

Tugas Akhir

PERANCANGAN VIDEO KAMPANYE SOSIAL MANAJEMEN WAKTU DALAM MENCEGAH PROKRASTINASI

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



Oleh :
Harits Yusuf Budiana
42319010027

Dosen Pembimbing :
Rika Hindraruminggar, M.Sn

**BIDANG ILMU DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JULI 2023**

HALAMAN PENGESAHAN

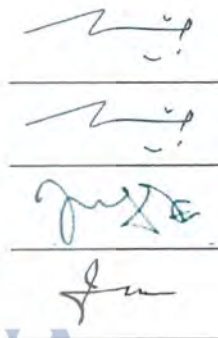
Laporan Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Harits Yusuf Budiana
NIM : 42319010027
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Judul Tugas Akhir : Perancangan Video Kampanye Sosial
Manajemen Waktu dalam Mencegah
Prokrastinasi

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 : Rika Hindraruminggar, S.Sn, M.Sn
NIDN : 0318017604
Ketua Penguji : Rika Hindraruminggar, S.Sn, M.Sn
NIDN : 0318017604
Penguji 1 : Anggi Almira Rahma, M.Ds
NIDN : 0307079304
Penguji 2 : Fachmi Khadam Haeril S.Pd, M.Pd
NIDN : 0301098803



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 28 Agustus 2023

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.)

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

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

Nama : Harits Yusuf Budiana
 Nim : 42319010027
 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. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
 MERCU BUANA

Jakarta, 01 September 2025

Yang menyatakan,



Harits Yusuf Budiana

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim, Puji dan Syukur dipanjatkan atas kehadiran Allah SWT atas limpahan Berkah, Rahmat, Karunia, dan Ridhonya. Penulis dapat menyelesaikan Laporan Penulisan Tugas Akhir yang Berjudul **“Perancangan Video Kampanye Sosial Manajemen Waktu dalam Mencegah Prokrastinasi”**.

Laporan Penulisan Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat selesainya mata kuliah Riset Desain Semester 8. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Allah SWT
2. Ibu Rika Hindraruminggar, M.Sn sebagai dosen pembimbing yang sudah menyempatkan waktunya, tenaga, dan juga pikiran dalam penulisan ini
3. Bapak Budiana dan Ibu Nensih Kusliawati, selaku orang tua penulis yang selalu memberikan semangat dan juga dorongan untuk penulis dalam mengerjakan penulisan ini.
4. Bapak/Ibu para dosen senior dan rekan-rekan sekelas dan seperbimbingan di Universitas Mercu Buana yang telah memberikan dorongan dan dukungan kepada penulis untuk melakukan penulisan ini.

Penulis menyadari dalam penulisan laporan tugas akhir ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat konstruktif ataupun membangun dari para pembaca sangat dibutuhkan, guna memperbaiki dan menyempurnakan Laporan Tugas Akhir ini.

Demikian, Terima Kasih.

Jakarta, Juli 2023

Harits Yusuf Budiana

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Harits Yusuf Budiana

Nim : 42319010027

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Judul Laporan Tugas Akhir : Perancangan Video Kampanye Sosial Manajemen Waktu dalam mencegah Prokrastinasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif** (*Non-exclusive Royalti-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.

Jakarta, 01 September 2025

Yang menyatakan,



Harits Yusuf Budiana

ABSTRAK

Prokrastinasi telah menjadi fenomena umum dalam kehidupan modern yang sibuk dan kompleks. Dikarenakan pada masa pandemi covid semua orang menetap disuatu lingkungan yang repetitif dengan jangka yang sangat lama, kondisi tersebut makin memperburuk sifat prokrastinasi pada remaja yang sedang melakukan akademiknya.

Kampanye Sosial merupakan sebuah instrument penting dalam membentuk pandangan, sikap, dan perilaku masyarakat terhadap isu-isu kritis yang berkaitan dengan kesejahteraan sosial, lingkungan, dan hak asasi manusia. Dengan dilakukannya kampanye sosial, isu yang diangkat bisa lebih dimengerti dan juga mudah untuk diberikan sebuah informasi kepada target audiens.

Oleh sebab itu perancangan video kampanye sosial ini bertujuan menyebarkan informasi mengenai manajemen waktu dan juga prokrastinasi, dengan disajikannya video iklan layanan masyarakat yang memberikan awareness tentang pentingnya manajemen waktu, penulis berharap media tersebut bisa memberikan dampak kepada audiens.

Kata Kunci : *Pandemi Covid, Kampanye Sosial, Iklan Layanan Masyarakat, Manajemen Waktu, Prokrastinasi.*

ABSTRACT

Procrastination has become a common phenomenon in the busy and complex modern life. Because during the Covid pandemic everyone stayed in a repetitive environment for a very long time, this condition exacerbated procrastination in teenagers who were doing their academics.

Social campaigns are an important instrument in shaping people's views, attitudes and behavior towards critical issues related to social welfare, the environment and human rights. By carrying out social campaigns, the issues raised can be better understood and it is also easy to provide information to the target audience.

Therefore the design of this social campaign video aims to spread information about time management and also procrastination, by presenting a public service advertisement video that raises awareness about the importance of time management, the authors hope that this media can have an impact on the audience.

Key Word: Covid Pandemic, Social Campaign, Public Service Announcements, Time Management, Procrastination.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

COVER DALAM	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS	
AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 LATAR BELAKANG.....	1
I.2 JUDUL PERANCANGAN	3
I.3 PERMASALAHAN PERANCANGAN	3
I.4 TUJUAN PERANCANGAN	3
I.5 MANFAAT PERANCANGAN	4
BAB II METODE PERANCANGAN	5
II.1 ORISINALITAS	5
II.2 TARGET MARKET	9
II.3 RELEVANSI DAN KONSEKUENSI STUDI	9
II.4 SKEMA PROSES PERANCANGAN	14
BAB III DATA DAN ANALISA PERANCANGAN	15
III.1 ASPEK KOMUNIKASI KARYA	15
III.2 DATA ASPEK TEKNIS / TEKNOLOGI KARYA PERANCANGAN	15
III.3 DATA ASPEK ESTETIKA / KEINDAHAN PERANCANGAN	16
BAB IV KONSEP PERANCANGAN DAN HASIL DESAIN	26
IV.1 TATARAN LINGKUNGAN / KOMUNITAS	26
IV.2 TATARAN SISTEM.....	26
IV.3 TATARAN PRODUK	27
IV.4 TATARAN KOMPONEN	40

BAB V.....	46
UJI DESAIN	46
V.1 DESKRIPSI KARYA.....	46
V.2 KEGIATAN UJI DESAIN	47
V.3 HASIL UJI DESAIN	49
DAFTAR PUSTAKA.....	54
LAMPIRAN 1.....	55



DAFTAR GAMBAR

<i>Gambar 3.1 Composition pada Prinsip Motion Graphic</i>	20
Gambar 4. 1 Logline dan Premis	29
Gambar 4. 2 Refrensi Visual	29
Gambar 4. 3 Penokohan	30
Gambar 4. 4 Dokumentasi Produksi Video	37
Gambar 4. 5 Penggunaan Software Adobe Premiere Pro (atas) dan Adobe After Effects (bawah)	38
Gambar 4. 6 Sebelum dan Sesudah Footage yang melewati tahap Color Grading	39
Gambar 4. 7 Logo Kampanye	40
Gambar 4. 8 Penggunaan Warna pada Identitas Visual	41
Gambar 4. 9 Penggunaan Font	41
Gambar 4. 10 Penempatan tipografi pada media digital	43
Gambar 4. 11 Supergrafik Kampanye	44
Gambar 4. 12 Instagram Feeds Educational Content	44
Gambar 4. 13 Soft Content berupa poster	43
Gambar 4. 14 Media utama di platform YouTube	45
Gambar 5. 1 Cover karya video iklan layanan masyarakat	46
Gambar 5. 2 Merchandise	48
Gambar 5. 3 Dokumentasi pameran	49
Gambar 5. 4 Jumlah Responden	50
Gambar 5. 5 Data hasil dan juga ringkasan para responden	51
Gambar 5. 6 Data komentar, kritik, dan sara para responden	53