

**PERANCANGAN KAMPANYE EDUKASI DAMPAK
MENONTON VIDEO PENDEK TERHADAP GANGGUAN
KONSENTRASI**



LAPORAN TUGAS AKHIR

Clarissa Della
00000059576

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

**PERANCANGAN KAMPANYE EDUKASI DAMPAK
MENONTON VIDEO PENDEK TERHADAP GANGGUAN
KONSENTRASI**



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Seni dan Desain

Clarissa Della Widyanto

00000059576

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

i

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Clarissa Della Widyanto
Nomor Induk Mahasiswa : 00000059576
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

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

PERANCANGAN KAMPANYE EDUKASI DAMPAK MENONTON VIDEO PENDEK TERHADAP GANGGUAN KONSENTRASI

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, 17 Juni 2025



(Clarissa Della Widyanto)

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

PERANCANGAN KAMPANYE EDUKASI DAMPAK MENONTON VIDEO PENDEK TERHADAP GANGGUAN KONSENTRASI

Oleh

Nama Lengkap : Clarissa Della Widyanto
Nomor Induk Mahasiswa : 00000059576
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Selasa, 17 Juni 2025
Pukul 13.00 s.d. 13.45 WIB dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang


Chara Susanti, M.Ds.
0313048/ 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 : Clarissa Della
Nomor Induk Mahasiswa : 00000059576
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : D3/ S1/ S2
Judul Karya Ilmiah : Perancangan Kampanye Edukasi Dampak
Menonton Video Pendek Terhadap
Gangguan Konsentrasi

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, 17 Juni 2025


(Clarissa Della Widyanto)

* 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

Dengan segala puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas segala pertolongan, rahmat, serta penyertaan-Nya pada penelitian ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir yang berjudul “Perancangan Kampanye Edukasi Dampak Menonton Video Pendek Terhadap Gangguan Konsentrasi”, sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program sarjana Desain (S.Ds).

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. Anne Nurfarina, M.Sn, selaku Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Fiona Valentina Damanik, M.Psi., selaku psikolog narasumber yang telah memberikan informasi tentang gangguan konsentrasi.
6. Keluarga dan teman saya yang telah memberikan bantuan dukungan secara material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Semoga karya ilmiah ini dapat berguna sebagai sumber informasi yang bermanfaat kepada para pembaca.

Tangerang, 17 Juni 2025



(Clarissa Della Widyanto)

PERANCANGAN KAMPANYE EDUKASI DAMPAK MENONTON VIDEO PENDEK TERHADAP GANGGUAN KONSENTRASI

(Clarissa Della Widyanto)

ABSTRAK

Konten video pendek banyak disukai oleh masyarakat umum saat ini, sehingga banyak masyarakat yang menggunakan untuk mencari informasi serta hiburan. Aplikasi seperti TikTok, Youtube, dan Instagram merupakan aplikasi yang paling sering digunakan untuk mengakses konten video pendek yang ada di sosial media. Dengan kecepatan konten yang ditawarkan dan pengguna dapat memilih konten yang ada pada video pendek maka pengguna akan semakin menyukai konten video pendek. Hal ini menyebabkan banyak dampak bagi pengguna media sosial yang menyukai konten video pendek, salah satunya gangguan konsentrasi, yang dimana masih belum banyak media yang secara lengkap membahas hal tersebut. Sehingga penelitian ini berfokus untuk memberikan informasi-informasi lengkap seputar masalah gangguan konsentrasi dengan melalui media informasi yang berbentuk website.

Kata kunci: Gangguan Konsentrasi, Video Pendek, Media Sosial



DESIGNING EDUCATIONAL CAMPAIGN ABOUT THE IMPACT OF WATCHING SHORT VIDEOS ON CONCENTRATION DISORDERS

(Clarissa Della Widyanto)

ABSTRACT (English)

At the moment short video content is widely liked by the general public, right now so many people use it to find information and entertainment. Applications such as TikTok, Youtube, and Instagram are the most frequently used applications to access short video content on social media. With the speed of the content offered by the application and users able to choose the content in short videos, users will increasingly like short video content. This causes many impacts for social media users who like short video content, one of which is concentration disorders, of which there are still not many media that explicitly discuss this. So this research focuses on providing complete information about the problem of concentration disorders through information media in the form of a website.

Keywords: *Concentration Disorder, Short Video, Social Media*



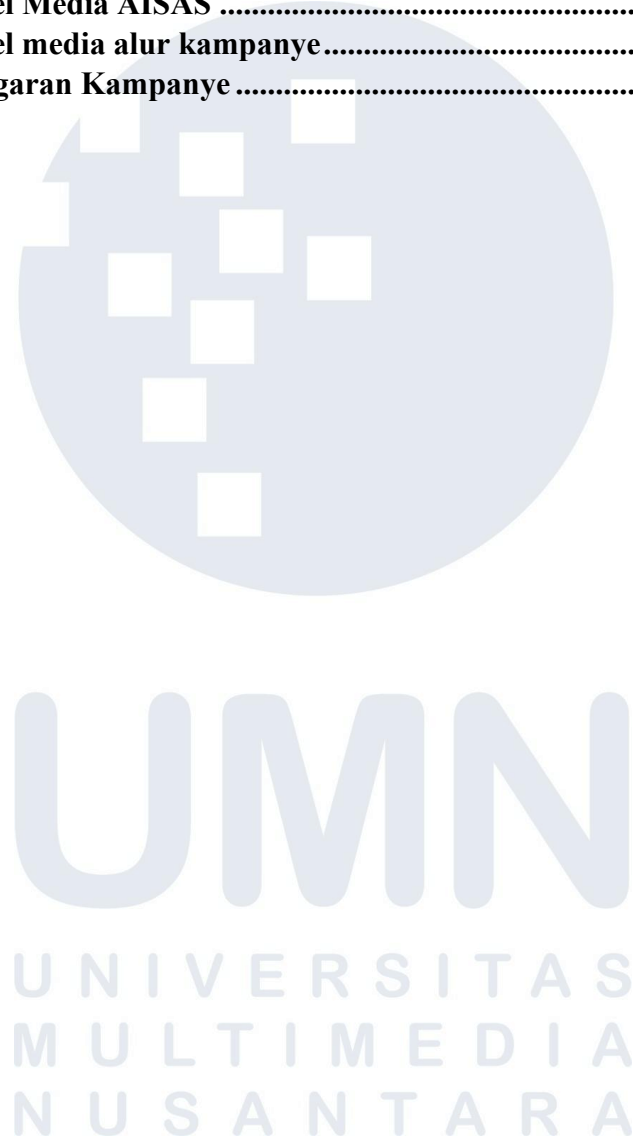
DAFTAR ISI

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	xiv
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 Tujuan Kampanye	5
2.1.2 Jenis Kampanye	6
2.1.3 Strategi Kampanye: AISAS	7
2.1.4 <i>Media Kampanye</i>	8
2.2 Dampak Menonton Video Pendek.....	16
2.2.1 Dampak Terhadap Konsentrasi.....	17
2.2.2 Dampak Terhadap Kesehatan Mental	17
2.3 Desain Grafis	18
2.3.1 Elemen Desain	18
2.3.2 Prinsip Desain.....	22
2.4 Strategi Komunikasi: Sindiran	25
2.5 <i>Penelitian yang Relevan</i>	26

BAB III METODOLOGI PERANCANGAN	30
3.1 Subjek Perancangan	30
3.2 Metode dan Prosedur Perancangan	30
3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan	32
3.3.1 Wawancara	32
3.3.2 Kuesioner.....	33
3.3.3 Studi Eksisting	34
3.3.4 Studi Referensi.....	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN	35
4.1 Hasil Perancangan	35
4.1.1 <i>Empathize</i>	35
4.1.2 <i>Define</i>	49
4.1.4 <i>Ideate</i>	53
4.1.5 <i>Prototype</i>	57
4.1.6 <i>Test</i>	76
4.2 Pembahasan Perancangan.....	77
4.2.1 Analisis <i>Market Validation</i>	77
4.2.2 Analisis Desain Identitas Kampanye	82
4.2.3 Analisis <i>Key Visual</i>	83
4.2.4 Analisis Desain Maskot	84
4.2.5 Analisis Desain Instagram	85
4.2.6 Analisa Desain Tiktok Ads	89
4.2.7 Analisa Desain Website.....	90
4.2.8 Analisa Desain Poster.....	91
4.2.9 Analisa Desain Gimmick.....	92
4.2.10 Analisa Desain <i>Merchandise</i>	92
4.2.11 Anggaran	93
BAB V PENUTUP.....	95
5.1 Simpulan	95
5.2 Saran	96
DAFTAR PUSTAKA	xv
LAMPIRAN.....	xviii

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan	26
Tabel 4. 1 SWOT IBFEST 2024.....	43
Tabel 4. 2 Tabel Media AISAS	51
Tabel 4. 3 Tabel media alur kampanye.....	53
Tabel 4. 4 Anggaran Kampanye	93

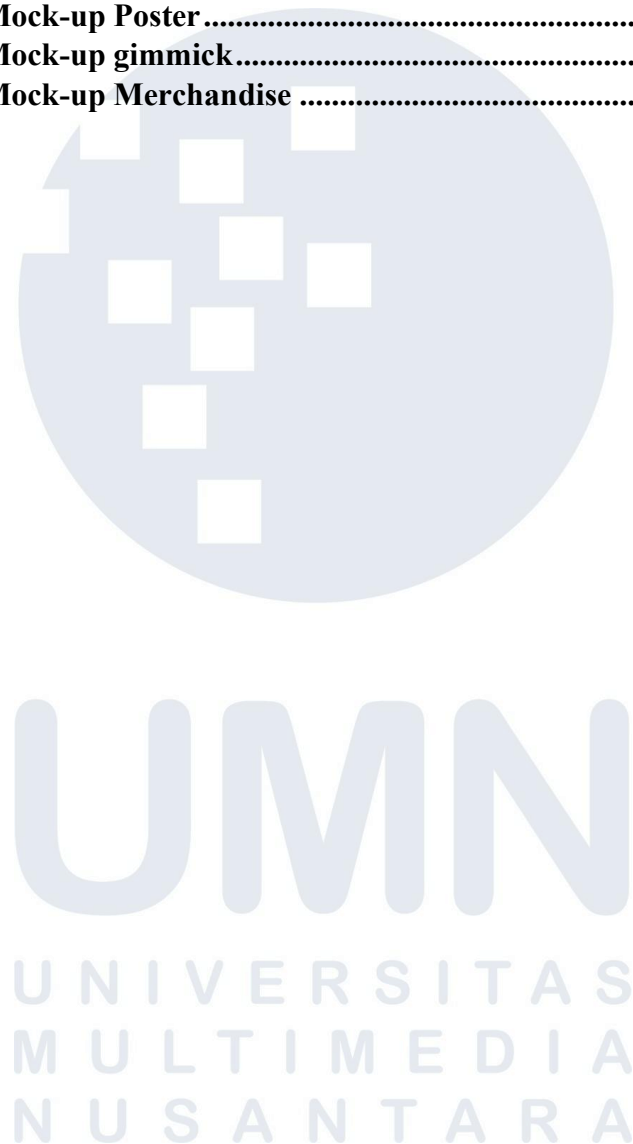


DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 AISAS as Non-Linear Model	7
Gambar 2. 2 Single Column Grid	10
Gambar 2. 3 Multi Column Grid.....	10
Gambar 2. 4 Modular Grid	11
Gambar 2. 5 Type Classifications	12
Gambar 2. 6 Ilustrasi Editorial.....	14
Gambar 2. 7 Ilustrasi Komersial	14
Gambar 2. 8 Ilustrasi Edukasi	14
Gambar 2. 9 Ilustrasi Fantasi	15
Gambar 2. 10 Garis.....	19
Gambar 2. 11 Bentuk.....	19
Gambar 2. 12 Warna	20
Gambar 2. 13 Warna RGB.....	20
Gambar 2. 14 Tekstur.....	21
Gambar 2. 15 Balance in Design Graphic.....	22
Gambar 2. 16 Visual Hierarchy	23
Gambar 2. 17 Rhythm	23
Gambar 2. 18 Unity.....	24
Gambar 4.1 Foto bersama narasumber	35
Gambar 4.2 Grafik presentase responden pengguna media sosial	38
Gambar 4.3 Grafik presentase seringnya responden membuka	38
Gambar 4.4 Grafik presentase responden yang memasang batasan waktu .	39
Gambar 4.5 Grafik presentase menonton video pendek di media sosial.....	39
Gambar 4.6 Grafik presentase lama responden menonton video pendek.....	40
Gambar 4.7 Grafik presentase kesadaran responden saat menonton	40
Gambar 4.8 Grafik presentase video pendek mengganggu	41
Gambar 4.9 Poster IBFEST	41
Gambar 4.10 Peluncuran kampanye #Bijakbersosmed	45
Gambar 4.11 CSR Digital Day #BijakBersosmed di Jakarta	45
Gambar 4.12 Digital Detox Day.....	47
Gambar 4.13 Logo dari satupersenofficial	48
Gambar 4.14 Logo Komunitas satu persen	49
Gambar 4.15 User Persona	49
Gambar 4.16 Logo Komdigi.....	50
Gambar 4.17 Logo Literasi Digital Komdigi.....	51
Gambar 4.18 Mindmap	54
Gambar 4.19 Big Idea	55
Gambar 4.20 Moodboard	56
Gambar 4.21 Font Grandstander	57
Gambar 4.22 sketsa logo kampanye.....	58

Gambar 4.23 Logo Kampanye.....	58
Gambar 4.24 Alternatif maskot.....	59
Gambar 4.25 Final maskot.....	60
Gambar 4.26 Sketsa Key Visual	60
Gambar 4.27 Key Visual	61
Gambar 4.28 Content Planning	62
Gambar 4.29 Grid Media	63
Gambar 4.30 Attention Instagram Feeds	63
Gambar 4.31 Attention Ads	64
Gambar 4.32 interest Instagram Feeds.....	64
Gambar 4.33 Search Instagram Feeds Carousel.....	65
Gambar 4.34 Search Instagram Feeds Carousel.....	65
Gambar 4.35 Action Instagram Feeds	66
Gambar 4.36 Action Instagram Feeds	67
Gambar 4.37 Share Instagram post dan story	67
Gambar 4.38 Attention Tiktok ads.....	68
Gambar 4.39 Search Microsite	68
Gambar 4.40 Sitemap	69
Gambar 4.41 Action Instagram Story.....	70
Gambar 4.42 Action Poster	70
Gambar 4 43 Design paper wristband	71
Gambar 4.44 design die-cut sticker	71
Gambar 4.45 akrilik pin maskot.....	72
Gambar 4.46 desain kaos.....	72
Gambar 4.47 Notepad.....	73
Gambar 4.48 Share Instagram Story	74
Gambar 4.49 Sticker kiss-cut.....	75
Gambar 4.50 Pin Button.....	75
Gambar 4.51 Notepad.....	76
Gambar 4.52 Profil Responden Market Validation.....	78
Gambar 4 53 Market Validation Tahap Attention	79
Gambar 4.54 Market Validation Tahap Interets	79
Gambar 4.55 Market Validation Tahap Search.....	80
Gambar 4.56 Market Validation Tahap Action.....	81
Gambar 4.57 Market Validation Tahap Share	82
Gambar 4.58 Desain Logo Final	83
Gambar 4.59 Desain Key Visual Final.....	83
Gambar 4.60 Mockup Key Visual	84
Gambar 4.61 Desain Final Logo	85
Gambar 4.62 Desain Final Attention.....	85
Gambar 4 63 Desain Final Instgram ads	86
Gambar 4.64 Desain Final Interest	86
Gambar 4.65 Desain Final Search Instagram Carousel.....	87

Gambar 4.66 Desain Final Search Instagram Carousel.....	87
Gambar 4.67 Desain final Action.....	88
Gambar 4.68 Desain final Action.....	88
Gambar 4.69 Desain final Instagram story	89
Gambar 4.70 Final Desain Tiktok Ads.....	90
Gambar 4.71 Final Desain Microsite.....	90
Gambar 4.72 Final Poster	91
Gambar 4.73 Mock-up Poster.....	91
Gambar 4.74 Mock-up gimmick.....	92
Gambar 4.75 Mock-up Merchandise	92



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Hasil Presentase Turnitin.....	xviii
Lampiran B Form Bimbingan & Spesialis	xxiii
Lampiran C Non-Disclosure Agreement	xxv
Lampiran D Consent Form	xxvi
Lampiran E Hasil Kuesioner	xxvii
Lampiran F Transkrip Wawancara.....	1
Lampiran G Lampiran Dokumentasi	lix

