



# CONTENTS

## Design Research 01

|                          |    |
|--------------------------|----|
| Latar Belakang           | 02 |
| Penyalahgunaan Kebebasan | 03 |
| Dampak Masalah           | 04 |
| Manfaat Perancangan      | 05 |
| Brand Mandatory          | 06 |

## Creative Brief 07

|                        |    |
|------------------------|----|
| Target Market          | 08 |
| User Persona           | 09 |
| Insight Target Audiens | 11 |
| SWOT                   | 12 |
| Campaign Statement     | 13 |
| Campaign Objective     | 14 |
| Strategi               | 15 |
| Campaign Timeline      | 16 |
| Tabel AISAS            | 17 |

## Creative Concept 21

|                            |    |
|----------------------------|----|
| Mindmap                    | 22 |
| Keywords                   | 23 |
| Big Idea                   | 24 |
| Moodboard                  | 25 |
| Reference                  | 26 |
| Stylescape                 | 27 |
| Campaign Logo              | 31 |
| Logo Reference & Moodboard | 33 |
| Key Visual                 | 34 |
| Campaign Concept           | 35 |

## Media AISAS 36

|           |    |
|-----------|----|
| Attention | 36 |
| Interest  | 45 |
| Search    | 52 |
| Action    | 59 |
| Share     | 83 |

# Design Research

## Bagian 1

### Latar Belakang

Penyalahgunaan Kebebasan  
Dampak Terjadinya Masalah  
Manfaat Perancangan  
Brand Mandatory

# Latar Belakang

Media sosial telah menjadi bagian integral dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia. Menurut data terbaru, terdapat **143 juta** pengguna aktif media sosial di Indonesia, setara dengan **50,2% dari total penduduk** (Kemp, 2025). Pengguna internet di Indonesia rata-rata menghabiskan **191 menit per hari** untuk menggunakan media sosial (We Are Social, 2025). Media sosial telah mengubah cara individu berinteraksi, berbagi, dan membangun hubungan, sehingga menciptakan ruang ekspresi diri yang luas dan bebas.



DataReportal &  
We Are Social (2025)



# Penyalahgunaan Kebebasan

Namun, kebebasan berekspresi di media sosial sering disalahgunakan. Salah satu bentuk penyalahgunaan yang marak terjadi adalah penggunaan akun anonim, yang memicu fenomena **"online disinhibition effect"**. Individu merasa **bebas melakukan tindakan** yang mungkin tidak mereka lakukan jika identitas mereka diketahui (Kosseff, 2022). Penelitian menunjukkan bahwa **banyak remaja yang memiliki lebih dari satu akun palsu** di media sosial (Farisandy et al., 2023). Akun anonim ini sering digunakan untuk alasan kurang percaya diri, stalking, penipuan, atau bahkan untuk menghindari tanggung jawab.



# 80%

Mayoritas remaja memiliki akun palsu/anonim



# 18,9%

Di antaranya memiliki tiga hingga lima akun palsu

# Dampak Terjadinya Masalah

Jika tidak segera ditangani, penyalahgunaan akun anonim dapat menyebabkan **penurunan kualitas interaksi sosial dan menciptakan budaya negatif** dalam penggunaan media sosial. Tanpa adanya kontrol sosial yang memadai, **banyak individu merasa tidak ada konsekuensi** yang jelas terhadap perilaku mereka di dunia maya, yang dapat merusak keharmonisan sosial secara luas.

# Manfaat Perancangan

Oleh karena itu, diperlukan perancangan kampanye edukasi yang fokus pada penyalahgunaan akun anonim dan dampak negatifnya. Kampanye yang efektif diharapkan dapat mengubah pengetahuan, sikap, dan perilaku pengguna media sosial (Kotler, Keller & Chernev, 2021). Dengan merancang kampanye sosial yang menyadarkan pengguna media sosial tentang pentingnya etika dan tanggung jawab dalam berinteraksi secara online, **diharapkan akan tercipta lingkungan media sosial yang lebih positif, bertanggung jawab, dan saling menghargai.**

# Brand Mandatory



**Southeast Asia Freedom of Expression Network (SAFEnet)** adalah organisasi masyarakat sipil yang memperjuangkan hak-hak digital, termasuk hak untuk mengakses internet, hak untuk bebas berekspresi, dan hak atas rasa aman di ranah digital.



## 01 Vision

Terwujudnya ranah digital yang menjunjung nilai-nilai hak asasi manusia untuk semua orang.

## 02 Mision

SAFEnet berfokus pada empat program utama: mengadvokasi kebijakan hak-hak digital, mendukung korban pelanggaran hak digital, meningkatkan kapasitas masyarakat sipil, serta menggalang solidaritas bagi perjuangan HAM.



# Creative Brief

## Bagian 2

### Target Market

User Persona

Insight Target Audience, SWOT

Campaign Statement, Objective

Strategi, Timeline, AISAS

User Journey

# TARGET MARKET

## Demografis

### REMAJA - DEWASA MUDA

Laki-laki & Perempuan, Usia  
16–24 tahun, SES C–B, SMA  
atau SMK hingga S1

(YouGov, 2025)

## Geografis

### JABODETABEK

Kawasan ini menyumbang  
lebih dari setengah pengguna  
internet Indonesia (58,24%)

(APJII, 2025)

## Psikografis

### AKTIF MEDIA SOSIAL

Memiliki kecenderungan  
menggunakan akun anonim,  
Terbuka terhadap informasi,  
aktif menggunakan media  
sosial

User Persona



**Dimas  
Kusuma**

Usia  
17  
Tahun

Pekerjaan  
Pelajar

Domisili  
Tangerang,  
Indonesia

Pendidikan

SMA

Kelas Ekonomi

SES C

Kepribadian

Aktif, ekspresif, mudah  
terbawa suasana

Perilaku Digital

Sering ikut tren online tanpa  
menunjukkan identitas asli

Perangkat Digunakan

Smartphone (Android)

Platform Favorit

Instagram & TikTok

Tujuan

Ingin merasa bebas berekspresi tanpa tekanan sosial.

Tantangan

Sering merasa kurang percaya diri ketika menggunakan akun asli.  
Kadang terbawa emosi dan melontarkan komentar negatif.

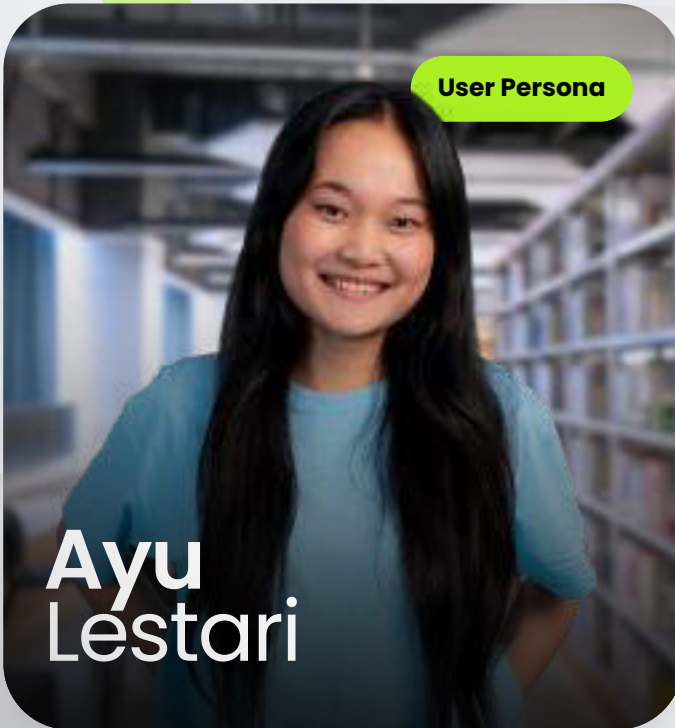
Nilai yang Dihargai

Kebebasan berpendapat, privasi, dan tempat aman untuk melepaskan emosi.



“Kalau pakai  
akun anonim,  
gue bisa  
ngelakuin  
apapun”

User Persona



Ayu  
Lestari

Usia  
21  
Tahun

Pekerjaan  
Mahasiswi

Domisili  
Jakarta,  
Indonesia

Pendidikan

SI (aktif)

Kelas Ekonomi

SES B

Kepribadian

Observant/kepo,  
perfeksionis, FOMO

Perilaku Digital

Sering stalking akun  
teman, mantan, figur publik

Perangkat Digunakan

Smartphone (iPhone)

Platform Favorit

Instagram, TikTok, X

Tujuan

Tetap up-to-date isu circle, mengelola citra diri tidak ingin dinilai "julid"

Tantangan

Kebiasaan stalking membuatnya rawan oversharing dan menyebar rumor tanpa verifikasi

Nilai yang Dihargai

Kontrol atas identitas, keamanan data, reputasi pribadi



"Aku kepo, tapi  
nggak mau  
ketahuan"



# Insight Target Audience

Target audience yang sering menggunakan akun anonim merasa lebih aman dan bebas untuk berekspresi tanpa takut identitasnya terungkap. Mereka menganggap akun anonim sebagai sarana untuk menghindari konsekuensi sosial atau hukum, yang mendorong mereka untuk berperilaku lebih agresif atau tidak bertanggung jawab.

Namun, penggunaan akun anonim juga mengurangi empati dan rasa tanggung jawab terhadap orang lain. Banyak pengguna merasa lebih berani bersikap negatif, menyebarkan kebencian, atau terlibat dalam penyebaran informasi yang merugikan, seperti hoaks dan fitnah.

Berdasarkan insight yang ditemukan, dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa **penggunaan akun anonim di media sosial cenderung disalahgunakan untuk tujuan merusak, sehingga memperburuk etika komunikasi dan interaksi di dunia maya.**

## Strengths

- Dapat meningkatkan kesadaran pengguna tentang pentingnya etika dalam berinteraksi di media sosial
- Mendukung pembentukan komunitas digital yang lebih sehat dan bertanggung jawab
- Menggunakan Sosial Media yang tepat menjangkau audiens

## Weaknesses

- Menghadapi kesulitan terhadap penggunaan akun anonim yang sudah menjadi kebiasaan di kalangan pengguna muda
- Terbatasnya pengawasan yang bisa dilakukan terhadap akun anonim secara efektif
- Tantangan dalam mencapai audiens yang tidak terlalu peduli dengan etika digital

## Opportunities

- Meningkatnya penggunaan media sosial memberi kesempatan untuk menjangkau audiens yang lebih luas
- Nilai-nilai pada kampanye ini dapat mendorong perilaku beretika yang membuat interaksi positif
- Kerja sama dengan influencer dapat mendorong kampanye menjadi lebih luas

## Threats

- Kemungkinan penolakan dari pihak yang merasa kebebasan berekspresi mereka terbatas oleh aturan etika di media sosial.
- Krisis sosial atau politik yang dapat mengalihkan perhatian dari masalah penyalahgunaan akun anonim.
- Tidak semua audiens memahami pentingnya etika digital

## Campaign Statement

Setiap orang **bertanggung jawab untuk berperilaku etis** di dunia maya, termasuk saat menggunakan akun anonim.

Mencerminkan komitmen untuk mengurangi penyalahgunaan akun anonim dan menciptakan ruang digital yang lebih aman dan bertanggung jawab bagi semua orang, sejalan dengan nilai-nilai penghormatan terhadap satu sama lain dan penggunaan teknologi yang etis

# CAMPAIGN OBJECTIVE





# STRATEGI

## Strategi

Hard selling

## Tone and Manner

Sarcastic  
Enthusiastic  
Casual

## Taktik

Problem/Solution  
Slice of Life  
Storytelling

## Audience Benefit



- Dapat berperan serta dalam menciptakan ruang digital yang lebih aman dan bertanggung jawab, mendukung Indonesia menjadi negara yang inklusif di dunia maya.
- Dapat meningkatkan citra pribadi atau organisasi dengan menunjukkan kepedulian terhadap etika digital dan tanggung jawab sosial di media sosial.
- Dapat mendorong perubahan perilaku positif yang dapat membuka peluang baru dalam menciptakan lingkungan digital yang lebih sehat, yang dapat menarik perhatian audiens lebih luas.
- Dapat memenuhi tanggung jawab moral dan hukum sesuai dengan peraturan yang mengatur etika penggunaan teknologi, menjaga ruang digital sesuai dengan nilai-nilai yang berlaku.

## Campaign Timeline

Start

**28 Januari 2026**

End

**20 April 2026**

Hari Privasi Data  
Internasional

Safer Internet Day

Akhir Pelaksanaan  
Kampanye

**28 Januari (Hari Privasi Data Internasional) – 10 Februari (Safer Internet Day Internasional) – 20 Maret.** Kampanye ini akan berlangsung selama 12 minggu, dimulai dari Hari Privasi Data Internasional pada 28 Januari.

Diharapkan selama 12 minggu, kampanye ini dapat menarik perhatian audiens melalui konten edukatif dan ajakan untuk berkomitmen secara digital.

# AISAS

## Pesan

## Strategi

## Taktik

## Visual

## Copy

## Media

### Attention

Bayangin jadi korban

Emotional/Hati + POV  
Korban Penyalahgunaan  
akun anonim

Slice of Life. Problem

Motion Graphics  
dengan poster pop-up  
hate comment dan  
stalking/doxing

Sakit kan, kalau digituin?  
Gaenakan, kalau  
digituin?

Post Instagram,  
TikTok, Twitter

### Interest

Penyalahgunaan akun  
anonim bikin banyak  
orang sakit hati

Logical/Pikiran + Data  
dan Fakta

Slice of Life,  
Problem/Solution

Storytelling dengan  
grafik statistik, berita  
kontroversial

Headline: "Indonesia di  
posisi teratas netizen  
paling tidak sopan"

Post Instagram,  
TikTok, Twitter

### Search

Mau ubah dunia maya  
jadi lebih sehat?

Logical/Pikiran

Problem/Solution

Tutorial How-To,  
poster edukasi beretika

Ini caranya beretika!

Post Instagram,  
TikTok, Twitter

### Action

Ayo ikut Gerakan  
#PakeEmpatiDulu

Emotional/Hati

Problem/Solution

Ganti foto profil dengan  
warna kampanye &  
Poster Workshop

Ganti profil, ikuti  
Workshop dan  
suarakan gerakan!

Post Instagram,  
TikTok, Twitter

### Share

Ayo, sebarin pentingnya  
etika dan bikin dunia  
maya lebih sehat!

Emotional/Hati + User-  
Generated Content

Slice of Life

Repost Instagram,  
Story, Tweet dengan  
Hashtag Challenge

#PakeEmpatiDulu

Post Instagram,  
TikTok, Twitter

# AISAS

Januari

Februari

Maret

April

Attention

28 Jan – 14 Feb

Interest

16–21 Feb

Search

23–28  
Feb

Action

3 Mar – 15 Apr

Share

17 – 20 Apr



## Attention



Post



Reels & Story



Digital Billboard

## Interest



Post



Reels

## Search



Post



Reels

## Action



Post



Reels & Story



Workshop

## Share



Post



Reels

# USER JOURNEY

## Attention

## Interest

## Search

## Action

## Share

### Action

- Melihat video motion grafis kampanye di TikTok/IG
- Melihat komentar atau thread yang menyinggung penyalahgunaan akun anonim

- Membuka profil kampanye
- Menonton carousel edukatif tentang dampak komentar negatif
- Mengikuti akun kampanye

- Membuka tautan microsite/post informasi "Etika Saat Anonim"
- Membaca cara & contoh komentar empatik

- Mengikuti gerakan #PakeEmpatiDulu
- Mengunggah ulang konten kampanye di akun pribadi

- Membagikan pengalaman pribadi di story
- Menyadari teman lain ikut add-yours

### Thinking

"Aku juga kadang pakai akun anonim, tapi apa ini salah?"

"Kok banyak yang tersakiti gara-gara akun anonim, emang seberdampak itu?"

"Oh, ternyata ada cara beretika meski anonim. Jadi bukan salah punya akun, tapi cara pakainya"

"Aku mau coba lebih hati-hati dan ikut gerakan #PakeEmpatiDulu"

"Ternyata bikin suasana komentar jadi positif itu enak juga, banyak yang support."

### Emotion

Tersentak dan penasaran

Refleksi diri dan tertarik

Terinformasi dan merasa bersalah

Termotivasi dan bersemangat

Bangga dan merasa berarti

### Pain Points

- Tidak merasa bersalah karena semua orang juga "kasar" saat anonim
- Tidak tahu batas antara bercanda & menyakiti

- Tidak yakin bagaimana cara memperbaiki kebiasaan komentar negatif

- Merasa sulit mengubah cara berkomentar yang sudah terbiasa spontan

- Gengsi mengikuti gerakan dan menyuarakan kampanye ini

- Takut efek positifnya cuma sebentar; kembali ke pola lama

### Opportunity

Membuat video/poster relatable tentang "penyalahgunaan akun anonim"

Buat carousel edukatif dengan bahasa ringan & kasus nyata Gen Z

Memberikan informasi hukuman terhadap penyalahgunaannya dan cara beretika.

Merancang gerakan yang bisa di share dan menandakan orang yang mengikuti gerakan secara visual

Membuat poster yang mudah untuk disebarakan menggunakan fitur repost & Add Yours

# Creative Concept

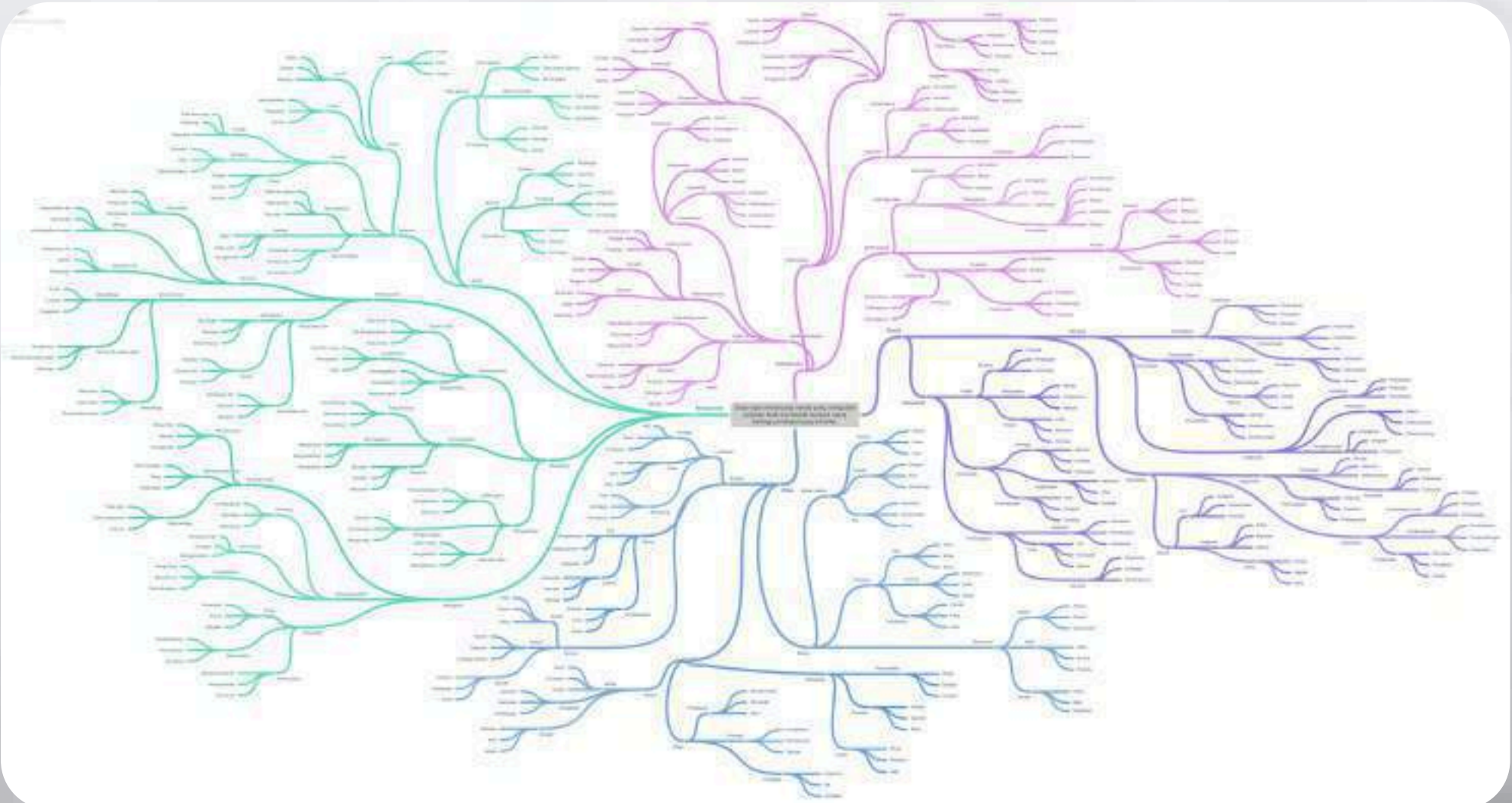
Bagian 3

## Mindmapping

Keywords, Big Idea, Moodboard  
Referensi, Stylescape, Logo  
Campaign Concept



# MINDMAPPING



# KEYWORDS



01

## TRANSPARANSI

Keterbukaan informasi yang jelas dan jujur, tanpa ada yang disembunyikan atau ditutupi.

02

## EKSISTENSI

Menyiratkan keberadaan yang nyata dan penting dalam suatu konteks atau lingkungan tertentu.

03

## DINAMIS

Kemampuan untuk beradaptasi dan berkembang sesuai dengan perubahan kondisi atau situasi.

04

## ASERTIF

Bersikap tegas dan percaya diri dalam menyampaikan pendapat atau keputusan tanpa merendahkan orang lain.

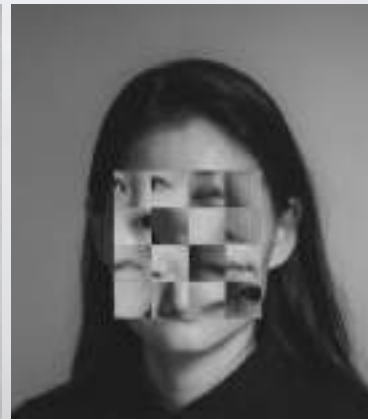


## Big Idea

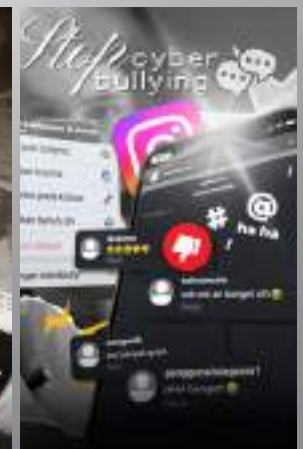
Transform your anonymity into a  
**reflection of ethics**

Merubah kebiasaan melarikan diri dari masalah di dunia maya menjadi ruang yang penuh dengan diskusi yang membangun, saling menghargai, dan mengedepankan etika dalam berbagi pendapat. Karena apa yang kita lakukan dan bagaimana kita bertindak adalah yang membentuk definisi diri kita yang sesungguhnya

# MOODBOARD



# REFRENSI





# STYLESCAPE 1



Desain ini menggunakan warna biru, hitam, dan merah untuk menggambarkan garis kabur antara dunia nyata dan identitas anonim. Kampanye ini mengajak pengguna untuk menyadari pentingnya batasan etika di media sosial, meskipun menggunakan identitas anonim.

## STYLESCAPE 2



Menggunakan warna hijau neon dan grafis dinamis, desain ini menggambarkan pertarungan antara anonimitas dan tanggung jawab moral. Kampanye ini mengajak pengguna untuk bertindak etis di dunia maya, meskipun berada di balik layar anonim.

## STYLESCAPE 3



Dengan warna merah dan tipografi berani, desain ini mengajak individu untuk tampil tanpa topeng dan bertanggung jawab atas tindakan mereka. Kampanye ini menekankan bahwa anonimitas tidak mengurangi kewajiban untuk beretika di media sosial.



# STYLESCAPE TERPILIH



Stylescope 2 adalah stylescope final yang terpilih dan diperbarui dengan menggunakan typeface baru, logo final Antara Wajah dan elemen visual pendukung. Dengan mengganti nama "Diantara Wajah" menjadi "Antara Wajah" dengan alasan karena kaidah bahasa yang lebih benar.

## Campaign Logo



**Logo Antara Wajah** menggambarkan seorang figur yang terpecah, seperti efek kaca teriris. Siluet ini melambangkan bagaimana **satu orang bisa tampil dengan banyak wajah di media sosial**. Visual ini menjelaskan bahwa meskipun bersembunyi di balik akun anonim, setiap wajah palsu tetap berasal dari satu identitas nyata yang memiliki tanggung jawab.



Logo ini menampilkan figur siluet manusia sebagai simbol dari identitas personal. **Siluet tersebut menjadi representasi dari "seseorang" atau individu.** Dengan menampilkan bentuk sederhana berupa lingkaran (kepala) dan setengah lingkaran (badan)



Siluet orang dalam logo ini terlihat seolah terbelah atau bergeser menjadi tiga lapisan, menciptakan efek visual seperti kaca yang teriris (**sliced glass**). Melambangkan bagaimana **satu orang bisa menampilkan banyak identitas** atau topeng di dunia maya.

# REFERENSI & MOODBOARD





# Key Visual

## Konsep

Menggunakan pesan attention sebagai key visual dengan menampilkan komentar-komentar jahat dari akun anonim atau akun palsu yang menyerang fisik seseorang. Visual dibuat dari sudut pandang korban yang mengalami cyberbullying, kemudian mengajak audiens berpikir: jika kamu berada di posisi itu, bukankah rasanya sangat menyakitkan?

## Alternatif Design



Key Visual Final



## CAMPAIGN CONCEPT



**#PakeEmpatiDulu** adalah sebuah kampanye yang mengajak kita untuk lebih sadar, lebih manusiawi, dan lebih bertanggung jawab dalam menggunakan akun anonim. Visual lakban melambangkan kesadaran untuk menyaring ucapan, menahan sifat-sifat jahat yang merugikan orang lain.



# Media Attention

Bagian 4

**Post**

Story  
Reels/Shorts  
Digital Billboard



# Social Media Post

Mengilustrasikan berbagai bentuk komentar jahat dan dampaknya. Tujuannya adalah mengajak untuk menghentikan tindakan menghakimi atau memfitnah secara online, serta menumbuhkan kesadaran untuk berempati sebelum bertindak di media sosial.

**Ukuran:** 1080x1350 px  
**Jadwal:** 28 Januari - 2 Februari



# Social Media Post

Menampilkan berbagai penyalahgunaan seperti phishing, grooming, dan cyberstalking. Tujuannya adalah menyadarkan bahwa menyalahgunakan identitas, menguntit, dan merusak privasi bukanlah hal sepele, serta mendorong publik untuk menjaga etika di dunia maya.

**Ukuran:** 1080x1350 px  
**Jadwal:** 5 - 9 Februari





# Social Media Post

Primer

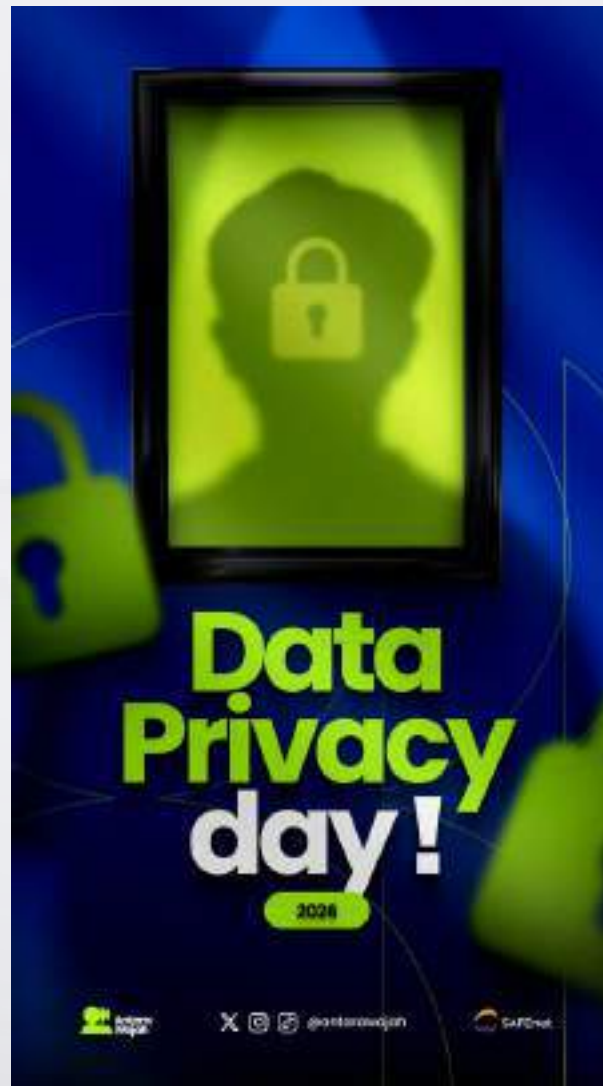


## Social Media Story

Story ini dibuat dengan tujuan untuk merayakan hari spesial yang dilewati saat kampanye berlangsung yaitu Data Privacy Day dan Safer Internet Day.

**Ukuran:** 1080x1920 px

**Jadwal:** 28 Jan & 10 Feb





# Social Media Story



## Social Media Reels

Mevisualisasikan postingan cyberbullying dengan menggunakan motion dengan tujuan untuk menarik perhatian audience dengan gerakan yang dinamis.

Sekunder

## Digital Billboard

Bertujuan untuk menjangkau audience yang lebih luas dengan menampilkan motion graphics postingan bullying yang diletakan pada lokasi offline.

**Ukuran:** 1080x1920 px

**Jadwal:** Start 28 Jan – 28 Feb



Google Drive  
Folder



# Social Media Reels





# Digital Billboard



Sekunder

# Media Interest

Bagian 4

**Carousel**  
Reels/Shorts





# Social Media Carousel

Menunjukkan fakta bahwa Indonesia sebagai negara dengan netizen paling tidak sopan di Asia berdasarkan DCI Microsoft 2020. Tujuannya adalah untuk meningkatkan kesadaran bahwa Indonesia mengindikasikan rendahnya tingkat kesopanan online

**Ukuran:** 1080x1350 px (5 Slide)  
**Jadwal:** 16 Feb



# Social Media Carousel

Menjelaskan fenomena Online Disinhibition Effect (ODE) untuk mengajak pengguna agar bisa mengontrol diri sendiri, bukan akun anonimnya karena kejahatan online mencerminkan mentalitas individu.

**Ukuran:** 1080x1350 px (5 Slide)  
**Jadwal:** 19 Feb



## Social Media Carousel

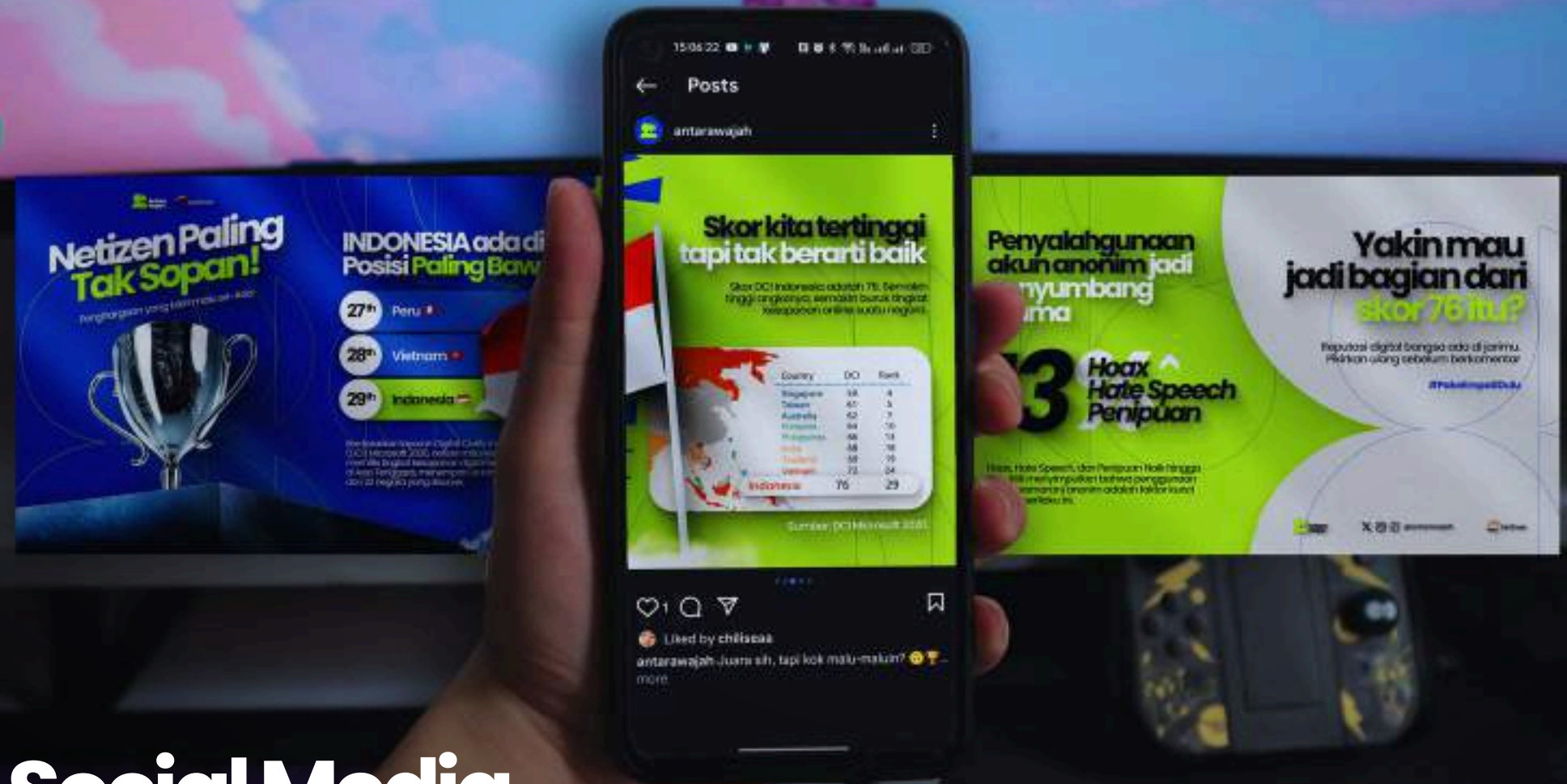
Carousel ini menjelaskan bahwa 4 dari 5 orang memiliki akun samaran (Anonim) yang terlindungi oleh "Rasa Aman". Tujuannya adalah untuk menegaskan bahwa anonimitas bukan izin untuk menyakiti dan mengajak pengguna untuk menggunakan akun anonim secara bijak.

**Ukuran:** 1080x1350 px (5 Slide)

**Jadwal:** 21 Feb







# Social Media Carousel

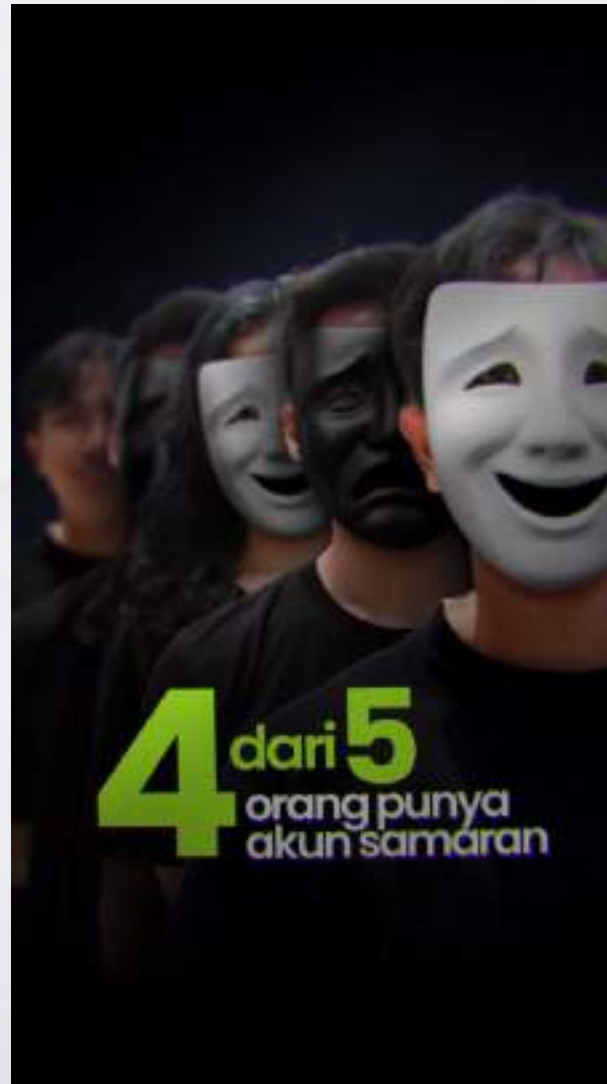


# Social Media Reels

Mevisualisasikan postingan fakta pengguna akun Anonim dengan menggunakan motion dengan tujuan untuk menarik perhatian audience dengan gerakan yang dinamis.

**Ukuran:** 1080x1920 px

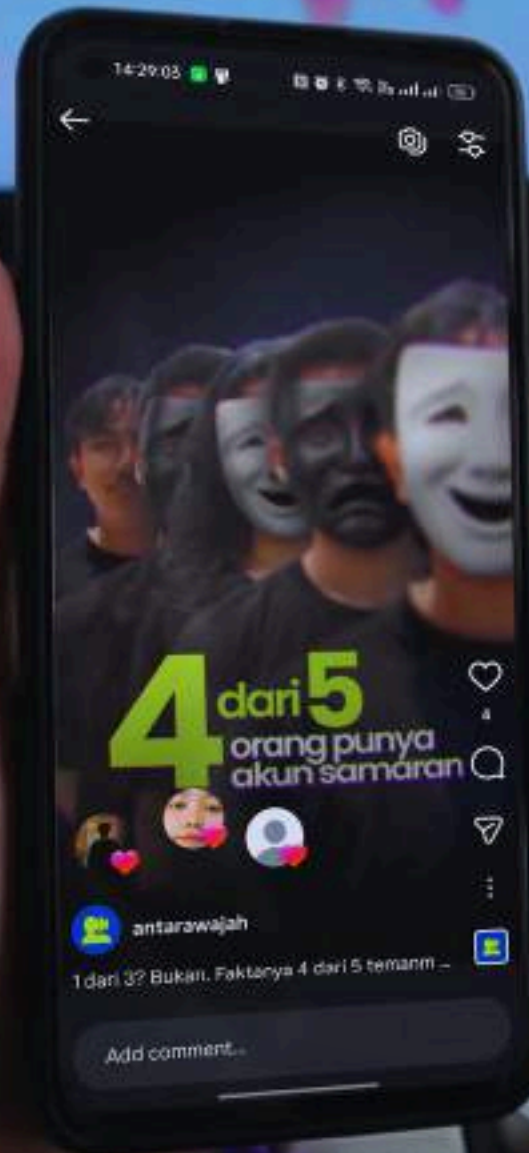
**Jadwal:** 22 Feb



Google Drive Folder



# Social Media Reels



# Media Search

Bagian 4

**Carousel**  
Reels/Shorts



# Social Media Carousel

Carousel ini menguraikan "4 Dosa Besar Akun Anonim" yang berpotensi melanggar hukum. Tujuannya adalah untuk memperingatkan bahwa jarimu bisa memenjarakanmu dan mendorong pengguna untuk berpikir sebelum bertindak.

**Ukuran:** 1080x1350 px (6 Slide)  
**Jadwal:** 23 Feb





# Social Media Carousel

Carousel ini mengajak audiens untuk mengingat kembali kasus “Akun fufufafa”. Tujuannya adalah untuk mengingatkan audiens bahwa kasus ini adalah salah satu penyalahgunaan akun anonim dan menekankan pesan bahwa anonimitas bukan pelindung untuk menyerang figur publik atau individu lain

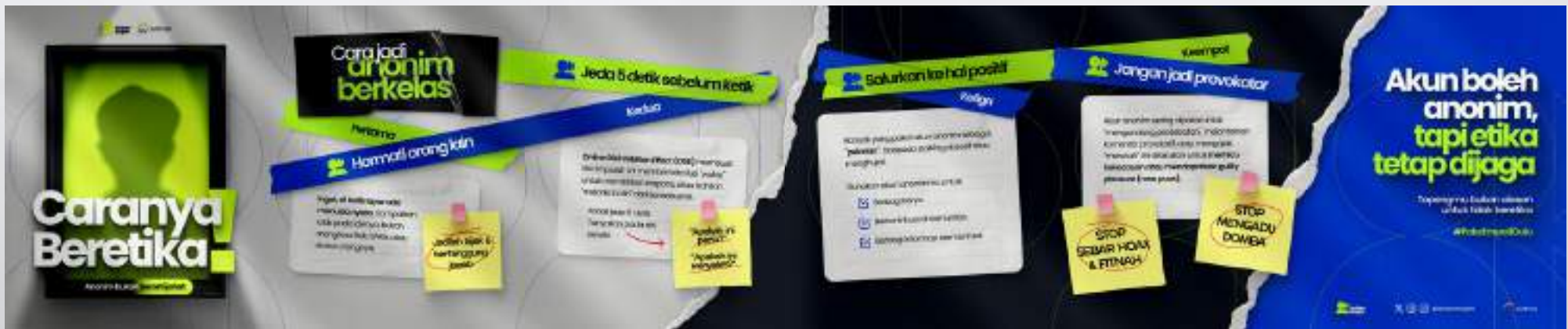
**Ukuran:** 1080x1350 px (6 Slide)  
**Jadwal:** 26 Feb



# Social Media Carousel

Carousel ini bertujuan untuk secara langsung memberikan panduan serta cara untuk menjadi pengguna akun anonim yang beretika. Pesan utamanya adalah akun boleh anonim, namun etika tetap dijaga.

**Ukuran:** 1080x1350 px (6 Slide)  
**Jadwal:** 28 Feb







**Social Media  
Carousel**

**Primer**

# Social Media Reels

Mevisualisasikan postingan caranya beretika Anonim dengan menggunakan motion dengan tujuan untuk menarik perhatian audience dengan gerakan yang dinamis.

**Ukuran:** 1080x1920 px

**Durasi:** 1 Mar



Google Drive Folder





# Social Media Reels



# Media Action

## Bagian 4

### Post

Carousel, Story  
Reels/Shorts  
Workshop Presentation  
Merchandise  
Banner Promotion

## Social Media Post

Post ini bertujuan mengajak dan mendorong audiens untuk menyuarakan dan bertindak melawan kejahatan online, dengan menekankan bahwa anonimitas seharusnya diarahkan untuk kebaikan, bukan kejahatan dengan mengikuti gerakan #PakeEmpatiDulu.

**Ukuran:** 1080x1350 px

**Jadwal:** 3 - 7 Mar





## Social Media Carousel

Carousel ini bertujuan untuk memberikan penjelasan mengenai garis besar, pesan utama, dan tujuan dari gerakan #PakeEmpatiDulu. Serta mendorong target audiens untuk bergabung dengan gerakan #PakeEmpatiDulu.

**Ukuran:** 1080x1350 px (4 Slide)

**Jadwal:** 3 Mar





# Social Media Carousel

Carousel ini memberikan panduan lengkap untuk bergabung mengikuti gerakan #PakeEmpatiDulu. Pesan utamanya adalah untuk menjadi solusi, bukan bagian dari masalah di ruang digital.

**Ukuran:** 1080x1350 px (4 Slide)

**Jadwal:** 7 Mar



# Social Media Post



## Social Media Reels

Mevisualisasikan postingan ajakan bergabung gerakan #PakeEmpatiDulu dengan menggunakan motion dengan tujuan untuk menarik perhatian audience dengan gerakan yang dinamis.

**Ukuran:** 1080x1920 px

**Jadwal:** 8 Mar



Google Drive Folder





# Social Media Reels





# Social Media Story

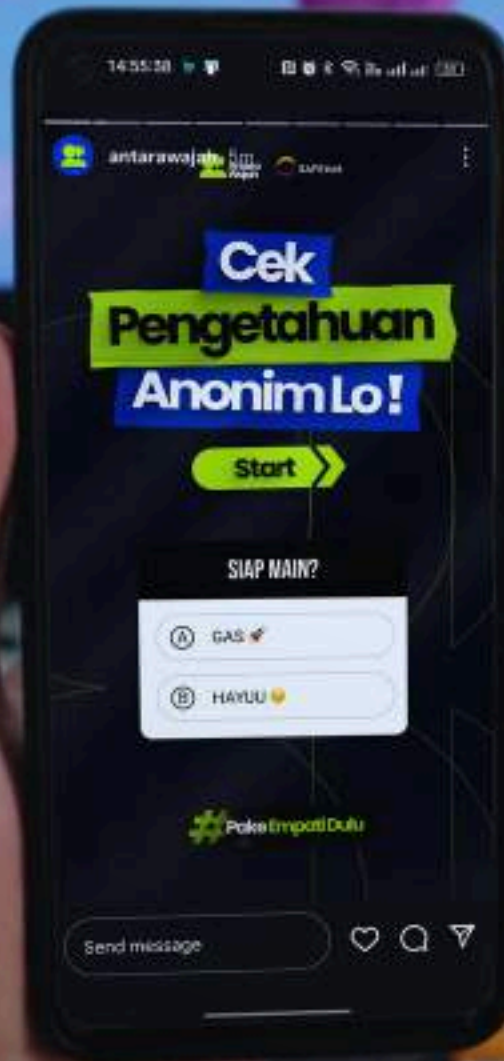
Story ini dibuat dengan format quiz interaktif untuk menguji pemahaman audiens tentang anonimitas serta gerakan #PakeEmpatiDulu. Tujuannya adalah edukasi singkat, kemudian mengarahkan pengguna untuk mengikuti langkah bergabung dalam kampanye.

**Ukuran:** 1080x1350 px (4 Slide)

**Durasi:** 9 Mar



# Social Media Story



# Social Media Post

Postingan ini adalah panduan praktis lanjutan yang berfokus pada tindakan solidaritas gerakan #PakeEmpatiDulu.

Ukuran: 1080x1350 px  
Durasi: 12 – 16 Mar





# Social Media Carousel

Carousel ini bertujuan menyediakan informasi serta petunjuk lengkap mengenai teknis cara mengubah warna foto profil sebagai bentuk dukungan serta kontribusi gerakan #PakeEmpatiDulu

**Ukuran:** 1080x1350 px (4 Slide)

**Durasi:** 14 Mar



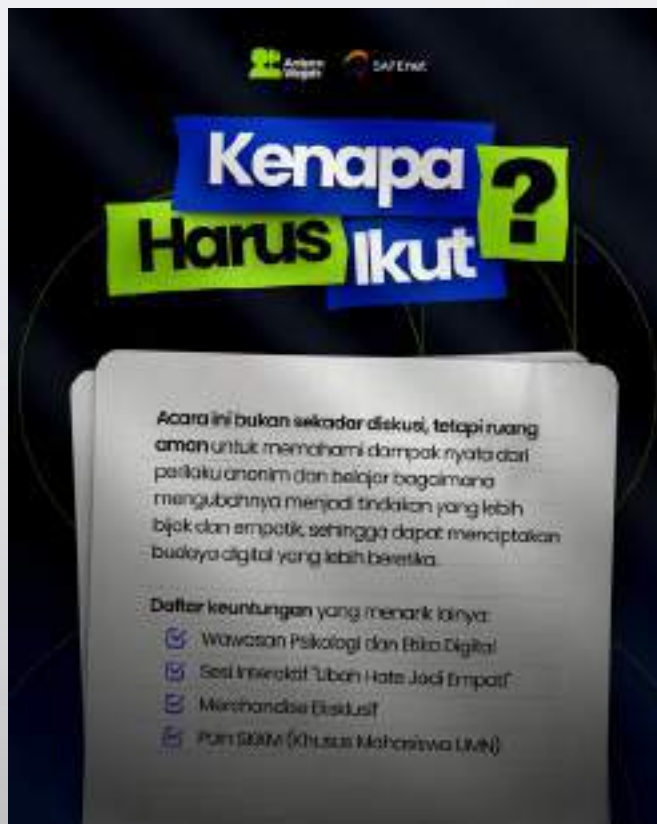


Sekunder

# Social Media Post

Postingan ini adalah promosi acara/workshop "Refleksi Sebelum Beraksi #PakeEmpatiDulu" yang akan segera hadir. Post ini berisi pengumuman dan informasi yang lengkap tentang Workshop #PakeEmpatiDulu

Ukuran: 1080x1350 px  
Durasi: 18 - 22 Mar



Sekunder

# Social Media Post

Postingan ini adalah pengumuman mengenai pembicara utama dalam workshop serta memberikan informasi lengkap mengenai jadwal, lokasi, dan pendaftaran.

**Ukuran:** 1080x1350 px  
**Durasi:** 24 - 28 Mar





Sekunder

# Social Media Post

Post ini merupakan promosi dengan menawarkan berbagai benefits yang bisa didapatkan dari workshop "Refleksi Sebelum Beraksi #PakeEmpatiDulu". Selain itu, ditampilkan juga pengumuman bahwa acara ini Terbuka Untuk Umum dan menyediakan form pendaftaran.

**Ukuran:** 1080x1350 px  
**Durasi:** 30 Mar - 3 Apr



Sekunder

# Social Media Post

Postingan ini memberikan informasi penting untuk workshop #PakeEmpatiDulu seperti lokasi acara, pengingat waktu, dan peraturan workshop.

**Ukuran:** 1080x1350 px  
**Durasi:** 5 - 9 Apr





Sekunder

# Social Media Post

Postingan ini merupakan ucapan "Terima Kasih" dan dokumentasi penutup workshop #PakeEmpatiDulu. Postingan ini menandakan bahwa workshop telah selesai dan sekarang gerakan dimulai!

**Ukuran:** 1080x1350 px  
**Durasi:** 11 - 15 Apr



# Social Media Post

Primer





Sekunder

# Workshop Presentation

Ukuran: 1920x1080 px  
Jadwal: 10 Apr



Anonimitas online membuat orang merasa aman tanpa identitas, sehingga cenderung melampiaskan emosi negatif tanpa tanggung jawab.

4<sup>th</sup> - negara dengan netizen paling banyak di dunia



Pernahkah kamu menyakiti orang tanpa sadar?



Ubah hate jadi empati





Sekunder

# Backdrop Workshop

Backdrop workshop ini berfungsi sebagai tampilan pada layar/proyektor saat berlangsungnya workshop "Refleksi Sebelum Beraksi #PakeEmpatiDulu". Dengan menampilkan judul workshop beserta narasumber

**Ukuran:** 1080x1350 px  
**Durasi:** 10 Apr









Sekunder

# Form Pendaftaran

Bertujuan sebagai tempat pendaftaran workshop  
#PakeEmpatiDulu

**Platform:** Google Form



## Form Pendaftaran Workshop

**#PakeEmpatiDulu: Refleksi Sebelum Beraksi**

**Tanggal:** Sabtu, 21 Maret 2026

**Waktu:** 09.00 – 12.00 WIB

**Lokasi:** Lecture Theater, Universitas Multimedia Nusantara, Gading Serpong

**#PakeEmpatiDulu: Refleksi Sebelum Beraksi** adalah workshop yang bertujuan meningkatkan kesadaran mahasiswa tentang pentingnya empati di dunia digital, khususnya dalam penggunaan akun anonim. Dalam acara ini, kamu akan

Form Pendaftaran





Sekunder

# Merchandise

## Totebag

**Ukuran:** 35 x 40 cm  
**Bahan:** Kanvas



## T-Shirt

**Sablon:** DTF  
**Bahan:** Cotton Combed 30S



## Sticker Set

**Ukuran:** 5-10 cm  
**Bahan:** Vinyl, Finishing Glossy



## Pin Enamel

**Ukuran:** 2-3 cm  
**Bahan:** Enamel Logam

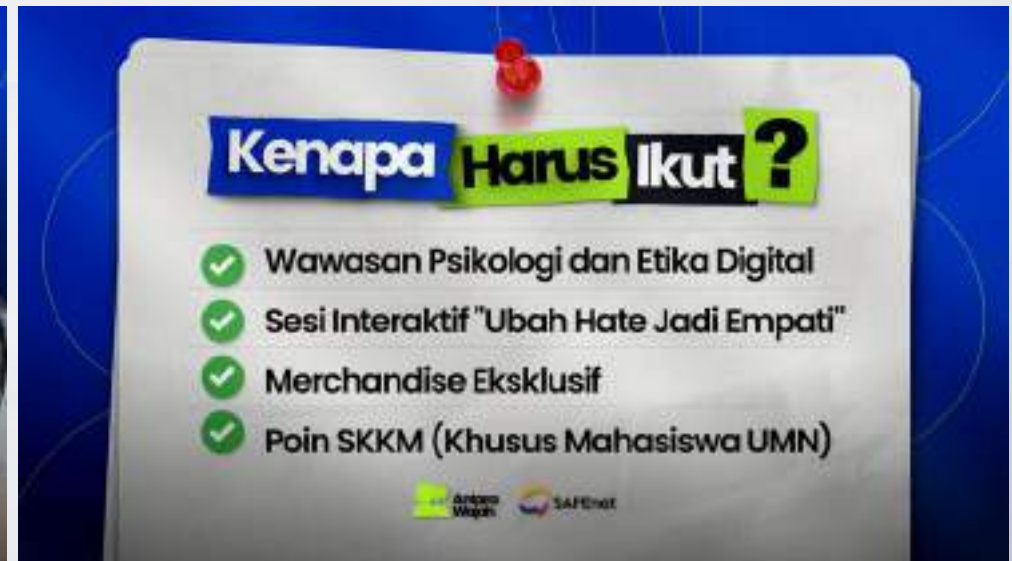


Sekunder

# Banner Promotion

Banner promosi ini bertujuan mengajak dan mendorong mahasiswa untuk hadir dalam workshop "Refleksi Sebelum Beraksi #PakeEmpatiDulu" dengan menekankan manfaat utama yang didapat.

**Ukuran:** 1080x1350 px  
**Durasi:** 24 Mar – 10 Apr





**Refleksi Sebelum Beraksi**

← Sebelum →

**Andrew Um**  
Influencer & Psikolog

**Michelle Daniel**  
MPsi, Psikolog & Influencer

**10 April 2026**  
09:00 - 12:00

UMN  
Lecture Theater  
Gedung D, Lantai Dasar

**FREE ENTRY!**

Antara Wajah SAFEnet

# Banner Promotion

**Kenapa Harus Ikut?**

- ✓ Wawasan Psikologi dan Etika Digital
- ✓ Sesi Interaktif "Ubah Hate Jadi Empati"
- ✓ Merchandise Eksklusif
- ✓ Poin SKKM (Khusus Mahasiswa UMN)

Antara Wajah SAFEnet



# Media Share

Bagian 4

Post

Story  
Reels/Shorts



# Social Media Post

Postingan ini adalah ajakan untuk memperluas dampak gerakan #PakeEmpatiDulu. Tujuannya adalah menjangkau orang yang belum sadar akan pentingnya empati digital dan menjadikan mereka bagian dari misi.

**Ukuran:** 1080x1350 px  
**Durasi:** 17 – 20 Apr



# Social Media Post

Primer





# Social Media Story

Postingan ini merupakan serangkaian ajakan akhir dari kampanye #PakeEmpatiDulu. Pesan utama adalah mengajak pengguna untuk berjanji menjadi pemilik akun anonim yang bertanggung jawab.

**Ukuran:** 1080x1920 px  
**Durasi:** 17 - 20 Apr



# Social Media Story



# Social Media Reels

Mevisualisasikan story berjanji menjadi anonim yang beretika dengan menggunakan motion dengan tujuan untuk menarik perhatian audience dengan gerakan yang dinamis.

**Ukuran:** 1080x1920 px

**Durasi:** 17 Apr



Google Drive  
Folder





# Social Media Reels



© 2025

Antara Wajah adalah kampanye sosial yang mendorong penggunaan akun anonim yang beretika dan bertanggung jawab di media sosial, dengan tujuan mengurangi penyalahgunaan seperti penyebaran hoaks, cyberbullying, dan ujaran kebencian.

**OWEN MONTANA** | 000 000 68012

