

**PERANCANGAN KAMPANYE EDUKASI MENGENAI
BAHAYA ISOLASI SOSIAL AKIBAT MEDIA SOSIAL UNTUK
REMAJA DI JABODETABEK**



LAPORAN TUGAS AKHIR

Figo Sugiarto

00000055749

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

**PERANCANGAN KAMPANYE EDUKASI MENGENAI
BAHAYA ISOLASI SOSIAL AKIBAT MEDIA SOSIAL UNTUK
REMAJA DI JABODETABEK**



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual

Figo Sugiarto

00000055749

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 : Figo Sugiarto
Nomor Induk Mahasiswa : 00000055749
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

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

**PERANCANGAN KAMPANYE EDUKASI MENGENAI BAHAYA
ISOLASI SOSIAL AKIBAT MEDIA SOSIAL UNTUK REMAJA DI
JABODETABEK**

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, 4 Juni 2025



(Figo Sugiarto)

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

PERANCANGAN KAMPANYE EDUKASI MENGENAI BAHAYA ISOLASI SOSIAL AKIBAT MEDIA SOSIAL UNTUK REMAJA DI JABODETABEK

Oleh

Nama Lengkap : Figo Sugiarto
Nomor Induk Mahasiswa : 00000055749
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

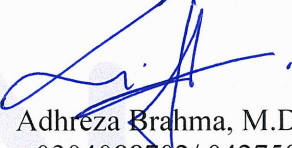
Telah diujikan pada hari Selasa, 17 Juni 2025
Pukul 13.45 s.d. 14.30 WIB dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

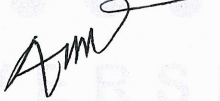
Ketua Sidang


Chara Susanti, M.Ds.
0313048703/ L00266

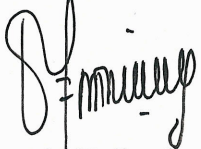
Penguji


Adhreza Brahma, M.Ds.
0304088702/ 042750

Pembimbing


Dr. Anne Nurfarina, M.Sn.
0416066807/ 069425

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 : Figo Sugiarto
Nomor Induk Mahasiswa : 00000055749
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : ~~D3~~/ S1/ S2* (*coret yang tidak dipilih)
Judul Karya Ilmiah : PERANCANGAN KAMPANYE
EDUKASI MENGENAI BAHAYA
ISOLASI SOSIAL AKIBAT MEDIA
SOSIAL UNTUK REMAJA DI
JABODETABEK

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, 4 Juni 2025



(Figo Sugiarto)

* 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 dan syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan hidayah-Nya, laporan Tugas Akhir yang berjudul “Perancangan Kampanye Edukasi Mengenai Bahaya Isolasi Sosial akibat Media Sosial untuk Remaja di Jabodetabek” ini dapat diselesaikan dengan baik. Laporan ini disusun sebagai bagian dari upaya untuk meningkatkan kesadaran masyarakat, khususnya remaja, akan dampak negatif dari isolasi sosial yang ditimbulkan oleh penggunaan media sosial yang tidak terkontrol.

Dalam proses penyusunan laporan ini, penulis mendapatkan banyak dukungan, bimbingan, serta masukan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, kami ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

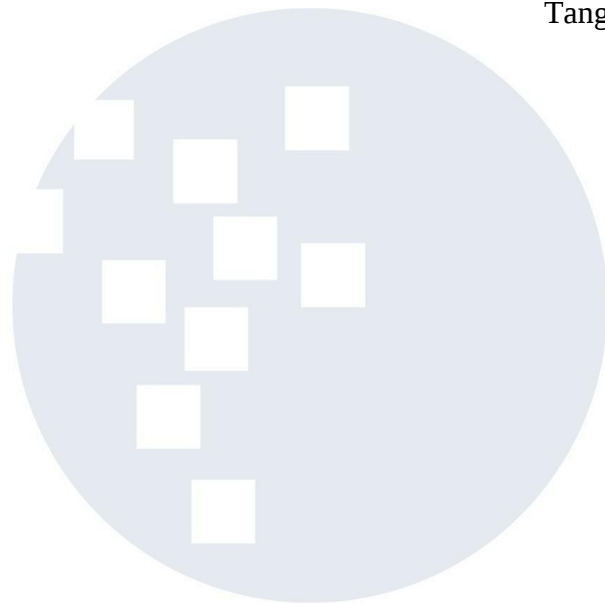
1. Dr. Andrey Andoko, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Muhammad Cahya Mulya Daulay, S.Sn., M.Ds., selaku Dekan Fakultas Seni dan Desain, Universitas Multimedia Nusantara.
3. Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A., selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Multimedia Nusantara.
4. Dr. Anne Nurfarina, M.Sn., selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Keluarga saya terutama Mama dan Kakak yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Teman-teman saya yang memberi dukungan selama penulis menjalani Tugas Akhir.

Akhir kata, penulis berharap laporan ini dapat menjadi referensi yang bermanfaat bagi berbagai pihak yang peduli terhadap kesehatan sosial dan mental generasi muda, serta mahasiswa/I yang akan melakukan Tugas Akhir dengan topik yang relevan.

Tangerang, 4 Juni 2025



(Figo Sugiarto)



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERANCANGAN KAMPANYE EDUKASI MENGENAI BAHAYA ISOLASI SOSIAL AKIBAT MEDIA SOSIAL UNTUK REMAJA DI JABODETABEK

(Figo Sugiarto)

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah mendorong peningkatan penggunaan media sosial di kalangan remaja, yang berpotensi menyebabkan isolasi sosial akibat berkurangnya interaksi tatap muka. Studi menunjukkan bahwa penggunaan media sosial yang berlebihan berkorelasi dapat membuat remaja merasa terisolasi secara sosial serta meningkatnya perilaku *phubbing*, perasaan terabaikan, dan gangguan kesehatan mental seperti kecemasan dan depresi. Meskipun dampak negatif ini telah banyak dikaji, kesadaran remaja terhadap bahaya isolasi sosial akibat media sosial masih minim. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk merancang kampanye edukasi guna meningkatkan kesadaran remaja mengenai bahaya isolasi sosial yang disebabkan oleh konsumsi media sosial yang berlebihan. Kampanye ini dirancang dengan pendekatan informatif dan interaktif, melibatkan media digital serta strategi komunikasi yang menarik bagi remaja. Diharapkan, kampanye ini dapat membangun pemahaman yang lebih baik mengenai pentingnya keseimbangan antara interaksi sosial secara daring dan luring, serta mendorong perilaku digital yang lebih sehat di kalangan remaja.

Kata kunci: Isolasi Sosial, Media Sosial, Remaja, Kesehatan Mental, Kampanye Edukasi

**DESIGNING AN EDUCATIONAL CAMPAIGN ON THE
DANGERS OF SOCIAL ISOLATION DUE TO SOCIAL MEDIA
FOR TEENAGERS IN JABODETABEK**

(Figo Sugiarto)

ABSTRACT (English)

The rise of digital technology has led to more teenagers using social media, which can sometimes cause social isolation because they spend less time interacting face-to-face. Studies have found that using social media too much can make teens feel lonely, increase phubbing (ignoring people around them to look at their phones), and even lead to mental health problems like anxiety and depression. Even though these negative effects have been researched a lot, many teenagers still don't realize the dangers of social isolation caused by too much social media use. That's why this study aims to create an educational campaign to help teenagers understand these risks. The campaign will use digital media and fun, interactive ways to communicate with teens. The goal is to help them balance their online and offline social lives better and develop healthier digital habits.

Keywords: Social Isolation, Social Media, Teenager, Mental Health, Educational Campaign



DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT (<i>English</i>).....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
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	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Kampanye	5
2.1.1 Kampanye Sosial.....	5
2.1.2 <i>Cause-Oriented Campaign</i>	5
2.1.3 Kampanye Sosial bersifat Edukatif.....	6
2.1.4 Kampanye melalui Media Sosial	6
2.1.5 Strategi AISAS.....	6
2.2 Elemen Desain	9
2.2.1 Bentuk	10
2.2.2 Warna.....	10
2.2.3 Tekstur	11
2.2.4 Tipografi	13
2.3 Prinsip Desain.....	13
2.3.1 <i>Balance</i>	14

2.3.2 <i>Visual Hierarchy</i>	15
2.3.3 <i>Emphasis</i>	15
2.3.4 <i>Rhythm</i>	16
2.3.5 <i>Unity</i>	17
2.4 <i>Ilustrasi</i>	17
2.5 <i>Website Interaktif sebagai Sarana Kampanye</i>	18
2.5.1 <i>Grid</i>	19
2.5.2 <i>Button</i>	21
2.5.3 <i>Shadow</i>	22
2.5.4 <i>Wireframe</i>	23
2.6 <i>Short-Form Video</i>	23
2.7 <i>Isolasi Sosial</i>	24
2.6.1 <i>Isolasi Sosial dan Media Sosial</i>	24
2.6.2 <i>Isolasi Sosial dan Remaja</i>	25
2.6.3 <i>Gejala Isolasi Sosial akibat Media Sosial</i>	25
2.7 <i>Penelitian yang Relevan</i>	26
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN	33
3.1 <i>Subjek Perancangan</i>	33
3.2 <i>Metode dan Prosedur Perancangan</i>	35
3.2.1 <i>Orientation</i>	35
3.2.2 <i>Analysis</i>	35
3.2.3 <i>Concepts</i>	36
3.2.4 <i>Design</i>	36
3.2.5 <i>Implementation</i>	36
3.3 <i>Teknik dan Prosedur Perancangan</i>	37
3.3.1 <i>Wawancara</i>	37
3.3.2 <i>Kuesioner</i>	38
3.3.3 <i>Studi Existing</i>	40
3.3.4 <i>Studi Referensi</i>	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN	41
4.1 <i>Hasil Perancangan</i>	41
4.1.1 <i>Orientation</i>	41

4.1.2 Analysis.....	57
4.1.3 Concepts.....	67
4.1.4 Design	72
4.1.5 Implementation	102
4.2 Pembahasan Perancangan.....	107
4.2.1 Analisis <i>Beta Test</i>	107
4.2.2 Analisis Desain Media Utama	109
4.2.3 Analisis Desain Media Sekunder	111
4.2.4 Anggaran	119
BAB V PENUTUP.....	121
5.1 Simpulan	121
5.2 Saran	122
DAFTAR PUSTAKA.....	xvii
LAMPIRAN.....	xx



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan.....	26
Tabel 4.1 Isolasi sosial dan interaksi sosial	46
Tabel 4.2 Dampak media sosial terhadap isolasi sosial	48
Tabel 4.3 Pola perubahan sosial.....	49
Tabel 4.4 Hasil analisis SWOT kampanye Kindnetic 2019.....	52
Tabel 4.5 Hasil analisis SWOT kampanye YouBeYou	54
Tabel 4.6 <i>Creative brief</i>	58
Tabel 4.7 Segmentasi	60
Tabel 4.8 Analisis AISAS	61
Tabel 4.9 <i>User journey</i>	65
Tabel 4.10 <i>Timeline</i> kampanye	67
Tabel 4.11 <i>Keyword</i> kampanye.....	68
Tabel 4.12 <i>Big idea</i> kampanye.....	68
Tabel 4.13 Stilasi dari keyword logo	74
Tabel 4.14 Tabel anggaran.....	120

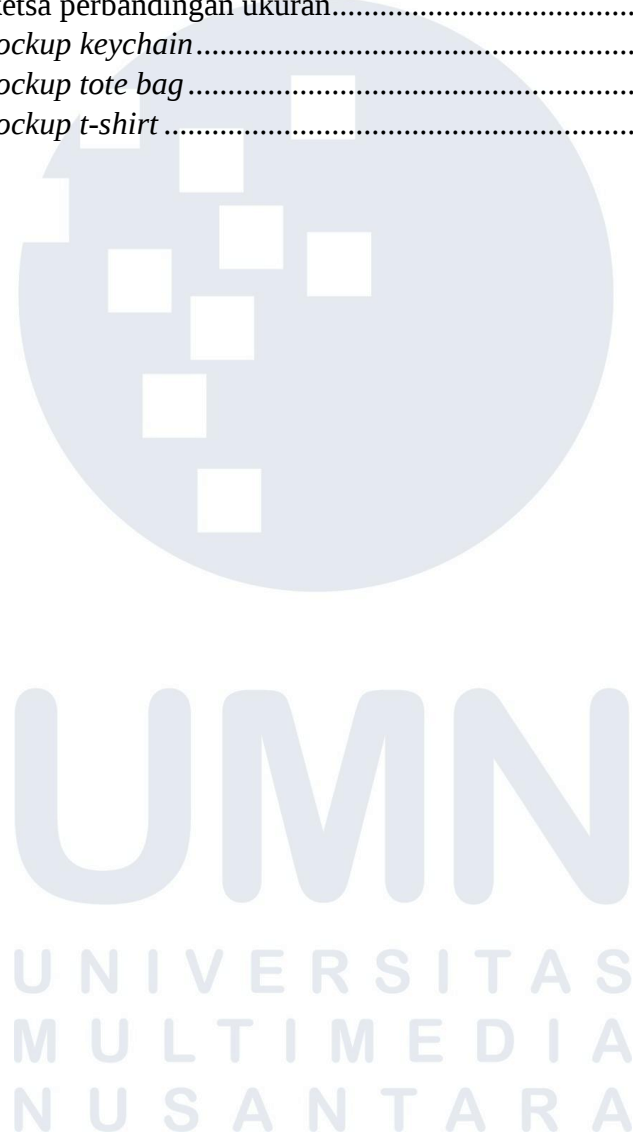


DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model AISAS.....	6
Gambar 2.2 Bentuk dalam desain	10
Gambar 2.3 Teori warna	10
Gambar 2.4 Jenis tekstur dalam desain	11
Gambar 2.5 Contoh <i>flat design</i>	12
Gambar 2.6 Tipografi dalam desain.....	13
Gambar 2.7 <i>Balance</i>	14
Gambar 2.8 <i>Visual hierarchy</i>	15
Gambar 2.9 <i>Emphasis</i>	15
Gambar 2.10 <i>Rhythm</i>	16
Gambar 2.11 <i>Unity</i>	17
Gambar 2.12 Contoh ilustrasi digital	18
Gambar 2.13 Contoh <i>website</i>	19
Gambar 2.14 Sistem grid.....	20
Gambar 2.15 Contoh <i>button</i>	21
Gambar 2.16 Contoh <i>shadow</i>	22
Gambar 2.17 Contoh <i>wireframe</i>	23
Gambar 2.18 Ilustrasi <i>phubbing</i>	26
Gambar 4.1 Wawancara dengan psikolog pendidikan Mutiara Pertiwi M.Psi	42
Gambar 4.2 Waktu penggunaan media sosial setiap hari	43
Gambar 4.3 Media sosial yang paling sering digunakan	44
Gambar 4.4 Alasan utama menggunakan media sosial.....	44
Gambar 4.5 Pengenalan isolasi sosial	45
Gambar 4.6 Merasa terisolasi karena media sosial	45
Gambar 4.7 Perasaan setelah penggunaan media sosial dalam waktu lama	47
Gambar 4.8 Pengetahuan dampak kesehatan mental akibat media sosial	47
Gambar 4.9 Logo Kindnetic.....	51
Gambar 4.10 Logo YouBeYou	53
Gambar 4.11 Poster #AksiMudaJagalklim	54
Gambar 4.12 “He On the Sea, I On the Shore”.....	55
Gambar 4.13 Logo Kementerian Kesehatan Republik Indonesia.....	56
Gambar 4.14 Logo Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.....	57
Gambar 4.15 <i>User persona</i>	64
Gambar 4.16 Mind-mapping kampanye	68
Gambar 4.17 <i>Mood board</i> kampanye.....	70
Gambar 4.18 <i>Stylescape</i> kampanye.....	71
Gambar 4.19 Font yang akan dipakai pada kampanye	71
Gambar 4.20 <i>Mindmap</i> dari perancangan logo	73
Gambar 4.21 Sketsa alternatif logo	74
Gambar 4.22 Sketsa yang terpilih	75
Gambar 4.23 Revisi logo pertama.....	75

Gambar 4.24 Logo <i>final</i>	75
Gambar 4.25 Sketsa alternatif <i>key visual</i>	76
Gambar 4.26 Sketsa yang dipilih	77
Gambar 4.27 Finalisasi.....	78
Gambar 4.28 Proses sketsa aset	80
Gambar 4.29 Proses <i>line art</i>	81
Gambar 4.30 Hasil akhir aset	82
Gambar 4.31 <i>Storyboard</i> dari video <i>short</i>	83
Gambar 4.32 Proses pembuatan video <i>short</i>	83
Gambar 4.33 Hasil video <i>short</i>	84
Gambar 4.34 Desain <i>billboard</i>	85
Gambar 4.35 Sketsa grid IG <i>feed</i>	86
Gambar 4.36 Hasil akhir dari IG <i>single post</i>	87
Gambar 4.37 Hasil akhir dari IG <i>carousel post</i>	87
Gambar 4.38 <i>Sitemap</i>	89
Gambar 4.39 <i>Wireframe</i> beranda	90
Gambar 4.40 <i>Wireframe</i> laman konten	90
Gambar 4.41 Penggunaan grid pada <i>website</i>	91
Gambar 4.42 Penggunaan tipografi pada <i>website</i>	92
Gambar 4.43 Penampilan <i>body text</i> pada <i>website</i>	92
Gambar 4.44 <i>Hero section</i> pada <i>website</i>	93
Gambar 4.45 Penampilan <i>navbar</i>	94
Gambar 4.46 Penggunaan komponen dan varian dalam <i>button</i>	94
Gambar 4.47 Penampilan <i>button</i> dengan <i>gradient fill</i>	95
Gambar 4.48 Penampilan beranda	95
Gambar 4.49 Penampilan <i>card</i>	96
Gambar 4.50 Fitur <i>forum</i>	98
Gambar 4.51 Penampilan laman <i>event</i>	98
Gambar 4.52 Background untuk seminar.....	99
Gambar 4.53 Background area foto untuk event	99
Gambar 4.54 <i>Feed</i> IG untuk mempromosikan seminar	100
Gambar 4.55 <i>Twibbon</i>	101
Gambar 4.56 Kesesuaian logo	102
Gambar 4.57 Kecocokan desain mascot	102
Gambar 4.58 Kesesuaian gaya ilustrasi	103
Gambar 4.59 Penyampaian pesan kampanye	103
Gambar 4.60 Kesesuaian font	104
Gambar 4.61 Kesesuaian skema warna.....	104
Gambar 4.62 Kesesuaian tampilan situs	105
Gambar 4.63 Kesesuaian penempatan objek	105
Gambar 4.64 <i>User experience</i>	106
Gambar 4.65 Kecocokan <i>copywriting</i>	106
Gambar 4.66 Proses pelaksanaan <i>beta test</i>	108

Gambar 4.67 Interaktivitas pada <i>website</i>	109
Gambar 4.68 <i>Mockup website</i>	110
Gambar 4.69 Grid Instagram.....	112
Gambar 4.70 <i>Mockup video short</i>	113
Gambar 4.71 <i>Mockup seminar</i>	114
Gambar 4.72 <i>Mockup area foto</i>	115
Gambar 4.73 <i>Mockup billboard</i>	116
Gambar 4.74 Sketsa perbandingan ukuran.....	117
Gambar 4.75 <i>Mockup keychain</i>	117
Gambar 4.76 <i>Mockup tote bag</i>	118
Gambar 4.77 <i>Mockup t-shirt</i>	119



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Hasil Persentase Turnitin.....	xx
Lampiran Form Bimbingan & Spesialis	xxi
Lampiran <i>Non-Disclosure Agreement</i>	xxv
Lampiran <i>Consent Form</i>	xxvi
Lampiran Kuesioner	xxvii
Lampiran Transkrip Wawancara.....	xxxiv
Lampiran <i>Alpha Test</i>	xxxviii
Lampiran <i>Beta Test</i>	xlii

