



**ANIMASI IKLAN LAYANAN MASYARAKAT
BERTEMA *SELF-ESTEEM* UNTUK GEN Z**

**TUGAS AKHIR
APLIKATIF**

**CALVIN FIKY YUDHA PRATAMA
42322010011**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS DESAIN DAN SENI KREATIF
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2026**



**ANIMASI IKLAN LAYANAN MASYARAKAT
BERTEMA *SELF-ESTEEM* UNTUK GEN Z**

**TUGAS AKHIR
APLIKATIF**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

CALVIN FIKY YUDHA PRATAMA
42322010011

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS DESAIN DAN SENI KREATIF
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2026**

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Calvin Fiky Yudha Pratama
NIM : 42322010011
Fakultas/Program Studi : FDSK / DKV

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:

“ANIMASI IKLAN LAYANAN MASYARAKAT BERTEMA *SELF-ESTEEM* UNTUK GEN Z” adalah hasil karya saya sendiri, tidak mengandung unsur plagiarisme, pelanggaran hak cipta, atau konten ilegal dalam bentuk apapun dan tidak melanggar hukum atau hak pihak manapun.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap pernyataan ini, saya bersedia menanggung seluruh konsekuensi hukum dan membebaskan Universitas Mercu Buana dari segala bentuk tuntutan hukum dan saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 13 Agustus 2026



Calvin Fiky Yudha Pratama.

PERNYATAAN SIMILARITY CHECK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh:

Nama : Calvin Fiky Yudha Pratama

NIM : 42322010011

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Fakultas Desain dan Seni Kreatif

Dengan judul **“Animasi Iklan Layanan Masyarakat Bertema Self-Esteem untuk Gen Z”** telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 22 Juli 2026 didapatkan nilai persentase sebesar 20%.

Jakarta, 22 Juli 2026
Administrator Turnitin

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Anwar Maulana, ST

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Calvin Fiky Yudha Pratama
NIM : 42322010011
Fakultas/Program Studi : Fakultas Desain dan Seni Kreatif / Desain
Komunikasi Visual
Judul Tugas Akhir : Animasi Iklan Layanan Masyarakat Bertema Self-Esteem untuk Gen Z

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 20 Juli 2026 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Desain dan Seni Kreatif Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing



(Rizal Bay Khaqi, S.Ds, M.Sn)

NIDN: 321098302

UNIVERSITAS

MERCU BUANA

Jakarta, 10 Agustus 2026

Mengetahui,

Dekan Fakultas Desain dan Seni Kreatif



(Dr. Agus Budi Setyawan, S.Ds., M.Sn)

NIDN: 0306088302

Ketua Program Studi

Desain Komunikasi Visual



(Irfandi Musnur, S.Pd, M.Sn)

NIDN: 0304039101

KATA PENGANTAR

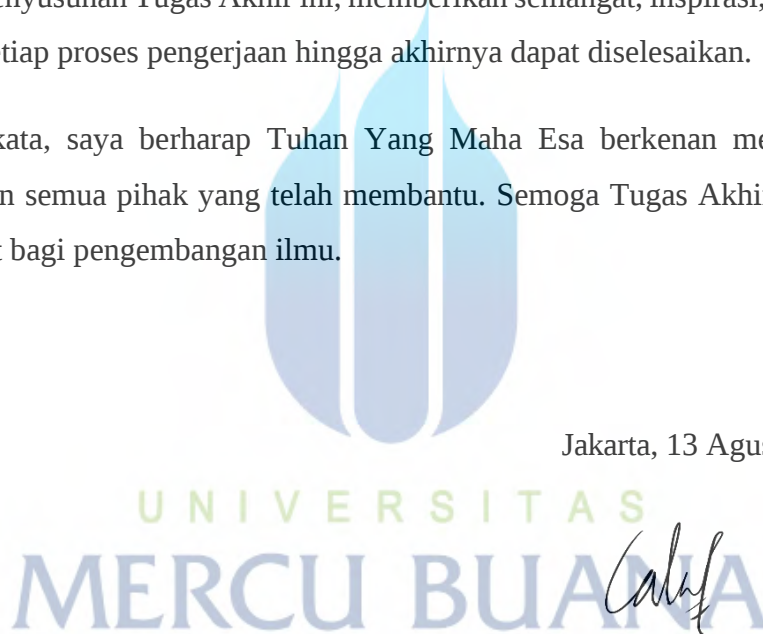
Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual pada Fakultas Desain dan Seni Kreatif Universitas Mercu Buana. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana
2. Dr. Agus Budi Setyawan, S.Ds., M.Sn selaku Dekan Fakultas Desain dan Seni Kreatif
3. Irfandi Musnur, S.Pd., M.Sn. selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual
4. Rizal Bay Khaqi, S.Ds, M.Sn. selaku dosen Koordinator Tugas Akhir sekaligus Pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
5. Edwar Juanda, S.Ds, M.Ikom selaku dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama masa perkuliahan.
6. Seluruh dosen Program Studi DKV yang telah memberikan ilmu dan bimbingan selama masa perkuliahan.
7. Orang tua yang selalu memberikan doa, dukungan secara finansial maupun moral, serta motivasi kepada penulis selama proses penyusunan Tugas Akhir hingga selesai.
8. Seluruh narasumber dan responden yang telah meluangkan waktu untuk berpartisipasi dalam proses pengumpulan data.
9. Rudayna yang selalu berusaha memahami penulis. Termakasih telah menjadi tempat menyampaikan keluh kesah, tempat bagi penulis beristirahat sejenak dari segala kesibukan yang membuat perjalanan ini terasa lebih ringan.
10. Sahabat-sahabat saya, Tio, Rafli, Nouval, Setyo, Nata, dan Fuji, Terima kasih atas segala bantuan, tawa, dukungan moral, serta semangat yang kalian

berikan di setiap fase penulisan Tugas Akhir ini.

11. Sahabat-sahabat *circle* “Doa Ibu” (Syahril, Raihan, Ciku, Jabal, Thamam, Daffa, dan Salman), yang telah menemani penulis dari awal semester, serta teman-teman Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Mercubuana yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu yang telah memberi dukungan, bantuan, dan semangat selama proses penyusunan Tugas Akhir.
12. Terakhir, penulis mengucapkan terima kasih kepada Lip×Lip, Mona, HoneyWorks, Re:vale, Shawn Mendes, Malcolm Todd, dan Baisha Jaws yang melalui karya-karya musiknya telah menemani penulis selama proses penyusunan Tugas Akhir ini, memberikan semangat, inspirasi, dan menemani setiap proses pengerjaan hingga akhirnya dapat diselesaikan.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 13 Agustus 2026

Calvin Fiky Yudha Pratama
Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Calvin Fiky Yudha Pratama
NIM : 42322010011
Fakultas/Program Studi : FDSK / DKV
Judul Tugas Akhir : Animasi Iklan Layanan Masyarakat Bertema *Self Esteem* untuk Gen Z

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 13 Agustus 2026

Yang menyatakan,



(Calvin Fiky Yudha Pratama)

ANIMASI ILMU BERTEMA *SELF-ESTEEM* UNTUK GEN Z USIA 18-21 TAHUN

CALVIN FIKY YUDHA PRATAMA
42322010011

ABSTRAK

Perancangan ini bertujuan menghasilkan animasi iklan layanan masyarakat yang mampu meningkatkan pemahaman remaja akhir mengenai dampak perbandingan sosial di media sosial terhadap *self-esteem* serta mengoptimalkan penggunaan elemen visual, khususnya psikologi warna, sebagai media komunikasi nonverbal untuk merepresentasikan kondisi emosional karakter. Variabel yang dikaji dalam perancangan ini meliputi penggunaan psikologi warna (*hue*, *saturation*, dan *value*) sebagai variabel visual serta *self-esteem* remaja akhir sebagai variabel yang menjadi fokus penyampaian pesan. Target perancangan adalah remaja berusia 18–21 tahun yang aktif menggunakan media sosial. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara terhadap 10 responden menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan responden berdasarkan karakteristik yang sesuai dengan target audiens. Analisis data dilakukan menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif yang dipadukan dengan pendekatan Design Thinking melalui tahapan *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *testing*. Hasil analisis menunjukkan bahwa media sosial menjadi salah satu faktor yang memicu munculnya perilaku membandingkan diri sehingga menurunkan rasa percaya diri sebagian responden. Berdasarkan temuan tersebut, dirancang animasi dua dimensi berjudul “Waktuku Sendiri” berdurasi satu menit yang mengangkat perjalanan tokoh utama dalam menghadapi perbandingan sosial hingga mampu menerima dirinya sendiri. Penyampaian pesan diperkuat melalui penggunaan psikologi warna, dengan dominasi warna dingin pada awal cerita untuk merepresentasikan tekanan emosional, kemudian bertransisi menuju warna hangat sebagai simbol tumbuhnya penerimaan diri dan optimisme. Hasil perancangan menunjukkan bahwa pendekatan visual melalui psikologi warna, ekspresi karakter, dan alur cerita yang dekat dengan kehidupan remaja mampu mendukung penyampaian pesan secara lebih komunikatif dan emosional. Dengan demikian, animasi ini diharapkan dapat menjadi media edukasi yang mendorong remaja lebih menghargai proses, potensi, dan nilai dirinya tanpa terus membandingkan diri dengan orang lain di media sosial.

Kata Kunci : *self-esteem*, psikologi warna, animasi 2D, perbandingan sosial, media sosial

ANIMATION DESIGN FOR A SELF-ESTEEM THEMED PUBLIC SERVICE ADVERTISEMENT FOR GEN Z AGES 18-21

CALVIN FIKY YUDHA PRATAMA
42322010011

ABSTRACT

ABSTRACT

This project aims to develop a public service announcement (PSA) animation that enhances late adolescents' understanding of the impact of social comparison on social media toward self-esteem while optimizing the use of visual elements, particularly color psychology, as a non-verbal communication medium to represent the emotional condition of the main character. The variables examined in this project include the application of color psychology (hue, saturation, and value) as the visual variable and self-esteem among late adolescents as the primary communication focus. The target audience consists of adolescents aged 18–21 years who actively use social media. Data were collected through interviews with 10 respondents selected using a purposive sampling technique based on characteristics relevant to the target audience. The data were analyzed using a descriptive qualitative method combined with the Design Thinking approach, consisting of the stages of empathize, define, ideate, prototype, and testing. The findings indicate that social media is one of the factors contributing to social comparison behavior, which negatively affects the self-confidence of several respondents. Based on these findings, a one-minute two-dimensional animation entitled Waktuku Sendiri was designed to portray the journey of a young individual overcoming social comparison and gradually developing self-acceptance. The message is reinforced through the application of color psychology, beginning with the dominance of cool colors to represent emotional pressure and gradually transitioning into warm colors to symbolize self-acceptance and optimism. The final design demonstrates that the integration of color psychology, expressive character animation, and a relatable narrative effectively delivers the intended message in a communicative and emotionally engaging manner. Therefore, this animation is expected to serve as an educational medium that encourages adolescents to appreciate their personal growth, recognize their own potential, and value themselves without constantly comparing their lives to others on social media.

Keywords: self-esteem, color psychology, 2D animation, social comparison, social media

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	0
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH DI REPOSITORI UMB	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Perancangan	3
1.4 Manfaat Perancangan	3
BAB II.....	5
2.1 Originalitas	5
2.2 Target Perancangan	9
2.3 Relevansi dan Konsekuensi Studi.....	10
2.3.1 Psikologi Warna	11
2.3.2 Teori Warna	11
2.3.3 Animasi dan Prinsipnya.....	12
2.3.4 <i>Self-esteem</i>	13
2.3.5 Iklan Layanan Masyarakat.....	14
2.4 Skema Proses Desain.....	14
2.4.1 <i>Emphatize</i>	15
2.4.2 <i>Define</i>	17
2.4.3 <i>Ideate</i>	18
2.4.4 <i>Prototype</i>	21
2.4.5 <i>Testing</i> (Pengujian).....	26

BAB III		27
3.1	<i>Positioning & Konsep Desain</i>	27
3.1.1	<i>Positioning Statement</i>	27
3.1.2	Konsep Desain	27
3.2	Strategi Pesan	28
3.3	Strategi Visual	29
3.3.1	Gaya Visual	30
3.3.2	Strategi Warna	30
3.3.3	Tipografi	30
3.3.4	Transisi	31
3.3.5	<i>Audio Visual / Backsound</i>	31
3.3.6	Strategi Distribusi Karya	32
BAB IV		34
4.1	Deskripsi Karya	34
4.1.1	Visual Karya	34
4.1.2	Hasil Relevansi Karya dengan Masalah Perancangan	44
4.2	Pameran Karya	52
4.2.1	Display Karya	53
4.2.2	Interaksi dengan Pengunjung	55
4.3	Hasil Uji Desain	57
4.3.1	Profil Pengguna	58
4.3.2	Umpan Balik Pengguna	59
4.4	Evaluasi Perancangan Karya	67
4.4.1	Kekuatan Karya	67
4.4.2	Kelemahan Karya	68
4.4.3	Rumusan Perbaikan Karya	68
BAB V		70
5.1	Kesimpulan	70
5.2	Saran	70
DAFTAR PUSTAKA		72
LAMPIRAN		76

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Originalitas.....	9
Tabel 2. 1 Empathy Map	17
Tabel 2.2 Kebutuhan Animasi.....	22
Tabel 2.3 Storyboard.....	25
Tabel 3.1 Strategi Pesan	29
Tabel 3.2 Strategi Distribusi Karya.....	33
Tabel 4. 1 Hasil Form Umpan Balik	64
Tabel 4.2 Hasil Form Umpan Balik	66
Tabel 4.3 Rumusan Perbaikan Karya.....	69



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Skema Proses Desain	15
Gambar 2.2 Mindmapping	18
Gambar 2.3 Moodboard	19
Gambar 2.4 Desain Karakter.....	19
Gambar 3.1 Konsep Desain.....	28
Gambar 3.2 Ilustrasi Karakter Liam.....	30
Gambar 3. 3 Fredoka Font	31
Gambar 3.4 Noto Sans Font	31
Gambar 4.1 Penyajian Pesan.....	34
Gambar 4.2 Penyajian Pesan.....	35
Gambar 4.3 Penyajian Pesan.....	35
Gambar 4.4 Penyajian Pesan.....	36
Gambar 4.5 Penyajian Pesan.....	36
Gambar 4.6 Penyajian Pesan.....	37
Gambar 4.7 Penggunaan Teori Warna	39
Gambar 4.8 Penggunaan Teori Warna	39
Gambar 4. 9 Penggunaan Anticipation	40
Gambar 4.10 Penggunaan Arc	41
Gambar 4.11 Slow in & Slow Out	41
Gambar 4.12 Slow in & Slow Out	41
Gambar 4.13 Slow in & Slow Out	42
Gambar 4.14 Penggunaan Timing & Spacing.....	42
Gambar 4.15 Digitalisasi Scene Animasi.....	43
Gambar 4.16 Attention.....	46
Gambar 4.17 Attention.....	46
Gambar 4.18 Attention.....	47
Gambar 4.19 Interest.....	47
Gambar 4.20 Search.....	48
Gambar 4.21 Search.....	49
Gambar 4.22 Action.....	49
Gambar 4.23 Action.....	50
Gambar 4.24 Share.....	50
Gambar 4.25 Share.....	51
Gambar 4.26 Poster Ideaspora	52
Gambar 4.27 Display Karya.....	53
Gambar 4.28 Display Karya.....	54
Gambar 4.29 QRCode	55
Gambar 4.30 Interaksi dengan Pengunjung	56
Gambar 4.31 Interaksi dengan Pengunjung	56
Gambar 4.32 Interaksi dengan Pengunjung	57
Gambar 4.33 Profil Pengguna	58
Gambar 4.34 Umpan Balik Form.....	59
Gambar 4.35 Hasil Form Umpan Balik	60
Gambar 4.36 Hasil Form Umpan Balik	60
Gambar 4. 37 Hasil Form Umpan Balik	61
Gambar 4.38 Hasil Form Umpan Balik	62
Gambar 4.39 Hasil Form Umpan Balik	63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Bukti Bimbingan / Asistensi.....	76
Lampiran 2. Catatan Penguji.....	76
Lampiran 3. Similarity Check	77
Lampiran 4. Hasil Wawancara Psikolog.....	78
Lampiran 5. Hasil Wawancara Animator.....	80
Lampiran 6. Wawancara Target Audiens.....	81
Lampiran 7. <i>Feedback</i> Audiens	82
Lampiran 8. Dokumentasi Pameran.....	84
Lampiran 9. Formulir Pendaftaran Sidang.....	85
Lampiran 10. CV Penulis	86

