

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL UNTUK
MENDORONG SIKAP POSITIF TERHADAP KEGAGALAN**



LAPORAN TUGAS AKHIR

Lievia Veda Setiawan

00000057480

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

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL UNTUK
MENDORONG SIKAP POSITIF TERHADAP KEGAGALAN**



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual

Lievia Veda Setiawan

00000057480

**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 : Lievia Veda Setiawan

Nomor Induk Mahasiswa : 0000057480

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa ~~Tesis/Skripsi/ Tugas Akhir/Laporan~~
~~Magang/ MBKM*~~ (coret yang tidak dipilih) saya yang berjudul:

PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL UNTUK MENDORONG SIKAP POSITIF TERHADAP KEGAGALAN

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



(Livia Veda Setiawan)

HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Lievia Veda Setiawan
NIM : 00000057480
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Judul Laporan : Perancangan Kampanye Sosial untuk Mendorong Sikap Positif terhadap Kegagalan

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, 15 Desember 2025

Yang Menyatakan,



(Livia Veda Setiawan)

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL UNTUK MENDORONG SIKAP POSITIF TERHADAP KEGAGALAN

Oleh

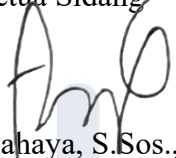
Nama Lengkap : Lievia Veda Setiawan
Nomor Induk Mahasiswa : 00000057480
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Jumat, 9 Januari 2026
Pukul 09.45 s.d. 10.30 WIB dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang


Dr. Ratna Cahaya, S.Sos., M.Ds.
0324087506/ 023899

Penguji


Ardyansyah, S.Sn., M.M., M.Ds.
0318127603/ L00011

Pembimbing


Luisa Erica, S.Ds., M.Si.
260774675230193/ 100194

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 : Lievia Veda Setiawan
Nomor Induk Mahasiswa : 00000057480
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : ~~D3~~/ S1/ S2
Judul Karya Ilmiah : PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL
UNTUK MENDORONG SIKAP POSITIF
TERHADAP KEGAGALAN

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, 15 Desember 2025

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



(Livia Veda Setiawan)

* Pilih salah satu

** Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/ HKI, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk diunggah ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, karunia, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini dengan baik. Laporan Tugas Akhir ini disusun untuk mendorong sikap positif terhadap kegagalan kepada masyarakat yang sedang berasa putus asa dalam dunia karir. Penulis juga 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. Luisa Erica, S.Ds., M.Si., selaku Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Harum Wulan Sari, S.Psi., M.Psi., selaku Narasumber pertama yang telah memberikan waktunya untuk diwawancarai pada tugas akhir ini.
6. Yanuar Lurisa Aldio, selaku Narasumber kedua yang telah memberikan waktunya untuk diwawancarai pada tugas akhir ini.
7. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Dan semua pihak yang penulis tidak bisa tuliskan satu per satu telah membantu penulis dalam menyelesaikan laporan tugas akhir ini.,

Semoga karya ilmiah ini dapat menjadikan referensi dan manfaat bagi yang memerlukan pada waktu yang akan mendatang.

Tangerang, 15 Desember 2025



(Livia Veda Setiawan)

PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL UNTUK MENDORONG SIKAP POSITIF TERHADAP KEGAGALAN

(Lievia Veda Setiawan)

ABSTRAK

Kegagalan dalam dunia kerja masih dipandang negatif, khususnya bagi lulusan baru yang sedang berada dalam masa transisi awal karier. Tingginya angka pengangguran pada kelompok usia produktif membuktikan bahwa penolakan kerja adalah tantangan nyata yang memicu ketakutan besar akan kegagalan. Kondisi ini diperburuk oleh tekanan ekonomi keluarga serta ekspektasi sosial yang membebani mentalitas pemuda. Meskipun sikap mengasihi diri sendiri dan ketangguhan psikologis mampu menurunkan kecemasan, kampanye sosial yang menormalisasi kegagalan masih sangat terbatas. Penelitian ini merancang kampanye sosial untuk membangun sudut pandang positif melalui strategi bercerita secara visual. Data dikumpulkan melalui wawancara dan diskusi kelompok untuk memahami kebutuhan komunikasi visual audiens. Hasilnya diimplementasikan melalui poster, konten media sosial, dan lokakarya. Perancangan kampanye yang terintegrasi ini menjadi solusi konkret untuk mengurangi stigma negatif, sekaligus mendorong generasi muda agar lebih berani, adaptif, dan tangguh dalam memaknai kegagalan sebagai bagian alami dari proses pengembangan diri menuju kedewasaan profesional.

Kata kunci: Kampanye Sosial, Kegagalan, *Fresh Graduate*, Resiliensi.



DESIGNING A SOCIAL CAMPAIGN TO ENCOURAGE POSITIVE ATTITUDES TOWARDS FAILURE

(Lievia Veda Setiawan)

ABSTRACT (English)

Failure in the professional world is still perceived negatively, especially for fresh graduates navigating their initial career transition. High unemployment rates among young adults prove that job rejection is a real challenge that triggers a significant fear of failure. This condition is exacerbated by family economic pressures and social expectations that weigh heavily on their mentality. Although self-compassion and psychological resilience can reduce anxiety, social campaigns that normalize failure for new graduates remain very limited. This study designs a social campaign to build a positive perspective through visual storytelling strategies. Data was collected through interviews and group discussions to understand the audience's visual communication needs. The results are implemented through posters, social media content, and workshops. This integrated campaign design serves as a concrete solution to reduce negative stigma while encouraging the younger generation to be more courageous, adaptive, and resilient in embracing failure as a natural part of self-development toward professional maturity.

Keywords: *Social Campaign, Failure, Fresh Graduate, Resilience.*

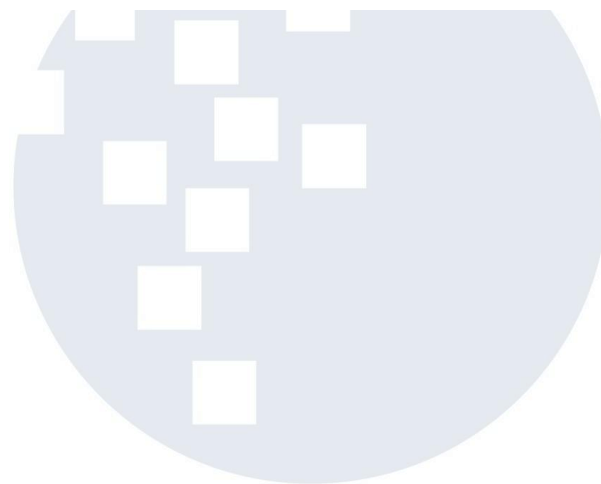


DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT (English)</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	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 Kampanye Sosial.....	5
2.1.1 Strategi Kampanye.....	5
2.1.2 Media Kampanye Sosial	7
2.1.3 Prinsip Desain	10
2.2 Elemen Desain	17
2.2.1 Warna	17
2.2.2 Titik	19
2.2.3 Garis	19
2.2.4 Tipografi.....	21
2.2.5 Gambar	27

2.2.6 Copywriting	29
2.2.7 Layout.....	32
2.2.8 <i>Storytelling</i>	34
2.3 Kegagalan	34
2.3.1 <i>Fear of Failure</i>	35
2.3.2 Strategi dalam menghadapi <i>Fear of Failure</i>	35
2.3.3 Stigma Sosial terhadap Kegagalan	37
2.4 Penelitian yang Relevan	37
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN	41
3.1 Subjek Perancangan.....	41
3.2 Metode dan Prosedur Perancangan.....	43
3.2.1 <i>Overview</i>	43
3.2.2 <i>Strategy</i>	44
3.2.3 <i>Ideas</i>	44
3.2.4 <i>Design</i>	44
3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan	45
3.3.1 Wawancara	46
3.3.2 <i>Focus Group Discussion</i>	50
3.3.3 Kuesioner	52
3.3.4 Studi Eksisting.....	54
3.3.5 Studi Referensi.....	54
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN	56
4.1 Hasil Perancangan.....	56
4.1.1 <i>Overview</i>	56
4.1.2 Tabel AISAS	86
4.1.3 <i>Timeline Campaign</i>	88
4.1.4 <i>Brainstorm</i>	89
4.1.5 Desain	94
4.1.6 <i>Mockup</i>	109
4.1.7 Bimbingan Spesialis	113
4.1.8 Kesimpulan Perancangan.....	132
4.2 Pembahasan Perancangan	133

4.2.1 <i>Market Validation</i>	133
4.2.2 Analisis Media AISAS	136
4.2.3 Anggaran	141
BAB V PENUTUP	144
5.1 Simpulan	144
5.2 Saran	144
DAFTAR PUSTAKA	xvii
LAMPIRAN	xx



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan.....	37
Tabel 4.1 Pertanyaan Kuesioner dengan Responden	65
Tabel 4.2 Tabel SWOT Kampanye PKS	72
Tabel 4.3 Tabel SWOT Kampanye Halodoc	76
Tabel 4.4 Tabel SWOT Kampanye <i>Zero Waste</i>	78
Tabel 4.5 Tabel SWOT Kampanye Dove	80
Tabel 4.6 Tabel SWOT Kampanye Dove	83
Tabel 4.7 Tabel SWOT Kampanye Patagonia	85
Tabel 4.8 Tabel AISAS	86
Tabel 4.10 Tabel Perancangan Konten Sosial Media “ <i>Attention</i> ”	114
Tabel 4.11 Tabel Perancangan Konten Sosial Media “ <i>Interest</i> ”	118
Tabel 4.12 Tabel Perancangan Konten Sosial Media “ <i>Search</i> ”	122
Tabel 4.13 Tabel Perancangan Konten Sosial Media “ <i>Action</i> ”	127
Tabel 4.15 Tabel Kuesioner <i>Market Validation</i>	133
Tabel 4.16 Tabel Anggaran.....	141



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model AISAS.....	6
Gambar 2.2 Contoh Media <i>Above the Line</i>	8
Gambar 2.3 Contoh <i>Below the Line</i>	9
Gambar 2.4 Contoh <i>Through the Line</i>	9
Gambar 2.5 Symmetrical Balance.....	11
Gambar 2.6 Asymmetrical Balance	12
Gambar 2.7 Progressive Rhythm	13
Gambar 2.8 Flowing Rhythm.....	13
Gambar 2.9 Regular Rhythm	14
Gambar 2.10 Emphasis dalam Berat dan Posisi.....	15
Gambar 2.11 Unity.....	16
Gambar 2.12 Roda Warna Primer.....	17
Gambar 2.13 Roda Warna Sekunder.....	18
Gambar 2.14 Roda Warna Tersier	18
Gambar 2.15 Tipografi.....	22
Gambar 2.16 Font Garamond, Contoh <i>Old Style</i>	22
Gambar 2.17 Font Baskerville, Contoh <i>Transitional</i>	23
Gambar 2.18 Font Didot, Contoh <i>Modern</i>	24
Gambar 2.19 Font Rockwell, Contoh Slab Serif	24
Gambar 2.20 Font Helvetica, Contoh Sans Serif.....	25
Gambar 2.21 Contoh <i>Blackletter</i>	25
Gambar 2.22 Contoh <i>Script</i>	26
Gambar 2.23 Contoh Display.....	27
Gambar 2.24 Contoh <i>Headline</i> , flip Promo Saldo	30
Gambar 2.25 Contoh <i>Tagline</i> Indomie “Indomie Seleraku!”	30
Gambar 2.26 Contoh <i>Body Copy</i> pada iklan Omah Kopi	31
Gambar 2.27 Contoh <i>Call to Action</i>	32
Gambar 4.1 Wawancara dengan Harum Wulansari	57
Gambar 4.2 Wawancara dengan Yanuar Lurisa Aldio	59
Gambar 4.3 Focus Group Discussion dengan 5 peserta.....	62

Gambar 4.4 Mindmap	90
Gambar 4.5 Moodboard	92
Gambar 4.6 Referensi Visual	93
Gambar 4.7 Referensi Gaya Ilustrasi <i>Doodle</i>	94
Gambar 4.8 Sketsa Aset Ilustrasi	95
Gambar 4.9 Sketsa <i>Key Visual</i>	95
Gambar 4.10 2D <i>Grid</i> pada <i>Procreate</i>	96
Gambar 4.10 Sketsa <i>Logotype</i> Terus Bergerak	97
Gambar 4.11 <i>Logotype</i> Kampanye	97
Gambar 4.12 <i>Logogram</i> Kampanye	98
Gambar 4.13 <i>Font</i> untuk Media Utama	100
Gambar 4.14 Kumpulan Aset Ilustrasi	101
Gambar 4.15 Kumpulan Super Grafis	102
Gambar 4.16 <i>Background</i> dan <i>Grid</i>	102
Gambar 4.17 <i>Ilustrasi</i>	103
Gambar 4.18 <i>Font</i>	103
Gambar 4.19 Supergrafis dan Logo	104
Gambar 4.20 Proses Poster A3	105
Gambar 4.21 Proses <i>X-banner</i>	106
Gambar 4.22 Proses <i>Photostrip</i>	107
Gambar 4.23 <i>Mockup</i> Media Utama <i>Instagram</i>	109
Gambar 4.24 <i>Mockup</i> Poster A3	109
Gambar 4.25 <i>Mockup</i> Media Sekunder Stiker	110
Gambar 4.26 <i>Mockup</i> Media Sekunder Pin	111
Gambar 4.27 <i>Mockup</i> Media Sekunder <i>X-Banner</i>	112
Gambar 4.28 <i>Mockup</i> Media Sekunder <i>Photostrip</i>	113
Gambar 4.29 Konten Instagram Feeds <i>Attention</i>	137
Gambar 4.30 Konten Instagram Feeds <i>Interest</i>	138
Gambar 4.31 Konten Instagram Feeds <i>Search</i>	139
Gambar 4.32 Konten Instagram Feeds Action	139
Gambar 4.33 Konten Instagram Feeds <i>Share</i>	140

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Hasil Persentase Turnitin.....	xx
Lampiran Form Bimbingan.....	xxi
Lampiran Consent Form	xxv
Lampiran Kuesioner.....	xxxii
Lampiran Kuesioner <i>Market Validation</i>	xli
Lampiran Transkrip.....	xlvi
Lampiran Dokumentasi.....	lxvi

