

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL TENTANG TIDUR
CUKUP BAGI KALANGAN USIA DEWASA**



LAPORAN TUGAS AKHIR

Valencia Hogan
00000056246

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

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL TENTANG TIDUR
CUKUP BAGI KALANGAN USIA DEWASA**



LAPORAN TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Desain (S.Ds.)**

**Valencia Hogan
00000056246**

**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 : Valencia Hogan

Nomor Induk Mahasiswa : 00000056246

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir saya yang judul:

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL TENTANG TIDUR CUKUP
BAGI KALANGAN USIA DEWASA**

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, 16 Desember 2024



(Valencia Hogan)

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL TENTANG TIDUR CUKUP BAGI KALANGAN USIA DEWASA

Oleh

Nama Lengkap : Valencia Hogan
Nomor Induk Mahasiswa : 00000056246
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Jumat, 3 Januari 2025
Pukul 14.30 s.d. 15.15 WIB dan dinyatakan
LULUS

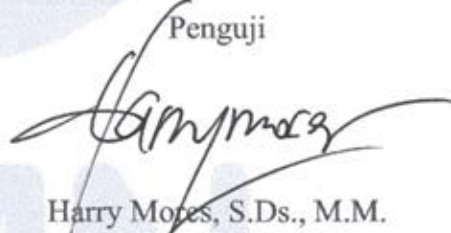
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Lalitya Talitha Pinasthika, M.Ds.
0308078801/034812

Penguji



Harry Mores, S.Ds., M.M.
0306078902/L00790

Pembimbing



Dr. Ratna Cahaya, 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 : Valencia Hogan
Nomor Induk Mahasiswa : 00000056246
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : S1
Judul Karya Ilmiah : Perancangan Kampanye Sosial Tentang
Tidur Cukup bagi Kalangan Usia Dewasa

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia:

- ☐ 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, 16 Desember 2024

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



(Valencia Hogan)

* 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 penulis panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa, karena atas rahmat dan anugerah-Nya penulis dapat menyelesaikan pembuatan Laporan Tugas Akhir yang berjudul Perancangan Kampanye Sosial tentang Tidur Cukup bagi Kalangan Usia Dewasa dengan baik dan selesai secara tepat waktu. Penyusunan Laporan Tugas Akhir ini bertujuan untuk memenuhi Tugas Akhir Program Studi Desain Komunikasi Visual sebagai syarat kelulusan di Universitas Multimedia Nusantara. Selain itu, Laporan Tugas Akhir ini juga bertujuan untuk menghadapi permasalahan dan memberikan solusi dari kurangnya durasi tidur bagi kalangan usia dewasa. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut terkait pentingnya tidur cukup bagi kalangan usia dewasa dan pencegahannya untuk membangun kesadaran masyarakat akan bahaya yang dapat ditimbulkan dari kurangnya durasi tidur melalui sebuah kampanye sosial.

Pada kesempatan ini, penulis juga ingin berterima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir ini. Maka dari itu, penulis 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. Adhreza Brahma, M.Ds., selaku Pembimbing Spesialis yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
6. Dr. Andreas Arman Prasadja, RPSGT, selaku dokter somnologis yang telah menjadi narasumber dan memberikan informasi terkait pentingnya tidur yang cukup bagi kesehatan.

7. Hanna Hadipranoto, M.Psi., selaku psikolog klinis yang telah menjadi narasumber dan memberikan informasi terkait pentingnya tidur yang cukup bagi kesehatan.
8. Ahin, Apriany, Hendrik, Mei Fang, Rudy, dan Stefany, selaku narasumber dan memberikan informasi terkait pentingnya tidur yang cukup bagi kesehatan.
9. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Semoga karya ilmiah ini dapat memberikan manfaat yang baik bagi pihak manapun ataupun sebagai referensi bagi pembaca.

Tangerang, 16 Desember 2024



(Valencia Hogan)



PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL TENTANG TIDUR

CUKUP BAGI KALANGAN USIA DEWASA

(Valencia Hogan)

ABSTRAK

Tidur merupakan kebutuhan dasar manusia yang sangat penting untuk menjaga kesehatan fisik dan psikologis. Studi pendahuluan menunjukkan bahwa 67,8% kelompok usia 35-40 tahun tidur di bawah durasi yang direkomendasikan, yaitu 7-8 jam per hari. Bahkan sebanyak 57,9% menyatakan bahwa jumlah jam tidur tersebut dilakukan karena sudah terbiasa. Kurangnya tidur berisiko menyebabkan penyakit jantung, diabetes, dan gangguan kesehatan kronis lainnya. Meski informasi mengenai bahaya kurang tidur sudah banyak disebarkan melalui media sosial oleh dokter dan *influencer*, kesadaran akan pentingnya tidur cukup masih rendah di kalangan usia 35-40 tahun. Penelitian ini bertujuan meningkatkan kesadaran kalangan usia 35-40 tahun mengenai pentingnya tidur yang cukup. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif berdasarkan *action research*, model komunikasi AISAS dan metode perancangan *Five-Phases of Design Process* oleh Robin Landa, yaitu *orientation*, *analysis*, *conception*, *design*, dan *implementation* untuk menyampaikan pesan persuasif secara efektif. Perancangan kampanye ini dibuat pada media sosial sebagai media utama dan berbagai media lainnya sebagai media sekunder untuk mendukung perancangan kampanye ini. Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa penggunaan warna, visual, dan pesan yang terlihat menakutkan dapat dengan efektif untuk menarik perhatian dan mengubah perilaku kebiasaan tidur yang kurang.

Kata kunci: Kampanye Sosial, Tidur, Dewasa.

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

PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL TENTANG TIDUR CUKUP BAGI KALANGAN USIA DEWASA

(Valencia Hogan)

ABSTRACT (English)

Sleep is a basic human need that is particularly important for supporting physical and psychological health. Preliminary studies show that 67.8% of the 35–40-year age group sleep less than the recommended duration, namely 7–8 hours per day. In fact, 57.9% stated that they didn't sleep for 7–8 hours a day because they were used to it. Lack of sleep can risk heart disease, diabetes, and other chronic health problems. Even though information about the dangers of lack of sleep has been widely spread via social media by doctors and influencers, awareness of the importance of getting enough sleep is still low among those aged 35–40 years. This research aims to increase awareness among 35- to 40-year-olds regarding the importance of getting enough sleep. This research uses a qualitative approach based on action research, the AISAS communication model, and the Five-Phases of Design Process design method by Robin Landa, namely orientation, analysis, conception, design and implementation to convey persuasive messages effectively. This campaign design was made on social media as the main media and various other media as secondary media to support the design of this campaign. The results of the research that has been conducted show that the use of colors, visuals, and copywriting that look scary can be effective in attracting attention and changing the behavior of poor sleep habits.

Keywords: Social Campaign, Sleep, Adult.

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

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
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	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
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	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Kampanye	5
2.1.1 Strategi Komunikasi AISAS	6
2.1.2 Strategi Perancangan.....	8
2.1.3 Teknik Penyampaian Pesan	9
2.1.4 Media Kampanye	13
2.1.5 Fotografi dalam Kampanye	15
2.1.6 Warna dalam Kampanye	16
2.1.7 Tipografi dalam Kampanye	18
2.1.8 Grid dalam Kampanye.....	20
2.1.9 Copywriting dalam Kampanye	22
2.2 Media Digital	23
2.2.1 Strategi Digital Framework SOSTAC	24
2.3 Tidur.....	26

2.3.1 Bahaya Kurang Tidur	27
2.3.2 Siklus Tidur	29
2.3.3 Faktor yang Mempengaruhi Durasi Tidur.....	31
2.4 Penelitian yang Relevan.....	32
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN.....	36
3.1 Subjek Perancangan	36
3.2 Metode dan Prosedur Perancangan	37
3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan.....	38
3.3.1 Wawancara Dokter	39
3.3.2 Wawancara Psikolog.....	40
3.3.3 <i>Focus Group Discussion</i>	42
3.3.4 Kuesioner	43
3.3.5 Studi Eksisting.....	45
3.3.6 Studi Referensi	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN	46
4.1 Hasil Perancangan	46
4.1.1 <i>Orientation</i>	46
4.1.2 <i>Analysis</i>	70
4.1.3 <i>Conception</i>	79
4.1.4 <i>Design</i>	84
4.1.5 <i>Implementation</i>	103
4.1.6 Bimbingan Spesialis	104
4.1.7 Kesimpulan Perancangan.....	106
4.2 Pembahasan Perancangan	107
4.2.1 Analisa <i>Market Validation/Beta Test</i>	108
4.2.2 Analisa <i>Instagram Account</i>	142
4.2.3 Analisa <i>Instagram Ad</i>	143
4.2.4 Analisa <i>Facebook Ads</i>	144
4.2.5 Analisa <i>YouTube Overlay Ads</i>	145
4.2.6 Analisa <i>YouTube Display Ads</i>	146
4.2.7 Analisa <i>Street Poster</i>	148
4.2.8 Analisa <i>Commuter Line Ads</i>	149

4.2.9 Analisa <i>Background Seminar</i>	150
4.2.10 Analisa <i>Twibbon</i>	151
4.2.11 Analisa <i>Merchandise</i>	152
4.2.12 Anggaran	155
BAB V PENUTUP	157
5.1 Simpulan	157
5.2 Saran	158
DAFTAR PUSTAKA	160
LAMPIRAN	164



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan	32
Tabel 4.1 Tabel Hasil Kuesioner Data Pribadi.....	55
Tabel 4.2 Tabel Hasil Kuesioner Durasi Tidur	56
Tabel 4.3 Tabel Hasil Kuesioner Gangguan Tidur	57
Tabel 4.4 Tabel Hasil Kuesioner Pentingnya Tidur	58
Tabel 4.5 Tabel Hasil Kuesioner <i>Platform</i> Media	59
Tabel 4.6 Tabel Hasil Kuesioner Informasi Kurang Tidur	60
Tabel 4.7 Tabel Hasil Kuesioner Kedua Data Pribadi	62
Tabel 4.8 Tabel Hasil Kuesioner Kedua Status	63
Tabel 4.9 Tabel Hasil Kuesioner Kedua Jam Tidur	64
Tabel 4.10 Tabel Hasil Kuesioner Kedua Efek Kurang Tidur	65
Tabel 4.11 Tabel Hasil Kuesioner Kedua Tidur bagi Dewasa	66
Tabel 4.12 Analisis SWOT Kampanye <i>#SleepItOff</i>	68
Tabel 4.13 Tabel Segmentasi Target Audiens	71
Tabel 4.14 Tabel <i>Creative Brief</i>	73
Tabel 4.15 Tabel Strategi dan Taktik Pesan.....	75
Tabel 4.16 Tabel Skenario Kampanye Berdasarkan AISAS	76
Tabel 4.17 Tabel Strategi Media Kampanye Berdasarkan AISAS	78
Tabel 4.18 Tabel <i>Beta Test</i> Data Pribadi	108
Tabel 4.19 Tabel <i>Beta Test</i> Desain Logo	109
Tabel 4.20 Tabel <i>Beta Test</i> Kenyamanan Logo	110
Tabel 4.21 Tabel <i>Beta Test</i> Ketertarikan Logo	112
Tabel 4.22 Tabel <i>Beta Test</i> Desain <i>Key Visual</i>	113
Tabel 4.23 Tabel <i>Beta Test</i> Kenyamanan <i>Key Visual</i>	114
Tabel 4.24 Tabel <i>Beta Test</i> Ketertarikan <i>Key Visual</i>	115
Tabel 4.25 Tabel <i>Beta Test</i> Desain Instagram Account	117
Tabel 4.26 Tabel <i>Beta Test</i> Kenyamanan Instagram Account	118
Tabel 4.27 Tabel <i>Beta Test</i> Ketertarikan Instagram Account	120
Tabel 4.28 Tabel <i>Beta Test</i> Desain Instagram Ad	121
Tabel 4.29 Tabel <i>Beta Test</i> Kenyamanan Instagram Ad	122
Tabel 4.30 Tabel <i>Beta Test</i> Ketertarikan Instagram Ad	123
Tabel 4.31 Tabel <i>Beta Test</i> Desain Facebook Ad	125
Tabel 4.32 Tabel <i>Beta Test</i> Kenyamanan Facebook Ad	126
Tabel 4.33 Tabel <i>Beta Test</i> Ketertarikan Facebook Ad.....	127
Tabel 4.34 Tabel <i>Beta Test</i> Desain YouTube Ads	129
Tabel 4.35 Tabel <i>Beta Test</i> Kenyamanan YouTube Ads	130
Tabel 4.36 Tabel <i>Beta Test</i> Ketertarikan YouTube Ads	131
Tabel 4.37 Tabel <i>Beta Test</i> Desain Seminar	132
Tabel 4.38 Tabel <i>Beta Test</i> Kenyamanan Seminar	134
Tabel 4.39 Tabel <i>Beta Test</i> Ketertarikan Seminar	135

Tabel 4.40 Tabel <i>Beta Test</i> Desain <i>Merchandise</i>	136
Tabel 4.41 Tabel <i>Beta Test</i> Kenyamanan <i>Merchandise</i>	137
Tabel 4.42 Tabel <i>Beta Test</i> Ketertarikan <i>Merchandise</i>	139
Tabel 4.43 Tabel <i>Beta Test</i> Keseluruhan Karya.....	140
Tabel 4.44 Tabel <i>Budgeting</i> Kampanye.....	156



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Perubahan Model Komunikasi AIDMA menjadi AISAS	7
Gambar 2.2 <i>Color Schemes</i>	17
Gambar 2.3 <i>Typeface Classification</i>	19
Gambar 2.4 <i>Single-column grid</i>	21
Gambar 2.5 <i>Multicolumn grids</i>	21
Gambar 2.6 <i>Modular grids</i>	22
Gambar 2.7 <i>Framework SOSTAC</i>	24
Gambar 4.1 Wawancara dengan Dr. Andreas Arman Prasadja, RPSGT.....	47
Gambar 4.2 Wawancara dengan Hanna Hadipranoto, M.Psi.....	49
Gambar 4.3 FGD dengan para narasumber.....	53
Gambar 4.4 <i>#SleepItOff Campaign</i>	68
Gambar 4.5 <i>#TakeBackSleep Campaign</i>	70
Gambar 4.6 Ikatan Dokter Indonesia	72
Gambar 4.7 <i>Brainstorming</i>	79
Gambar 4.8 <i>Big Idea</i>	80
Gambar 4.9 Alternatif <i>Brainstorming</i>	81
Gambar 4.10 <i>Brainstorming Visual</i>	82
Gambar 4.11 <i>Moodboard</i>	83
Gambar 4.12 <i>Copywriting</i>	84
Gambar 4.13 Alternatif Logo	85
Gambar 4.14 Logo Final	86
Gambar 4.15 Sketsa <i>Key Visual</i>	86
Gambar 4.16 Aset <i>Key Visual</i>	88
Gambar 4.17 <i>Editing Background Aset</i>	88
Gambar 4.18 <i>Editing Fill Objek</i>	89
Gambar 4.19 <i>Editing Colour</i>	89
Gambar 4.20 <i>Editing Effect</i>	90
Gambar 4.21 <i>Key Visual 1</i>	90
Gambar 4.22 <i>Key Visual 2</i>	91
Gambar 4.23 <i>Key Visual 3</i>	92
Gambar 4.24 Sketsa Instagram <i>Feeds</i>	93
Gambar 4.25 Instagram <i>Feeds</i>	93
Gambar 4.26 Instagram <i>Carousel</i>	94
Gambar 4.27 Instagram <i>Ad</i>	95
Gambar 4.28 Facebook <i>Post Ad</i>	96
Gambar 4.29 Sketsa YouTube <i>Display Ad</i>	97
Gambar 4.30 YouTube <i>Display Ad</i>	97
Gambar 4.31 Sketsa YouTube <i>Overlay Ad</i>	98
Gambar 4.32 YouTube <i>Overlay Ad</i>	98
Gambar 4.33 <i>Street Poster</i>	99

Gambar 4.34 Commuter Line Ads	99
Gambar 4.35 Background Seminar	100
Gambar 4.36 Twibbon.....	101
Gambar 4.37 Merchandise T-Shirt.....	101
Gambar 4.38 Merchandise Blindfold	102
Gambar 4.39 Merchandise Totebag.....	102
Gambar 4.40 Merchandise Sticker.....	103
Gambar 4.41 Merchandise Keychain.....	103
Gambar 4.42 Dokumentasi Bimbingan Spesialis.....	104
Gambar 4.43 Revisi Logo	105
Gambar 4.44 Revisi Key Visual 1	105
Gambar 4.45 Revisi Key Visual 2	106
Gambar 4.46 Mockup Instagram Account.....	142
Gambar 4.47 Mockup Instagram Ad.....	143
Gambar 4.48 Mockup Facebook Ad	145
Gambar 4.49 Mockup YouTube Overlay Ad.....	146
Gambar 4.50 Mockup YouTube Display Ad	147
Gambar 4.51 Mockup Street Poster	148
Gambar 4.52 Mockup Commuter Line Ads	150
Gambar 4.53 Mockup Background Zoom.....	151
Gambar 4.54 Mockup Twibbon.....	152
Gambar 4.55 Mockup T-Shirt.....	153
Gambar 4.56 Mockup Totebag	153
Gambar 4.57 Mockup Blindfold	154
Gambar 4.58 Mockup Stiker	154
Gambar 4.59 Mockup Keychain.....	155



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Persentase Turnitin.....	164
Lampiran 2 Form Bimbingan.....	167
Lampiran 3 Bukti Bimbingan Spesialis dengan Adhreza Brahma, M.Ds.	168
Lampiran 4 <i>Non-Disclosure Agreement</i>	169
Lampiran 5 Hasil Kuesioner	171
Lampiran 6 Transkrip Wawancara.....	204

