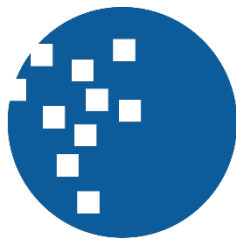


**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL
MENGENAI *BODY DYSMORPHIC DISORDER*
UNTUK USIA 17–25 TAHUN**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN TUGAS AKHIR

**Marciella Tania
0000035104**

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

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL
MENGENAI *BODY DYSMORPHIC DISORDER*
UNTUK USIA 17–25 TAHUN**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Desain (S.Ds.)

Marciella Tania
0000035104

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

**TANGERANG
2023**

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Marciella Tania
Nomor Induk Mahasiswa : 00000035104
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Tugas Akhir dengan judul:

PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL MENGENAI *BODY DYSMORPHIC DISORDER* UNTUK USIA 17–25 TAHUN

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, 9 Juni 2023



Marciella Tania

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul
**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL
MENGENAI *BODY DYSMORPHIC DISORDER*
UNTUK USIA 17–25 TAHUN**


Oleh

Nama : Marciella Tania
NIM : 00000035104
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

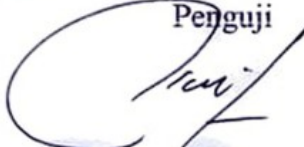
Telah diujikan pada hari Jumat, 23 Juni 2023
Pukul 11.15 s.d 12.00 dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

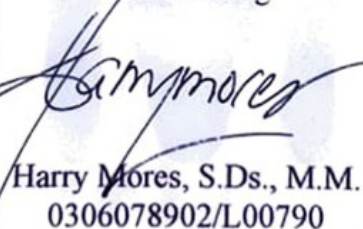
Ketua Sidang


Adhreza Brahma, M.Ds.
0304088702/E042750

Penguji


Muhammad Nabil Oktanuryansyah, S.Sn., M.Ds.
9903262976/E081434

Pembimbing


Harry Mores, S.Ds., M.M.
0306078902/L00790

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 : Marciella Tania
NIM : 00000035104
Program Studi : Desain Komunikasi Visual (DKV)
Fakultas : Seni dan Desain
Jenis Karya : *Tesis/Skripsi/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 SOSIAL MENGENAI *BODY DYSMORPHIC DISORDE* UNTUK USIA 17–25 TAHUN

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, 7 Juli 2023

Yang menyatakan,



(Marciella Tania)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa. Karena rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Perancangan Kampanye Sosial Mengenai Body Dysmorphic Disorder untuk Usia 17–25 Tahun” dengan baik dan tepat waktu. Laporan tugas akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Desain (S.Ds.)

Penulis memilih topik *body dysmorphic disorder* karena pengetahuan dan pemahaman terhadap gangguan kesehatan mental ini masih sangat kurang padahal tergolong cukup umum dialami. Mayoritas penderita BDD adalah remaja dan dewasa muda. Padahal, jika BDD tidak ditangani dengan benar dapat mengakibatkan berbagai perilaku *self-destructive* dan diiringi dengan gangguan kesehatan mental lainnya. BDD juga merupakan salah satu gangguan kesehatan mental yang tingkat bunuh diri penderitanya paling tinggi. Oleh karena itu, penulis ingin merancang kampanye sosial untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman masyarakat usia 17–25 tahun mengenai *body dysmorphic disorder*.

Dalam proses penyusunan proposal ini, penulis mendapatkan banyak wawasan baru mengenai *body dysmorphic disorder* dari berbagai narasumber. Penulis bersyukur karena berkat bantuan dan dukungan banyak pihak, penyusunan tugas akhir ini dapat dilakukan. Oleh karena itu, penulis ingin 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. Harry Mores, S.Ds., M.M., sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.

5. Edo Tirtadarma, S.Ds., M.Ds., sebagai Pembimbing spesialis yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
6. Adhreza Brahma, M.Ds. dan Muhammad Nabil, S.Sn., M.Ds., sebagai Ketua Sidang dan Dosen Penguji yang telah memberikan saran serta masukan bagi tugas akhir ini.
7. dr. Aimee Nugroho, Sp.KJ., sebagai narasumber wawancara ahli dalam perancangan kampanye sosial ini.
8. Tasya Adelheid, M.Psi., sebagai narasumber wawancara sebagai perwakilan dari IndoPsyCare dalam perancangan kampanye sosial ini.
9. Angelista, Ivana Caroline, dan 'L', sebagai narasumber yang telah berbagi pengalaman yang berkaitan dengan perancangan kampanye sosial ini.
10. Felicia Tania dan Gabriela Alexander, sebagai model dari perancangan visual kampanye sosial untuk tugas akhir ini.
11. Seluruh responden yang telah berpartisipasi dan mendukung penulis dalam proses pengumpulan data melalui kuesioner.
12. Keluarga penulis yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
13. Teman-teman penulis serta semua pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu dan memberi dukungan kepada penulis.

Semoga laporan tugas akhir ini dapat bermanfaat dan menjadi referensi bagi pembaca. Jika perancangan kampanye sosial ini direalisasikan, penulis berharap dapat menumbuhkan kesadaran serta meningkatkan pengetahuan dan pemahaman masyarakat mengenai *body dysmorphic disorder* (BDD) di Indonesia.

Tangerang, 7 Juli 2023



(Marciella Tania)

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL
MENGENAI *BODY DYSMORPHIC DISORDER*
UNTUK USIA 17–25 TAHUN**

(Marciella Tania)

ABSTRAK

Body dysmorphic disorder (BDD) merupakan gangguan kesehatan mental yang ditandai dengan pikiran obsesif dan perilaku kompulsif terhadap kekurangan yang dipercayai ada pada penampilan fisik (American Psychiatric Association, 2019). BDD paling umum dialami oleh remaja dan dewasa muda. Penderita BDD memiliki preokupasi terhadap ‘kekurangan’ nya yang membuat mereka melakukan berbagai upaya untuk menutupi atau menghilangkan hal tersebut. Kondisi ini dapat mengganggu interaksi sosial dan produktivitas dalam kehidupan sehari-hari. Setidaknya ada sekitar 150.000 kasus BDD setiap tahunnya di Indonesia dan jumlah ini pun tidak termasuk kasus-kasus yang belum terdiagnosis. Namun, kesadaran serta pengetahuan dan pemahaman masyarakat Indonesia mengenai gangguan kesehatan mental ini masih kurang. Padahal jika BDD tidak ditangani dengan benar, kondisi ini dapat diiringi dengan berbagai gangguan kesehatan mental lainnya dan menyebabkan berbagai perilaku yang dapat menjadi destruksi bagi diri sendiri. Berdasarkan hasil penelitian, BDD juga merupakan salah satu gangguan kesehatan mental dengan tingkat bunuh diri tertinggi bagi para penderitanya. Oleh karena itu, penulis melakukan perancangan kampanye sosial untuk membangun kesadaran serta meningkatkan pengetahuan dan pemahaman masyarakat usia 17–25 tahun mengenai BDD di Indonesia.

Kata kunci: *body dysmorphic disorder*, kampanye, gangguan kesehatan mental obsesif kompulsif

U M W N
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

BODY DYSMORPHIC DISORDER SOCIAL CAMPAIGN DESIGN FOR AGED 17–25 YEARS OLD

(Marciella Tania)

ABSTRACT (English)

Body dysmorphic disorder (BDD) is a mental health disorder characterized by obsessive thoughts and compulsive behavior towards deficiencies that are believed to exist in physical appearance (American Psychiatric Association, 2019). BDD is most commonly developed and experienced by adolescents and young adults. BDD sufferers have a preoccupation with their 'flaws' which makes them make various efforts to cover up or eliminate these things. This condition can heavily and negatively impact social interaction and productivity in everyday life. There are at least around 150,000 cases of BDD every year in Indonesia and this number does not include undiagnosed cases. However, awareness, knowledge, and understanding regarding this mental health disorder are still lacking in Indonesia. If BDD is not handled properly, this condition can be accompanied by various other mental health disorders and cause various behaviors that can be self-destructive. Based on research results, BDD is also one of the mental health disorders with the highest suicidal thoughts and suicide rate. Therefore, author designed a social campaign to build awareness and increase knowledge and understanding of people aged 17–25 about BDD in Indonesia.

Keywords: *body dysmorphic disorder, campaign, obsessive-compulsive related disorder*

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

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 (English)</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah.....	2
1.4 Tujuan Tugas Akhir	3
1.5 Manfaat Tugas Akhir	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	4
2.1 Teori Desain	4
2.1.1 Prinsip Desain	4
2.1.2 Elemen Desain	9
2.1.3 Tipografi	12
2.1.4 Grid	14
2.1.5 Photography	16
2.1.6 Ilustrasi	19
2.2 Kampanye	23
2.2.1 Jenis Kampanye	23
2.2.2 Tujuan Kampanye	25
2.2.4 Strategi Kampanye AISAS	28
2.2.5 Strategi Pesan Kampanye	29
2.2.6 Copywriting	30
2.2.7 Segmentation	31

2.2.8	<i>Targeting</i>	32
2.3	<i>Body Dysmorphic Disorder (BDD)</i>	34
2.3.1	Kriteria Diagnosis	34
2.3.2	Penderita BDD	34
2.3.3	<i>Key Differences</i>	36
2.3.4	Penyebab	36
2.3.5	Ciri & Gejala	37
2.3.6	Dampak	39
2.3.7	Pengobatan	40
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN	42
3.1	Metodologi Penelitian	42
3.1.1	Metode Kualitatif	42
3.1.2	Metode Kuantitatif	68
3.2	Metodologi Perancangan.....	73
3.2.1	<i>Orientation</i>	74
3.2.2	<i>Analysis</i>	74
3.2.3	<i>Conception</i>	74
3.2.4	<i>Design</i>	74
3.2.5	<i>Implementation</i>	75
BAB IV	STRATEGI & ANALISIS PERANCANGAN	76
4.1	Strategi Perancangan.....	76
4.1.1	<i>Orientation</i>	76
4.1.2	<i>Analysis</i>	85
4.1.3	<i>Conception</i>	94
4.1.4	<i>Design</i>	99
4.1.5	<i>Implementation</i>	132
4.2	Analisis Perancangan	132
4.2.1	Analisis Hasil Fotografi	132
4.2.2	Analisis Key Visual	134
4.2.3	Analisis Instagram Content	136
4.2.4	Analisis YouTube Ads	138
4.2.5	Analisis LED Display	139
4.2.6	Analisis Microsite	140

4.2.7	<i>Analisis Online Consultation, Webinar Poster, Virtual Background</i>	141
4.2.8	<i>Analisis Instagram Story Twibbon, GIF Stickers, Filter (Quiz)</i>	142
4.3	<i>Budgeting</i>	144
BAB V	PENUTUP	145
5.1	Simbulan	145
5.2	Saran.....	146
DAFTAR PUSTAKA		xiv
LAMPIRAN		xvii



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Analisis SWOT Monki x BDDF	61
Tabel 3.2 Analisis SWOT Media BDDF	65
Tabel 3.3 Demografi Responden	70
Tabel 3.4 Tingkat Kekhawatiran Responden Terhadap Respon Orang Lain	71
Tabel 3.5 Tingkat Pengetahuan Responden Mengenai BDD	72
Tabel 4.1 Target Audiens.....	78
Tabel 4.2 Perbandingan Kompetitor.....	80
Tabel 4.3 Analisis SWOT IndoPsyCare.....	82
Tabel 4.4 Insight Ahli/ <i>Mandatory</i> & Audiens.....	83
Tabel 4.5 <i>Creative Brief</i>	85
Tabel 4.6 Strategi & Taktik Pesan.....	89
Tabel 4.7 <i>Strategic Media Planning</i>	92
Tabel 4.8 <i>Strategic Media Timeline</i>	93
Tabel 4.9 Proses Penyuntingan Foto <i>Key Visual</i>	102
Tabel 4.10 Penjabaran Konten Instagram <i>Feed Carousel</i>	112
Tabel 4.11 <i>Media Budgeting</i>	144



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Format <i>Outdoor</i> Media Cetak Kampanye.....	5
Gambar 2.2 Contoh <i>Symmetrical Balance</i>	5
Gambar 2.3 Contoh Penerapan Hierarki Visual	6
Gambar 2.4 Contoh Ritme Pada Poster	6
Gambar 2.5 Contoh Unity dalam Suatu Kampanye	7
Gambar 2.6 Contoh Penerapan <i>laws of perceptual organization</i>	8
Gambar 2.7 Contoh Penerapan <i>Scale</i>	8
Gambar 2.8 Contoh Penerapan Elemen Garis	9
Gambar 2.9 Contoh Penerapan <i>Figure & Ground</i>	10
Gambar 2.10 Contoh Variasi Warna dalam Kampanye	11
Gambar 2.11 Contoh Penerapan Tekstur	11
Gambar 2.12 Contoh Penggunaan <i>Typeface Serif</i> dalam Kampanye	12
Gambar 2.13 Contoh Penggunaan <i>Typeface Sans Serif</i> dalam Kampanye.....	13
Gambar 2.14 Contoh Penggunaan <i>Typeface Script</i>	14
Gambar 2.15 Contoh Penggunaan <i>Single Column Grid</i>	15
Gambar 2.16 Contoh Penggunaan <i>Multi Column Grid</i>	15
Gambar 2.17 Contoh Penggunaan <i>Modular Grid</i>	16
Gambar 2.18 Contoh Penerapan <i>Rule of Third</i>	17
Gambar 2.19 Contoh Penerapan <i>Rule of Space</i>	18
Gambar 2.20 Contoh Penerapan <i>Rule of Odds</i>	18
Gambar 2.21 Contoh Penerapan <i>Gestalt Theory</i>	19
Gambar 2.22 Contoh Ilustrasi sebagai Instruksi.....	20
Gambar 2.23 Contoh Ilustrasi sebagai <i>Commentary</i>	21
Gambar 2.24 Contoh Ilustrasi sebagai <i>Storytelling</i>	21
Gambar 2.25 Contoh Ilustrasi sebagai <i>Persuasion</i>	22
Gambar 2.26 Contoh Ilustrasi sebagai <i>Identity</i>	23
Gambar 2.27 Contoh <i>Product-oriented Campaign</i>	24
Gambar 2.28 Contoh <i>Candidate-oriented Campaign</i>	24
Gambar 2.29 Contoh <i>Cause-oriented Campaign</i>	25
Gambar 2.30 Contoh Media ATL <i>Billboard</i>	26
Gambar 2.31 Contoh Media BTL <i>In-store Poster</i>	27
Gambar 2.32 Contoh Media TTL <i>BDD Video Campaign</i>	27
Gambar 2.33 Model AISAS Non-Linear.....	28
Gambar 3.1 Dokumentasi Pelaksanaan Wawancara Ahli	43
Gambar 3.2 Dokumentasi Pelaksanaan Wawancara dengan Angelista.....	46
Gambar 3.3 Dokumentasi Pelaksanaan Wawancara dengan L.....	49
Gambar 3.4 Dokumentasi Pelaksanaan Wawancara dengan Ivana	53
Gambar 3.5 Dokumentasi Pelaksanaan Wawancara dengan IndoPsyCare	56

Gambar 3.6 Kampanye More Than My Reflection	59
Gambar 3.7 MONKI x BDDF	60
Gambar 3.8 Konten Instagram MONKI x BDDF.....	60
Gambar 3.9 Media Cetak & Instalasi MONKI x BDDF	61
Gambar 3.10 Animasi untuk BDDF Conference 2019.....	63
Gambar 3.11 Sosial Media Instagram BDDF.....	64
Gambar 3.12 <i>Key Visual</i> Kampanye ‘Trap’	66
Gambar 3.13 Media Cetak Kampanye ‘Trap’	67
Gambar 4.1 Persona Target Audiens.....	78
Gambar 4.2 Logo IndoPsyCare.....	79
Gambar 4.3 <i>Mindmap</i>	96
Gambar 4.4 <i>Moodboard</i> Warna.....	96
Gambar 4.5 <i>Moodboard</i> Visual.....	97
Gambar 4.6 <i>Moodboard</i> Tipografi.....	98
Gambar 4.7 Eksplorasi <i>Copywriting</i>	98
Gambar 4.8 Sketsa Alternatif <i>Key Visual</i>	99
Gambar 4.9 Sketsa Final <i>Series Campaign Ads</i>	100
Gambar 4.10 Proses Pemotretan Model <i>Key Visual</i>	100
Gambar 4.11 Proses <i>Layouting Key Visual</i>	103
Gambar 4.12 Proses Desain <i>Key Visual</i>	103
Gambar 4.13 Hasil Akhir <i>Key Visual</i>	104
Gambar 4.14 Proses Perancangan Identitas Kampanye.....	105
Gambar 4.15 <i>Storyboard Mograph LED Display</i>	106
Gambar 4.16 Proses Perancangan <i>Mograph LED Display</i>	106
Gambar 4.17 Hasil Akhir <i>Mograph LED Display</i>	107
Gambar 4.18 <i>Content Planning</i> Proses Perancangan Instagram <i>Feed</i>	109
Gambar 4.19 Proses Perancangan Instagram <i>Feed</i>	110
Gambar 4.20 Hasil Akhir Instagram <i>Feed</i>	111
Gambar 4.21 Proses Perancangan Instagram <i>Story (Attention-Interest)</i>	116
Gambar 4.22 Proses Perancangan Instagram <i>Story (Action)</i>	117
Gambar 4.23 Hasil Akhir Konten Instagram <i>Story (Attention-Interest)</i>	117
Gambar 4.24 Hasil Akhir Konten Instagram <i>Story (Action)</i>	118
Gambar 4.25 <i>Storyboard YouTube Ads</i>	119
Gambar 4.26 Proses Perancangan YouTube <i>Ads</i>	119
Gambar 4.27 Hasil Akhir YouTube <i>Ads</i>	120
Gambar 4.28 Proses Perancangan Poster.....	121
Gambar 4.29 Hasil Akhir Poster.....	121
Gambar 4.30 <i>Sitemap Microsite</i>	122
Gambar 4.31 Proses Perancangan <i>Microsite</i>	123
Gambar 4.32 Hasil Akhir <i>Microsite</i>	124

Gambar 4.33 Proses Perancangan Webinar Poster.....	125
Gambar 4.34 Proses Perancangan Webinar <i>Virtual Background</i>	126
Gambar 4.35 Hasil Akhir Webinar Poster & <i>Virtual Background</i>	126
Gambar 4.36 Proses Perancangan <i>Online Consultation Poster</i>	127
Gambar 4.37 Hasil Akhir <i>Online Consultation Poster</i>	128
Gambar 4.38 Proses Perancangan Instagram <i>Story Twibbon</i>	129
Gambar 4.39 Proses Perancangan Instagram <i>GIF Stickers</i>	129
Gambar 4.40 Hasil Akhir Instagram <i>Story Twibbon & GIF Stickers</i>	130
Gambar 4.41 Proses Perancangan Aset Instagram <i>Quiz</i>	131
Gambar 4.42 Proses Perancangan Instagram <i>Quiz</i>	131
Gambar 4.43 Hasil Akhir Instagram <i>Quiz</i>	132
Gambar 4.44 Hasil Fotografi <i>Key Visual 1</i>	133
Gambar 4.45 Hasil Fotografi <i>Key Visual 2</i>	133
Gambar 4.46 Hasil Fotografi <i>Key Visual 3</i>	134
Gambar 4.47 Poster <i>Mockup</i>	136
Gambar 4.48 Instagram Post <i>Mockup</i>	137
Gambar 4.49 Instagram <i>Story Mockup</i>	138
Gambar 4.50 YouTube <i>Ads Mockup</i>	139
Gambar 4.51 LED <i>Display Mockup</i>	140
Gambar 4.52 <i>Microsite Mockup</i>	141
Gambar 4.53 <i>Consultation, Webinar, Virtual Background Mockup</i>	142
Gambar 4.54 Instagram <i>Twibbon, GIF Stickers Mockup</i>	142
Gambar 4.55 Instagram <i>Filter (Quiz)</i>	143



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Lembar Bimbingan.....	xvii
Lampiran B Hasil Kuesioner	xx
Lampiran C Turnitin	xxv
Lampiran D Transkrip Wawancara Ahli	xxxii
Lampiran E Transkrip Wawancara Target Audiens 1	xxxix
Lampiran F Transkrip Wawancara Target Audiens 2	xlv
Lampiran G Transkrip Wawancara Target Audiens 3.....	liv
Lampiran H Transkrip Wawancara <i>Brand Mandatory</i>	lxii

