

TUGAS AKHIR
**PERANCANGAN KAMPANYE DIGITAL BODY POSITIVITY
MENGHAPUS STIGMA STANDAR KECANTIKAN**

**Diajukan Guna Melengkapi Sebagian Syarat
dalam Mencapai Gelar Sarjana Strata Satu (S1)**



Oleh :

Theo Anugrah Septiano

NIM 42317210032

Program Studi Desain Komunikasi Visual

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Dosen pembimbing :

Savitri, S.Sn, M.Ds

FAKULTAS DESAIN DAN SENI KREATIF
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JATISAMPURNA
2021

	LEMBAR PERNYATAAN SIDANG SARJANA KOMPREHENSIF LOKAL FAKULTAS DESAIN DAN SENI KREATIF UNIVERSITAS MERCU BUANA	Q
---	---	----------

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Theo Anugrah Septiano
NIM : 42317210032
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Fakultas Desain dan Seni Kreatif

Menyatakan bahwa Tugas Akhir ini menyatakan karya asli, bukan jiplakan (duplikat) dari karya orang lain. Apabila ternyata pernyataan saya ini tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi berupa pembatalan gelar sarjana saya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dapat dipertanggung jawabkan sepenuhnya.

Bekasi, 13 July 2021
 Yang memberikan pernyataan,



 (Theo Anugrah Septiano)



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

	LEMBAR PENGESAHAN SIDANG SARJANA KOMPREHENSIF LOKAL FAKULTAS DESAIN DAN SENI KREATIF UNIVERSITAS MERCU BUANA	
---	---	---

Semester: 8

Tahun akademik: 2020/2021

Tugas akhir ini untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Desain, jenjang pendidikan Strata 1 (S-1), Program Studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Desain dan Seni Kreatif, Universitas Mercu Buana, Jatisampurna.

Judul Tugas Akhir : Perancangan Kampanye Digital Body Positivity Menghapus Stigma Standar Kecantikan

Disusun Oleh :

Nama : Theo Anugrah Septiano

NIM : 42317210032

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Telah diajukan dan dinyatakan **LULUS** pada Sidang Sarjana Tanggal 21 Juli 2021.

Pembimbing,

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Savitri, S.Sn, M.Ds

Bekasi, 21 Juli 2021

Mengetahui,
Koordinator Tugas Akhir



Oktavianus Bramantha, S.Ds, M.Ds

Mengetahui,
Ketua Program Studi Desain



Rika Hindraruminggar, S.Sn, M.Sn

PERANCANGAN KAMPANYE DIGITAL BODY POSITIVITY MENGHAPUS STIGMA STANDAR KECANTIKAN

Theo Anugrah Septiano

NIM 42317210032

ABSTRACT

For some, considering beauty or appearanceism is more dangerous than racism and sexism. Excessive expectations of the standards of beauty created make the definition of women ugly. One of the most common misconceptions in body positivity is the involvement of feelings in it. Please note, that body positivity does not mean that it should look beautiful and awesome every second, every day. Nor should we praise every aspect of one's appearance, all we need is our judgment of ourselves. Beauty standards have changed a person in seeing his body image to negative. As a result, many women consider themselves bad to have an effect on their confidence and psychology. Eating disorders to body dysmorphic disorders (BDD). This final task forms a campaign so that people do not view the physical or appearance of a person "beauty standards" to take steps such as providing information or education in the form of an infographic and hammering social media so that the stigma of the beauty standard does not continue to exist in every point of view of society that affects the sense of self-distrust in a person so that mental disorders occur. With the aim of forming a campaign to change a person to be more confident and the presence of body positivity in everyone and dare to voice freedom for their appearance and physique.

Key Word: (*Body Positivity, Standar Kecantikan, Desain Kampanye, Infografis, Illustration, Media Sosial*)

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

PERANCANGAN KAMPANYE DIGITAL BODY POSITIVITY MENGHAPUS STIGMA STANDAR KECANTIKAN

Theo Anugrah Septiano

NIM 42317210032

ABSTRAK

Bagi sebagian orang, menganggap kecantikan atau tampilanisme merupakan hal yang lebih berbahaya dari pada rasisme dan sekisme. Ekspetasi yang berlebihan terhadap standar kecantikan yang diciptakan membuat adanya definisi perempuan jelek. Salah satu kesalahpahaman yang paling sering terjadi dalam *body positivity* adalah keterlibatan perasaan di dalamnya. Perlu diketahui, bahwa *body positivity* bukan berarti harus terlihat cantik dan mengagumkan setiap detik, setiap hari. Kita pun tak harus memuji setiap aspek penampilan seseorang, yang kita perlukan adalah penilaian kita terhadap diri sendiri. Standar kecantikan telah mengubah seseorang dalam melihat citra tubuhnya (*body image*) menjadi negatif. Akibatnya, banyak perempuan yang menganggap diri mereka buruk hingga berpengaruh pada kepercayaan diri dan psikologinya. gangguan makan hingga gangguan ketidakpuasan diri terhadap penampilan tubuh (*Body Dysmorphic Disorder/BDD*). Tugas akhir ini membentuk sebuah kampanye agar masyarakat tidak memandang fisik atau penampilan seseorang “standar kecantikan” melakukan langkah seperti memberikan informasi atau edukasi berupa sebuah infografis dan melalui sosial media agar stigma dari standar kecantikan tersebut tidak terus ada pada setiap sudut pandang masyarakat yang mempengaruhi rasa ketidakpercayaan diri pada seseorang sehingga terjadi gangguan mental. Dengan tujuan membentuk kampanye mengubah seseorang agar lebih percaya diri dan adanya *body positivity* pada setiap orang dan berani menyuarakan kebebasan atas penampilan dan fisik yang mereka punya.

Kata Kunci: (*Body Positivity, Standar Kecantikan, Desain Kampanye, Infografis, Illustration, Media Sosial*)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT atas berkat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Perancangan Tugas Akhir yang berjudul “Perancangan Kampanye Digital *Body Positivity* Menghapus Stigma Standar Kecantikan” dengan sebaik-baiknya dan dapat diselesaikan sesuai waktu yang sudah ditentukan. Dalam proses perancangan Kampanye ini perancang menggunakan hasil riset yang perancang tulis sendiri yang berjudul “Tinjauan Infografis *Body Positivity* Untuk Menghapus Stigma Standar Kecantikan”. Dalam penyusunan laporan ini, tentunya banyak pihak yang telah memberikan bantuan kepada penulis. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Savitri, S.Sn, M.Ds selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir dan proses perancangan, memberi masukan sehingga penulis dapat lebih menyempurnakan Laporan Tugas Akhir ini.
2. Kepada Ibu Rika Hindraruminggar, S.Sn, M.Sn selaku Ketua Prodi, Ibu Dwi Ramayanti M.Sn selaku Sekretaris Prodi.
3. Kepada kedua Orang Tua, yang selalu senantiasa memberikan dukungan doa maupun materil kepada perancang.
4. Desain Komukasi Visual'17 dan para sahabat yang telah memberikan masukan terhadap proses perancangan serta dukungannya agar lulus bersama dan terima kasih atas kekompakan dan rangkulannya .
5. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan.

Dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir ini semoga dapat bermanfaat bagi masyarakat luas, dan untuk karya yang sudah dirancang semoga dapat tersampaikan dan dapat merubah stigma buruk yang masih melekat pada masyarakat. Penulis juga mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak demi perbaikan yang bersifat membangun atas laporan ini.

Akhirnya dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih dan semoga laporan Tugas Akhir ini dapat bermanfaat dan menambah ilmu pengetahuan bagi para pembacanya.

Bekasi, 17 Juni 2021

Penulis.



(Theo Anugrah Septiano)



DAFTAR ISI

COVER DALAM	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
ABSTRACT	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Perancangan	1
B. Tujuan Perancangan	3
C. Manfaat Perancangan	3
1. Manfaat bagi diri sendiri	3
2. Manfaat bagi institusi	3
3. Manfaat bagi ilmu	4
II. METODE PERANCANGAN	5
A. Orisinalitas	5
B. Target/Kelompok Pengguna	10
C. Relevansi dan Konsekuensi Studi	11
1. Logika Dasar Perancangan	11
2. Teknologi Yang Dibutuhkan	12
3. Biaya	13
D. Skema Proses Desain	13
1. Riset/Pengumpulan Data	14
2. Data dan Identifikasi Masalah	14
3. Perancangan Konsep	14
4. Pemilihan Media	17
5. Pra Production	17
6. Production	19
7. Review dan Revisi	19
8. Publikasi	20
III. DATA DAN ANALISA PERANCANGAN	21
A. Data Aspek Komunikas Karya Perancangan	21
1. Kampanye Sosial	21
2. Jenis Kampanye	22

3. Teori AIDA	22
B. Data Aspek Teknis Karya Perancangan	25
1. Media Sosial Sebagai Media Promosi	25
2. Software	25
C. Data aspek keindahan karya perancangan	25
1. Teori Infografis	25
2. Teori Layout	26
3. Teori Ilustrasi	28
4. Teori Warna	29
IV. KONSEP PERANCANGAN DAN HASIL DESAIN	31
A. Tataran Lingkungan/Komunitas (Community Level)	31
1. Analisa Pengguna/Komunitas	31
2. Kontribusi Pada Masyarakat	31
B. Tataran System (System Level)	31
1. Cara Kerja Karya	31
2. Cara Penyebaran/Distribusi Karya	32
C. Tataran Produk (Product Level)	41
1. Deskripsi Produk	41
2. Spesifikasi Teknis Karya	41
3. Desain Layout Karya	43
a. Axial Layout	43
b. Big Type Layout	46
c. Circus Layout	47
4. Tas/Totebag	48
5. Botol Minum/Tumblr	49
6. X – banner	50
7. Sticker	51
8. T – shirt	52
9. Poster	53
10. Phone Case	54
11. Masker	55
12. Id card dan Lanyard	56
13. Card E-Money	57
14. Memo Book	58
15. Light Banner	59
16. Bantal	60
17. Mug	61
18. Payung	62

D. Tataran Komponen (Components Level)	63
1. Konsep Ilustrasi	63
2. Konsep Warna	64
3. Tipografi	65
4. Konsep Material	65
5. Konsep Proteksi Karya	66
V. UJI DESAIN	67
A. Deskripsi karya	67
B. Kegiatan uji desain	68
1. Publikasi Karya	68
2. Instagram	70
3. Uji Ahli/Pakar Desain	71
4. Uji Materi dan Ahli Media	72
5. Observasi dan Wawancara	72
C. Hasil uji desain	75
KEPUSTAKAAN	77
LAMPIRAN	80



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Perancangan Kampanye Pemandang.....	5
Gambar 2. Kampanye Body Positivity Melalui Brand.....	8
Gambar 3. Kampanye Organisasi Pemuda.....	9
Gambar 4. Diagram pie Usia responden.....	10
Gambar 5. Skema Proses Perancangan.....	13
Gambar 6. Mind Mapping.....	15
Gambar 7. Roughsketch.....	15
Gambar 8. Ilustrasi 1.....	16
Gambar 9. Ilustrasi 2.....	16
Gambar 10. Ilustrasi 3.....	16
Gambar 11. Proses produksi 1.....	19
Gambar 12. Proses produksi 2.....	19
Gambar 13. Media Sosial Instagram.....	20
Gambar 14. Publikasi di Situs Web Galery FDSK.....	20
Gambar 15. Skema Alur Kampanye.....	23
Gambar 16. Akun Instagram Solek.idn.....	32
Gambar 17. Konten Instagram Solek.idn 1.....	32
Gambar 18. Konten Instagram Solek.idn 2.....	33
Gambar 19. Konten Instagram Solek.idn 3.....	33
Gambar 20. Konten Instagram Solek.idn 4.....	34
Gambar 21. Konten Instagram Solek.idn 5.....	34
Gambar 22. Konten Instagram Solek.idn 6.....	35
Gambar 23. Konten Instagram Solek.idn 7.....	35
Gambar 24. Konten Instagram Solek.idn 8.....	36
Gambar 25. Konten Instagram Solek.idn 9.....	36
Gambar 26. Konten Instagram Solek.idn 10.....	37

Gambar 27. Konten Instagram Solek.idn 11	37
Gambar 28. Konten Instagram Solek.idn 12	38
Gambar 29. Konten Instagram Solek.idn 13	38
Gambar 30. Konten Instagram Solek.idn 14	39
Gambar 31. Konten Instagram Solek.idn 15	39
Gambar 32. Publish Youtube Solek.idn	40
Gambar 33. Konten Twitter Solek.idn	40
Gambar 34. Layout Konten Instagram 1	44
Gambar 35. Layout Konten Instagram 2	44
Gambar 36. Layout Konten Instagram 3	45
Gambar 37. Layout Konten Instagram 4	45
Gambar 38. Layout Konten Instagram 5	46
Gambar 39. Layout Konten Instagram 6	46
Gambar 40. Layout Konten Instagram 7	47
Gambar 41. Layout Konten Instagram 8	47
Gambar 42. Totebag	48
Gambar 43. Tumblr	49
Gambar 44. X – banner	50
Gambar 45. Sticker	51
Gambar 46. T – shirt	52
Gambar 47. Poster	53
Gambar 48. Phone Case	54
Gambar 49. Masker	55
Gambar 50. Id card dan Lanyard	56
Gambar 51. Card E-Money	57
Gambar 52. Memo Book	58
Gambar 53. Light Banner	59
Gambar 54. Bantal	60

Gambar 55. Mug	61
Gambar 56. Payung	62
Gambar 57. Konten Instagram	56
Gambar 58. Skema Warna	57
Gambar 59. Skema Font	58
Gambar 60. Display Karya dan Penjelasan	60
Gambar 61. Pameran Karya Melalui Situs	61
Gambar 62. Pameran Karya Melalui Situs	62
Gambar 63. Total Views dan Likes	63
Gambar 64. Media Instagram	63
Gambar 65. Komentar Pakar	64
Gambar 66. Komentar Viewers Galery FDSK	69
Gambar 67. Kritik dan Saran Google Form	69



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kartu Asistensi	71
Lampiran 2. Screenshot Kegiatan Pembukaan Pameran.....	72
Lampiran 3. Bukti Asistensi Online Dosen Pembimbing.....	72



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Karya Sejenis.....	9
Tabel 2. Perkiraan Biaya Kampanye	13
Tabel 3. Proses pra produksi	17

