

TUGAS AKHIR
PERANCANGAN KAMPANYE EDUKASI PRA NIKAH :
MENCEGAH TRAUMA KDRT ANTARGENERASI

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



Oleh:

Conny Avadata Firdausin Nuzulla

21052010112

Dosen Pembimbing 1 :

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

Dosen Pembimbing 2 :

Mahimma Romadhona, S.T., M.Ds.

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
2024/2025

HALAMAN PENGESAHAN
PERANCANGAN KAMPANYE EDUKASI PRA NIKAH :
MENCEGAH TRAUMA KDRT ANTARGENERASI

Disusun Oleh :
CONNY AVADATA FIRDAUSIN NUZULLA
21052010112

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji
Pada Tanggal : 20 Mei 2025

Pembimbing 1

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

NIPPPK. 19810929 202121 1002

Pembimbing 2

Mahimma Romadhona, S.T., M.Ds.

NIP. 19880428 201803 2001

Penguji 1

Diana Aqidatun Nisa, S.T., M.Ds.

NIP. 19900611 201803 2001

Penguji 2

Aileena S. C. R. El Chidtian, S.T., M.Ds.

NIPPPK: 19870119 202421 2024

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

Dekan Fakultas Arsitektur dan Desain


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

HALAMAN PERSETUJUAN
PERANCANGAN KAMPANYE EDUKASI PRA NIKAH :
MENCEGAH TRAUMA KDRT ANTARGENERASI

Disusun Oleh :
CONNY AVADATA FIRDAUSIN NUZULLA
21052010112

Telah dipertabangkan di depan Tim Penguji
Pada Tanggal : 20 Mei 2025

Pembimbing 1


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

NIPPPK. 19810929 202121 1002

Pembimbing 2


Mahimma Romadhona, S.T., M.Ds.

NIP. 19880428 201803 2001

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. 19840512 2021 212004

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Conny Avadata Firdausin Nuzulla

NPM : 21052010112

Program : Sarjana(S1)

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Arsitektur dan Desain

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Tugas Akhir 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/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, 20 Mei 2025

Yang membuat pernyataan



Conny Avadata Firdausin Nuzulla

NPM. 21052010112

ABSTRAK

Pernikahan adalah awal dari sebuah perjalanan panjang dan akan membentuk kehidupan generasi berikutnya. Namun, tak sedikit pasangan yang memasuki pernikahan tanpa benar-benar memahami pentingnya kesiapan emosional, mental, dan komunikasi. Ketidaksiapan ini sering kali menjadi pemicu konflik, bahkan kekerasan dalam rumah tangga (KDRT), yang pada akhirnya menimbulkan luka psikologis mendalam. Luka-luka ini, jika tak disembuhkan, berpotensi diwariskan secara tak sadar kepada anak-anak, menciptakan pola trauma yang berulang dari generasi ke generasi.

Melalui kampanye edukasi pra-nikah ini, penulis berupaya menghadirkan cara baru untuk menyampaikan pesan pencegahan KDRT antargenerasi. Riset dilakukan dengan melibatkan narasumber, kuisioner, serta studi literatur yang mendukung. Target dari kampanye ini adalah mereka yang berada dalam rentang usia 19–25 tahun, masa ketika banyak individu mulai memikirkan masa depan relasi jangka panjang. Proses perancangan melibatkan analisis kebutuhan, pemetaan pengalaman audiens, serta penyusunan konsep visual yang mampu berbicara secara emosional dan membumi.

Berdasarkan hasil analisis, ditemukan bahwa pendekatan kampanye yang mengedepankan empati, informasi yang relevan, dan visual yang menarik mampu meningkatkan kesadaran audiens terhadap pentingnya kesiapan menikah. Perancangan visual dikembangkan melalui karakter edukatif, gaya ilustrasi emosional, serta media interaktif seperti poster, buku saku, konten digital, dan suvenir. Validasi menunjukkan bahwa audiens merasa lebih terhubung secara emosional dan termotivasi untuk mempersiapkan diri secara mental sebelum menikah.

Kampanye ini diharapkan menjadi salah satu solusi preventif dalam memutus rantai trauma KDRT antargenerasi. Melalui pendekatan desain yang komunikatif dan berbasis empati, calon pengantin dibantu untuk menyadari pentingnya refleksi diri, penyembuhan luka masa lalu, dan pembentukan komunikasi sehat dalam hubungan. Hasil perancangan ini berpotensi memberikan dampak positif tidak hanya bagi individu, tetapi juga dalam menciptakan generasi keluarga yang lebih sehat secara emosional dan sosial.

Kata kunci: kampanye edukasi, pra-nikah, trauma antargenerasi, KDRT, komunikasi visual, kesiapan menikah

ABSTRACT

Marriage is the beginning of a long journey that will shape the lives of the next generation. However, many couples enter marriage without fully grasping the importance of emotional, mental, and communication readiness. This unpreparedness can lead to conflicts and even domestic violence, which causes deep psychological wounds. If not healed, these wounds have the potential to be unconsciously passed on to children, creating a pattern of trauma that repeats itself from generation to generation.

Through this premarital education campaign, the author presents a new approach to delivering intergenerational domestic violence prevention messages. The research involved interviews, questionnaires, and literature studies. The target audience of this campaign is individuals between the ages of 19 and 25, a time when many people begin to consider the future of long-term relationships. The design process involved needs analysis, audience experience mapping, and visual conceptualization that speaks to people emotionally and in a down-to-earth way.

The analysis revealed that a campaign emphasizing empathy, relevant information, and attractive visuals can raise audience awareness of the importance of marriage readiness. The visual design incorporated educational characters, emotional illustration styles, and interactive media, including posters, pocket books, digital content, and souvenirs. Validation showed that the audience felt more emotionally connected and motivated to prepare mentally for marriage.

This campaign is expected to be a preventive solution for breaking the cycle of intergenerational domestic violence trauma. Through an empathetic and communicative design approach, brides-to-be realize the importance of self-reflection, healing past wounds, and establishing healthy communication in relationships. These results have the potential to positively impact not only individuals but also create generations of emotionally and socially healthier families.

Keywords: *educational campaign, premarital, intergenerational trauma, domestic violence, visual communication, marriage readiness*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “*Perancangan Kampanye Edukasi Pra-Nikah untuk Mencegah Trauma Antargenerasi*” dengan lancar dan tepat waktu. Melalui perancangan kampanye ini, penulis berupaya menyampaikan pesan bahwa kesiapan pra-nikah bukan sekadar kesiapan administratif atau finansial, melainkan juga kesiapan mental, emosional, dan komunikasi antarpasangan. Diharapkan, karya ini dapat membantu generasi muda untuk lebih sadar dalam merencanakan pernikahan secara matang, sehingga dapat turut memutus rantai trauma kekerasan untuk generasi yang lebih sehat di masa mendatang.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan kontribusi selama proses penyusunan laporan dan perancangan tugas akhir ini, dari awal hingga selesai. Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, atas segala limpahan rahmat, kesehatan, dan kekuatan selama proses pengerjaan.
2. Kedua orang tua dan keluarga penulis atas bantuan, doa, cinta, dan semangat yang tak pernah putus sehingga penulis dapat menyelesaikan studi tepat waktu.
3. Bapak Aditya Rahman Yani, S.T., M.Med.Kom, selaku dosen pembimbing utama yang telah memberikan bimbingan, saran, dan arahan dengan penuh kesabaran.
4. Ibu Mahimma Romadhona, S.T., M.Ds, sebagai dosen pembimbing pendamping atas saran dan masukan saat melakukan bimbingan desain.
5. Ibu Diana Aqidatun Nisa, S.T., M.Ds dan Ibu Aileen S. C. R. El Chidtian, S.T., M.Ds atas masukan dan evaluasi yang membangun dalam proses penyempurnaan karya ini.
6. Wianda, Celia, Fio, Shabrina selaku teman seperjuangan penulis selama menempuh studi di DKV UPN “Veteran” Jawa Timur.
7. Jasmine, Shirky, Bilqis, Evi sebagai motivasi penulis untuk dapat menyelesaikan rangkaian studi tepat waktu.
8. Gibron selaku adik penulis yang membantu dalam penyebaran kuisioner.
9. Kak Randy selaku mentor magang di DP3APPKB yang menghubungkan penulis ke stakeholder dalam perancangan ini dan selalu memberi afirmasi positif kepada penulis.
10. Teman-teman magang penulis di DP3APPKB yang membantu dalam pengumpulan data dan juga sebagai motivasi penulis untuk menyelesaikan Tugas Akhir tepat waktu.
11. Seluruh narasumber dan responden yang telah berpartisipasi dalam proses riset.

12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, atas bantuan dan dukungannya.

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan untuk penyempurnaan ke depannya.

Surabaya, 2 Juni 2025

Conny Avadata Firdausin Nuzulla

DAFTAR ISI

BAB I	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.5 Tujuan Perancangan	5
1.6 Manfaat Hasil Perancangan.....	6
1.7 Kerangka Perancangan.....	7
BAB II.....	8
2.1 Definisi Operasional Judul	8
2.1.1 Definisi Kampanye.....	8
2.1.2 Definisi Kekerasan Dalam Rumah Tangga	8
2.1.3 Definisi Pernikahan	9
2.1.4 Definisi Trauma.....	9
2.1.5 Definisi Trauma Antargenerasi.....	9
2.2 Landasan Teori	10
2.2.1 Tinjauan Kampanye.....	10
2.2.2 Media Massa	11
2.2.3 Edukasi	12
2.2.4 Tinjauan KDRT	12
2.2.5 Bimbingan Pra Nikah.....	18
2.2.6 Kesehatan Mental.....	19
2.2.7 Dewasa Muda.....	19
2.2.8 Trauma Antargenerasi.....	20
2.2.9 Desain Komunikasi Visual	20
2.3 Studi Eksisting	26
2.3.1 PUSPAGA Surabaya	27
2.4 Studi Komparator.....	30
2.4.1 Jejakhadijah_wedding	30
3.1 Metode Perancangan	34
3.2 Objek Perancangan.....	34
4.3 Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.3.1 Data Primer	34
3.2.1 Data Sekunder	41
3.2.2 Target Audiens.....	41

3.3 Teknik Analisis Data	42
3.3.1 Analisis Data Wawancara	42
3.3.6 Analisis 5W+1H	48
3.3.7 Sintesa data.....	51
BAB IV	52
4.1 Perumusan Konsep.....	52
4.1.1 Mind Mapping.....	52
4.1.2 Definisi Keyword	53
4.1.3 Makna Denotatif.....	53
4.1.5 What To Say	53
4.1.6 Konsep Verbal	53
4.1.7 Konsep Visual.....	60
4.1.7 Konsep Media.....	61
4.2. Proses Perancangan Desain	62
4.2.1. Rough Desain	62
4.2.2. Komprehensif Desain	67
4.2.3. Validasi Desain	69
4.2.4. Final Desain.....	71
4.3. Implementasi Desain.....	72
4.4 Rencana Anggaran	86
BAB V	88
5.1. Kesimpulan	88
5.2. Saran.....	88
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN.....	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kuisisioner Apakah KDRT Mempengaruhi Pernikahan Seseorang.....	2
Gambar 1. 2 Kerangka Perancangan	7
Gambar 2. 1 Instagram PUSPAGA	27
Gambar 2. 2 Laman Tiktok Jejak Khadijah Wedding.....	31
Gambar 3. 1 Wawancara dengan Bu Lingga	35
Gambar 3. 2 Wawancara dengan Bu Iswati.....	37
Gambar 3. 3 Kak Brina selaku Konselor.....	38
Gambar 3. 4 Wawancara Kak Dinda	39
Gambar 3. 5 Wawancara dengan Kak Aldo.....	40
Gambar 3. 6 Customer Journey.....	47
Gambar 4. 1 Mind Map.....	52
Gambar 4. 2 Content Plan	60
Gambar 4. 3 Gaya Gambar.....	60
Gambar 4. 4 Font Inter	61
Gambar 4. 5 Brainstorm Logo.....	63
Gambar 4. 6 Sketsa Logo	63
Gambar 4. 7 Inspirasi Pallete Logo.....	63
Gambar 4. 8 Color Pallete Logo.....	64
Gambar 4. 9 Referensi Karakter.....	64
Gambar 4. 10 Referensi Pakaian Perempuan Satu	65
Gambar 4. 11 Referensi Pakaian Perempuan Dua.....	65
Gambar 4. 12 Referensi Pakaian Perempuan Tiga.....	65
Gambar 4. 13 Referensi Pakaian Laki-laki Satu	66
Gambar 4. 14 Referensi Pakaian Laki-laki Dua.....	66
Gambar 4. 15 Referensi Pakaian Laki-laki Tiga	66
Gambar 4. 16 Sketsa Karakter.....	67
Gambar 4. 17 Desain Logo Alternatif	68
Gambar 4. 18 Alternatif Karakter Satu.....	68
Gambar 4. 19 Alternatif Karakter Dua	69
Gambar 4. 20 Alternatif Karakter Tiga.....	69
Gambar 4. 21 Logo Terpilih dari Ahli Kampanye.....	70
Gambar 4. 22 Validasi Ahli Kampanye	70
Gambar 4. 23 Kuisisioner Karakter Arum	70
Gambar 4. 24 Kuisisioner Karakter Rey.....	71
Gambar 4. 25 Logo Kampanye Terpilih.....	71

Gambar 4. 26 Karakter Terpilih	72
Gambar 4. 27 Buku Saku	73
Gambar 4. 28 Poster Interaktif Arum	83
Gambar 4. 29 Poster Interaktif Rey.....	83
Gambar 4. 30 Pin Kampanye	84
Gambar 4. 31 Gantungan Kunci Depan	84
Gambar 4. 32 Desain Gantungan Kunci Belakang.....	85
Gambar 4. 33 Notebook	85
Gambar 4. 34 Bolpoin Kampanye.....	86
Gambar 4. 35 Sticker Kampanye	86

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Analisis Akun Instagram PUSPAGA.....	27
Tabel 2. 2 Analisis Akun Joyful Odyseyy	31
Tabel 4. 1 Tahapan Kampanye dengan AISAS	55
Tabel 4. 2 Program Kampanye	58
Tabel 4. 3 Script Konten dan Storyboard	73
Tabel 4. 4 Biaya Pengeluaran	86
Tabel 4. 5 Biaya Produksi	87

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Data Kuisioner	91
Lampiran 2 Dokumentasi Validasi	93
Lampiran 3 Transkrip Wawancara.....	94
Lampiran 4 Formulir Asistensi Seminar	115
Lampiran 5 Formulir Revisi Seminar.....	116
Lampiran 6 Formulir Asistensi Tugas Akhir Pembimbing 1	120
Lampiran 7 Formulir Asistensi Tugas Akhir Pembimbing 2.....	121
Lampiran 8 Formulir Revisi K1	122