

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL
MENGENAI *FINANCIAL INSECURITY*
TERHADAP KELUARGA MUDA**



LAPORAN TUGAS AKHIR

Nerisa Ageng Puspa Cendani
00000073647

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

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL
MENGENAI *FINANCIAL INSECURITY*
TERHADAP KELUARGA MUDA**



LAPORAN TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual**

Nerisa Ageng Puspa Cendani

00000073647

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

2026

HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Nerisa Ageng Puspa Cendani
NIM : 00000073647
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Judul Laporan : Perancangan Kampanye Sosial Mengenai
Financial Insecurity terhadap Keluarga Muda

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,



(Nerisa Ageng Puspa Cendani)

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Nerisa Ageng Puspa Cendani

Nomor Induk Mahasiswa : 00000073647

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

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

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL MENGENAI *FINANCIAL*
INSECURITY TERHADAP KELUARGA MUDA**

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



(Nerisa Ageng Puspa Cendani)

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul
**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL MENGENAI
FINANCIAL INSECURITY TERHADAP KELUARGA MUDA**

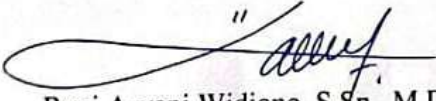
Oleh

Nama Lengkap : Nerisa Ageng Puspa Cendani
Nomor Induk Mahasiswa : 00000073647
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

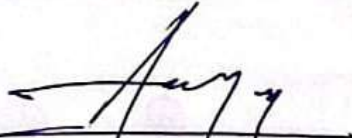
Telah diujikan pada hari Jumat, 9 Januari 2026
Pukul 16.00 s.d. 16.45 WIB dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

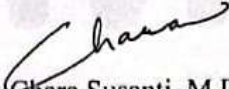
Ketua Sidang


Rani Aryani Widjono, S.Sn., M.Ds.
0310019201/ 023987

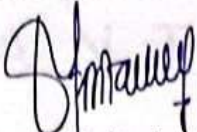
Penguji


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

Pembimbing


Chara Susanti, M.Ds.
0313048703/ L00266

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 : Nerisa Ageng Puspa Cendani
Nomor Induk Mahasiswa : 00000073647
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : D3/ S1/ S2
Judul Karya Ilmiah : PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL
MENGENAI *FINANCIAL INSECURITY*
TERHADAP KELUARGA MUDA

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, 16 Desember 2025



(Nerisa Ageng Puspa Cendani)

* 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

Segala Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan Rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proses penelitian dan laporan tugas akhir yang berjudul “**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL MENGENAI *FINANCIAL INSECURITY* TERHADAP KELUARGA MUDA**”. Rasa terima kasih ini penulis sampaikan kepada setiap orang yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan proposal Tugas Akhir.

Penulis 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. Chara Susanti, M.Ds., selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan pengerjaan Tugas Akhir ini.
5. Rahma Tejawati Maryama, selaku narasumber *Financial Planner* yang telah memberikan informasi tambahan mengenai keuangan.
6. Penny Pelamonia dan Fani, selaku narasumber keluarga muda yang memberikan *insight* dan pengalaman dari finansial.
7. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Teman-teman dan sahabat yang menjadi rekan seperjuangan dan selalu memberikan dukungan dalam pengerjaan Tugas Akhir.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan proposal ini dan penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca. Dengan demikian, semoga proposal penelitian ini dapat bermanfaat bagi peneliti lain.

Tangerang, 16 Desember 2025



Nerisa Ageng Puspa Cendani

PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL MENGENAI *FINANCIAL INSECURITY* TERHADAP KELUARGA MUDA

(Nerisa Ageng Puspa Cendani)

ABSTRAK

Dalam sisi keluarga muda, banyak dari mereka yang mengalami kesulitan dalam mengatur keuangan dan sering merasa cemas akan keuangan mereka untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari dalam keluarga. Ini merupakan pemicu utama dari *financial insecurity* yang merupakan suatu kondisi kecemasan ekonomi yang dapat berdampak terhadap fisik maupun psikologis bagi keluarga. Hal ini berawal dari ketidaktahuan keluarga muda akan pentingnya untuk paham akan mengelola keuangan dari awal dan merubah kebiasaan buruk mereka yang konsumtif demi masa depan keluarga. Pada penelitian ini menyoroti terhadap pentingnya pengelolaan uang bagi keluarga muda untuk mencegah *financial insecurity* dari yang paling mudah seperti menabung atau mencatat keuangan mereka untuk merubah perilaku buruk mereka terhadap finansial. Hal ini mendorong penulis untuk merancang media persuasi berupa kampanye yang terkait dengan *financial insecurity* untuk meningkatkan kesadaran lebih pentingnya untuk mengelola keuangan mereka untuk masa depan agar terhindar dari *financial insecurity*. Metode yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah *advertising by design* untuk perancangan kampanye serta wawancara dan kuesioner untuk pengumpulan data. Strategi AISAS juga digunakan sebagai penyampaian pesan kampanye untuk memperkuat pemahaman tentang pentingnya merubah perilaku finansial yang buruk dan memulai pengelolaan keuangan dengan baik dari kampanye tersebut. Hasil dari perancangan kampanye tersebut merupakan solusi yang dapat membantu keluarga muda untuk menghindari terjadinya *financial insecurity* dan merubah perilaku finansial yang buruk menjadi lebih baik.

Kata kunci: Kampanye Sosial, *Financial Insecurity*, Keluarga Muda, Perilaku Finansial

SOCIAL CAMPAIGN DESIGN
ABOUT FINANCIAL INSECURITY
FOR YOUNG FAMILIES

(Nerisa Ageng Puspa Cendani)

ABSTRACT (English)

In young families, many experience difficulties in managing their finances and often feel insecure about their finances to meet daily family needs. This is a major trigger for financial insecurity, a condition of economic anxiety that can have physical and psychological impacts on families. This stems from young families' ignorance of the importance of understanding financial management from the start and changing their bad habits of consumption for the sake of the family's future. This study highlights the importance of money management for young families to prevent financial insecurity, starting with the simplest methods such as saving or recording their finances to change their bad financial behavior. This prompted the author to design a persuasive media campaign related to financial insecurity to raise awareness of the importance of managing their finances for the future and avoid financial insecurity. The method used in this study was advertising by design for the campaign design, as well as interviews and questionnaires for data collection. The AISAS strategy was also used to convey the campaign message to strengthen understanding of the importance of changing bad financial behavior and starting good financial management through the campaign. The results of the campaign design are solutions that can help young families avoid financial insecurity and change bad financial behavior for the better.

Keywords: *Social Campaign, Financial Insecurity, Young Family, Financial Behaviour*

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN AI.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
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	xvi
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	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Kampanye Sosial	5
2.1.1 Tujuan Kampanye	5
2.1.2 Taktik Pesan Kampanye.....	6
2.1.3 Strategi Kampanye AISAS.....	7
2.1.4 Media Komunikasi.....	9
2.1.5 Kesimpulan	10
2.2 Desain Komunikasi Visual	10
2.2.1 Warna.....	11
2.2.2 <i>Layout</i>	16
2.2.3 Tipografi	18
2.2.4 Prinsip Desain.....	19

2.2.5 Fotografi.....	20
2.2.6 Kesimpulan	22
2.3 <i>Financial Insecurity</i>	22
2.4 Literasi Keuangan	24
2.4.1 Aspek Literasi Finansial.....	24
2.4.2 Peran Dasar Literasi Keuangan	25
2.4.3 Literasi Keuangan Keluarga	26
2.4.4 Kesimpulan	29
2.5 Penelitian yang Relevan.....	30
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN	34
3.1 Subjek Perancangan	34
3.2 Metode dan Prosedur Perancangan	35
3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan	37
3.3.1 Wawancara	37
3.3.2 Kuesioner	40
3.3.3 Studi Eksisting.....	43
3.3.4 Studi Referensi	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN	44
4.1 Hasil Perancangan	44
4.1.1 <i>Overview</i>	44
4.1.2 <i>Strategy</i>	71
4.1.3 <i>Ideas</i>	84
4.1.4 <i>Design</i>	91
4.1.5 <i>Production</i>	106
4.1.6 <i>Implementation</i>	137
4.2 Pembahasan Perancangan	137
4.2.1 Analisis <i>Market Validation</i>	137
4.2.2 Analisis <i>Instagram Single Post</i>	139
4.2.3 Analisis <i>Instagram Carousel</i>	141
4.2.4 Analisis <i>Instagram Story</i>	142
4.2.5 Analisis <i>Billboard</i>	143
4.2.6 Analisis <i>Umbul-Umbul</i>	145

4.2.7 Analisis <i>Poster Digital</i>	146
4.2.8 Analisis <i>Twibbon</i>	147
4.2.9 Analisis <i>Merchandise</i>	148
4.2.10 Anggaran	149
BAB V PENUTUP	152
5.1 Simpulan	152
5.2 Saran	153
DAFTAR PUSTAKA	156
LAMPIRAN	xvii



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan.....	30
Tabel 3.1 Instrumen Pertanyaan Kusioner.....	40
Tabel 4.1 Kondisi Finansial dan Pengalaman.....	50
Tabel 4.2 Kecemasan Finansial Keluarga.....	51
Tabel 4.3 Kecemasan Pendapatan Gaji Lebih Kecil Daripada Pengeluaran	52
Tabel 4.4 Alasan Penghasilan yang Dikeluarkan.....	53
Tabel 4.5 Kesulitan Menabung dan Hutang.....	53
Tabel 4.6 Mencatat Pengeluaran Keluarga	54
Tabel 4.7 Kepercayaan Diri Keluarga Mengatur Uang	55
Tabel 4.8 Kebutuhan Dalam Mengelola Keuangan	56
Tabel 4.9 Pernah Mendapat Informasi	57
Tabel 4.10 Penyampaian Konten <i>Financial Insecurity</i>	58
Tabel 4.11 SWOT Kampanye GENCARKAN.....	62
Tabel 4.12 SWOT Kampanye <i>#BetterSandwichGen</i>	66
Tabel 4.13 <i>Creative Brief</i>	73
Tabel 4.14 Skenario Pesan AISAS.....	77
Tabel 4.15 Strategi Media AISAS	81
Tabel 4.16 Timeline Kampanye	83
Tabel 4.17 Tabel Aset Visual.....	94
Tabel 4.18 Tabel Anggaran Kampanye	150



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model AISAS.....	8
Gambar 2.2 Warna Monokromatis.....	13
Gambar 2.3 Kombinasi Komplementer	13
Gambar 2.4 Kombinasi Triadic.....	14
Gambar 2.5 Kombinasi Tetradic	14
Gambar 2.6 Kombinasi Split Komplementer.....	15
Gambar 2.7 Urutan <i>Sequence Layout</i>	17
Gambar 2.8 <i>Aperture</i> Kamera.....	21
Gambar 4.1 Dokumentasi Wawancara <i>Financial Planner</i>	45
Gambar 4.2 Dokumentasi Wawancara Keluarga Muda 1.....	48
Gambar 4.3 Dokumentasi Wawancara Keluarga Muda 2.....	48
Gambar 4.4 Logo Kampanye GENCARKAN	59
Gambar 4.5 Postingan Instagram GENCARKAN	61
Gambar 4.6 Videotron LED Kampanye GENCARKAN	62
Gambar 4.7 Logo Kampanye <i>#BetterSandwichGen</i>	64
Gambar 4.8 Dokumentasi Kampanye <i>#BetterSandwichGen</i>	65
Gambar 4.9 Postingan Instagram <i>#BetterSandwichGen</i>	65
Gambar 4.10 Contoh Postingan Fotografi @bppkemenkeu	67
Gambar 4.11 Postingan <i>copywriting</i> @finkami.....	68
Gambar 4.12 <i>Layout</i> Penempatan Konten @nabitu.id.....	70
Gambar 4.13 Target Persona.....	71
Gambar 4.14 Logo <i>Mandatory</i> Finante.id	72
Gambar 4.15 <i>Mind Map</i>	84
Gambar 4.16 Alternatif <i>Big Idea</i>	85
Gambar 4.17 Referensi Visual	87
Gambar 4.18 Referensi <i>Typeface</i> Tipografi.....	88
Gambar 4.19 Aset Tipografi	88
Gambar 4.20 <i>Moodboard</i>	89
Gambar 4.21 Alternatif Nama Kampanye	90
Gambar 4.22 Alternatif <i>Tagline</i> Kampanye.....	91
Gambar 4.23 Alternatif Logo Kampanye.....	92
Gambar 4.24 Digitalisasi Final Logo	93
Gambar 4.25 <i>Layout Modular Grid Key Visual</i>	99
Gambar 4.26 Sketsa <i>Key Visual</i> 1	100
Gambar 4.27 Hasil Akhir <i>Key Visual</i> 1.....	101
Gambar 4.28 Sketsa <i>Key Visual</i> 2.....	101
Gambar 4.29 Hasil Akhir <i>Key Visual</i> 2.....	102
Gambar 4.30 Sketsa <i>Key Visual</i> 3.....	104
Gambar 4.31 Hasil Akhir <i>Key Visual</i> 3.....	104

Gambar 4.32 Final <i>Artwork Key Visual</i>	106
Gambar 4.33 Proses Perancangan Instagram <i>Single Post</i>	107
Gambar 4.34 Finalisasi Media <i>Single Post Attention</i>	108
Gambar 4.35 <i>Layout Story Attention</i>	109
Gambar 4.36 Finalisasi Instagram <i>Story Attention</i>	110
Gambar 4.37 <i>Layout Billboard Attention</i>	111
Gambar 4.38 Finalisasi <i>Billboard Attention</i>	111
Gambar 4.39 <i>Layout Umbul-Umbul</i>	112
Gambar 4.40 Finalisasi Umbul-Umbul <i>Attention</i>	113
Gambar 4.41 <i>Layout Single Post Interest</i>	114
Gambar 4.42 Finalisasi Instagram <i>Single Post Interest</i>	115
Gambar 4.43 <i>Layout Instagram Story Interest</i>	116
Gambar 4.44 Finalisasi Instagram <i>Story Interest</i>	117
Gambar 4.45 <i>Layout Billboard Interest</i>	118
Gambar 4.46 Finalisasi <i>Billboard Interest</i>	118
Gambar 4.47 <i>Layout Carousel Search</i>	120
Gambar 4.48 Finalisasi <i>Carousel Search</i>	121
Gambar 4.49 <i>Layout Single Post Search</i>	122
Gambar 4.50 Finalisasi <i>Single Post Search</i>	123
Gambar 4.51 <i>Layout Story Search</i>	123
Gambar 4.52 Finalisasi <i>Story Search</i>	124
Gambar 4.53 <i>Layout Post Action</i>	126
Gambar 4.54 Finalisasi IG <i>Post Action</i>	127
Gambar 4.55 <i>Layout Story Action</i>	128
Gambar 4.56 Finalisasi <i>Story Action</i>	128
Gambar 4.57 <i>Layout Poster Webinar Action</i>	129
Gambar 4.58 <i>Layout Carousel Share</i>	131
Gambar 4.59 Finalisasi IG <i>Post Share</i>	131
Gambar 4.60 <i>Layout Story Share</i>	132
Gambar 4.61 Finalisasi <i>Story Share</i>	132
Gambar 4.62 Proses Hasil Akhir Twibbon	133
Gambar 4.63 Desain <i>Merchandise Tote Bag</i>	134
Gambar 4.64 Desain <i>Cover Notebook</i>	135
Gambar 4.65 Desain Pulpen <i>Merchandise</i>	135
Gambar 4.66 Desain Kartu Elektronik <i>Merchandise</i>	136
Gambar 4.67 Mock Up Instagram <i>Single Post</i>	140
Gambar 4.68 Mock Up Instagram <i>Carousel</i>	141
Gambar 4.69 Mock Up Instagram <i>Story</i>	142
Gambar 4.70 Mock Up <i>Billboard Attention</i>	143
Gambar 4.71 Mock Up <i>Billboard Interest</i>	144
Gambar 4.72 Mock Up Umbul-umbul <i>Attention</i>	145
Gambar 4.73 Mock Up Poster.....	146

Gambar 4.74 Mock Up Twibbon	147
Gambar 4.75 Mock UP <i>Merchandise</i>	149



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Persentase Turnitin.....	xvii
Lampiran 2 Form Bimbingan.....	xxii
Lampiran 3 <i>Consent Form</i>	xxiv
Lampiran 4 Hasil Kuesioner	xxvii
Lampiran 5 Hasil Kuesioner <i>Market Validation</i>	xxxiv
Lampiran 6 Transkrip Wawancara <i>Financial Planner</i>	xxxix
Lampiran 7 Transkrip Wawancara Keluarga Muda 1.....	li
Lampiran 8 Transkrip Wawancara Keluarga Muda 2.....	lv
Lampiran 9 Dokumentasi Proses Fotografi.....	lix

