

**PERANCANGAN KAMPANYE EDUKATIF
MENINGKATKAN KESADARAN GENERASI Z TERHADAP
JAMU TRADISIONAL SEBAGAI GAYA HIDUP SEHAT**



LAPORAN TUGAS AKHIR

**Christina Liandi Putri
00000067150**

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

**PERANCANGAN KAMPANYE EDUKATIF
MENINGKATKAN KESADARAN GENERASI Z TERHADAP
JAMU TRADISIONAL SEBAGAI GAYA HIDUP SEHAT**



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual

Christina Liandi Putri

00000067150

**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 : Christina Liandi Putri

Nomor Induk Mahasiswa : 00000067150

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

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

**PERANCANGAN KAMPANYE EDUKATIF MENINGKATKAN
KESADARAN GENERASI Z TERHADAP JAMU TRADISIONAL
SEBAGAI GAYA HIDUP SEHAT**

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 2025



(Christina Liandi Putri)

HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Christina Liandi
NIM : 00000067150
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Judul Laporan : PERANCANGAN KAMPANYE EDUKATIF
MENINGKATKAN KESADARAN GENERASI Z TERHADAP
JAMU TRADISIONAL SEBAGAI GAYA HIDUP SEHAT

Dengan ini saya menyatakan secara jujur menggunakan bantuan Kecerdasan Artifisial (AI) dalam pengerjaan Tugas/Project/~~Tugas Akhir~~*(coret salah satu) sebagai berikut (beri tanda centang yang sesuai):

- ☐ 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, 16 Desember 2025

Yang Menyatakan,



(Christina Liandi Putri)

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

**PERANCANGAN KAMPANYE EDUKATIF MENINGKATKAN
KESADARAN GENERASI Z TERHADAP JAMU TRADISIONAL
SEBAGAI GAYA HIDUP SEHAT**

Oleh

Nama Lengkap : Christina Liandi Putri
Nomor Induk Mahasiswa : 00000067150
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Rabu, 7 Januari 2026
Pukul 10.30 s.d. 11.15 WIB dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang


Luisa Erica, S.Ds., M.Si.
0260774675230193/ 100194

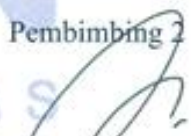
Penguji


Ester Anggun Kusumaningtyas, S.Sn., M.Ds.
0325039401/ 077724

Pembimbing 1


Adhreza Brahma, M.Ds.
0304088702/ 042750

Pembimbing 2


Gisela Anindita Putri, S.Sn., M.Sn.
0327059301/ 100311

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual


Fonita Theresia Yulianto, S.Ds., M.A.
0311099302/ 043487

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Christina Liandi Putri
Nomor Induk Mahasiswa : 00000067150
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : D3/ S1/ S2
Judul Karya Ilmiah : PERANCANGAN KAMPANYE
EDUKATIF MENINGKATKAN
KESADARAN GENERASI Z TERHADAP
JAMU TRADISIONAL SEBAGAI
GAYA HIDUP SEHAT

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 2025



(Christina Liandi Putri)

* 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 atas rahmat sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan laporan tugas akhir dengan judul “Perancangan Kampanye Edukatif Meningkatkan Kesadaran Generasi z terhadap Jamu Tradisional Sebagai Gaya Hidup Sehat” dengan baik dan tepat waktu.

Laporan ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan minat generasi z terhadap budaya minum jamu tradisional sebagai bagian dari gaya hidup sehat. Serta dapat diharapkan mengedukasi mengenai manfaat jamu bagi kesehatan. Dalam penulisan laporan ini, penulis mendapat dukungan, bimbingan dan masukan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin 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. Adhreza Brahma, M.Ds., selaku Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Gisela Anindita Putri, S.Sn., M.Sn., selaku Pembimbing kedua yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
6. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Tarsi, selaku narasumber wawancara saya yang telah memberikan wawasan terkait dengan sudut pandang terkait minat konsumsi generasi z terhadap jamu.

8. Vanessha, Tiwi, Tessa, Cia, Celine selaku peserta narasumber FGD saya yang telah memberikan insight bagi saya dan memahami sudut pandang serta pendapat generasi z terhadap jamu.
9. Puji Sulistyowati, selaku narasumber wawancara saya yang telah memberikan insight tentang jamu dalam mengikuti tren dan meningkatkan jamu serta mengenalkannya kepada generasi z.

Penulisan laporan tugas akhir ini tidak luput dari kekurangan penulis, namun penulis berharap laporan tugas akhir ini dapat bermanfaat dan memberikan wawasan serta inspirasi bagi generasi z yang peduli terhadap kesehatan dan budaya tradisional Indonesia.

Tangerang, 16 Desember 2025



(Christina Liandi Putri)



PERANCANGAN KAMPANYE EDUKATIF MENINGKATKAN KESADARAN GENERASI Z TERHADAP JAMU TRADISIONAL SEBAGAI GAYA HIDUP SEHAT

(Christina Liandi Putri)

ABSTRAK

Indonesia yang memiliki kekayaan alam berupa tumbuhan dan rempah-rempah yang memilih manfaat serta khasiat bagi kesehatan tubuh. Salah satunya adalah minum herbal tradisional yaitu jamu yang telah menjadi warisan budaya secara turun-temurun. Namun digenerasi saat ini terkhususnya generasi z budaya minum jamu tradisional mengalami penurunan. Hal ini terjadi karena generasi z menganggap kurang relevan dengan gaya hidup modern yang membuat generasi z memilih minuman kekinian dibandingkan dengan jamu tradisional. Selain itu kurangnya edukasi serta informasi yang menarik terkait jamu tradisional yang menyebabkan minimnya pemahaman, kesadaran dan minat generasi z terhadap jamu tradisional. Oleh karena itu diperlukannya upaya dalam memperkenalkan budaya minum jamu dengan melalui kampanye interaktif yang menarik dan efektif dalam menyampaikan pesan, sehingga dapat memberikan wawasan, dan meningkatkan kesadaran generasi z terhadap budaya minum jamu tradisional, sehingga dapat melestarikan warisan budaya minum jamu tradisional menjadi sebagian gaya hidup sehat yang relevan dengan gaya hidup modern saat ini.

Kata kunci: Jamu Tradisional, Kampanye Edukatif, Generasi Z

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

***DESIGN OF EDUCATIONAL CAMPAIGN TO IMPROVE
GEN Z AWARENESS OF TRADITIONAL HERBAL AS A
HEALTHY LIFESTYLE FOR GENERATION Z***

(Christina Liandi Putri)

ABSTRACT (English)

Indonesia, with its natural wealth of plants and spices, offers numerous health benefits. One of these is traditional herbal medicine, known as jamu, which has been passed down as a cultural heritage for generations. However, in the current era, especially among Generation Z, the tradition of consuming jamu has declined. This is because Generation Z perceives it as less relevant to the modern lifestyle, leading them to prefer contemporary beverages over traditional herbal medicine. Additionally, the lack of engaging education and information about jamu has resulted in limited understanding, awareness, and interest among young people. Therefore, efforts are needed to reintroduce the culture of drinking jamu through an interactive and engaging campaign that effectively conveys its message. This initiative aims to enhance understanding, raise awareness, and encourage Generation Z to embrace jamu as part of a healthy lifestyle while preserving it as a valuable cultural heritage in today's modern era.

Keywords: *Traditional Herbal Medicine, Educational Campaign, Generation Z*

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT (English)</i>	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
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	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Kampanye Sosial	5
2.1.1 Tujuan Kampanye	5
2.1.2 Jenis Kampanye	6
2.1.3 Strategi Kampanye	7
2.1.4 Media Kampanye	9
2.2 Desain Grafis	13
2.2.1 Prinsip Layout	13
2.2.2 Grid	17
2.2.3 Ilustrasi	19

2.2.4 Warna	25
2.2.5 Copywrtng	32
2.3 Jamu Tradisional	33
2.3.1 Sejarah Jamu Tradisional	33
2.3.2 Bahan Jamu Tradisional	34
2.3.3 Jenis-Jenis Jamu Tradisional.....	35
2.4 Generasi Z.....	39
2.4.1 Karakteristik Generasi Z	39
2.5 Penelitian yang Relevan.....	40
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN	43
3.1 Subjek Perancangan	43
3.2Metode dan Prosedur Perancangan	44
3.2.1 <i>Insight & Strategy</i>	44
3.2.2 <i>Core Idea</i>	45
3.2.3 <i>Scenario Idea</i>	45
3.2.4 <i>Holistic Creative</i>	46
3.2.5 <i>Structure Design</i>	46
3.2.6 <i>Negotition & Implementation</i>	47
3.2.7 <i>Evaluation of Results</i>	47
3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan	47
3.3.1 Wawancara	48
3.3.2 <i>Focus Group Discussion</i>	50
3.3.3 Kuesioner	51
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN	56
4.1 Hasil Perancangan.....	56
4.1.1 <i>Insight & Strategy</i>	56
4.1.2 <i>Core Idea</i>	83
4.1.3 <i>Scenario idea</i>	94
4.1.4 <i>Holistic Creative</i>	98
4.1.5 <i>Structure Design</i>	101
4.1.6 <i>Negotiation & Implementation</i>	112
4.1.7 <i>Evaluation of Results</i>	134

4.2 Pembahasan Perancangan.....	135
4.2.1 Analisis <i>Market Validation/ Beta Test</i>	135
4.2.2 Kesimpulan	144
4.2.3 Analisis Desain Instagram Feed	144
4.2.4 Analisis Desain Instagram Story.....	145
4.2.5 Analisis Desain Website Ads	146
4.2.6 Analisis Desain Microsite.....	148
4.2.7 Analisis Desain Instagram Filter.....	149
4.2.8 Analisis Desain Media Sekunder.....	150
4.2.9 Kesimpulan	155
4.3 Anggaran	156
BAB V PENUTUP	157
5.1 Simpulan	157
5.2 Saran	157
DAFTAR PUSTAKA	xvii
LAMPIRAN	xvii



DAFTAR TABEL

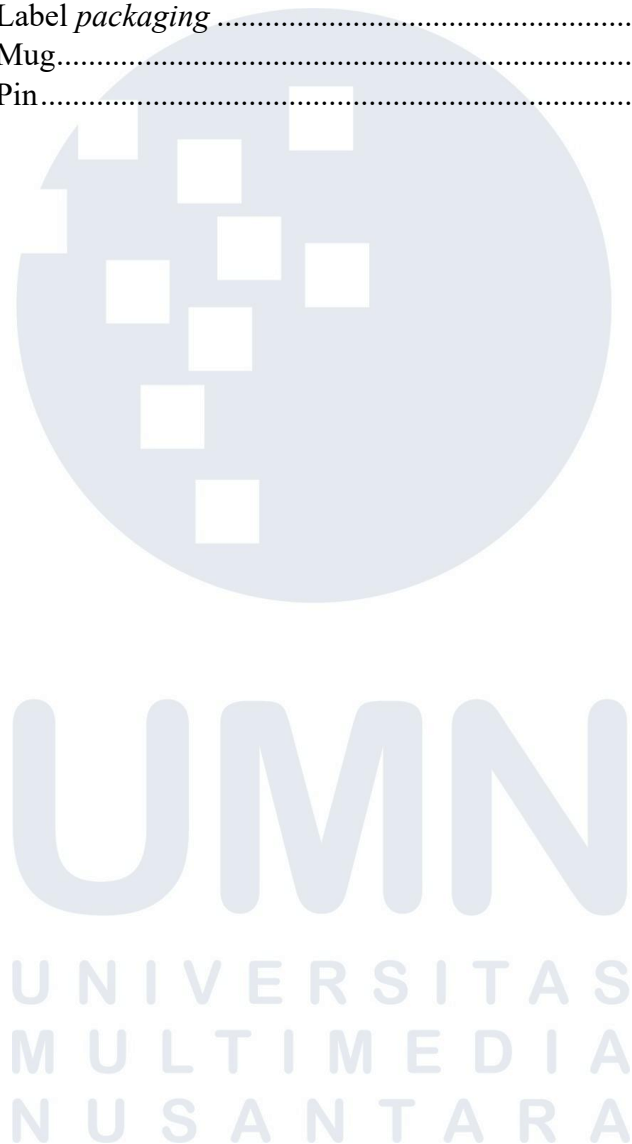
Tabel 2.1 Penelitian Yang Relevan	40
Tabel 4. 2 Cluster Data Diri	62
Tabel 4. 3 <i>Cluster</i> Pengenalan.....	62
Tabel 4. 4 <i>Cluster</i> Pengetahuan Generasi Z Terhadap Jamu.....	63
Tabel 4. 5 Cluster Persepsi Generasi Z Terhadap Jamu.....	63
Tabel 4. 6 <i>Cluster</i> Generasi Z Menyukai Dan Konsumsi Jamu.	65
Tabel 4. 7 <i>Cluster Alasam</i> Generasi Z Mengonsumsi Jamu.	66
Tabel 4. 8 <i>Cluster</i> Generasi Z Tidak Menyukai Jamu.	67
Tabel 4. 9 <i>Cluster</i> Persepsi Generasi Z Tidak Menyukai Jamu.	67
Tabel 4.10 <i>Cluster</i> Persepsi Generasi Z Tidak Menyukai Jamu	68
Tabel 4.11 Jawaban Pada <i>Cluster</i> Persepsi Generasi Z Tidak Menyukai Jamu....	69
Tabel 4.12 Jawaban Pada <i>Cluster</i> Persepsi Generasi Z Terhadap Challenge	69
Tabel 4.13 SWOT.....	72
Tabel 4.14 SWOT.....	75
Tabel 4.15 SWOT.....	78
Tabel 4.16 Creative brief.....	83
Tabel 4.17 Strategi dan Taktik Pesan	86
Tabel 4.18 Keyword	90
Tabel 4.19 Alternatif Big Idea.....	91
Tabel 4.20 Alternatif Nama Kampanye	93
Tabel 4.21 Skenario Kampanye AISAS.....	94
Tabel 4.22 Tabel Timeline	96
Tabel 4.23 Tabel Kuesioner Media Utama	136
Tabel 4.24 Kuesioner Media <i>Attention</i>	138
Tabel 4.25 Kuesioner Media <i>Search Snapgram</i>	140
Tabel 4.26 Kuesioner Media <i>Search dan Action</i>	141
Tabel 4.27 Kuesioner Media <i>Action</i>	142
Tabel 4.28 Kuesioner Media <i>Share</i>	143
Tabel 4.29 Tabel Anggaran	156

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Digital Signage	10
Gambar 2.2 Poster	10
Gambar 2.3 Poster	11
Gambar 2.4 Website	12
Gambar 2.5 Penerapan Keseimbangan Dalam Desain Ilustrasi	14
Gambar 2.6 Proposi	15
Gambar 2.7 Modul grid	18
Gambar 2.8 Gaya Kartun	20
Gambar 2.9 Gaya <i>Flat Design</i>	20
Gambar 2.10 Gaya Realis	21
Gambar 2.11 Gaya <i>Flat Design</i>	21
Gambar 2.12 Font Sans Serif	23
Gambar 2.13 Font Serif	23
Gambar 2.14 Font Script	24
Gambar 2.15 Warna Primer	26
Gambar 2.16 Warna Sekunder	26
Gambar 2.17 Warna Tersier	27
Gambar 2.18 Warna Netral	27
Gambar 2.19 <i>Color Wheel</i>	31
Gambar 2.20 Kunyit Asam	35
Gambar 2.21 Sinom	35
Gambar 2.22 Cabe Puyang	36
Gambar 2.23 Pahitan	36
Gambar 2.24 Kudu Laos	37
Gambar 2.25 Beras Kencur	38
Gambar 4.1 Wawancara Penjual Jamu	57
Gambar 4.2 Wawancara Pihak Acaraki Jamu	58
Gambar 4.3 FGD Generasi Z	60
Gambar 4.4 Feeds Instagram 1	71
Gambar 4.5 Feeds Instagram 2	71
Gambar 4.6 Feeds Instagram 3	74
Gambar 4.7 Kampanye Tolak Angin x Chatime	77
Gambar 4.8 <i>Jamu, Indonesia's Traditional Herbs for Health</i>	80
Gambar 4.9 Konten Tiktok "Dead Things Talk Podcast"	80
Gambar 4.10 Media Sosial PocariSweat	81
Gambar 4.11 <i>User Persona</i>	87
Gambar 4.12 Logo Acaraki Jamu	88
Gambar 4.13 MindMap	89
Gambar 4.14 <i>StyleScape</i>	98
Gambar 4.15 <i>Color Palette</i>	100

Gambar 4.16 Tipografi	100
Gambar 4.17 <i>Keyvisual</i>	102
Gambar 4.18 Alternatif Logo	102
Gambar 4.19 Referensi Ilustrasi Botol Jamu.....	104
Gambar 4.20 Referensi Ilustrasi Botol Jamu.....	104
Gambar 4.21 Aset Ilustrasi Botol Jamu.....	104
Gambar 4.22 Referensi Ilustrasi Ulekan	105
Gambar 4.23 Aset Ilustrasi Ulekan	105
Gambar 4.24 Aset Ilustrasi Ulekan	106
Gambar 4.25 Refrensi Pola Pertama	106
Gambar 4.26 Eksekusi Pola Pertama	107
Gambar 4.27 Referensi Pola Kedua	107
Gambar 4.28 Eksekusi Pola Kedua	108
Gambar 4.29 Referensi Pola Ketiga	109
Gambar 4.30 Eksekusi Pola Ketiga	109
Gambar 4.31 Referensi Pola Keempat	110
Gambar 4.32 Eksekusi Pola Keempat	110
Gambar 4.33 Tipografi	111
Gambar 4.34 Instagram Feed <i>Attention</i>	113
Gambar 4.35 Instagram Feed <i>Attention</i>	114
Gambar 4.36 Instagram Feed <i>Interest</i>	115
Gambar 4.37 Instagram Feed <i>Interest Quotes</i>	115
Gambar 4.38 Instagram Feed <i>Interest Carousel</i> Eduktatif.....	116
Gambar 4.39 Instagram Feed <i>Search</i>	117
Gambar 4.40 Instagram Feed Game dan Informasi	118
Gambar 4.41 Instagram Feed Mitos Or Fakta	119
Gambar 4.42 Instagram Feed Informasi.....	119
Gambar 4.43 Instagram Feed <i>Action</i>	120
Gambar 4.44 Instagram <i>feed CTA</i>	121
Gambar 4.45 Instagram <i>Feed Action</i>	121
Gambar 4.46 Instagram Feed <i>Share</i>	123
Gambar 4.47 Website Ads.....	124
Gambar 4.48 Instagram <i>Story</i>	126
Gambar 4.49 <i>Microsite</i>	127
Gambar 4.50 <i>Page Pertama</i>	128
Gambar 4.51 <i>Page kedua</i>	129
Gambar 4.52 <i>Page Ketiga</i>	129
Gambar 4.53 <i>Page Keempat</i>	130
Gambar 4.54 <i>Page Kelima</i>	130
Gambar 4.55 Totebag	131
Gambar 4.56 Keychain.....	132
Gambar 4.57 Pin.....	133
Gambar 4.58 Pin.....	134

Gambar 4.59 Mock-up Instagram Post.....	145
Gambar 4.60 Instagram <i>Search Story</i>	146
Gambar 4.61 Website ads.....	147
Gambar 4.62 <i>Mock-up Microsite</i>	149
Gambar 4.63 <i>Mock-up Instagram Filter</i>	150
Gambar 4.64 Totebag	151
Gambar 4.65 Keychain.....	152
Gambar 4.66 Label <i>packaging</i>	153
Gambar 4.67 Mug.....	154
Gambar 4.68 Pin.....	155



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Turnitin	xvii
Lampiran 2 Bimbingan Spesialis	xx
Lampiran 3 Bimbingan	xxi
Lampiran 4 Form NDA	xxvi
Lampiran 5 Form NDS	xxxii
Lampiran 6 Hasil Kuesioner	xxxiii
Lampiran 7 Transkrip	xlvi
Lampiran 8 Dokumentasi	1

