

**PERANCANGAN KAMPANYE EDUKASI MENGENAI
HERD MENTALITY DI TIKTOK**



LAPORAN TUGAS AKHIR

Rasya Aquila Kartanegara
00000048534

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

**PERANCANGAN KAMPANYE EDUKASI MENGENAI
HERD MENTALITY DI TIKTOK**



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual

Rasya Aquila Kartanegara

00000048534

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

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Rasya Aquila Kartanegara
Nomor Induk Mahasiswa : 00000048534
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

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

PERANCANGAN KAMPANYE EDUKASI MENGENAI HERD MENTALITY DI TIKTOK

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, 20 Juni 2025



(Rasya Aquila Kartanegara)

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul
**PERANCANGAN KAMPANYE EDUKASI MENGENAI
HERD MENTALITY DI TIKTOK**

Oleh

Nama Lengkap : Rasya Aquila Kartanegara
Nomor Induk Mahasiswa : 00000048534
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Kamis, 20 Juni 2025
Pukul 11.15 s.d. 12.00 WIB dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Lalitya Talitha Pinasthika, M.Ds.
0308078801/034812

Penguji

Frindhinia Medyasepti, S.Sn., M.Sc.
0319098202/068502

Pembimbing

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

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 : Rasya Aquila Kartanegara
Nomor Induk Mahasiswa : 00000048534
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : ~~D3~~/ S1/-S2
Judul Karya Ilmiah : **PERANCANGAN KAMPANYE
EDUKASI MENGENAI HERD
MENTALITY DI TIKTOK**

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, 20 Juni 2025


(Rasya Aquila Kartanegara)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul "Perancangan Kampanye Edukasi Mengenai Herd Mentality di Tiktok". Tugas akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Desain Komunikasi Visual di Universitas Multimedia Nusantara. Penulis menyadari dalam pengerjaan Tugas Akhir masih terdapat kekurangan, namun dengan adanya dukungan dan bimbingan serta dedikasi dan dorongan dari berbagai pihak, pengerjaan tugas akhir dapat selesai sesuai waktu.

Maka karena itu, pada kesempatan ini 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. Mariska Legia, S.Ds., M.B.A., selaku Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Lalitya Talitha Pinasthika, M.Ds., selaku dosen pembimbing spesialis yang telah memberikan waktu dan arahan sehingga terselesainya tugas akhir ini.
6. Fiona Valentina Damanik, M.Psi., selaku narasumber yang ahli pada bidangnya dalam memberi informasi dan wawasan dalam kepentingan tugas akhir ini
7. Danik Eka Rahmaningtyas, M.Psi., selaku narasumber yang ahli pada bidangnya dalam memberi informasi dan wawasan dalam kepentingan tugas akhir ini.

8. Keluarga saya Ibu dan Ayah yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral dan sebagai *Emotional Support*, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Tangerang, 20 Juni 2025



(Rasya Aquila Kartanegara)



PERANCANGAN KAMPANYE EDUKASI MENGENAI HERD MENTALITY DI TIKTOK

(Rasya Aquila Kartanegara)

ABSTRAK

Penelitian ini membahas perancangan kampanye edukasi mengenai fenomena herd mentality di TikTok, dengan output media yang mencakup key visual, Instagram Story, Instagram Post, banner, poster, website, dan merchandise. Kampanye ini dirancang untuk meningkatkan kesadaran generasi muda terhadap dampak negatif herd mentality dalam kehidupan sehari-hari, khususnya di era digital. Pendekatan visual minimalis dengan tone personal dan reflektif digunakan untuk menciptakan keterhubungan emosional dengan audiens. Konten kampanye menyoroti pentingnya berpikir kritis, mengenali suara hati, serta menghindari perilaku ikut-ikutan tanpa pertimbangan mendalam. Hasil perancangan menunjukkan bahwa media yang dibuat dapat mendukung edukasi yang efektif dengan menggabungkan storytelling, ilustrasi konsisten, dan strategi distribusi yang relevan dengan audiens target di TikTok. Perancangan kampanye ini menggunakan metode *6 Phases of Design* dari Robin Landa, serta penerapan AISAS untuk mendapatkan hasil kampanye yang efektif dalam menyampaikan pesannya. Perancangan kampanye edukasi ini menggunakan beberapa media. Media utama dari perancangan kampanye ini berupa website dan memiliki beberapa media sekunder seperti, *Instagram Feed, Instagram Story, Print Media, dan merchandise*.

Kata kunci: *Herd mentality*, Kampanya Edukasi, TikTok, Pencegahan, Pemilahan

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

DESIGNING AN EDUCATIVE CAMPAIGN ABOUT HERD MENTALITY ON TIKTOK

(Rasya Aquila Kartanegara)

ABSTRACT (English)

This study discusses the design of an educational campaign about the phenomenon of herd mentality on TikTok, with media outputs including a key visual, Instagram Story, Instagram Post, banner, poster, website, and merchandise. The campaign is designed to raise young people's awareness of the negative impacts of herd mentality in daily life, particularly in the digital era. A minimalist visual approach with a personal and reflective tone is used to create emotional connection with the audience. The campaign content highlights the importance of critical thinking, recognizing one's inner voice, and avoiding blindly following trends without deeper consideration. The design results show that the created media effectively support education by combining storytelling, consistent illustration, and a distribution strategy relevant to the target audience on TikTok. The campaign design applies Robin Landa's 6 Phases of Design method, as well as the AISAS model to achieve effective campaign delivery. The campaign uses several media platforms. The main medium is a website, supported by secondary media such as Instagram Feed, Instagram Story, print media, and merchandise.

Keywords: *Herd Mentality, Educative Campaign, Tiktok, Prevention, Selection*

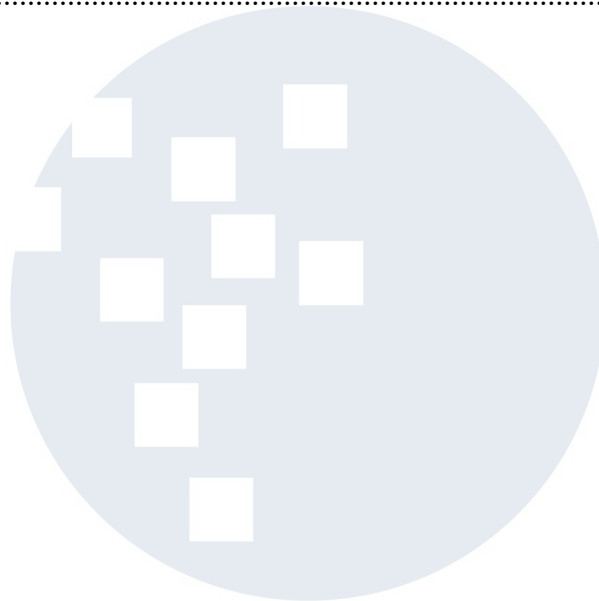


DAFTAR ISI

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	xvi
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 Strategi Kampanye.....	7
2.1.3 Media Kampanye	10
2.1.4 Media Kampanye.....	17
2.1.5 Manfaat Kampanye	18
2.2 Marketing Strategi.....	19
2.2.1 STP	19
2.2.2 SWOT Analysis	20
2.3 Desain Grafis	22
2.3.1 Elemen Desain	22
2.3.2 Prinsip Desain.....	27
2.3.3 Tipografi.....	30

2.3.4 Fotografi.....	32
2.3.5 Ilustrasi.....	34
2.4 <i>Herd Mentality & Social Media</i>	35
2.4.1 <i>Herd Mentality</i>	36
2.4.2 Dampak Negatif Media Sosial dalam Diri Sendiri.....	37
2.4.3 Literasi Media Sosial.....	38
2.5 Penelitian yang relevan	39
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN	43
3.1 Subjek Perancangan	43
3.2 Metode dan Prosedur Perancangan	44
3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan	47
3.3.1 Kuesioner	47
3.3.2 Wawancara	53
3.3.3 Studi Referensi	54
3.3.4 Studi Eksisting.....	55
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN	56
4.1 Hasil Perancangan	56
4.1.1 <i>Overview</i>	56
4.1.2 <i>Analysis</i>	75
4.1.3 <i>Conceptualization</i>	93
4.1.4 <i>Design</i>	102
4.1.5 <i>Implementation</i>	132
4.1.6 <i>Evaluation</i>	136
4.1.7 <i>Kesimpulan Hasil Perancangan</i>	137
4.2 Pembahasan Perancangan.....	139
4.2.1 Analisis <i>Beta Test</i>	139
4.2.2 Analisis Desain <i>Key Visual</i> dan <i>Logo</i>	142
4.2.3 Analisis Desain <i>Instagram Story</i>	144
4.2.4 Analisis Desain <i>Media Print</i>	145
4.2.5 Analisis Desain <i>Website</i>	147
4.2.6 Analisis Desain <i>Instagram Feeds</i>	156
4.2.7 Analisis Desain <i>Merchandise</i>	157

4.2.4 Anggaran.....	158
BAB V PENUTUP.....	161
5.1 Simpulan	161
5.2 Saran.....	162
DAFTAR PUSTAKA.....	xvii
LAMPIRAN.....	xix



UMN
 UNIVERSITAS
 MULTIMEDIA
 NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Relevan.....	39
Tabel 3.1 Data Responden.....	48
Tabel 3.2 Awareness Responden Pengaruh TikTok	49
Tabel 3.3 Awareness Responden Tentang Herd Mentality.....	51
Tabel 3.4 Preferensi Media Edukasi	52
Tabel 3.5 Wawancara Expert	53
Tabel 4.1 SWOT Proud Project.....	77
Tabel 4.2 SWOT Magdalene.....	79
Tabel 4.3 SWOT Satu Persen.....	81
Tabel 4.4 SWOT Game Herd Mentality	82
Tabel 4.5 SWOT Bandwagon Seminar.....	84
Tabel 4.6 SWOT Bandwagon Effect Dignity Indonesia.....	85
Tabel 4.7 SWOT Brand Mandatory	87
Tabel 4.8 Timeline Kampanye.....	93
Tabel 4.9 Moodboard Brief.....	99
Tabel 4.10 AISAS	100
Tabel 4.11 Hasil Beta Testing.....	141
Tabel 4.12 Anggaran.....	159



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Primary Colors	23
Gambar 2.2 Color Psychology	25
Gambar 2.3 Warna Psikologi	26
Gambar 2.4 Format Media	28
Gambar 2.5 Balance	29
Gambar 2.6 Sans Serif Font	31
Gambar 2.7 Italic Font	31
Gambar 2.8 Script Font	32
Gambar 2.9 Fotografi Potret	33
Gambar 2.10 Fotografi Still Life	33
Gambar 2.11 Ilustrasi Stilasi	34
Gambar 2.12 Ilustrasi Konseptual	35
Gambar 4.1 Pie Chart Gender	57
Gambar 4.2 Domisili Responden	57
Gambar 4.3 Chart Penggunaan TikTok	58
Gambar 4.4 Keseringan pengguna TikTok	59
Gambar 4.5 Keseringan mengikuti trend di TikTok	59
Gambar 4.6 Pengaruh Aplikasi TikTok	60
Gambar 4.7 Penerapan Trend TikTok	60
Gambar 4.8 Mengikuti Trend di TikTok	61
Gambar 4.9 Pendasaran Informasi Riset	61
Gambar 4.10 Pengetahuan Trend TikTok	62
Gambar 4.11 Arti Konsep Herd Mentality	62
Gambar 4.12 Fenomena Herd Mentality	63
Gambar 4.13 Pengikutan Trend TikTok	63
Gambar 4.14 Pengetahuan responden pengaruh herd mentality	64
Gambar 4.15 Masyarakat mengikuti trend TikTok	64
Gambar 4.16 Pernah Mengikuti Trend	65
Gambar 4.17 Dampak Herd Mentality	65
Gambar 4.18 Berfikir Kritis Sebelum suatu trend	66
Gambar 4.19 Mengenali Herd Mentality	66
Gambar 4.20 Edukasi mengenai Herd Mentality	67
Gambar 4.21 Platform Media Edukasi	68
Gambar 4.23 Preferensi Edukasi 2	69
Gambar 4.24 Preferensi Edukasi 3	69
Gambar 4.25 Preferensi Edukasi 4	70
Gambar 4.26 Preferensi Edukasi 5	71
Gambar 4.27 Preferensi Edukasi 6	71
Gambar 4.29 Expert Interview I	73
Gambar 4.30 Proud Project 1	76

Gambar 4.31 Proud Project 2	77
Gambar 4.32 Magdalene1	78
Gambar 4.33 Magdalene 2	79
Gambar 4.34 Satu Persen	80
Gambar 4.35 Game Herd Mentality	82
Gambar 4.36 Bandwagon Effect Seminar.....	84
Gambar 4.37 Bandwagon Effect Dignity Indonesia	85
Gambar 4.38 Bicarakan.id Logo	86
Gambar 4.39 User Persona 1	88
Gambar 4.40 User Persona 2.....	89
Gambar 4.41 Mindmapping	94
Gambar 4.42 Moodboard	97
Gambar 4.43 Font Alternatif.....	103
Gambar 4.44 Font Terpilih.....	104
Gambar 4.45 Color Pallette.....	105
Gambar 4.46 Sketsa Logo	106
Gambar 4.47 Finalisasi Logo	107
Gambar 4.48 Sketsa Visual	108
Gambar 4.49 Asset Visual Final	109
Gambar 4.50 Fotografi Tekstur.....	110
Gambar 4.51 Fotografi Manusia	111
Gambar 4.52 Sketsa KV.....	113
Gambar 4.53 KV Landing Page	113
Gambar 4.54 Sketsa Instagram Story.....	115
Gambar 4.55 Finalisasi Instagram Story.....	116
Gambar 4.56 Sketsa Desain Banner.....	117
Gambar 4.57 Finalisasi Banner	118
Gambar 4.58 Sketsa Poster	119
Gambar 4.59 Finalisasi Poster.....	119
Gambar 4.60 Sitemapping.....	122
Gambar 4.61 Sketsa Wireframing.....	124
Gambar 4.62 Low Fidelity	125
Gambar 4.63 Landing Page.....	126
Gambar 4.64 Home Page & About Us.....	127
Gambar 4.65 Content Page	128
Gambar 4.66 Personality Cards.....	128
Gambar 4.67 Shop & Service Page.....	129
Gambar 4.68 Instagram Sketch	130
Gambar 4.69 Instagram feeds Final	130
Gambar 4.72 Alpha Test booth	134
Gambar 4.73 Alpha Testing	134
Gambar 4.74 Key Visual.....	143
Gambar 4.75 Logo Little Voices.....	143

Gambar 4.76 Instagram Story	144
Gambar 4.77 Mockup Instagram story.....	145
Gambar 4.78 Banner Kampanye	146
Gambar 4.79 Poster Kampanye.....	147
Gambar 4.80 Landing Page Website Kampanye	148
Gambar 4.81 Home Page	149
Gambar 4.82 About Us	151
Gambar 4.83 Quiz Page	152
Gambar 4.84 Quiz Question.....	153
Gambar 4.85 Quiz Personality Result.....	153
Gambar 4.86 Shop Page.....	154
Gambar 4.87 Services Page.....	155
Gambar 4.88 Instagram Post.....	156
Gambar 4.89 Merchandise Kampanye.....	157



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Hasil Persentase Turnitin.....	xix
Lampiran Form Bimbingan & Spesialis	xx
Lampiran <i>Non-Diclosure Agreement</i>	xxix
Lampiran <i>Consent Form</i>	xxxix
Lampiran Hasil Kuesioner	xxxix
Lampiran Transkrip Wawancara.....	xxxix
Lampiran Dokumentasi.....	xxxvi

