

**PERANCANGAN PROMOSI UNTUK KOMUNITAS *GRIEF*
*SUPPORT “HEAVEN IS FOR REAL”***



LAPORAN TUGAS AKHIR

NADYA HENDRIAWAN

00000067543

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

**PERANCANGAN PROMOSI UNTUK KOMUNITAS *GRIEF*
*SUPPORT “HEAVEN IS FOR REAL”***



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual

Nadya Hendriawan

00000067543

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 : Nadya Hendriawan
Nomor Induk Mahasiswa : 00000067543
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

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

**PERANCANGAN PROMOSI UNTUK KOMUNITAS *GRIEF SUPPORT*
*HEAVEN IS FOR REAL***

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, 15 Desember 2025



Nadya Hendriawan

HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Nadya Hendriawan
Nomor Induk Mahasiswa : 00000067543
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : ~~D3~~ S1/S2
Judul Karya Ilmiah : PERANCANGAN PROMOSI UNTUK
KOMUNITAS *GRIEF SUPPORT*
"HEAVEN IS FOR REAL"

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia* (pilih salah satu):

- ☐ 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, 15 Desember 2025



Nadya Hendriawan

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

**PERANCANGAN PROMOSI UNTUK KOMUNITAS *GRIEF SUPPORT*
“HEAVEN IS FOR REAL”**

Oleh

Nama Lengkap : Nadya Hendriawan
Nomor Induk Mahasiswa : 00000067543
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Jumat, 9 Januari 2026

Pukul 09.00 s.d. 09.45 WIB dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

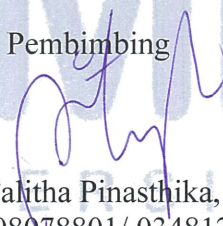
Ketua Sidang


Frindhinia Medyasepti, S.Sn., M.Sc.
0319098202/ 068502

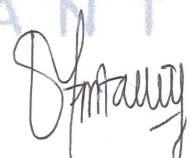
Penguji


Muhammad Nabil Oktanuryansyah, M.Ds.
0319109601/ 081434

Pembimbing


Lalitya Talitha Pinasthika, M.Ds.
0308078801/ 034812

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 : Nadya Hendriawan
Nomor Induk Mahasiswa : 00000067543
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : ~~D3~~ S1/S2
Judul Karya Ilmiah : PERANCANGAN PROMOSI UNTUK
KOMUNITAS *GRIEF SUPPORT*
"HEAVEN IS FOR REAL"

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, 15 Desember 2025



Nadya Hendriawan

* 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 saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas anugerah dan rahmatnya dalam proses pengerjaan tugas akhir berjudul “Perancangan Promosi untuk Komunitas *Grief Support Heaven is for Real*”. Tugas akhir ini dirancang sebagai salah satu bagian dari pengerjaan tugas akhir, yaitu sebagai salah satu syarat kelulusan Sarjana Desain Komunikasi Visual. Saya berharap pengerjaan tugas akhir ini dapat memberikan pengaruh positif bagi semua pihak terkait. 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. Lalitya Talitha Pinasthika, M.Ds., 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.
6. Dr. Linda Nora dan Hellen Muliawan, selaku narasumber yang telah memberikan *insight* berharga bagi proses penelitian tugas akhir ini.

Semoga karya ini dapat memberikan manfaat bagi diri saya sendiri, masyarakat, dan universitas, serta memberikan kontribusi dalam perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang Desain Komunikasi Visual.

Tangerang, 15 Desember 2025



Nadya Hendriawan

PERANCANGAN PROMOSI UNTUK KOMUNITAS *GRIEF*

SUPPORT HEAVEN IS FOR REAL

(Nadya Hendriawan)

ABSTRAK

Fenomena kehilangan anak merupakan pengalaman yang dapat berpengaruh besar terhadap kondisi fisik dan mental bagi orang tua. Salah satu metode yang dinilai membantu proses pemulihan yaitu dukungan dalam bentuk *community/peer support*. Salah satu dari komunitas *grief support* ini yaitu “*Heaven is for Real*,” yang memberikan dukungan secara emosional, sosial, dan spiritual. Komunitas ini menyediakan layanan seperti persekutuan besar, perkumpulan kelompok kecil, dan kunjungan rumah yang didampingi oleh penguatan orang-orang yang kehilangan anaknya. Akan tetapi, komunitas ini tidak memiliki media dan *platform* untuk mempromosikan dan menjangkau target audiensnya dengan lebih efektif, sehingga pertumbuhan komunitas tidak maksimal. Oleh karena itu, dibutuhkan sebuah promosi untuk menambahkan jumlah anggota, dan untuk meningkatkan jumlah anggota yang berpartisipasi aktif dalam komunitas. Metode perancangan yang digunakan untuk perancangan ini yaitu *Six Phases Project Process* oleh Robin Landa, dan bertujuan membuat perancangan promosi untuk komunitas *grief support* “*Heaven is for Real*.” Hasil dari perancangan ini yaitu media promosi media sosial dan *mobile website*.

Kata kunci: Kehilangan Anak, Komunitas *Grief Support*, Media Promosi



DESIGNING A PROMOTION FOR “HEAVEN IS FOR REAL”

GRIEF SUPPORT COMMUNITY

(Nadya Hendriawan)

ABSTRACT (English)

For parents, the loss of a child is an experience that has significant impact on their mental and physical well-being. One of the methods proven to have significant impact on a person's capacity to recover from such loss involves participating in community-based support groups. A local community support group, “Heaven is for Real”, is one that provides emotional, social, and spiritual supports for grieving parents. This community provides services such as spiritual fellowship, small community support group discussions, and emotional strengthening through house visitations. However, this community relies on word-of-mouth recommendations, and struggles to develop its size and activity, as it has no promotional media or platform from which it can promote its community. This underlines the need for said promotional media, and thus the writer utilizes a method by Robin Landa's Six Phases Project Process to put together promotions for the “Heaven is For Real” grief support community. The output of this research is a promotional campaign for social media, a website for PC and mobile.

Keywords: *Child Loss, Grief Support Community, Promotional Media*



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.....	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	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 <i>Mobile Website</i>	5
2.1.1 Warna.....	6
2.1.3 <i>Typography</i>	9
2.1.2 <i>Grid</i>	12
2.1.3 <i>Imagery</i>	13
2.1.4 <i>User Interface</i>	15
2.1.5 <i>User Experience</i>	20
2.2 Promosi	22
2.2.1 Strategi Promosi Dentsu	22
2.2.2 Jenis-jenis Promosi	29
2.3 Media Promosi	30
2.3.1 <i>Social Media Marketing</i>	30

2.4 Kedukaan.....	32
2.4.1 Fase Berduka.....	32
2.4.2 <i>Grief Trajectory</i>	34
2.4.3 <i>Grief Disorders</i>	36
2.4.4 <i>Grief Support</i>	38
2.5 Penelitian Relevan	40
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN	45
3.1 Subjek Perancangan	45
3.2 Metode dan Prosedur Perancangan.....	47
3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan	50
3.3.1 Wawancara.....	50
3.3.2 <i>Focus group discussion</i>	53
3.3.3 Kuesioner.....	54
3.3.4 Studi Eksisting	56
3.3.5 Studi Referensi	56
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN	57
4.1 Hasil Perancangan	57
4.1.1 <i>Overview</i>	57
4.1.2 <i>Strategy</i>	91
4.1.3 <i>Ideas</i>	105
4.1.4 <i>Design</i>	113
4.1.5 <i>Production</i>	127
4.1.6 <i>Implementation</i>	144
4.1.7 Kesimpulan Perancangan.....	146
4.2 Pembahasan Perancangan.....	146
4.2.1 Analisis Beta Test.....	147
4.2.2 Analisis Perancangan Media Utama	150
4.2.3 Analisis Perancangan Media Sekunder.....	151
4.3 Anggaran.....	155
BAB V PENUTUP.....	156
5.1 Simpulan	156
5.2 Saran	157

DAFTAR PUSTAKA.....	xvi
LAMPIRAN	xxi



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Relevan.....	41
Tabel 4.1 Hasil Pertanyaan Umum Kuesioner.....	68
Tabel 4.2 Hasil Pertanyaan Inti Kuesioner	69
Tabel 4.3 Hasil Pertanyaan <i>Media Behavior</i> Kuesioner	72
Tabel 4.4 SWOT <i>Website</i> Merakit Diri.....	74
Tabel 4.5 SWOT <i>Website</i> Solusi Duka.....	77
Tabel 4.6 SWOT <i>Website Bereaved Parents of USA</i>	79
Tabel 4.7 Studi Referensi Ilustrasi	81
Tabel 4.8 Studi Referensi Fotografi.....	87
Tabel 4.9 Studi Referensi <i>Button</i> dan <i>Typography</i>	90
Tabel 4.10 Tahapan AISAS <i>Attention</i>	95
Tabel 4.11 Tahapan AISAS <i>Interest</i> dan <i>Search</i>	97
Tabel 4.12 Tahapan AISAS <i>Action</i> dan <i>Share</i>	101
Tabel 4.13 Hasil Kuesioner <i>Alpha Test</i>	134
Tabel 4.14 Hasil Kuesioner Kritik Saran <i>Alpha Test</i>	140
Tabel 4.15 <i>Timeline</i> Promosi AISAS.....	145
Tabel 4.16 Anggaran.....	155



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Warna Komplementer	7
Gambar 2.2 Warna <i>Split-Complementary</i>	7
Gambar 2.3 Makna Warna	8
Gambar 2.4 <i>60/30/10 Rule</i>	9
Gambar 2.5 Bagian-bagian <i>Typeface</i>	10
Gambar 2.6 <i>Typeface Sans Serif Geometric</i>	11
Gambar 2.7 <i>Typeface Script</i>	11
Gambar 2.8 <i>Eight-point grid</i>	12
Gambar 2.9 Contoh <i>imagery representational</i>	13
Gambar 2.10 <i>Tone foto dan Lighting</i>	15
Gambar 2.11 Ukuran-ukuran layar	16
Gambar 2.12 <i>Screen Reach</i>	17
Gambar 2.13 <i>Simple vs Detailed Icons</i>	17
Gambar 2.14 <i>Solid vs Outline Icons</i>	17
Gambar 2.15 <i>Rounded vs Sharp-edged Icons</i>	18
Gambar 2.16 Tipe-tipe layout <i>Cards</i>	19
Gambar 2.17 Contoh <i>Sitemap</i>	21
Gambar 2.18 Diagram <i>Scenario</i> dan <i>Contact Points</i>	23
Gambar 2.19 <i>Contact Point Management</i>	25
Gambar 2.20 Model AISAS	26
Gambar 2.21 AISAS dan <i>Contact Point Management</i>	28
Gambar 2.22 <i>Grief Trajectory for Non-Partners</i>	35
Gambar 4.1 Wawancara dengan <i>Founder Heaven is for Real</i>	58
Gambar 4.2 Wawancara dengan Konselor	61
Gambar 4.3 <i>Focus group discussion</i>	65
Gambar 4.4 <i>Mobile Site</i> Merakit Diri	77
Gambar 4.5 <i>Mobile Site</i> Solusi Duka	79
Gambar 4.6 <i>Mobile Site Bereaved Parents of USA</i>	82
Gambar 4.7 Aplikasi <i>Mobile Fabulous</i>	83
Gambar 4.8 Ilustrasi <i>lighthouse</i>	84
Gambar 4.9 Gambar orang membuka album foto	84
Gambar 4.10 Ilustrasi untuk tombol	84
Gambar 4.11 <i>Mobile Site Center for Loss and Bereavement</i>	85
Gambar 4. 12 <i>Sitemap Center of Loss and Bereavement</i>	85
Gambar 4.13 <i>Mobile Site Center of Loss and Bereavement</i>	86
Gambar 4.14 <i>Portrait founder Center for Loss and Bereavement</i>	87
Gambar 4.15 <i>Support Group Center for Loss and Bereavement</i>	87
Gambar 4.16 Foto simbolik memberikan dukungan	88
Gambar 4.17 Aplikasi <i>Mobile Griefity</i> dan <i>Headspace</i>	89
Gambar 4.18 Penerapan <i>typography, line</i> dan <i>icon</i> dalam <i>card</i>	90
Gambar 4.19 Referensi <i>Icon Headspace</i>	90
Gambar 4.20 Referensi <i>Card Headspace</i>	90
Gambar 4.21 <i>User Persona</i>	94

Gambar 4.22 Logo <i>Heaven is for Real</i>	104
Gambar 4.23 <i>Functional Benefit</i>	106
Gambar 4.24 <i>Emotional Benefit</i>	106
Gambar 4.25 <i>Reason to Believe</i>	107
Gambar 4.26 <i>Competitive Environment</i>	108
Gambar 4.27 <i>Discriminator</i>	109
Gambar 4.28 <i>Insights</i>	109
Gambar 4.29 USP.....	110
Gambar 4.30 <i>Big Idea</i>	111
Gambar 4.31 <i>Moodboard</i>	112
Gambar 4.32 <i>Colour Palatte</i>	113
Gambar 4.33 <i>Stylescape</i>	114
Gambar 4.34 <i>Key Visual</i>	115
Gambar 4.35 <i>Typeface mobile site</i>	117
Gambar 4.36 <i>Typeface media sekunder</i>	117
Gambar 4.37 <i>Grid Mobile Site</i>	118
Gambar 4.38 <i>Wireframe</i>	119
Gambar 4.39 <i>Low Fidelity</i>	120
Gambar 4.40 Referensi Visual.....	121
Gambar 4.41 Aset Visual.....	121
Gambar 4.42 Referensi Fotografi.....	122
Gambar 4.43 Aset fotografi.....	123
Gambar 4.44 Aset <i>button</i>	123
Gambar 4.45 Tampilan <i>high fidelity</i>	124
Gambar 4.46 Sketsa post media sosial.....	125
Gambar 4.47 Hasil post media sosial.....	126
Gambar 4.48 Sketsa media sekunder.....	126
Gambar 4.49 Hasil desain media sekunder.....	127
Gambar 4.50 <i>Information Architecture</i>	128
Gambar 4.51 <i>Userflow</i>	130
Gambar 4.52 <i>Prototyping Mobile Site</i>	131
Gambar 4.53 Komponen <i>website</i>	132
Gambar 4.54 <i>Mockup Post Instagram</i>	143
Gambar 4.55 <i>Mockup Merchandise</i>	144
Gambar 4.56 Fitur utama <i>mobile site</i>	150
Gambar 4.57 Post Reels Instagram.....	152
Gambar 4.58 Post Feeds <i>Attention</i> Instagram Quotes.....	152
Gambar 4.59 Post Feeds <i>Interest</i> Instagram.....	153
Gambar 4.60 Post Feeds <i>Action</i> Instagram.....	153
Gambar 4.61 Post Feeds <i>Share</i> Instagram.....	154

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Hasil Persentase Turnitin.....	xxi
Lampiran Form Bimbingan & Spesialis	xxix
Lampiran <i>Non-Disclosure Agreement</i>	xxxii
Lampiran <i>Non-Disclosure Statement</i>	xli
Lampiran Hasil Kuesioner	xlvi
Lampiran Hasil Kuesioner <i>Alpha Testing</i>	lii
Lampiran Transkrip Wawancara.....	lx
Lampiran Transkrip Wawancara <i>Beta Test</i>	cxx
Lampiran Dokumentasi.....	cxxv

