

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL MENGENAI DAMPAK
PROKRASTINASI GEN Z TERHADAP LINGKUNGAN KERJA
PERUSAHAAN SWASTA DI JAKARTA**



LAPORAN TUGAS AKHIR

Mawlana Kafi Aldebaran Siregar

00000076413

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

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL MENGENAI DAMPAK
PROKRASTINASI GEN Z TERHADAP LINGKUNGAN KERJA
PERUSAHAAN SWASTA DI JAKARTA**



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual

Mawlana Kafi Aldebaran Siregar

00000076413

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI & DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2026

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Mawlana Kafi Aldebaran Siregar

Nomor Induk Mahasiswa : 00000076413

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

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

Perancangan Kampanye Sosial Mengenai Dampak Prokrastinasi Gen Z Terhadap
Lingkungan Kerja Perusahaan Swasta di Jakarta

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 Januari 2026



(Mawlana Kafi Aldebaran Siregar)

HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Mawlana Kafi Aldebaran Siregar
Nomor Induk Mahasiswa : 00000076413
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : D3/ S1/ S2
Judul Karya Ilmiah : Perancangan Kampanye Sosial Mengenai Dampak Prokrastinasi Gen Z Terhadap Lingkungan Kerja Perusahaan Swasta Di Jakarta

Dengan ini saya secara jujur menggunakan bantuan Kecerdasan Artifisial (AI) dalam pengerjaan ~~Tugas/Project~~ Tugas Akhir sebagai berikut:

- ☐ 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 Januari 2026



(Mawlana Kafi Aldebaran Siregar)

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL MENGENAI DAMPAK
PROKRASTINASI GEN Z TERHADAP LINGKUNGAN KERJA
PERUSAHAAN SWASTA DI JAKARTA**

Oleh

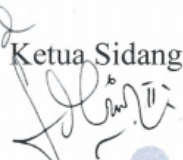
Nama Lengkap : Mawlana Kafi Aldebaran Siregar
Nomor Induk Mahasiswa : 00000076413
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Senin, 12 Januari 2026

Pukul 14.30 s.d. 15.15 WIB dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

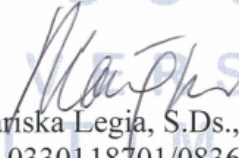
Ketua Sidang


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

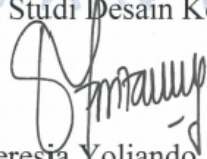
Penguji

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

Pembimbing


Mariska Legia, S.Ds., M.A.
0330118701/083675

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 : Mawlana Kafi Aldebaran Siregar

Nomor Induk Mahasiswa : 00000076413

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Jenjang : ~~D3~~/ S1/ S2

Judul Karya Ilmiah : Perancangan Kampanye Sosial Mengenai Dampak Prokrastinasi Gen Z Terhadap Lingkungan Kerja Perusahaan Swasta Di Jakarta

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 Januari 2026



(Mawlana Kafi Aldebaran Siregar)

* 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 Kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah menyetujui penulis dalam pembuatan laporan tugas akhir yang berjudul Perancangan Kampanye Sosial Mengenai Dampak Prokrastinasi Gen Z Terhadap Lingkungan Kerja Perusahaan Swasta Di Jakarta untuk memenuhi salah satu syarat mendapatkan gelar Sarjana Desain Program Studi Desain Komunikasi Visual pada Fakultas Seni dan Desain di Universitas Multimedia Nusantara. Pembuatan laporan tugas akhir ini tentu tidak akan maksimal tanpa bimbingan serta dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, 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. Mariska Legia, S.Ds., M.B.A., 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. Seluruh Narasumber yang telah berkontribusi dalam perancangan ini.

Tangerang, 12 Januari 2026



(Mawlana Kafi Aldebaran Siregar)

PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL MENGENAI DAMPAK PROKRASTINASI GEN Z TERHADAP LINGKUNGAN KERJA PERUSAHAAN SWASTA DI JAKARTA

(Mawlana Kafi Aldebaran Siregar)

ABSTRAK

Gen Z sebagai generasi yang akan mendominasi dunia kerja menghadapi tantangan serius terkait perilaku prokrastinasi yang dapat menghambat profesionalisme dan kesiapan mereka memasuki lingkungan kerja. Kebiasaan menunda pekerjaan kerap muncul sejak masa perkuliahan dan berpotensi terbawa ke dunia kerja, sehingga memengaruhi produktivitas, disiplin, serta kepercayaan perusahaan terhadap karyawan baru. Prokrastinasi umumnya dipicu oleh ketidakmampuan mengatur diri, rasa cemas, kurangnya motivasi, dan pola kerja yang tidak terstruktur, sehingga membuat individu rentan melewatkan tugas penting dan mengalami kesulitan dalam memenuhi ekspektasi profesional. Dalam konteks Gen Z yang sangat dekat dengan dunia digital, diperlukan media kampanye yang tidak hanya informatif, tetapi juga persuasif, relevan, dan sesuai dengan gaya komunikasi mereka. Penelitian ini merancang kampanye sosial berbasis desain komunikasi visual untuk membantu Gen Z memahami dampak prokrastinasi serta mendorong perubahan perilaku melalui pendekatan yang lebih personal. Kampanye ini memanfaatkan visual yang kuat, pesan yang mudah dipahami, dan struktur komunikasi yang dirancang untuk meningkatkan kesadaran, membangun motivasi, dan mendukung regulasi diri. Melalui strategi desain yang adaptif, kampanye ini diharapkan mampu memberikan panduan konkret bagi Gen Z dalam mengurangi kebiasaan menunda pekerjaan, sehingga mereka dapat mempersiapkan diri menjadi calon tenaga kerja yang lebih disiplin, kompeten, dan profesional.

Kata kunci: Prokrastinasi, Gen Z, Kampanye, Lingkungan Kerja, Perusahaan Swasta

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

**DESIGNING A SOCIAL CAMPAIGN REGARDING THE IMPACT
OF GEN Z PROCRASTINATION ON THE WORK
ENVIRONMENT OF PRIVATE COMPANIES IN JAKARTA**

(Mawlana Kafi Aldebaran Siregar)

ABSTRACT (English)

Gen Z, as the cohort that will soon dominate the workforce, faces a significant challenge related to procrastination, a behavior that can hinder their professionalism and readiness for employment. The habit of delaying tasks often emerges during university years and may carry over into professional settings, affecting productivity, discipline, and employers' trust in new graduates. Procrastination is commonly triggered by poor self-regulation, anxiety, low motivation, and unstructured work habits, making individuals more prone to missing important deadlines and struggling to meet professional expectations. Within the context of a digitally immersed generation, there is a need for a campaign approach that goes beyond providing information and instead delivers persuasive, relevant, and engaging communication tailored to Gen Z's distinctive media behavior. This study develops a social campaign grounded in visual communication design to help university students understand the impact of procrastination and to encourage behavioral change through a more personal approach. The campaign utilizes strong visuals, accessible messaging, and structured communication strategies aimed at raising awareness, building motivation, and supporting self-regulation. Through an adaptive design strategy, this campaign seeks to provide concrete guidance for students to reduce procrastination and better prepare themselves to enter the professional world as disciplined, competent, and reliable young workers.

Keywords: *Procrastination, Gen Z, Campaign, Work Environment, Private Companies*

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

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
ABSTRACT (English)	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
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
2.1.5 Media Kampanye.....	8
2.2 Desain Komunikasi Visual.....	11
2.2.1 Elemen Visual.....	12
2.2.3 Tipografi	21
2.2.4 Copywriting.....	23
2.2.5 Ilustrasi	24
2.2.6 Kesimpulan	25
2.3 Prokrastinasi	26
2.3.1 Faktor Penyebab	26
2.3.2 Dampak	27

2.3.3 Prokrastinasi pada remaja	27
2.3.4 Kesimpulan	27
2.4 Penelitian yang Relevan.....	28
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN.....	31
3.1 Subjek Perancangan	31
3.2 Metode dan Prosedur Perancangan.....	31
3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan.....	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN.....	36
4.1 Hasil Perancangan	36
4.2 Pembahasan Perancangan.....	93
BAB V PENUTUP	115
5. 1 Kesimpulan.....	115
5. 2 Saran.....	116
DAFTAR PUSTAKA.....	xv
LAMPIRAN	xviii



DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 SWOT Kalm.....	44
Tabel 4.2 SWOT Psikologimu.....	45
Tabel 4.3 SWOT Psikologimu.....	46
Tabel 4.4 SWOT Brand Mandatory.....	48
Tabel 4.5 <i>Creative Brief</i>	49
Tabel 4.6 Strategi dan Taktik Pesan.....	52
Tabel 4.7 Strategi Media Kampanye Berdasarkan AISAS.....	54
Tabel 4.8 Timeline Kampanye.....	55
Tabel 4.9 Profil Responden.....	89
Tabel 4. 10 Hasil Penilaian Media Utama.....	89
Tabel 4. 11 Hasil Penilaian Media Sekunder.....	90
Tabel 4. 12 Anggaran.....	91



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Strategi AISAS.....	8
Gambar 2.2 Media Poster Kampanye.....	9
Gambar 2.3 Media Infografis.....	10
Gambar 2.4 Media <i>Motion Graphic</i>	10
Gambar 2.5 Garis pada Poster.....	12
Gambar 2.6 Bentuk pada Poster.....	13
Gambar 2.7 <i>Figure/Ground</i> pada Poster.....	14
Gambar 2.8 Warna Primer pada Poster.....	15
Gambar 2.9 <i>Color Wheel</i> pada Poster.....	15
Gambar 2.10 Tekstur pada Poster.....	16
Gambar 2.11 Keseimbangan pada Poster.....	18
Gambar 2.12 Emphasis pada Poster.....	19
Gambar 2.13 <i>Unity</i> pada Desain.....	19
Gambar 2.14 Proporsi pada Desain.....	20
Gambar 2.15 Tipografi.....	21
Gambar 2.16 Jenis Tipografi.....	22
Gambar 4.1 Wawancara dengan Konselor UMN.....	37
Gambar 4.2 Wawancara dengan Konselor SV IPB.....	39
Gambar 4.3 FGD dengan Gen Z.....	41
Gambar 4.4 Target Persona.....	42
Gambar 4.5 Logo aplikasi Kalm.....	44
Gambar 4.6 Logo aplikasi Psikologimu.....	45
Gambar 4.7 Logo aplikasi Halodoc.....	46
Gambar 4. 8 Logo aplikasi Riliv.....	47
Gambar 4.9 <i>Mind Map</i>	56
Gambar 4.10 <i>Moodboard</i>	59
Gambar 4.11 Sketsa Logo.....	60
Gambar 4.12 Digitalisasi Logo.....	61
Gambar 4.13 Sketsa Key Visual.....	62
Gambar 4.14 <i>Layout Grid Key Visual</i>	63
Gambar 4.15 Pengaturan Aset <i>Key Visual</i>	64
Gambar 4.16 Hasil Final <i>Key Visual</i> (Dari Kiri ke Kanan 1-3)	65

Gambar 4.17 <i>Layout Grid Instagram Story Ads</i> (1)	68
Gambar 4.18 <i>Desain Instagram Story Ads</i> (1-3)	69
Gambar 4.19 <i>Layout Grid YouTube Ads</i>	70
Gambar 4.20 <i>Desain YouTube Ads</i>	70
Gambar 4.21 <i>Layout Grid Commuter Line Ads</i>	71
Gambar 4. 22 <i>Desain Commuter Line Ads</i>	72
Gambar 4.23 <i>Desain Instagram Story Ads</i> (4-6)	74
Gambar 4.24 <i>Layout Grid TikTok Ads</i>	76
Gambar 4.25 <i>Layout Grid Instagram Story Ads</i> (3)	78
Gambar 4.26 <i>Desain Instagram Story Ads</i> (7-8)	79
Gambar 4.27 <i>Layout Grid Instagram Account</i>	80
Gambar 4.28 <i>Desain Instagram Account (posts)</i> (1-9)	81
Gambar 4. 29 <i>Layout Grid TikTok Account</i>	82
Gambar 4. 30 <i>Desain TikTok Account</i> (1-3)	83
Gambar 4.31 <i>Desain Hoodie Merchandise</i>	84
Gambar 4.32 <i>Desain Jam Dinding Merchandise</i>	84
Gambar 4. 33 <i>Desain Tote Bag</i>	85
Gambar 4. 34 <i>Layout Grid Instagram Twibbon Post</i>	86
Gambar 4. 35 <i>Desain Instagram Twibbon post</i>	87
Gambar 4. 36 <i>Mockup Instagram Story Ads</i>	94
Gambar 4. 37 <i>Mockup YouTube Ads</i>	96
Gambar 4. 38 <i>Mockup Commuter Line Ads</i>	97
Gambar 4. 39 <i>Mockup TikTok Ads</i>	100
Gambar 4. 40 <i>Mockup Instagram Account</i>	102
Gambar 4. 41 <i>Mockup TikTok Account</i>	104
Gambar 4. 42 <i>Mockup Merchandises</i>	105
Gambar 4. 43 <i>Mockup TikTok Account</i>	107

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Hasil Persentase Turnitin.....	xv
Lampiran 2. Form Bimbingan & Spesialis	xv
Lampiran 3. <i>Non-Disclosure Agreement</i> (kualitatif - wawancara & FGD).....	xv
Lampiran 4. Hasil Kuesioner Market Validation.....	xv
Lampiran 5. Transkrip Wawancara 1.....	xvi
Lampiran 6. Transkrip Wawancara 2.....	xvii
Lampiran 7. Transkrip <i>Focus Group Discussion</i>	xviii
Lampiran 8. Dokumentasi	xxii

