



**PERANCANGAN VISUAL KAMPANYE “JAGA
ANTIBIOTIK” UNTUK GENERASI Z MELALUI
INSTAGRAM APOTEK K-24 RAWAMANGUN**

**TUGAS AKHIR
APLIKATIF**

**UNIVERSITAS
LIANA HIDAYATI
42322120009
MERCU BUANA**

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



**PERANCANGAN VISUAL KAMPANYE “JAGA
ANTIBIOTIK” UNTUK GENERASI Z MELALUI
INSTAGRAM APOTEK K-24 RAWAMANGUN**

**TUGAS AKHIR
APLIKATIF**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana**

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**LIANA HIDAYATI
42322120009**

**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 : Liana Hidayati

NIM : 42322120009

Fakultas/Program Studi : FDSK/Desain Komunikasi Visual

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:

“PERANCANGAN VISUAL KAMPANYE “JAGA ANTIBIOTIK”
UNTUK GENERASI Z MELALUI INSTAGRAM APOTEK K-24
RAWAMANGUN” 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.

Jakarta, 15 Juli 2026



Liana Hidayati

PERNYATAAN SIMILARITY CHECK

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

Nama : Liana Hidayati

NIM : 42322120009

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Fakultas Desain dan Seni Kreatif

Dengan judul **“Perancangan Visual Kampanye "Jaga Antibiotik" Untuk Generasi Z Melalui Instagram Apotek K-24 Rawamangun”** telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 22 Juli 2026 didapatkan nilai persentase sebesar 27%.

Jakarta, 22 Juli 2026
Administrator Turnitin

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Anwar Maulana, ST

HALAMAN PENGESAHAN

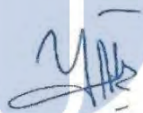
Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Liana Hidayati
NIM : 42322120009
Fakultas/Program Studi : Fakultas Desain dan Seni Kreatif / Desain
Komunikasi Visual
Judul Tugas Akhir : Perancangan Visual Kampanye "Jaga Antibiotik"
Untuk Generasi Z Melalui Instagram Apotek K-24
Rawamangun

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 21 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



(Fatimah Yasmin Hasni, S.Sos, M.Ds)

NIDN: 317078006

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

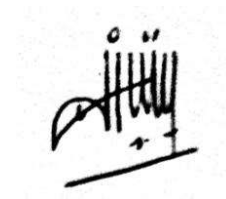
KATA PENGANTAR

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 di Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain dan Seni Kreatif, Universitas Mercu Buana Jakarta. 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. Bapak Dr. Agus Budi Setayawan, S.Ds, M.Sn., selaku Dekan Fakultas Desain dan Seni Kreatif.
3. Bapak Irfandi Musnur, S.Pd, M.Sn., selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual.
4. Ibu Fatimah Yasmin Hasni, S.Sos, M.Ds., selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
5. Ibu apt. Nurlela, S.Farm., selaku Apoteker Penanggung Jawab Apotek K-24 Rawamangun yang telah membantu memberikan izin dan informasi dalam proses pengerjaan tugas akhir.
6. Ibu dr. Monthy Lerissa Indreswari, selaku Narasumber di Apotek K-24 Rawamangun.
7. Ibu apt. Indriyati S.Farm., selaku Narasumber pada kegiatan *talkshow* kampanye.
8. Orang tua dan keluarga, yang selalu memberikan dukungan doa dan motivasi.
9. Rekan-rekan mahasiswa DKV yang telah memberikan masukan dan dukungan selama proses tugas akhir.
10. Seluruh pihak yang telah memberikan bantuan, dukungan, dan kontribusi selama proses penyusunan tugas akhir ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

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.

Jakarta, 15 Juli 2026



Liana Hidayati



HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

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

Nama : Liana Hidayati
NIM : 42322120009
Fakultas/Program Studi : FDSK/Desain Komunikasi Visual
Judul Tugas Akhir : Perancangan Visual Kampanye “Jaga Antibiotik”
Untuk Generasi Z Melalui Instagram Apotek K-24
Rawamangun.

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.

MERCU BUANA

Jakarta, 15 Juli 2026

Yang menyatakan,



(Liana Hidayati)

PERANCANGAN VISUAL KAMPANYE “JAGA ANTIBIOTIK” UNTUK GENERASI Z MELALUI INSTAGRAM APOTEK K-24 RAWAMANGUN

LIANA HIDAYATI

ABSTRAK

Rendahnya pemahaman Generasi Z mengenai penggunaan antibiotik secara bijak masih menjadi salah satu faktor terhadap meningkatnya risiko resistensi antibiotik. Kesalahan penggunaan antibiotik, seperti mengonsumsi antibiotik tanpa resep dokter, menggunakan antibiotik untuk infeksi virus, serta menghentikan konsumsi obat sebelum terapi selesai, menunjukkan perlunya media edukasi yang sesuai dengan karakteristik Generasi Z. Perancangan ini bertujuan merancang visual kampanye “Jaga Antibiotik” melalui media Instagram Apotek K-24 Rawamangun sebagai media edukasi kesehatan yang persuasif, komunikatif, dan interaktif untuk meningkatkan kesadaran mengenai penggunaan antibiotik secara bijak. Penelitian menggunakan metode *Design Thinking* yang meliputi tahapan *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, studi pustaka, wawancara, dan penyebaran kuesioner kepada responden dengan rentang usia 14-29 tahun. Hasil perancangan berupa media utama Instagram yang terdiri atas konten infografis, carousel, dan *stories*, didukung media cetak, *merchandise*, serta kegiatan pameran dan *talkshow*. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa media kampanye memperoleh tanggapan positif, dengan mayoritas responden menyatakan visual kampanye menarik perhatian, informasi mudah dipahami, serta mampu meningkatkan pemahaman mengenai penggunaan antibiotik dengan bijak dan bahaya resistensi antibiotik. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa perancangan visual kampanye “Jaga Antibiotik” berhasil menghasilkan media komunikasi visual yang efektif, sesuai dengan karakteristik Generasi Z, serta berpotensi meningkatkan kesadaran masyarakat dalam menggunakan antibiotik secara bijak sebagai upaya pencegahan resistensi antibiotik.

Kata Kunci: Kampanye, Resistensi Antibiotik, Instagram, Generasi Z, Infografis.

**DESIGNING THE VISUAL CAMPAIGN “JAGA ANTIBIOTIK” FOR
GENERATION Z THROUGH THE INSTAGRAM ACCOUNT OF K-24
RAWAMANGUN PHARMACY**

LIANA HIDAYATI

ABSTRACT

The low level of Generation Z's awareness regarding the appropriate use of antibiotics remains one of the contributing factors to the increasing risk of antibiotic resistance. Misuse of antibiotics, such as taking antibiotics without a doctor's prescription, using antibiotics to treat viral infections, and discontinuing antibiotic treatment before completing the prescribed course, highlights the need for educational media tailored to the characteristics of Generation Z. This project aimed to design a visual campaign entitled "Jaga Antibiotik" through the Instagram account of K-24 Rawamangun Pharmacy as a persuasive, communicative, and interactive health education medium to promote awareness of the rational use of antibiotics. The study employed the Design Thinking method, which consists of five stages: empathize, define, ideate, prototype, and test. Data were collected through observation, literature review, interviews, and questionnaire distribution to respondents aged 14–29 years. The campaign produced Instagram-based visual content as the primary medium, including infographics, carousel posts, and Instagram Stories, supported by printed promotional materials, merchandise, exhibitions, and talkshow activities. The evaluation results indicated that the campaign received positive responses from participants. The majority of respondents stated that the campaign's visual design successfully attracted their attention, the information was easy to understand, and the campaign effectively enhanced their understanding of the appropriate use of antibiotics and the dangers of antibiotic resistance. Based on these findings, it can be concluded that the "Jaga Antibiotik" visual campaign successfully produced an effective visual communication medium that aligns with the characteristics of Generation Z and has the potential to increase public awareness of responsible antibiotic use as an effort to prevent antibiotic resistance.

Keywords: Campaign, Antibiotic Resistance, Instagram, Generation Z, Infographics.

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	
TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB	vii
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Perancangan.....	1
1.2. Rumusan Masalah Perancangan.....	3
1.3. Tujuan Perancangan.....	3
1.4. Manfaat Perancangan.....	3
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1. Orisinalitas	5
2.2. Target Perancangan.....	13
2.3. Relevansi & Konsekuensi Studi.....	14
2.4. Skema Proses Desain	23
BAB III. ANALISIS DATA DAN PERANCANGAN.....	27
3.1. Positioning dan Konsep Desain	27
3.2. Strategi Pesan	33
3.3. Strategi Visual.....	34
3.4. Strategi Distribusi Karya.....	36
BAB IV. HASIL KARYA DESAIN.....	40
4.1. Deskripsi Karya	40
4.2. Pameran Karya	58
4.3. Hasil Uji Desain	62
4.4. Evaluasi Perancangan Karya.....	72

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	77
5.1. Kesimpulan.....	77
5.2. Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN.....	83



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Referensi Karya Sejenis.....	5
Tabel 3.1. <i>Storyline</i> Infografis Dinamis.....	30
Tabel 3.2. <i>Timeline</i> Kampanye.....	38
Tabel 4.1. Media Utama Kampanye.....	43
Tabel 5.1. Metode AISAS kampanye “Jaga Antibiotik”.....	57
Tabel 5.2. Profil Pengguna Kampanye “Jaga Antibiotik”.....	62



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Ukuran <i>Instagram Post</i>	21
Gambar 2.2. Skema Proses <i>Design Thinking</i>	23
Gambar 2.3. Tingkat Pemahaman Antibiotik.....	24
Gambar 2.4. <i>Mind mapping</i>	24
Gambar 2.5. <i>Moodboard</i>	25
Gambar 3.1. Sketsa Perancangan.....	28
Gambar 3.2. Eksplorasi <i>Feed Instagram</i>	28
Gambar 3.3. Eksplorasi Logo Kampanye.....	29
Gambar 3.4. <i>Layout</i>	29
Gambar 3.5. Pesan Informasi dalam Infografis.....	30
Gambar 3.6. Sketsa Karakter.....	31
Gambar 3.7. Pengembangan Karakter.....	32
Gambar 4.1. Logo Kampanye “Jaga Antibiotik”	40
Gambar 4.2. <i>Feed Instagram</i> “Jaga Antibiotik”	42
Gambar 4.3. <i>Pouch</i>	48
Gambar 4.4. <i>Hand Sinitizer</i>	48
Gambar 4.5. <i>Sticker Kiss Cut</i>	48
Gambar 4.6. <i>Sticker Die Cut</i>	49
Gambar 4.7. <i>Keychain</i>	49
Gambar 4.8. <i>Tumblr</i>	49
Gambar 4.9. <i>Standing Ballon</i>	50
Gambar 4.10. <i>Standing Poster A2</i>	51
Gambar 4.11. <i>X-Banner</i>	51
Gambar 4.12. Poster A4.....	52
Gambar 4.13. <i>Bifold</i>	52
Gambar 4.14. Palet Warna.....	53
Gambar 4.15. Tipografi Kampanye “Jaga Antibiotik”.....	54
Gambar 4.16. Poster Pameran “Artopia”	58
Gambar 4.17. Pembukaan Pameran “Artopia”	59
Gambar 4.18. Kegiatan Pameran.....	60
Gambar 4.19. Kegiatan Talkshow.....	61
Gambar 4.20. Karakteristik Responden.....	63
Gambar 4.21. Diagram Respon terhadap Visual.....	64
Gambar 4.22. Diagram Respon Pemahaman Pesan Kampanye.....	66
Gambar 4.23. Diagram Respon Ketertarikan kampanye di Instagram.....	68
Gambar 4.24. Saran dan Masukan Responden.....	70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Bukti Bimbingan Tugas Akhir.....	83
Lampiran 2. Catatan Komentar Dosen Penguji Sidang Akhir.....	84
Lampiran 3. Kuesioner Visual Kampanye “Jaga Antibiotik”.....	85
Lampiran 4. Dokumentasi Pameran Karya.....	86
Lampiran 5. <i>Curriculum Vitae</i>	87

