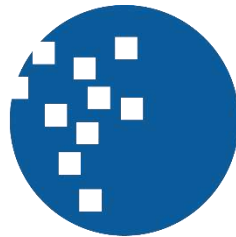


**PERANCANGAN KAMPANYE PROMOSI WISATA EDUKASI  
MUSEUM DAN MONUMEN PETA BOGOR**



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**LAPORAN TUGAS AKHIR**

**Khei Raeheza Yusuf**

**0000036343**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL  
FAKULTAS SENI DAN DESAIN  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG  
2023**

**PERANCANGAN KAMPANYE PROMOSI WISATA EDUKASI**

**MUSEUM DAN MONUMEN PETA BOGOR**



**LAPORAN TUGAS AKHIR**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain (S.Ds.)

**Khei Raeheza Yusuf**

**0000036343**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

**FAKULTAS SENI DAN DESAIN**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2023**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Khei Raeheza Yusuf

Nomor Induk Mahasiswa : 00000036343

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Tugas Akhir dengan judul:

### **PERANCANGAN KAMPANYE PROMOSI WISATA EDUKASI MUSEUM DAN MONUMEN PETA BOGOR**

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 19 Juni 2023

**UMMA**



(Khei Raeheza Yusuf)

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

### PERANCANGAN KAMPANYE PROMOSI WISATA EDUKASI MUSEUM DAN MONUMEN PETA BOGOR

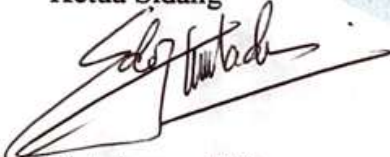
Oleh

Nama : Khei Raeheza Yusuf  
NIM : 00000036343  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Senin, 19 Juni 2023  
Pukul 14.30 s.d 15.15 dan dinyatakan  
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Edo Tirtadarma, M.Ds.  
E071279/0324128506

Penguji



Ester Anggun K., S.Sn., M.Ds.  
E077724/0325039401

Pembimbing



Aditya Satyagraha, S.Sn., M.Ds.  
E038953/0326128001

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual



Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A.  
0311099302/E043487

## **HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas academica Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Khei Raeheza Yusuf  
NIM : 00000036343  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Fakultas : Seni dan Desain  
Jenis Karya : Tugas Akhir

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul.

### **PERANCANGAN KAMPANYE PROMOSI WISATA EDUKASI MUSEUM DAN MONUMEN PETA BOGOR**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 12 Juni 2023

Yang menyatakan,



(Khei Raeheza Yusuf)

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A



## KATA PENGANTAR

Museum dan Monumen PETA Bogor merupakan sebuah cagar budaya yang berfungsi sebagai wisata edukasi sekaligus wadah pelestarian peristiwa perjuangan tentara Pembela Tanah Air. Museum tersebut menampilkan 14 diorama yang menceritakan kronologi perjuangan tentara PETA sebelum dan setelah kemerdekaan Indonesia. Museum tersebut memiliki area halaman belakang yang luas, sedangkan halaman depan museum memiliki dua kendaraan militer yang terbuka untuk pengunjung. Lantas, Museum dan Monumen PETA menjadi sebuah wisata edukasi yang ideal bagi sekolah.

Meskipun demikian, Museum dan Monumen PETA mengalami penurunan pengunjung setiap tahun sejak tahun 2018. Hal tersebut didukung oleh observasi yang penulis lakukan yang menunjukkan bahwa Museum dan Monumen PETA Bogor belum memiliki promosi yang mengandung pesan untuk memicu masyarakat untuk mengunjungi museum. Maka dari itu, penulis menawarkan solusi berupa kampanye promosi untuk meningkatkan jumlah pengunjung museum tersebut.

Atas bantuan dalam proses perancangan Tugas Akhir, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Muhammad Cahya Mulya Daulay, S.Sn., M.Ds., selaku Dekan Fakultas Seni dan Desain Universitas Multimedia Nusantara.
3. Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A., selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Multimedia Nusantara.
4. Aditya Satyagraha, S.Sn., M.Ds., sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Ester Anggun K., S.Sn., M.Ds sebagai Dosen Penguji pada sidang akhir yang telah memberikan masukan dan saran terhadap perancangan tugas akhir ini.

6. Edo Tirtadarma, M.Ds. sebagai Dosen Spesialis dan Ketua Sidang pada sidang akhir yang telah memberikan masukan dan saran terhadap perancangan tugas akhir ini.
7. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Yullies Pattimah dan Hamdani sebagai Pengelola dan Ketua Museum dan Monumen PETA yang telah meluangkan waktu untuk menjadi narasumber penulis dan mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian dan observasi terhadap museum.
9. Maya Sianturi S.Sos., M.Th. sebagai ahli sejarah yang telah bersedia untuk diwawancarai penulis dan memberikan penulis informasi mengenai sejarah Museum PETA.
10. Mitta Rahardhika Rachman sebagai ahli kampanye yang telah bersedia untuk diwawancarai penulis dan memberikan penulis *insight* mengenai perancangan Tugas Akhir penulis.
11. Sherylia Krisanti Soetikno yang telah memberikan dukungan moral.
12. Megan Audrey, S.Ds., Hardy Octovan Amurisi Zega, Jeffrey Nicholas, Weiyana Bella, dan Terrance Emanuelle yang memberikan dukungan moral, bantuan materi, dan masukan mengenai perancangan penulis.

Penulis berharap bahwa perancangan ini dapat berkontribusi dalam meningkatkan pengunjung museum. Selain itu, penulis juga berharap bahwa perancangan ini dapat membangun kesadaran mengenai pentingnya sebuah kampanye promosi untuk sebuah lokasi wisata edukasi.

Tangerang, 12 Juni 2023



(Khei Raeheza Yusuf)

# PERANCANGAN KAMPANYE PROMOSI WISATA EDUKASI

## MUSEUM DAN MONUMEN PETA BOGOR

Khei Raeheza Yusuf

### ABSTRAK

Museum dan Monumen PETA Bogor merupakan sebuah cagar budaya yang berfungsi sebagai wisata edukasi sekaligus wadah pelestarian peristiwa perjuangan tentara Pembela Tanah Air. Museum tersebut menampilkan 14 diorama yang menceritakan kronologi perjuangan tentara PETA sebelum dan setelah kemerdekaan Indonesia. Infrastruktur yang dimiliki oleh Museum dan Monumen PETA seperti halaman yang luas dan sebuah monumen yang besar mendukung kapabilitas museum untuk menjadi sebuah wisata edukasi. Namun, museum tersebut mengalami penurunan pengunjung setiap tahun sejak tahun 2018. Penulis berharap bahwa perancangan sebuah kampanye promosi dapat menyampaikan nilai sejarah dan edukasi Museum dan Monumen PETA dan pada akhirnya meningkatkan jumlah pengunjung museum. Pada perancangan ini, penulis menggunakan metode penelitian kualitatif berupa wawancara, *focus group discussion*, dan observasi. Penulis menggunakan metode perancangan kampanye yang merujuk pada teori Landa (2010). Penulis berharap bahwa perancangan kampanye promosi ini dapat menyampaikan pesan mengenai pentingnya nilai sejarah edukasi yang terkandung dalam Museum dan Monumen PETA Bogor agar dapat memicu masyarakat untuk mengunjungi museum.

**Kata kunci:** Museum, kampanye, promosi

UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



***THE DEVELOPMENT OF PROMOTIONAL CAMPAIGN FOR  
THE MUSEUM AND MONUMENT OF PETA IN BOGOR AS AN  
EDUCATIONAL TOURIST DESTINATION***

Khei Raeheza Yusuf

***ABSTRACT***

*The Bogor PETA Museum and Monument is a cultural heritage that serves as an educational tour as well as a place to preserve the events of the struggle of the PETA unit. The museum displays 14 dioramas that tell the chronology of the struggle of PETA soldiers before and after the Indonesian independence. The infrastructure owned by the PETA Museum and Monument such as a large courtyard and a large monument supports the museum's capability to become an educational tourism. However, the museum has experienced a decline in visitors every year since 2018. The author hopes that the design of a promotional campaign can convey the historical and educational value of the PETA Museum and Monument and ultimately increase the number of museum visitors. In this design, the author uses qualitative research methods in the form of interviews, focus group discussions, and observations. The author uses a campaign design method that refers to the theory of Landa (2010). The author hopes that the design of this promotional campaign can convey messages about the importance of the educational historical value contained in the Bogor PETA Museum and Monument in order to encourage people to visit the museum.*

***Keywords:*** Museum, Promotional, Campaign

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAK .....	vii
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xviii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	13
1.1 Latar Belakang .....	13
1.2 Rumusan Masalah .....	15
1.3 Batasan Masalah .....	15
1.4 Tujuan Tugas Akhir .....	16
1.5 Manfaat Tugas Akhir .....	16
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	17
2.1 Desain Grafis .....	17
2.1.1 Elemen Grafis .....	17
2.1.2 Prinsip Desain .....	22
2.1.3 Tipografi .....	29
2.2 Warna .....	35
2.2.1 Psikologi Warna .....	36
2.2.2 Skema Warna .....	41
2.3 Fotografi .....	44
2.3.1 Komposisi Fotografi .....	44
2.4 Ilustrasi .....	46
2.4.1 Fungsi Ilustrasi .....	46
2.4.2 Ilustrasi Karakter .....	47
2.5 <i>Grid</i> .....	50

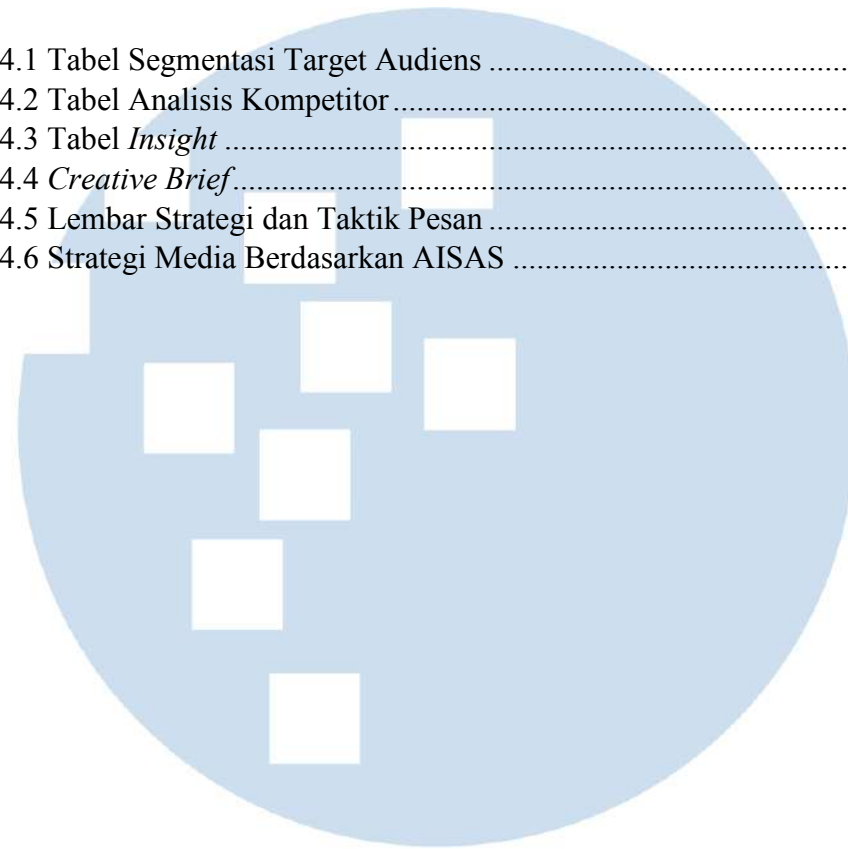
2.5.1	<i>Anatomi Grid</i> .....	50
2.5.2	<i>Jenis Grid</i> .....	51
2.6	<i>Layout</i> .....	54
2.7	<i>Pesan</i> .....	58
2.7.1	<i>Karakteristik Pesan</i> .....	58
2.7.2	<i>Strategi dan Taktik Pesan</i> .....	59
2.8	<i>Copywriting</i> .....	62
2.8.1	<i>Komponen dalam Copywriting</i> .....	63
2.8.2	<i>Manfaat dan Tujuan Copywriting</i> .....	64
2.9	<i>Kampanye</i> .....	64
2.9.1	<i>Tujuan Kampanye</i> .....	65
2.9.2	<i>Jenis Kampanye</i> .....	65
2.9.3	<i>Perancangan Kampanye</i> .....	66
2.9.4	<i>Strategi Kampanye</i> .....	67
2.10	<i>Promotion</i> .....	68
2.10.1	<i>Promotional Mix</i> .....	69
2.10.2	<i>Media Promosi</i> .....	71
2.11	<i>Digital Marketing</i> .....	72
2.11.1	<i>Keunggulan Digital Marketing</i> .....	72
2.11.2	<i>Tujuan Digital Marketing</i> .....	73
2.12	<i>Segmenting, Targeting, dan Positioning</i> .....	74
2.12.1	<i>Segmenting</i> .....	74
2.12.2	<i>Targeting</i> .....	75
2.12.3	<i>Positioning</i> .....	76
2.13	<i>Wisata</i> .....	76
2.14	<i>Museum</i> .....	77
2.14.1	<i>Manfaat Museum</i> .....	78
2.15	<i>Pembela Tanah Air</i> .....	79
2.16	<i>Museum dan Monumen PETA</i> .....	80
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN</b> .....		82
3.1	<i>Metode Kualitatif</i> .....	82
3.1.1	<i>Wawancara</i> .....	82

3.1.2	<i>Focus Group Discussion (FGD)</i> .....	96
3.1.3	Wawancara Pasca <i>Focus Group Discussion (FGD)</i> ....	100
3.1.4	Observasi .....	103
3.1.5	Kesimpulan.....	114
3.1.6	Studi Eksisting .....	115
3.1.7	Studi Referensi.....	121
3.2	Metodologi Perancangan .....	124
<b>BAB IV</b>	<b>STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN</b> .....	126
4.1	Strategi Perancangan .....	126
4.1.1	<i>Overview</i> .....	126
4.1.2	<i>Strategy</i> .....	132
4.1.3	<i>Ideas</i> .....	142
4.1.4	<i>Design</i> .....	150
4.1.5	<i>Production</i> .....	153
4.1.6	<i>Implementation</i> .....	205
4.2	Analisis Perancangan .....	208
4.2.1	<i>Attention</i> .....	208
4.2.2	<i>Interest</i> .....	216
4.2.3	<i>Search</i> .....	220
4.2.4	<i>Action</i> .....	222
4.2.5	<i>Share</i> .....	229
4.3	<i>Budgeting</i> .....	233
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP</b> .....	234
5.1	Simpulan.....	234
5.2	Saran.....	235
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	xvii
<b>LAMPIRAN</b>	.....	xx

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Tabel Segmentasi Target Audiens .....	126
Tabel 4.2 Tabel Analisis Kompetitor .....	128
Tabel 4.3 Tabel <i>Insight</i> .....	132
Tabel 4.4 <i>Creative Brief</i> .....	133
Tabel 4.5 Lembar Strategi dan Taktik Pesan .....	136
Tabel 4.6 Strategi Media Berdasarkan AISAS .....	137



UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Bentuk Garis yang Diciptakan oleh Berbagai Alat .....	18
Gambar 2.2 Tiga Bentuk Dasar Beserta Tingkatannya.....	18
Gambar 2.3 <i>Figure</i> dan <i>Ground</i> .....	19
Gambar 2.4 Tipografi Bentuk .....	20
Gambar 2.5 <i>Tactile Texture</i> (Kiri), dan <i>Visual Texture</i> (Kanan).....	21
Gambar 2.6 Penerapan Pola dalam Sebuah Desain .....	22
Gambar 2.7 Contoh <i>Multiple Page Format</i> .....	23
Gambar 2.8 <i>Balance</i> Simetris (Kiri) dan Asimetris (Kanan).....	23
Gambar 2.9 <i>Emphasis by Isolation</i> .....	24
Gambar 2.10 <i>Emphasis by Placement</i> .....	25
Gambar 2.11 <i>Emphasis by Scale</i> .....	25
Gambar 2.12 <i>Emphasis by Contrast</i> .....	26
Gambar 2.13 <i>Emphasis by Pointers</i> .....	26
Gambar 2.14 Penggunaan <i>Unity</i> pada Sebuah Media.....	27
Gambar 2.15 <i>Laws of Perceptual Organization</i> .....	29
Gambar 2.16 Penerapan <i>Scale</i> pada Sebuah Poster .....	29
Gambar 2.17 <i>Meanline</i> dan <i>Baseline</i> .....	30
Gambar 2.18 <i>Capline</i> dan <i>Beard Line</i> .....	31
Gambar 2.19 <i>X-Height</i> .....	31
Gambar 2.20 Huruf <i>Serif</i> .....	32
Gambar 2.21 Huruf <i>Sans Serif</i> .....	32
Gambar 2.22 Huruf <i>Italic</i> .....	33
Gambar 2.23 Huruf <i>Script</i> .....	33
Gambar 2.24 Huruf <i>Blackletter</i> .....	34
Gambar 2.25 Huruf <i>Display</i> .....	34
Gambar 2.26 Sistem Warna Aditif.....	36
Gambar 2.27 Sistem Warna Subtraktif .....	36
Gambar 2.28 Warna Merah.....	37
Gambar 2.29 Warna Oranye .....	37
Gambar 2.30 Warna Kuning .....	38
Gambar 2.31 Warna Hijau .....	38
Gambar 2.32 Warna Hijau .....	39
Gambar 2.33 Warna Ungu .....	39
Gambar 2.34 Warna Cokelat.....	40
Gambar 2.35 Warna Hitam .....	40
Gambar 2.36 Warna Abu-Abu .....	41
Gambar 2.37 Warna Putih.....	41
Gambar 2.38 Warna Komplementer .....	42
Gambar 2.39 Warna Triadik .....	42
Gambar 2.40 Warna Tetradik.....	43
Gambar 2.41 Warna Analogus.....	43

Gambar 2.42 Warna <i>Split-Complementary</i> .....	44
Gambar 2.43 <i>Rule of Thirds</i> .....	45
Gambar 2.44 <i>Rule of Space</i> .....	45
Gambar 2.45 <i>Rule of Thirds</i> .....	46
Gambar 2.46 Distorsi Anatomi pada Karakter.....	48
Gambar 2.47 Penambahan Konteks pada Karakter.....	49
Gambar 2.48 Anatomi <i>Grid</i> .....	51
Gambar 2.49 Contoh Penggunaan <i>Manuscript Grid</i> .....	52
Gambar 2.50 Contoh Penggunaan <i>Column Grid</i> .....	52
Gambar 2.51 Contoh Penggunaan <i>Modular Grid</i> .....	53
Gambar 2.52 Contoh Penggunaan <i>Hierarchic Grid</i> .....	53
Gambar 2.53 Contoh Penggunaan <i>Hierarchial Grid</i> .....	54
Gambar 2.54 Contoh Penggunaan <i>Mondrian Layout</i> .....	54
Gambar 2.55 Contoh Penggunaan <i>Silhouette Layout</i> .....	55
Gambar 2.56 Contoh Penggunaan <i>Big Type Layout</i> .....	55
Gambar 2.57 Contoh Penggunaan <i>Alphabet Inspired Layout</i> .....	56
Gambar 2.58 Contoh Penggunaan <i>Frame Layout</i> .....	56
Gambar 2.59 Contoh Penggunaan <i>Picture Window Layout</i> .....	57
Gambar 2.60 Contoh Penggunaan <i>Copy Heavy Layout</i> .....	57
Gambar 3.1 Wawancara Bersama Maya Sianturi Huang.....	83
Gambar 3.2 Wawancara Bersama Ahli Kampanye.....	84
Gambar 3.3 Wawancara Bersama Pengelola Museum .....	86
Gambar 3.4 Wawancara Bersama Kepala Museum.....	89
Gambar 3.5 Wawancara Bersama Pendamping Guru saat Kunjungan Belajar ....	91
Gambar 3.6 Wawancara Bersama Kepala Sekolah SD Ananda Bekasi .....	93
Gambar 3.7 Wawancara Bersama Kepala Sekolah SD Negeri Lawanggantung 4	95
Gambar 3.8 FGD Bersama Guru SD Regina Pacis Bogor.....	96
Gambar 3.9 FGD Bersama Guru SD Marsudirini Bogor.....	99
Gambar 3.10 Wawancara <i>Online</i> bersama Guru SD Regina Pacis dan Marsudirini	101
.....	101
Gambar 3.11 Wawancara <i>Online</i> bersama Siswa Berusia 9—11 Tahun.....	102
Gambar 3.12 Sambutan dari Pihak Museum.....	104
Gambar 3.13 Pemberian Hormat dan Penyanyian Lagu Indonesia Raya .....	104
Gambar 3.14 Siswa Melihat Diorama Seraya Mengisi LKS .....	105
Gambar 3.15 Proses Perpindahan .....	105
Gambar 3.16 Siswa Berinteraksi dengan <i>Tank</i> .....	106
Gambar 3.17 Foto Bersama Rombongan dan Para Guru.....	106
Gambar 3.18 Gerbang Museum dan Monumen PETA Bogor.....	107
Gambar 3.19 Patung dan <i>Tank</i> pada Halaman Depan Museum.....	107
Gambar 3.20 Relief yang Terdapat pada Lorong Gerbang Museum .....	108
Gambar 3.21 Kertas Selayang Pandang Museum dan Monumen PETA.....	109
Gambar 3.22 Contoh Diorama Museum dan Monumen PETA Bogor.....	109
Gambar 3.23 Perlengkapan Senjata Api .....	110

Gambar 3.24 <i>Display</i> Seragam yang Dikenakan pada Manekin .....	110
Gambar 3.25 <i>Display</i> Benda Peninggalan yang Diberikan pada Pihak Museum	111
Gambar 3.26 <i>Display</i> Benda Peninggalan yang Diberikan pada Pihak Museum	111
Gambar 3.27 Papan Nama, Pangkat, dan Hukuman Prajurit PETA .....	112
Gambar 3.28 Monumen Jenderal Besar Soedirman.....	112
Gambar 3.29 Akun Instagram dan Facebook Museum dan Monumen PETA ...	113
Gambar 3.30 Buku Sejarah Museum dan Monumen PETA .....	114
Gambar 3.31 Akun Media Sosial Pos Bloc.....	116
Gambar 3.32 Gaya Visual dan Bahasa dalam Akun Instagram Pos Bloc.....	117
Gambar 3.33 Akun TikTok Pos Bloc.....	118
Gambar 3.34 Akun Instagram Museum Kesenjaraan Jakarta .....	119
Gambar 3.35 Visual dan <i>Copywriting</i> pada Konten Museum Kesenjaraan Jakarta .....	120
Gambar 3.36 Contoh Karya Ilustrasi Cath Laporte .....	122
Gambar 3.37 Kampanye “ <i>I Went to MoMA and...</i> ” .....	123
Gambar 4.2 <i>Mind Mapping</i> .....	142
Gambar 4.3 Alternatif <i>Big Idea</i> .....	143
Gambar 4.4 Alternatif <i>Hashtag</i> .....	144
Gambar 4.5 <i>Moodboard</i> Warna .....	146
Gambar 4.6 <i>Moodboard</i> Layout.....	146
Gambar 4.7 <i>Moodboard</i> Layout.....	147
Gambar 4.8 <i>Moodboard</i> Tipografi .....	148
Gambar 4.9 Warna .....	148
Gambar 4.10 Tipografi.....	149
Gambar 4.11 Eksplorasi Sketsa Karakter.....	151
Gambar 4.12 Proses Digitalisasi Karakter .....	151
Gambar 4.13 Perancangan Elemen Grafis dan Aset Pensil .....	152
Gambar 4.14 Aset Fotografi.....	153
Gambar 4.15 Skema <i>Layout</i> pada <i>Billboard</i> .....	154
Gambar 4.16 Implementasi Sketsa pada <i>Grid</i> Desain <i>Billboard</i> .....	155
Gambar 4.17 Aplikasi <i>Grid</i> pada Desain <i>Billboard</i> .....	156
Gambar 4.18 Hasil Akhir Desain <i>Billboard</i> .....	157
Gambar 4.19 Alternatif <i>Layout</i> Poster .....	159
Gambar 4.20 Aplikasi Sketsa pada Desain Poster .....	160
Gambar 4.21 Hasil Aplikasi <i>Grid</i> pada Desain Poster.....	161
Gambar 4.22 Hasil Akhir Desain Poster.....	162
Gambar 4.23 <i>Grid</i> dan Implementasi Sketsa pada <i>Grid</i> <i>Stair Ads</i> .....	163
Gambar 4.24 Hasil Akhir Desain <i>Stair Ads</i> .....	164
Gambar 4.25 Skema <i>Grid</i> dan Sketsa Penempatan Aset pada Umbul-Umbul ..	165
Gambar 4.26 Aplikasi <i>Layout</i> pada Desain Umbul-Umbul .....	166
Gambar 4.27 Hasil Akhir Desain Umbul-Umbul .....	167
Gambar 4.28 <i>Storyboard</i> <i>Motion Graphic</i> .....	169
Gambar 4.29 Tampilan Perancangan <i>Motion Graphic</i> .....	170

Gambar 4.30 Cuplikan dari Hasil Akhir <i>Motion Graphic</i> .....	170
Gambar 4.31 Tiang Lampu pada Bagian Depan Museum.....	171
Gambar 4.32 Desain <i>Ambient Media</i> .....	172
Gambar 4.33 Desain Akhir <i>Ambient Media</i> .....	172
Gambar 4.34 Sketsa Alternatif.....	173
Gambar 4.35 Alternatif Digitalisasi Sketsa <i>Train Ads</i> .....	173
Gambar 4.36 Alternatif Skema <i>Layout Ceiling Panel</i> .....	175
Gambar 4.37 Aplikasi <i>Grid</i> pada Sketsa dan Desain <i>Train Ceiling Panel</i> .....	175
Gambar 4.38 Hasil Akhir <i>Train Ceiling Panel</i> .....	176
Gambar 4.39 <i>Layout</i> dan <i>Grid E-Poster</i> .....	177
Gambar 4.40 Aplikasi <i>Grid</i> pada Desain <i>E-Poster</i> .....	177
Gambar 4.41 Hasil Akhir Desain <i>E-Poster</i> .....	178
Gambar 4.42 Hasil Akhir Desain <i>E-Poster</i> .....	179
Gambar 4.43 Implementasi Sketsa pada <i>Grid Wall Branding</i> .....	180
Gambar 4.44 Aplikasi <i>Grid</i> pada Desain <i>Wall Branding</i> .....	180
Gambar 4.45 Desain Akhir <i>Wall Branding</i> .....	181
Gambar 4.46 Aplikasi Sketsa pada <i>Layout</i> dan <i>Grid Cover Podcast</i> .....	182
Gambar 4.47 Aplikasi <i>Grid</i> terhadap Desain <i>Cover Podcast</i> .....	183
Gambar 4.48 Hasil Akhir Desain <i>Cover Podcast</i> .....	184
Gambar 4.49 Skema <i>Grid</i> dan Aplikasi Sketsa pada Media Sosial .....	185
Gambar 4.50 Aplikasi <i>Grid</i> pada Desain Media Sosial .....	186
Gambar 4.51 Hasil Akhir Desain Media Sosial .....	187
Gambar 4.52 <i>Brainstorming</i> Aktivitas <i>Museum Kit</i> .....	188
Gambar 4.53 Tampilan Perancangan Aset Visual PETA .....	189
Gambar 4.54 <i>Layout</i> Konten <i>Museum Kit</i> .....	189
Gambar 4.55 Aplikasi Sketsa pada <i>Grid</i> Konten <i>Museum Kit</i> .....	190
Gambar 4.56 Aplikasi <i>Grid</i> pada Desain Terbaru Konten <i>Museum Kit</i> .....	191
Gambar 4.57 Desain Akhir Konten <i>Museum Kit</i> .....	192
Gambar 4.58 Referensi <i>Folder Museum Kit</i> .....	192
Gambar 4.59 Skema <i>Layout</i> dan <i>Grid Folder Museum Kit</i> .....	193
Gambar 4.60 Aplikasi <i>Grid</i> dan Hasil Akhir <i>Folder Museum Kit</i> .....	193
Gambar 4.61 Referensi Tiket Museum .....	194
Gambar 4.62 Sketsa <i>Grid</i> dan Implementasi Sketsa pada Tiket Museum.....	194
Gambar 4.63 Hasil Akhir Desain Tiket Museum .....	195
Gambar 4.64 Tahap Pembuatan Aset Visual .....	196
Gambar 4.65 Skema <i>Layout</i> dan <i>Grid</i> dan Aplikasi Sketsa pada Brosur .....	197
Gambar 4.66 Aplikasi pada Desain Brosur Cerita .....	198
Gambar 4.67 Aplikasi <i>Layout</i> dan Hasil Akhir Desain Brosur Cerita.....	198
Gambar 4.68 <i>Merchandise</i> .....	199
Gambar 4.69 Tahap Perancangan Aset Visual Kaos.....	200
Gambar 4.70 Hasil Akhir Desain Kaos Pertama.....	201
Gambar 4.71 Tahap Perancangan Aset Visual Kaos .....	201
Gambar 4.72 Hasil Akhir Desain Kaos Kedua .....	202

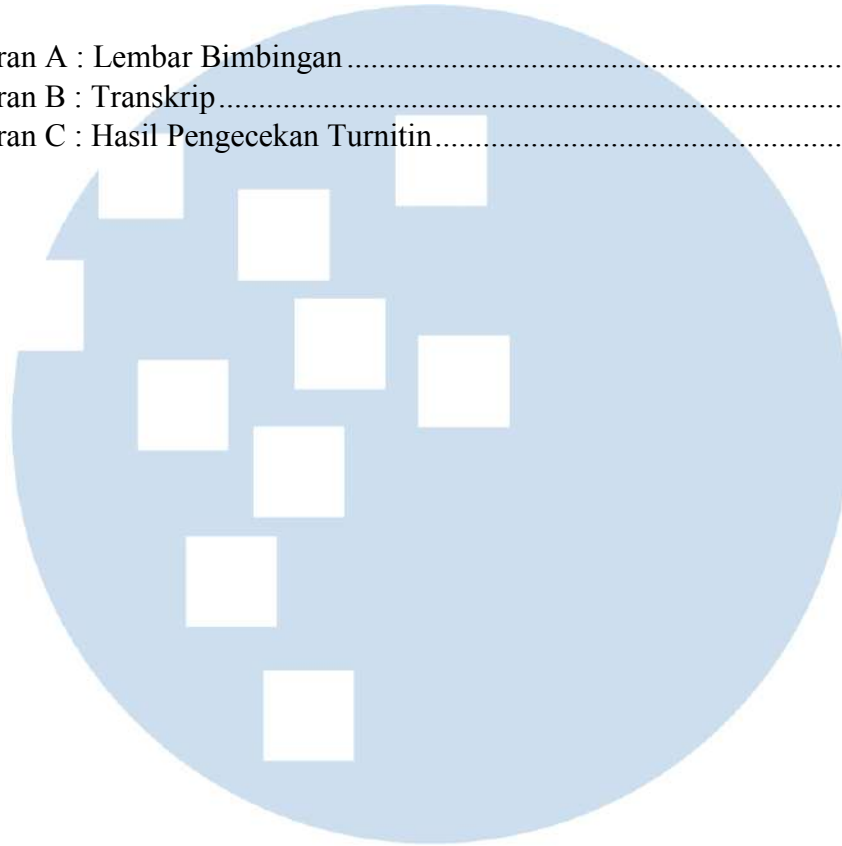


Gambar 4.73 <i>Layout dan Grid</i> Kartu Flazz.....	202
Gambar 4.74 Implementasi <i>Grid</i> dan Hasil Akhir Kartu Flazz .....	203
Gambar 4.75 Hasil Akhir Desain <i>Card Holder</i> .....	204
Gambar 4.76 <i>Merchandise Tas</i> .....	205
Gambar 4.77 Tabel <i>Media Planning</i> Kampanye.....	206
Gambar 4.78 Penerapan Desain Pertama <i>Billboard</i> pada <i>Mockup</i> .....	209
Gambar 4.79 Penerapan Desain Kedua Desain Brosur Cerita.....	210
Gambar 4.80 Penerapan Desain Poster pada <i>Mockup</i> .....	211
Gambar 4.81 Penerapan <i>Stair Ads</i> pada <i>Mockup</i> .....	212
Gambar 4.82 Penerapan Umbul-Umbul pada <i>Mockup</i> .....	213
Gambar 4.83 Penerapan Go-Screen <i>Ads</i> pada <i>Mockup</i> .....	214
Gambar 4.84 Penerapan <i>Ambient Media</i> pada <i>Mockup</i> .....	215
Gambar 4.85 Penerapan <i>Body Train Ad</i> pada <i>Mockup</i> .....	216
Gambar 4.86 Penerapan <i>Train Ceiling Panel Ad</i> pada <i>Mockup</i> .....	217
Gambar 4.87 Penerapan <i>E-Poster</i> pada <i>Mockup</i> .....	218
Gambar 4.88 Penerapan <i>Wall Branding</i> pada <i>Mockup</i> .....	219
Gambar 4.89 Penerapan <i>Podcast Cover</i> pada <i>Mockup</i> .....	220
Gambar 4.90 Penerapan Facebook dan Instagram <i>Feeds</i> pada <i>Mockup</i> .....	221
Gambar 4.91 Penerapan Facebook dan Instagram <i>Story</i> pada <i>Mockup</i> .....	222
Gambar 4.92 Penerapan Seluruh <i>Museum Kit</i> pada <i>Mockup</i> .....	223
Gambar 4.93 Penerapan Peta Interaktif pada <i>Mockup</i> .....	224
Gambar 4.94 Penerapan <i>Coloring Sheet</i> pada <i>Mockup</i> .....	225
Gambar 4.95 Penerapan <i>Drawing Sheet</i> pada <i>Mockup</i> .....	226
Gambar 4.96 Penerapan Lembar Teka Teki Silang pada <i>Mockup</i> .....	227
Gambar 4.97 Penerapan Lembar Peraturan pada <i>Mockup</i> .....	228
Gambar 4.98 Penerapan Tiket Museum pada <i>Mockup</i> .....	229
Gambar 4.99 Penerapan Brosur Cerita pada <i>Mockup</i> .....	230
Gambar 4.100 <i>Mockup Merchandise Kaos</i> .....	231
Gambar 4.101 <i>Mockup Merchandise Kartu Flazz dan Card Holder</i> .....	232
Gambar 4.102 <i>Mockup Merchandise Tas</i> .....	232
Gambar 4.103 Tabel <i>Media Planning</i> Kampanye.....	233



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A : Lembar Bimbingan.....	xx
Lampiran B : Transkrip.....	xxii
Lampiran C : Hasil Pengecekan Turnitin.....	lxxv



# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA