

LAPORAN TUGAS AKHIR
PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL
PENINGKATAN KEWASPADAAN
ONLINE DATING LOVE SCAM
PADA GENERASI Y



Oleh :
ANASTASIA CALISTA GIANTO
20.L1.0018

Pembimbing :
Bayu Widianoro, ST, M.Sn.
NPP : 5812008275

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2024

LAPORAN TUGAS AKHIR
PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL
PENINGKATAN KEWASPADAAN
ONLINE DATING LOVE SCAM
PADA GENERASI Y

Diajukan dalam Rangka Memenuhi
Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar S.Ds



Oleh :
ANASTASIA CALISTA GIANTO
20.L1.0018

Pembimbing :
Bayu Widianoro, ST, M.Sn.
NPP : 5812008275

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2024

ABSTRAK

Perancangan tugas akhir berupa kampanye sosial sebagai media edukasi untuk meningkatkan kewaspadaan generasi Y pada *online dating love scam*. *Love scam* yang marak menimpa generasi Y memberikan dampak negatif bagi para korbannya. Tak hanya kerugian material, *love scam* juga dapat berdampak pada psikologis korban. Selain sebagai upaya pencegahan dan edukasi, kampanye sosial pada generasi Y perlu diupayakan sebagai bentuk pemberian dukungan pada *love scam victim* yang tidak mampu menyuarakan kekecewaan mereka. Perancangan tugas akhir ini didukung dengan data kualitatif dan berpedoman pada penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Melalui perancangan ini, diharapkan agar terutama generasi Y sebagai pengguna atau pelaku *online dating* dapat lebih waspada terhadap maraknya kasus *love scamming*.

Kata Kunci : Kampanye Sosial, Kencan Online, Generasi Y, Penipu Cinta, Kerugian Material, Psikologis Korban, Peningkatan Kewaspadaan, Dukungan, Pencegahan dan Edukasi

The design of the final project is in the form of a social campaign as an educational medium to increase Generation Y's awareness of online dating love scams. Love scams that are rife among generation Y have a negative impact on the victims. Not only material losses, love scams can also have a psychological impact on the victim. Apart from being a prevention and education effort, social campaigns for generation Y need to be pursued as a form of providing support to love scam victims who are unable to voice their disappointment. The design of this final assignment is supported by qualitative data and is guided by research that has been conducted previously. Through this design, it is hoped that especially generation Y as users or perpetrators of online dating can be more alert to the rise in cases of love scamming.

Keywords : Social Campaign, Online Dating, Generation Y, Love Scams, Material Losses, Psychological Victims, Increased Awareness, Support, Prevention and Education