (2).....	44
Gambar 4.6 Pertanyaan dan <i>Chart</i> Kuesioner (2).....	44
Gambar 4.7 Pertanyaan dan <i>Chart</i> Kuesioner (3).....	45
Gambar 4.8 Pertanyaan dan <i>Chart</i> Kuesioner (4).....	45
Gambar 4.9 Pertanyaan dan <i>Chart</i> Kuesioner (5).....	46
Gambar 4.10 Pertanyaan dan <i>Chart</i> Kuesioner (6).....	47
Gambar 4.11 Pertanyaan dan <i>Chart</i> Kuesioner (7).....	47
Gambar 4.12 <i>Screenshot Chat</i> WhatsApp (1).....	48
Gambar 4.13 <i>Screenshot Chat</i> WhatsApp (2).....	50
Gambar 4.14 Dokumentasi Wawancara (1).....	51
Gambar 4.15 Dokumentasi Sesi Berbincang.....	52
Gambar 4.16 Dokumentasi Wawancara (2).....	53
Gambar 4.17 Target Persona.....	56
Gambar 4.18 Logo Polres Tangerang Selatan.....	57
Gambar 4.19 <i>Mind Map</i>	64
Gambar 4.20 Alternatif <i>Big Idea</i>	65
Gambar 4.21 <i>Moodboard</i>	67
Gambar 4.22 Alternatif <i>Tagline</i> Kampanye.....	68
Gambar 4.23 Alternatif <i>Copywriting</i>	69
Gambar 4.24 Aset Dasar Visual.....	70
Gambar 4.25 Sketsa Logo.....	72
Gambar 4.26 Logo Final.....	73
Gambar 4.27 Sketsa <i>Key Visual</i> (Dari Kiri ke Kanan: 1, 2, 3).....	74
Gambar 4.28 Proses Perancangan Aset (1).....	79
Gambar 4.29 Proses Perancangan Aset (2).....	79
Gambar 4.30 Proses Perancangan Aset (3).....	80
Gambar 4.31 Proses Perancangan Bayangan (1).....	81

Gambar 4.32 Proses Perancangan Bayangan (2).....	82
Gambar 4.33 Proses Perancangan Aset (4).....	82
Gambar 4.34 Proses Perancangan <i>Headline</i>	83
Gambar 4.35 <i>Layout Grid Key Visual</i>	84
Gambar 4.36 Pengaturan Aset Pada <i>Key Visual</i>	85
Gambar 4.37 Hasil Final <i>Key Visual</i> (Dari Kiri ke Kanan: 1, 2, 3).....	85
Gambar 4.38 <i>Layout Grid Instagram Story Ads</i> (1).....	90
Gambar 4.39 Desain <i>Instagram Story Ads</i> (1-3).....	91
Gambar 4.40 <i>Layout Grid Billboard</i>	92
Gambar 4.41 Desain <i>Billboard</i> (1-2).....	93
Gambar 4.42 <i>Layout Grid Commuter Line Ads</i>	93
Gambar 4.43 Desain <i>Commuter Line Ads</i> (1-2).....	94
Gambar 4.44 <i>Layout Grid Instagram Story Ads</i> (2).....	95
Gambar 4.45 Desain <i>Instagram Story Ads</i> (4-6).....	96
Gambar 4.46 <i>Layout Grid Street Posters</i>	100
Gambar 4.47 Desain <i>Street Posters</i> (1-2).....	101
Gambar 4.48 <i>Layout Grid Instagram Story Ads</i> (3).....	102
Gambar 4.49 Desain <i>Instagram Story Ads</i> (7-8).....	103
Gambar 4.50 <i>Layout Grid Instagram Account (Posts)</i>	103
Gambar 4.51 Desain <i>Instagram Account (Posts)</i> (1-9).....	105
Gambar 4.52 <i>Layout Grid Instagram Story Ads</i> (4).....	106
Gambar 4.53 Desain <i>Instagram Story Ads</i> (9-10).....	107
Gambar 4.54 <i>Layout Grid Instagram Twibbon Post</i>	108
Gambar 4.55 Desain <i>Instagram Twibbon Post</i>	108
Gambar 4.56 Desain <i>Hoodie Merchandise</i>	110
Gambar 4.57 Desain <i>Tote Bag Merchandise</i>	110
Gambar 4.58 Desain <i>Tumbler Merchandise</i>	111
Gambar 4.59 <i>Layout Grid Instagram Twibbon Post</i>	112
Gambar 4.60 Desain <i>Instagram Twibbon Filter</i>	113
Gambar 4.61 Pertanyaan dan <i>Feedback</i> Pelaku (1).....	114
Gambar 4.62 Pertanyaan dan <i>Feedback</i> Pelaku (2).....	115
Gambar 4.63 Pertanyaan dan <i>Feedback</i> Pelaku (3).....	115
Gambar 4.64 Pertanyaan dan <i>Feedback</i> Pelaku (4).....	116
Gambar 4.65 Pertanyaan dan <i>Feedback</i> Pelaku (5).....	116
Gambar 4.66 Pertanyaan dan <i>Feedback</i> Pelaku (6).....	117
Gambar 4.67 Pertanyaan dan <i>Feedback</i> Pelaku (7).....	117
Gambar 4.68 Pertanyaan dan <i>Feedback</i> Pelaku (8).....	118
Gambar 4.69 <i>Mockup Instagram Story Ads</i>	119

Gambar 4.70 <i>Mockup Billboard</i>	121
Gambar 4.71 <i>Mockup Commuter Line Ads</i>	122
Gambar 4.72 <i>Mockup Street Posters</i>	124
Gambar 4.73 <i>Mockup Instagram Account (Posts)</i>	125
Gambar 4.74 <i>Mockup Instagram Twibbon</i>	127
Gambar 4.75 <i>Mockup Merchandise</i>	129



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Hasil Persentase Turnitin.....	139
Lampiran <i>Form</i> Bimbingan.....	140
Lampiran Dokumentasi Bimbingan Spesialis.....	141
Lampiran <i>Non-Disclosure Agreement</i> (“Mas MA”).....	142
Lampiran <i>Non-Disclosure Agreement</i> (“Mas R”).....	143
Lampiran <i>Non-Disclosure Agreement</i> Polisi (1).....	144
Lampiran <i>Non-Disclosure Agreement</i> Polisi (2).....	145
Lampiran <i>Non-Disclosure Agreement</i> Polisi (3).....	146
Lampiran <i>Non-Disclosure Agreement</i> Psikolog.....	147
Lampiran <i>Non-Disclosure Statement</i>	148
Lampiran Hasil Kuesioner 4.1.1 <i>Overview</i>	149
Lampiran Transkrip Wawancara <i>Chat</i> WhatsApp (“Mas MA”).....	156
Lampiran Transkrip Wawancara <i>Chat</i> WhatsApp (“Mas R”).....	158
Lampiran Transkrip Wawancara Polisi.....	161
Lampiran Transkrip Wawancara Psikolog.....	170
Lampiran Hasil Kuesioner <i>Market Validation</i>	178
Lampiran Dokumentasi Bimbingan Wajib Sidang.....	180

