

TUGAS AKHIR

PERANCANGAN KAMPANYE EDUKASI TENTANG *SPEECH DELAY* PADA ANAK USIA 0-5 TAHUN UNTUK MENINGKATKAN PEMAHAMAN ORANG TUA

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



Oleh:

Melinda Oktafiana

21052010158

Pembimbing 1:

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

NIP3K. 19810929 202121 1002

Pembimbing 2 :

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

NIP. 19900202 202203 1008

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”

JAWA TIMUR

2025

TUGAS AKHIR

PERANCANGAN KAMPANYE EDUKASI TENTANG *SPEECH DELAY* PADA ANAK USIA 0-5 TAHUN UNTUK MENINGKATKAN PEMAHAMAN ORANG TUA

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



Oleh:

Melinda Oktafiana

21052010158

Pembimbing 1:

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

NIP3K. 19810929 202121 1002

Pembimbing 2 :

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

NIP. 19900202 202203 1008

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”

JAWA TIMUR

2025

LEMBAR PENGESAHAN
PERANCANGAN KAMPANYE EDUKASI TENTANG *SPEECH DELAY* PADA ANAK
USIA 0-5 TAHUN UNTUK MENINGKATKAN PEMAHAMAN ORANG TUA

Disusun oleh:
MELINDA OKTAFIANA

21052010158

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji

Pada tanggal : 19 Mei 2025

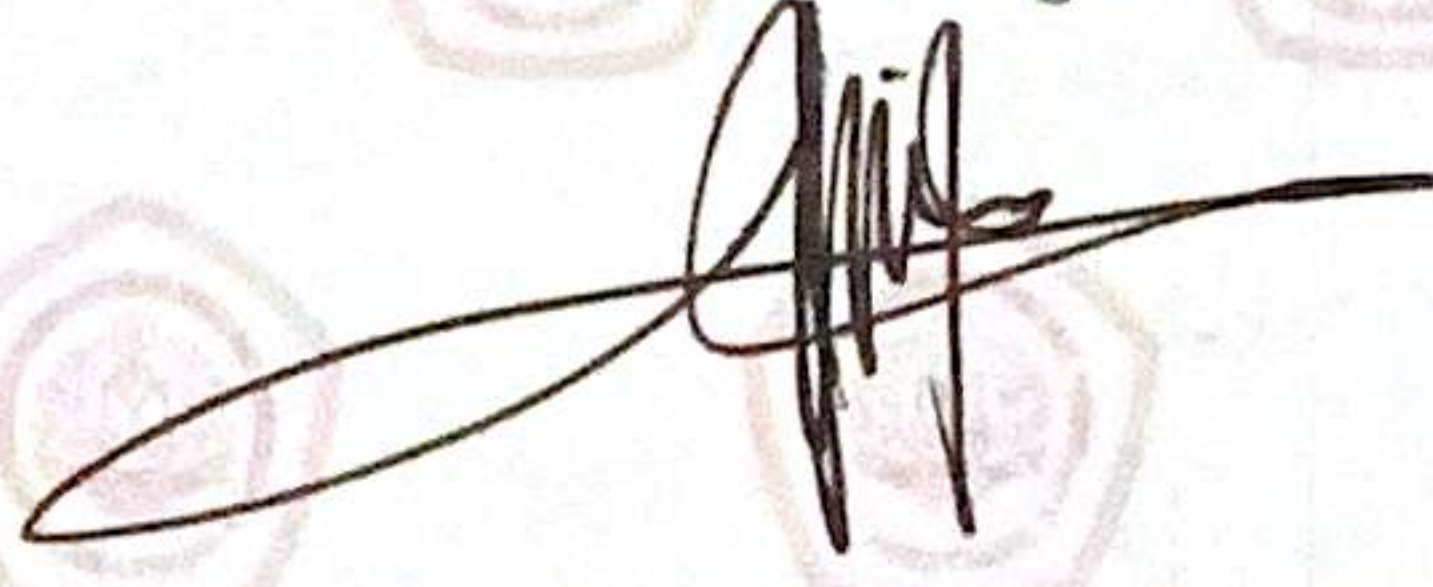
Pembimbing 1



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

NIP3K. 19810929 202121 1002

Pembimbing 2



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

NIP. 19900202 202203 1008

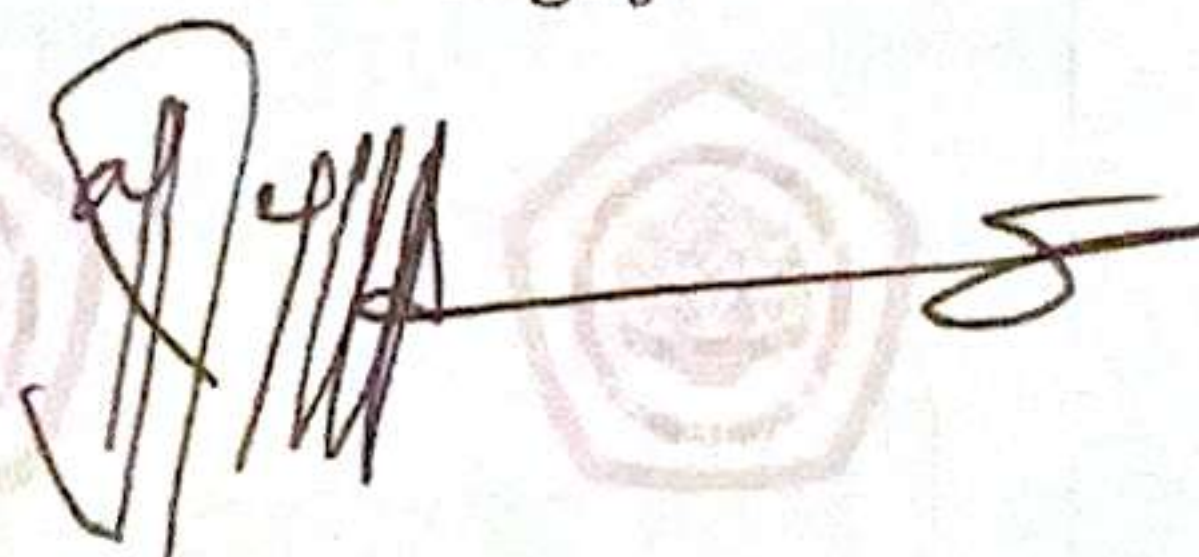
Penguji 1



Aninditya Daniar, S.Sn., M.Sn

NIP. 199411242024062002

Penguji 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)

Dekan Fakultas Arsitektur dan Desain



Ibnu Sholichin, S.T., M.T

NIPPPK. 19710916 202121 1004

HALAMAN PERSETUJUAN

**PERANCANGAN KAMPANYE EDUKASI TENTANG *SPEECH DELAY* PADA ANAK
USIA 0-5 TAHUN UNTUK MENINGKATKAN PEMAHAMAN ORANG TUA**

Disusun oleh:

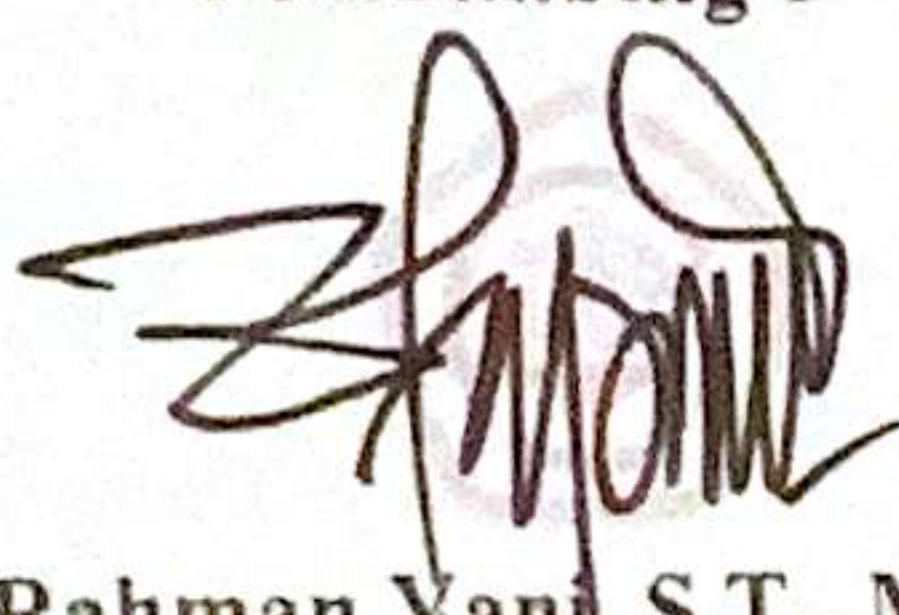
MELINDA OKTAFIANA

21052010158

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji

Pada tanggal : 19 Mei 2025

Pembimbing 1



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

Pembimbing 2



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)**

Ketua 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 : Melinda Oktafiana
NPM : 21052010158
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 ditemuan 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



Melinda Oktafiana

NPM 21052010158

ABSTRAK

Kemampuan bicara dan bahasa penting bagi interaksi sosial dan kognitif anak, namun keterlambatan bicara (*speech delay*) akan menjadi tantangan yang sering tidak terdeteksi dini. Kondisi ini, ditandai dengan kesulitan berekspresi dan penguasaan kosakata yang terbatas, kerap disebabkan oleh kurangnya stimulasi verbal dari lingkungan, termasuk paparan tontonan yang tidak relevan, bukan hanya karena gangguan pendengaran atau autisme. Kesadaran dan pemahaman masyarakat, khususnya orang tua dan tenaga pendidik, mengenai tanda, penyebab, serta pentingnya deteksi dini dan penanganan *speech delay* masih kurang.

Perancangan ini menggunakan metode kualitatif. Pendekatan ini fokus pada pemahaman mendalam tentang fenomena sosial, pengalaman, dan pandangan individu atau kelompok, bukan pada angka. Data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan analisis dokumen, memungkinkan perancang mendapatkan perspektif dan wawasan baru mengenai topik yang dibahas.

Oleh karena itu, kampanye ini dirancang untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat tentang *speech delay* serta mendorong stimulasi aktif kemampuan bicara anak. Kampanye akan memanfaatkan media sosial sebagai sarana utama penyebaran konten edukasi, didukung dengan penggunaan bahasa yang memberi kesan mendukung serta pemanfaatan media pendukung yang relevan akan mendukung untuk meningkatkan pemahaman masyarakat melalui media visual.

Diharapkan, kampanye ini tidak hanya akan memotivasi orang tua untuk lebih aktif menstimulasi bahasa anak sejak dini dan segera mencari penanganan profesional, tetapi juga menciptakan dampak jangka panjang berupa perubahan perilaku dan pola asuh di masyarakat. Tujuannya adalah memastikan setiap anak mendapatkan kesempatan optimal untuk mengembangkan kemampuan komunikasi dan sosialnya.

Kata kunci : Kampanye edukasi, keterlambatan bicara, deteksi dini, media sosial.

ABSTRACT

Language and speech abilities are crucial for a child's social and cognitive development. However, speech delay often poses a challenge that goes undetected early. This condition, characterized by difficulties in expression and limited vocabulary, is frequently caused by a lack of verbal stimulation from the environment, including exposure to irrelevant content, rather than solely by hearing impairments or autism. Public awareness and understanding, particularly among parents and educators, regarding the signs, causes, and the importance of early detection and intervention for speech delay, remain insufficient.

This design utilizes a qualitative method. This approach focuses on in-depth understanding of social phenomena, experiences, and individual or group perspectives, rather than on numbers. Data is gathered through interviews, observations, and document analysis, allowing the designer to gain new perspectives and insights on the social topic being discussed.

Therefore, this campaign is designed to raise public awareness and understanding of speech delay and to encourage active stimulation of children's speech abilities. The campaign will leverage social media as the primary channel for disseminating educational content, supported by encouraging language and relevant visual media to enhance public comprehension.

It's hoped that this campaign will not only motivate parents to actively stimulate their children's language development from an early age and promptly seek professional help but also create a long-term impact by fostering changes in parenting behavior and practices within the community. The ultimate goal is to ensure every child receives optimal opportunities to develop their communication and social skills.

Keywords: *Educational campaign, speech delay, early detection, social media.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir yang berjudul “Perancangan Kampanye Edukasi *Speech Delay* Pada Anak Usia 0-5 Tahun Untuk Meningkatkan Pemahaman Orang Tua” ini dapat terselesaikan dengan baik. Perancangan ini disusun untuk memenuhi syarat kelulusan program Sarjana (S1) program studi Desain Komunikasi Visual. Melalui perancangan ini penulis ingin meningkatkan kepedulian masyarakat terhadap kemampuan bahasa dan bicara pada anak dengan memperhatikan tahapan perkembangan anak sesuai usianya. Dengan meningkatkan pemahaman masyarakat, penulis berharap anak-anak yang mengalami keterlambatan atau kesulitan berbicara dapat segera mendapatkan penanganan yang tepat dan efektif, demi masa depan komunikasi mereka yang lebih baik.

Penulis menyampaikan rasa terima kasih yang tulus kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam perancangan kampanye edukasi ini. Apresiasi yang sebesar-besarnya penulis haturkan kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa atas segala bentuk Rahmat, nikmat, dan karunianya selama proses perancangan kampanye.
2. Kedua orang tua penulis yang telah mendo’akan serta senantiasa memberikan berbagai bentuk dukungan.
3. Bapak Aditya Rahman Yani, S.T., M.Med.Ko, yang merupakan dosen pembimbing utama yang sabar membimbing serta memberi saran dan arahan yang membangun.
4. Bapak Pungky Febi Arifianto, S.Sn., M.S, selaku dosen pembimbing pendamping yang juga memberi masukan dan saran.
5. Ibu Aninditya Daniar, S.Sn., M.Sn. dan ibu Mahimma Romadhona, S.T., M.Ds sebagai dosen penguji yang memberikan kritik dan saran serta mengevaluasi perancangan kampanye.
6. Semua narasumber dan responden yang berpartisipasi untuk kebutuhan riset.
7. Teman-teman seperjuangan dan semua orang yang terlibat dalam penyusunan perancangan ini atas semua bantuan dan dukungannya.

Dengan terwujudnya perancangan ini penulis juga sangat terbuka terhadap kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa mendatang. Semoga dengan adanya kampanye ini dapat membawa manfaat yang nyata dan menjadi langkah awal menuju kesadaran yang lebih luas di tengah masyarakat.

DAFTAR ISI

LEMBAR 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	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Rumusan Masalah	4
1.4 Batasan Masalah	4
1.5 Tujuan perancangan	4
1.6 Manfaat Hasil Perancangan	4
1.7 Kerangka Perancangan	6
BAB II	7
LANDASAN TEORI DAN STUDI EKSISTING	7
2.1. Definisi Operasional Judul	7
2.1.1. Definisi Kampanye Edukasi	7
2.1.2. Definisi Anak.....	7
2.1.3. Definisi <i>Speech Delay</i>	8
2.2. Landasan Teori.....	8

2.2.1. Teori Perkembangan Anak	8
2.2.2 Teori <i>Speech Delay</i>	12
2.2.3 Teori Desain komunikasi Visual.....	15
2.3. Studi Eksisting.....	17
2.3.1. Marvel Kids.....	18
2.3.2. Analisis Studi Eksisting.....	18
2.4. Studi Komparator	23
BAB III.....	27
METODOLOGI DESAIN.....	27
3.1. Metode Perancangan.....	27
3.2. Objek Perancangan	28
3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.3.1. Data Primer	28
3.3.2. Data Sekunder	29
3.3.3. Target Audiens.....	31
3.4. Teknik Analisis Data.....	31
3.4.1. Analisis Data Wawancara	31
3.4.2. Analisis Data Kuesioner	36
3.4.3. Analisis Data Observasi	42
3.4.4. Analisis <i>Consumer Insight</i>	42
3.4.5. Analisis <i>Consumer Journey</i>	43
3.5. Sintesa Data	45
BAB IV.....	46
KONSEP DAN IMPLEMENTASI DESAIN	46
4.1. Perumusan Konsep	46
4.1.1. Konsep Verbal	47
4.1.2. Konsep Visual	49

4.1.3. Konsep Media	52
4.2. Proses Perancangan Desain	61
4.2.1. Rough Desain (sketsa kasar)	61
4.2.2. Komprehensif Desain.....	65
4.2.3. Validasi Desain.....	66
4.2.4. Desain Final (Final Artwork)	67
4.3. Implementasi Desain	70
4.3.1. Implementasi Desain Media Utama	70
4.3.2. Implementasi Desain Media Pnedamping.....	72
4.4. Rancangan Anggaran Proyek.....	78
4.4.1. Tarif desainer	78
4.4.2. Biaya produksi.....	79
BAB V	81
PENUTUP	81
5.1. Kesimpulan.....	81
5.2. Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 kerangka perancangan	6
Gambar 2.1 logo marvel kids	18
Gambar 3.1 wawancara tenaga pendidik.....	32
Gambar 3.2 wawancara terapis Marvel Kids	34
gambar 3.3 kuisisioner	36
gambar 3.4 kuisisioner	37
gambar 3.5 kuisisioner	38
gambar 3.6 kuisisioner	39
gambar 3.7 kuisisioner	40
gambar 3.8 kuisisioner	41
gambar 4.1 perumusan konsep	46
gambar 4.2 referensi visual.....	49
gambar 4.3 palet warna.....	50
gambar 4.4 referensi font.....	52
gambar 4.5 botol minum.....	54
gambar 4.6 mug	55
gambar 4.7 totebag	55
gambar 4.8 kaos.....	56
gambar 4.9 bantal custom.....	56
gambar 4.10 gantungan kunci.....	57
gambar 4.11 pin akrilik.....	57
gambar 4.12 flash card.....	58
gambar 4.13 x banner	58
gambar 4.14 konten plan sumber : dokumen pribadi	61
gambar 4.15 brainstorming.....	61
gambar 4.16 alternatif logo.....	62
gambar 4.17 sketsa leaflet	63
Gambar 4.18 storyboard video	64
gambar 4.19 sketsa feeds instagram	64
Gambar 4.20 alternatif logo.....	65
Gambar 4.21 alternatif desain feeds	66

Gambar 4.22 validasi target audiens	66
Gambar 4.23 logo final.....	67
Gambar 4.24 guideline logo	68
gambar 4.25 desain leaflet final.....	69
Gambar 4.26 desain feeds final	70
Gambar 4.27 implementasi feeds instagram.....	71
Gambar 4.28 implementasi leaflet.....	71
Gambar 4.29 implementasi botol minum	72
Gambar 4.30 implementasi mug.....	72
Gambar 4.31 implementasi totebag	73
Gambar 4.32 implementasi kaos	73
Gambar 4.33 implementasi bantal custom	74
Gambar 4.34 implementasi gantungan kunci	74
Gambar 4.35 implementasi pin.....	75
Gambar 4.36 implementasi stiker.....	75
Gambar 4.37 implementasi falsh card	76
Gambar 4.38 implementasi Xbanner	76
Gambar 4.39 implementasi poster	77
Gambar 4.40 implementasi booth pameran	78

DAFTAR TABEL

tabel 1 analisis studi eksisting	18
tabel 2 analisis studi komparator	23
tabel 3 consumer journey.....	43
tabel 4 program kampanye	58
tabel 5 timeline kegiatan.....	60
tabel 6 anggaran desainer	78
tabel 7 biaya produksi.....	79

DAFTAR LAMPIRAN

Hasil kuisioner	85
Wawancara dengan tenaga pendidik dari Paud Dahlia.....	88
Wawancara dengan MARVEL KIDS (klinik tumbuh kembang anak)	91
Form asistensi	96
Form revisi sempro.....	96
Form pengajuan judul	96
Form validasi kesiapan	96
Form pengajuan pembimbing	96