

TUGAS AKHIR

PERANCANGAN KAMPANYE EDUKASI PENTINGNYA *SELF REWARD* PADA PEREMPUAN MUSLIMAH USIA 19-24 TAHUN

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



Oleh :

Jian Fitriana

21052010154

Dosen Pembimbing 1 :

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

Dosen Pembimbing 2 :

Masnuna, ST., M.Sn

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWATIMUR
2025**

TUGAS AKHIR

PERANCANGAN KAMPANYE EDUKASI PENTINGNYA *SELF REWARD* PADA PEREMPUAN MUSLIMAH USIA 19-24 TAHUN

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



Oleh :

Jian Fitriana

21052010154

Dosen Pembimbing 1 :

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

Dosen Pembimbing 2 :

Masnuna, ST., M.Sn

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWATIMUR
2025**

HALAMAN PENGESAHAN
PERANCANGAN KAMPANYE EDUKASI PENTINGNYA SELF REWARD PADA
PEREMPUAN MUSLIMAH USIA 19-24 TAHUN

Disusun oleh:

JIAN FITRIANA
.21052010154

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji

Pada tanggal : 21 Mei 2025

Pembimbing 1


Aditya Rahman Yahi, S.T., M.Med.Kom
NIP3K. 19810929 202121 1002

Penguji 1


Aileen S.C.R.El Chidtian, S.T., M.Ds
NIP3K. 19870119 202421 2024

Pembimbing 2


Masnuna, ST., M.Sn
NIP3K. 19840512 2021 212004

Penguji 2


Restu Ismoyo Aji, S.Sn., M.A.
NPT. 201 19850106 174

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 PENTNGNYA SELF REWARD PADA
PEREMPUAN MUSLIMAH USIA 19-24 TAHUN

Disusun oleh:

JIAN FITRIANA
21052010154

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji

Pada tanggal : 21 Mei 2025

Pembimbing 1

Pembimbing 2


Aditva Rahman Yani S.T., M.Med.Kom
NIP3K. 19810929 202121 1002


Masnuna. S.T., M.Sn
NIP3K. 19840512 2021 212004

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
NIP3K. 19840512 2021 212004

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Jian Fitriana
NPM : 21052010154
Program : Sarjana(S1) / ~~Magister (S2)~~ / ~~Dokter (S3)~~
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



Jian Fitriana

21052010154

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Allah SWT karena atas rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Perancangan Kampanye Edukasi Pentingnya Self-Reward Pada Perempuan Muslimah Usia 19-24 Tahun” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Desain pada Prodi DKV. Tugas akhir ini dilatar belakangi oleh pentingnya kesadaran individu, akan pentingnya memberikan penghargaan pada diri sendiri sebagai bentuk apresiasi terhadap pencapaian. Kampanye ini dirancang untuk memberikan edukasi, motivasi, serta menginspirasi masyarakat agar dapat mengubah pikiran negative tentang *self reward* tersebut.

Penulis menyadari bahwa tanpa dukungan, bimbingan, dan doa dari berbagai pihak, tugas akhir ini tidak akan terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. **Allah SWT**, yang senantiasa memberikan kekuatan, kesehatan, dan kelancaran selama proses penyusunan tugas akhir ini.
2. **Diri Sendiri**, yang telah berjuang melewati proses panjang ini dengan segala rasa lelah, atas keberanian untuk terus melangkah meskipun dihadapkan dengan berbagai tantangan.
3. **Kedua Orang Tua**, atas doa, dukungan, dan cinta tanpa batas yang selalu menjadi sumber kekuatan dalam setiap langkah.
4. **Dosen Pembimbing dan Seluruh Dosen DKV**, yang telah memberikan arahan, waktu, dan masukan yang sangat berarti sepanjang proses perancangan tugas ini.
5. **Best Partner**, kepada **Rachmat Rachimullah** yang telah menjadi pendamping dalam suka dan duka selama perjalanan ini. terima kasih atas kesabaran, semangat, bantuan nonstop, dan dukungan di setiap titik lelah dan kebimbangan.
6. **Best Friends**, Teman seperjuangan yang telah menjadi sahabat sekaligus tempat berbagi selama masa kuliah dari awal masuk hingga tugas akhir ini. Serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, terima kasih atas peran dan bantuannya yang turut menyukseskan proses ini.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran penulis harapkan demi perbaikan di masa yang akan datang. Semoga tugas akhir ini dapat memberikan manfaat dan menjadi kontribusi positif khususnya dalam ranah kampanye edukatif.

Surabaya, Mei 2025

DAFTAR ISI

BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	8
1.3. Rumusan Masalah.....	8
1.4. Batasan Masalah	8
a. Wilayah Geografis.....	8
b. Pengumpulan Data	9
1.5. Tujuan Perancangan.....	9
1.6. Manfaat Hasil Perancangan.....	9
a. Bagi Komunitas Ladies Class Dan Perempuan Muslimah.....	9
b. Bagi Masyarakat Umum.....	9
c. Bagi Mahasiswa	10
1.7. Kerangka Perancangan	10
BAB II	11
LANDASAN TEORI DAN STUDI EKSISTING	11
2.1. Definisi Operasional Judul	11
2.1.1 Definisi Perancangan.....	11
2.1.2 Definisi Kampanye Edukasi.....	11
2.1.3. Definisi Self Reward	12
2.1.4 Definisi Perempuan Muslimah	12
2.1.5 Definisi Usia 19-24 Tahun	12
2.2 Landasan Teori Kampanye.....	13
2.2.1. Teori Desain komunikasi visual	13
2.2.2. Teori Warna	14
2.2.3. Konsep Edukasi dan Teori Self Reward	18
2.2.4. Teori Psikologi tentang Perempuan Muslimah pada Self Reward	19
2.2.5. Teori Psikologi Perempuan usia 19-24 tahun.....	20
2.2.6. Nilai-Nilai Self Reward dalam Perspektif Islam	21
2.2.7. Peran <i>Self Reward</i> pada Perempuan Muslimah	22
2.2.8 Profile Stakeholder.....	23
2.3 Studi Eksisting.....	23
2.3.1 Analisis Media	24
2.3.2 Kelebihan	25
2.3.3 Kekurangan	26
2.3.4 Kesimpulan	26

2.4 Studi Komparator	26
2.4.1 Analisis Media	27
2.4.2 Kelebihan	28
2.4.3 Kekurangan	28
2.4.4 Kesimpulan	28
2.4.5 Analisis Media	29
2.4.6 Kelebihan	31
2.4.7 Kekurangan	31
2.4.8 Kesimpulan	31
BAB III	32
METODOLOGI DESAIN	32
3.1. Metode Perancangan	32
3.1.1 Data Primer	32
3.1.2. Data Sekunder	32
3.2. Objek Perancangan	33
3.2.1. Alasan Pemilihan Objek Perancangan	33
3.3 Teknik Pengumpulan Data	34
3.3.1. Data Primer	34
3.3.2. Data sekunder	40
3.4 Target Audiens	42
3.5 Teknik Analisis Data	42
3.5.1 Analisis Data Wawancara	43
3.5.2. Analisis 5W+1H.....	44
3.5.3 Analisis Data Kuisisioner.....	45
3.5.4 Analisi Data Obeservasi	47
3.5.5 Analisis Consumer Insight	48
3.5.6 Analisis Consumer Journey.....	49
3.6 Sintesa Data	51
BAB IV	53
KONSEP DAN IMPLEMENTASI DESAIN	53
4.1 Peremusan Konsep.....	53
4.1.1 Definisi Keyword	54
4.2 What to Say.....	55
4.3 How to Say	55
4.4 Konsep Verbal.....	55
4.4.1 Strategi Pendekatan	55
4.4.2 Gaya Bahasa	56

4.4.3 Tagline.....	56
4.4.4 Copywriting.....	56
4.4.5 Isi atau Materi	57
4.5 Tahapan dan Tujuan Kampanye.....	57
4.6 Program Kampanye.....	59
4.7 Konsep Visual.....	61
4.8 Konsep Media Kampanye	64
4.9 Media Kampanye	66
4.9.1 Media sosial (Instagram)	66
4.10 Proses Desain.....	72
4.10.1 Logo	72
4.10.2 Desain Karakter.....	79
4.10.3 Desain Media Utama.....	93
4.10.4 Video Animasi Edukasi Bijak Hargai Diri.....	77
4.10.5 Desain Media Pendukung.....	97
4.11 Implementasi Desain.....	103
4.11.1 Logo	103
4.11.2 Feed Instagram.....	103
4.11.3 Media Pendukung.....	105
LAMPIRAN.....	111
DAFTAR PUSTAKA.....	127

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Better Youth Fondation	5
Gambar 1.2 Tata Letak Better Youth.....	6
Gambar 1.3 Kerangka Perancangan.....	10
Gambar 2.1 Lingkaran Warna Prang	15
Gambar 2.2 Akun Sosmed Ladies Class.....	23
Gambar 2.3 Feed Instagram Ladies Class.....	24
Gambar 2.4 Buku Self reward.....	26
Gambar 2.5 Akun Sosmed Karsacita.id	28
Gambar 2.6 Feed Instagram Karsacita.id.....	29
Gambar 3.1 Bukti Rekaman Wawancara.....	35
Gambar 3.2 Bukti Foto Wawancara.....	35
Gambar 3.3 Bukti Gmeet wawancara	36
Gambar 3.4 Bukti Hasil Kuisisioner.....	37
Gambar 3.5 Hasil Responden	37
Gambar 3.6 Hasil Kuisisioner	38
Gambar 3.7 Masjid Better Youth.....	39
Gambar 3.8 Kegiatan Kajian Ladiess Class.....	39
Gambar 3.9 Kegiatan Kajian Ladiess Class.....	39
Gambar 3.10 rekaman wawancara audiens by vn.....	40
Gambar 3.11 Hasil Responden.....	46
Gambar 3.12 Hasil Responden.....	46
Gambar 3.13 Hasil Responden.....	47
Gambar 3.14 Tata Letak Better Youth.....	48
Gambar 3.15 Masjid Better Youth	48
Gambar 3.16 Foto bersama Consumer Journey	49
Gambar 4.1 Perumusan Keyword	53
Gambar 4.2 referensi gaya gambar	62
Gambar 4.3 Referensi Palet Warna.....	63
Gambar 4.4 Referensi Font	64
Gambar 4.5 Brainsorming Logo	72
Gambar 4.6 Sketsa kasar Alternatif logo	72
Gambar 4.7 Sketsa warna digital	73
Gambar 4.8 studi pewarnaan logo.....	73
Gambar 4.9 alternatif logo terpilih.....	74
Gambar 4.10 Validasi Logo Kepada Pakar Logo	75
Gambar 4.11 Hasil kuisisioner pemilihan logo	75
Gambar 4.12 logo terpilih.....	76
Gambar 4.13 Makna logo	77
Gambar 4.14 Referensi karakter utama.....	80
Gambar 4.15 Sketsa karakter utama	80
Gambar 4.16 Hasil kuisisioner pemilihan warna pada karakter	81
Gambar 4.17 Pemilihan opsi kuisisioner warna pada karakter	81
Gambar 4.18 Palet warna karakter	81
Gambar 4.19 karakter utama	82
Gambar 4.20 Hasil validasi alternatif desain karakter	82
Gambar 4.21 hasil validasi kuisisioner karakter utama	83
Gambar 4.22 Desain terpilih karakter utama	83
Gambar 4.23 Referensi karakter pendamping.....	84
Gambar 4.24 Sketsa karakter pendamping	84
Gambar 4.25 Desain digital karakter pendamping.....	85
Gambar 4.26 Hasil validasi alternatif desain karakter	85
Gambar 4.27 hasil validasi kuisisioner karakter pendamping	86
Gambar 4.28 Desain terpilih karakter pendamping	86

Gambar 4.29 Referensi karakter ibu	87
Gambar 4.30 sketsa karakter pendamping	87
Gambar 4.31 Desain digital karakter ibu aisyah	88
Gambar 4. 32 Hasil validasi alternatif desain karakter	88
Gambar 4.33 Hasil validasi kuisioner karakter ibu aisyah.....	89
Gambar 4.34 Desain terpilih karakter ibu aisyah.....	89
Gambar 4.35 Referensi karakter ayah.....	90
Gambar 4.36 Sketsa karakter ayah aisyah	90
Gambar 4.37 Desain digital karakter ayah aisyah.....	91
Gambar 4.38 Hasil validasi alternatif desain karakter	91
Gambar 4.39 Hasil validasi kuisioner karakter ayah aisyah	92
Gambar 4.40 Desain terpilih karakter ayah aisyah	92
Gambar 4.41 Referensi feed instagram.....	93
Gambar 4.42 Storyboard video animasi.....	93
Gambar 4.43 Cuplikan video animasi.....	95
Gambar 4.44 Desain sketsa poster	97
Gambar 4.45 Desain digital poster.....	98
Gambar 4.46 Desain sketsa brosur.....	98
Gambar 4.47 Desain digital brosur	99
Gambar 4.48 Desain sketsa X-banner.....	99
Gambar 4.49 Desain digital X-banner	100
Gambar 4.50 Desain sketsa stiker	100
Gambar 4.51 Desain digital stiker.....	101
Gambar 4.52 Desain sketsa gantungan kunci	101
Gambar 4.53 Desain digital gantungan kunci	102
Gambar 4.54 Desain sketsa pin peniti.....	102
Gambar 4.55 Desain digital pin peniti	102
Gambar 4.56 Implementasi logo	103
Gambar 4.57 Feed Instagram	104
Gambar 4.58 Implementasi Feed	104
Gambar 4.59 Implementasi Reels	104
Gambar 4.60 Implementasi video animasi edukasi.....	105
Gambar 4.61 Implementasi poster	105
Gambar 4.62 Implementasi brosur.....	106
Gambar 4.63 Implementasi x-banner.....	106
Gambar 4.64 Implentasi Merchandise	107

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Analisis media.....	24
Tabel 2.2 Analisis media.....	27
Tabel 2.3 Analisis media.....	29
Tabel 3.1 Consumer Journey	50
Tabel 4.1 Tahapan dan tujuan kampanye.....	57
Tabel 4.2 Program kampanye	59
Tabel 4.3 timeline kegiatan kampanye	61
Tabel 4.4 kerangka tagline kampanye.....	61
Tabel 4.5 Program kampanye	64
Tabel 4.6 Konten Kampanye	66
Tabel 4.2.1 Tarif pengeluaran desainer.....	108
Tabel 4.2.3 Biaya produksi/cetak.....	109

DAFTAR LAMPIRAN

Gambar 1.1 Bukti wawancara pertama.....	112
Gambar 1.2 Bukti wawancara kedua.....	112
Gambar 1.3 Bukti wawancara ketiga.....	112
Gambar 1.4 Bukti wawancara keempat.....	113
Gambar 1.5 Bukti kuisisioner.....	113
Gambar 1.6 Bukti observasi.....	123
Gambar 1.7 Bukti kampanye offline dan partisipasi tanda tangan.....	125
Gambar 1.8 Booth pameran.....	125
Gambar 1.9 Formulir asistensi pembimbing 1.....	126
Gambar 1.10 Formulir asistensi pembimbing 2.....	127

ABSTRACT

There are several factors that influence suicide in college students, including demographics, psychological problems such as depression and addiction, and social problems such as isolation and stigma. On September 18, 2024, a student at Ciputra University Surabaya committed suicide, which prompted the author to design an educational campaign about Self Reward to help mental health. Many teenagers experience mental disorders, often influenced by family environment, and social pressure. Muslim women are often vulnerable to depression due to hormonal factors and social pressure. Consultation or seeking help becomes difficult for them because of stigma. Self-reward can be done in various ways, including buying favorite items or enjoying time alone. The right self-reward should support mental health without leading to excessive consumption. An educational campaign about self-reward was designed to help Muslim women understand the importance of valuing themselves.

This study uses a descriptive qualitative approach method. Qualitative research is research that examines the perspectives of participants with interactive and flexible strategies. The planning of this Self Reward educational campaign uses quantitative and qualitative methods. This second option was chosen because the design requires relevant data. To get more in-depth information about the phenomena found.

This study designs an educational campaign for Muslim women aged 19–24 years about the importance of self-reward. This campaign is to increase understanding of positive self-esteem according to Islamic values. This is due to high mental pressure and negative stigma towards self-rewards which are considered wasteful. The campaign is delivered through educational visual media, both online and offline, with a minimalist style and friendly language. The goal is to form healthy habits in self-esteem and maintaining mental-emotional balance.

The design of this educational campaign aims to increase awareness of the importance of self-reward as a form of positive, meaningful self-esteem, and in line with Islamic values. This campaign uses attractive visual and digital media to change negative views about self-reward, and encourage Muslim women to respect themselves more in order to maintain their mental and emotional health.

Keywords: Educational Campaign, Self Reward, Muslim, Women

ABSTRAK

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi bunuh diri pada mahasiswa, termasuk demografi, masalah psikologi seperti depresi dan kecanduan, serta masalah sosial seperti isolasi dan stigma. Pada 18 September 2024, seorang mahasiswa Universitas Ciputra Surabaya melakukan bunuh diri, yang mendorong penulis untuk merancang kampanye edukasi tentang Self Reward untuk membantu kesehatan mental. Banyak remaja mengalami gangguan jiwa, sering kali dipengaruhi oleh lingkungan keluarga, dan tekanan sosial. Perempuan Muslimah sering kali rentan terhadap depresi karena faktor hormon dan tekanan sosial. Konsultasi atau mencari bantuan menjadi sulit bagi mereka karena stigma. Self reward dapat dilakukan dengan berbagai cara, termasuk membeli barang kesukaan atau menikmati waktu sendiri. Self reward yang tepat seharusnya mendukung kesehatan mental tanpa mengarah pada konsumsi berlebihan. Kampanye edukasi tentang self reward dirancang untuk membantu perempuan Muslimah memahami pentingnya menghargai diri sendiri.

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang mengkaji perspektif partisipan dengan strategi yang bersifat interaktif dan fleksibel. Perencanaan kampanye edukasi Self Reward ini menggunakan metode kuantitatif dan kualitatif. Pilihan kedua ini dipilih karena desain memerlukan data yang relevan. Untuk mendapatkan informasi yang lebih mendalam tentang fenomena yang ditemukan.

Penelitian ini merancang kampanye edukasi untuk perempuan Muslimah usia 19–24 tahun tentang pentingnya self reward. Kampanye ini untuk meningkatkan pemahaman mengenai penghargaan diri yang positif sesuai nilai-nilai Islam. Hal ini dilatarbelakangi oleh tekanan mental tinggi dan stigma negatif terhadap self reward yang dianggap boros. Kampanye disampaikan melalui media visual edukatif, baik online maupun offline, dengan gaya minimalis dan bahasa yang ramah. Tujuannya adalah membentuk kebiasaan sehat dalam menghargai diri dan menjaga keseimbangan mental-emotional.

Perancangan kampanye edukasi ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran mengenai pentingnya self reward sebagai bentuk penghargaan diri yang positif, bermakna, dan selaras dengan nilai-nilai Islam. Kampanye ini menggunakan media visual dan digital yang menarik untuk mengubah pandangan negatif tentang self reward, serta mendorong perempuan Muslimah lebih menghargai diri sendiri demi menjaga kesehatan mental dan emosional mereka.

Kata kunci: Kampanye Edukasi, Self Reward, Perempuan, Muslimah