TUGAS AKHIR

PERANCANGAN KAMPANYE EDUKASI TENTANG PENANGANAN ANAK PENGIDAP ADHD BAGI ORANG TUA USIA 26-35 TAHUN

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

Oleh **:**

Rafif Virgian Darmanto

21052010128

Dosen Pembimbing I :

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

Dosen Pembimbing II :

Aninditya Daniar, S.Sn., M.Sn.

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR

2024/2025

TUGAS AKHIR

PERANCANGAN KAMPANYE EDUKASI TENTANG PENANGANAN ANAK PENGIDAP ADHD BAGI ORANG TUA USIA 26-35 TAHUN

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

Oleh :

Rafif Virgian Darmanto

21052010128

Dosen Pembimbing I :

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

Dosen Pembimbing II :

Aninditya Daniar, S.Sn., M.Sn.

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR

2024/2025

HALAMAN PENGESAHAN

PERANCANGAN KAMPANYE EDUKASI TENTANG PENANGANAN ANAK PENGIDAP ADHD BAGI ORANG TUA USIA 26-35 TAHUN

Disusun Oleh:

RAFIF VIRGIAN DARMANTO

21052010128

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji

Pada Tanggal: 21 Mei 2025

Pembimbing I	Pembimbing II
Aditya Rahman Yani, S.T., M.Med.Kom.	**Aninditya Daniar, S.Sn., M.Sn.**
NIPPPK. 19810929 202121 1002	**NIP. 19941124 202406 2002**

Penguji I	Penguji II
Pungky Febi Arifianto, S.Sn., M.Sn.	**Aris Sutejo, S.Sn., M. Sn.**
NIP. 19900202 202203 1008	**NIP. 19851106 201903 100**

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 TENTANG PENANGANAN ANAK PENGIDAP ADHD BAGI ORANG TUA USIA 26-35 TAHUN

Disusun Oleh:

RAFIF VIRGIAN DARMANTO

21052010128

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji

Pada Tanggal: 21 Mei 2025

Pembimbing I	Pembimbing II
Aditya Rahman Yani, S.T., M.Med.Kom.	**Aninditya Daniar, S.Sn., M.Sn.**
NIPPPK. 19810929 202121 1002	**NIP. 19941124 202406 2002**

Tugas Akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar Sarjana Desain (S-1)

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual

Masnuna, S.T., M.Sn.

NIPPPK. 19840512 202121 2004

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama	: Rafif Virgian Darmanto
NPM	: 21052010128
Program	: Sarjana(S1)
Program Studi	: Desain Komunikasi Visual
Fakultas	: Arsitektur dan Desain

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi* ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi/Tesis/Desertasi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 10 Juni 2025

Yang Membuat Pernyataan

Rafif Virgian Darmanto

21052010128

ABSTRAK

Attention Deficit Hyperactivity Disorder (ADHD) merupakan sebuah gangguan *Neurodevelopmental* yang dapat menyebabkan ketidakseimabangan sebagian besar aktivitas hidup dan akan berdampak pada kehidupan sosial serta akademiknya. Adanya perbedaan dalam kinerja otak pada anak, menyebabkan adanya penanganan yang berbeda bagi anak pengidap ADHD. Tetapi masih banyak orang tua yang belum memahami cara penanganan yang tepat untuk anak yang memiliki gangguan ADHD. Adanya permasalahan tersebut, dapat dilakukan kampanye edukasi tentang penanganan anak pengidap ADHD yang dapat membantu para orang tua untuk lebih siap dalam memberikan penanganan yang optimal untuk sang anak.

Perancangan ini dirancang menggunakan metode kualitatif dengan pengumpulan data melalui data primer (wawancara dan kuesioner) serta data sekunder (kajian literatur dan media massa) yang disimpulkan dalam sintesa data untuk menjadi *keyword* dalam perancangan kampanye tersebut.

Keyword "Be Strong and Optimistic Parents" menjadi acuan konsep verbal (nama kampanye, *tagline*, gaya bahasa, dan materi kampanye), konsep visual (gaya desain, warna, dan tipografi), serta konsep media berbasis strategi AISAS. Penggunaan media kampanye berupa media sosial *(Instagram)*, Buku Saku, Video Kampanye, *Billboard*, Poster, Brosur, dan berbagai *Merchandise* dikemas sesuai dengan konsep yang telah ditentukan untuk mengoptimalkan penyebaran kegiatan kampanye ke target audiens.

Perancangan kampanye edukasi ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman orang tua tentang penanganan anak dengan ADHD dan dapat menjadi acuan untuk penelitian perancangan terkait topik penanganan ADHD kedepannya.

Kata Kunci: Kampanye Edukasi, ADHD, Penanganan Anak, Orang Tua

ABSTRACT

Attention Deficit Hyperactivity Disorder (ADHD) is a Neurodevelopmental Disorder that can cause imbalances in various aspects of life and significantly impact a child's social and academic life. Differences in brain function among children with ADHD require specific approaches to care and treatment. However, many parents still lack understanding of the proper ways to manage children with ADHD. To address this issue, an educational campaign can be conducted to help parents become better prepared in providing optimal care for their children.

This campaign is designed using a qualitative method, involving the collection of primary data (interviews and questionnaires) and secondary data (literature reviews and mass media). These data are synthesized to generate keywords that serve as the foundation for the campaign design.

The keyword "Be Strong and Optimistic Parents" becomes the basis for the verbal concept (campaign name, tagline, language style, and campaign material), visual concept (design style, colors, and typography), and media concept based on the AISAS strategy. The use of campaign media such as social media (Instagram), pocket books, campaign videos, billboards, posters, brochures, and various merchandise is packaged according to the established concept to optimize the dissemination of the campaign activities to the target audience.

This educational campaign design is expected to enhance parents' understanding of handling children with ADHD and serve as a reference for future design research related to ADHD treatment.

Keyword: *Educational Campaign, ADHD, Parenting, Parents*

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga laporan Tugas Akhir ini dapat diselesaikan dengan baik. Laporan ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan. Laporan ini berisi tentang perancangan kampanye edukasi yang mengangkat topik penanganan anak pengidap ADHD dengan tujuan memberi kesiapan orang tua dalam menangani anak. Dalam proses penyusunan laporan ini tidak terlepas dengan adanya bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih:

1. Kepada Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW
2. Kepada kedua orang tua yang telah memberi doa dan dukungan materiel maupun moril.
3. Kepada Bapak Aditya Rahman Yani, S.T., M.Med.Kom. selaku dosen pembimbing satu dan Ibu Aninditya Daniar, S.Sn., M.Sn. selaku dosen pembimbing dua yang telah membimbing dan memberikan arahan selama menyusun laporan Tugas Akhir ini.
4. Kepada Bapak Pungky Febi Arifianto, S.Sn., M.Sn. selaku dosen penguji satu dan Bapak Aris Sutejo, S.Sn., M. Sn. selaku dosen penguji dua.
5. Kepada Ibu Lady Christany, Ibu Dezy Lyzawaty, dan Kak Lena selaku narasumber.
6. Kepada Kak Dinar selaku ahli desain grafis dalam proses validasi desain.
7. Kepada Kak Faris dan Kak Nilam selaku pemeran dalam video kampanye.
8. Kepada Yesi, Alfira, Irene, Yassinta, dan Puan selaku sahabat yang selalu mendukung dan menemani dalam proses penyusunan laporan ini.
9. Kepada teman-teman Desain Komunikasi Visual angkatan 2021.
10. Dan kepada diri saya sendiri yang berhasil menyelesaikan laporan ini hingga tuntas.

Penulis menyadari bahwa penulisan laporan ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Maka dari itu, penulis terbuka pada kritik dan saran yang dapat menyempurnakan laporan ini menjadi lebih baik. Penulis berharap laporan ini dapat berguna bagi seluruh khalayak yang membaca.

Surabaya, 10 Juni 2025

Rafif Virgian Darmanto

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN i
HALAMAN PERSETUJUAN ii
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI iii
ABSTRAK iv
ABSTRACT v
KATA PENGANTAR vi
DAFTAR ISI vii
DAFTAR GAMBAR x
DAFTAR TABEL xiii
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Identifikasi Masalah 3
1.3 Rumusan Masalah 3
1.4 Batasan Masalah 3
1.5 Tujuan Perancangan 4
1.6 Manfaat Perancangan 4
1.6.1 Bagi Penulis 4
1.6.2 Bagi Khalayak 4
1.6.3 Bagi Universitas 4
1.7 Kerangka Perancangan 4
BAB II LANDASAN TEORI DAN STUDI EKSISTING 6
2.1 Definisi Operasional Judul 6
2.1.1 Definisi Kampanye 6
2.1.2 Definisi Edukasi 6
2.1.3 Definisi Penanganan Anak 6
2.1.4 Definisi ADHD 6
2.1.5 Definisi Orang Tua 6
2.2 Landasan Teori 7
2.2.1 Teori Kampanye 7
2.2.2 Teori Attention Deficit Hyperactivity Disorder (ADHD) 11
2.2.3 Teori Desain Komunikasi Visual 14
2.2.4 Tinjauan Lembaga 26
2.3 Studi Eksisting 27
2.4 Studi Komparator 30
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN 39
3.1 Metode Perancangan 39
3.2 Objek Perancangan 39
3.3 Teknik Pengumpulan Data 39

3.3.1 Data Primer..... 39
3.3.2 Data Sekunder..... 42
3.3.3 Target Audiens..... 43
3.4 Teknik Analisis Data..... 43
3.4.1 Analisis Data Wawancara..... 44
3.4.2 Analisis Data Kuesioner..... 48
3.4.3 Analisis Consumer Journey..... 56
3.5 Sintesa Data..... 57
BAB IV KONSEP DAN IMPLEMENTASI DESAIN..... 59
4.1 Perumusan Konsep..... 59
4.1.1 Keyword..... 59
4.1.2 Definisi Keyword..... 59
4.1.3 Konsep Verbal..... 61
4.1.4 Konsep Visual..... 62
4.1.5 Konsep Media..... 64
4.2 Proses Perancangan Desain..... 67
4.2.1 Logo Kampanye..... 67
4.2.2 Instagram..... 70
4.2.3 Buku Saku..... 74
4.2.4 Video Kampanye..... 77
4.2.5 Billboard..... 80
4.2.6 Poster..... 83
4.2.7 Brosur..... 84
4.2.8 Puzzle..... 85
4.3 Implementasi Desain..... 86
4.3.1 Instagram..... 86
4.3.2 Video Kampanye..... 86
4.3.3 Buku Saku..... 87
4.3.4 Billboard..... 87
4.3.5 Poster..... 88
4.3.6 Brosur..... 88
4.3.7 Stiker..... 89
4.3.8 Gantungan Kunci..... 90
4.3.9 Tas..... 90
4.3.10 Botol Minum..... 91
4.3.11 Tempat Bekal..... 92
4.3.12 Puzzle..... 92
4.4 Rancangan Anggaran Proyek..... 93
4.4.1 Tarif Designer..... 93
4.4.2 Biaya Produksi..... 94

4.4.3 Estimasi Biaya Cetak.....94
BAB V PENUTUP..... 95
5.1 Kesimpulan..... 95
5.2 Saran.....95
DAFTAR PUSTAKA..... 96
LAMPIRAN.....100

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.2 Skema Kerangka Perancangan..... 5
Gambar 2.1 Kesatuan dalam Desain..... 14
Gambar 2.2 Keseimbangan dalam Desain..... 15
Gambar 2.3 Ritme dalam Desain..... 15
Gambar 2.4 Penekanan dalam Desain.....16
Gambar 2.5 Proporsi dalam Desain..... 16
Gambar 2.6 Kombinasi Komplementer..... 19
Gambar 2.7 Kombinasi Analogus.....19
Gambar 2.8 Kombinasi Triadic.....20
Gambar 2.9 Kombinasi Split Komplementer.....20
Gambar 2.10 Kombinasi Tetradic..... 21
Gambar 2.11 Black Letter..... 21
Gambar 2.12 Humanist..... 22
Gambar 2.13 Old Style.....22
Gambar 2.14 Transitional.....23
Gambar 2.15 Modern..... 23
Gambar 2.16 Slab Serif.....24
Gambar 2.17 Sans Serif..... 24
Gambar 2.18 Script dan Cursive.....25
Gambar 2.19 Display..... 25
Gambar 2.20 Sebaya Squad..... 26
Gambar 3.1 Wawancara dengan Psikolog.....44
Gambar 3.2 Wawancara dengan Orang Tua Anak Pengidap ADHD.....45
Gambar 3.3 Wawancara dengan Penanggung Jawab Lembaga Sebaya..... 47
Gambar 3.2 Pie Chart Hasil Kuesioner,..... 48
Gambar 3.3 Pie Chart Hasil Kuesioner.....49
Gambar 3.4 Pie Chart Hasil Kuesioner.....49
Gambar 3.5 Pie Chart Hasil Kuesioner.....50
Gambar 3.6 Skala Likert Hasil Kuesioner..... 50
Gambar 3.7 Skala Likert Hasil Kuesioner..... 51
Gambar 3.8 Skala Likert Hasil Kuesioner..... 51
Gambar 3.9 Skala Likert Hasil Kuesioner..... 52
Gambar 3.10 Skala Likert Hasil Kuesioner..... 52
Gambar 3.11 Skala Likert Hasil Kuesioner..... 53
Gambar 3.12 Skala Likert Hasil Kuesioner..... 54
Gambar 3.13 Skala Likert Hasil Kuesioner..... 54
Gambar 3.14 Skala Likert Hasil Kuesioner..... 55

Gambar 3.15 Skala Likert Hasil Kuesioner..... 56
Gambar 4.1 Brainstorming Keyword.....59
Gambar 4.2 Referensi Gaya Visual.....62
Gambar 4.3 Referensi Warna..... 63
Gambar 4.4 Referensi Tipografi.....63
Gambar 4.5 Brainstorming Logo..... 67
Gambar 4.6 Sketsa Desain Logo.....68
Gambar 4.7 Komprehensif Desain Logo..... 68
Gambar 4.8 Alternatif 1 (kiri) dan Alternatif 2 (kanan)..... 69
Gambar 4.9 Validasi Logo dengan Stakeholder.....69
Gambar 4.10 Validasi Logo melalui kuesioner.....69
Gambar 4.10 Desain Logo Final..... 70
Gambar 4.11 Sketsa Feeds Instagram..... 72
Gambar 4.12 Alternatif Warna Desain Feeds Instagram..... 73
Gambar 4.13 Validasi Feeds Instagram melalui Kuesioner..... 73
Gambar 4.12 Validasi Feeds Instagram dengan Ahli..... 74
Gambar 4.15 Sketsa Layout Buku Saku..... 75
Gambar 4.16 Desain Cover Buku Saku..... 75
Gambar 4.17 Desain Final Buku Saku.....76
Gambar 4.18 Hasil Video Kampanye..... 79
Gambar 4.19 Sketsa Layout Billboard.....80
Gambar 4.20 Desain Billboard.....80
Gambar 4.21 Validasi Desain Billboard dengan Ahli..... 81
Gambar 4.22 Desain Final Billboard..... 82
Gambar 4.23 Sketsa Layout Poster.....83
Gambar 4.24 Desain Poster.....83
Gambar 4.25 Desain Final Poster..... 84
Gambar 4.26 Desain Final Brosur Depan..... 84
Gambar 4.27 Desain Final Brosur Belakang..... 85
Gambar 4.28 Desain Final Puzzle.....85
Gambar 4.29 Implementasi Instagram.....86
Gambar 4.30 Implementasi Instagram.....86
Gambar 4.31 Implementasi Buku Saku..... 87
Gambar 4.32 Implementasi Billboard.....87
Gambar 4.33 Implementasi Poster.....88
Gambar 4.34 Implementasi Brosur.....89
Gambar 4.35 Implementasi Stiker..... 90
Gambar 4.36 Implementasi Gantungan Kunci.....90
Gambar 4.37 Implementasi Tas..... 91

Gambar 4.38 Implementasi Botol Minum..... 91
Gambar 4.39 Implementasi Tempat Bekal.....92
Gambar 4.40 Implementasi Puzzle..... 92

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Analisis Media Sosial Instagram @sebayasquad.....27
Tabel 2.2 Analisis Media Sosial Instagram @hidupmedia..... 30
Tabel 2.3 Analisis Kampanye “See Her Clearly”..... 34
Tabel 2.4 Analisis Kampanye “Eyes on ADHD”.....36
Tabel 4.1 Strategi AISAS.....64
Tabel 4.2 Penentuan Media.....65
Tabel 4.3 Penjelasan warna timeline.....66
Tabel 4.4 Konten Instagram..... 70
Tabel 4.5 Storyboard..... 77