

**PERANCANGAN KAMPANYE TERKAIT *ANXIOUS*
PREOCCUPIED ATTACHMENT PADA ANAK *BROKEN HOME*
BAGI ORANG TUA**



LAPORAN TUGAS AKHIR

**Madeline Vania
00000065149**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS SENI DAN DESAIN
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2026**

**PERANCANGAN KAMPANYE TERKAIT *ANXIOUS*
PREOCCUPIED ATTACHMENT PADA ANAK *BROKEN HOME*
BAGI ORANG TUA**



LAPORAN TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual**

**Madeline Vania
00000065149**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS SENI DAN DESAIN
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2026**

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Madeline Vania
Nomor Induk Mahasiswa : 00000065149
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

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

PERANCANGAN KAMPANYE TERKAIT *ANXIOUS PREOCCUPIED*
***ATTACHMENT* PADA ANAK *BROKEN HOME* BAGI ORANG TUA**

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, 5 Januari 2026



Madeline Vania

HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Madeline Vania
NIM : 00000065149
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Judul Laporan : Perancangan Kampanye Terkait *Anxious Preoccupied Attachment* pada Anak *Broken Home* bagi Orang Tua

Dengan ini saya menyatakan secara jujur menggunakan bantuan Kecerdasan Artifisial (AI) dalam pengerjaan Tugas/Project/Tugas Akhir sebagai berikut:

Menggunakan AI sebagaimana diizinkan untuk membantu dalam menghasilkan ide-ide utama saja.

Menggunakan AI sebagaimana diizinkan untuk membantu menghasilkan teks pertama saja.

Menggunakan AI untuk menyempurnakan sintaksis dan tata bahasa untuk pengumpulan tugas.

☒ Karena tidak diizinkan: Tidak menggunakan bantuan AI dengan cara apa pun dalam pembuatan tugas.

Saya juga menyatakan bahwa:

- (1) Menyerahkan secara lengkap dan jujur penggunaan perangkat AI yang diperlukan dalam tugas melalui Formulir Penggunaan Perangkat Kecerdasan Artifisial (AI).
- (2) Saya mengakui bahwa saya telah menggunakan bantuan AI dalam tugas saya baik dalam bentuk kata, paraphrase, penyertaan ide atau fakta penting yang disarankan oleh AI dan saya telah menyantumkan dalam sitasi serta referensi.
- (3) Terlepas dari pernyataan di atas, tugas ini sepenuhnya merupakan karya saya sendiri.

Tangerang, 5 Januari 2026

Yang Menyatakan,



Madeline Vania

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

PERANCANGAN KAMPANYE TERKAIT *ANXIOUS PREOCCUPIED* *ATTACHMENT* PADA ANAK *BROKEN HOME* BAGI ORANG TUA

Oleh

Nama Lengkap : Madeline Vania
Nomor Induk Mahasiswa : 00000065149
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Senin, 5 Januari 2026
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

Martinus Eko Prasetyo, S.Sn., M.Ds.
0311118807/ 100049

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 : Madeline Vania
Nomor Induk Mahasiswa : 00000065149
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : ~~D3~~ S1/ S2
Judul Karya Ilmiah : Perancangan Kampanye Terkait *Anxious Preoccupied Attachment* pada Anak *Broken Home* bagi Orang Tua

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, 5 Januari 2026



Madeline Vania

* 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 penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas dibuatnya tugas akhir yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran terkait *anxious preoccupied attachment* pada anak *broken home* bagi orang tua. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak- pihak yang telah berkontribusi dalam membantu penulis dalam bentuk dukungan maupun bimbingan selama proses penulisan berlangsung, ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada:

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, S.Sn., M.Sn., selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Edo Tirtadarma, M.Ds. selaku dosen spesialis yang telah memberikan arahan.
6. Dr. Suwito Casande, S.Sn., M.Ds. selaku ketua sidang yang telah memberi arahan serta saran.
7. Martinus Eko Prasetyo, S.Sn., M.Ds. selaku dosen penguji yang telah memberi arahan serta saran.

Semoga karya ilmiah ini dapat menjadi sebuah inspirasi untuk lebih memahami *anxious preoccupied attachment* untuk saya sendiri, penulis lain, Universitas Multimedia Nusantara, dan khususnya untuk para orang tua yang bercerai.

Tangerang, 5 Januari 2026



Madeline Vania

**PERANCANGAN KAMPANYE TERKAIT *ANXIOUS*
PREOCCUPIED ATTACHMENT PADA ANAK *BROKEN HOME*
BAGI ORANG TUA**

Madeline Vania

ABSTRAK

Angka perceraian yang terus meningkat di Indonesia, terutama di Jawa Barat menjadi sebuah kekhawatiran karena tingkat kesadaran dan edukasi orang tua yang bercerai masih rendah terkait dengan salah satu dampak psikologis perceraian yaitu *anxious preoccupied attachment* pada anak. Disamping itu, edukasi mengenai APA tidak tersosialisasi dengan optimal karena bahasanya yang terlalu akademis bagi masyarakat pada kelas sosial ekonomi B-C. Selain itu, kampanye mengenai APA yang tersedia umumnya berfokus pada individu yang telah mengalami APA dan tidak berfokus pada orang tua yang bercerai sebagai pihak yang berpotensi menjadi pelaku pembentukan APA pada anak. Maka dari itu, penelitian ini bertujuan untuk mempersuasi para orang tua khususnya yang bercerai agar dapat paham dan sadar akan potensi *anxious preoccupied attachment* pada anaknya. Penelitian ini akan menggunakan metode penelitian kualitatif berupa wawancara kepada konselor dan terapis anak serta orang tua yang bercerai, observasi studi eksisting dan studi referensi. Selain itu, metode penelitian kuantitatif juga akan dilakukan yaitu berupa penyebaran kuesioner. Proses perancangan akan didasari dengan metode perancangan yang dikemukakan oleh Robin Landa dalam bukunya yang berjudul *Advertising by Design* yang terdiri dari 6 tahapan, yaitu *overview, strategy, ideas, design, production, dan implementation*.

Kata kunci: kampanye, *anxious preoccupied attachment*, orang tua

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

CAMPAIGN DESIGN RELATED TO ANXIOUS PREOCCUPIED ATTACHMENT IN CHILDREN FROM BROKEN HOMES FOR PARENTS

Madeline Vania

ABSTRACT (English)

The rising divorce rate in Indonesia, especially in West Java, is a cause for concern because the level of awareness and education among divorced parents is still low regarding one of the psychological effects of divorce, namely anxious preoccupied attachment in children. In addition, education about APA is not optimally socialized because the language is too academic for people in socioeconomic classes B-C. Furthermore, existing campaigns on APA generally focus on individuals who have experienced APA and do not focus on divorced parents as parties who have the potential to cause APA in children. Therefore, this study aims to persuade parents, especially divorced parents, to understand and be aware of the potential for anxious preoccupied attachment in their children. This study will use qualitative research methods in the form of interviews with counselors and child therapists as well as divorced parents, observation of existing studies, and reference studies. In addition, quantitative research methods will also be used in the form of questionnaires. The design process will be based on the design method proposed by Robin Landa in his book Advertising by Design, which consists of six stages, namely overview, strategy, ideas, design, production, and implementation.

Keywords: *campaign, anxious preoccupied attachment , parents*

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 PERNYATAAN PENGGUNAAN AI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT (English)</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Batasan Masalah	3
1.4 Tujuan Tugas Akhir	4
1.5 Manfaat Tugas Akhir	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Kampanye Sosial	5
2.1.1 Tujuan Kampanye Sosial	5
2.1.2 Strategi Kampanye Sosial.....	5
2.1.3 Strategi Komunikasi Kampanye.....	7
2.2 Elemen Desain	9
2.2.1 Warna.....	9
2.2.2 Tipografi.....	11
2.2.3 <i>Grid</i>	12
2.3 Prinsip Desain.....	14
2.3.1 Keseimbangan	14
2.3.2 Kesatuan.....	14

2.3.3 Penekanan	14
2.3.4 Kesederhanaan	14
2.3.5 Konsistensi	14
2.4 <i>Anxious Preoccupied Attachment</i>	15
2.4.1 Penyebab <i>Anxious Preoccupied Attachment</i>	15
2.4.2 Gejala <i>Anxious Preoccupied Attachment</i>	15
2.4.3 Risiko <i>Anxious Preoccupied Attachment</i>	16
2.5 Penelitian Relevan	17
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN	21
3.1 Subjek Perancangan	21
3.2 Metode dan Prosedur Perancangan	22
3.3 Teknik dan Prosedur Penelitian	25
3.3.1 Wawancara	25
3.3.2 Kuesioner	31
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN	34
4.1 Hasil Perancangan	34
4.1.1 <i>Overview</i>	34
4.1.2 <i>Strategy</i>	54
4.1.3 <i>Ideas</i>	65
4.1.4 <i>Design</i>	69
4.1.5 <i>Production</i>	80
4.1.6 <i>Implementation</i>	91
4.2 Pembahasan Perancangan	92
4.2.1 Analisis <i>Market Validation</i>	92
4.2.2 Analisis Perancangan	94
4.2.3 Anggaran	99
BAB V PENUTUP	102
5.1 Simpulan	102
5.2 Saran	103
DAFTAR PUSTAKA	104
LAMPIRAN	109

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan.....	17
Tabel 4. 1 Hasil Kuesioner.....	34
Tabel 4. 2 SWOT	50
Tabel 4. 3 Mandatory	53
Tabel 4. 4 Cretaive Brief.....	54
Tabel 4. 5 Strategi Media	58
Tabel 4. 6 Media timeline	61
Tabel 4. 7 tabel konsep.....	66
Tabel 4. 8 Aset	72



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 AISAS Model.....	6
Gambar 2. 2 Color Scheme	10
Gambar 2. 3 Color Temperature	11
Gambar 2. 4 Serif.....	12
Gambar 2. 5 Sans Serif.....	12
Gambar 4. 1 pengetahuan kuesioner.....	36
Gambar 4. 1 pengetahuan kuesioner	37
Gambar 4. 2 Sikap kuesioner	39
Gambar 4. 3 Praktik kuesioner	42
Gambar 4. 4 Dokumentasi wawancara dengan konselor anak.....	43
Gambar 4. 5 Konten Di Ruang Konseling	50
Gambar 4. 6 Sulichii Attachment Style.....	52
Gambar 4. 7 Persona Primer	56
Gambar 4. 8 Persona Sekunder	57
Gambar 4. 9 Big Message	62
Gambar 4. 10 Konten Pilar.....	63
Gambar 4. 11 Audiens Journey	64
Gambar 4. 12 Mindmap	65
Gambar 4. 13 Moodboard ilustrasi.....	68
Gambar 4. 14 Moodboard layout	69
Gambar 4. 15 Tone of Voice.....	69
Gambar 4. 16 Sketsa Logo Kampanye.....	71
Gambar 4. 17 Logo Kampanye	72
Gambar 4. 18 Key visual.....	78
Gambar 4. 19 Font yang digunakan	78
Gambar 4. 20 Proses pembuatan Key visual.....	79
Gambar 4. 21 Proses pembuatan IG Story	79
Gambar 4. 22 One column grid.....	80
Gambar 4. 23 Attention feeds	81
Gambar 4. 24 Interest feeds	82
Gambar 4. 25 Search Feeds.....	83
Gambar 4. 26 Action feeds.....	83
Gambar 4. 27 Share feeds	84
Gambar 4. 28 Instagram story	84
Gambar 4. 29 Instagram ads.....	85
Gambar 4. 30 design angkot advertising.....	85
Gambar 4. 31 Design penyuluhan.....	86
Gambar 4. 32 Undangan	87
Gambar 4. 33 Desain kalender	87
Gambar 4. 34 Design handuk.....	88

Gambar 4. 35 Design tas belanja.....	89
Gambar 4. 36 Design lanyard.....	89
Gambar 4. 37 Deisgn pin panitia.....	90
Gambar 4. 38 Design kaos panitia	90
Gambar 4. 39 mockup feeds.....	95
Gambar 4. 40 Mockup instagram story & ads	96
Gambar 4. 41 Mockup angkot.....	96
Gambar 4. 42 Mockup merchandise	97
Gambar 4. 43 Mockup stationery.....	97
Gambar 4. 44 Mockup surat undangan	98
Gambar 4. 45 Mockup X banner.....	98
Gambar 4. 46 Screen penyuluhan	99



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Hasil Persentase Turnitin.....	109
Lampiran Form Bimbingan & Spesialis	111
Lampiran <i>Non-Disclosure Agreement</i>	115
Lampiran <i>Consent Form</i>	116
Lampiran Kuesioner.....	117
Lampiran Transkrip Wawancara.....	126
Lampiran Dokumentasi.....	145

