

**PERANCANGAN KAMPANYE MENGENAI PENTINGNYA
PENERIMAAN ORANG TUA PADA ANAK
BERKEBUTUHAN KHUSUS**



LAPORAN TUGAS AKHIR

Fredy Cendika
00000063597

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

**PERANCANGAN KAMPANYE MENGENAI PENTINGNYA
PENERIMAAN ORANG TUA PADA ANAK
BERKEBUTUHAN KHUSUS**



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual

Fredy Cendika

00000063597

**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 : Fredy Cendika
Nomor Induk Mahasiswa : 00000063597
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 MENGENAI PENTINGNYA
PENERIMAAN ORANG TUA PADA ANAK
BERKEBUTUHAN KHUSUS**

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, 8 Januari 2025



(Fredy Cendika)

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul
**PERANCANGAN KAMPANYE MENGENAI PENTINGNYA
PENERIMAAN ORANG TUA PADA ANAK
BERKEBUTUHAN KHUSUS**

Oleh

Nama Lengkap : Fredy Cendika
Nomor Induk Mahasiswa : 00000063597
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

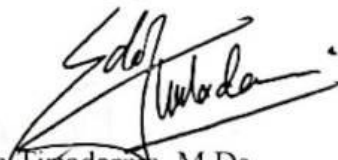
Telah diujikan pada hari Rabu, 8 Januari 2025
Pukul 11.15 s.d. 12.00 WIB dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang


Chara Susanti, M.Ds.
0313048703/L00266

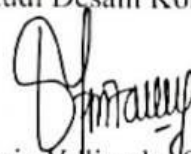
Penguji


Edo Tirtadarma, M.Ds.
0324128506/071279

Pembimbing


Dedy Arpan, S.Des., M.Ds.
0324018607/076482

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 : Fredy Cendika
Nomor Induk Mahasiswa : 00000063597
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : ~~D3~~/ S1/ S2* (*coret yang tidak dipilih)
Judul Karya Ilmiah : PERANCANGAN KAMPANYE MENGENAI
PENTINGNYA PENERIMAAN ORANG TUA
PADA ANAK BERKEBUTUHAN KHUSUS

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, 8 Januari 2024



Fredy Cendika

* 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 Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat dan rahmatnya, penulis dapat menyelesaikan perancangan media informasi mengenai rasa penerimaan orang tua pada anak berkebutuhan khusus. Setiap orang tua pasti ingin memiliki anak yang sehat secara fisik dan mental. Ketika orang tua mengetahui anaknya memiliki kekurangan, tentu mereka akan merasa sedih, marah, shock, dll. Perancangan tugas akhir ini dibuat untuk membantu para orang tua maupun calon orang tua untuk mempercepat rasa penerimaan kepada buah hati mereka yang memiliki kekurangan secara fisik maupun non-fisik.

Dalam proses perancangan media ini, penulis berharap dapat meningkatkan kesadaran para orang tua tentang buah hati mereka yang memiliki kebutuhan khusus. Anak merupakan rahmat dan anugerah terindah yang diberikan oleh Tuhan YME. kepada manusia. Oleh karena itu, sebagai manusia kita tidak perlu malu bagaimanapun kondisi anak.

Mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., 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. Dedy Arpan, S.Des., M.Ds., selaku Pembimbing 1 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.
6. Kepala Sekolah YKDW 01, 02, 03, telah membantu dalam proses pengumpulan data tugas ini.
7. Ketua Yayasan ABK UMKM yang telah membantu dalam proses pengumpulan data tugas ini.

8. Orang tua anak berkebutuhan khusus yang telah membantu dalam proses pengumpulan data tugas ini.

Semoga melalui perancangan media informasi ini, penulis dapat membantu para orang tua maupun calon orang tua untuk semakin siap atau mempercepat proses penerimaan mereka terhadap buah hatinya yang memiliki kebutuhan khusus.

Tangerang, 10 Desember 2024



(Fredy Cendika)



PERANCANGAN KAMPANYE MENGENAI PENTINGNYA PENERIMAAN ORANG TUA PADA ANAK BERKEBUTUHAN KHUSUS

(Fredy Cendika)

ABSTRAK

Anak yang sehat tentunya menjadi harapan setiap orang tua namun sayangnya, masih banyak anak-anak yang terlahir dengan kondisi dengan kebutuhan khusus atau disabilitas. Sampai saat ini masih banyak orang tua yang beranggapan bahwa anak berkebutuhan khusus adalah sebuah aib atau karma keluarga yang harus ditutupi sehingga membuat mereka sulit untuk menerima anaknya secara lapang dada. Kurangnya rasa penerimaan orang tua berdampak pada perkembangan anak baik secara fisik maupun secara psikis. Perancangan kampanye ini bertujuan untuk membantu mempercepat proses penerimaan orang tua. Dengan meningkatkan kesadaran dan penerimaan orang tua dapat memperbaiki hingga mengembangkan kehidupan anak-anak tersebut ke arah yang lebih baik dan berkualitas. Dengan melalui media kampanye, perancangan ini menggunakan metode *Human Centered Design by IDEO*. Hasil perancangan berupa kampanye bernama “Melangkah untuk Menerima” berupa buku sebagai media utama, video, dan media lainnya. Pemilihan buku sebagai media utama dapat membantu menyampaikan informasi sehingga orang tua dapat memahami konten sesuai dengan kenyamanan mereka. Selain itu, buku juga memberikan pengalaman yang lebih personal dan reflektif. Melalui kampanye ini, penulis berharap dapat membantu atau mempercepat proses penerimaan orang tua terhadap kondisi anak mereka dengan hati yang lapang. Dengan pemberian dukungan dapat mempengaruhi rasa empati orang tua sehingga dapat meningkatkan kualitas hidup anak-anak mereka.

Kata kunci: Kampanye, Penerimaan, Anak berkebutuhan khusus, Orang tua

CAMPAIGN DESIGN ON THE IMPORTANCE OF PARENTAL ACCEPTANCE FOR CHILDREN WITH SPECIAL NEEDS

(Fredy Cendika)

ABSTRACT (English)

A healthy child is undoubtedly every parent's hope. Unfortunately, many children are born with special needs or disabilities. To this day, many parents still perceive children with special needs as a disgrace or family karma that must be hidden, making it difficult for them to accept their children wholeheartedly. The lack of parental acceptance impacts a child's development, both physically and mentally. This campaign design aims to help accelerate the process of parental acceptance. By raising awareness and encouraging acceptance, parents can improve and enhance their children's lives toward better quality and well-being. Using campaign media, this project employs the Human-Centered Design method by IDEO. The result is a campaign called "Melangkah untuk Menerima" ("Stepping Toward Acceptance") featuring a book as the main medium, supported by a video and other secondary media. The book was chosen as the primary medium because it helps convey information in a way that parents can absorb at their own pace. Furthermore, the book provides a more personal and reflective experience. Through this campaign, the author hopes to assist in accelerating the process of parental acceptance of their child's condition with an open heart. Providing support can foster parental empathy and significantly improve the quality of life for their children.

Keywords: Campaign, Acceptance, Special needs, Parents

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
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	xv
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.....	4
2.1 Kampanye	4
2.1.1 Tujuan Kampanye	4
2.1.2 Jenis-Jenis Kampanye	6
2.2 AISAS	6
2.2.1 <i>Attention</i>	6
2.2.2 <i>Interest</i>	7
2.2.3 <i>Search</i>	7
2.2.4 <i>Action</i>	7
2.2.5 <i>Share</i>	7
2.3 <i>Design Thinking: IDEO</i>	7
2.4 Fotografi.....	8
2.4.1 Elemen Desain dalam Fotografi.....	8
2.4.2 Jarak dan Fotografi	13

2.5 Videografi	14
2.6 Sistem <i>Grid</i>	15
2.6.1 <i>Manuscript Grid</i>	15
2.6.2 <i>Symmetrical</i>	15
2.6.3 <i>Modular</i>	17
2.6.4 <i>Asymmetrical</i>	17
2.6.5 <i>Baseline</i>	18
2.7 Anak	18
2.8 Disabilitas	19
2.8.1 Netra	19
2.8.2 Tuli	19
2.8.3 Daksa	20
2.8.4 Intelektual	20
2.8.5 Mental	21
2.9 <i>Five Stages of Grief</i>	21
2.9.1 <i>Denial</i> (Penolakan)	21
2.9.2 <i>Anger</i> (Marah)	22
2.9.3 <i>Bargaining</i> (Tawar Menawar)	22
2.9.4 <i>Depression</i> (Depresi)	22
2.9.5 <i>Acceptance</i> (Penerimaan)	22
2.10 <i>Social Learning Theory</i>	22
2.10.1 Empati	23
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN	24
3.1 Subjek Perancangan	24
3.2 Metode dan Prosedur Perancangan	25
3.2.1 <i>Inspiration</i>	25
3.2.2 <i>Ideation</i>	26
3.2.3 <i>Implementation</i>	27
3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan	27
3.3.1 <i>Frame Your Design Challenge</i>	28
3.3.2 <i>Create a Project Plan</i>	29
3.3.3 <i>Secondary Research</i>	30

3.3.4 Interview	31
3.3.5 Focus Group Discussion (FGD).....	34
3.3.6 Kuesioner	35
3.3.7 Studi Referensi	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN	40
4.1 Hasil Perancangan	40
4.1.1 Ideation	40
4.1.2 Implementation	79
4.2 Analisa Perancangan	94
4.2.1 Analisa Media Utama	95
4.2.2 Analisa Media Sekunder.....	109
4.3 Budgeting.....	114
BAB V PENUTUP.....	116
5.1 Simpulan	116
5.2 Saran	117
DAFTAR PUSTAKA	118
LAMPIRAN.....	120



DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Tabel Frame Design Challenge	28
Tabel 3. 2 Create a Project Plan	29
Tabel 3. 3 Daftar Pertanyaan Wawancara Psikolog	31
Tabel 3. 4 Daftar Pertanyaan Orang Tua	32
Tabel 3. 5 Daftar Peserta FGD	34
Tabel 3. 6 Daftar Pertanyaan FGD	35
Tabel 3. 7 Daftar Pertanyaan Kuesioner	36
Tabel 4. 1 Strategi AISAS	49
Tabel 4. 2 Strategic Media Plan	51
Tabel 4. 3 Isi Konten Buku	57
Tabel 4. 4 Proses Perancangan Poster	61
Tabel 4. 5 Proses Perancangan Instagram Ads	63
Tabel 4. 6 Proses Perancangan Instagram Feeds	64
Tabel 4. 7 Proses Perancangan Poster	66
Tabel 4. 8 Feedback Desain	68
Tabel 4. 9 Roadmap Kampanye	82
Tabel 4. 10 Analisa Foto	97
Tabel 4. 11 Estimasi Biaya Kampanye	114



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Strategi AISAS	6
Gambar 2. 2 Garis Horizontal	9
Gambar 2. 3 Garis Vertikal	9
Gambar 2. 4 Garis Diagonal.....	9
Gambar 2. 5 Garis Curves.....	10
Gambar 2. 6 Bentuk Bunga.....	10
Gambar 2. 7 Gambar Ruang.....	11
Gambar 2. 8 Gambar Tekstur.....	11
Gambar 2. 9 Gambar Cahaya	12
Gambar 2. 10 Gambar Warna (Merah)	13
Gambar 2. 11 Gambar Warna Mono.....	13
Gambar 2. 12 Manuscript Grid	15
Gambar 2. 13 Single Column.....	16
Gambar 2. 14 Double Column	16
Gambar 2. 15 Multiple Column	17
Gambar 2. 16 Modular Column	17
Gambar 2. 17 Asymmetrical Column	18
Gambar 2. 18 Asymmetrical Column	18
Gambar 2. 19 Disabilitas Netra.....	19
Gambar 2. 20 Disabilitas Rungu	20
Gambar 2. 21 Disabilitas Daksa.....	20
Gambar 2. 22 Disabilitas Intelektual.....	21
Gambar 2. 23 Disabilitas Mental	21
Gambar 2. 24 Wawancara dengan Ibu Novi	91
Gambar 3. 1 Bagan Metode Inspiration	26
Gambar 3. 2 Bagan Metode Ideation	26
Gambar 3. 3 Bagan Metode Implementation	27
Gambar 3. 4 Key Visual "Bertemu Papa Mama"	38
Gambar 4. 1 Dokumentasi Wawancara Bersama Kak Hertha	43
Gambar 4. 2 Wawancara dengan Ibu Ika.....	45
Gambar 4. 3 Wawancara dengan Orang Tua SLB Ulaka Penca.....	46
Gambar 4. 4 Post-it Find Themes	48
Gambar 4. 5 Image Board	53
Gambar 4. 6 Typeface	55
Gambar 4. 7 Aset Foto	55
Gambar 4. 8 Proses Editing Foto	56
Gambar 4. 9 Hasil Edit Foto	57
Gambar 4. 10 Storyboard Video Youtube	59
Gambar 4. 11 Screen Capture Prototipe Video.....	59
Gambar 4. 12 Proses Perancangan Video Youtube Ads.....	60

Gambar 4. 13 Perancangan Instagram Reels 1, 2, 3.....	66
Gambar 4. 14 Perancangan Instagram Reels 1, 2, 3.....	68
Gambar 4. 15 Bimbingan spesialis bersama Andang Iskandar.....	71
Gambar 4. 16 Typeface	71
Gambar 4. 17 Aset Foto Revisi	72
Gambar 4. 18 Penambahan Footage Video.....	74
Gambar 4. 19 Screen Capture Video Youtube	75
Gambar 4. 20 Revisi Poster.....	76
Gambar 4. 21 Feeds Instagram Revisi	77
Gambar 4. 22 Instagram Ads Revisi	78
Gambar 4. 23 Instagram Reels Revisi.....	78
Gambar 4. 24 KRL Ads	79
Gambar 4. 25 Logo ChildFund Indonesia.....	80
Gambar 4. 26 Wawancara dengan Mbak Ayu	90
Gambar 4. 27 Wawancara dengan Ibu Yuyun	92
Gambar 4. 28 Wawancara dengan Nicander.....	93
Gambar 4. 29 Nama Kampanye	94
Gambar 4. 30 Mockup Buku.....	95
Gambar 4. 31 Analisa Warna Halaman Buku.....	96
Gambar 4. 32 Halaman Divider	97
Gambar 4. 33 Penggunaan Mairo pada Headline.....	106
Gambar 4. 34 Penggunaan Nefos pada Divider.....	107
Gambar 4. 35 Penggunaan Nothink pada Body Text.....	107
Gambar 4. 36 Narasi Konten Buku	108
Gambar 4. 37 Layout Seluruh Halaman.....	109
Gambar 4. 38 Mockup Poster.....	110
Gambar 4. 39 Video Youtube	111
Gambar 4. 40 Mockup Youtube Unskippable Ads	111
Gambar 4. 41 Mockup Instagram Reels.....	112
Gambar 4. 42 Mockup Instagram Feeds	112
Gambar 4. 43 Mockup Instagram Ads	113
Gambar 4. 44 Mockup KRL Ads	114

DAFTAR LAMPIRAN

Gambar 6. 1 Hasil Persentase Turnitin	120
Gambar 6. 2 Form Bimbingan	121
Gambar 6. 3 Form Bimbingan	122
Gambar 6. 4 NDA 1	123
Gambar 6. 5 NDA 2	124
Gambar 6. 6 NDA 3	125
Gambar 6. 7 NDA 4	126
Gambar 6. 8 Kuesioner	127
Gambar 6. 9 Kuesioner	128
Gambar 6. 10 Kuesioner	129

