

**PERANCANGAN KAMPANYE MENINGKATKAN
KESADARAN MANAJEMEN RISIKO DALAM INVESTASI
MATA UANG KRIPTO**



LAPORAN TUGAS AKHIR

Muhammad Indra Maulana
00000059937

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

**PERANCANGAN KAMPANYE MENINGKATKAN
KESADARAN MANAJEMEN RISIKO DALAM INVESTASI
MATA UANG KRIPTO**



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual

Muhammad Indra Maulana

00000059937

**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 : Muhammad Indra Maulana

Nomor Induk Mahasiswa : 00000059937

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa ~~Tesis/ Skripsi/ Tugas Akhir/ Laporan~~
~~Magang/ MBKM*~~ (coret yang tidak dipilih) saya yang berjudul:

PERANCANGAN KAMPANYE MENINGKATKAN KESADARAN MANAJEMEN RISIKO DALAM INVESTASI MATA UANG KRIPTO

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 Juni 2025

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



(Muhammad Indra Maulana)

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

PERANCANGAN KAMPANYE MENINGKATKAN KESADARAN MANAJEMEN RISIKO DALAM INVESTASI MATA UANG KRIPTO

Oleh

Nama Lengkap : Muhammad Indra Maulana
Nomor Induk Mahasiswa : 00000059937
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Senin, 16 Juni 2025
Pukul 13.45 s.d. 14.30 WIB dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Dr. Suwito Casande, S.Sn., M.Ds.
0330117501/ 081436

Penguji

Aditya Satyagraha, S.Sn., M.Ds.
0326128001/ 038953

Pembimbing

Mohammad Ady Nugeraha, M.Sn.
0313039003/ 083672

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 : Muhammad Indra Maulana
Nomor Induk Mahasiswa : 00000059937
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : ~~D3~~/ S1/ S2
Judul Karya Ilmiah : PERANCANGAN KAMPANYE
MENINGKATKAN KESADARAN
MANAJEMEN RISIKO DALAM
INVESTASI MATA UANG KRIPTO

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, 16 Juni 2025



(Muhammad Indra Maulana)

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas selesainya penulisan laporan ini dengan judul: “Perancangan Kampanye Meningkatkan Kesadaran Manajemen Risiko Dalam Investasi Mata Uang Kripto”. Pemilihan topik ini karena pesatnya pertumbuhan kripto khususnya pada generasi muda namun kurangnya kesadaran manajemen risiko. Semoga laporan ini memberi kontribusi positif bagi orang lain.

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. Mohammad Ady Nugeraha, M.Sn., selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat bagi pembacanya dan menjadi referensi terutama dalam membahas topik pengguna mata uang kripto khususnya generasi muda di Indonesia.

Tangerang, 16 Juni 2025



(Muhammad Indra Maulana)

PERANCANGAN KAMPANYE MENINGKATKAN KESADARAN MANAJEMEN RISIKO DALAM INVESTASI MATA UANG KRIPTO

(Muhammad Indra Maulana)

ABSTRAK

Pertumbuhan investasi mata uang kripto di Indonesia, khususnya di kalangan generasi muda, mengalami peningkatan signifikan. Namun, banyak dari mereka belum memahami secara menyeluruh risiko yang terlibat, sehingga rentan terhadap kerugian finansial. Penelitian ini merancang kampanye sosial yang bertujuan meningkatkan kesadaran manajemen risiko investasi kripto dengan pendekatan desain komunikasi visual yang persuasif dan relevan bagi audiens muda usia 21-24 tahun di wilayah Jabodetabek. Proses perancangan didasarkan pada studi literatur, wawancara ahli, survei, dan analisis media. Strategi kampanye menggunakan model AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, Share*) dengan pengaplikasian berbagai media seperti *microsite*, Instagram, TikTok, *billboard*, hingga media fisik lainnya. Kampanye dirancang untuk menyampaikan pesan melalui visual yang komunikatif, *copywriting* persuasif, serta ilustrasi yang disesuaikan secara psikologis dengan karakteristik target audiens. Validasi pasar menunjukkan bahwa media yang dirancang efektif dalam menyampaikan pesan dan meningkatkan pemahaman audiens mengenai pentingnya manajemen risiko. Kampanye ini diharapkan mendorong generasi muda untuk mengambil keputusan investasi secara lebih rasional, serta membentuk kebiasaan finansial yang lebih sehat dan bijak.

Kata kunci: mata uang kripto, manajemen risiko, kampanye

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 A CAMPAIGN TO RAISE AWARENESS OF RISK MANAGEMENT IN CRYPTOCURRENCY INVESTMENT

(Muhammad Indra Maulana)

ABSTRACT (English)

The growth of cryptocurrency investment in Indonesia, particularly among the younger generation, has experienced a significant increase. However, many of them still do not fully understand the risks involved, making them vulnerable to financial losses. This study designs a social campaign aimed at raising awareness of risk management in cryptocurrency investment, using a persuasive visual communication design approach that is relevant to the target audience of young individuals aged 21-24 years in the Greater Jakarta area (Jabodetabek). The design process is based on literature studies, expert interviews, surveys, and media analysis. The campaign strategy uses the AISAS model (Attention, Interest, Search, Action, Share) and applies various media such as microsites, Instagram, TikTok, billboards, and other physical media. The campaign is designed to convey messages through communicative visuals, persuasive copywriting, and illustrations that are psychologically tailored to the characteristics of the target audience. Market validation shows that the designed media effectively communicates the message and enhances the audience's understanding of the importance of risk management. This campaign is expected to encourage the younger generation to make more rational investment decisions and develop healthier and more informed financial habits.

Keywords: *cryptocurrency, risk management, campaign*

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	ii
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	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
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 Sosial.....	5
2.1.1 Tujuan Tahapan Perubahan (<i>Stages of Change Theory</i>)	5
2.1.2 Daya Tarik Psikologis.....	6
2.1.3 Jenis Kampanye	7
2.2 <i>Cryptocurrency</i>	7
2.2.1 <i>Blockchain</i>	7
2.2.2 <i>Bitcoin</i>	8
2.2.3 Koin	9
2.2.4 Token.....	9
2.3 Model AISAS	9
2.3.1 Tahapan Model AISAS.....	10
2.4 <i>Microsite</i>	11
2.4.1 Fokus Pada Spesifik Target	12

2.5 Media Sosial.....	12
2.5.1 Instagram.....	12
2.5.2 TikTok.....	13
2.6 UI/UX Design.....	13
2.6.1 Low Fidelity.....	14
2.7 Desain Grafis.....	14
2.7.1 Logo.....	15
2.7.2 Hierarki.....	15
2.7.3 Tipografi.....	16
2.7.4 Copywriting.....	17
2.7.5 Penggunaan Warna.....	18
2.7.6 Ilustrasi.....	22
2.7.7 Grid.....	23
2.7.8 Layout.....	26
2.7.9 Ikon.....	27
2.8 Penelitian Relevan.....	29
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN.....	33
3.1 Subjek Perancangan.....	33
3.2 Metode dan Prosedur Perancangan.....	35
3.2.1 Inspiration.....	35
3.2.2 Ideation.....	35
3.2.3 Implementation.....	35
3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan.....	36
3.3.1 Wawancara.....	36
3.3.2 Kuesioner.....	43
3.3.3 Studi Eksisting.....	47
3.3.4 Studi Referensi.....	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN.....	48
4.1 Hasil Perancangan.....	48
4.1.1 Inspiration.....	48
4.1.2 Ideation.....	67
4.1.3 Implementation.....	126

4.1.4 <i>Market Validation</i>	133
4.1.5 Kesimpulan Perancangan.....	133
4.2 Pembahasan Perancangan	134
4.2.1 Analisis <i>Market Validation</i>	134
4.2.2 <i>Microsite</i>	135
4.2.3 <i>Billboard</i>	136
4.2.4 Ambient Media Lift	137
4.2.5 YouTube <i>Display Ads</i>	139
4.2.6 X-Banner	140
4.2.7 Instagram	142
4.2.8 TikTok	144
4.2.9 Media <i>Lanyard & Tumbler</i>	145
4.2.10 Analisis Media	147
4.2.4 Anggaran.....	158
BAB V PENUTUP.....	160
5.1 Simpulan	160
5.2 Saran	161
DAFTAR PUSTAKA	xvii
LAMPIRAN.....	xxi



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian yang relevan	29
Tabel 3.2 Pertanyaan Kuesioner	43
Tabel 4.1 Pertanyaan Kuesioner Bagian 1	60
Tabel 4.2 Pertanyaan Kuesioner Bagian 2 (Skala Likert).....	60
Tabel 4.3 Pertanyaan Kuesioner Bagian 3	61
Tabel 4.4 Pertanyaan Kuesioner Bagian 4 (Skala Likert).....	61
Tabel 4.5 Pertanyaan Kuesioner Bagian 5	62
Tabel 4.6 Hasil analisis Kampanye Bulan Literasi Kripto.....	65
Tabel 4.7 <i>Creative Brief</i>	68
Tabel 4.8 Strategi <i>Content Planning</i>	70
Tabel 4.9 Strategi Media Kampanye.....	72
Tabel 4.10 <i>Big Idea</i>	75
Tabel 4.11 Hasil <i>Market Validation Microsite</i>	135
Tabel 4.12 Hasil <i>Market Validation Billboard</i>	136
Tabel 4.13 Hasil <i>Market Validation Ambient Media Lift</i>	137
Tabel 4.14 Hasil <i>Market Validation Youtube Display Ads</i>	139
Tabel 4.15 Hasil <i>Market Validation X-Banner</i>	140
Tabel 4.16 Hasil <i>Market Validation Instagram</i>	142
Tabel 4.17 Hasil <i>Market Validation TikTok</i>	144
Tabel 4.18 Hasil <i>Market Validation Lanyard dan Tumbler</i>	145
Tabel 4.19 Anggaran.....	159



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kampanye Sosial.....	5
Gambar 2.2 <i>Blockchain</i>	8
Gambar 2.3 <i>Bitcoin</i>	8
Gambar 2.4 AISAS	10
Gambar 2.5 <i>Microsite</i>	11
Gambar 2.6 Media Sosial.....	12
Gambar 2.7 <i>Low Fidelity</i>	14
Gambar 2.8 Logo	15
Gambar 2.9 Hierarki.....	16
Gambar 2.10 Tipografi.....	16
Gambar 2.11 <i>Copywriting Campaign</i>	17
Gambar 2.12 Roda Warna Pigmen.....	18
Gambar 2.13 Psikologi Warna	20
Gambar 2.14 <i>Yellow</i>	20
Gambar 2.15 <i>Orange</i>	21
Gambar 2.16 <i>Blue</i>	21
Gambar 2.17 Ilustrasi Kampanye.....	22
Gambar 2.18 <i>Grid</i>	23
Gambar 2.19 <i>Column Grid</i>	24
Gambar 2.20 <i>Single-Column Grid</i>	25
Gambar 2.21 <i>Grid Rows</i>	25
Gambar 2.22 <i>Layout</i>	26
Gambar 2.23 Ikon	28
Gambar 4.1 Wawancara Ahli.....	48
Gambar 4.2 Wawancara Psikolog.....	51
Gambar 4.3 Wawancara <i>Art Director</i>	53
Gambar 4.4 Postingan Coinvestasi	66
Gambar 4.5 Investor Muda	73
Gambar 4.6 <i>Mindmap</i>	74
Gambar 4.7 <i>Moodboard</i> Ilustrasi	76
Gambar 4.8 <i>Moodboard Layout</i>	76
Gambar 4.9 <i>Moodboard Copywriting</i>	77
Gambar 4.10 <i>Moodboard Typography</i>	77
Gambar 4.11 <i>Moodboard Logo</i>	78
Gambar 4.12 <i>Moodboard Warna</i>	78
Gambar 4.13 Referensi Logo	79
Gambar 4.14 Sketsa Logo	79
Gambar 4.15 <i>Grid Logo</i>	80
Gambar 4.16 Hasil Logo	80
Gambar 4.17 Referensi & Sketsa Ilustrasi Karakter	81

Gambar 4.18 Ilustrasi Karakter	81
Gambar 4.19 Referensi Ikon Koin Kripto.....	82
Gambar 4.20 Sketsa Ikon Koin Kripto.....	82
Gambar 4.21 Ikon Koin Kripto	83
Gambar 4.22 Sketsa <i>Key Visual</i>	83
Gambar 4.23 <i>Two Rows Key Visual</i>	84
Gambar 4.24 <i>Key Visual</i>	84
Gambar 4.25 Referensi & Sketsa <i>Billboard</i>	86
Gambar 4.26 Proses Perancangan <i>Billboard</i>	86
Gambar 4.27 Hasil Akhir Media <i>Billboard</i>	87
Gambar 4.28 Referensi & Sketsa Ambient Media Lift.....	88
Gambar 4.29 Proses Perancangan Ambient Media Lift.....	89
Gambar 4.30 Hasil Akhir Ambient Media Lift.....	89
Gambar 4.31 Referensi & Sketsa TikTok <i>Post 1</i>	91
Gambar 4.32 Proses Perancangan TikTok <i>Post 1</i>	92
Gambar 4.33 Hasil Akhir TikTok <i>Post 1</i>	92
Gambar 4.34 Referensi & Sketsa YouTube <i>Display Ads</i>	93
Gambar 4.35 Proses Perancangan YouTube <i>Display Ads</i>	94
Gambar 4.36 Hasil Akhir YouTube <i>Display Ads</i>	94
Gambar 4.37 Referensi & Sketsa Instagram <i>Post 1</i>	96
Gambar 4.38 Proses Perancangan Instagram <i>Post 1</i>	96
Gambar 4.39 Hasil Akhir Instagram <i>Post 1</i>	96
Gambar 4.40 Referensi & Sketsa Instagram <i>Post 2</i>	97
Gambar 4.41 Proses Perancangan Instagram <i>Post 2</i>	97
Gambar 4.42 Hasil Akhir Instagram <i>Post 2</i>	98
Gambar 4.43 Referensi & Sketsa Instagram <i>Post 3</i>	99
Gambar 4.44 Proses Perancangan Instagram <i>Post 3</i>	100
Gambar 4.45 Hasil Akhir Instagram <i>Post 3</i>	100
Gambar 4.46 Referensi & Sketsa Instagram <i>Story</i>	102
Gambar 4.47 Proses Perancangan Instagram <i>Story</i>	102
Gambar 4.48 Hasil Akhir Instagram <i>Story</i>	103
Gambar 4.49 Referensi & Sketsa Instagram <i>Post 1</i>	104
Gambar 4.50 Proses Perancangan Instagram <i>Post 1</i>	105
Gambar 4.51 Hasil Akhir Instagram <i>Post 1</i>	105
Gambar 4.52 Referensi & Sketsa Instagram <i>Post 2</i>	106
Gambar 4.53 Proses Perancangan Instagram <i>Post 2</i>	106
Gambar 4.54 Hasil Akhir Instagram <i>Post 2</i>	107
Gambar 4.55 Referensi & Sketsa Instagram <i>Post 3</i>	107
Gambar 4.56 Proses Perancangan Instagram <i>Post 3</i>	108
Gambar 4.57 Hasil Akhir Instagram <i>Post 2</i>	108
Gambar 4.58 Referensi & Sketsa Instagram <i>Story 2</i>	109
Gambar 4.59 Proses Perancangan Instagram <i>Story 2</i>	110
Gambar 4.60 Hasil Akhir Instagram <i>Story 2</i>	110

Gambar 4.61 Referensi & Sketsa X-Banner	111
Gambar 4.62 Proses Perancangan X-Banner	112
Gambar 4.63 Hasil Akhir X-Banner	113
Gambar 4.64 Low-Fidelity Microsite Mobile.....	114
Gambar 4.65 Hasil Akhir Microsite Mobile	115
Gambar 4.66 Hasil Akhir Microsite Desktop.....	116
Gambar 4.67 Referensi & Sketsa Instagram Post 1	117
Gambar 4.68 Proses Perancangan Instagram Post 1	117
Gambar 4.69 Hasil Akhir Instagram Post 1	118
Gambar 4.70 Referensi & Sketsa Instagram Post 2.....	118
Gambar 4.71 Proses Perancangan Instagram Post 2.....	119
Gambar 4.72 Hasil Akhir Instagram Post 2.....	119
Gambar 4.73 Referensi & Sketsa Instagram Post 3	120
Gambar 4.74 Proses Perancangan Instagram Post 3.....	120
Gambar 4.75 Hasil Akhir Instagram Post 3	121
Gambar 4.76 Referensi & Sketsa TikTok Post 2.....	122
Gambar 4.77 Proses Perancangan TikTok Post 2.....	123
Gambar 4.78 Hasil Akhir TikTok Post 2.....	123
Gambar 4.79 Sketsa & Proses Perancangan Lanyard.....	124
Gambar 4.80 Hasil Akhir Media Lanyard	124
Gambar 4.81 Sketsa & Proses Perancangan Tumbler.....	125
Gambar 4.82 Hasil Akhir Tumbler.....	125
Gambar 4.83 Mockup Microsite Mobile	126
Gambar 4.84 Mockup Microsite Desktop.....	127
Gambar 4.85 Mockup Billboard.....	127
Gambar 4.86 Mockup Ambient Media Lift.....	128
Gambar 4.87 Mockup YouTube Display Ads	128
Gambar 4.88 Mockup Instagram Post.....	129
Gambar 4.89 Mockup Instagram Story.....	130
Gambar 4.90 Mockup TikTok Post.....	130
Gambar 4.91 Mockup X-Banner	131
Gambar 4.92 Mockup Lanyard	132
Gambar 4.93 Mockup Tumbler	132
Gambar 4.94 Mockup Microsite Mobile	148
Gambar 4.95 Mockup Microsite Desktop.....	148
Gambar 4.96 Mockup Instagram Post.....	150
Gambar 4.97 Mockup Instagram Story.....	151
Gambar 4.98 Mockup TikTok Post.....	152
Gambar 4.99 Mockup Billboard.....	153
Gambar 4.100 Mockup YouTube Display Ads	154
Gambar 4.101 Mockup Ambient Media Lift.....	155
Gambar 4.102 Mockup X-Banner	156
Gambar 4.103 Mockup Lanyard	157

Gambar 4.104 <i>Mockup Tumbler</i>	158
--	-----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Hasil Persentase Turnitin.....	xxi
Lampiran <i>Form</i> Bimbingan & Spesialis	xxx
Lampiran <i>Non-Disclosure Statement</i>	xxxiii
Lampiran <i>Consent Form</i>	xxxiv
Lampiran Kuesioner & <i>Market Validation</i>	xxxix
Lampiran Transkrip Wawancara.....	lxi

