

Tugas Akhir
“PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL *SELF LOVE*
DI INSTAGRAM”

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



Oleh :

Syifa Agnesya


NIM 42317210052

Program Studi Desain Komunikasi Visual

Dosen Pembimbing :

Dwi Ramayanti, M. Sn

FAKULTAS DESAIN DAN SENI KREATIF
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2021

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

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Syifa Agnesya**
 Nomor Induk Mahasiswa : 42317210052
 Jurusan/Program Studi : Desain Komunikasi Visual
 Fakultas : Fakultas Desain dan Seni Kreatif

Menyatakan bahwa Tugas Akhir ini merupakan 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.

Bogor, 27 Juli 2021

Yang memberikan pernyataan,



Syifa Agnesya

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

Semester: Genap

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, Jakarta.

Judul Tugas Akhir : Perancangan Kampanye Sosial Self Love di Instagram

Disusun Oleh,

Nama : Syifa Agnesya

Nomor Induk Mahasiswa : 42317210052

Jurusan/Program Studi : Desain Komunikasi Visual

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

Pembimbing,



Dwi Ramayanti, M.Sn

Jakarta, 21 Juli 2021

Mengetahui,

Koordinator Tugas Akhir



Octavianus Bramantha, S.Ds, M.Ds

Ketua Program Studi



Rika Hindraruminggar, S.Sn, M.Sn

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL
SELF LOVE DI INSTAGRAM**

Syifa Agnesya

NIM 42317210052

ABSTRACT

Self Love is loving yourself with the way it is to make life better. Most people think that self-love is just a little confidence. But, self-love is we accept and appreciate all things related to ourselves both physical, mind, and liver. Self love is very important to teenage lives, both in the psychosocial, cultural, and teenage mental. The problem with physical changes and so on makes teenagers have low self-love.

This design is performed as a media to improve the concern and attitude of the adulterer via social media as a major media. This design is expected to increase the importance of loving yourself as it is to teenagers.

Keywords: *Self Love, Social campaign, Instagram, Social Media*



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL
SELF LOVE DI INSTAGRAM**

Syifa Agnesya

NIM 42317210052

ABSTRAK

Self Love merupakan mencintai diri sendiri dengan apa adanya agar hidup lebih baik. Kebanyakan orang menganggap *self love* hanya sebatas kepercayaan diri. Padahal, *self love* adalah kita menerima dan menghargai semua hal yang terkait dengan diri kita sendiri baik fisik, pikiran, dan hati. *Self love* sangat penting untuk kehidupan remaja, baik dalam segi psikososial, kultural, dan mental remaja. Permasalahan tentang perubahan fisik dan sebagainya pun membuat remaja memiliki *self love* yang rendah.

Perancangan ini dilakukan sebagai media untuk meningkatkan rasa kepercayaan diri dan perubahan sikap dari para remaja melalui media sosial Instagram sebagai media utama. Perancangan ini diharapkan dapat meningkatkan pentingnya mencintai diri sendiri apa adanya pada remaja.

Kata kunci: *Self love, Kampanye Sosial, Instagram, Media Sosial*

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir ini dengan baik. Adapun judul tugas akhir yang penulis ambil sebagai berikut, “Perancangan Kampanye Sosial *Self Love* di Instagram”, merupakan syarat kelulusan Sarjana Strata satu (S1) di Universitas Mercu Buana.

Selama menyelesaikan Tugas Akhir ini, Penulis telah banyak menerima bimbingan, pengarahan, petunjuk dan saran yang membantu dari berbagai pihak. Untuk itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya yang terhormat :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Ngadino Surip, MS selaku rektor Universitas Mercu Buana
2. Bapak Octavianus Bramantha, S.Ds, M.Ds selaku Koordinator Tugas Akhir
3. Ibu M.Si Rika Hindraruminggar, S.Sn, M.Sn selaku ketua program studi Desain Komunikasi Visual
4. Ibu Dwi Ramayanti, M.Sn selaku dosen pembimbing Tugas Akhir
5. Orang tua dan keluarga tercinta yang telah mendukung, mendoakan dan membimbing saya selama menjalani studi hingga akhir penulisan Tugas Akhir.
6. Untuk para sahabat seperjuanganku, teman-teman Desain Komunikasi Visual Angkatan 2017 yang telah memberikan saran dan semangat.

Tugas Akhir ini diharapkan dapat bermanfaat untuk dijadikan sebagai referensi bagi mahasiswa jurusan Desain Komunikasi Visual yang ingin mengambil judul yang serupa.

Bogor, 19 Mei 2021

Syifa Agnesya

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Lembar Pernyataan	ii
Lembar Pengesahan	iii
Abstract	iv
Abstrak	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi	vii
Daftar Gambar	viii
Daftar Tabel	x
BAB I Pendahuluan	1
A. Latar Belakang Perancangan	1
B. Tujuan Perancangan	5
C. Manfaat Perancangan	5
BAB II Metode Perancangan	6
A. Orisinalitas	6
B. Target /Kelompok Pengguna (Khalayak Sasaran)	12
C. Relevansi dan Konsekuensi Studi	12
D. Skema Proses Desain	14
BAB III Data dan Analisa Perancangan	18
A. Data Aspek Komunikasi Karya Perancangan	18
B. Data Aspek Teknis Karya Perancangan	20
C. Data Aspek Keindahan Karya Perancangan	21
BAB IV Konsep Perancangan dan Hasil Desain	23
A. Tataran Lngkungan Data Komunitas	23
B. Tataran Sistem Karya	23
C. Tataran Produk	26
D. Tataran Komponen	57
BAB V Uji Desain	63
A. Deskripsi Karya	64
B. Kegiatan Uji Desain	64
C. Hasil Uji Desain	72
Daftar Pustaka	73
Lampiran	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Karya Tugas Akhir	6
Gambar 2.2 Karya Tugas Akhir	7
Gambar 2.3 Kampanye Sosial di Instagram.....	9
Gambar 2.4 Kampanye Sosial di Instagram.....	10
Gambar 2.5 Kampanye Sosial di Instagram.....	11
Gambar 2.6 Segmentasi usia.....	12
Gambar 2.7 Skema Proses Desain	14
Gambar 2.8 Mind mapping.....	15
Gambar 2.9 Sketsa logo	15
Gambar 2.10 Sketsa karakter	16
Gambar 2.11 Comprehensive design	16
Gambar 2.12 Test.....	17
Gambar 4.1 Perencanaan Kampanye	23
Gambar 4.2 Instagram.....	27
Gambar 4.3 Informasi Self Love 1	29
Gambar 4.4 Informasi Self Love 2	30
Gambar 4.5 Informasi Self Love 3	31
Gambar 4.6 Dampak negarif 1	32
Gambar 4.7 Dampak negative 2	33
Gambar 4.8 Dampak negative 3.....	34
Gambar 4.9 Games/challenge	35
Gambar 4.10 Tips 1	37
Gambar 4.11 Tips 2	38
Gambar 4.12 Tips 3	39
Gambar 4.13 Edukasi 1.....	40
Gambar 4.14 Edukasi 2.....	42
Gambar 4.15 Edukasi 3.....	43
Gambar 4.16 Edukasi 4.....	44
Gambar 4.17 Edukasi 5.....	45
Gambar 4.18 Edukasi 6.....	46
Gambar 4.19 Home website.....	47
Gambar 4.20 About.....	47
Gambar 4.21 Self Love.....	48
Gambar 4.22 Media utama Instagram.....	49
Gambar 4.23 Poster.....	49
Gambar 4.24 Instagram Story Ads.....	50
Gambar 4.25 Website	50
Gambar 4.26 Totebag	50
Gambar 4.27 T-shirt.....	51
Gambar 4.28 Case handphone	51
Gambar 4.29 Kipas tangan/hand fan.....	51
Gambar 4.30 Sticker	52
Gambar 4.31 Desk calender	52
Gambar 4.32 Masker.....	52
Gambar 4.33 Desain layout postingan Instagram	54
Gambar 4.34 Template feed Instagram.....	55
Gambar 4.35 Layout feed Instagram.....	55
Gambar 4.36 Layout feed Instagram.....	56
Gambar 4.37 Layout feed Instagram.....	56
Gambar 4.38 Layout feed Instagram.....	56
Gambar 4.39 Logo	57
Gambar 4.40 Warna.....	57
Gambar 4.41 Font Logo.....	58
Gambar 4.42 Font Logo.....	58
Gambar 4.43 Konten Instagram.....	59
Gambar 4.44 Sketsa ilustrasi.....	60

Gambar 4.45 Media attention	61
Gambar 5.1 Konsep perancangan	63
Gambar 5.2 Publikasi karya di pameran	64
Gambar 5.3 Publikasi karya di pameran	65
Gambar 5.4 Publikasi karya di pameran	66
Gambar 5.5 Publikasi karya di pameran	67
Gambar 5.6 Views dan likes pada pameran	68
Gambar 5.7 Publikasi karya di Instagram	68
Gambar 5.8 Pendapat pakar desain	69
Gambar 5.9 Evaluasi	71
Gambar 5.10 Pendapat viewers	72



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Karya Inspirasi	6
Tabel 2 Karya Inspirasi	7
Tabel 3 Karya Inspirasi.....	8
Tabel 4 Karya Inspirasi.....	9
Tabel 5 Karya Inspirasi.....	10
Tabel 6 Karya Inspirasi.....	11
Tabel 7 Perencanaan Kampanye	24
Tabel 8 Perencanaan Kampanye.....	25
Tabel 9 Perencanaan Kampanye.....	26
Tabel 10 Isi Konten.....	27
Tabel 11 Isi Konten.....	28
Tabel 12 Isi Konten.....	29
Tabel 13 Isi Konten.....	30
Tabel 14 Isi Konten	31
Tabel 15 Isi Konten	32
Tabel 16 Isi Konten.....	33
Tabel 17 Isi Konten.....	34
Tabel 18 Isi Konten.....	35
Tabel 19 Isi Konten.....	36
Tabel 20 Isi Konten.....	37
Tabel 21 Isi Konten.....	38
Tabel 22 Isi Konten.....	39
Tabel 23 Isi Konten.....	40
Tabel 24 Isi Konten.....	41
Tabel 25 Isi Konten.....	42
Tabel 26 Isi Konten.....	43
Tabel 27 Isi Konten.....	44
Tabel 28 Isi Konten.....	45
Tabel 29 Isi Konten.....	46
Tabel 30 Spesifikasi Teknis Karya	53
Tabel 31 Deskripsi Karakter	60
Tabel 27 Pertanyaan Evaluasi Awal dan Akhir.....	70

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

Kartu Asistensi 65
CV Narasumber/Pakar/Ahli Desain 66
Dokumentasi Kegiatan Uji Desain..... 67



UNIVERSITAS
MERCU BUANA