



**PERANCANGAN VIDEO KAMPANYE SOSIAL  
PENCEGAHAN PELECEHAN SEKSUAL DI KABUPATEN SIKKA**

**T U G A S   A K H I R**

**Diajukan kepada Institut Filsafat dan Teknologi Kreatif Ledalero  
untuk memenuhi sebagian dari syarat-syarat  
guna memperoleh gelar Sarjana Desain  
Program Studi  
Desain Komunikasi Visual**

**Oleh  
GREGORYO SIMON BEDA  
NPM : 22902410014**

**INSTITUT FILSAFAT DAN TEKNOLOGI KREATIF LEDALERO  
MAUMERE  
2026**

## HALAMAN PENERIMAAN JUDUL

1. Nama : Gregoryo Simon Beda
2. NPM : 22902410014
3. Judul : Perancangan Video Kampanye Sosial Pencegahan Pelecehan Seksual di Kabupaten Sikka
4. Tanggal Diterima : 10 Februari 2016
5. MENGESAHKAN :

Dosen Pembimbing



Yohanes Bastian Vestrallen Lameng, S.Ds., M.M

Dekan Fakultas  
Teknologi Kreatif



Dr. Petrus Dori

Ketua Program Studi  
Desain Komunikasi Visual



Amandus Benediktus Seran Klau, S. Fil., M.I. K.

## HALAMAN PENGESAHAN

Dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi  
Institut Filsafat dan Teknologi Kreatif Ledalero  
dan diterima untuk memenuhi sebagian  
dari syarat syarat guna memperoleh  
Gelar Sarjana Desain  
Program Studi  
Desain Komunikasi Visual

Pada Tanggal  
10 Juli 2026

Mengesahkan

### INSTITUT FILSAFAT DAN TEKNOLOGI KREATIF LEDALERO

Dewan Penguji

1. Penguji I : Maria Imakulata Da Silva, S. Ds., M. Ds 
2. Penguji II : Yohanes Bastian Vestralen Lameng, S.Ds., M.M 

Dekan Fakultas  
Teknologi Kreatif



Dr. Petrus Dori

Ketua Program Studi  
Desain Komunikasi Visual



Amandus Benediktus Seran Klau, S. Fil., M.I. K.

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Gregoryo Simon Beda

NPM : 22902410014

Menyatakan bahwa tugas akhir ini benar benar hasil karya saya sendiri, bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain atau lembaga lain. Semua karya ilmiah orang lain atau lembaga lain yang dirujuk dalam tugas akhir ini telah disebutkan sumber kutipannya serta dicantumkan pada kutipan langsung dan daftar pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan atau penyimpangan berupa plagiasi atau penjiplakan dan sejenisnya di dalam karya ilmiah ini, saya bersedia menerima sanksi akademis yakni pencabutan skripsi serta gelar yang saya peroleh dari skripsi ini.

Ledalero, 10 Juli 2026

Yang menyatakan



Gregoryo Simon Beda

## **MOTTO**

**“Aku Bukan Yang Terbaik tapi dalam Dekorasi Seni kau boleh sebut Mosaik”**

(Muria Mardika)

**“Aku Adalah Meteor”**

(Alipjon)

## PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Institut Filsafat dan Teknologi Kreatif Ledalero, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Gregoryo Simon Beda  
NIM : 22902410014  
Prodi : Desain Komunikasi Visual  
Jenis Pendidikan : STRATA 1 (S1)  
Jenis Karya : Tugas Akhir

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Filsafat dan Teknologi Kreatif Ledalero Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-Exclusive Royalti Free Right*) atas Tugas Akhir saya yang berjudul **“Perancangan Video Kampanye Sosial Pencegahan Pelecehan Seksual di Kabupaten Sikka”**, beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini Institut Filsafat dan Teknologi Kreatif Ledalero berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Ledalero, 10 Juli 2026  
Yang menyatakan



**Gregoryo Simon Beda**

## ABSTRAK

Gregoryo Simon Beda, 22902410014, **Perancangan Video Kampanye Sosial Pencegahan Pelecehan Seksual di Kabupaten Sikka**. Tugas Akhir. Program Studi Desain Komunikasi Visual, Institut Filsafat dan Teknologi Kreatif Ledalero, 2026.

Kekerasan seksual merupakan permasalahan sosial serius di Kabupaten Sikka, Nusa Tenggara Timur. Data Unit Pelaksana Teknis Daerah Perlindungan Perempuan dan Anak (UPTD PPA) mencatat 177 kasus kekerasan terhadap perempuan dan anak pada tahun 2023, dengan tren yang terus berlanjut pada tahun 2024 dengan 139 kasus, sementara upaya pencegahan yang ada di daerah ini masih bertumpu pada metode konvensional seperti penyuluhan tatap muka dan distribusi materi cetak, yang memiliki keterbatasan jangkauan dan daya tarik visual, khususnya bagi generasi muda yang dominan mengonsumsi informasi melalui media digital. Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk merancang video kampanye sosial beserta media pendukungnya yang efektif, edukatif, dan komunikatif guna meningkatkan kesadaran masyarakat Kabupaten Sikka mengenai pencegahan pelecehan seksual, serta merumuskan konsep kreatif dan pendekatan naratif yang sensitif, tidak menstigmatisasi korban, dan relevan dengan konteks sosiokultural lokal. Perancangan ini menggunakan pendekatan kualitatif yang dipadukan dengan metode Design Thinking melalui lima tahapan, yaitu *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *Test*, yang diperkuat dengan prinsip trauma informed design pada setiap tahapannya mengingat sensitivitas tema yang diangkat. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan petugas UPTD PPA, tenaga pendidik, dan tokoh masyarakat, serta studi dokumentasi data sekunder. Proses perancangan ini menghasilkan konsep kreatif “Jaga deng Suara” yang bertumpu pada tiga pilar utama, yaitu keamanan, pemberdayaan, dan kebersamaan. Konsep ini diwujudkan melalui sistem identitas visual berwarna ungu yang dipadukan dengan warna warna hangat, elemen grafis berbasis lokal kabupaten Sikka, serta tipografi rounded, dan diterapkan secara konsisten pada ekosistem media kampanye hybrid yang terdiri atas video kampanye utama, video pendek untuk *platform YouTube, Instagram, dan TikTok*, poster, infografis, flyer dan brosur bertanda kode QR, serta *merchandise* edukatif. Pendekatan ilustratif dan simbolis yang menghindari reka ulang kekerasan secara eksplisit diharapkan mampu menyampaikan urgensi isu secara bertanggung jawab tanpa berisiko menimbulkan retraumatisasi bagi audiens maupun penyintas. Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi sebagai instrumen edukasi yang memperluas jangkauan pesan pencegahan pelecehan seksual, sekaligus menjadi katalis bagi perubahan norma sosial yang mendorong masyarakat Kabupaten Sikka untuk memandang isu pencegahan kekerasan seksual sebagai tanggung jawab kolektif.

**Kata kunci:** kampanye sosial, pencegahan pelecehan seksual, trauma informed design, Design Thinking, Kabupaten Sikka

## ABSTRACT

Gregoryo Simon Beda, 22902410014, ***Design of a Social Campaign Video for the Prevention of Sexual Harassment in Sikka Regency***. Final Project. Visual Communication Design Study Program, Ledalero Institute of Philosophy and Creative Technology, 2026.

Sexual violence is a serious social problem in Sikka Regency, East Nusa Tenggara. Data from the Regional Technical Implementation Unit for the Protection of Women and Children (UPTD PPA) recorded 177 cases of violence against women and children in 2023, with the trend continuing into 2024 with 139 cases, while existing prevention efforts in this region still rely on conventional methods such as face-to-face counseling and the distribution of printed materials, which have limited reach and visual appeal, particularly for the younger generation who predominantly consume information through digital media. Based on this problem, this research aims to design a social campaign video along with its supporting media that are effective, educational, and communicative in order to increase public awareness in Sikka Regency regarding the prevention of sexual harassment, as well as to formulate a creative concept and narrative approach that is sensitive, non-stigmatizing toward victims, and relevant to the local sociocultural context. This design employs a qualitative approach combined with the Design Thinking method through five stages, namely Empathize, Define, Ideate, Prototype, and Test, reinforced by trauma-informed design principles at every stage given the sensitivity of the theme addressed. Data collection techniques were conducted through in-depth interviews with UPTD PPA officers, educators, and community leaders, as well as documentation studies of secondary data. This design process produced the creative concept "Jaga deng Suara" ("Guard with Voice"), which rests on three main pillars: safety, empowerment, and togetherness. This concept is realized through a purple-based visual identity system combined with warm colors, graphic elements rooted in Sikka Regency's local culture, and rounded typography, applied consistently across a hybrid campaign media ecosystem consisting of a main campaign video, short videos for YouTube, Instagram, and TikTok, posters, infographics, QR-coded flyers and brochures, as well as educational merchandise. An illustrative and symbolic approach that avoids explicit depictions of violence is expected to responsibly convey the urgency of the issue without risking retraumatization for the audience or survivors. This research is expected to contribute as an educational instrument that expands the reach of sexual harassment prevention messages, while also serving as a catalyst for social norm change that encourages the people of Sikka Regency to view the prevention of sexual violence as a collective responsibility.

**Keywords:** Social Campaign, sexual harassment prevention, trauma informed design, Design Thinking, Sikka Regency



## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur penulis sampaikan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan tuntunan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir yang berjudul “Perancangan Video Kampanye Sosial Pencegahan Pelecehan Seksual di Kabupaten Sikka”. Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Desain pada Program Studi Desain Komunikasi Visual, Institut Filsafat dan Teknologi Kreatif Ledalero.

Penulis menyadari bahwa tema yang diangkat dalam penelitian ini merupakan isu yang sensitif dan memerlukan kehati-hatian khusus, baik dari segi etika penelitian maupun pendekatan perancangan. Oleh karena itu, penulis berupaya menyusun karya ini dengan penuh tanggung jawab, mengedepankan prinsip kehati-hatian psikologis (trauma-informed), serta semangat untuk berkontribusi secara nyata bagi upaya pencegahan kekerasan seksual di Kabupaten Sikka.

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, dan masukan yang sangat berharga; kepada pihak Unit Pelaksana Teknis Daerah Perlindungan Perempuan dan Anak (UPTD PPA) Kabupaten Sikka serta para tenaga pendidik dan tokoh masyarakat yang telah berkenan menjadi narasumber; kepada keluarga dan sahabat yang senantiasa memberikan dukungan moral; serta kepada seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah membantu kelancaran penelitian dan perancangan ini.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi penyempurnaan karya ini di masa mendatang. Semoga Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat, khususnya bagi upaya pencegahan pelecehan seksual dan penguatan kesadaran kolektif masyarakat Kabupaten Sikka.

## DAFTAR ISI

|                                                                           |           |
|---------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>HALAMAN PENERIMAAN JUDUL .....</b>                                     | <b>2</b>  |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>                                            | <b>3</b>  |
| <b>PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>                                      | <b>4</b>  |
| <b>BAB I .....</b>                                                        | <b>14</b> |
| <b>PENDAHULUAN .....</b>                                                  | <b>14</b> |
| 1.1 Latar Belakang.....                                                   | 14        |
| 1.2 Identifikasi Masalah.....                                             | 15        |
| 1.3 Rumusan Masalah.....                                                  | 15        |
| 1.4 Batasan Masalah .....                                                 | 16        |
| 1.5 Tujuan Perancangan.....                                               | 16        |
| 1.6 Manfaat Perancangan.....                                              | 17        |
| 1.6.1 Manfaat Teoritis.....                                               | 17        |
| 1.6.2 Manfaat Praktis .....                                               | 17        |
| 1.7 Ruang Perancangan.....                                                | 17        |
| 1.7.1 Ruang Substansi.....                                                | 17        |
| 1.7.2 Ruang Lingkup Media .....                                           | 17        |
| 1.7.3 Ruang Lingkup Wilayah.....                                          | 17        |
| 1.7.4 Ruang Lingkup Audiens .....                                         | 18        |
| <b>BAB II.....</b>                                                        | <b>20</b> |
| <b>TINJAUAN PUSTAKA.....</b>                                              | <b>20</b> |
| 2.1 Penelitian dan Perancangan Terdahulu.....                             | 20        |
| 2.1.1 Posisi Penelitian dan Kebaruan .....                                | 21        |
| 2.2 Teori dan Konsep Perancangan .....                                    | 22        |
| 2.2.1 Desain Komunikasi Visual .....                                      | 22        |
| 2.2.2 Elemen Elemen Desain.....                                           | 22        |
| 2.2.3 Prinsip Prinsip Desain.....                                         | 23        |
| 2.2.4 Teori Warna .....                                                   | 24        |
| 2.2.5 Layout dan Tata Letak .....                                         | 25        |
| 2.2.6 Teori Gestalt dalam Desain Visual .....                             | 25        |
| 2.2.7 Kampanye Sosial ( <i>Social Campaign</i> ).....                     | 26        |
| 2.2.8 <i>Trauma informed design</i> dalam Kampanye Kekerasan Seksual..... | 26        |
| 2.2.9 Video Kampanye Sosial .....                                         | 27        |
| 2.2.10 Teknik Pengambilan Video .....                                     | 27        |
| 2.2.11 Penentuan Durasi Video Kampanye yang Efektif.....                  | 28        |
| 2.2.12 Media Pendukung Kampanye.....                                      | 29        |
| 2.2.13 Identitas Visual Kampanye.....                                     | 29        |
| 2.2.14 Pengetahuan Dasar tentang Pelecehan dan Kekerasan Seksual .....    | 29        |
| 2.2.15 Saluran Pelaporan dan Pendampingan Korban .....                    | 30        |

|                                                                                                  |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 2.3 Teori STP ( <i>Segmentasi, Targeting, dan Positioning</i> ).....                             | 30 |
| 2.3.1 <i>Segmentation</i> .....                                                                  | 30 |
| 2.3.2 <i>Targeting</i> .....                                                                     | 31 |
| 2.3.3 <i>Positioning</i> .....                                                                   | 31 |
| 2.3.4 Implementasi STP dalam Perancangan Media Promosi .....                                     | 32 |
| 2.4 Pendekatan Penelitian Kualitatif.....                                                        | 32 |
| 2.5 Teknik Pengumpulan Data.....                                                                 | 33 |
| 2.6 <i>Design Thinking</i> .....                                                                 | 33 |
| BAB III.....                                                                                     | 35 |
| <b>METODE PENELITIAN</b> .....                                                                   | 35 |
| 3.1 Alur Penelitian .....                                                                        | 35 |
| 3.2 Rancangan Riset.....                                                                         | 36 |
| 3.2.1 Tahap 1: <i>Empathize</i> .....                                                            | 36 |
| 3.2.2 Tahap 2: <i>Define</i> .....                                                               | 37 |
| 3.2.3 Tahap 3: <i>Ideate</i> .....                                                               | 37 |
| 3.2.4 Tahap 4: <i>Prototype</i> .....                                                            | 38 |
| 3.2.5 Ringkasan Rancangan Riset .....                                                            | 39 |
| 3.3 Jadwal dan Alur Perencanaan Perancangan .....                                                | 40 |
| BAB IV .....                                                                                     | 42 |
| <b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....                                                                | 42 |
| 4.1 Tahap 1: <i>Empathize</i> .....                                                              | 42 |
| 4.1.1 Hasil Studi Dokumentasi Data Sekunder .....                                                | 42 |
| 4.1.2 Hasil Wawancara Mendalam .....                                                             | 43 |
| 4.1.3 Hasil Observasi Kondisi Sosial dan Media Komunikasi .....                                  | 44 |
| 4.2 <i>Define</i> .....                                                                          | 45 |
| 4.2.1 Analisis Tematik Data Kualitatif .....                                                     | 45 |
| 4.2.2 Analisis SWOT Kampanye Pencegahan Pelecehan Seksual di Kabupaten Sikka .....               | 46 |
| 4.2.3 User Persona .....                                                                         | 46 |
| 4.2.4 <i>Problem statement</i> .....                                                             | 47 |
| BAB V.....                                                                                       | 63 |
| <b>KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....                                                                | 63 |
| 5.1 Kesimpulan .....                                                                             | 63 |
| 5.1.1 Perancangan Video Kampanye Sosial yang Efektif, Edukatif, dan Aman secara Psikologis ..... | 63 |
| 5.1.2 Konsep Kreatif "Jaga deng Suara" sebagai Fondasi Perancangan .....                         | 63 |
| 5.1.3 Strategi Media Hybrid yang Relevan dengan Konteks Lokal Kabupaten Sikka .....              | 64 |
| 5.1.4 Kontribusi bagi Pencegahan Kekerasan Seksual dan Penguatan Kesadaran Kolektif .....        | 64 |
| 5.2 Saran.....                                                                                   | 65 |
| 5.2.1 Saran bagi Pemerintah dan Lembaga Terkait di Kabupaten Sikka.....                          | 65 |
| 5.2.2 Saran bagi Sekolah dan Tenaga Pendidik .....                                               | 65 |
| 5.2.3 Saran bagi Peneliti Selanjutnya .....                                                      | 65 |

|                            |                                  |           |
|----------------------------|----------------------------------|-----------|
| 5.2.4                      | Saran bagi Masyarakat Umum ..... | 66        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b> |                                  | <b>67</b> |

## DAFTAR GAMBAR

|             |                                                                                    |    |
|-------------|------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 2.1  | Gambar Teori Warna .....                                                           | 23 |
| Gambar 3.1  | Alur Penelitian <i>Design Thinking</i> .....                                       | 35 |
| Gambar 4.1  | <i>Mind mapping</i> Kampanye "Jaga deng Suara".....                                | 46 |
| Gambar 4.2  | <i>Moodboard</i> dan Referensi Visual Kampanye "Jaga deng Suara" .....             | 47 |
| Gambar 4.3  | Eksplorasi Elemen Visual Simbolis untuk Identitas Kampanye.....                    | 48 |
| Gambar 4.4  | Palet Warna Identitas Visual Kampanye "Jaga deng Suara" .....                      | 48 |
| Gambar 4.5  | Tipografi "Jaga deng Suara" .....                                                  | 49 |
| Gambar 4.6  | Studi Garis dan Bentuk Identitas Visual Kampanye "Jaga deng Suara" ...             | 50 |
| Gambar 4.7  | Struktur <i>Storyline</i> Video Kampanye "Jaga deng Suara" .....                   | 52 |
| Gambar 4.8  | Proses Editing video utama dengan Aplikasi <i>Premiere Pro</i> .....               | 53 |
| Gambar 4.9  | Proses Editing <i>Voice Over</i> dengan Aplikasi <i>Adobe Audition</i> .....       | 53 |
| Gambar 4.10 | Logo Kampanye Utama .....                                                          | 55 |
| Gambar 4.11 | Final Desain <i>Thumbnail</i> Video Kampanye Utama .....                           | 56 |
| Gambar 4.12 | Final Desain <i>Thumbnail</i> untuk <i>Instagram Reels</i> dan <i>TikTok</i> ..... | 56 |
| Gambar 4.13 | Final Desain Poster Edukasi Utama Kampanye "Jaga deng Suara" .....                 | 57 |
| Gambar 4.14 | Final Desain Infografis Bentuk-Bentuk Pelecehan Seksual .....                      | 57 |
| Gambar 4.15 | Final Desain <i>Flyer</i> .....                                                    | 58 |
| Gambar 4.16 | Final Desain <i>Template Instagram Feed</i> .....                                  | 58 |
| Gambar 4.17 | Final Desain <i>Brosur Trifold</i> A4 Kampanye "Jaga deng Suara".....              | 59 |
| Gambar 4.18 | Final Desain <i>X Banner</i> Kampanye "Jaga deng Suara" .....                      | 59 |
| Gambar 4.19 | Final <i>Merchandise</i> Edukatif Kampanye "Jaga deng Suara" .....                 | 60 |

## DAFTAR TABEL

|           |                                                                                                                        |    |
|-----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 2.1 | Perbandingan Penelitian Terdahulu yang Relevan .....                                                                   | 27 |
| Tabel 2.2 | Strategi Multi Format Video Kampanye .....                                                                             | 31 |
| Tabel 2.3 | Implementasi Kerangka STP dalam Perancangan Kampanye Sosial<br>Pencegahan Pelecehan Seksual di Kabupaten Sikka .....   |    |
| Tabel 3.1 | Rancangan Riset Berdasarkan Tahapan <i>Design Thinking</i> .....                                                       | 38 |
| Tabel 3.2 | Jadwal dan Alur Perencanaan Perancangan Video Kampanye Sosial<br>Pencegahan Pelecehan Seksual di Kabupaten Sikka ..... | 39 |
| Tabel 4.1 | Hasil Analisis Tematik Data Kualitatif.....                                                                            | 44 |

## DAFTAR GAMBAR

|             |                                                                                    |    |
|-------------|------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 2.1  | Gambar Teori Warna .....                                                           | 23 |
| Gambar 3.1  | Alur Penelitian <i>Design Thinking</i> .....                                       | 35 |
| Gambar 4.1  | <i>Mind mapping</i> Kampanye "Jaga deng Suara" .....                               | 46 |
| Gambar 4.2  | <i>Moodboard</i> dan Referensi Visual Kampanye "Jaga deng Suara" .....             | 47 |
| Gambar 4.3  | Eksplorasi Elemen Visual Simbolis untuk Identitas Kampanye .....                   | 48 |
| Gambar 4.4  | Palet Warna Identitas Visual Kampanye "Jaga deng Suara" .....                      | 48 |
| Gambar 4.5  | Tipografi "Jaga deng Suara" .....                                                  | 49 |
| Gambar 4.6  | Studi Garis dan Bentuk Identitas Visual Kampanye "Jaga deng Suara" ...             | 50 |
| Gambar 4.7  | Struktur <i>Storyline</i> Video Kampanye "Jaga deng Suara" .....                   | 52 |
| Gambar 4.8  | Proses Editing video utama dengan Aplikasi <i>Premiere Pro</i> .....               | 53 |
| Gambar 4.9  | Proses Editing <i>Voice Over</i> dengan Aplikasi <i>Adobe Audition</i> .....       | 53 |
| Gambar 4.10 | Logo Kampanye Utama .....                                                          | 55 |
| Gambar 4.11 | Final Desain <i>Thumbnail</i> Video Kampanye Utama .....                           | 56 |
| Gambar 4.12 | Final Desain <i>Thumbnail</i> untuk <i>Instagram Reels</i> dan <i>TikTok</i> ..... | 56 |
| Gambar 4.13 | Final Desain Poster Edukasi Utama Kampanye "Jaga deng Suara" .....                 | 57 |
| Gambar 4.14 | Final Desain Infografis Bentuk-Bentuk Pelecehan Seksual .....                      | 57 |
| Gambar 4.15 | Final Desain <i>Flyer</i> .....                                                    | 58 |
| Gambar 4.16 | Final Desain <i>Template Instagram Feed</i> .....                                  | 58 |
| Gambar 4.17 | Final Desain <i>Brosur Trifold A4</i> Kampanye "Jaga deng Suara" .....             | 59 |
| Gambar 4.18 | Final Desain <i>X Banner</i> Kampanye "Jaga deng Suara" .....                      | 59 |
| Gambar 4.19 | Final <i>Merchandise</i> Edukatif Kampanye "Jaga deng Suara" .....                 | 60 |

## DAFTAR TABEL

|           |                                                                                                                     |    |
|-----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 2.1 | Perbandingan Penelitian Terdahulu yang Relevan .....                                                                | 27 |
| Tabel 2.2 | Strategi Multi Format Video Kampanye .....                                                                          | 31 |
| Tabel 2.3 | Implementasi Kerangka STP dalam Perancangan Kampanye Sosial Pencegahan Pelecehan Seksual di Kabupaten Sikka .....   |    |
| Tabel 3.1 | Rancangan Riset Berdasarkan Tahapan <i>Design Thinking</i> .....                                                    | 38 |
| Tabel 3.2 | Jadwal dan Alur Perencanaan Perancangan Video Kampanye Sosial Pencegahan Pelecehan Seksual di Kabupaten Sikka ..... | 39 |
| Tabel 4.1 | Hasil Analisis Tematik Data Kualitatif.....                                                                         | 44 |