

TUGAS AKHIR
"PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL
BIJAK MENGGUNAKAN PINJAMAN ONLINE"

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



Disusun Oleh :

Nandana Kanizar Rajasa

42319010035

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Dosen Pembimbing :

Dr. Ariani Kusuma Wardhani, S.Ds, M.DsS. Cs

FAKULTAS DESAIN DAN SENI KREATIF

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2023

LEMBAR PERNYATAAN

HALAMAN PERNYATAAN

 MERCU BUANA	LEMBAR PERNYATAAN LAPORAN TUGAS AKHIR PROGRAM STUDI KOMUNIKASI VISUAL FAKULTAS DESAIN DAN SENI KREATIF UNIVERSITAS MERCU BUANA	Q
--	---	---

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nandana Kanizar Rajasa

Nomor Induk Mahasiswa : 42319010035

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.

Jakarta, 1 September 2023

Yang memberikan pernyataan,



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Nandana Kanizar Rajasa

HALAMAN PENGESAHAN

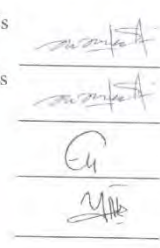
Laporan Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Nandana Kanizar Rajasa
NIM : 42319010035
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Judul Tugas Akhir : PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL
BIJAK MENGGUNAKAN PINJAMAN
ONLINE

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S1) pada Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Desain dan Seni Kreatif Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing : Dr. Ariani Kusuma Wardhani, M.Ds, Cs
NIDN : 0324078004
Ketua Penguji : Dr. Ariani Kusuma Wardhani, M.Ds, Cs
NIDN : 0324078004
Penguji 1 : Edwar Juanda, S.Ds, M.Ikom
NIDN : 0318018803
Penguji 2 : Fatimah Yasmin Hasni S.Sos, M.Ds
NIDN : 0317078006




Four handwritten signatures are present, corresponding to the names listed in the table above. The first two signatures are for Dr. Ariani Kusuma Wardhani, the third for Edwar Juanda, and the fourth for Fatimah Yasmin Hasni.


Jakarta, 28 Agustus 2023

Mengetahui,

Dekan
Fakultas Desain dan Seni Kreatif

Ketua Program Studi
Desain Komunikasi Visual


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


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

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji serta syukur kami panjatkan kehadiran Allah SWT, karena dengan rahmat dan kuasa-Nya penulis dapat melaksanakan Tugas Akhir dan menyelesaikan makalah Tugas Akhir dengan judul **“Perancangan Kampanye Sosial Bijak Menggunakan Pinjaman Online”** ini dengan semaksimal mungkin dan tepat pada waktunya. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT. atas karunia-Nya memberikan kesehatan dan kecerdasan sehingga penulis dapat melaksanakan segala kegiatan dalam menyelesaikan proses penyusunan Tugas Akhir ini
2. Segenap keluarga besar penulis yang tidak pernah lelah untuk senantiasa memberikan semangat, doa, serta dukungan dan memberikan kepercayaan kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan laporan ini.
3. Ibu *Dr. Ariani Kusuma Wardhani, S.Ds, M.DsS. Cs* selaku dosen pembimbing yang sudah meluangkan waktunya untuk membantu dan membimbing hingga perancangan ini selesai.

Peneliti menyadari bahwa Laporan Tugas Akhir ini masih terdapat kekurangan dalam penulisan dan penyusunan hingga hasil. Untuk itu, peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran dari pembaca. Akhir kata, semoga Laporan Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat pengetahuan bagi para pembaca dan bermanfaat untuk penulis, maupun pihak-pihak di lingkungan akademik lainnya.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Tangerang, 26 Mei 2023



Nandana Kanizar Rajasa

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Nandana Kanizar Rajasa
NIM : 42319010035
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Judul Laporan Tugas Akhir : Perancangan Kampanye Sosial "Bijak Menggunakan Pinjaman Online"

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 Laporan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS

MERCU BUANA

Jakarta, 20 Juli 2023

Yang menyatakan,



Nandana Kanizar Rajasa

**"PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL
BIJAK MENGGUNAKAN PINJAMAN ONLINE"**

Nandana Kanizar Rajasa

42319010035

ABSTRAK

Kampanye sosial adalah sebuah gerakan komunikasi yang dilakukan untuk menyebarkan secara luas informasi yang diperlukan bagi masyarakat, bisa berbentuk ide atau gagasan ataupun bersifat ajakan. (Carl Hovland : 1960). Kampanye digital adalah salah satu cara dalam menyampaikan gagasan sosial kepada masyarakat umum dengan adanya kampanye digital maka informasi yang disampaikan menjadi lebih cepat tersebar karena dizaman sekarang ini sudah banyak orang yang menggunakan internet dalam kehidupan sehari hari. Salah satu contoh media digital dalam menyampaikan kampanye adalah Instagram, karena kemudahannya Instagram menjadi salah satu sosial media yang digemari oleh masyarakat. Salah satu contoh bentuk postingan dalam media sosial Instagram adalah infografis, Infografis merupakan desain visual yang menggabungkan visualisasi data, ilustrasi, teks dan gambar dalam satu kesatuan dan membentuk sebuah cerita. Saat ini, infografis menjadi media informasi yang diminati, karena visual yang sederhana sehingga mudah dipahami. Infografis menjadi pilihan baru untuk menyampaikan informasi, penggabungan penyampaian pembelajaran dan menghindari pembacaan juga tata letak yang menjenuhkan dengan visualisasi yang menyegarkan akan membantu audience menerima informasi lebih baik daripada tulisan yang terkesan panjang. (Hasni, 2019) Dengan menggunakan teknik pengumpulan data observasi, peneliti mengumpulkan data melalui studi pustaka dan wawancara yang mana kemudian setelah data didapatkan akan diolah menggunakan metode kualitatif deskriptif menggunakan sudut pandang dari teori infografis dan teori gestalt, penelitian ini akan menganalisis strategi komunikasi visual.

Kata kunci : Infografis, Instagram, Kampanye

**"PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL
BIJAK MENGGUNAKAN PINJAMAN ONLINE"**

Nandana Kanizar Rajasa

42319010035

ABSTRACT

A social campaign is a communication movement that is carried out to widely disseminate information needed for the community, which can be in the form of ideas or ideas or invitations. (Carl Hovland: 1960). Digital campaigns are one way of conveying social ideas to the general public with the existence of digital campaigns, the information conveyed becomes more quickly spread because in this day and age many people use the internet in their daily lives. One example of digital media in delivering campaigns is Instagram, because of its convenience Instagram is one of the social media that is favored by the public. One example of the form of posts on Instagram social media is infographics, Infographics are visual designs that combine data visualization, illustrations, text and images in one unit and form a story. Currently, infographics are a popular medium of information, because of the simple visuals that make it easy to understand. Infographics are a new choice for conveying information, combining learning delivery and avoiding reading as well as saturating layouts with refreshing visualizations will help the audience receive information better than writing that seems long. (Hasni, 2019) By using observation data collection techniques, researchers collect data through literature studies and interviews which then after the data is obtained will be processed using descriptive qualitative methods using the point of view of infographic theory and gestalt theory, this research will analyze visual communication strategies.

Keywords: Infographics, Instagram, Campaign

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Perancangan	1
1.2 Tujuan Perancangan	2
1.3 Manfaat perancangan	3
BAB II METODE PERANCANGAN.....	4
A. Orisinalitas.....	4
B. Kelompok Pengguna Produk.....	8
C. Relevansi dan Konsekuensi Studi	9
D. Skema Proses Kerja.....	10
BAB III DATA DAN ANALISA PERANCANGAN	13
A. Data Aspek Komunikasi Karya Perancangan.....	13
1. Infografis sebagai media komunikasi.....	13
2. Fintech Pinjaman Online	13
2.1 Pengertian.....	13

2.2 Karakteristik pinjaman online	14
B. Data Aspek Teknis Karya Perancangan	15
C. Data Aspek Keindahan Karya Perancangan.....	15
BAB IV KONSEP PERANCANGAN DAN HASIL DESAIN.....	22
A. Tataran Lingkungan / Komunitas (Community Level).....	22
1. Analisa pengguna/komunitas karya.....	22
2. Kontribusi pada masyarakat	22
B. Tataran Sistem (System Level).....	22
1. Cara kerja karya.....	22
2. Cara penyebaran/distribusi/penempatan karya.....	22
C. Tataran Produk (Product Level)	22
1. Proses Pra-Produksi.....	22
2. Proses Produksi	26
D. Tataran Komponen (Component Level).....	42
1. Konsep Visual	42
2. Konsep material.....	44
3. Konsep proteksi karya.....	44
BAB V UJI DESAIN	45
A. Deskripsi karya.....	45
B. Kegiatan Uji Desain.....	46
C. Hasil Uji Desain.....	50
D. Kesimpulan.....	54
DAFTAR PUSTAKA	55
LAMPIRAN	56

DAFTAR TABEL

Table 1 Referensi Karya TA Sejenis.....	5
Table 2 Referensi Karya TA Sejenis.....	7
Table 3 Biaya Produksi	9
Table 4 Referensi Visual	25
Table 5 Timeline Perancangan	28



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Skema Proses Kerja.....	10
Gambar 2 Desain infografis	23
Gambar 3 Consumer Journey	24
Gambar 4 Ketua Humas AFPI (Andi Taufan Garuda Putra)	26
Gambar 5 Lineart marcel.....	27
Gambar 6Final desain marcel.....	27
Gambar 7 Mindmap perancangan	28
Gambar 8 Desain Infografis	29
Gambar 9 Desain Infografis	30
Gambar 10 Desain Infografis	31
Gambar 11 Desain Infografis	32
Gambar 12 Desain Infografis	32
Gambar 13 Desain Infografis	33
Gambar 14 Desain Infografis	34
Gambar 15 Desain Infografis	34
Gambar 16 Desain Infografis	35
Gambar 17 Desain Infografis	35
Gambar 18 Desain Infografis	36
Gambar 19 Desain Infografis	37
Gambar 20 Desain Infografis	37
Gambar 21 Mockup Sosial Media.....	38
Gambar 22 Poster	39
Gambar 23 X banner	40
Gambar 24 Pin.....	41
Gambar 25 Totebag	41
Gambar 26 Elemen warna	42
Gambar 27 Font yang digunakan	42
Gambar 28 Desain Infografis	43
Gambar 29 Desain Infografis	45
Gambar 30 Dokumentasi Pameran.....	46
Gambar 31 Dokumentasi Pameran.....	46

Gambar 32 Dokumentasi Pameran.....	47
Gambar 33 Dokumentasi Pameran.....	47
Gambar 34 Dokumentasi Pameran.....	47
Gambar 35 Dokumentasi Pameran.....	48
Gambar 36 Dokumentasi Pameran.....	48
Gambar 37 Pameran Online	49
Gambar 38 Pameran Online	49
Gambar 39 Pameran Online	50
Gambar 40 Chart Responden	50
Gambar 41 Responden Pameran	51
Gambar 42 Responden Pameran	51
Gambar 43 Responden Pameran	52
Gambar 44 Responden Pameran	52
Gambar 45 Responden Pameran	53
Gambar 46 Responden Pameran	53



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Bukti Asistensi..... 56



UNIVERSITAS
MERCU BUANA