

TUGAS AKHIR

KAMPANYE SOSIAL MENGGUNAKAN TAKTIK AISAS UNTUK MENGATASI KETAKUTAN DAN STRESS AKAN MASA DEPAN

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



oleh:

BRILLIAN BINTANG SUPRIANTO

NIM 42321010108

UNIVERSITAS

Jurusan Desain Komunikasi Visual

MERCU BUANA

Dosen Pembimbing:

Dwi Ramayanti, S.Sn., M.Sn.

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS DESAIN DAN SENI KREATIF

UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA

JAKARTA 2025

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

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Brillian Bintang Suprianto

Nomor Induk Mahasiswa : 42321010108

Jurusan/Program Studi : Desain Komunikasi Visual

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, 18 Agustus 2025

Yang **memberikan pernyataan,**



Brillian Bintang Suprianto

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Brillian Bintang Suprianto
NIM : 42321010108
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Judul Tugas Akhir : Kampanye Sosial Menggunakan Taktik Aisas
Untuk Mengatasi Ketakutan dan Stress Akan
Masa Depan

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 : Dwi Ramayanti, S.Sn., M.Sn.

NIDN : 0305128006

Ketua Penguji : Dwi Ramayanti, S.Sn., M.Sn.

NIDN : 0305128006

Penguji 1 : Guntur Angkat, S.Sn, M.Ikom

NIDN : 0315056502

Penguji 2 : Octavianus Bramantha, S.Ds, M.Ds

NIDN : 0304108803



Jakarta, 8 Agustus 2025

Mengetahui,

Dekan
Fakultas Desain dan Seni Kreatif



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

Ketua Program Studi
Desain Komunikasi Visual



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

ABSTRAK

Permasalahan kecemasan dan ketakutan terhadap masa depan merupakan isu psikososial yang kian mengemuka di kalangan Generasi Z, terutama terkait fenomena *quarter life crisis*. Kampanye sosial “JADI: Jelajahi Arti Diri” hadir sebagai upaya edukatif dan reflektif untuk membantu remaja memahami serta mengelola tekanan tersebut melalui pendekatan personal yang berbasis jurnaling.

Kampanye ini mengandalkan kekuatan desain komunikasi visual dengan media utama berupa buku ilustrasi jurnaling interaktif selama 30 hari. Gaya ilustrasi yang ekspresif, palet warna hangat, dan tipografi bersahabat dikemas secara emosional untuk menjangkau audiens muda. Strategi kampanye menerapkan taktik AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, Share*) sebagai dasar untuk membangun keterlibatan emosional, menarik minat eksploratif, dan mendorong refleksi diri yang mendalam. Kampanye dijalankan secara satu arah melalui akun Instagram @jadii.id dan secara dua arah melalui sesi Zoom interaktif bersama peserta yang telah mendaftar.

Berdasarkan hasil pelaksanaan, kampanye JADI menunjukkan efektivitasnya dalam menarik perhatian audiens, menciptakan ruang aman untuk berbagi, serta mendorong partisipasi aktif baik melalui pembelian buku jurnaling maupun tanggapan positif di media sosial. Kampanye ini membuktikan bahwa desain komunikasi visual dapat menjadi medium yang kuat dalam mendorong kesadaran diri dan membantu anak muda menghadapi krisis personal dengan pendekatan yang empatik dan relevan.

Kata kunci: Kampanye sosial, *Quarter Life Crisis*, Gen Z, AISAS

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

The issue of anxiety and fear about the future has become an increasingly pressing psychosocial concern among Generation Z, particularly in relation to the phenomenon of quarter life crisis. The social campaign "JADI: Jelajahi Arti Diri" (Explore the Meaning of Self) was designed as an educational and reflective effort to help young people better understand and manage these emotional challenges through a personal, journaling-based approach.

This campaign leverages the power of visual communication design, with its primary medium being a 30-day interactive illustrated journaling book. Expressive illustrations, warm color palettes, and friendly typography are intentionally crafted to emotionally resonate with a younger audience. The campaign strategy is built on the AISAS-(Attention, Interest, Search, Action, Share), aiming to foster emotional engagement, spark self-exploration, and encourage deep personal reflection. It is carried out through one-way communication via the Instagram account @jadii.id and two-way interaction through a live Zoom session with registered participants.

Based on its implementation, the JADI campaign has proven effective in capturing audience attention, providing a safe space for self-expression, and driving active participation—evidenced by the distribution of journaling books and positive feedback shared on social media. This campaign demonstrates that visual communication design can serve as a powerful medium for raising self-awareness and supporting young people in navigating personal crises with empathy and relevance.

Keywords: Social Campaign, Quarter Life Crisis, Gen Z, AISAS

U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat, kekuatan, dan kesempatan yang diberikan, sehingga saya dapat menyelesaikan laporan tugas akhir ini sebagai bagian dari proses meraih gelar sarjana.

Dalam perjalanan ini, saya merasa sangat diberkahi karena dikelilingi oleh orang-orang luar biasa yang selalu memberi dukungan dan semangat. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya saya sampaikan kepada ayah, ibu, saudara-saudaraku, serta nenek tercinta dan seluruh keluarga besar yang tak pernah lelah mendoakan dan memberikan dorongan terbaik untuk saya. Rasa terima kasih yang mendalam juga saya tujukan kepada dosen pembimbing saya, Ibu Dwi Ramayanti, S.Sn., M.Sn., atas segala bimbingan, kesabaran, dan arahan yang sangat berharga selama proses penyusunan tugas akhir ini.

Kepada teman-teman seperjuangan dalam proses Tugas Akhir, saya bangga bisa berada di tengah-tengah kalian. Kita telah bersama melewati malam-malam panjang penuh revisi, rasa lelah yang berkepanjangan, dan tekanan yang datang silih berganti. Namun, dari semua itu, kita belajar untuk bertahan, saling menguatkan, dan terus melangkah meski sempat ingin menyerah. Perjalanan ini tidak mudah, tetapi kebersamaan dan semangat yang kita bangun bersama adalah hal yang paling berharga. Semoga segala jerih payah kita hari ini menjadi pijakan menuju masa depan yang gemilang. Sampai jumpa di puncak kesuksesan!

Akhir kata, saya menyadari bahwa laporan ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, saya sangat terbuka terhadap segala bentuk kritik dan saran yang membangun. Semoga karya ini dapat memberikan manfaat dalam bidang desain komunikasi visual dan menjadi referensi yang berguna bagi penelitian dan karya selanjutnya.

Jakarta, 18 Juli 2025

Brillian Bintang Suptianto

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	xi
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 METODE PERANCANGAN.....	5
2. 1 Originalitas Perancangan	5
2. 2 Target Perancangan.....	11
2. 3 Relevansi dan Konsekuensi Studi	12
2. 4 Skema Proses Design	32
BAB III ANALISIS DATA DAN PERANCANGAN	55
3. 1 <i>Positioning</i> dan Konsep Desain	55
3. 2 Strategi Pesan.....	57
3. 3 Strategi Visual	60
3. 4 Strategi Distribusi Karya	67
BAB IV HASIL KARYA DESAIN KOMUNIKASI VISUAL	71
4. 1 Deskripsi Karya	71
4. 2 Pameran Karya	109
4. 3 Hasil Uji Desain.....	114
4. 4 Evaluasi Perancangan Karya	136
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	139
5. 1 Kesimpulan	139
5. 2 Saran	140
DAFTAR PUSTAKA.....	141
LAMPIRAN.....	143
Lampiran. 1 Kuesioner Kampanye.....	143
Lampiran. 2 Kartu Asistensi.....	149
Lampiran. 3 Formulir Pendaftaran Sidang Tugas Akhir	150
Lampiran. 4 Surat Keterangan Hasil Sidang Tugas Akhir	151
Lampiran. 5 Turnitin	152
Lampiran. 6 Similarity Check	153
Lampiran. 7 Catatan Revisi Pada Sidang Tugas Akhir	154

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Referensi Karya	10
Tabel 2.2 Timeline Pelaksanaan Kampanye	41
Tabel 2.3 Storyline Buku	54
Tabel 3.1 Konsep Design	56
Tabel 3.2 Akses Video Webinar	58
Tabel 4.1 Postingan Kampanye Satu Arah	84
Tabel 4.2 Rangkaian Acara Kampanye Dua Arah	85
Tabel 4.3 Pembiayaan Kampanye	119
Tabel 4.4 Rentang Waktu Kampanye	119
Tabel 4.5 Susunan Kampanye Satu Arah	131
Tabel 4.6 Susunan Acara Kampanye Dua Arah	131



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Lingkaran Warna Brewster.....	14
Gambar 2.2 Teori Tipografi.....	16
Gambar 2.3 Sequence.....	21
Gambar 2.4 Emphasis	21
Gambar 2.5 Balance	22
Gambar 2.6 Unity.....	23
Gambar 2.7 Perancangan Kampanye Antar Venus	26
Gambar 2.8 Skema Proses Design.....	32
Gambar 2.9 Perancangan Kampanye Antar Venus	34
Gambar 2.10 Mindmapping	43
Gambar 2.11 Thumbnail Logo	44
Gambar 2.12 Rough Sketches.....	44
Gambar 2.13 Layout Buku Ilustrasi.....	45
Gambar 2.14 Prototype Buku.....	46
Gambar 2.15 Testing	54
Gambar 3.1 Contoh Ilustrasi	62
Gambar 3.2 Komposisi Warna.....	62
Gambar 3.3 Font Helvetica	64
Gambar 3.4 Font DK Cool Crayon.....	64
Gambar 3.5 Layout Design	66
Gambar 4.1 Media Attention	72
Gambar 4.2 Media Kampanye Dua Arah	84
Gambar 4.3 Background Webinar.....	85
Gambar 4.4 Cover Depan dan Cover Belakang.....	87
Gambar 4.5 Halaman 1 dan 2.....	87
Gambar 4.6 Halaman 3 dan 4.....	88
Gambar 4.7 Halaman 5 dan 6.....	88
Gambar 4.8 Halaman 7 dan 8.....	89
Gambar 4.9 Halaman 9 dan 10.....	89
Gambar 4.10 Halaman 11 dan 12.....	90
Gambar 4.11 Halaman 13 dan 14.....	90
Gambar 4.12 Halaman 15 dan 16.....	91
Gambar 4.13 Halaman 17 dan 18.....	91
Gambar 4.14 Halaman 19 dan 20.....	92
Gambar 4.15 Halaman 21 dan 22.....	92
Gambar 4.16 Halaman 23 dan 24.....	93
Gambar 4.17 Halaman 25 dan 26.....	93
Gambar 4.18 Halaman 27 dan 28.....	94
Gambar 4.19 Halaman 29 dan 30.....	94
Gambar 4.20 Halaman 31 dan 32.....	95
Gambar 4.21 Halaman 33 dan 34.....	95
Gambar 4.22 Halaman 35 dan 36.....	96
Gambar 4.23 Halaman 37 dan 38.....	96
Gambar 4.24 Halaman 39 dan 40.....	97
Gambar 4.25 Halaman 41 dan 42.....	97
Gambar 4.26 Halaman 43 dan 44.....	98

Gambar 4.27 Halaman 45 dan 46.....	98
Gambar 4.28 Halaman 47 dan 48.....	99
Gambar 4.29 Halaman 49 dan 50.....	99
Gambar 4.30 Halaman 51 dan 52.....	100
Gambar 4.31 Halaman 53 dan Kesimpulan	100
Gambar 4.32 Halaman Daftar Pustaka dan Glosarium.....	101
Gambar 4.33 Halaman Ucapan Terimakasih.....	101
Gambar 4.34 Media Pendukung Kampanye	102
Gambar 4.35 Xbanner Kampanye	102
Gambar 4.36 Keychain Kampanye	103
Gambar 4.37 Sticker Kampanye	103
Gambar 4.38 Tshirt Kampanye	104
Gambar 4.39 Totebag Kampanye.....	104
Gambar 4.40 Sertifikat Kampanye	105
Gambar 4.41 Progress Display Karya Pameran	109
Gambar 4.42 Display Karya Pameran	110
Gambar 4.43 Pembukaan Pameran	111
Gambar 4.44 Interaksi Pengunjung	112
Gambar 4.45 Kampanye Dua Arah.....	113
Gambar 4.46 Umpan Balik Peserta	116
Gambar 4.47 Youtube Kampanye.....	132
Gambar 4.48 Interaksi dan Views Instagram	133
Gambar 4.49 Kelemahan Perancangan Karya	137

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.1 Bagan Hasil Pertanyaan Kuisisioner Kampanye Ke-1	143
Lampiran 1.2 Bagan Hasil Pertanyaan Kuisisioner Kampanye Ke-2	143
Lampiran 1.3 Bagan Hasil Pertanyaan Kuisisioner Kampanye Ke-3	144
Lampiran 1.4 Bagan Hasil Pertanyaan Kuisisioner Kampanye Ke-4	146
Lampiran 1.5 Bagan Hasil Pertanyaan Kuisisioner Kampanye Ke-5	146
Lampiran 2.1 Kartu Asistensi	149
Lampiran 3.1 Formulir Sidang Tugas Akhir	150
Lampiran 4.1 Surat Keterangan Hasil Sidang Tugas Akhir	151
Lampiran 5.1 Turnitin	152
Lampiran 6.1 Similarity Check	153
Lampiran 7.1 Catatan Revisi Sidang Tugas Akhir Penguji 1	154
Lampiran 7.2 Catatan Revisi Sidang Tugas Akhir Penguji 2	155
Lampiran 7.3 Catatan Revisi Sidang Tugas Akhir Pembimbing	156

