

TUGAS AKHIR
PERANCANGAN KAMPANYE EDUKASI PENCEGAHAN KEKERASAN
DALAM RUMAH TANGGA (KDRT) UNTUK PEREMPUAN USIA 21-30
TAHUN

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan dalam Memperoleh Gelar Sarjana (S-1)



Oleh :

Yazmin Mahira Putri

20052010110

Pembimbing 1:

Aileena Solicitor Costa Rica El Chiddian, S.T., M.Ds.

Pembimbing 2:

Alfian Candra Ayuswantana, S.T., M.Ds.

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
2023/2024

TUGAS AKHIR

**PERANCANGAN KAMPANYE EDUKASI PENCEGAHAN KEKERASAN
DALAM RUMAH TANGGA (KDRT) UNTUK PEREMPUAN USIA 21-30**

TAHUN

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan dalam Memperoleh Gelar Sarjana (S-1)



Oleh :

Yazmin Mahira Putri

20052010110

Pembimbing 1:

Aileena Solicitor Costa Rica El Chidtian, S.T., M.Ds.

Pembimbing 2:

Alfian Candra Ayuswantana, S.T., M.Ds.

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR

2023/2024

HALAMAN PENGESAHAN

PERANCANGAN KAMPANYE EDUKASI PENCEGAHAN KEKERASAN DALAM RUMAH TANGGA (KDRT) UNTUK PEREMPUAN USIA 21-30 TAHUN

Disusun oleh:

YAZMIN MAHIRA PUTRI

20052010110

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji

Pada Tanggal: 13 Mei 2024

Pembimbing 1



Aileena Solicitor C. R. E. C., S.T., M.Ds.

NPT. 182 19870119 076

Pembimbing 2



Alfian Candra Ayuswantana, S.T. M.Ds.

NIP. 19880505 201903 1018

Penguji 1



Pungky Febi Arifianto, S.Sn., M.Sn.

NIP. 19900202 202203 1008

Penguji 2



Aditya Rahman Yani, S.T., M.Med.kom.

NIPPPK. 198109292021211002

Tugas Akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Desain (S-1)

Dekan Fakultas Arsitektur dan Desain


Ibnu Sholichin, S.T., M.T
NIPPPK. 19710916 202121 1004

HALAMAN PERSETUJUAN

**PERANCANGAN KAMPANYE EDUKASI PENCEGAHAN KEKERASAN DALAM
RUMAH TANGGA (KDRT) UNTUK PEREMPUAN USIA 21-30 TAHUN**

Disusun oleh:

YAZMIN MAHIRA PUTRI

20052010110

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji:

Pada Tanggal: 13 Mei 2024

Pembimbing 1 ,

Aileen Solicitor.C.R.E.C., S.T., M.Ds.

NPT. 182 19870119 076

Pembimbing 2

Alfian Candra Ayuswantana, S.T. M.Ds.

NIP. 19880505 201903 1018

Tugas Akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar Sarjana Desain (S-1)

Koordinator Program Studi Desain Komunikasi Visual

Masnuna, ST., M.Sn

NIPPPK. 198405122021212004

ABSTRAK

Kampanye merupakan kegiatan penyampaian informasi terencana dengan tujuan mempengaruhi pandangan maupun sikap seseorang yang dilakukan bertahap pada waktu tertentu. Kehidupan dalam rumah tangga tidak terlepas dari permasalahan rumah tangga yang ada. Permasalahan dalam rumah tangga yang terlampaui berat berujung pada perceraian. Salah satu faktor permasalahan rumah tangga yang berujung perceraian yaitu KDRT. Hal tersebut didukung oleh laporan Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2022 terdapat 4.972 kasus perceraian di Indonesia yang disebabkan oleh KDRT.

Prevelensi kasus KDRT di Indonesia terbilang tinggi . KemenPPPA melaporkan sepanjang tahun 2022 terdapat 25.050 perempuan menjadi korban kekerasan di Indonesia. Jumlah tersebut meningkat 15,2% dari tahun 2021 yaitu sebanyak 21.753 kasus. Kasus tersebut didominasi oleh korban perempuan melalui Catatan Komnas Perempuan tahun 2023 dengan usia 18-40 tahun.

Tujuan dilakukan penelitian ini untuk memberikan edukasi akan kesadaran kepada perempuan dengan target usia 21-30 tahun yang belum menikah tentang pentingnya mencegah adanya KDRT untuk kehidupan berumah tangga dan masa depan nantinya. Dalam perancangan ini menggunakan metode pengumpulan data dengan wawancara, FGD, dan observasi. Data tersebut dianalisis dengan teknik analisis deskriptif untuk mendapat kesimpulan lalu diolah dengan teknik analisis *fishbone* dan teknik analisis 5W+1H menghasilkan kata kunci “Edukasi Cermat Memilih Pasangan Hidup” sebagai acuan konsep kampanye edukasi ini.

Setelah keyword telah ditentukan untuk menentukan nama kampanye, tagline, dan konsep desain lainnya. Pada perancangan kampanye ini media utama yang digunakan yaitu instagram, video animasi edukasi, dan webiste. Hasil implementasi desain identitas visual dan karakter diimplementasikan pada media utama maupun media pendukung kampanye. Hasil dari kampanye edukasi ini diharap dapat menjadi bentuk upaya pencegahan KDRT dimasa mendatang.

Kata Kunci: Pencegahan, KDRT, Kampanye edukasi, Perempuan

ABSTRACT

Campaigns are planned information delivery activities with the aim of influencing a person's views and attitudes carried out gradually at a certain time. Domestic life is inseparable from existing household problems. Problems in households that are too severe lead to divorce. One of the factors of household problems that lead to divorce is domestic violence. This is supported by the Central Statistics Agency (BPS) report in 2022 there were 4,972 divorce cases in Indonesia caused by domestic violence.

The prevalence of domestic violence cases in Indonesia is high. KemenPPPA reported that throughout 2022 there were 25,050 women victims of violence in Indonesia. This number increased by 15.2% from 2021, which was 21,753 cases. The case was dominated by female victims through Komnas Perempuan records in 2023 with ages 18-40 years.

The purpose of this research is to provide education on awareness to women with the target age of 21-30 years who are not married about the importance of preventing domestic violence for married life and the future. In this design using data collection methods with interviews, FGDs, and observations. The data was analyzed with descriptive analysis techniques to get conclusions and then processed with fishbone analysis techniques and 5W + 1H analysis techniques to produce the keyword "Education on Carefully Choosing a Life Partner" as a reference for the concept of this educational campaign.

After the keywords have been determined to determine the campaign name, tagline, and other design concepts. In designing this campaign, the main media used are Instagram, educational animated videos, and websites. The results of the implementation of visual identity design and characters are implemented on the main media and supporting media for the campaign. The results of this educational campaign are expected to be a form of domestic violence prevention efforts in the future.

Keyword: *Prevention, Domestic Violence, Educational Campaign, Women*

PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, didalam Naskah Tugas Akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik disuatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam Naskah Tugas Akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Tugas Akhir ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (Sarjana) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Surabaya, 30 Mei 2024

Yang membuat pernyataan,



Yazmin Mahira Putri

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT. Atas ridho-Nya saya dapat menyelesaikan perancangan tugas akhir ini. Adapun judul perancangan yang saya ajukan adalah “Perancangan Kampanye Edukasi Pencegahan Kekerasan Dalam Rumah Tangga (KDRT) Untuk Perempuan Usia 21-30 Tahun”. Perancangan kampanye edukasi ini merupakan sarana edukasi untuk mencegah sejak awal kekerasan dalam rumah tangga (KDRT) khususnya kepada perempuan dengan usia 21-30 tahun yang belum menikah.

Penulis ucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan banyak dukungan kepada penulis sehingga laporan ini dapat terselesaikan. Dalam kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Kepada Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW
2. Kepada orang tua saya yang telah memberikan perhatian, mendoakan saya, dan memberikan dukungan baik secara lahir dan batin maupun finansial.
3. Kepada ibu Aileen S.C.R.E.C, ST.,M. Ds sebagai dosen pembimbing pertama yang telah membantu memberikan evaluasi dalam penulisan laporan ini.
4. Kepada bapak Alfian Candra Ayuswantana, S.T., M.Ds.sebagai dosen pembimbing kedua yang telah membantu memberikan evaluasi dalam penulisan laporan ini.
5. Kepada ketua, Psikolog, dan jajaran Savy Amira Women’s Crisis Center yang telah bersedia menjadi narasumber seputar pencegahan KDRT untuk perempuan yang belum menikah.
6. Kepada kak Bintang T. Panglipur selaku ahli strategi kampanye yang telah bersedia menjadi narasumber seputar perancangan kampanye.
7. Kepada seluruh korban dan penyintas KDRT yang bersedia untuk menjadi narasumber dan membagikan kisah nyatanya dengan penuh harapan.
8. Kepada seluruh anggota FGD telah membantu saya memberikan saran dan masukkan dalam FGD yang dilakukan melalui wawancara.
9. Kepada seluruh dosen DKV UPN “Veteran” Jawa Timur yang sudah mendidik saya hingga saat ini.
10. Kepada seluruh teman grup dosen pembimbing yang selalu memberikan semangat dan rela berjuang bersama-sama hingga akhir.

11. Seluruh teman-teman DEKAVID DKV UPN “Veteran” Jawa Timur Angkatan 2020 sebagai teman seperjuangan dan saling membantu satu sama lain.
12. Kepada diri saya sendiri yang telah berjuang hingga sejauh ini, bisa melewati hal-hal yang menyita banyak waktu hingga perancangan ini selesai tepat waktu.

Karena kebaikan semua pihak yang telah penulis sebutkan tadi maka penulis dapat menyelesaikan laporan ini dengan sebaik-baiknya. Laporan ini memang masih jauh dari kesempurnaan, tetapi penulis sudah berusaha sebaik mungkin. Sekali lagi terima kasih. Semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Surabaya, 30 Mei 2024



Yazmin Mahira Putri

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	7
1.3 Rumusan Masalah.....	8
1.4 Batasan Masalah	8
1.5 Tujuan Perancangan	8
1.6 Manfaat Perancangan.....	9
1.7 Kerangka Perancangan.....	11
BAB II LANDASAN TEORI DAN STUDI EKSISTING	12
2.1 Definisi Operasional Judul	12
2.1.1 Definisi Kampanye.....	12
2.1.2 Definisi Edukasi.....	12
2.1.3 Definisi Pencegahan.....	12
2.1.4 Definisi KDRT.....	12
2.1.5 Definisi Perempuan Usia 21-30 Tahun.....	13
2.2 Landasan Teori	13
2.2.1 Tinjauan Kampanye	13
2.2.2 Jenis Kampanye.....	14
2.2.3 Tujuan Komunikasi Kampanye.....	15
2.2.4 Strategi Komunikasi dalam Kampanye.....	15
2.2.5 Media Kampanye.....	15
2.3 Tinjauan KDRT	16
2.3.1 Definisi KDRT.....	16

2.3.2 Bentuk KDRT.....	18
2.3.3 Faktor Penyebab KDRT.....	19
2.3.4 Dampak KDRT.....	19
2.3.5 Upaya Pencegahan KDRT.....	20
2.4 Tinjauan Edukasi.....	21
2.4.1 Definisi Edukasi.....	21
2.4.2 Tujuan Edukasi.....	21
2.5 Tinjauan Komunikasi.....	22
2.5.1 Definisi Komunikasi.....	22
2.5.2 Jenis Komunikasi.....	22
2.6 Tinjauan Dewasa.....	23
2.6.1 Definisi Dewasa.....	23
2.6.2 Dewasa 21-30 tahun.....	23
2.7 Tinjauan Teori Desain Komunikasi Visual.....	24
2.7.1 Definisi Desain Komunikasi Visual.....	24
2.7.2 Prinsip Desain Komunikasi Visual.....	24
2.7.3 Definisi Logo dalam Desain Komunikasi Visual.....	25
2.7.4 Warna dalam Desain Komunikasi Visual.....	26
2.7.5 Tipografi dalam Desain Komunikasi Visual.....	27
2.7.6 Layout dalam Desain Komunikasi Visual.....	30
2.8 Tinjauan Lembaga.....	31
2.9 Studi Eksisting.....	30
2.9.1 Lembaga Savy Amira WCC.....	35
2.10 Studi Komparator.....	40
2.10.1 Komunitas Rahasia Gadis.....	40
2.10.2 Video Animasi pendek berjudul “Bloom”.....	45
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	48
3.1 Metode Perancangan.....	48
3.2 Tahapan Perancangan.....	48
3.3 Objek Perancangan.....	50
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	51
3.4.1 Data Primer.....	51
3.4.2 Data Sekunder.....	56

3.5 Target Audiens.....	58
3.6 Teknik Analisis Data.....	59
3.7 Sintesa Data.....	75
BAB IV KONSEP DAN IMPLEMENTASI DESAIN.....	77
4.1 Perumusan Konsep.....	77
4.1.1 Definisi Keyword.....	78
4.1.2 Makna Denotatif.....	78
4.1.3 Makna Konotatif.....	78
4.1.4 <i>What to Say</i>	79
4.1.5 <i>How to Say</i>	79
4.1.6 Konsep Verbal.....	79
4.1.6.1 Strategi Pendekatan.....	79
4.1.6.2 Identitas Kampanye.....	80
4.1.6.3 Tagline.....	81
4.1.6.4 Materi Kampanye.....	81
4.1.6.5 Tahapan Kampanye.....	82
4.1.6.6 Program Kampanye.....	84
4.1.7 Konsep Visual.....	86
4.1.7.1 Gaya Visual.....	86
4.1.7.2 Gaya Gambar.....	86
4.1.7.3 Warna.....	87
4.1.7.4 Tipografi.....	88
4.1.8 Konsep Media Kampanye.....	88
4.1.8 Penentuan Media Strategi AISAS.....	88
4.1.9 Media Kampanye.....	90
4.2 Proses Media.....	102
4.2.1 Desain Logo.....	102
4.2.2 Desain Karakter.....	108
4.2.3 Desain Feed Instagram.....	123
4.2.4 Desain Landing Page.....	128
4.2.5 Video Animasi Edukasi cegah KDRT.....	137
4.2.6 Desain Media Pendukung.....	143
4.3 Implementasi Desain.....	155

4.4 Rancangan Anggaran Proyek.....	170
BAB V PENUTUP.....	172
5.1 Kesimpulan.....	172
5.2 Saran.....	172
DAFTAR PUSTAKA.....	173
LAMPIRAN WAWANCARA DAN FGD	177
LAMPIRAN KUISONER DAN VALIDASI	194
LAMPIRAN LEMBAR ASISTENSI.....	197
LAMPIRAN LEMBAR REVISI.....	203

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Infografis Pendampingan Kasus Lembaga Savy Amira Bulan Juli-September 2023	5
Gambar 1.2 Kerangka Perancangan	11
Gambar 2.1 Siklus KDRT	17
Gambar 2.2 Lingkar Warna	27
Gambar 2.3 Font Bembo	29
Gambar 2.4 Font Bodoni	29
Gambar 2.5 Font Rockwell	30
Gambar 2.6 Font Arial	30
Gambar 2.7 Logo Savy Amira WCC	31
Gambar 2.8 Akun Instagram Savy Amira WCC	31
Gambar 2.9 Kegiatan kolaborasi Kelas keliling anti kekerasan Perempuan	32
Gambar 2.10 Kegiatan Memperingati Hari Perempuan Sedunia di Kebun Pemulihan Gresik	33
Gambar 2.11 Postingan Konten Edukasi pada Instagram Lembaga Savy Amira	34
Gambar 2.12 Postingan Infografis Kasus di Instagram Lembaga Savy Amira	34
Gambar 2.13 Logo Rahasia Gadis	40
Gambar 2.14 Cuplikan video Animasi pendek berjudul “Bloom”	45
Gambar 3.1 Dokumentasi wawancara Bersama Ketua Savy Amira WCC pada 9 November 2023	60
Gambar 3.2 Dokumentasi wawancara Bersama Psikolog di Savy Amira WCC pada 7 Desember 2023	62
Gambar 3.3. Dokumentasi wawancara Bersama ahli kampanye pada 4 Desember 2023	64
Gambar 3.4 Dokumentasi kegiatan FGD bersama pada 9 Desember 2023	65
Gambar 3.5 Analisis <i>Fishbone</i>	67
Gambar 3.6 Salah satu target audiens dan peserta FGD bersama pada 9 Desember 2023	74
Gambar 4.1 <i>Keyword</i>	77
Gambar 4.2 Refrensi Gaya Gambar	86
Gambar 4.3 Refrensi Warna Feed Instagram	87
Gambar 4.4 Refrensi Warna Untuk Video Animasi	87
Gambar 4.5 Font Fjalla dan Verdana	88
Gambar 4.6 Brainstorming Logo	103
Gambar 4.7 Sketsa Alternatif Logo	103

Gambar 4.8 Studi Warna Logo	104
Gambar 4.9 Alternatif warna Logo	104
Gambar 4.10 Logo Komprehensif.....	105
Gambar 4.11 Alternatif Logo Terpilih	105
Gambar 4.12 Validasi Logo Kepada Pakar Branding.....	106
Gambar 4.13 Logo Hasil Validasi Kuesioner	107
Gambar 4.14 Logo Terpilih	107
Gambar 4.15 Makna Logo.....	108
Gambar 4.16 Hasil Pemilihan Karakter.....	109
Gambar 4.17 Refrensi Psikolog Terpilih	109
Gambar 4.18 Sketsa Karakter Sebelum Revisi.....	110
Gambar 4.19 Sketsa Karakter Setelah Revisi	110
Gambar 4.20 Refrensi Pakaian Karakter	111
Gambar 4.21 Warna Karakter	111
Gambar 4.22 Pewarnaan Karakter Sebelum Revisi.....	111
Gambar 4.23 Hasil Validasi Desain Karakter	112
Gambar 4.24 Hasil Validasi Desain Karakter	113
Gambar 4.25 Hasil Validasi Responden Desain Karakter	113
Gambar 4.26 Desain Terpilih Karakter Psikolog.....	114
Gambar 4.27 Sketsa Karakter Setelah Revisi	115
Gambar 4.28 Refrensi Ekspresi dan Pakaian.....	115
Gambar 4.29 Pewarnaan Desain Karakter Korban Sebelum Revisi.....	116
Gambar 4.30 Pewarnaan Karakter.....	117
Gambar 4.31 Karakter Korban setelah revisi	117
Gambar 4.32 Hasil Validasi Desain Karakter Korban	118
Gambar 4.33 Hasil Desain Karakter Terpilih	118
Gambar 4.34 Sketsa Karakter Setelah Revisi	119
Gambar 4.35 Refrensi Karakteristik dan Pakaian.....	119
Gambar 4.36 Pewarnaan Desain Karater sebelum revisi.....	120
Gambar 4.37 Validasi Desain Karakter	121
Gambar 4.38 Hasil Karakter setelah revisi	121

Gambar 4.39 Hasil Validasi Desain Karakter	122
Gambar 4.40 Hasil Desain Karakter terpilih	122
Gambar 4.41 Refrensi Desain feed.....	123
Gambar 4.42 Sketsa alternatif desain feed 1	123
Gambar 4.43 Sketsa alternatif desain feed 2	124
Gambar 4.44 Alternatif pewarnaan warna desain feed 1	124
Gambar 4.45 Alternatif pewarnaan warna desain feed 2	125
Gambar 4.46 Hasil pemilihan warna feed	125
Gambar 4.47 Desain warna feed terpilih	126
Gambar 4.48 Sketsa desain insta stories.....	126
Gambar 4.49 Desain insta stories terpilih.....	127
Gambar 4.50 Sketsa instagram <i>highlight</i>	127
Gambar 4.51 Desain Instagram <i>highlight</i> terpilih	128
Gambar 4.52 Sketsa alternatif desain landing page 1	129
Gambar 4.53 Refrensi desain landing page 1	130
Gambar 4.54 Sketsa Alternatif desain landing page 2	131
Gambar 4.55 Refrensi desain landing page 2	132
Gambar 4.56 Pewarnaan alternatif desain landing page 1	133
Gambar 4.57 Pewarnaan alternatif desain landing page 2.....	134
Gambar 4.58 Validasi alternatif desain landing page.....	135
Gambar 4.59 Desain landing page terpilih	136
Gambar 4.60 Storyboard video animasi	139
Gambar 4.61 Cuplikan teaser	140
Gambar 4.62 Cuplikan video animasi keseluruhan	143
Gambar 4.63 Sketsa desain poster	144
Gambar 4.64 Alternatif desain poster	144
Gambar 4.65 Desain poster terpilih	145
Gambar 4.66 Sketsa desain brosur	145
Gambar 4.67 Alternatif desain brosur.....	146
Gambar 4.68 Desain brosur terpilih	146
Gambar 4.69 Sketsa desain X-banner.....	147

Gambar 4.70 Alternatif desain X-banner.....	147
Gambar 4.71 Desain X-banner terpilih.....	147
Gambar 4.72 Sketsa desain Kumpulan stiker.....	148
Gambar 4.73 Desain Kumpulan stiker	149
Gambar 4.74 Sketsa desain gantungan kunci	149
Gambar 4.75 Desain gantungan kunci final	150
Gambar 4.76 Sketsa desain pin peniti	150
Gambar 4.77 Desain pin peniti final.....	150
Gambar 4.78 Sketsa desain bolpoin	151
Gambar 4.79 Desain bolpoin final.....	151
Gambar 4.80 Sketsa desain buku catatan	152
Gambar 4.81 Desain buku catatan final.....	152
Gambar 4.82 Sketsa desain tumbler	153
Gambar 4.83 Desain tumbler final	153
Gambar 4.84 Sketsa desain tas totebag	154
Gambar 4.85 Desain tas totebag terpilih.....	154
Gambar 4.86 Implementasi logo	155
Gambar 4.87 Implementasi cover highlight	155
Gambar 4.88 Isi informasi highlight.....	156
Gambar 4.89 Implementasi desain feed instagram.....	157
Gambar 4.90 Implementasi feed launching	158
Gambar 4.91 Implementasi feed pembuka dan pasangan hidup.....	158
Gambar 4.92 Implementasi feed konten pengenalan KDRT	159
Gambar 4.93 Implementasi feed upaya dan peran perempuan.....	160
Gambar 4.94 Implementasi feed konflik dalam hubungan.....	160
Gambar 4.95 Implementasi feed seputar pernikahan.....	161
Gambar 4.96 Implementasi feed program, mitra, dan challenge	161
Gambar 4.97 Implementasi feed video animasi edukasi	162
Gambar 4.98 Implementasi feed kampanye offline.....	162
Gambar 4.99 Implementasi desain Instagram stories	163
Gambar 4.100 Implementasi reels instagram	163

Gambar 4.101 Implementasi reels launching program ruang cerita	164
Gambar 4.102 Implementasi reels teaser video animasi.....	164
Gambar 4.103 Implementasi reels video animasi ketia bermula	165
Gambar 4.104 Implementasi reels dokumentasi challenge.....	165
Gambar 4.105 Impelmentasi video animasi edukasi	166
Gambar 4.106 Implementasi desain website	167
Gambar 4.107 Implementasi Desain poster.....	168
Gambar 4.108 Implementasi desain brosur	168
Gambar 4.109 Implementasi desain X-banner	169
Gambar 4.110 Implementasi merchandise.....	169

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Karakteristik Usia Korban dan Pelaku/Terlapor Berdasarkan Data Lembaga Layanan Tahun 2022.....	4
Tabel 2.1 Analisis studi eksisting media Lembaga Savy Amira WCC	30
Tabel 2.2 Analisis studi eksisting media Rahasia Gadis	40
Tabel 2.3 Analisis studi komparator media video animasi pendek “Bloom”.....	45
Tabel 3.1 Analisis 5W+1H	68
Tabel 3.2 Analisis <i>Consumer Journey</i>	74
Tabel 4.1 Tahapan Kampanye.....	82
Tabel 4.2 Program Kampanye	84
Tabel 4.3 Strategi AISAS	88
Tabel 4.4 Konten Instagram.....	91
Tabel 4.5 Pengeluaran satu tahun	170
Tabel 4.6 Biaya Produksi.....	171