

TUGAS AKHIR

Perancangan Kampanye Implikasi Jangka Panjang Pola Asuh Otoriter sebagai Media Edukasi bagi Generasi Milenial

Untuk memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan Tugas Akhir (Strata-1)



Oleh:

Yassinta Fitria

21052010116

Pembimbing 1:

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

Pembimbing 2:

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

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR**

2025

HALAMAN PENGESAHAN
PERANCANGAN KAMPANYE IMPLIKASI JANGKA PANJANG POLA
ASUH OTORITER SEBAGAI MEDIA EDUKASI BAGI GENERASI
MILENIAL

Disusun oleh:
YASSINTA FITRIA
21052010116

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji

Pada tanggal : 22 Mei 2025

Pembimbing 1


Fungky Febi Arifianto, S.Sn., M.Sn.
NIP. 19900202 202203 1008

Pembimbing 2


Aninditya Daniar, S.Sn., M.Sn.
NIP. 19941124 202406 2002

Penguji 1


Mahimma Romadhona, S.T., M.Ds.
NIP. 19880428 201803 2001

Penguji 2


Sri Wulandari, S.Sn., M.A.
NPT. 202 19930419 173

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 IMPLIKASI JANGKA PANJANG POLA
ASUH OTORITER SEBAGAI MEDIA EDUKASI BAGI GENERASI
MILENIAL

Disusun oleh:
YASSINTA FITRIA
21052010116

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji

Pada tanggal : 22 Mei 2025

Pembimbing 1

Pembimbing 2


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


Aninditya Daniar, S.Sn., M.Sn.
NIP. 19941124 202406 2002

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 2021 212004

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Yassinta Fitria
NPM : 21052010116
Program : Sarjana(S1)/Magister(S2)/Doktor(S3)
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : 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 ditemulan indikasi plagiat pada Skripsi/Tesis/Disertasi 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, 11 Juni 2025

Yang membuat pernyataan



Yassinta Fitria
21052010116

ABSTRAK

Keluarga merupakan salah satu aspek paling penting dalam membentuk karakter anak. Pendekatan pola asuh orang tua yang meliputi komunikasi, kontrol, dan kehangatan emosional memiliki pengaruh terhadap keseimbangan psikologis. Salah satunya adalah pola asuh otoriter yang pendekatannya melalui pengawasan berlebih terhadap anak dan komunikasi secara sepihak. Orang tua akan berlaku keras dengan memberikan berbagai aturan yang harus dituruti.

Berdasarkan penelitian terdahulu, pola asuh ini seringkali dikaitkan dengan perkembangan karakter anak yang negatif hingga membangkang akibat pendapatnya tidak dapat tersalurkan dengan baik. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh permasalahan penerapan pola asuh otoriter, dimana pendekatan ini akan berdampak terhadap perkembangan karakter anak terutama di era tingginya teknologi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana interaksi pola asuh yang baik bagi karakter anak serta merancang kampanye pola asuh otoriter khususnya bagi generasi milenial melalui media sosial. Diharapkan dengan adanya perancangan pola asuh otoriter melalui sosial media ini mampu mengeksplorasi pengaruh pola asuh otoriter.

Dengan pemahaman mendalam terkait tantangan pada pola asuh otoriter mampu memberikan wawasan serta alternatif kepada orang tua terkait pola asuh otoriter untuk mendukung perkembangan anak secara optimal.

Kata Kunci: Pola Asuh Otoriter, Anak, Sosial Media, Komunikasi, Edukasi.

ABSTRACT

Family is one of the most important aspects in shaping a child's character. A parenting approach that includes communication, control and emotional warmth has an influence on psychological balance. One of them is authoritarian parenting, which is approached through excessive supervision of children and unilateral communication. Parents will be strict by giving various rules that must be followed.

Based on previous research, this parenting style is often associated with the development of children's negative character to the point of being rebellious due to their opinions not being properly expressed. This research is motivated by the problem of implementing authoritarian parenting, where this approach will have an impact on children's character development, especially in the era of high technology.

This research aims to find out how good parenting styles interact with children's character and to design an authoritarian parenting campaign, especially for the millennial generation, through social media. It is hoped that by designing authoritarian parenting patterns through social media, we will be able to explore the influence of authoritarian parenting patterns.

With a deep understanding of the challenges of authoritarian parenting, we are able to provide parents with insight and alternatives regarding authoritarian parenting to support optimal child development.

Keywords: *Authoritarian Parenting Style, Children, Social Media, Communication, Education.*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT karena dengan rahmat, karunia, dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “Perancangan Kampanye Implikasi Jangka Panjang Pola Asuh Otoriter sebagai Media Edukasi bagi Generasi Milenial” dengan baik. Adapun tujuan dari perancangan tugas akhir ini sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Desain Program Studi Desain Komunikasi Visual.

Pada penyusunan tugas akhir ini, penulis menyadari bahwa perancangan ini jauh dari kata sempurna, didalamnya masih banyak kurangnya. Hal ini dikarenakan keterbatasan penulis baik dari segi kemampuan maupun pengetahuan penulis. Oleh sebab itu penulis menerima kritik dan saran membangun demi tercapainya karya tulis selanjutnya yang lebih baik, penulis berharap perancangan ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca.

Selama melakukan penelitian dalam perancangan ini, penulis mengalami sejumlah kendala, namun berkat bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak baik moril maupun materil, penulis mampu menyelesaikan Tugas Akhir dengan baik. Dengan selesainya perancangan ini, pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan segenap petunjuk, kesabaran, dan kekuatan kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik.
2. Kedua orang tua dan adik penulis, yang tak hentinya memberikan dukungan, doa, serta kebutuhan materi maupun non materil sehingga menjadi salah satu motivasi terbesar penulis untuk dapat menyelesaikan perancangan ini.
3. Bapak Pungky Febi Arifianto, S.Sn., M.Sn., selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu dan memberikan berbagai arahan serta motivasi kepada penulis selama melakukan bimbingan perancangan Tugas Akhir.
4. Ibu Aninditya Daniar, S.Sn., M.Sn., selaku Dosen Pembimbing Pendamping yang telah memberikan arahan dan masukan serta motivasi kepada penulis selama proses bimbingan.
5. Ibu Masnuna, S.T., M.Sn. selaku Koordinator Prodi Desain Komunikasi Visual yang telah memberikan arahan dan dukungannya selama proses perancangan Tugas Akhir.
6. Ibu Mahimma Romadhona, S.T., M. Ds., selaku Penguji 1 yang telah memberikan saran dan kritik yang membantu penulis untuk menyempurnakan perancangan.

7. Ibu Sri Wulandari, S. Sn., M. A., selaku Penguji 2 yang telah memberikan waktu dan arahan dalam perancangan ini.
8. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Program Studi Desain Komunikasi Visual UPN Veteran Jawa Timur yang telah berjasa dalam menyalurkan ilmu dan waktunya dalam membimbing.
9. Seluruh sahabat dan teman seperjuangan yang sudah berjuang bersama serta terima kasih atas bantuan, dukungan, serta doanya sehingga penulis dapat menyelesaikan perancangan ini.
10. Teman – teman mahasiswa DKV UPN Veteran Jawa Timur, terima kasih atas dukungan dan arahnya.
11. Kakak tingkat DKV UPN Veteran Jawa Timur angkatan 2020 yang telah memberikan arahan dan dukungan selama proses perancangan.
12. Seluruh saudara dan kerabat yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis untuk dapat menyelesaikan perancangan Tugas Akhir dengan baik.
13. Seluruh pihak yang telah membantu dalam proses maupun pelaksanaan perancangan Tugas Akhir serta doa dan dukungannya sangat berharga yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.

Semoga Allah SWT memberikan balasan atas segala kebaikan dan keikhlasan yang telah diberikan oleh seluruh pihak kepada penulis selama perancangan ini berlangsung. Demikian laporan ini disusun, penulis berharap perancangan ini dapat membantu penelitian lain, khususnya pada keilmuan Desain Komunikasi Visual serupa.

Surabaya, 10 Desember 2024

Penulis,

Yassinta Fitria

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	7
DAFTAR GAMBAR	10
DAFTAR TABEL	13
BAB I	14
PENDAHULUAN	14
1.1 Latar Belakang.....	14
1.1 Identifikasi Masalah.....	21
1.2 Rumusan Masalah.....	22
1.3 Batasan Masalah	22
1.4 Tujuan Perancangan.....	23
1.5 Manfaat Perancangan.....	23
1.6 Kerangka Perancangan.....	24
BAB II LANDASAN TEORI DAN STUDI EKSISTING	26
2.1 Definisi Operasional Judul.....	26
2.1.1 Definisi Perancangan	26
2.1.2 Definisi Kampanye	26
2.1.3 Definisi Pola Asuh Otoriter.....	26
2.1.4 Definisi Media Edukasi.....	27
2.1.5 Definisi Generasi Milenial	27
2.2 Landasan Teori	28
2.2.1 Tinjauan Kampanye.....	28
2.2.2 Tinjauan Jenis Kampanye	28
2.2.3 Tinjauan Tahapan Perencanaan Kampanye.....	30

2.2.4	Tinjauan Pesan Kampanye.....	31
2.2.5	Tinjauan Media Kampanye.....	32
2.2.6	Tinjauan Komunikasi.....	35
2.2.7	Tinjauan Anak	36
2.2.8	Tinjauan Psikologi Anak.....	37
2.2.9	Tinjauan Generasi Milenial.....	38
2.2.10	Tinjauan Pola Asuh.....	39
2.2.11	Tinjauan Pola Asuh Otoriter	39
2.2.12	Tinjauan Komunikasi Massa.....	40
2.2.13	Tinjauan Fungsi Komunikasi Massa	40
2.2.14	Tinjauan Media Massa.....	41
2.2.15	Tinjauan Desain Grafis	41
2.2.16	Tinjauan Warna	44
2.2.17	Tinjauan Tipografi	45
2.2.18	Tinjauan Ilustrasi	48
2.2.19	Tinjauan Jenis Ilustrasi	49
2.3	Studi Eksisting.....	52
2.4	Studi Komparator.....	56
BAB III.....		62
METODOLOGI DESAIN.....		62
3.1	Metode Perancangan.....	62
3.2	Objek Perancangan	63
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	63
3.3.1	Data Primer	63
3.3.2	Data Sekunder.....	68
3.3.3	Target Audiens	69
3.4	Teknik Analisis Data	70
3.4.1	Analisis Data Wawancara	70
3.4.3	Analisis Data Kuesioner	74
3.4.4	Analisis Fishbone.....	78
3.4.5	Analisis Consumer Insight.....	78
3.4.6	Analisis Consumer Journey	78

3.5	Sintesa Data	81
3.6	USP (Unique Selling Proportion).....	81
BAB IV		82
KONSEP DAN IMPLEMENTASI MEDIA		82
4.1	Perumusan Konsep	82
4.1.1	Keyword	82
4.1.2	Konsep Verbal	84
4.1.3	Konsep Visual.....	85
4.1.3.4	Warna	87
4.1.4	Konsep Media.....	88
4.1.5	Timeline Kampanye.....	93
4.2	Proses Perancangan Desain.....	96
4.2.1	Desain Logo Kampanye.....	97
4.2.2	Desain Karakter	99
4.2.3	Desain Media Utama	105
4.2.4	Desain Media Pendukung	111
4.2.5	Biaya Produksi.....	115
BAB V.....		117
PENUTUP		117
5.1	KESIMPULAN.....	117
5.2	SARAN.....	117
DAFTAR PUSTAKA.....		118
LAMPIRAN		122

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Peningkatan kekerasan terhadap anak di tahun 2024.....	16
Gambar 1. 2 Kasus Peningkatan Kekerasan terhadap Anak.....	17
Gambar 1. 3 Data minimnya pendidikan parenting di Indonesia selama 2023.....	18
Gambar 1. 4 Persentase generasi milenial dalam penggunaan sosial media.....	20
Gambar 1. 5 Kerangka Perancangan	25
Gambar 2. 1 Contoh iklan komersil pada <i>Product Oriented Campaign</i>	28
Gambar 2. 2 Contoh kampanye politik pada <i>Candidate Oriented Campaign</i>	29
Gambar 2. 3 Contoh kampanye sosial pada <i>Ideologically Oriented Campaign</i>	29
Gambar 2. 4 Contoh <i>Pre Media</i> melalui Instagram	33
Gambar 2. 5 Contoh <i>Main Media</i> melalui Instagram.....	33
Gambar 2. 6 Contoh <i>Follow Up Media</i>	34
Gambar 2. 7 Contoh Komunikasi Informatif berupa konseling	35
Gambar 2. 8 Contoh Komunikasi Persuasif berupa meyakinkan orang lain	36
Gambar 2. 9 Contoh Komunikasi Koersif berupa ancaman	36
Gambar 2. 10 Kesatuan (<i>unity</i>) dalam desain.....	42
Gambar 2. 11 Keseimbangan (<i>balance</i>) dalam desain	42
Gambar 2. 12 Proporsi (<i>proportion</i>) dalam desain.....	43
Gambar 2. 13 Irama (<i>rythm</i>) dalam desain.....	43
Gambar 2. 14 Penekanan (<i>emphasis</i>) dalam desain	43
Gambar 2. 15 Warna Aditif	44
Gambar 2. 16 Warna Subtraktif	45
Gambar 2. 17 Contoh <i>Typefamily</i>	45
Gambar 2. 18 Contoh <i>Typeface</i>	46
Gambar 2. 19 Contoh <i>Font</i>	46
Gambar 2. 20 Contoh <i>Lettercase</i>	48
Gambar 2. 21 Contoh Serif dan Sans serif	47
Gambar 2. 22 Guidelines pada Tipografi	47
Gambar 2. 23 Ilustrasi Naturalisme	49
Gambar 2. 24 Ilustrasi Dekoratif.....	49
Gambar 2. 25 Ilustrasi kartun.....	50
Gambar 2. 26 Ilustrasi karikatur	50
Gambar 2. 27 Ilustrasi cerita bergambar	51

Gambar 2. 28 Ilustrasi buku pelajaran	51
Gambar 2. 29 Ilustrasi khayalan	52
Gambar 2. 30 Studi Eksisting	52
Gambar 2. 31 Instagram @school_of_parenting.....	56
Gambar 3. 1 Proses <i>Design Thinking</i>	62
Gambar 3. 2 Wawancara bersama Komunitas Rangkul	64
Gambar 3. 3 Wawancara dengan Psikolog Keluarga dan Anak	65
Gambar 3. 4 Hasil Observasi output perancangan	67
Gambar 3. 5 Kuesioner perancangan	67
Gambar 3. 6 Hasil observasi akun @parentalk.id	72
Gambar 3. 7 Observasi akun @parentalk.id.....	73
Gambar 3. 8 Hasil observasi akun @talkparenting	73
Gambar 3. 9 Diagram analisis <i>fishbone</i>	78
Gambar 3. 10 Profil responden <i>Customer Journey</i>	79
Gambar 4. 1 <i>Keyword</i> perancangan	82
Gambar 4. 2 Acuan <i>Logotype</i> dan <i>Logogram</i> pada perancangan	85
Gambar 4. 3 Referensi <i>layout</i> Instagram.....	86
Gambar 4. 4 Referensi <i>Font</i> perancangan.....	86
Gambar 4. 5 <i>Color palette</i> perancangan	87
Gambar 4. 6 Referensi karakter	87
Gambar 4. 7 <i>Brainstorming Parenting</i>	97
Gambar 4. 8 <i>Rough Sketch</i> Logo	97
Gambar 4. 9 Komprehensif logogram.....	97
Gambar 4. 10 Alternatif <i>Logotype</i>	98
Gambar 4. 11 Komprehensif <i>Logotype & Logogram</i>	98
Gambar 4. 12 Desain logo terpilih	99
Gambar 4. 13 Validasi desain logo oleh Stakeholder.....	99
Gambar 4. 14 <i>Brainstorming</i> Karakter.....	100
Gambar 4. 15 <i>Rough Sketch</i> Karakter Leo	100
Gambar 4. 16 <i>Rough Sketch</i> Karakter Lulu.....	101
Gambar 4. 17 <i>Rough Sketch</i> Karakter Ibu.....	101
Gambar 4. 18 <i>Rough Sketch</i> Karakter Ayah.....	102
Gambar 4. 19 Alternatif komprehensif desain karakter Lulu	102