

## **TUGAS AKHIR**

# **PERANCANGAN VIDEO IKLAN LAYANAN MASYARAKAT DAMPAK NEGATIF GAWAI DALAM POLA ASUH ORANG TUA TERHADAP ANAK**

Untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana (S-1)



Disusun Oleh:

**Rima Karmelia Fernanda**

**20052010093**

Pembimbing 1:

**Diana Aqidatun Nisa, 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  
2024/2025**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**PERANCANGAN VIDEO IKLAN LAYANAN MASYARAKAT DAMPAK NEGATIF  
GAWAI DALAM POLA ASUH ORANG TUA TERHADAP ANAK**

Disusun Oleh:  
**RIMA KARMELIA FERNANDA**  
20052010093

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji  
Pada tanggal: 19 November 2024


**Pembimbing I**

  
**Diana Aqidatun Nisa, S.T., M.Ds**  
NIP. 19900611 201803 2001

**Pembimbing II**

  
**Alfian Candra Ayuswantana, S.T., M.Ds**  
NIP. 19880505 201903 1018

**Penguji I**

  
**Aileena S. C. R. El Chidtian, S.T., M.Ds**  
NIPPPK. 19870119 202421 2024

**Penguji II**

  
**Pungky Febi Arifianto, S.Sn., M.Sn**  
NIP. 19900202 202203 1008

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 VIDEO IKLAN LAYANAN MASYARAKAT DAMPAK NEGATIF  
GAWAI DALAM POLA ASUH ORANG TUA TERHADAP ANAK**

**Disusun Oleh:**  
**RIMA KARMELIA FERNANDA**  
**20052010093**

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji**  
**Pada tanggal: 19 November 2024**

**Pembimbing I**



**Diana Aqidatun Nisa, S.T., M.Ds**  
**NIP. 19900611 201803 2001**

**Pembimbing II**



**Alian 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, S.T., M.Sn**  
**NIPPPK. 19840512 202121 2004**

## ABSTRAK

Iklan layanan masyarakat ini bertujuan untuk merancang visualisasi yang menggambarkan dampak negatif penggunaan gawai yang berlebihan terhadap pola asuh orang tua kepada anak. Untuk menganalisis masalah ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif agar dapat memahami secara mendalam fenomena yang terjadi, terutama dalam interaksi orang tua dan anak di era digital. Pada tahap perancangan, peneliti menggunakan metode *design thinking* untuk menciptakan *storyboard* yang efektif, dengan fokus pada perencanaan adegan-adegan yang jelas dan terperinci. Proses ini dimulai dengan analisis literatur yang relevan dan pengamatan terhadap interaksi orang tua dan anak, yang menjadi dasar dalam merancang pesan yang ingin disampaikan.

Pesan utama dalam video iklan layanan masyarakat ini adalah pentingnya menjaga keseimbangan antara penggunaan teknologi dan interaksi langsung antara orang tua dan anak. Video yang dihasilkan menyajikan visual yang menarik dan narasi yang mudah dipahami, dengan tujuan agar pesan ini dapat diterima oleh berbagai kalangan masyarakat. Diharapkan hasil dari perancangan ini dapat memberikan kontribusi pada kampanye pola asuh di era digital, sekaligus menjadi referensi bagi pembuat kebijakan, praktisi pendidikan, dan masyarakat umum untuk menciptakan lingkungan keluarga yang lebih baik bagi perkembangan anak.

**Kata kunci:** Iklan Layanan Masyarakat, Gawai, Pola Asuh, Orang Tua, Anak.

## ***ABSTRACT***

*This public service announcement aims to design visualizations that depict the negative impact of excessive gadget use on parenting patterns. To analyze this issue, the researcher employs a qualitative approach to gain an in-depth understanding of the phenomenon, particularly in the interaction between parents and children in the digital era. During the design phase, the researcher applies the design thinking method to create an effective storyboard, focusing on planning clear and detailed scenes. This process begins with an analysis of relevant literature and observations of parent-child interactions, which serve as the foundation for crafting the intended message.*

*The main message of this public service announcement video emphasizes the importance of maintaining a balance between technology use and direct interaction between parents and children. The video delivers engaging visuals and an easily comprehensible narrative, aiming to ensure that the message resonates with diverse audiences. The outcome of this design is expected to contribute to parenting campaigns in the digital era while serving as a reference for policymakers, education practitioners, and the general public in fostering a better family environment for children's development.*

**Keywords:** *Public Service Advertisement, Gadgets, Parenting, Parents, Children.*

## PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, naskah dalam laporan Tugas Akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk mendapatkan gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak ada pendapat atau karya milik orang lain, kecuali secara resmi dikutip dan disebutkan dalam naskah laporan ini dan telah dicantumkan sumber data dalam daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah ini terdapat unsur plagiasi, saya bersedia laporan Tugas Akhir ini digugurkan dan gelar akademik yang 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, 19 November 2024



Rima Karmelia Fernanda

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya, sehingga laporan Tugas Akhir ini dapat terselesaikan dengan baik. Tugas akhir ini berjudul "Perancangan Video Iklan Layanan Masyarakat Dampak Negatif Gawai dalam Pola Asuh Orang Tua terhadap Anak", yang bertujuan untuk memberikan edukasi kepada orang tua mengenai dampak negatif penggunaan gawai terhadap pola asuh anak.

Laporan ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan kurikulum tingkat Sarjana (S1) pada Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Arsitektur dan Desain di Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.

Peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan selama proses penyusunan laporan ini. Ucapan terima kasih disampaikan kepada:

1. Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW, atas segala rahmat dan hidayah-Nya.
2. Kepada orang tua, yang selalu memberikan doa, dukungan moral, dan finansial yang tiada henti.
3. Kepada diri sendiri, yang telah berusaha maksimal untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini.
4. Kepada Ibu Diana Aqidatun Nisa, S.T., M.Ds., selaku dosen pembimbing utama, yang dengan sabar memberikan arahan, masukan berharga, serta evaluasi sepanjang pengerjaan Tugas Akhir hingga pameran.
5. Kepada Bapak Alfian Candra Ayuswantana, S.T., M.Ds., selaku dosen pembimbing pendamping, yang telah memberikan arahan dan bimbingan dalam proses perancangan ini.
6. Kepada Ibu Aileen S. C. R. El Chidtian, S.T., M.Ds., dan Bapak Pungky Febi Arifianto, S.Sn., M.Sn., selaku dosen penguji yang telah memberikan kritik dan saran yang sangat bermanfaat, terutama saat proses sidang.
7. Kepada seluruh dosen Program Studi Desain Komunikasi Visual di Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, yang selama ini telah mendidik peneliti.
8. Kepada pihak stakeholder Sharing Mom Baby Parenting, yang telah bersedia melakukan wawancara dan menjadi media partner terhadap perancangan video ini.

9. Kepada narasumber psikolog anak (Rr. Ivonne Ys, S.Psi., M.Psi., Psikolog) dan narasumber sinematografer (Dias Abdul Aziz), yang telah memberikan wawasan dan ilmu seputar topik terkait yang dibutuhkan pada perancangan ini.
10. Kepada para *talent* yang terlibat dalam video ini, yaitu: Briansyah Dewandri, Judith Listyani, dan Cecilia Gwendlyn, yang telah berperan dengan baik dalam memerankan karakter orang tua dan anak serta membantu mewujudkan konsep yang ada dalam video.
11. Kepada *crew* yang terlibat dalam pembuatan video ini, yaitu: Ardha A. Pratama, Johan U. Arianto, Arlam Fandriansyah, dan Mauladita S. P., yang telah memberikan kerja sama luar biasa dalam proses *shooting*.
12. Kepada semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam terwujudnya perancangan video iklan layanan masyarakat ini.
13. Kepada orang yang sangat spesial, Ardha A. Pratama, yang selalu memberikan dukungan mental dan bantuannya selama pengerjaan Tugas Akhir.

Peneliti menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, peneliti sangat mengharapkan kritik serta saran yang membangun. Semoga perancangan ini dapat memberikan kontribusi positif dalam meningkatkan kesadaran orang tua tentang pentingnya pola asuh yang lebih baik di era digital dan membantu masyarakat dalam menciptakan lingkungan yang mendukung perkembangan anak.

Surabaya, 19 November 2024

Rima Karmelia Fernanda



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>iv</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	5
1.3. Rumusan Masalah.....	7
1.4. Batasan Masalah.....	7
1.5. Tujuan Perancangan.....	8
1.6. Manfaat Hasil Perancangan.....	8
1.7. Kerangka Perancangan.....	9
<b>BAB II LANDASAN TEORI DAN STUDI EKSISTING.....</b>	<b>10</b>
2.1. Definisi Operasional Judul.....	10
2.1.1. Definisi video.....	10
2.1.2. Definisi iklan layanan masyarakat.....	10
2.1.3. Definisi gawai.....	11
2.1.4. Definisi pola asuh orang tua.....	11
2.1.5. Definisi anak.....	11
2.2. Landasan Teori.....	12
2.2.1. Prinsip desain.....	12
a. Keseimbangan ( <i>balance</i> ).....	12
b. Irama ( <i>rhythm</i> ).....	13
c. Penekanan ( <i>emphasis</i> ).....	13

d. Kesatuan ( <i>unity</i> ).....	14
2.2.2. Videografi.....	14
2.2.3. <i>Storyboard</i> .....	15
2.2.4. <i>Angle cam</i> .....	16
a. <i>Eye view</i> (sudut normal).....	16
b. <i>Low angle</i> (sudut rendah).....	17
c. <i>Frog eye</i> .....	17
d. <i>High angle</i> .....	18
e. <i>Bird eye</i> .....	18
2.2.5. <i>Type of shot</i> .....	19
a. <i>Big close up (extreme close up)</i> .....	19
b. <i>Close up</i> .....	20
c. <i>Medium close up</i> .....	20
d. <i>Medium shot</i> .....	21
e. <i>Medium full shot (knee shot)</i> .....	21
f. <i>Medium long shot</i> .....	22
g. <i>Full shot</i> .....	22
h. <i>Long shot</i> .....	23
i. <i>Extreme long shot</i> .....	23
2.2.6. Pasca produksi.....	24
2.3. Studi Eksisting.....	25
a. Kelebihan.....	28
b. Kekurangan.....	28
c. Kesimpulan.....	28
2.4. Studi Komparator.....	29
a. Kelebihan.....	32
b. Kekurangan.....	32
c. Kesimpulan.....	32
2.5. Studi Kompetitor.....	33
a. Kelebihan.....	36
b. Kekurangan.....	36
c. Kesimpulan.....	36

<b>BAB III METODOLOGI DESAIN.....</b>	<b>37</b>
3.1. Metode Perancangan.....	37
3.2. Objek Perancangan.....	37
3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.3.1. Data primer.....	37
a. Wawancara ( <i>indepth interview</i> ).....	38
b. Observasi.....	38
c. Kuesioner.....	38
3.3.2. Data sekunder.....	39
a. Literatur (jurnal, buku, modul).....	39
b. Media massa (situs berita <i>online</i> ).....	41
3.3.3. Target Audiens.....	41
a. Populasi (target segmen).....	41
1. Demografis.....	41
2. Geografis.....	41
3. Psikografis.....	41
b. Sampel.....	42
3.4. Teknis Analisis Data.....	42
3.4.1. Analisis data wawancara.....	43
a. Wawancara psikolog anak (Rr. Ivonne Ys, S.Psi., M.Psi., Psikolog).....	43
b. Wawancara sinematografer (Dias Abdul Aziz).....	47
c. Wawancara <i>stakeholder</i> (Sharing Mom Baby Parenting).....	49
3.4.2. Analisis data kuesioner.....	50
3.4.3. Analisis data observasi.....	51
3.4.4. Analisis <i>fishbone</i> .....	53
3.5. Sintesis Data.....	53
3.6. <i>Unique Selling Point (USP)</i> .....	54
<b>BAB IV KONSEP DAN IMPLEMENTASI DESAIN.....</b>	<b>55</b>
4.1. Perumusan Konsep.....	55
4.1.1. Perumusan <i>keyword</i> .....	55
a. Alur <i>keyword</i> .....	55
b. Definisi <i>keyword</i> .....	56

c. Makna denotatif <i>keyword</i> .....	56
d. Makna konotatif <i>keyword</i> .....	57
4.1.2. Konsep verbal.....	57
4.1.3. Konsep visual.....	58
a. <i>Storyline</i> .....	58
1. Pengenalan.....	58
2. Konflik.....	58
3. Klimaks.....	59
4. Penyelesaian.....	59
5. Penutup.....	60
b. Acuan lokasi.....	60
1. Acuan rumah.....	60
2. Acuan ruang makan.....	61
c. Acuan tokoh.....	61
1. Acuan tokoh ayah.....	61
2. Acuan tokoh ibu.....	62
3. Acuan tokoh anak.....	62
d. Aspek rasio, resolusi, dan durasi video.....	63
1. Aspek rasio.....	63
2. Resolusi.....	63
3. Durasi video.....	63
e. <i>Shot</i> .....	64
f. <i>Color grading</i> .....	64
1. <i>Cool tone</i> .....	64
2. <i>Warm tone</i> .....	64
4.2. Proses Perancangan Desain.....	64
4.2.1. <i>Setting &amp; art</i> .....	64
a. <i>Set/location</i> .....	64
1. Rumah ( <i>overview</i> ).....	65
2. Ruang makan.....	65
b. <i>Make-up, hairdo, wardrobe</i> .....	66
1. Tokoh ayah.....	66
2. Tokoh ibu.....	67

3. Tokoh anak.....	68
c. <i>Property</i> .....	69
4.2.2. <i>Storyboard</i> .....	70
4.2.3. <i>Editing video</i> .....	73
4.2.4. Validasi karya.....	74
4.2.5. <i>Final Video</i> .....	74
a. Pengenalan.....	74
b. Konflik.....	75
c. Klimaks.....	76
d. Penyelesaian.....	77
e. Penutup ( <i>closing statement</i> ).....	78
f. <i>Credit</i> .....	78
4.3. Implementasi Desain.....	79
4.3.1. Media utama.....	79
4.3.2. Media pendukung.....	79
a. Logo dan tipografi judul.....	80
b. Stiker satuan ( <i>die cut</i> ).....	81
c. <i>Sticker sheet pack</i> .....	82
d. <i>Puzzle</i> .....	83
e. Slime.....	83
f. Paket berkebun.....	84
g. Paket melukis.....	85
h. Buku aktivitas anak.....	85
i. Lilin ( <i>hidden message</i> ).....	86
j. <i>Booth</i> pameran.....	87
4.4. Rancangan Anggaran Proyek.....	91
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>93</b>
5.1. Kesimpulan.....	93
5.2. Saran.....	93
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>94</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>96</b>

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.1</b> Kerangka Perancangan.....	9
<b>Gambar 2.1</b> Keseimbangan ( <i>Balance</i> ).....	13
<b>Gambar 2.2</b> Irama ( <i>Rhythm</i> ).....	13
<b>Gambar 2.3</b> Penekanan ( <i>Emphasis</i> ).....	14
<b>Gambar 2.4</b> Kesatuan ( <i>unity</i> ).....	14
<b>Gambar 2.5</b> Videografi.....	15
<b>Gambar 2.6</b> <i>Storyboard</i> .....	16
<b>Gambar 2.7</b> <i>Angle Cam</i> .....	16
<b>Gambar 2.8</b> <i>Eye View</i> .....	17
<b>Gambar 2.9</b> <i>Low Angle</i> .....	17
<b>Gambar 2.10</b> <i>Frog Eye</i> .....	18
<b>Gambar 2.11</b> <i>High Angle</i> .....	18
<b>Gambar 2.12</b> <i>Bird Eye</i> .....	19
<b>Gambar 2.13</b> <i>Type of Shot</i> .....	19
<b>Gambar 2.14</b> <i>Big Close Up</i> .....	20
<b>Gambar 2.15</b> <i>Close Up</i> .....	20
<b>Gambar 2.16</b> <i>Medium Close Up</i> .....	21
<b>Gambar 2.17</b> <i>Medium Shot</i> .....	21
<b>Gambar 2.18</b> <i>Medium Full Shot</i> .....	22
<b>Gambar 2.19</b> <i>Medium Long Shot</i> .....	22
<b>Gambar 2.20</b> <i>Full Shot</i> .....	23
<b>Gambar 2.21</b> <i>Long Shot</i> .....	23
<b>Gambar 2.22</b> <i>Extreme Long Shot</i> .....	24
<b>Gambar 2.23</b> Pasca Produksi.....	24
<b>Gambar 2.24</b> Studi Eksisting.....	25
<b>Gambar 2.25</b> Studi Komparator.....	29
<b>Gambar 2.26</b> Studi Kompetitor.....	33
<b>Gambar 3.1</b> Wawancara Psikolog Anak.....	43
<b>Gambar 3.2</b> Wawancara Sinematografer.....	47
<b>Gambar 3.3</b> Wawancara <i>Stakeholder</i> .....	49
<b>Gambar 3.4</b> Hasil Kuesioner Via Google Form.....	51

<b>Gambar 3.5</b> Analisis Data Observasi.....	52
<b>Gambar 3.6</b> Analisis <i>Fishbone</i> .....	53
<b>Gambar 4.1</b> Alur <i>Keyword</i> .....	55
<b>Gambar 4.2</b> Acuan Rumah ( <i>Overview</i> ).....	60
<b>Gambar 4.3</b> Acuan Ruang Makan.....	61
<b>Gambar 4.4</b> Acuan Tokoh Ayah.....	61
<b>Gambar 4.5</b> Acuan Tokoh Ibu.....	62
<b>Gambar 4.6</b> Acuan Tokoh Anak.....	62
<b>Gambar 4.7</b> Rumah ( <i>Overview</i> ).....	65
<b>Gambar 4.8</b> Ruang Makan.....	65
<b>Gambar 4.9</b> Tokoh Ayah.....	66
<b>Gambar 4.10</b> Tokoh Ibu.....	67
<b>Gambar 4.11</b> Tokoh Anak.....	68
<b>Gambar 4.12</b> <i>Storyboard</i> .....	70
<b>Gambar 4.13</b> <i>Editing Video</i> .....	73
<b>Gambar 4.14</b> Cuplikan Video ILM Bagian Pengenalan.....	75
<b>Gambar 4.15</b> Cuplikan Video ILM Bagian Konflik.....	76
<b>Gambar 4.16</b> Cuplikan Video ILM Bagian Klimaks.....	77
<b>Gambar 4.17</b> Cuplikan Video ILM Bagian Penyelesaian.....	77
<b>Gambar 4.18</b> Cuplikan Video ILM Bagian Penutup ( <i>Closing Statement</i> ).....	78
<b>Gambar 4.19</b> Cuplikan Video ILM Bagian <i>Credit</i> .....	78
<b>Gambar 4.20</b> Media Utama.....	79
<b>Gambar 4.21</b> Logo Judul.....	80
<b>Gambar 4.22</b> Tipografi Logo.....	81
<b>Gambar 4.23</b> Media Pendukung Stiker Satuan ( <i>Die Cut</i> ).....	81
<b>Gambar 4.24</b> Media Pendukung <i>Stiker Sheet Pack</i> .....	82
<b>Gambar 4.25</b> Media Pendukung <i>Puzzle</i> .....	83
<b>Gambar 4.26</b> Media Pendukung Slime.....	83
<b>Gambar 4.27</b> Media Pendukung Paket Berkebung.....	84
<b>Gambar 4.28</b> Media Pendukung Paket Melukis.....	85
<b>Gambar 4.29</b> Media Pendukung Buku Aktivitas Anak.....	86
<b>Gambar 4.30</b> Media Pendukung Lilin ( <i>Hidden Message</i> ).....	86
<b>Gambar 4.31</b> <i>Booth</i> Pameran.....	88

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2.1</b> Studi Eksisting.....	26
<b>Tabel 2.2</b> Studi Komparator.....	30
<b>Tabel 2.3</b> Studi Kompetitor.....	34
<b>Tabel 4.1</b> Anggaran Produksi Video Iklan Layanan Masyarakat.....	91
<b>Tabel 4.2</b> Anggaran Produksi Media Pendukung.....	92



## DAFTAR LAMPIRAN

<b>A.</b>	<b>Data Wawancara.....</b>	<b>96</b>
a.	Psikolog anak (Rr. Ivonne YS, S.Psi., M.Psi., Psikolog).....	96
b.	Sinematografer (Diaz Abdul Aziz).....	105
c.	<i>Stakeholder</i> (Sharing Mom Baby Parenting).....	109
<b>B.</b>	<b>Data Kuesioner.....</b>	<b>111</b>
<b>C.</b>	<b>Form Revisi.....</b>	<b>128</b>
a.	Seminar Proposal.....	128
b.	Kolokium I.....	134
<b>D.</b>	<b>Form Asistensi.....</b>	<b>137</b>
a.	Seminar Proposal.....	137
b.	Kolokium I.....	142