

**IKLAN LAYANAN MASYARAKAT EDUKASI ALTER EGO DALAM  
BENTUK MEDIA CETAK**

**KARYA AKHIR**

Diajukan kepada Universitas Negeri Padang Untuk  
Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam Menyelesaikan  
Program Sarjana (S1)



Oleh:  
Agus Sanusi  
NIM. 17027104

Dosen Pembimbing:  
Eko Purnomo, M.Sn., M.Ds,

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL  
DEPARTEMEN SENI RUPA  
FAKULTAS BAHASA DAN SENI  
UNIVERSITAS NEGERI PADANG  
2024**

**PERSETUJUAN KARYA AKHIR**  
**IKLAN LAYANAN MASYARAKAT EDUKASI ALTER EGO DALAM**  
**BENTUK MEDIA CETAK**

Nama : Agus Sanusi  
NIM : 17027112  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Departemen : Senirupa  
Fakultas : Bahasa dan Seni

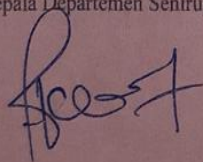
Padang, 19 Agustus 2024

Disetujui dan disahkan oleh  
Dosen Pembimbing



Eko Purnomo, S.Ds., M.Sn.  
NIDN.0006108902

Mengetahui  
Kepala Departemen Senirupa



Eliya Pebriveni, S.Pd, M.Sn.  
NIP. 19830201.200912.2.001

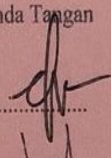
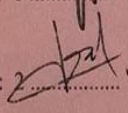
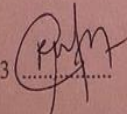
## HALAMAN PENGESAHAN

Dinyatakan Lulus Setelah Dipertahankan di Depan Tim Penguji  
Karya Akhir  
Departemen Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni  
Universitas Negeri Padang

Nama : Agus Sanusi  
NIM : 17027104  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Departemen : Senirupa  
Fakultas : Bahasa dan Seni

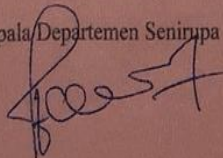
Padang, 23 Agustus 2024

### Tim Penguji

|                 | Nama/NIP                                                             | Tanda Tangan                                                                              |
|-----------------|----------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Pembimbing : | <u>Eko Purnomo, S.Ds., M.Sn.</u><br>NIDN. 0006108902                 | : 1  |
| 2. Penguji I :  | <u>Defrizal Saputra, S.Ds., M. Sn.</u><br>NIP. 19871223.201903.1.013 | : 2  |
| 3. Penguji II : | <u>Rifqi Aulia Zaim, S.Pd., M.Pd.T.</u><br>NIDN. 0028049101          | : 3  |

### Menyetujui

Kepala Departemen Senirupa



Eliva Pebriveni, S.Pd. M.Sn.  
NIP. 19830201.200912.2.001

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN NASKAH

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya, \*Skripsi/Karya Akhir dengan judul

~~Skripsi~~ Ikhtisar Layanan Masyarakat Edisi ke-10  
Dalam bentuk media cetak

adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Negeri Padang maupun di Perguruan Tinggi lainnya.

2. Karya tulis ini murni gagasan, pemikiran, dan rumusan saya sendiri, tanpa bantuan tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing.
3. Di dalam karya tulis ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau di publikasikan orang lain, kecuali dikutip secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah saya peroleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padang, 20  
Saya yang menyatakan,



Agus Sami  
NIM. 17027104

## **“IKLAN LAYANAN MASYARAKAT EDUKASI ALTER EGO DALAM BENTUK MEDIA CETAK”**

**Agus Sanusi<sup>1</sup>, Eko Purnomo, S.Ds., M.Sn<sup>2</sup>**

Program Studi Disain Komunikasi Visual,

Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang  
Jl. Prof. Dr. Hamka, Air Tawar Barat, Kota Padang, Sumatera Barat 25171,  
Indonesia

Email : [agussanusixxx1@gmail.com](mailto:agussanusixxx1@gmail.com)

### **ABSTRAK**

Fenomena alter ego merujuk pada penciptaan identitas alternatif yang berbeda dari diri seseorang yang sebenarnya, sering kali digunakan dalam konteks media sosial. Alter ego ini memungkinkan seseorang untuk mengekspresikan diri dengan cara yang tidak mungkin dilakukan dalam kehidupan nyata, baik karena norma sosial, rasa takut, atau kebutuhan untuk menjaga citra diri tertentu.

Penelitian ini bertujuan untuk merancang iklan layanan masyarakat (ILM) dalam bentuk media cetak yang mengedukasi masyarakat mengenai bahaya alter ego di media sosial. Alter ego, sebagai representasi diri yang berbeda di dunia maya, sering kali membawa dampak negatif, terutama pada kesehatan mental. Dengan menggunakan metode desain grafis, ILM ini dirancang untuk menyampaikan pesan edukatif melalui visual yang menarik dan informatif. Hasilnya menunjukkan bahwa pendekatan visual yang tepat dapat meningkatkan pemahaman masyarakat tentang risiko yang terkait dengan alter ego di media sosial.

Metode yang digunakan adalah 4D (Define, Design, Develop, Disseminate), yang memungkinkan pengembangan iklan secara sistematis dari tahap awal hingga distribusi. Pada tahap *Define*, kebutuhan informasi terkait alter ego diidentifikasi. Tahap *Design* melibatkan perancangan visual dan konten. Pada tahap *Develop*, desain final diproduksi dan menghasilkan Poster sebagai media utama dan media pendukung seperti Infografis, X-banner, T-shirt, Stiker, Pin Button, Feed Sosial Media. Pada tahap *Disseminate* mencakup penyebaran dan evaluasi efektivitas iklan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa iklan layanan masyarakat ini efektif dalam meningkatkan kesadaran masyarakat tentang bahaya alter ego.

**Kata kunci:** Alter ego, media sosial, iklan layanan masyarakat, media cetak, desain grafis.

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamin, Segala Puji syukur kehadiran Allah SWT, atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan Karya Akhir ini dengan baik. Shalawat dan salam untuk Nabi Muhammad SAW yang merupakan suri tauladan dimuka bumi dan telah membawa umat manusia dari kejahiliyahan kepada manusia yang berilmu pengetahuan dan berakhlak mulia.

Karya akhir dengan judul ***“Iklan Layanan Masyarakat Bahaya Alter Ego Dalam Bentuk Media Cetak”*** ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat lulus gelar Sarjana Desain, Prodi Desain Komunikasi Visual, Departemen Seni Rupa pada Fakultas Seni dan Bahasa di Universitas Negeri Padang.

Penulisan karya akhir ini tidak lepas dari bantuan bimbingan dan dorongan dari banyak pihak, untuk itu pada kesempatan ini penulis ucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Orang tua saya yang selalu memberikan do'a serta dukungan berupa moril dan materil.
2. Ibuk **Eliya Pebriyeni, S.Pd., M.Sn** selaku ketua Departemen Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang.
3. Bapak **Hendra Afriwan, M.Sn.** selaku ketua prodi Desain Komunikasi Visual.
4. Ibuk **Dini Faisal, S.Ds., M.Ds** selaku Penasehat Akademik Penulis
5. Bapak **Eko Purnomo, M.Sn., M.Ds**, selaku pembimbing yang telah membimbing dan memberikan ilmu pengetahuan, pengarahan, perhatian dan waktunya kepada penulis mulai dari awal hingga penyelesaian karya akhir ini.

6. Bapak **Defrizal Putra, S.Ds., M.Sn** selaku dosen penguji I yang telah memberikan arahan dan bimbingan dalam karya akhir ini.
7. Bapak **Rifqi Aulia Zaim, S.Pd., M.Pd.T.** selaku dosen penguji II yang telah memberikan arahan dan bimbingan dalam karya akhir ini.
8. Bapak dan Ibu Dosen Staf pengajar Seni Rupa dan Desain Komunikasi Visual Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang yang telah memberikan bantuan dan kemudahan dalam proses perkuliahan sehingga sangat membantu membuka wawasan penulis.
9. Saudara dan sahabat serta teman-teman yang telah memberikan motivasi dan dukungan.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, baik secara langsung maupun tidak, yang telah membantu mulai dari awal hingga terselesainya karya akhir ini.

Akhir kata, semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan karunia-Nya dan membalas segala amalan dan jasa baik pihak-pihak yang telah membantu penulis dalam membuat laporan perancangan karya akhir ini. Penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca demi kesempurnaan karya ini. Semoga karya ini bermanfaat dan dapat digunakan seperlunya.

Padang, Agustus 2024  
Penulis,

( Agus Sanusi )

## DAFTAR ISI

|                                                                   |                              |
|-------------------------------------------------------------------|------------------------------|
| DAFTAR GAMBAR .....                                               | 8                            |
| BAB I.....                                                        | 9                            |
| LATAR BELAKANG .....                                              | 9                            |
| BAB II .....                                                      | 17                           |
| KAJIAN PUSTAKA.....                                               | 17                           |
| BAB III .....                                                     | 32                           |
| METODE PENELITIAN .....                                           | 32                           |
| Teknik Pengumpulan Data .....                                     | 34                           |
| 1. Data Primer .....                                              | 34                           |
| Data Sekunder .....                                               | 34                           |
| Teknik Analisis Data .....                                        | 35                           |
| 1. <i>What?</i> (Apa masalahnya?).....                            | 35                           |
| <i>Who?</i> (Siapa yang terdampak dengan permasalahan ini?) ..... | 35                           |
| <i>Why?</i> (Mengapa permasalahan ini bisa terjadi?) .....        | 35                           |
| <i>Where?</i> (Dimana permasalahan ini terjadi?) .....            | 35                           |
| <i>When?</i> (Kapan permasalahan ini terjadi?) .....              | 36                           |
| <i>How?</i> (Bagaimana cara mengatasi permasalahan ini?) .....    | 36                           |
| Pendekatan Kreatif .....                                          | Error! Bookmark not defined. |
| 1. Bahasa Kreatif.....                                            | Error! Bookmark not defined. |
| Target Audience.....                                              | Error! Bookmark not defined. |
| Program Kreatif .....                                             | Error! Bookmark not defined. |
| Jadwal Kerja .....                                                | 37                           |
| BAB IV .....                                                      | 38                           |
| PERANCANGAN VISUAL .....                                          | 38                           |
| A. Konsep Disain .....                                            | 38                           |
| 1. Segmentasi .....                                               | Error! Bookmark not defined. |
| a. Segmentasi Geografis .....                                     | 38                           |
| b. Segmentasi Demografi .....                                     | 38                           |
| c. Segmentasi Psikografis .....                                   | 38                           |
| 2. Pendekatan Kreatif .....                                       | 39                           |
| a. Pendekatan Verbal .....                                        | 39                           |
| b. Pendekatan Visual.....                                         | 40                           |
| 3. Strategi Media .....                                           | 42                           |
| a. Media utama .....                                              | 43                           |
| b. Media Pendukung .....                                          | 43                           |
| B. Final Disain .....                                             | 46                           |
| 1. Sketsa.....                                                    | 46                           |
| a. Layout Sketsa Media Utama .....                                | 46                           |
| b. Layout Sketsa Media Pendukung.....                             | 48                           |
| 2. Komprehensif .....                                             | 53                           |
| a. Layout Komprehensif Media Utama.....                           | 53                           |
| b. Layout Komprehensif Media Pendukung .....                      | 54                           |
| 3. Final.....                                                     | 59                           |

|                                      |    |
|--------------------------------------|----|
| a. Layout Final Media Utama .....    | 59 |
| b. Layout Final Media Pendukung..... | 60 |
| BAB V.....                           | 66 |
| PENUTUP.....                         | 66 |
| DAFTAR RUJUKAN .....                 | 68 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                                                                     |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1 . Poster World Mental Health Day oleh SCOPH (Standing Committee on Public Health) 2021.....                | 30 |
| Gambar 2 . Poster Urgensi Emotional Support untuk Mengurangi Dampak Cyberbullying di Media Sosial pada Remaja ..... | 30 |
| Gambar 3 . Kerangka konseptual.....                                                                                 | 31 |
| Gambar 4 . Palet warna yang digunakan dalam perancangan ILM Bahaya Alter Ego dalam Bentuk Media Cetak .....         | 40 |
| Gambar 5 . Font Gruvilicious .....                                                                                  | 41 |
| Gambar 6 . Font Javanese Text .....                                                                                 | 42 |
| Gambar 7 . <i>Alternatif layout kasar poster</i> .....                                                              | 47 |
| Gambar 8 . <i>Alternatif layout kasar infografis</i> .....                                                          | 48 |
| Gambar 9 . <i>Alternatif layout kasar X-banner</i> .....                                                            | 49 |
| Gambar 10 . <i>Alternatif layout kasar T-shirt</i> .....                                                            | 50 |
| Gambar 11 . <i>Alternatif layout kasar Stiker</i> .....                                                             | 51 |
| Gambar 12 . <i>Alternatif layout kasar Pin Button</i> .....                                                         | 51 |
| Gambar 13 . <i>Alternatif layout sketsa feed sosial media</i> .....                                                 | 52 |
| Gambar 14 . <i>Layout komprehensif poster</i> .....                                                                 | 53 |
| Gambar 15 . <i>Layout komprehensif infografis</i> .....                                                             | 54 |
| Gambar 16 . <i>Layout komprehensif X-banner</i> .....                                                               | 55 |
| Gambar 17 . <i>Layout komprehensif T-shirt</i> .....                                                                | 56 |
| Gambar 18 . <i>Layout komprehensif Stiker</i> .....                                                                 | 57 |
| Gambar 19 . <i>Layout komprehensif Pin Button</i> .....                                                             | 58 |
| Gambar 20 . <i>Layout komprehensif feed sosial media</i> .....                                                      | 58 |
| Gambar 21 . <i>Layout Final Poster</i> .....                                                                        | 59 |
| Gambar 22 . <i>Layout Final Infografis</i> .....                                                                    | 60 |
| Gambar 23 . <i>Layout Final X-Banner</i> .....                                                                      | 61 |
| Gambar 24 . <i>Layout Final T-shirt</i> .....                                                                       | 62 |
| Gambar 25 . <i>Layout Final Stiker</i> .....                                                                        | 63 |
| Gambar 26 . <i>Layout Final Pin Button</i> .....                                                                    | 64 |
| Gambar 27 . <i>Layout Final feed sosial media</i> .....                                                             | 65 |

# **BAB I**

## **LATAR BELAKANG**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Pada era digital ini, Indonesia mengalami transformasi besar dalam penggunaan teknologi informasi, terutama melalui media sosial. Fenomena ini tidak hanya mengubah pola perilaku masyarakat, tetapi juga mempengaruhi cara komunikasi dan interaksi sosial dilakukan. Menurut data dari We Are Social dan Hootsuite (2022), jumlah pengguna internet di Indonesia terus meningkat, mencapai lebih dari 170 juta orang pada tahun 2021, dengan mayoritas di antaranya aktif menggunakan media sosial.

Peningkatan aksesibilitas teknologi, terutama melalui smartphone, dan berbagai platform media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan TikTok, memberikan dampak signifikan terhadap cara masyarakat berkomunikasi dan berinteraksi (Kaplan & Haenlein, 2010). Penggunaan media sosial di Indonesia telah berkembang pesat dalam dekade terakhir, membawa perubahan signifikan dalam cara komunikasi dan interaksi sosial dilakukan. Meskipun memberikan kemudahan dalam berkomunikasi dan berbagi informasi, penggunaan media sosial juga bisa berdampak negatif, terutama jika tidak digunakan secara bijak.

Media sosial kini telah menjadi bagian integral dari gaya hidup masyarakat dan mencerminkan identitas pengguna akunnya. Pengguna media sosial sering menampilkan sisi yang berbeda-beda pada setiap platform, menjadikannya tempat untuk mengekspresikan diri dengan lebih bebas. Media sosial cenderung dijadikan

tempat yang aman untuk mengekspresikan berbagai aspek kehidupan yang mungkin dibatasi oleh nilai dan norma yang berlaku di dunia nyata. Oleh karena itu, yang ditampilkan di media sosial tidak selalu mencerminkan sepenuhnya kepribadian individu tersebut. Ini menunjukkan bahwa media sosial memainkan peran penting dalam pembentukan identitas dan dinamika sosial di masyarakat Indonesia.

Alter ego, yang berasal dari kata "Alter Ego" berarti "kepribadian diri yang lain" atau "aku yang lain." Ego yang bergerak atas prinsip realitas adalah struktur kepribadian kita yang membawa kita untuk menjejak pada kenyataan sosial. Oleh sebab itu, ego pulalah yang membuat keinginan-keinginan terpenuhi (Armando, 2008: 36). Ada banyak sekali bentuk Alter Ego yang dapat mengarah ke hal negatif. Kasus Alter Ego yang mengarah negatif adalah masalah yang cukup kompleks di era digital saat ini, termasuk di Indonesia. Contoh-contoh negatif ini meliputi identitas palsu dan tipu daya, cyberbullying dan trolling, serta provokator dan penyebar konten kontroversial.

Ketergantungan dan eskapisme adalah bentuk lain dari Alter Ego, di mana individu mungkin menciptakan karakter atau kehidupan yang ideal di media sosial sebagai cara untuk melarikan diri dari realitas yang sulit atau tidak memuaskan. Hal ini dapat menyebabkan ketergantungan pada platform tersebut dan ketidakpuasan terhadap kehidupan nyata. Penting untuk diingat bahwa penggunaan alter ego ini bukanlah perilaku yang sehat dan dapat merugikan individu lainnya serta menciptakan lingkungan yang tidak aman di media sosial.

Setelah melakukan wawancara langsung dengan seorang pengguna akun Alter yang berinisial PS, diketahui bahwa penggunaan alter ego dengan ketergantungan dan ketidakpuasan terhadap kehidupan nyata dipicu oleh berbagai faktor. Beberapa faktor tersebut meliputi hubungan yang tidak harmonis dengan orang tua, kesulitan beradaptasi dengan lingkungan, kecenderungan untuk menyendiri, dan trauma akibat peristiwa masa lalu seperti pelecehan. Jika tindakan ini terus berlanjut, individu akan semakin larut dalam dunia Alter dan menjadi tidak peduli dengan kehidupan nyata mereka (PS, 2023).

Menurut Gonzales dan Hancock (2011), penggunaan alter ego dapat menyebabkan kesulitan dalam membangun dan mempertahankan hubungan sosial yang sehat. Individu mungkin menghabiskan lebih banyak waktu dan energi dalam menciptakan dan memelihara persona online daripada dalam hubungan interpersonal yang nyata. Räsänen et al. (2020) menambahkan bahwa alter ego di media sosial dapat meningkatkan risiko gangguan kesehatan mental seperti kecemasan, depresi, dan isolasi sosial. Kesadaran akan kehidupan yang diromantisasi atau direayasa oleh alter ego dapat memperburuk perasaan tidak adekuat atau tidak bahagia.

Marwick dan Boyd (2011) menunjukkan bahwa ketika individu mengelola identitas ganda di media sosial, hal ini dapat memperkuat citra yang tidak realistis atau bias terhadap diri mereka sendiri dan orang lain. Penggunaan alter ego di media sosial dapat menciptakan ketergantungan yang merugikan, di mana individu merasa terikat secara emosional dan psikologis pada identitas yang mereka bangun di dunia maya, seringkali mengorbankan waktu dan perhatian dari

kehidupan nyata (Kuss & Griffiths, 2011). Dampak buruk ini menunjukkan perlunya kesadaran akan konsekuensi dari penggunaan alter ego di media sosial, serta perlunya pembinaan identitas digital yang sehat dan autentik.

Dalam wawancara dengan penulis, PS mengungkapkan bahwa banyak faktor yang mendorong individu terjebak dalam kehidupan alter ego dan kesulitan keluar dari sana. Kehidupan di dunia alter memberikan tempat bagi individu untuk saling terikat, meskipun banyak hal di sana cenderung berdampak negatif (PS, 2023).

Berdasarkan laporan Status Literasi Digital 2021 yang disusun oleh Katadata Insight Center (KIC) bekerja sama dengan Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo), indeks literasi digital di Indonesia pada 2021 masih tergolong sedang dengan skor 3,49 dari nilai maksimum 5,00. Kondisi psikologis remaja yang rentan ditambah dengan tingkat literasi digital yang tidak sebanding dengan tingginya penggunaan media sosial seperti Instagram, khususnya akun alter, dapat memberikan dampak buruk bagi remaja.

Salah satu inti permasalahan dari alter ego adalah pendidikan yang dapat menimbulkan kesadaran humanis antar sesama manusia. Pengetahuan tentang penggunaan alter ego di media sosial bisa didapat melalui literasi digital. Literasi membantu individu memahami dan menginterpretasikan berbagai hal yang dibahas dalam berbagai bentuk tulisan. Pengetahuan ini harus dipupuk sejak dini, mengingat masalah kesehatan mental yang buruk menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi terjadinya alter ego. Kebiasaan literasi yang baik dapat membantu generasi muda mendapatkan pengetahuan yang luas dan menciptakan kesehatan

mental yang stabil. Dengan literasi yang baik, individu dapat lebih bijak dalam menggunakan media sosial dan menghindari dampak negatif dari kehidupan alter ego.

Dalam konteks ini, media cetak seperti poster dapat memainkan peran penting dalam menyampaikan informasi dan edukasi kepada masyarakat mengenai fenomena alter ego di media sosial. Poster, sebagai media komunikasi visual, memiliki keunggulan dalam menarik perhatian audiens secara cepat dan menyampaikan pesan dengan jelas dan efektif. Menurut Lupton (2011), poster dapat menjadi alat yang efektif untuk mengkampanyekan isu-isu sosial dan mengedukasi masyarakat melalui desain yang menarik dan informatif.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi fenomena alter ego di media sosial dan bagaimana media cetak poster dapat digunakan sebagai alat untuk menyampaikan informasi dan edukasi mengenai isu tersebut. Dengan memahami dinamika penggunaan alter ego di media sosial dan memanfaatkan kekuatan media cetak poster, diharapkan dapat tercipta kesadaran yang lebih besar di kalangan masyarakat mengenai dampak dan implikasi dari penciptaan identitas digital yang berbeda dari identitas asli mereka.

Penelitian ini akan berfokus pada analisis fenomena alter ego di media sosial, desain poster yang efektif untuk kampanye edukasi, serta evaluasi respon audiens terhadap poster yang dihasilkan. Dengan demikian, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang berarti dalam memahami dan mengatasi tantangan yang muncul dari fenomena alter ego di media sosial.

## **B. Identifikasi Masalah**

Sesuai dengan latar belakang yang telah dikemukakan, masalah dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Masih kurangnya informasi mengenai Alter Ego dan dampak buruk yang dapat terjadi di masa depan.
2. Belum banyak media informasi dan edukasi yang membahas tentang Alter Ego.
3. Kurangnya bacaan yang mengedukasi tentang Alter Ego.

## **C. Batasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah, batasan masalah pada perancangan ini adalah:

1. Membuat media edukasi berupa poster dan infografis untuk mempresentasikan Alter Ego sebagai bentuk masalah besar yang sering terjadi pada generasi Z, yaitu usia 14 sampai dengan 27 tahun, yang mencakup berbagai kalangan seperti pelajar dan mahasiswa.
2. Menyoroti faktor utama yang memicu penggunaan Alter Ego, yaitu masalah latar belakang keluarga yang tidak baik, yang mempengaruhi psikologis serta mental individu, dan menyebabkan ketidakpekaan untuk bersosialisasi dengan lingkungan sekitar secara nyata.

## **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan batasan masalah, rumusan masalah pada perancangan ini adalah:

1. Bagaimana merancang poster dan infografis yang efektif dalam mengedukasi masyarakat, khususnya remaja, tentang dampak buruk Alter Ego di media sosial?
2. Bagaimana membantu individu yang terjebak dalam Alter Ego untuk menemukan dukungan dan keluar dari ketergantungan dunia maya?
3. Bagaimana mengurangi risiko dampak negatif yang mungkin muncul dari penggunaan Alter Ego dan meminimalisir fenomena tersebut?

Poster dan infografis ini akan berfungsi sebagai alat edukasi dan ekspresi untuk korban dan pelaku Alter Ego. Tujuannya adalah untuk mengurangi risiko kesehatan mental dan perilaku negatif yang berkaitan dengan fenomena Alter Ego serta memberikan informasi yang bermanfaat untuk mencegah dampak buruk di masa depan.

#### **E. Orisinalitas**

Karya Akhir tentang “Iklan Layanan Masyarakat Edukasi Alter Ego Dalam Bentuk Media Cetak” memperkenalkan fenomena alter ego di media sosial, yang banyak terjadi di kalangan anak muda, melalui media cetak berjudul "Aku." Keasliannya terjamin, mulai dari penentuan konsep hingga proses ilustrasi, setelah melalui konsultasi dengan berbagai pihak terkait, seperti individu atau kelompok yang terlibat dalam fenomena alter ego, komunitas berbasis, komunitas anti-kekerasan terhadap perempuan, pos pelayanan tindak kekerasan terhadap perempuan, Lembaga Bantuan Hukum, serta mahasiswa Jurusan Bimbingan Konseling.

Penulisan naskah dan cerita dalam karya ini merupakan replika pengalaman pribadi penulis serta cerita dari individu yang mengalami fenomena alter ego. Karya ini mencakup desain poster yang inovatif dan interaktif, dirancang untuk menarik perhatian audiens dan menyampaikan pesan secara efektif. Proses desain didasarkan pada prinsip-prinsip desain grafis modern dengan tambahan elemen interaktif yang jarang ditemukan dalam media cetak. Pendekatan ini memberikan dimensi baru dalam desain poster dan kampanye sosial, serta menunjukkan bagaimana poster dapat berfungsi sebagai alat edukasi yang dinamis. Karya ini bukan hasil plagiarisme atau jiplakan, melainkan merupakan karya asli dari penulis, dan keasliannya dapat dipertanggungjawabkan.

#### **F. Tujuan Berkarya**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, tujuan dari perancangan ini adalah sebagai berikut:

1. Menghasilkan media cetak berupa poster yang efektif sebagai sarana informasi, untuk menambah pengetahuan dan menarik perhatian remaja mengenai fenomena alter ego di media sosial.
2. Memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang fenomena alter ego dalam konteks media cetak.
3. Menyediakan wawasan baru dalam memahami perilaku dan interaksi sosial individu di dunia maya.
4. Memberikan kontribusi terhadap literatur akademik tentang psikologi sosial dan media sosial.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dan pembahasan dalam Iklan layanan Masyarakat Bahaya Alter Ego Dalam Media Cetak diawali dengan mengumpulkan data-data, baik data verbal maupun data visual yang menjadi dasar dari perancangan *Media Cetak*, kasus yang ditemukan disini adalah banyak kalangan masyarakat masih belum tau dampak negatif fenomena *Alter Ego*. Alter ego di media sosial merujuk pada identitas digital alternatif yang diciptakan oleh pengguna untuk mengekspresikan sisi lain dari diri mereka. Fenomena ini kian marak seiring dengan meningkatnya penggunaan platform media sosial. Alter ego sering kali digunakan sebagai sarana untuk mengeksplorasi identitas, mencari penerimaan sosial, atau sekadar sebagai pelarian dari tekanan kehidupan nyata. Meskipun alter ego dapat memberikan ruang bagi ekspresi diri, penggunaan yang berlebihan dan tidak sehat dapat membawa dampak negatif.

Media cetak, khususnya poster, memiliki peran penting dalam kampanye sosial. Poster sebagai alat komunikasi visual memiliki kemampuan untuk menarik perhatian, menyampaikan pesan dengan jelas dan efektif, serta mempengaruhi sikap dan perilaku masyarakat.

Metode yang digunakan pada perancangan Iklan layanan Masyarakat Bahaya Alter Ego Dalam Media Cetak menggunakan metode 4D Metode ini dipilih karena perancangan dipilih karena tahapannya sangat jelas, ringkas, dan

sederhana. menggambarkan pengembangan dalam 4 tahap utama, yaitu *Define* (Pendefinisian), *Design* (Perancangan), *Develop* (Pengembangan), dan *Disseminate* (Penyebaran).

Berdasarkan hasil perancangan dengan menggunakan metode 4D menghasilkan sebuah rancangan Poster Iklan Layanan Masyarakat Bahaya Alter Ego Dalam Media Cetak sebagai media utama dalam perancangan. Iklan Layanan Masyarakat Bahaya Alter Ego Dalam Media Cetak didukung dengan beberapa media pendukung yang diantaranya adalah Infografis, Stiker, X-Banner, Pin Button, T-Shirt, Feed Sosial Media.

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh, beberapa saran dapat diberikan untuk pengembangan lebih lanjut dan implementasi praktis:

Penulis mengharapkan Penting untuk meningkatkan edukasi dan kesadaran tentang bahaya penggunaan alter ego di media sosial melalui kampanye yang lebih luas dan berkelanjutan. Pemerintah, lembaga pendidikan, dan organisasi non-profit harus berkolaborasi untuk mengadakan program edukasi yang menargetkan pengguna media sosial, terutama remaja. Meskipun media cetak memiliki keunggulannya, penting juga untuk memanfaatkan berbagai media lain, seperti media digital, televisi, dan radio, untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Integrasi berbagai media dalam kampanye dapat meningkatkan cakupan dan efektivitas pesan yang disampaikan.

## DAFTAR RUJUKAN

- Daryono, S. P., Kom, S., Kom, M., & ArifSutikno, S. (2023). Bermedia Sosial Sehat (Perlindungan Identitas Data Pribadi dalam Platform Digital). *Inovasi Dalam Pembelajaran Abad 21*, 90.
- Kurniawan, F., & Zainuddin, Z. (2020). The Impact of 4G and 5G Technology on the Digital Economic Growth in Indonesia. *Journal of Physics: Conference Series*, 1430(1), 012001.
- We Are Social & Hootsuite. (2022). "Digital 2022: Indonesia". Diakses dari: link.
- Wijayanto, A. (2022). The Role of Social Media in Shaping Public Opinion and Political Behavior in Indonesia. *Journal of Southeast Asian Studies*, 27(1), 25-38.
- Kurniasih, N. (2023). Literasi Media Sosial: Upaya Pencegahan Pemalsuan Identitas Digital. *JPM: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 7-13.
- Sutanto, Leo Agung. (2010). *Desain Grafis: Teori dan Aplikasi*. Elex Media Komputindo.
- Phillips, J., & Lupton, E. (2011). *Graphic Design: The New Basics*. Princeton Architectural Press.
- Dominick, Joseph R. (2009). *The Dynamics of Mass Communication: Media in the Digital Age*. McGraw-Hill Education.
- Martodihardjo, Soetomo. (2015). *Teknik Menggambar Ilustrasi*. Erlangga.

Gazali, Effendi. (2010). Seni Ilustrasi: Metode & Teknik Menggambar. PT. Gramedia Pustaka Utama.

Straubhaar, Joseph; LaRose, Robert; Davenport, Lucinda. (2010). *Media Now: Understanding Media, Culture, and Technology*. Cengage Learning.

