



Perancangan Kampanye Interaktif



TELISEEK.

Untuk Membangun Kesadaran
Pengguna Media Sosial
Mengenai Buzzer Politik



Identitas

Justine Pangestu
00000056190

Daftar Isi

EMPATHIZE

Latar Belakang
Studi Literatur
Kuesioner
Interview
Studi Eksisting
Studi Referensi

PROTOTYPE

Site map
User Flow
Low Fidelity
High Fidelity
Draft

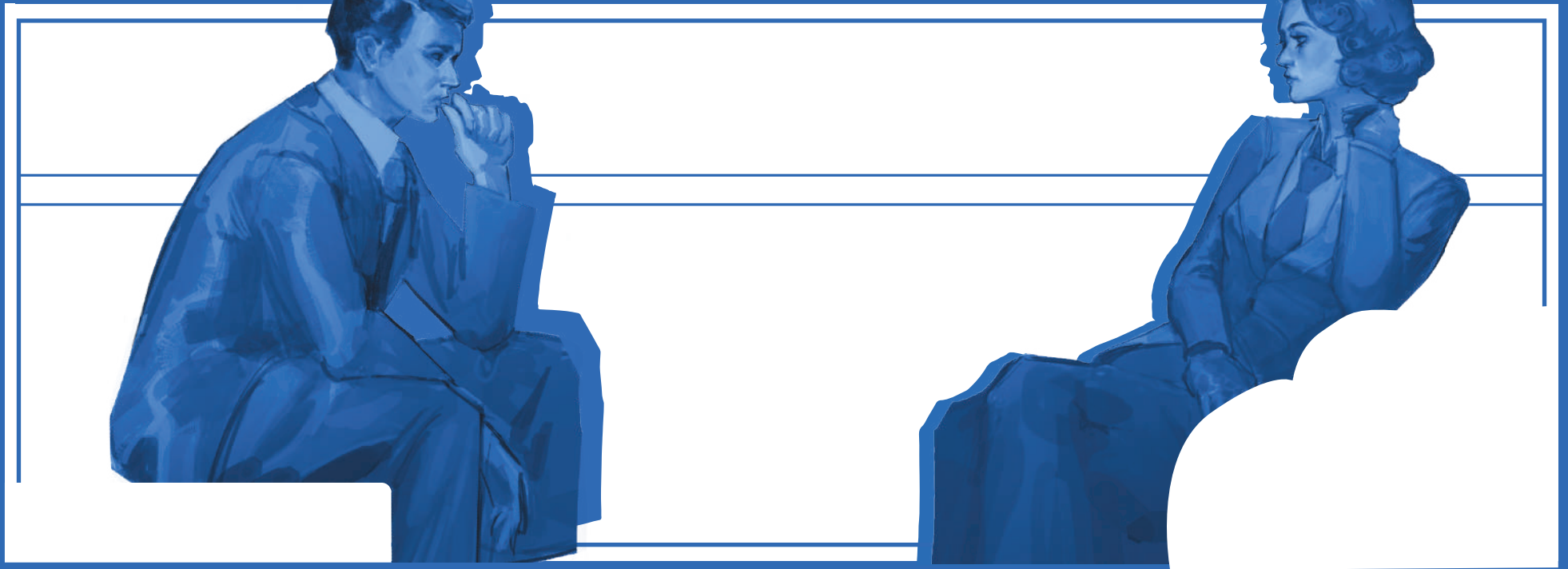
DEFINE

User Persona
User Journey
Strategic
Communication Brief

FINAL

IDEATE

Mind Map
Big Idea & Konsep
Moodboard
Visual Identity
Key Visual



EMPATHIZE

Latar Belakang
Studi Literatur
Kuesioner
Interview
Studi Eksisting
Studi Referensi

LATAR BELAKANG

Latas Situasi Buzzer yang awalnya digunakan sebagai media yang netral telah terjadi pergeseran makna, yang awalnya sebatas media promosi menjadi sebuah alat propaganda dan penyebaran informasi hoax (Faulina, 2021, h.1). Sugiyono (2020, h.48) berpendapat bahwa buzzer memiliki peran yang krusial dalam membentuk opini publik untuk memenangkan kontestasi politik. Kini buzzer telah memiliki konotasi negatif, namun belum ada hukum yang mengatur secara langsung mengenai Buzzer

Masalah Buzzer berkontribusi sebesar **92%** dalam pengungkapan informasi hoax dari 1.923 artikel yang sudah dihapus oleh Kominfo (Meishella, 2024). Angka ini menunjukkan tingginya aktivitas buzzer di Indonesia. Hal ini berbanding terbalik, mengetahui lebih dari **75%** masyarakat Indonesia belum menyadari mengenai aktivitas akun buzzer (Pahlevi, 2021).

Urgensi Miqdad (2024, h.694) menyebutkan tujuan utama strategi tersebut adalah untuk mempengaruhi opini publik. Perannya bukan sebatas memperkenalkan tokoh politik, tetapi juga menyerang dan menjatuhkan melalui informasi hoax dan fitnah.

Solusi Minimnya literasi politik akan menciptakan situasi yang efektif dalam polarisasi oleh buzzer politik. Pada perancangan ini, penulis mengajukan solusi berupa perancangan kampanye interaktif untuk membangun kesadaran pengguna media sosial mengenai buzzer politik. Ini merupakan salah satu upaya dalam meningkatkan cara berpikir kritis sekaligus literasi politik pada kalangan anak muda.

Studi Literatur

Menurut CIPG

1. Buzzer memiliki jaringan luas yang memudahkan mengumpulkan informasi-informasi krusial.
2. Buzzer memiliki kemampuan untuk berbincang dengan khalayak luas melalui media sosial dengan pesan yang persuasive dan dipersonifikasi.
3. Kemampuan akun dalam membuat konten seperti pengetahuan jurnalistik dan pemilihan informasi.
4. Seorang buzzer dapat dibayar atau sukarela dalam menyebarkan informasi.
5. Buzzer tidak harus seseorang yang terkenal, tetapi sebuah akun dengan ribuan pengikut sudah cukup.

Pola Kerja Buzzer

Faulina (2022, h.6) mencantumkan pola kerja buzzer dalam mengelola pesan. Peran buzzer tidak bekerja secara instan dan berada di hirarki paling rendah. Aktivitas buzzer dimulai dari klien baik secara individu, maupun kelompok yang ingin mengelola sebuah isu. Setelah terjadi kesepakatan dengan digital strategist, mereka akan mencari dan mengolah data sehingga isu dapat terangkat. Data tersebut diolah kembali menggunakan teori simulacra atau teori simulasi dan media. Teori ini menjadi alasan utama mengapa sebuah isu dapat “dimainkan” untuk merubah persepsi opini masyarakat. Digital strategist akan membuat tahapan dan merencanakan waktu dan pemuatan isu serta penyebarannya di media sosial. Di Tahap terakhir, influencer dan buzzer akan membantu mendorong isu tersebut sehingga mencapai tahap viral.

Wawancara

Enda Nasution

Digital Strategist

Hadirnya buzzer karena adanya demand. Buzzer memiliki fungsi yang berbeda-beda. Cara kerja buzzer selaras dengan editor majalah/koran pada zaman analog

Ade Faulina

Peneliti Terdahulu

Buzzer akan digunakan untuk kedepanya, mengikuti perilaku pengguna media sosial. Keefektifan buzzer dikarenakan jumlah yang masif, sekaligus perilaku masyarakat Indonesia kurang dalam berpikir kritis.

Valencia J

Product Designer

Untuk merancang website yang formal dan terpercaya, pastikan tampilan website bersih dan teratur

Studi Eksisting

Diskusi Publik



MAFINDO; BAWASLU

MAFINDO menggelar diskusi publik dengan tema Buzzer dan Black Campaign di Media Sosial Menjelang Pilgub dan Pilwakot/Pilbup Sulsel pada Selasa, 1 Oktober 2024 di hotel Arthana, Makassar.

Strength	Weakness
Diskusi dilakukan dengan orang yang secara langsung bertanggung jawab dengan Pilkada	<ul style="list-style-type: none">• Tidak ditargetkan kepada khalayak luas• Hasil diskusi tidak tersebar ke khalayak luas
Opportunity	Threat
Buzzer sudah mulai dikhawatirkan dan topik tersebut mulai diangkat	Pergerakan buzzer akan menjadi sangat aktif selama berjalannya kampanye politik

Studi Referensi

Kampanye Anti-Hoax di Bekasi



MAFINDO, TurnBackHoax

Mafindo melakukan kampanye publik yang diikuti dengan kegiatan senam sehat, pemutaran film, dan talkshow. Tujuan utama dalam kampanye ini adalah melakukan edukasi mengenai digital hygiene kepada ibu-ibu dan anak-anak muda.

Strength	Weakness
<ul style="list-style-type: none">• Dilakukan secara offline• Aktivitas yang menyenangkan• Membahas mengenai digital hygiene	<ul style="list-style-type: none">• Durasi yang singkat• Sasaran yang sangat terbatas
Opportunity	Threat
• Butuh media yang mempersuasif masyarakat untuk berpikir kritis	• Hoaks bergerak lebih cepat dibandingkan upaya pencegahan ini

Sosialisasi Stop Hoax “Berdemokrasi Dengan Hati, Bukan Dengan Benci”



MAFINDO; BAWASLU

MAFINDO menggelar diskusi publik dengan tema Buzzer dan Black Campaign di Media Sosial Menjelang Pilgub dan Pilwakot/Pilbup Sulsel pada Selasa, 1 Oktober 2024 di hotel Arthana, Makassar.

Strength	Weakness
<ul style="list-style-type: none">• Dilakukan secara offline pada anak-anak sekolah• Peserta merupakan mahasiswa yang memiliki hak pilih	<ul style="list-style-type: none">• Aktivitas terbatas• Target sasaran terbatas dan belum menargetkan ke media digital
Opportunity	Threat
Materi pembahasan dapat dikembangkan kembali sesuai situasi yang terjadi	Aktivitas penyebaran hoaks lebih cepat dibandingkan jumlah target audiens

Studi Referensi

Bijak Memilih



Think Policy, What is Up

Fungsi dari website ini adalah untuk mencerdaskan Voters saat pelaksanaan pemilu berlangsung. Penulis memilih website ini sebagai referensi karena website ini sukses menjadi sumber informasi dan media primer dari Kampanye Bijak Memilih.

Strength

Desain yang Modern
• Bekerja sama dengan narasumber yang kredibel pada bidang sosialisasi isu sosial dan politik

Weakness

Informasi dari paslon tidak terpapar secara detail, namun memberikan gambaran secara luas.

Opportunity

• Dibutuhkan sumber informasi yang mudah diterima oleh generasi muda

Threat

- Informasi hoax dan ujaran negatif tersebar lebih cepat

Fitnah Lagi



MAFINDO; BAWASLU

Fitnah Lagi merupakan bagian dari website utama pada kampanye politik Anies Baswedan. FitnahLagi dibentuk untuk melawan hoax dan informasi yang salah terkait Anies Baswedan.

Strength

- Mudah digunakan
- Memiliki Search Engine

Weakness

- Website tersembunyi

Opportunity

Banyak informasi yang perlu validasi

Threat

Aktivitas penyebaran hoaks lebih cepat

Brand Mandatory

Politik Muda



Seperti namanya, Politikmuda bergerak untuk mengedukasi generasi muda mengenai politik. Brand ini aktif dalam sosial media Instagram sebagai penyebar berita terbaru mengenai dunia politik di Indonesia. Penulis bekerja sama dengan Politik Muda karena tujuan kampanye yang serupa yaitu untuk meningkatkan literasi digital serta literasi politik anak muda.

Civis Wise



Civis wise dengan tagline “Melek Politik Itu Penting” merupakan brand yang bergerak untuk menyebarkan media literasi politik terbaru untuk warga Indonesia. Civis Wise aktif di media sosial instagram. Penulis bekerja sama dengan Civis Wise sebagai salah satu media yang terpercaya sebagai penyebar informasi berbau politik di media sosial.



DEFINE

Sasaran Desain
User Persona
User Journey
Strategic Communication Brief

SASARAN DESAIN

Perancangan ini ditujukan kepada pengguna media sosial aktif berusia 18-24 tahun di DKI Jakarta hingga Banten, SES B, dan berpendidikan minimal SMA dengan target psikologis menggunakan media sosial sebagai sumber informasi utama. Ruang lingkup perancangan akan dibatasi seputar cara mengidentifikasi buzzer politik di media sosial.

Demografis

Umur: 18-24 Tahun

Generasi Z % dengan angka penetrasi internet sebesar 87,02% dan kontribusi sebesar 34,40%, (Haryanto, 2024). Berdasarkan KPU (2023) total hak suara Gen Z sebesar 22,85% atau 25.820.500 pemilih

Pendidikan: SMA hingga S1

Kelas Ekonomi: B

Mengetahui target perancangan membutuhkan akses internet sekaligus media digital, penulis menargetkan perancangan untuk kelas ekonomi SES B.

Geografis

DKI Jakarta & Banten

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menyatakan bahwa Banten dan DKI Jakarta memiliki tingkat penetrasi internet tertinggi di Indonesia yaitu sebesar banten 89,1% dan DKI Jakarta 86,96%.

Psikografis

- Dewasa muda yang aktif dalam berinteraksi di media sosial
- Dewasa muda yang menggunakan media sosial sebagai sumber informasi utama
- Menggunakan waktu istirahat untuk menjelajahi media sosial
- Menggunakan media sosial sebagai media hiburan
- Tertarik dengan dunia politik

USER PERSONA



Usia 19
Jenis Kelamin Laki-Laki
Pekerjaan Pelajar
Lokasi Jaksel

Influence Twitter, Instagram, TikTok
Interest Trend di Media Sosial

Seorang mahasiswa semester 3 yang sedang menjalani masa perkuliahannya. Sabrina menggunakan media sosial setiap hari, karena menghibur, lebih informatif, dan menyenangkan. Saat Pemilu pun, dia sangat aktif menyebarkan informasi panas atau yang sering dibicarakan oleh orang-orang. Walaupun begitu, dia hanya ingin berusaha menaikan informasi yang dirasa penting.

Characteristic

- Scrolling tiktok diwaktu luang
- Ingin tahu hal baru
- Mau menganalisa dan menelaah informasi

Needs

- Menelaah informasi di media sosial
- Mendapatkan dan menyebarkan informasi yang lebih akurat

Goals

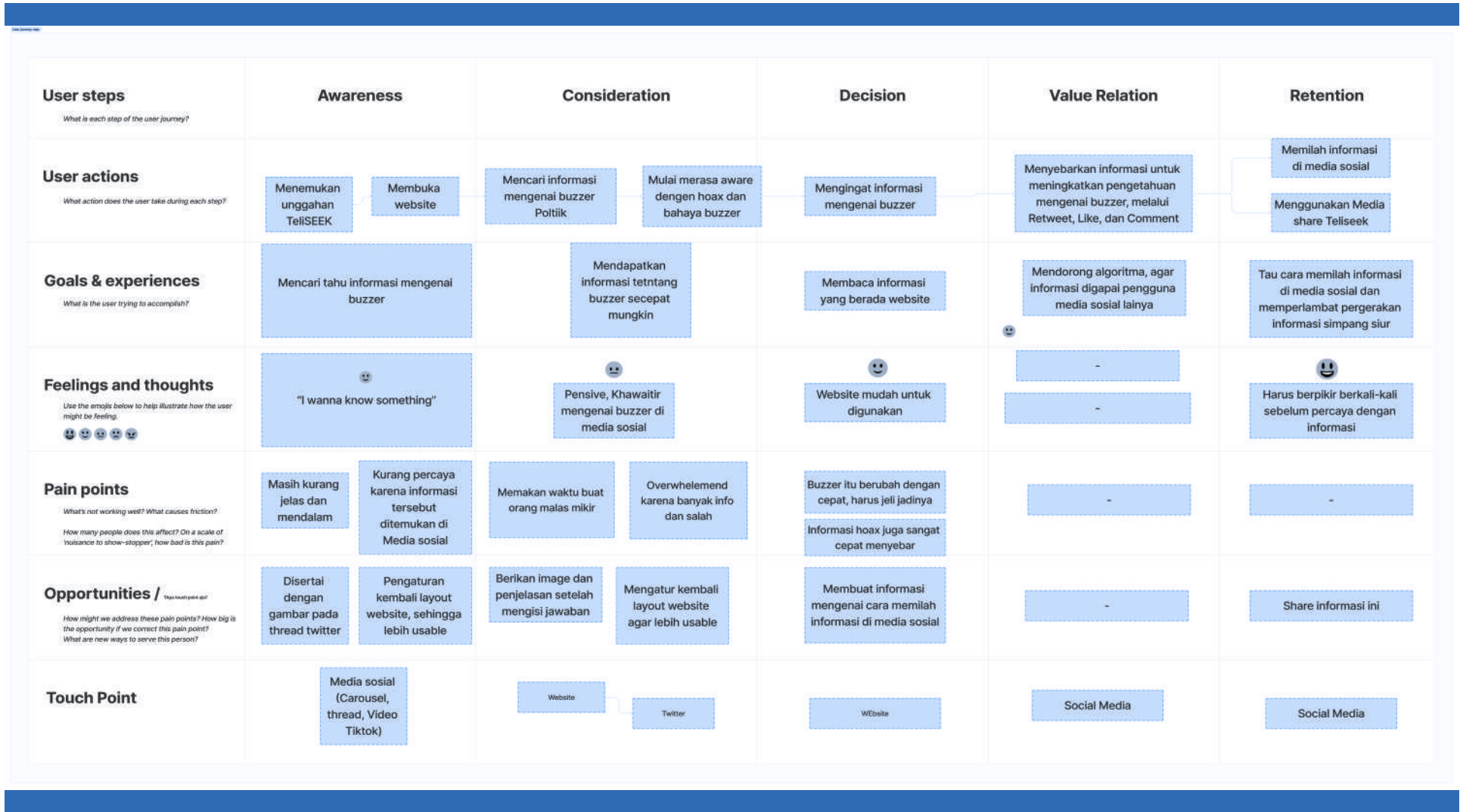
- Tidak lagi menyebarkan informasi yang salah
- Memutus rantai Hoax yang berasal dari buzzer
- Dapat lebih jeli menyadari aktivitas buzzer

Frustration

- Belum ada sumber kredibel yang mengangkat cara mengidentifikasi buzzer
- Salah menyebarkan informasi



USER JOURNEY



Campaign Media Strategic Planning

ATTENTION



Instagram Feeds



Instagram Story



Poster A3

INTEREST



Instagram Feeds



Instagram Story



Twitter

SEARCH



Website



Instagram Feeds

ACTION



Instagram Feeds



Instagram Story



Website

SHARE



Personality Test



Instagram Story



Website



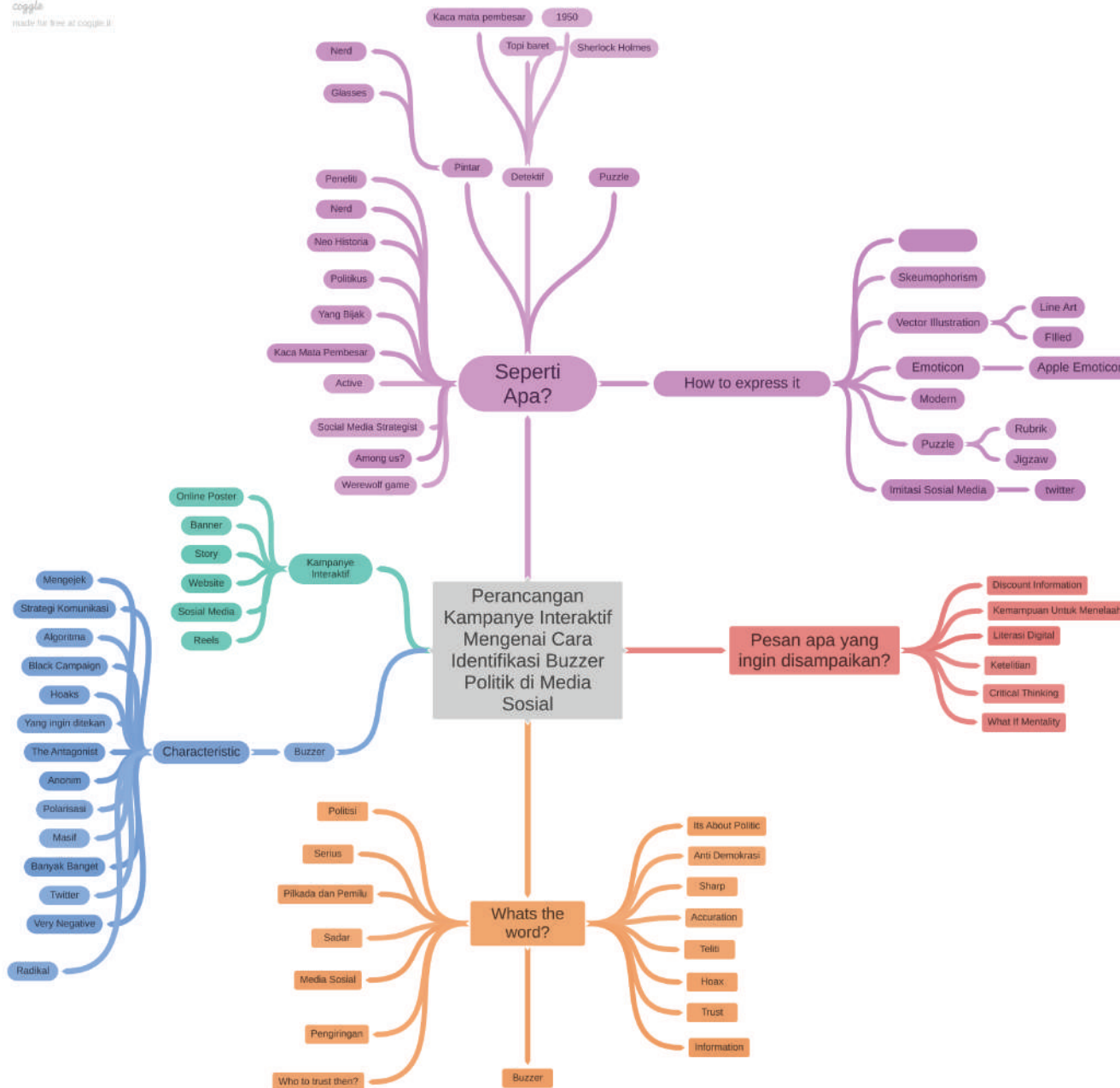
TIMELINE

		Bulan 1			Bulan 2			Bulan 3			Bulan 4			Bulan 5			Bulan 6									
ATTENTION	A	Social Media Post Poster Reels	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
INTEREST	I	Social Media Post Digital Poster X Post	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
SEARCH	S	Website Social Media Post	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
ACTION	A	Website Quiz Social Media Post	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
SHARE	S	Gimmick Social Media Post	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24



IDEATION

Mind Map
Big Idea & Konsep
Moodboard
Visual Identity
Key Visual



MINDMAP

Mind map dimulai dari 3 kata dasar yaitu pengguna media sosial, buzzer, dan politik. Ketiga kata dasar tersebut dikembangkan menjadi kata-kata baru. Dari hasil Mind map didapat 3 kata utama yaitu teliti, modern, dan detektif. Berikut adalah mind map yang sudah kembangkan.

KEYWORD

TELITI

MODERN

DETEKTIF

“^{Big Idea} DIGITAL DETECTIVE”

Concept

Perancangan menggunakan ilustrasi pulp art serta menggunakan supergrafis vektor yang berkaitan dengan detektif. Desain akan menggunakan warna dingin yang dikombinasikan dengan warna putih dan hitam.

Brand Identity

Trustable, Action, Modern

Tone of Voice

Trust worthy, Semi-Formal, Friendly

Nama Kampanye

TELISEEK

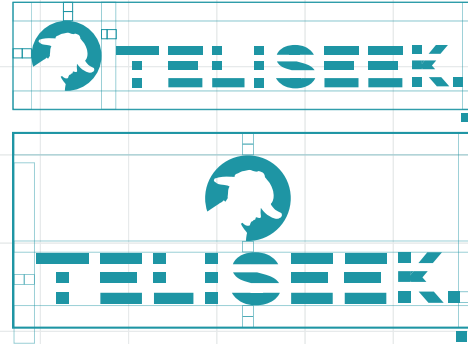
Kampanye ini akan bernama “Teliseek” yang berasal dari kata “telisik” yaitu mencari atau menggali informasi dan “seek” yaitu cari.

VISUAL IDENTITY

of



Logo



Typeface

MANROPE

Aa abcdefghijkl
mnopqrstuvwxyz
wxy

Warna

#396bb4

#2590a3

#19ac85

#0c292d

#0c292d

Fungsi

Memberikan
Informasi formal

Memberikan
Informasi+ Warna
Primer

Untuk konten
yang ringan

Netral

Ilustrasi



MOODBOARD



LOOK & FEEL

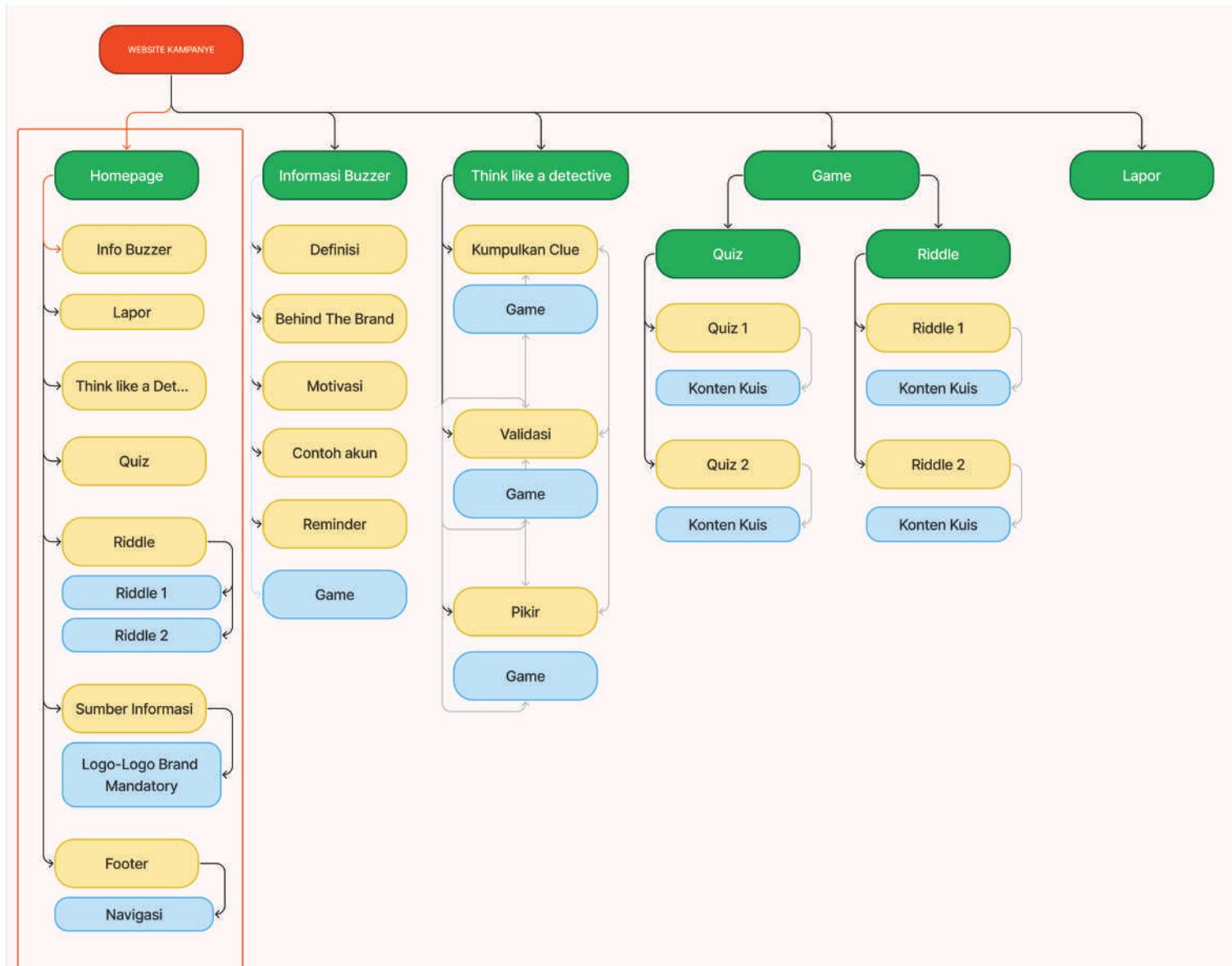


KEY VISUAL



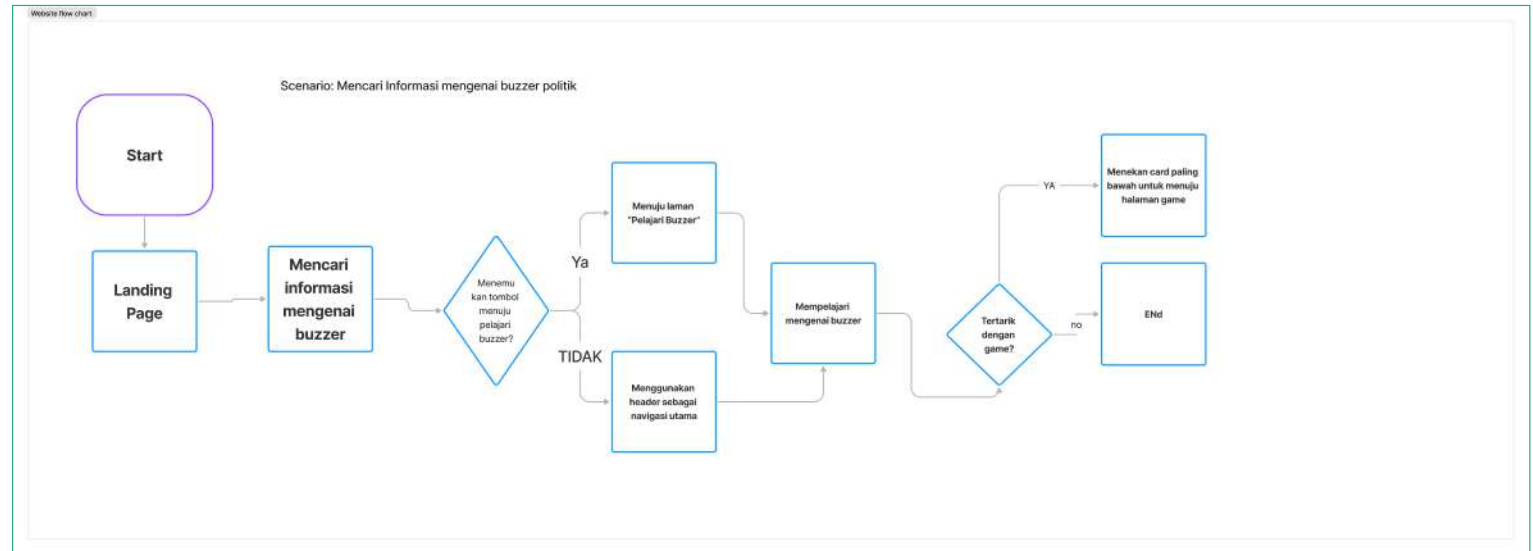


SITE MAP



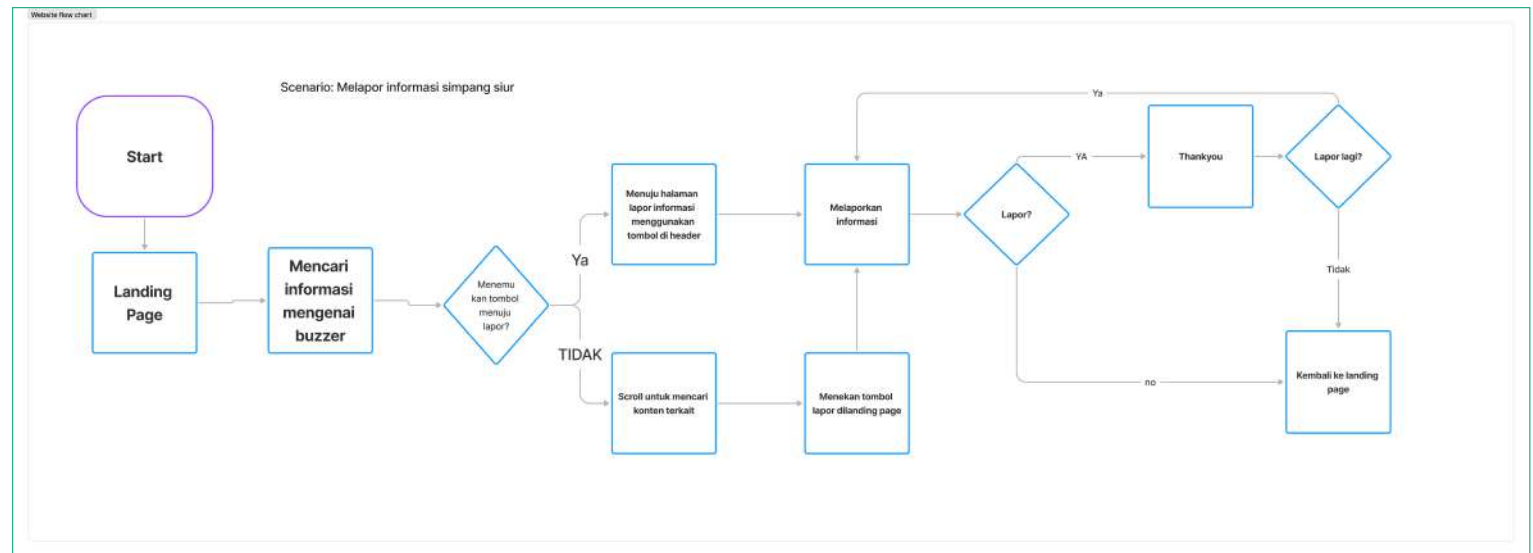
User Flow 1

Scenario: Mencari Informasi mengenai buzzer politik

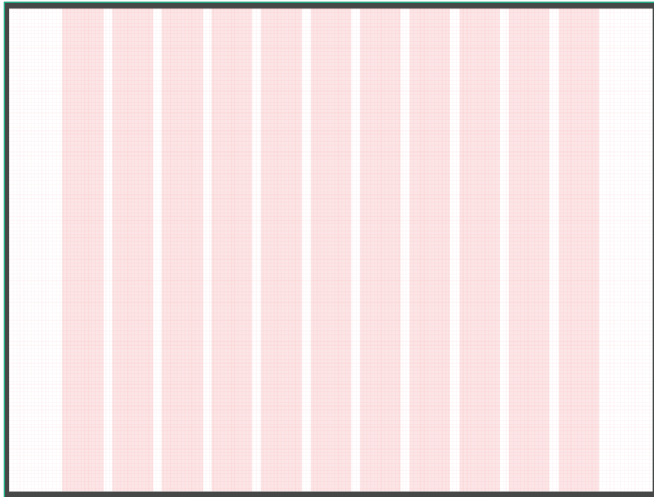


User Flow 2

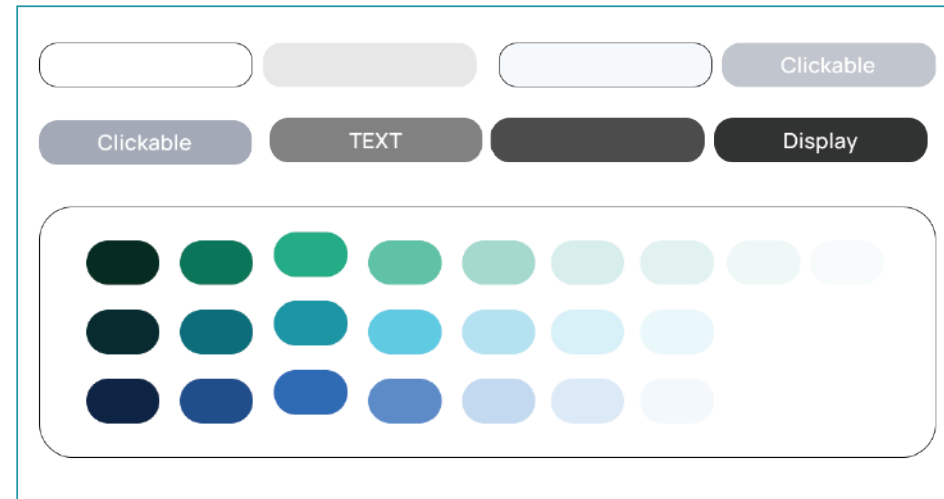
Scenario: Melapor-kan informasi simpang siur



Grid Column: 11 Margin: 120 px Gutter: 20 px



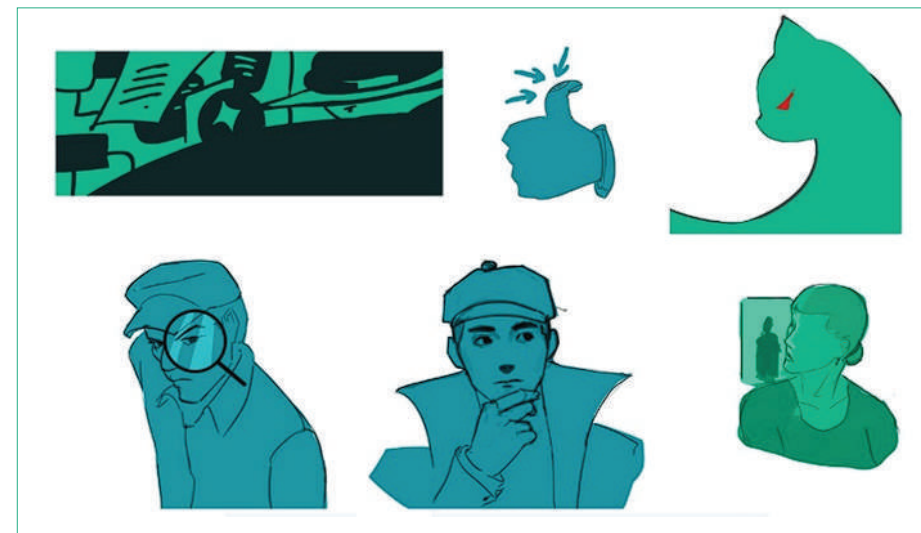
Color System



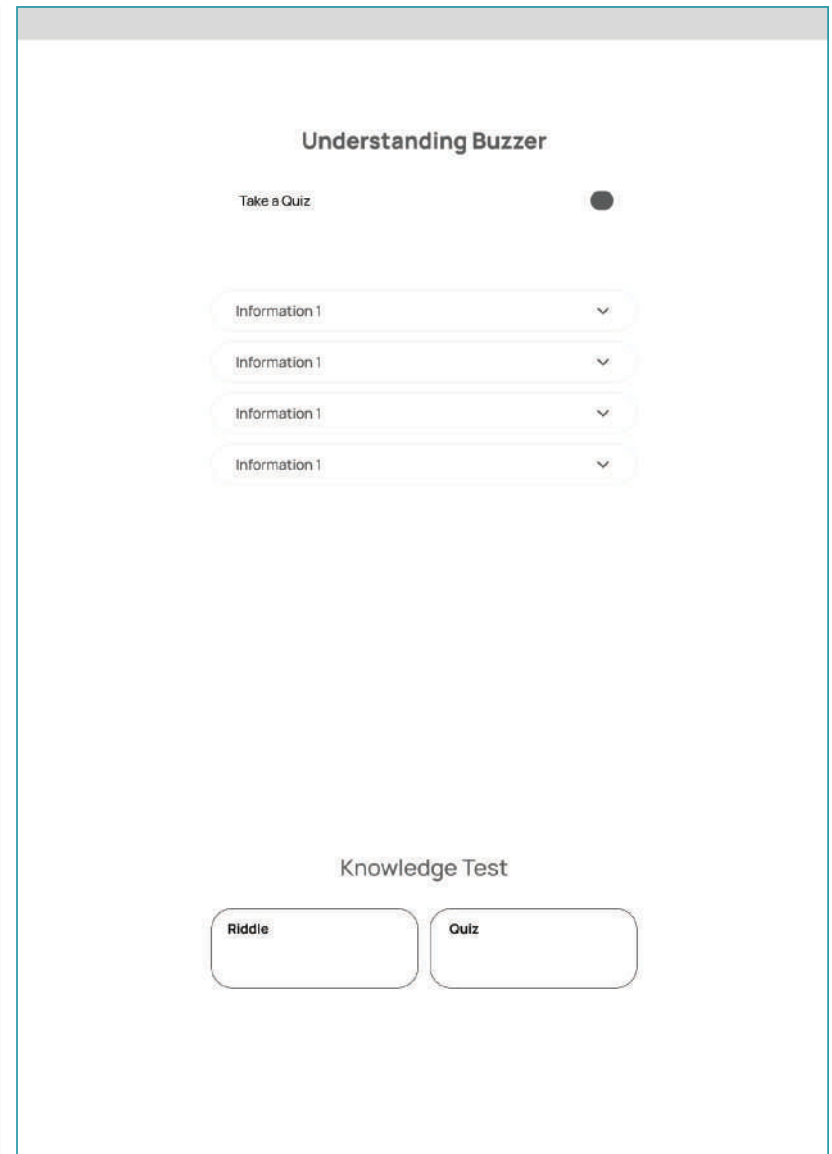
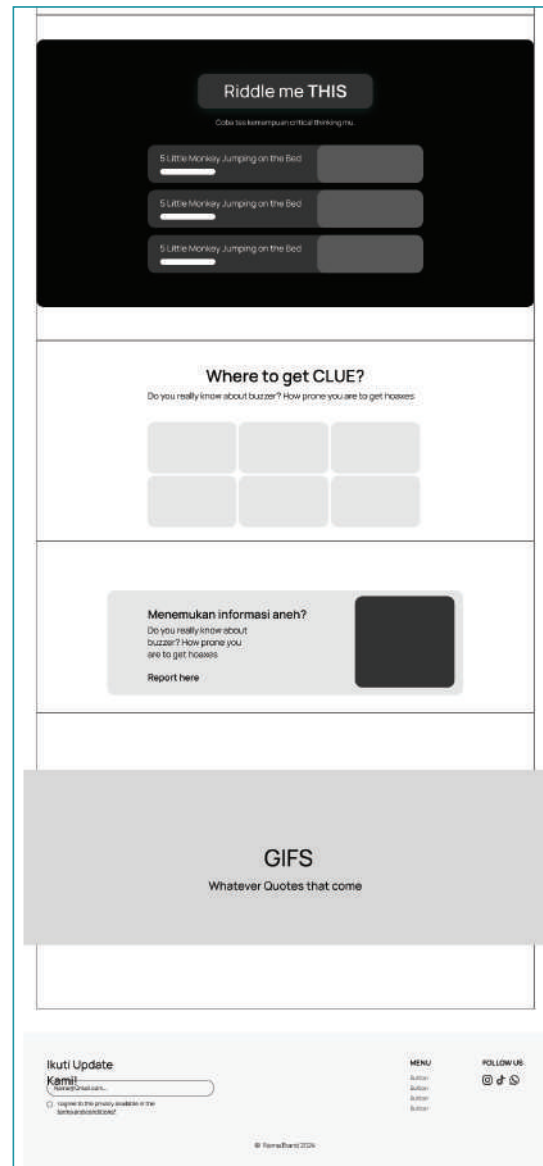
Typography Hierarchy

90px 5.625rem	DISPLAY 1	64px 4.000rem	Headline 1
25px 1.562rem	Lorem Ipsum is simply dummy text of the printing and typesetting industry. Lorem Ipsum has been the industry's standard dummy text ever since the 1500s, when an unknown printer took a galley of type and scrambled it to make a typ	25px 1.562rem	Lorem Ipsum is simply dummy text of the printing and typesetting industry. Lorem Ipsum has been the industry's standard dummy text ever since the 1500s, when an unknown printer took a galley of type and scrambled it to make a typ
64px 4.000rem	DISPLAY 2	20px 1.250rem	Sub-Headline
25px 1.562rem	Lorem Ipsum is simply dummy text of the printing and typesetting industry. Lorem Ipsum has been the industry's standard dummy text ever since the 1500s, when an unknown printer took a galley of type and scrambled it to make a typ	45px 4.000rem	Headline 2
		16px 1.000rem	Label/Button
		32px 2.000rem	Headline 3
		16px 1.000rem	Lorem Ipsum is simply dummy text of the printing and typesetting industry. Lorem Ipsum has been the industry's standard dummy text ever since the 1500s, when an unknown printer took a galley of type and scrambled it to make a typ

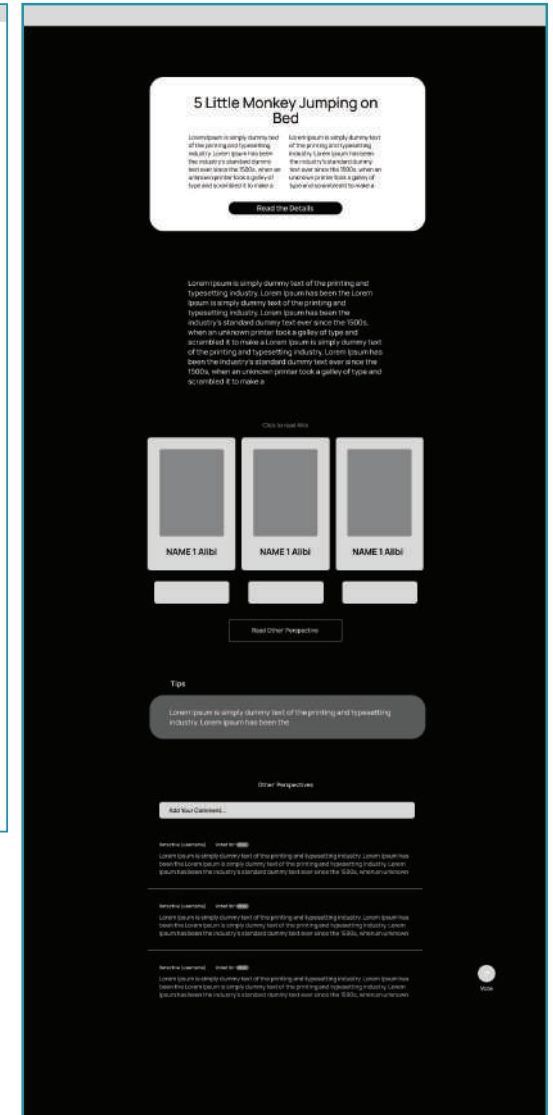
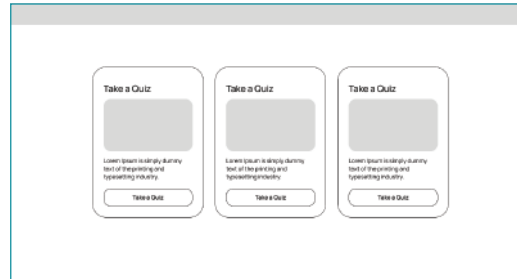
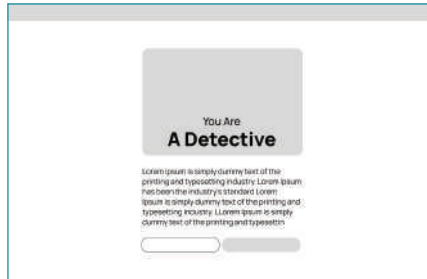
Ilustrasi



Low Fidelity

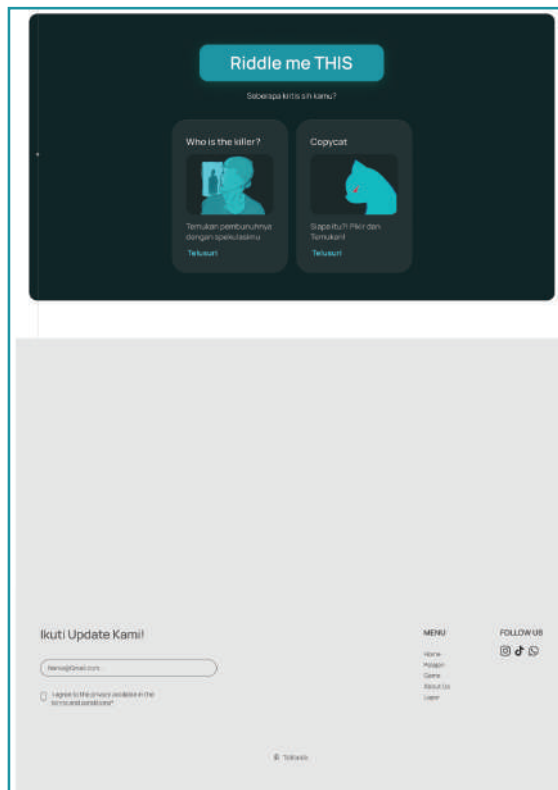


Low Fidelity



High Fidelity

Landing Page

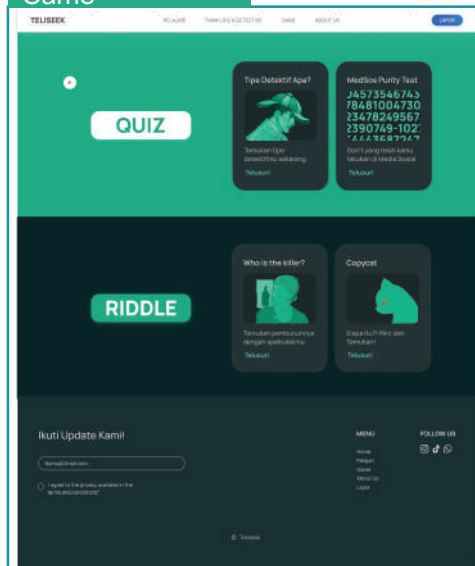


Media Informasi



High Fidelity

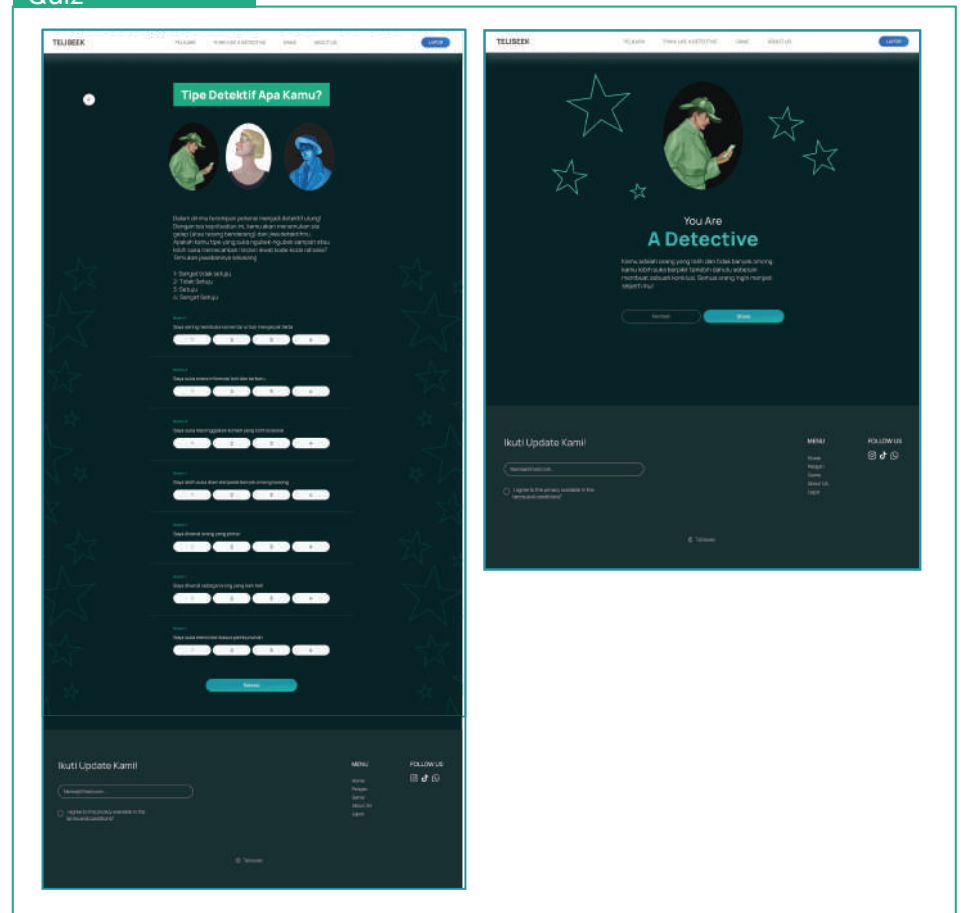
Game



Riddle



Quiz



WireFrame

Lapor

Report Information

Nama:

Email:

No. HP:

Alamat:

No. Akun:

No. Akun Baru:

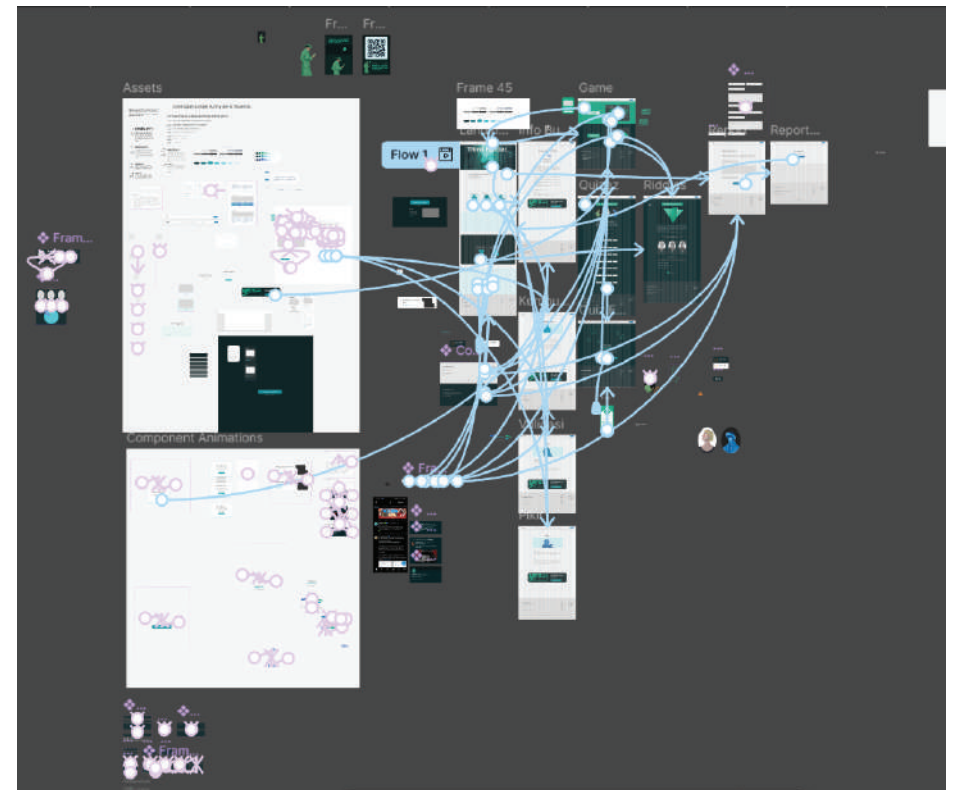
Terimakasih.

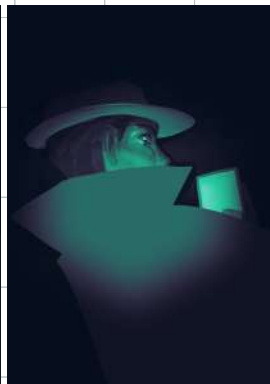
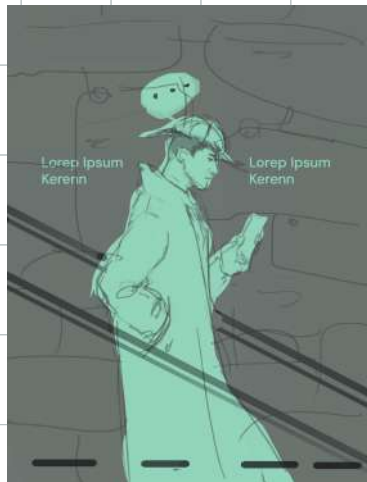
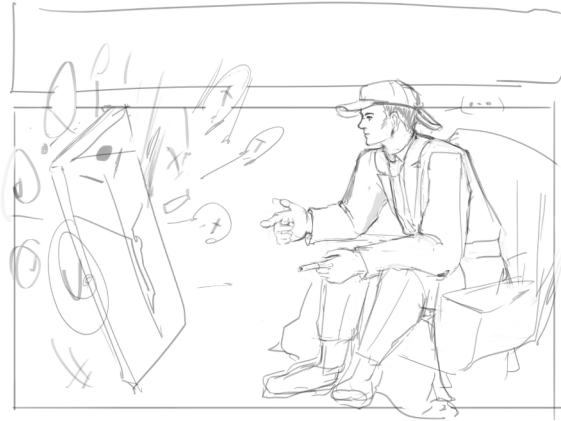
Klik Laporan Lagi

Ikuti Update Kami!

Menu: Home, Beranda, Daftar, Menu, Kontak

Follow Us: Instagram, Facebook, Twitter







WEBSITE

Dimensi ukuran: 1440 px Width

Material: Digital

Jumlah: 1

Penempatan: Internet

Durasi: Selama Kampanye Berlangsung





Scan Me!



Instagram Feeds

Dimensi ukuran: 1350x1080 px

Material: -

Jumlah: 9

Penempatan: Instagram

Durasi: Selama Kampanye Berlangsung





Instagram Story

Dimensi ukuran: 1920x1080 px
 Material: -
 Jumlah: 3
 Penempatan: Instagram
 Durasi: 24 Jam

PERSONALITY TEST

kamu adalah...



♦ POLICE ♦

Deskripsi

Polisi adalah orang yang tegasibel. Kamu tahu kapan harus serius dan kapan bercanda. Kamu sangat konsisten dan disiplin dalam melakukan kewajibanmu. Tetapi sayang sekali, kamu sering salah dalam mengambil keputusan.

Karakter

- Disiplin
- Suka Menghakimi
- Percaya Diri
- Berwibawa
- Tegas
- Fokus Pada Aturan

Kelebihan

Disiplin dan Konsisten Taat pada Aturan Pemimpin yang Baik

Kekurangan

Fokus pada Aturan Ceroboh Sombong Kurang Teliti

PR buat kamu
Jangan mudah percaya dengan informasi dari embel-embel "denger dari teman". Tidak semua bisa dipercaya. Jangan lupa istirahat sejenak hingga kamu siap untuk melakukan kewajibanmu.

BY TELISEEK

PERSONALITY TEST

kamu adalah...



♦ DETECTIVE ♦

Deskripsi

Detective adalah orang yang bijak, pintar dan sangat teliti! Kamu sangat suka mengamati dan menganalisa sesuatu peristiwa. Tidak jarang, orang-orang takut atau segan denganmu.

Karakter

- Penasaran
- Teliti
- Logis
- Kaku
- Selalu Mencari Informasi Lain

Kelebihan

Sangat Teliti Suka Mencari Tahu Disiplin IQ Tinggi

Kekurangan


Minim Empati Kaku Disegani Overthinking

PR buat kamu
Coba untuk mengerti perasaan dengan orang lain, tidak semua sepintar dirimu.

BY TELISEEK

PERSONALITY TEST

kamu adalah...



♦ CITIZEN ♦

Deskripsi

Kamu memiliki empati yang sangat tinggi. Pemahamanmu tentang orang lain patut diharga. Kalian juga menjunjung nilai-nilai keadilan dan kesetaraan, sehingga bertindak cepat dalam memperjuangkan hal tersebut.

Karakter

- Tanggung Jawab Tinggi
- Empatik
- Adil
- Open Minded

Kelebihan

Rendah hati Cepat Tanggap Damai Kalem

Kekurangan

Mudah Dimanipulasi Labil Perfectionist People Pleaser

PR buat kamu
Kamu harus memiliki pendirian yang lebih kuat lagi. Untuk sekarang pendirianmu masih sangat lemah. Tetap semangat!

BY TELISEEK

Personality Test

Dimensi ukuran: 1920x1080 px

Material: -

Jumlah: 3

Penempatan: Instagram Story

Durasi: Selam kampanye berlangsung

Poster/ Digital Signage

Dimensi ukuran: A3

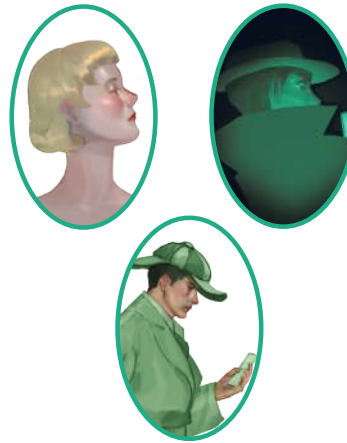
Material: Kertas 310 GSM



Gantungan Kunci

Dimensi ukuran: 5cm x 3cm

Material: Akrilik



Sticker Fisik

Dimensi ukuran: 1920x1080 px

Material: Akrilik



Sticker Online

Dimensi ukuran: 1920x1080 px

Material: Akrilik



Business Card

Dimensi ukuran: 8.5 x 5.5 cm

Material: 210 GSM



