

SKRIPSI

**PERANCANGAN MEDIA KOMUNIKASI VISUAL MENGENAI
PENTINGNYA ETIKA DALAM BERKOMENTAR DI MEDIA SOSIAL**



William Budyanto Aji

17.L1.0029

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

2021

SKRIPSI

PERANCANGAN MEDIA KOMUNIKASI VISUAL MENGENAI PENTINGNYA ETIKA DALAM BERKOMENTAR DI MEDIA SOSIAL

Diajukan dalam Rangka Memenuhi Salah Satu

Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Desain



William Budyanto Aji

17.L1.0029

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

SEMARANG

2021

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

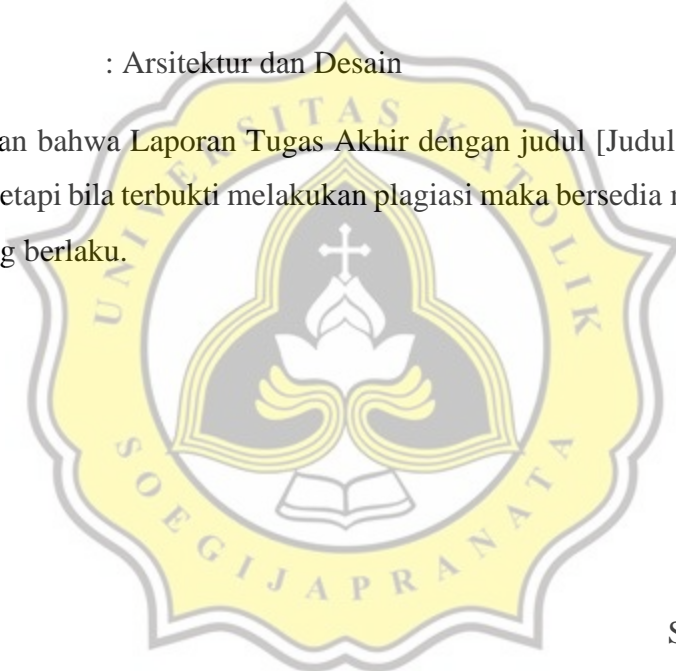
Nama : William Budyanto Aji

NIM : 17.L1.0029

Progdi / Konsentrasi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Arsitektur dan Desain

Dengan ini menyatakan bahwa Laporan Tugas Akhir dengan judul [Judul Tugas Akhir] tersebut bebas plagiasi. Akan tetapi bila terbukti melakukan plagiasi maka bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.



Semarang, 27 Juli 2021

Yang menyatakan,

William Budyanto Aji

HALAMAN PENGESAHAN



Judul Tugas Akhir: : PERANCANGAN MEDIA KOMUNIKASI VISUAL MENGENAI
PENTINGNYA ETIKA DALAM BERKOMENTAR DI MEDIA SOSIAL

Diajukan oleh : William Budyanto Aji

NIM : 17.L1.0029

Tanggal disetujui : 06 Juli 2021

Telah setuju oleh

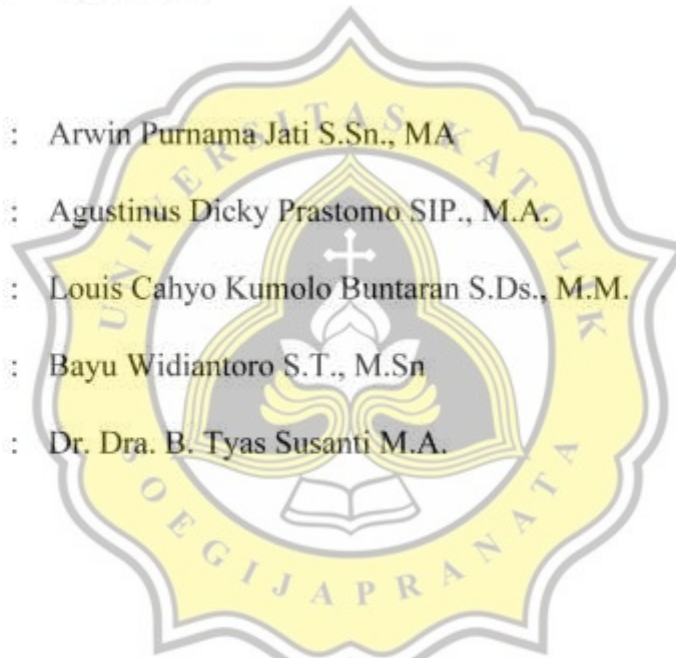
Pembimbing : Arwin Purnama Jati S.Sn., MA

Penguji 1 : Agustinus Dicky Prastomo SIP., M.A.

Penguji 2 : Louis Cahyo Kumolo Buntaran S.Ds., M.M.

Ketua Program Studi : Bayu Widiantoro S.T., M.Sn

Dekan : Dr. Dra. B. Tyas Susanti M.A.



Halaman ini merupakan halaman yang sah dan dapat diverifikasi melalui alamat di bawah ini.

sintak.unika.ac.id/skripsi/verifikasi/?id=17.L1.0029

HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : William Budyanto Aji
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Arsitektur dan Desain
Jenis Karya : Perancangan Komunikasi Visual

[Menyetujui / ~~Tidak Menyetujui~~] untuk memberikan kepada Universitas Katolik Soegijapranata Semarang Hak Bebas Royalti Noneklusif atas karya ilmiah yang berjudul **“Perancangan Media Komunikasi Visual Mengenai Pentingnya Etika Dalam Berkomentar di Media Sosial”** beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Universitas Katolik Soegijapranata berhak menyimpan, mengalihkan media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir ini selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Semarang, 27 Juli 2021

Yang menyatakan



William Budyanto Aji

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, rahmat, dan karunia – Nya, sehinggasaya dapat menyelesaikan penulisan laporan tugas akhir saya yang berjudul Perancangan Media Komunikasi Visual Mengenai Pentingnya Etika Dalam Berkomentar Di Media Sosial dengan lancar dan baik. Laporan tugas akhir ini dibuat dalam rangka sebagai syarat untuk memenuhi kriteria kelulusan dalam program studi Desain Komunikasi Visual

Tidak lupa saya mengucapkan banyak terima kasih kepada Ibu Arwin Jati S.Sn., MA yang telah banyak membantu dan membimbing saya dalam proses pengerjaan laporan tugas akhir ini. Saya juga berterima kasih juga kepada para narasumber yang telah menyediakan waktunya untuk mau diwawancara. Selain itu saya juga berterima kasih kepada teman – teman lainnya yang telah membantu dalam proses pembuatan laporan tugas akhir ini

Saya sebagai penulis mengakui masih banyak kekurangan dalam laporan tugas akhir ini. Oleh karena itu kritik dan saran dari semua pihak saya harapkan untuk penyempurnaan dari laporantugas akhir ini. Semoga laporan tugas akhir ini dapat memberikan pemahaman dan pengetahuan bagi kita semua. Terima Kasih.

Semarang, 27 Juli 2021,

Penulis



William Budyanto Aji

ABSTRAK

Etika merupakan hal yang sangat penting dalam kegiatan antara individu satu dengan individu lain. Sejak jaman dulu etika selalu dijunjung tinggi dan menunjukkan bahwa orang yang memiliki etika adalah orang yang berpendidikan dan bermoral. Penggunaan media sosial di jaman ini mengalami terjadinya degradasi moral dalam beretika satu sama lain antar individu. Kesadaran akan pentingnya etika dalam bermedia sosial sangat dibutuhkan karena dilihat oleh semua orang diseluruh dunia. Cara kreatif dalam menggunakan komunikasi visual dapat menjadi cara untuk mendorong adanya perubahan dalam kondisi saat ini dengan cara yang menyenangkan.

Kata Kunci : Etika, Media Sosial.

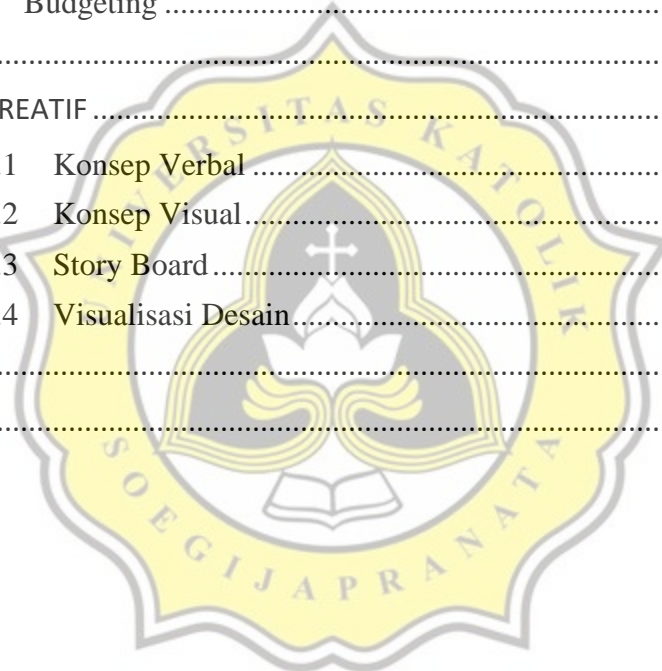
Ethics is a very important thing in activities between one individual and another. Since ancient times ethics has always been upheld and shows that people who have ethics are educated and moral people. The use of social media in this era is experiencing a moral degradation in ethics with each other between individuals. Awareness of the importance of ethics in social media is needed because it is seen by everyone around the world. Creative ways of using visual communication can be a way to encourage change in the current state of affairs in a fun way.

Keywords : Ethics, Social Media.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	3
HALAMAN PENGESAHAN	4
HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	5
KATA PENGANTAR.....	6
ABSTRAK.....	7
DAFTAR ISI.....	8
DAFTAR GAMBAR.....	10
DAFTAR TABEL.....	11
BAB I	12
PENDAHULUAN	12
1.1 Latar Belakang Masalah	12
1.2 Permasalahan.....	14
1.3 Tujuan dan Manfaat.....	15
1.4 Metode Perancangan.....	15
BAB 2	17
TINJAUAN TEORI.....	17
2.1 Media Sosial.....	17
2.2 Sejarah Media Sosial.....	17
2.3 Etika	18
2.4 Norma Sosial.....	18
2.5 Durasi Fokus Orang ketika Menonton	18
2.6 Kegemaran Orang Dewasa Terhadap Kartun.....	19
2.7 Penggunaan Media Sosial Terhadap Umur.....	19
2.8 Efektifitas Penggunaan Audio Visual	19
2.9 Komedi Observasi.....	20
BAB 3	21
STRATEGI PERANCANGAN.....	21

3.1	Objek Penelitian	21
3.2	Metode Pengumpulan Data	21
3.3	Hasil Penelitian.....	22
3.4	Analisis Data	23
3.5	Insight	24
3.6	Strategi Komunikasi	24
3.7	Strategi Media	25
3.8	Timeline.....	25
3.9	Budgeting	26
BAB 4	27
STRATEGI KREATIF		27
4.1	Konsep Verbal	27
4.2	Konsep Visual.....	29
4.3	Story Board.....	33
4.4	Visualisasi Desain.....	37
BAB 5	39
PENUTUP		39



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1.....	26
Gambar 4.2.....	27
Gambar 4.3.....	28
Gambar 4.4.....	31
Gambar 4.5.....	32
Gambar 4.6.....	33
Gambar 4.7.....	34
Gambar 4.8.....	35
Gambar 4.9.....	36
Gambar 4.10.....	37
Gambar 4.11.....	37



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1.....25

