

PERANCANGAN KAMPANYE INTERAKTIF KEBIASAAN

***POSITIVE SOCIAL COMPARISON* BAGI PEREMPUAN**



LAPORAN TUGAS AKHIR

Jessie Elisa Iana

00000055895

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

PERANCANGAN KAMPANYE INTERAKTIF KEBIASAAN

***POSITIVE SOCIAL COMPARISON* BAGI PEREMPUAN**



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain (S.Ds.)

Jessie Elisa Iana

00000055895

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 : Jessie Elisa Iana
Nomor Induk Mahasiswa : 00000055895
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

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

**PERANCANGAN KAMPANYE INTERAKTIF KEBIASAAN *POSITIVE*
SOCIAL COMPARISON BAGI PEREMPUAN**

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, 3 Juni 2025



(Jessie Elisa Iana)

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

PERANCANGAN KAMPANYE INTERAKTIF KEBIASAAN *POSITIVE SOCIAL COMPARISON* BAGI PEREMPUAN

Oleh

Nama Lengkap : Jessie Elisa Iana
Nomor Induk Mahasiswa : 00000055895
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Rabu, 18 Juni 2025

Pukul 09.45 s.d. 10.30 WIB dan dinyatakan

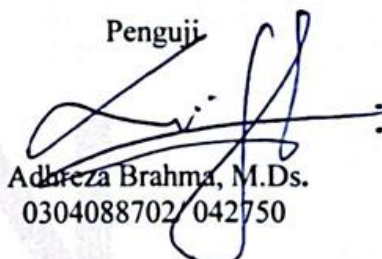
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang


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

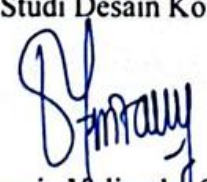
Penguji


Adhiza Brahma, M.Ds.
0304088702/ 042750

Pembimbing


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

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 : Jessie Elisa Iana
Nomor Induk Mahasiswa : 00000055895
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : ~~D3~~/ S1/ S2*
Judul Karya Ilmiah : PERANCANGAN KAMPANYE INTERAKTIF
KEBIASAAN POSITIVE SOCIAL
COMPARISON BAGI PEREMPUAN

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, 5 Juni 2025


Jessie Elisa Iana

* 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

Segala puji dan Syukur dipanjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat yang diberikan sehingga penulisan laporan tugas akhir dengan judul; *Perancangan Kampanye Interaktif Kebiasaan Positive Social Comparison Bagi Perempuan* dapat terlaksana dengan baik. Penulis berharap penyusunan laporan ini dapat menjadi langkah awal yang bermanfaat sebagai bekal dalam melaksanakan perancangan di dunia kerja.

Penulis juga 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. Dr. Ratna Cahaya, S.Sos., M.Ds., selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Narasumber serta responden yang telah membantu saya.
6. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih memiliki kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan untuk perbaikan di masa mendatang. Akhir kata, penulis berharap karya ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi positif bagi perkembangan Desain Komunikasi Visual dan psikologi.

Tangerang, 24 Maret 2025



Jessie Elisa Iana

PERANCANGAN KAMPANYE INTERAKTIF KEBIASAAN POSITIVE SOCIAL COMPARISON BAGI PEREMPUAN

(Jessie Elisa Iana)

ABSTRAK

Perbandingan sosial merupakan fenomena yang umum terjadi dalam kehidupan sehari-hari, terutama di era digital dengan maraknya penggunaan media sosial. Perbandingan sosial dapat berdampak positif ataupun negatif, tergantung dari bagaimana seseorang menyikapinya. Jika tidak disikapi dengan baik, dapat menimbulkan dampak negatif seperti kurang percaya diri, iri hati, bahkan depresi. Berdasarkan pengumpulan data yang dilakukan penulis kebiasaan ini banyak dimiliki oleh perempuan pada masa transisi menuju dewasa, hal ini di karena kan mereka berada dalam tahap pencarian jati diri. Media yang menyediakan pemahaman mengenai topik perbandingan sosial positif pada perempuan masih jarang di temukan. Proses perancangan melibatkan pengumpulan data kualitatif melalui kuesioner, wawancara, dan diskusi kelompok terarah dengan fokus pada kebiasaan negatif perbandingan sosial pada perempuan di Indonesia. Metode perancangan yang digunakan adalah *Design Thinking*, yang terdiri dari tahapan temukan, tentukan, ciptakan, dan evaluasi. Hasil perancangan ini adalah kampanye interaktif dengan tujuan dapat mempersuasi perempuan memiliki kebiasaan perbandingan sosial yang positif dan dapat mencintai dirinya sendiri.

Kata kunci: perbandingan sosial, perempuan, kampanye interaktif



PERANCANGAN KAMPANYE INTERAKTIF KEBIASAAN POSITIVE SOCIAL COMPARISON BAGI PEREMPUAN

(Jessie Elisa Iana)

ABSTRACT (English)

Social comparison is a common phenomenon in everyday life, especially in the digital era with the widespread use of social media. Social comparison can have a positive or negative impact, depending on how one responds to it. If not addressed properly, it can lead to negative impacts such as a lack of confidence, envy, and even depression. Based on the author's data collection, this habit is mostly owned by women in the transition period to adulthood, this is because they are in the stage of self-discovery. There is a lack of media that provides an understanding of the topic of positive social comparison in women. The design process involved collecting qualitative data through questionnaires, interviews, and focus group discussions with a specific focus on the negative social comparison habits of women in Indonesia. The design method used was Design Thinking, which consists of the stages of discover, define, create, and evaluate. The result of this design is an interactive campaign to persuade women to have positive social comparison habits and be able to love themselves.

Keywords: *social comparison, female, interactive 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	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
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 Interaktif	5
2.1.1 Strategi Kampanye	6
2.1.2 Jenis Kampanye	10
2.1.3 Prinsip & Elemen Kampanye	12
2.1.4 <i>Copywriting</i> Kampanye.....	15
4.2. <i>Website</i>	17
2.2.1 <i>UI/UX Design</i>	18
2.2.2 Prinsip <i>Interface</i>	22
2.2.3 Elemen <i>Interface</i>	24
2.3 <i>Visual Storytelling</i>	30
2.3.1. Narasi Cerita	31
2.3.2. Elemen Cerita	33
2.4 <i>Social Comparison</i>	34

2.4.1 Dampak <i>Social Comparison</i>	37
2.4.2 Faktor <i>Social Comparison</i>	38
2.4.3 <i>Envy</i>	39
2.4.4 <i>Emerging Adulthood</i>	40
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN	43
3.1 Subjek Perancangan	43
3.2 Metode dan Prosedur Perancangan	44
3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan.....	46
3.3.1 Wawancara	47
3.3.2 Kuesioner	50
3.3.3 <i>Focus Group Discussion</i>	51
3.3.4 Studi Eksisting.....	52
3.3.5 Studi Referensi	53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN	54
4.1 Hasil Perancangan	54
4.1.1 <i>Discover</i>	54
4.1.2 <i>Define</i>	82
4.1.3 <i>Create</i>	100
4.1.4 <i>Evaluate</i>	149
4.1.5 Kesimpulan Perancangan.....	154
4.2 Pembahasan Perancangan	156
4.2.1 <i>Beta Test</i>	156
4.2.2 Analisis Media Utama.....	159
4.2.3 Analisis Media Sekunder.....	165
4.2.4 Anggaran.....	172
BAB V PENUTUP	174
5.1 Simpulan	174
5.2 Saran	175
DAFTAR PUSTAKA	xvi
LAMPIRAN	xviii

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan.....	28
Tabel 4.1 Data Demografis Responden	64
Tabel 4.2 Data Pengetahuan Responden.....	65
Tabel 4.3 Data Kebiasaan Responden.....	66
Tabel 4.4 Data Media <i>Behaviour</i> Responden	67
Tabel 4.5 Analisis SWOT Studi Eksisting Unggahan	75
Tabel 4.6 Analisis SWOT Studi Eksisting Kampanye.....	76
Tabel 4.7 Analisis SWOT (Un)Trafficked.....	78
Tabel 4.8 Analisis SWOT Aftermetoo.....	80
Tabel 4.9 <i>Brand Mandatory</i>	84
Tabel 4.10 <i>Creative Brief</i>	94
Tabel 4.11 Skenario kampanye berdasarkan <i>AISAS</i>	95
Tabel 4.12 Strategi Media <i>AISAS</i>	96
Tabel 4.13 Linimasa Durasi	97
Tabel 4.14 Tabel Analisis Visual	150
Tabel 4.15 Tabel Analisis Interaktivitas	151
Tabel 4.16 Tabel Analisis Konten.....	152
Tabel 4.17 Tabel iterasi pasca <i>alpha test</i>	153
Tabel 4.18 Tabel <i>Budgeting</i> Kampanye.....	172



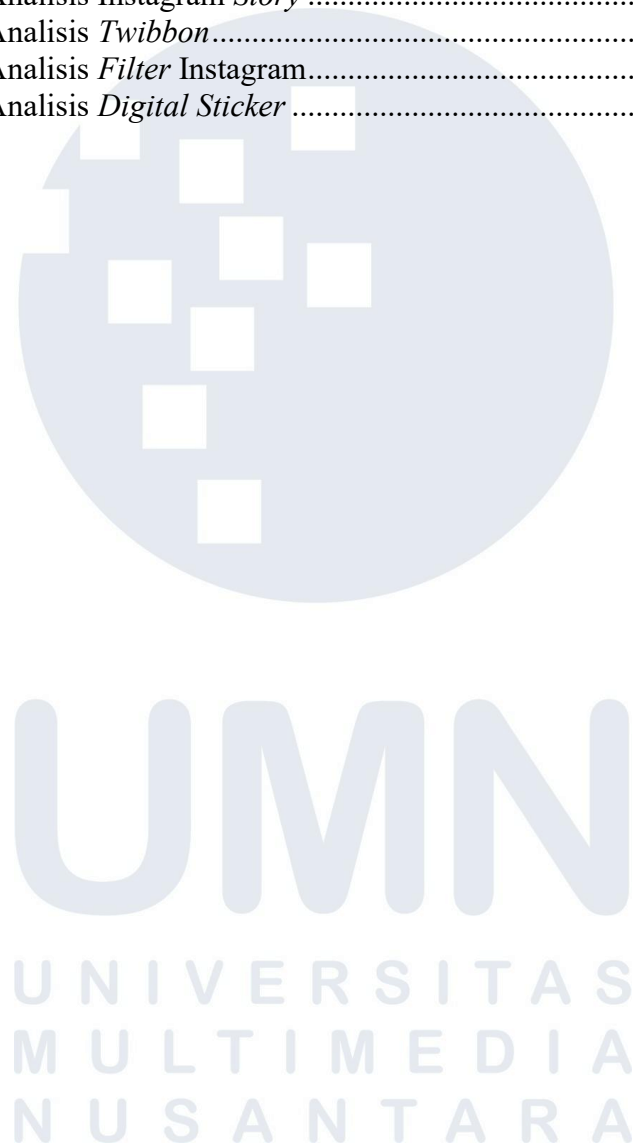
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model <i>AISAS</i>	6
Gambar 2.2 <i>Billboard</i> kampanye <i>It's Time to Spill the Beans</i>	7
Gambar 2.3 <i>Website Ads</i> kampanye <i>Keep it Real</i>	7
Gambar 2.4 Instagram post kampanye <i>Mothers deserve accolades too</i>	8
Gambar 2.5 <i>Website</i> kampanye <i>CitaParaDoos</i>	9
Gambar 2.6 <i>Filter</i> Instagram kampanye <i>Changing Faces</i>	9
Gambar 2.7 Kampanye Peluncuran Samsung Galaxy Z Flip5	10
Gambar 2.8 Kampanye AMIN Pemilu 2024.....	11
Gambar 2.9 Kampanye <i>Mistaken for Love</i> oleh YSL Beauty.....	12
Gambar 2.10 <i>UX Honeycomb</i>	21
Gambar 2.11 Contoh <i>Fluid Grid</i>	24
Gambar 2.12 Contoh <i>Fixed Grid</i>	25
Gambar 2.13 <i>Hue Color Wheel</i>	26
Gambar 2.14 <i>Value Color Scale</i>	26
Gambar 2.15 <i>Saturation Color Scale</i>	27
Gambar 2.16 Tipografi <i>interface</i>	27
Gambar 2.17 <i>Icon interface</i>	28
Gambar 2.18 <i>Button Interface</i>	28
Gambar 2.19 <i>Card Interface</i>	29
Gambar 2.20 Jenis Navigasi.....	29
Gambar 2.21 <i>Freytag's Pyramid</i>	32
Gambar 2.22 <i>Pain-driven Dual Envy (PaDE) Theory</i>	39
Gambar 4.1 Wawancara Maria Jessica A. S, M.Psi.,.....	55
Gambar 4.2 Wawancara Fiona Valentina Damanik, M.Psi.,	58
Gambar 4.3 Wawancara Claudia Eva Ganda.....	60
Gambar 4.4 Wawancara Amelia Ivanka	62
Gambar 4.5 <i>Focus Group Discussion Social Comparison</i>	69
Gambar 4.6 Unggahan Instagram @Yayasanpulih.....	74
Gambar 4.7 Kampanye digital #BergayaDanBerdaya.	75
Gambar 4.8 (Un)Trafficked <i>Website</i>	78
Gambar 4.9 <i>aftermetoo Website</i>	79
Gambar 4.10 <i>Empathy Map</i>	81
Gambar 4.11 <i>User Persona</i>	82
Gambar 4.12 <i>User Journey</i>	83
Gambar 4.13 <i>Mind Mapping Data</i>	85
Gambar 4.14 <i>Brainstorming</i>	86
Gambar 4.15 Alternatif <i>Big Idea</i>	87
Gambar 4.16 <i>Mind Map Visual</i>	88
Gambar 4.17 <i>Moodboard</i>	89
Gambar 4.18 Tipografi.....	90
Gambar 4.19 Kombinasi Tipografi	90
Gambar 4.20 <i>Layout Guide</i>	91
Gambar 4.21 <i>Color Pallate</i>	92

Gambar 4.22 Alternatif <i>tagline</i>	93
Gambar 4.23 <i>Information Architecture</i>	98
Gambar 4.24 <i>Flowchart</i>	99
Gambar 4.25 alternatif logo kampanye.....	101
Gambar 4.26 Logo alternatif pertama	101
Gambar 4.27 Logo alternatif kedua	102
Gambar 4.28 Logo alternatif ketiga	102
Gambar 4.29 Logo final Eunoia.....	102
Gambar 4.30 Logo <i>breakdown</i> Eunoia	103
Gambar 4.31 Supergrafis Kampanye	104
Gambar 4.32 Referensi <i>Key Visual</i> Kampanye.....	105
Gambar 4.33 Sketsa <i>Key Visual</i>	105
Gambar 4.34 Finalisasi <i>Key Visual</i>	106
Gambar 4.35 Referensi karakter	107
Gambar 4.36 Sketsa Karakter Ayu.....	107
Gambar 4.37 <i>Character</i> Ayu.....	108
Gambar 4.38 Sketsa Aset <i>Flower Bouquet</i>	109
Gambar 4.39 Aset <i>Flower Bouquet</i>	110
Gambar 4.40 Sketsa Aset <i>Blue Peal</i>	111
Gambar 4.41 Aset <i>Blue Peal</i>	111
Gambar 4.42 Sketsa Aset <i>Yellow Ligula</i>	111
Gambar 4.43 Aset <i>Yellow Ligula</i>	112
Gambar 4.44 Sketsa Aset <i>Pinkie Winkle</i>	112
Gambar 4.45 Aset <i>Pinkie Winkle</i>	112
Gambar 4.46 Sketsa Aset <i>Orange Mari</i>	113
Gambar 4.47 Aset <i>Orange Mari</i>	113
Gambar 4.48 Sketsa <i>Header What's Inside</i>	114
Gambar 4.49 <i>Header What's Inside</i>	115
Gambar 4.50 Sketsa Aset Ayu <i>Spraying</i>	116
Gambar 4.51 Aset Ayu <i>Spraying</i>	116
Gambar 4.52 Sketsa Aset <i>Flower Pot</i>	117
Gambar 4.53 Aset <i>Flower Pot</i>	117
Gambar 4.54 Sketsa Menu <i>Take a Walk</i>	118
Gambar 4.55 Menu <i>Take a Walk</i>	119
Gambar 4.56 Sketsa Aset <i>Flower Border</i>	119
Gambar 4.57 Aset <i>Flower Border</i>	120
Gambar 4.58 Sketsa Aset <i>Paper Cut Holding Hand</i>	120
Gambar 4.59 Aset <i>Paper Cut Holding Hand</i>	121
Gambar 4.60 Referensi <i>icon</i> dan <i>button</i>	121
Gambar 4.61 <i>Arrow Icon</i>	122
Gambar 4.62 <i>Close Icon</i>	122
Gambar 4.63 <i>Burger Icon</i>	122
Gambar 4.64 <i>Like & Comment Icon</i>	123
Gambar 4.65 <i>Log in & Sign in Button</i>	123
Gambar 4.66 <i>Next Button</i>	124
Gambar 4.67 <i>Play Button</i>	124

Gambar 4.68 <i>Copywriting Narasi Storytelling</i>	125
Gambar 4.69 <i>Sketsa Storytelling Negative Social Comparison</i>	126
Gambar 4.70 <i>Sketsa Storytelling Positive Social Comparison</i>	126
Gambar 4.71 <i>Storytelling Negative Social Comparison</i>	127
Gambar 4.72 <i>Storytelling Positive Social Comparison</i>	127
Gambar 4.73 <i>Header Website</i>	128
Gambar 4.74 <i>Footer Website</i>	129
Gambar 4.75 <i>Burger Dropdown</i>	129
Gambar 4.76 <i>Low Fidelity Homepage</i>	130
Gambar 4.77 <i>Homepage</i>	131
Gambar 4.78 <i>Low Fidelity Flow Take a Walk 1</i>	132
Gambar 4.79 <i>Flow Take a Walk 1</i>	133
Gambar 4.80 <i>Sketsa Flow Take a Walk 2</i>	133
Gambar 4.81 <i>Flow Take a Walk 2</i>	134
Gambar 4.82 <i>Sketsa Flow Sit and Talk</i>	135
Gambar 4.83 <i>Flow Sit and Talk</i>	135
Gambar 4.84 <i>Low Fidelity Meet Ayu</i>	136
Gambar 4.85 <i>Meet Ayu</i>	136
Gambar 4.86 <i>Low Fidelity Quiz Your Flower</i>	137
Gambar 4.87 <i>Quiz Your Flower</i>	137
Gambar 4.88 <i>Low Fidelity About Us</i>	138
Gambar 4.89 <i>About Us</i>	139
Gambar 4.90 <i>Low Fidelity Flow Profile</i>	139
Gambar 4.91 <i>Flow Profile</i>	140
Gambar 4.92 <i>Sketsa Digital Poster</i>	141
Gambar 4.93 <i>Digital Poster</i>	141
Gambar 4.94 <i>Digital Poster Caption</i>	142
Gambar 4.95 <i>Instagram Story Ads</i>	142
Gambar 4.96 <i>Sketsa LED Ads</i>	143
Gambar 4.97 <i>LED Ads Indoor</i>	143
Gambar 4.98 <i>LED Ads Outdoor</i>	144
Gambar 4.99 <i>Sketsa Instagram Post</i>	144
Gambar 4.100 <i>Instagram Post</i>	145
Gambar 4.101 <i>Sketsa Story Instagram</i>	146
Gambar 4.102 <i>Interactive Instagram Story</i>	146
Gambar 4.103 <i>Sketsa Twibbon</i>	147
Gambar 4.104 <i>Twibbon</i>	147
Gambar 4.105 <i>Sketsa Instagram Filter</i>	148
Gambar 4.106 <i>Instagram Filter</i>	148
Gambar 4.107 <i>Digital Sticker</i>	149
Gambar 4.108 <i>Dokumentasi Beta Test</i>	156
Gambar 4.109 <i>Analisis Warna Media Utama</i>	159
Gambar 4.110 <i>Analisis Tipografi Media Utama</i>	161
Gambar 4.111 <i>Analisis Elemen Visual Media Utama</i>	162
Gambar 4.112 <i>Analisis Icon dan Button</i>	162
Gambar 4.113 <i>Cards Analisis</i>	163

Gambar 4.114 Analisis <i>Layout</i> Media Utama.....	164
Gambar 4.115 Analisis Web Page <i>Anatomy</i>	165
Gambar 4.116 Analisis Digital Poster.....	166
Gambar 4.117 Analisis Instagram <i>Story Ads</i>	167
Gambar 4.118 Analisis LED <i>Ads Outdoor</i>	167
Gambar 4.119 Analisis LED <i>Ads Indoor</i>	168
Gambar 4.120 Analisis Instagram <i>Post</i>	168
Gambar 4.121 Analisis Instagram <i>Story</i>	169
Gambar 4.122 Analisis <i>Twibbon</i>	169
Gambar 4.123 Analisis <i>Filter</i> Instagram.....	170
Gambar 4.124 Analisis <i>Digital Sticker</i>	171



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Hasil Persentase Turnitin.....	xviii
Lampiran <i>Form</i> Bimbingan.....	xv
Lampiran <i>Non-Disclosure Agreement</i>	xxii
Lampiran Kuesioner.....	xxxii
Lampiran Transkrip Wawancara.....	xxxvii
Lampiran Transkrip <i>Focus Group Discussion</i>	lv
Lampiran Hasil <i>Alpha Test</i>	lxi
Lampiran Transkrip <i>Beta Tes</i>	lxvii
Lampiran Dokumentasi.....	lxxii

