

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL MENGENAI SIFILIS  
PADA IBU HAMIL**



**LAPORAN TUGAS AKHIR**

**RACHEL  
00000075516**

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

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL MENGENAI SIFILIS  
PADA IBU HAMIL**



**LAPORAN TUGAS AKHIR**

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh**

**Gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual**

**RACHEL**

**00000075516**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

**FAKULTAS SENI DAN DESAIN**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2026**

**i**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Rachel  
Nomor Induk Mahasiswa : 00000075516  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

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

### **PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL MENGENAI SIFILIS PADA IBU HAMIL**

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, 12 Desember 2025



(Rachel)

## HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Rachel  
NIM : 00000075516  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Judul Laporan : PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL  
MENGENAI SIFILIS PADA IBU HAMIL

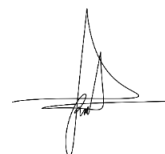
Dengan ini saya menyatakan secara jujur menggunakan bantuan Kecerdasan Artifisial (AI) dalam pengerjaan ~~Tugas/Project~~/Tugas Akhir\*(coret salah satu) sebagai berikut (beri tanda centang yang sesuai):

- ☐ 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, 12 Desember 2025



(Rachel)

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul  
**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL MENGENAI SIFILIS PADA IBU  
HAMIL**

Oleh

Nama Lengkap : Rachel  
Nomor Induk Mahasiswa : 00000075516  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada Jumat, 9 Januari 2026  
Pukul 16.00 s.d. 16.45 WIB dan dinyatakan  
**LULUS**  
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



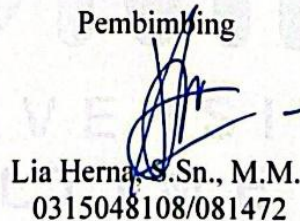
Muhammad Nabil Oktanuryansyah, M.Ds.  
0319109601/081434

Penguji



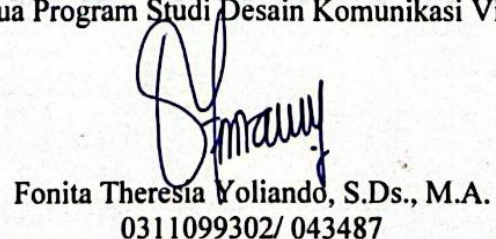
Aditya Satyagraha, S.Sn., M.Ds.  
0326128001/038953

Pembimbing



Lia Herna, S.Sn., M.M.  
0315048108/081472

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual



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

## HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

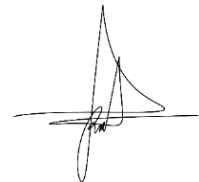
Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Rachel  
Nomor Induk Mahasiswa : 00000075516  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Jenjang : ~~D3~~/ S1/ S2\*  
Judul Karya Ilmiah : PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL  
MENGENAI SIFILIS PADA IBU HAMIL

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, 12 Desember 2025



(Rachel)

\* 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 ucapkan pada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmatnya sehingga Penulis dapat menyusun Tugas Akhir yang berjudul Perancangan Kampanye Mengenai Sifilis pada Ibu Hamil. Saya juga mengucapkan terima kasih pada dosen Lia Herna, S.Sn., M.M, yang susah membimbing dan memberikan arah dalam pengerjaan Tugas Akhir penulis.

Penulis memutuskan mengambil topik Sifilis untuk Tugas Akhir ini diangkat dari salah satu fenomena yang masih sangat terjadi di kalangan masyarakat Indonesia. Masih rendahnya pengetahuan masyarakat Indonesia mengenai Sifilis terutama pada ibu hamil, hal ini menyebabkan banyak ibu hamil diluar sana yang mengalami banyak komplikasi selama kehamilan seperti kecacatan pada anak hingga keguguran.

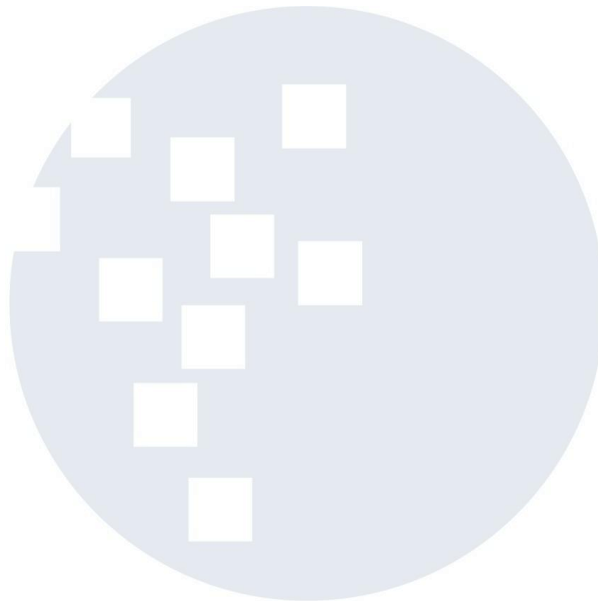
Penulis tidak dapat merancangan Tugas Akhir ini tanpa arah bimbingan serta dukungan yang diberikan dari beberapa pihak. Penulis ingin berterima kasih pada beberapa pihak tersebut.

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. Lia Herna, S.Sn., M.M, selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Keluarga saya, dan terlebih lagi pada ibu saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Teman-teman yang sudah mmeberikan dukungan dan semangat selama dalam mengerjakan Tugas Akhir

Penulis berharap dari tugas akhir ini bisa menjadi refrensi bagi yang membutuhkan. Diharapkan dapat memberi solusi dan membantu pembaca dalam memahami permasalahan dan solusi dari topik yang dibahas dalam tugas akhir ini.

Tangerang, 12 Desember 2025



(Rachel)

UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

# PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL MENGENAI SIFILIS

## PADA IBU HAMIL

Rachel

### ABSTRAK

Infeksi Menular Seksual (IMS) salah satunya yakni Sifilis, yang masih menjadi permasalahan kesehatan di kalangan masyarakat Indonesia. Dikarenakan rendahnya pengetahuan dan kesadaran masyarakat, terutama ibu hamil, menyebabkan tingginya angka penularan serta risiko komplikasi berat seperti keguguran, lahir mati, hingga gangguan pada anak dalam kandungan ibu hamil. Metode perancangan yang digunakan yaitu teori Robin Landa dalam buku *Advertising by Design* edisi kedua (2010), yang mencakup enam tahapan, yaitu *Overview, Strategy, Ideas, Design, Production, dan Implementation*. Setiap tahapannya dapat memandu desainer dalam menghasilkan solusi desain yang efektif dan berhasil. Solusi yang dapat dirancang yakni menciptakan media kampanye sosial yang berfokus pada Sifilis bagi ibu hamil. Tantangan utama dalam merancang kampanye sosial mengenai Sifilis pada ibu hamil adalah bagaimana menyampaikan informasi medis yang mudah dipahami oleh target. Dengan demikian, pesan yang disampaikan dapat diterima oleh target lebih efektif, serta tepat sasaran. Dalam perancangan kampanye tersebut akan dijelaskan juga mengapa Sifilis berbahaya khususnya pada ibu hamil, serta pencegahannya. Metode pengumpulan data akan menggunakan *mixed methods*, yaitu dengan metode kualitatif dan kuantitatif serta menggunakan metode Robin Landa edisi empat yang terdiri dari *overview, strategy, ideas, design, production, implementation*. Perancangan ini menggunakan mobile website sebagai media utama dan media sosial sebagai media sekunder, serta seminar secara langsung dengan target. Hasil dari perancangan kampanye sosial, diharapkan dapat menaikkan kewapadaan ibu hamil dan menambah pengetahuan bahaya akan Sifilis.

**Kata kunci:** infeksi menular seksual, ibu hamil, kesehatan

# ***DESIGNING A SOCIAL CAMPAIGN ON SPHILIS IN PREGNANT WOMEN***

Rachel

## ***ABSTRACT (English)***

*Sexually Transmitted Infections (STIs), one of which is syphilis, remain a significant public health problem in Indonesia. The low level of knowledge and awareness among the community, especially pregnant women, contributes to the high transmission rate and the risk of severe complications such as miscarriage, stillbirth, and congenital disorders in infants. The design method applied in this study refers to Robin Landa's theory in Advertising by Design, second edition (2010), which consists of six stages: Overview, Strategy, Ideas, Design, Production, and Implementation. Each stage serves as a guide for designers to produce effective and successful design solutions. The proposed solution is the creation of social campaign media focusing on syphilis among pregnant women. The main challenge in designing such a campaign lies in delivering medical information in a way that is simple and easily understood by the target audience. Thus, the messages conveyed can be received more effectively and accurately. The campaign design will also explain why syphilis is dangerous, particularly for pregnant women, and how it can be prevented. The data collection method will use mixed methods, namely qualitative and quantitative methods, as well as using Robin Landa's fourth edition method, which consists of overview, strategy, ideas, design, production, implementation. This design uses a mobile website as the main medium and social media as a secondary medium, as well as direct seminars with targets. Through this social campaign design, it is expected to increase awareness among pregnant women and enhance their knowledge regarding the dangers of syphilis.*

**Keywords:** *sexually transmitted infection, pregnant women, health*

## DAFTAR ISI

|                                                                           |                              |
|---------------------------------------------------------------------------|------------------------------|
| HALAMAN JUDUL .....                                                       | i                            |
| HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....                                    | ii                           |
| HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN<br>ARTIFISIAL (AI) ..... | iii                          |
| HALAMAN PENGESAHAN .....                                                  | Error! Bookmark not defined. |
| HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH .....                          | v                            |
| KATA PENGANTAR.....                                                       | vi                           |
| ABSTRAK .....                                                             | viii                         |
| <i>ABSTRACT (English)</i> .....                                           | ix                           |
| DAFTAR ISI.....                                                           | x                            |
| DAFTAR TABEL .....                                                        | xiii                         |
| DAFTAR GAMBAR.....                                                        | xv                           |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                                                     | xvii                         |
| 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 Kampanye Sosial.....                                                  | 5                            |
| 2.1.1 Tujuan Kampanye .....                                               | 5                            |
| 2.1.2 Jenis Kampanye .....                                                | 6                            |
| 2.1.3 Strategi Kampanye AISAS.....                                        | 7                            |
| 2.2 Media Kampanye .....                                                  | 9                            |
| 2.2.1 Media Sosial.....                                                   | 10                           |
| 2.2.2 Media Cetak.....                                                    | 11                           |
| 2.2.3 Platform Media Sosial.....                                          | 12                           |
| 2.2.4 Fungsi Media Cetak .....                                            | 14                           |
| 2.3 Website .....                                                         | 14                           |
| 2.3.1 Jenis Website .....                                                 | 15                           |

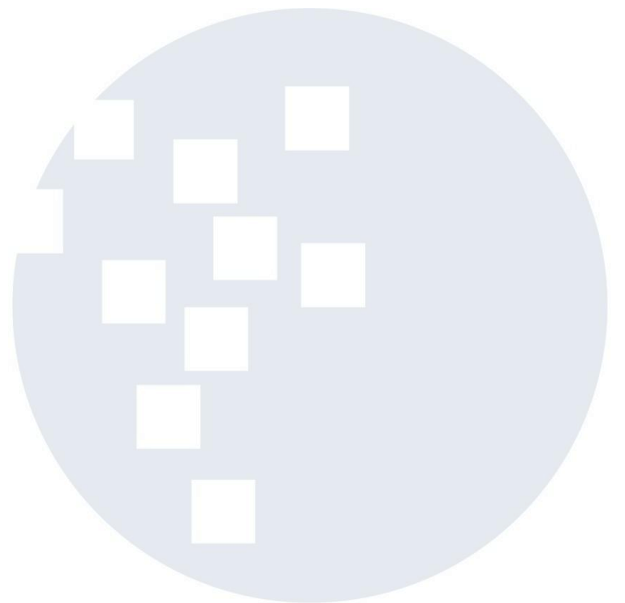
|                                                  |    |
|--------------------------------------------------|----|
| 2.4 UI .....                                     | 16 |
| 2.4.1 Prinsip Desain .....                       | 16 |
| 2.4.2 Komponen Desain Grafis .....               | 18 |
| 2.4.3 <i>Grid</i> .....                          | 20 |
| 2.4.4 <i>Layout</i> .....                        | 21 |
| 2.4.5 Tipografi .....                            | 21 |
| 2.4.6 Prinsip Desain .....                       | 22 |
| 2.4.7 Ilustrasi .....                            | 22 |
| 2.4.8 <i>Copywriting</i> .....                   | 22 |
| 2.5 UX .....                                     | 23 |
| 2.5.1 <i>UX Honeycomb</i> .....                  | 24 |
| 2.6 Media Promosi .....                          | 25 |
| 2.7 Sifilis Pada Ibu Hamil .....                 | 26 |
| 2.7.1 Sifilis Kongenital .....                   | 26 |
| 2.8 Stadium Sifilis .....                        | 27 |
| 2.9 Akibat Sifilis .....                         | 28 |
| 2.9.1 Penularan Sifilis Ibu Hamil ke Janin ..... | 28 |
| 2.9.2 Pencegahan Sifilis Pada Ibu Hamil .....    | 29 |
| 2.10 Penelitian yang Relevan .....               | 29 |
| <b>BAB III METODOLOGI PERANCANGAN</b> .....      | 32 |
| 3.1 Subjek Perancangan .....                     | 32 |
| 3.1.1 Geografis .....                            | 32 |
| 3.1.2 Demografi .....                            | 32 |
| 3.1.3 Psikografis .....                          | 33 |
| 3.2 Metode dan Prosedur Perancangan .....        | 34 |
| 3.2.1 <i>Overview</i> .....                      | 34 |
| 3.2.2 <i>Strategy</i> .....                      | 35 |
| 3.2.3 <i>Ideas</i> .....                         | 35 |
| 3.2.4 <i>Design</i> .....                        | 35 |
| 3.2.5 <i>Production</i> .....                    | 35 |
| 3.2.6 <i>Implementation</i> .....                | 35 |
| 3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan .....        | 36 |

|                                                      |            |
|------------------------------------------------------|------------|
| 3.3.1 Wawancara .....                                | 36         |
| 3.3.2 <i>Focus Group Discussion</i> .....            | 38         |
| 3.3.3. Kuesioner .....                               | 40         |
| 3.3.4 Studi Eksisting.....                           | 43         |
| 3.3.5 Studi Refrensi .....                           | 43         |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN .....</b> | <b>44</b>  |
| 4.1 Hasil Perancangan .....                          | 44         |
| 4.1.1 <i>Overview</i> .....                          | 44         |
| 4.1.2 <i>Strategy</i> .....                          | 77         |
| 4.1.3 <i>Ideas</i> .....                             | 88         |
| 4.1.4 <i>Design</i> .....                            | 100        |
| 4.1.5 <i>Production</i> .....                        | 104        |
| 4.1.6 <i>Implementation</i> .....                    | 151        |
| 4.1.7 Kesimpulan Perancangan.....                    | 187        |
| 4.2 Pembahasan Perancangan.....                      | 187        |
| 4.2.1 <i>Beta Test</i> .....                         | 188        |
| 4.2.2 Analisis Desain Media Utama .....              | 190        |
| 4.2.3 Analisis Desain Media Sekunder .....           | 202        |
| 4.2.4 Anggaran.....                                  | 206        |
| <b>BAB V PENUTUP.....</b>                            | <b>208</b> |
| 5.1 Simpulan .....                                   | 208        |
| 5.2 Saran .....                                      | 209        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>                           | <b>211</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>                                 | <b>216</b> |

## DAFTAR TABEL

|                                                                                 |     |
|---------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan.....                                          | 30  |
| Tabel 4.1 Analisa bagian pertama kuesioner .....                                | 54  |
| Tabel 4.2 Analisa bagian pertama kuesioner .....                                | 55  |
| Tabel 4.3 SWOT kampanye Halodoc dan Lifebuoy .....                              | 64  |
| Tabel 4.4 SWOT Kampanye Nasional Pencegahan Covid-19.....                       | 66  |
| Tabel 4.5 SWOT kampanye “Apa arti U=U?” .....                                   | 69  |
| Tabel 4.6 SWOT kampanye <i>Stop Syphilis – Get tested. Get treated</i> .....    | 71  |
| Tabel 4.7 SWOT kampanye <i>Prepare Before You’re There</i> .....                | 74  |
| Tabel 4.8 SWOT kampanye Nyaman Bermedia Sosial: <i>The Mysterious Rules</i> ... | 76  |
| Tabel 4.9 <i>Creative Brief</i> .....                                           | 78  |
| Tabel 4.10 Strategi media AISAS .....                                           | 83  |
| Tabel 4.11 Timeline bulan satu hingga bulan tiga .....                          | 84  |
| Tabel 4.12 Timeline bulan empat hingga bulan enam .....                         | 85  |
| Tabel 4.13 Pesan Setiap Media AISAS.....                                        | 86  |
| Tabel 4.14 Proses Perancangan <i>Website Mobile Share</i> .....                 | 105 |
| Tabel 4.15 Proses Media Instagram <i>Feeds</i> .....                            | 130 |
| Tabel 4.16 Proses Pengerjaan Instagram Story <i>Attention</i> .....             | 132 |
| Tabel 4.17 Proses Perancangan Instagram Story <i>Action</i> .....               | 133 |
| Tabel 4.18 Proses Perancangan Instagram Story <i>Share</i> .....                | 135 |
| Tabel 4.19 Proses Perancangan TikTok Video <i>Attention</i> .....               | 136 |
| Tabel 4.20 Proses Perancangan TikTok Video <i>Interest</i> .....                | 138 |
| Tabel 4.21 Proses Perancangan Poster MRT .....                                  | 139 |
| Tabel 4.22 Proses Perancangan Bus <i>Attention</i> .....                        | 141 |
| Tabel 4.23 Proses Perancangan Panggung Seminar <i>Action</i> .....              | 142 |
| Tabel 4.24 Proses Perancangan Booth Pendaftaran <i>Action</i> .....             | 144 |
| Tabel 4.25 Proses Perancangan X Banner <i>Action</i> .....                      | 145 |
| Tabel 4.26 Proses Perancangan Photobooth <i>Share</i> .....                     | 148 |
| Tabel 4.27 Proses Perancangan Photobooth Strip <i>Share</i> .....               | 149 |
| Tabel 4.28 Proses <i>Mock Up Website</i> .....                                  | 152 |
| Tabel 4.29 Proses <i>Mock Up Instagram Feeds</i> .....                          | 166 |
| Tabel 4.30 Proses <i>Mock Up Instagram Story</i> .....                          | 168 |
| Tabel 4.31 Proses <i>Mock Up TikTok Video</i> .....                             | 171 |
| Tabel 4.32 Proses <i>Mock Up Poster MRT</i> .....                               | 174 |
| Tabel 4.33 Proses <i>Mock Up Bus</i> .....                                      | 175 |
| Tabel 4.34 Proses <i>Mock Up Panggung Seminar</i> .....                         | 177 |
| Tabel 4.35 Proses <i>Mock Up Booth Pendaftaran</i> .....                        | 178 |
| Tabel 4.36 Proses <i>Mock Up X Banner</i> .....                                 | 179 |
| Tabel 4.37 Proses <i>Mock Up Photobooth</i> .....                               | 181 |
| Tabel 4.38 Hasil Kuesioner <i>Alpha Test</i> .....                              | 184 |
| Tabel 4.39 Hasil Kuesioner <i>Beta Test</i> .....                               | 188 |
| Tabel 4.40 Anggaran <i>Mobile Website</i> .....                                 | 206 |

|                                         |     |
|-----------------------------------------|-----|
| Tabel 4.41 Anggaran Media Sekunder..... | 207 |
|-----------------------------------------|-----|



UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                                       |     |
|---------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Gambar 2.1 AISAS .....                                                                | 8   |
| Gambar 2.2 Contoh <i>website balance</i> .....                                        | 17  |
| Gambar 2.3 Contoh <i>website unity</i> .....                                          | 17  |
| Gambar 2.4 Contoh <i>website emphasis</i> .....                                       | 18  |
| Gambar 2.5 Contoh <i>website</i> kumpulan dari macam bentuk .....                     | 19  |
| Gambar 2.6 Contoh <i>website</i> warna .....                                          | 19  |
| Gambar 2.7 Contoh <i>website</i> Garis .....                                          | 20  |
| Gambar 2.8 Contoh <i>website</i> dengan grid .....                                    | 20  |
| Gambar 2.9 Contoh <i>website</i> dengan <i>layout</i> .....                           | 21  |
| Gambar 2.10 Contoh <i>website</i> tipografi .....                                     | 22  |
| Gambar 4.1 Wawancara dengan Dr. Wisyanti Siahaan, M. Ked (DV), Sp.DVE. ....           | 45  |
| Gambar 4.2 Wawancara dengan Dr. Rini Sofia, Sp. OG. ....                              | 48  |
| Gambar 4.3 Wawancara <i>Focus Group Discussion</i> .....                              | 51  |
| Gambar 4.4 Kampanye Halodoc dan Lifebuoy bagian satu .....                            | 63  |
| Gambar 4.5 Kampanye Halodoc dan Lifebuoy bagian dua .....                             | 63  |
| Gambar 4.6 Kampanye Halodoc dan Lifebuoy bagian tiga .....                            | 64  |
| Gambar 4.7 Kampanye Nasional Pencegahan Covid-19 .....                                | 66  |
| Gambar 4.8 Kampanye “Apa arti U=U?” bagian satu .....                                 | 68  |
| Gambar 4.9 Kampanye “Apa arti U=U?” bagian dua .....                                  | 68  |
| Gambar 4.10 Kampanye <i>Stop Syphilis – Get tested. Get treated</i> bagian satu ..... | 70  |
| Gambar 4.11 Kampanye <i>Stop Syphilis – Get tested. Get treated</i> bagian dua .....  | 71  |
| Gambar 4.12 Kampanye <i>Stop Syphilis – Get tested. Get treated</i> bagian tiga ..... | 71  |
| Gambar 4.13 Kampanye <i>Prepare Before You’re There</i> bagian satu .....             | 73  |
| Gambar 4.14 Kampanye <i>Prepare Before You’re There</i> bagian dua .....              | 74  |
| Gambar 4.15 Kampanye Nyaman Bermedia Sosial: <i>The Mysterious Rules</i> .....        | 76  |
| Gambar 4.16 Mindmap .....                                                             | 89  |
| Gambar 4.17 <i>Moodboard</i> .....                                                    | 90  |
| Gambar 4.18 <i>Refrensi</i> .....                                                     | 91  |
| Gambar 4.19 <i>Stylescape</i> .....                                                   | 91  |
| Gambar 4.20 <i>Color Palette</i> .....                                                | 92  |
| Gambar 4.21 Tipografi .....                                                           | 93  |
| Gambar 4.22 Refrensi Ilustrasi <i>Mascot</i> .....                                    | 93  |
| Gambar 4.23 <i>Layout Grid</i> .....                                                  | 94  |
| Gambar 4.24 <i>Costumer Journey</i> .....                                             | 95  |
| Gambar 4.25 <i>User Persona</i> .....                                                 | 96  |
| Gambar 4.26 <i>Information Architecture</i> .....                                     | 97  |
| Gambar 4.27 <i>Flow Chart</i> .....                                                   | 99  |
| Gambar 4.28 <i>Low Fidelity Website</i> .....                                         | 100 |
| Gambar 4.29 Sketsa Ilustrasi <i>Mascot</i> .....                                      | 101 |
| Gambar 4.30 Finalisasi <i>Mascot</i> .....                                            | 101 |

|                                                          |     |
|----------------------------------------------------------|-----|
| Gambar 4.31 Sketsa Logo Kampnye .....                    | 102 |
| Gambar 4.32 Finalisasi Logo .....                        | 102 |
| Gambar 4.33 Sketsa <i>Key Visual</i> .....               | 103 |
| Gambar 4.34 <i>Key Visual</i> .....                      | 104 |
| Gambar 4.35 <i>Prototype Day</i> .....                   | 184 |
| Gambar 4.36 Analisa <i>Layout Website</i> .....          | 191 |
| Gambar 4.37 Analisa <i>Layout Media Sekunder</i> .....   | 191 |
| Gambar 4.38 Analisa Warna .....                          | 192 |
| Gambar 4.39 Analisa Ilustrasi .....                      | 193 |
| Gambar 4.40 Analisa Ilustrasi .....                      | 194 |
| Gambar 4.41 Analisis <i>Website Homepage</i> .....       | 195 |
| Gambar 4.42 Analisis <i>Website Frame 1</i> .....        | 196 |
| Gambar 4.43 Analisis <i>Website Frame 2</i> .....        | 197 |
| Gambar 4.44 Analisis <i>Website Frame 3</i> .....        | 198 |
| Gambar 4.45 Analisis <i>Website Frame 4</i> .....        | 199 |
| Gambar 4.46 Analisis <i>Website Frame 5</i> .....        | 200 |
| Gambar 4.47 Analisis <i>Website Frame 6</i> .....        | 201 |
| Gambar 4.48 Analisis <i>Website Frame 7</i> .....        | 202 |
| Gambar 4.49 Analisis Desain Media Instagram .....        | 203 |
| Gambar 4.50 Analisis Desain Media TikTok .....           | 204 |
| Gambar 4.51 Analisis Desain Media Cetak .....            | 205 |
| Gambar 4.52 Analisis Desain Media Kampanye Seminar ..... | 205 |



## DAFTAR LAMPIRAN

|                                                            |     |
|------------------------------------------------------------|-----|
| Lampiran Hasil Persentase Turnitin.....                    | 213 |
| Lampiran Form Bimbingan & Spesialis .....                  | 220 |
| Lampiran <i>Non-Disclosure Agreement</i> .....             | 222 |
| Lampiran <i>Consent Form</i> .....                         | 225 |
| Lampiran Kuesioner.....                                    | 229 |
| Lampiran Kuesioner <i>Alpha Test</i> .....                 | 231 |
| Lampiran Kuesioner <i>Beta Test</i> .....                  | 233 |
| Lampiran Transkrip Wawancara Dokter Kandungan .....        | 235 |
| Lampiran Transkrip Wawancara Dokter Kulit dan Kelamin..... | 250 |
| Lampiran Transkrip FGD.....                                | 263 |
| Lampiran Dokumentasi.....                                  | 279 |

