

## ABSTRAK

### VIDEO IKLAN LAYANAN MASYARAKAT “PINTAR MENYIKAPI BERITA HOAX”

Pertanggung Jawaban Tertulis  
Program Studi Desain dan Seni Kreatif Jurusan Desain Komunikasi  
Visual  
Universitas Mercu Buana Jakarta, 2017

Oleh: **Suherman Harsyah**

Tugas akhir ini merupakan wujud dari hasil keresahan penulis serta masyarakat akibat maraknya berita *hoax* saat ini dan juga untuk merespon fakta yang terjadi bahwa sudah banyaknya korban dari berita *hoax* diluar sana yang dirugikan secara materil dan immateril. Karena ternyata level pendidikan seseorang pun tidak membuatnya kebal terhadap *hoax*, tidak ingin penyebaran *hoax* menjadi sarana mudah untuk kerusakan bangsa penulis pun membuat kampanye dengan media video “AWAS HOAX” yang kisahnya terinspirasi dari kisah nyata dampak buruk berita *hoax* yang pernah terjadi di Pilkada DKI tahun 2017 dan lebih mengangkat gaya kehidupan mahasiswa/i saat ini sehingga sesuai dan mudah diterima oleh target audiens. Penyebaran video kampanye pun melalui media sosial seperti *Instagram dan Youtube* agar dapat dengan luas dan bertahan dalam jangka waktu lama untuk bisa dilihat masyarakat.

Kata Kunci : Hoax, Kampanye, Media sosial

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## **ABSTRACT**

### **VIDEO ADVERTISING COMMUNITY SERVICES "BE SMART ABOUT HOAX NEWS"**

Written Project Report  
Study Programs Design and Creative Arts Department of Visual Communication  
Design  
Mercu Buana University Jakarta, 2017

By: **Suherman Harsyah**

This final project is a manifestation of the results of writers' unrest as well as the public due to the current hoax news and also to respond to the fact that there are already many victims from the hoax news out there who harmed the material and immaterial. Because it turns out that one's educational level does not make it immune to hoaxes, do not want the spread of hoax becomes an easy means to damage the nation of writers also made a campaign with video media "AWASHOAX" whose story inspired from the true story of bad news hoax impact ever happened in elections DKI year 2017 and further elevates the lifestyle of students today so that it is appropriate and readily accepted by the target audience. The spread of video campaigns through social media such as Instagram and Youtube in order to broadly and persist in the long term to be seen by the public.

Keywords: *Hoax, Campaign, Social media*



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA