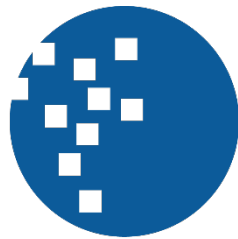


**PERANCANGAN KAMPANYE MEMBANGUN KONEKSI
BERMAKNA UNTUK MENGATASI RASA KESEPIAN
USIA 15–24 TAHUN**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN TUGAS AKHIR

Monika Rosary Winata

00000034063

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

PERANCANGAN KAMPANYE MEMBANGUN KONEKSI

BERMAKNA UNTUK MENGATASI RASA KESEPIAN

USIA 15–24 TAHUN



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain (S.Ds.)

Monika Rosary Winata

00000034063

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2023

i

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Monika Rosary Winata

Nomor Induk Mahasiswa : 00000034063

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Tugas Akhir dengan judul:

PERANCANGAN KAMPANYE MEMBANGUN KONEKSI BERMAKNA UNTUK MENGATASI RASA KESEPIAN USIA 15–24 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.



(Monika Rosary Winata)

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

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

PERANCANGAN KAMPANYE MEMBANGUN KONEKSI BERMAKNA UNTUK MENGATASI RASA KESEPIAN USIA 15–24 TAHUN

Oleh

Nama : Monika Rosary Winata
NIM : 00000034063
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Jumat, 23 Juni 2023
Pukul 10.30 s.d 11.15 dan dinyatakan
LULUS

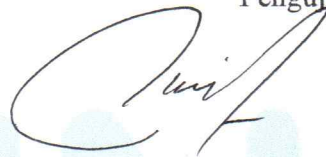
Dengan susunan pengujian sebagai berikut.

Ketua Sidang



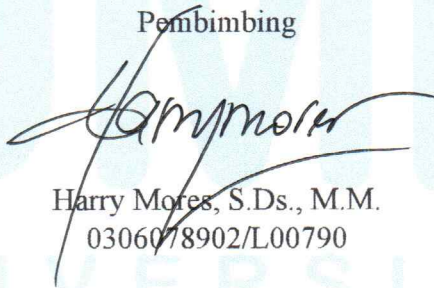
Adhreza Brahma, M.Ds.
0304088702/E042750

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

iii

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Monika Rosary Winata
NIM : 00000034063
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
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 MEMBANGUN KONEKSI BERMAKNA UNTUK MENGATASI RASA KESEPIAN USIA 15–24 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,



(Monika Rosary Winata)

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

Perancangan tugas akhir ini adalah buah karya dari perjalanan penulis di Universitas Multimedia Nusantara. Penulis mengucapkan syukur atas kesempatan untuk menumbuhkan pemahaman serta membangun koneksi dengan diri dan sekitar. Perancangan ini dapat terselesaikan dimungkinkan oleh dukungan dan kontribusi pihak yang terlibat.

Oleh karena itu, 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. Harry Mores, S.Ds., M.M., sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Fitriani Mutiara, sebagai staf sumber daya manusia di Yayasan Pulih yang telah membantu proses berlangsungnya wawancara dengan lembaga dan mitra terkait.
6. Siti Ansya Khalidah Zahrah Siregar, sebagai narasumber yang telah membagikan informasi terkait Yayasan Pulih.
7. Yanuar Lurisa Aldio, S.Psi. dan Koleta Acintya Saraswati, M.Psi., Psikolog, sebagai narasumber yang telah membagikan wawasan terkait kesepian melalui sudut pandang psikologis.
8. Responden kuesioner yang telah berpartisipasi dalam membagikan pengalaman terkait kesepian untuk kebutuhan pengumpulan data.
9. Keluarga penulis yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

10. Teman-teman penulis yang telah memberikan perhatian dan dukungan selama pelaksanaan tugas akhir.

Semoga karya ilmiah ini dapat memberikan inspirasi serta menambah wawasan bagi pembaca.

Tangerang, 7 Juli 2023.



(Monika Rosary Winata)



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERANCANGAN KAMPANYE MEMBANGUN KONEKSI BERMAKNA UNTUK MENGATASI RASA KESEPIAN USIA

15–24 TAHUN

(Monika Rosary Winata)

ABSTRAK

Deprivasi sosial atau kesepian merupakan perasaan universal dan menjadi bagian dari pengalaman hidup. Perasaan kesepian menjadi sesuatu yang mengkhawatirkan ketika perasaan tersebut berkepanjangan dan mengganggu individu pada taraf tertentu, hingga menyebabkan sejumlah permasalahan kesehatan. Usia pada kategori remaja dan dewasa muda menjadi salah satu kelompok yang rentan untuk mengalami kesepian. Hal ini didasari oleh perubahan fase hidup yang terjadi dan perubahan dinamika sosial. Sayangnya, kesepian menjadi permasalahan yang kerap bertumbuh, dan dapat menyebabkan epidemik kesepian jika tidak kunjung ditangani. Kampanye menjadi salah satu upaya untuk meningkatkan kesadaran terkait kesepian yang terjadi di Indonesia. Penulis merancang kampanye bagi usia 15–24 tahun, dengan tujuan untuk mengajak serta memberikan ruang untuk individu dapat membangun koneksi dan meningkatkan rasa kebersamaan satu sama lain. Pengumpulan data yang digunakan menggunakan metode kuantitatif dan kualitatif, yaitu wawancara ahli, wawancara lembaga, penyebaran kuesioner, wawancara mendalam, studi eksisting, dan studi referensi. Penulis merancang kampanye membangun koneksi yang bermakna sebagai solusi bagi usia 15–24 tahun untuk mengatasi rasa kesepian.

Kata kunci: Kesepian, koneksi sosial, kampanye

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

**CAMPAIGN DESIGN TO BUILD MEANINGFUL
CONNECTION IN DEALING WITH FEELINGS OF
LONELINESS FOR AGE 15–24 YEARS**

(Monika Rosary Winata)

ABSTRACT (English)

Social deprivation or so-called loneliness is a universal feeling, and part of human experience. The feeling of loneliness become a concern, when the feeling is prolonged and disturbs the individual to a certain degree, as far as causing a number of health problems. Adolescents and young adults are one of the vulnerable groups to experience loneliness. The trigger can be changes in life that occur, and changes in social dynamics. Unfortunately, loneliness is a growing problem, and if it's left untreated in the bigger picture, it can lead to a loneliness epidemic. The campaign is one of the efforts to raise awareness regarding loneliness that is happening around in Indonesia. The author created a campaign for 15–24 year olds, with the aim of inviting and providing space for individuals to build connections and increase a sense of togetherness with each other as a human being. Data collection used quantitative and qualitative methods, namely expert interviews, institutional interviews, distribution of questionnaires, in-depth interviews, existing studies, and reference studies. The author designed the campaign to build a meaningful connection as a solution for 15–24 year olds to overcome their feelings of loneliness.

Keywords: Loneliness, social connection, 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

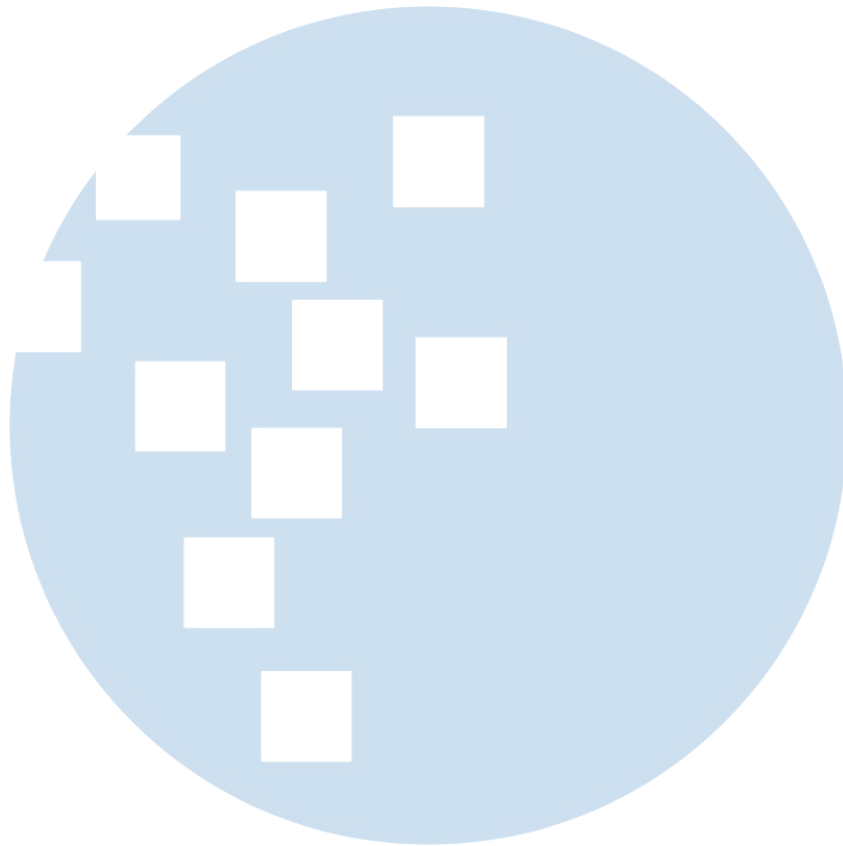
DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT (English)</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Batasan Masalah	3
1.3.1 Geografis	3
1.3.2 Demografis	3
1.3.3 Psikografis.....	3
1.3.4 <i>Behavioral</i>	4
1.4 Tujuan Tugas Akhir	4
1.5 Manfaat Tugas Akhir	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Desain Grafis	6
2.1.1 Elemen Desain	6
2.1.1.3 Warna (<i>Color</i>).....	8
2.1.1.4 Tekstur (<i>Texture</i>).....	8
2.1.2 Prinsip Desain	9
2.1.2.1 Format	9
2.1.2.2 Keseimbangan (<i>Balance</i>)	9
2.1.2.3 Hierarki Visual (<i>Visual Hierarchy</i>).....	10
2.1.2.4 Irama (<i>Rhythm</i>)	11

2.1.2.5 Kesatuan (<i>Unity</i>)	12
2.1.2.6 Aturan Perseptual (<i>Laws of Perceptual Organization</i>) ..	12
2.1.3 Komposisi	13
2.1.3.1 <i>Framing</i>	14
2.1.3.2 Simetris dan Asimetris	15
2.1.4 <i>Grid</i>	17
2.1.4.1 Anatomi <i>Grid</i>	17
2.1.4.2 Jenis <i>Grid</i>	18
2.1.5 Warna	20
2.1.5.1 Teori Dasar Warna	21
2.1.5.2 <i>Color Properties</i>	23
2.1.5.3 Makna dan Psikologi Warna	23
2.1.6 Tipografi	32
2.1.7 Logo	34
2.1.8 Ilustrasi	37
2.1.8.1 Metafora Visual	37
2.1.8.2 Peranan Ilustrasi	40
2.2 Marketing	44
2.2.1 <i>Segmentation, Targeting, Positioning (STP)</i>	44
2.2.1.1 <i>Segmentation</i>	44
2.2.1.2 <i>Targeting</i>	45
2.2.1.3 <i>Positioning</i>	46
2.2.2 <i>SWOT Analysis</i>	46
2.2.3 <i>Marketing Communication Mix</i>	47
2.3 Kampanye	49
2.3.1 Jenis Kampanye	49
2.3.2 Teknik Kampanye	50
2.3.3 Perencanaan Kampanye	51
2.3.4 <i>Copywriting</i>	52
2.3.5 Media Kampanye	53
2.3.5.1 Media Cetak	53
2.3.5.2 Radio dan Televisi	54

2.3.5.3	<i>Direct Marketing</i>	54
2.3.5.4	<i>Out-of-Home</i>	54
2.3.5.5	<i>Mobile</i>	55
2.3.5.6	<i>Social Media dan Social Networking</i>	55
2.4	Kesepian	55
2.4.1	Masalah Kesepian	56
2.4.2	Bentuk Kesepian	57
2.4.3	<i>Solitude and Loneliness</i> (Kesendirian dan Kesepian)....	58
2.4.4	Mengatasi Rasa Kesepian	58
2.5	Sosial	59
2.5.1	<i>Introvert, Ambivert, dan Extrovert</i>	59
2.6	Yayasan Pulih (Lembaga)	60
2.6.1	Layanan Konseling Psikologis	61
BAB III METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN		62
3.1	Metodologi Penelitian	62
3.1.1	Metode Kualitatif	62
3.1.2	Metode Kuantitatif	72
3.1.3	Studi Eksisting	76
3.1.4	Studi Referensi	82
3.2	Metodologi Perancangan	84
BAB IV STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN		86
4.1	Strategi Perancangan	86
4.1.1	<i>Orientation</i>	86
4.1.1.1	Target Audiens	87
4.1.1.2	Kompetitor	90
4.1.1.3	Analisis SWOT	92
4.1.2	<i>Analysis</i>	93
4.1.2.1	<i>Insight</i> NGO dan Audiens	94
4.1.2.2	<i>Creative Brief</i>	95
4.1.2.3	Strategi dan Taktik Pesan	100
4.1.2.4	<i>Strategic Media Planning</i>	101
4.1.3	<i>Conception</i>	103

4.1.3.1	<i>Mind Map</i>	103
4.1.3.2	<i>Big Idea</i>	104
4.1.3.3	<i>Moodboard</i>	105
4.1.3.4	Aset Dasar Visual	106
4.1.4	<i>Design</i>	107
4.1.4.1	Identitas Kampanye	107
4.1.4.2	<i>Key Visual</i>	109
4.1.4.3	Media Utama	113
4.1.4.4	Media Sekunder	115
4.1.5	<i>Implementation</i>	134
4.2	Analisis Perancangan	134
4.2.1	Analisis Media Tahapan <i>Attention - Interest</i>	134
4.2.1.1	Analisis Desain Poster	135
4.2.1.2	Analisis Desain <i>Billboard</i>	136
4.2.1.3	Analisis Desain <i>Commuter Line Ads</i>	137
4.2.1.4	Analisis Desain Kartu Flazz	139
4.2.2	Analisis Media Tahapan <i>Search</i>	140
4.2.2.1	Analisis Desain Instagram	140
4.2.2.2	Analisis Desain <i>Microsite</i>	141
4.2.3	Analisis Media Tahapan <i>Action</i>	142
4.2.3.1	Analisis Desain <i>Booth</i> dan <i>Banner</i>	142
4.2.3.2	Analisis Desain <i>Name Badge</i>	143
4.2.3.3	Analisis Desain <i>Installation</i>	144
4.2.3.4	Analisis Desain <i>Photobooth Strip</i>	145
4.2.4	Analisis Media Tahapan <i>Share</i>	145
4.2.4.1	Analisis Desain <i>T-Shirt</i>	145
4.2.4.2	Analisis Desain <i>Sticker Pack</i>	146
4.3	Budgeting	147
BAB V	PENUTUP	148
5.1	Simpulan	148
5.2	Saran	149
DAFTAR PUSTAKA		xiii



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Analisis SWOT Be More Us Campaign.....	79
Tabel 3.2 Analisis SWOT The Loneliness Project.....	81
Tabel 4.1 Tabel Identifikasi Target Sasaran Kampanye.....	87
Tabel 4.2 Tabel Perbandingan Kompetitor.....	90
Tabel 4.3 Analisis SWOT Yayasan Pulih.....	92
Tabel 4.4 Insight NGO dan Audiens	94
Tabel 4.5 Tabel Creative Brief	96
Tabel 4.6 Tabel Strategi dan Taktik Pesan	100
Tabel 4.7 Tabel Campaign Media Strategic Planning (AISAS).....	102
Tabel 4.8 Tabel Media Timeline.....	102
Tabel 4.9 Tabel Budgeting.....	147

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Garis.....	7
Gambar 2.2 Bentuk.....	8
Gambar 2.3 Tekstur.....	9
Gambar 2.4 Keseimbangan.....	10
Gambar 2.5 Hierarki Visual.....	11
Gambar 2.6 Irama.....	11
Gambar 2.7 Kesatuan.....	12
Gambar 2.8 Aturan Perseptual.....	13
Gambar 2.9 Framing.....	15
Gambar 2.10 Simetris.....	16
Gambar 2.11 Asimetris.....	16
Gambar 2.12 Anatomi Grid.....	18
Gambar 2.13 Single-column Grid.....	19
Gambar 2.14 multicolumn grids.....	19
Gambar 2.15 Modular Grids.....	20
Gambar 2.16 RGB dan CMYK.....	21
Gambar 2.17 Teori Dasar Warna.....	22
Gambar 2.18 Merah.....	24
Gambar 2.19 Jingga.....	25
Gambar 2.20 Kuning.....	25
Gambar 2.21 Hijau.....	26
Gambar 2.22 Biru.....	27
Gambar 2.23 Ungu.....	28
Gambar 2.24 Merah Muda.....	28
Gambar 2.25 Coklat.....	29
Gambar 2.26 Putih.....	30
Gambar 2.27 Abu-abu.....	31
Gambar 2.28 Hitam.....	32
Gambar 2.29 Klasifikasi Type.....	34
Gambar 2.30 Contoh Wordmarks.....	35
Gambar 2.31 Contoh Letterforms Marks.....	35
Gambar 2.32 Contoh Pictorial Marks.....	36
Gambar 2.33 Contoh Abstract Marks.....	36
Gambar 2.34 Emblems.....	37
Gambar 2.35 Gambar Konseptual dan Suralisme.....	38
Gambar 2.36 Diagram.....	39
Gambar 2.37 Abstraksi.....	40
Gambar 2.38 Ilustrasi Informasi.....	41
Gambar 2.39 Ilustrasi Editorial.....	41
Gambar 2.40 Ilustrasi Storytelling.....	42

Gambar 2.41 Ilustrasi Persuasi	43
Gambar 2.42 Ilustrasi Identitas	44
Gambar 2.43 Logo Yayasan Pulih.....	61
Gambar 3.1 Wawancara bersama Konselor Yanuar Lurisa Aldio.....	63
Gambar 3.2 Wawancara bersama Psikolog Koleta Acintya Saraswati	65
Gambar 3.3 Wawancara bersama Ansya Siregar.....	66
Gambar 3.4 Wawancara <i>In-depth</i> bersama Fay.....	68
Gambar 3.5 Wawancara <i>In-depth</i> bersama Vio.....	70
Gambar 3.6 Wawancara <i>In-depth</i> bersama TA	71
Gambar 3.7 Kuesioner <i>Pie Chart</i> Usia	74
Gambar 3.8 Kuesioner <i>Pie Chart</i> Kesepian.....	74
Gambar 3.9 Kuesioner <i>Pie Chart</i> Membicarakan Kesepian.....	75
Gambar 3.10 Kuesioner <i>Stacked Row Chart</i> Hal yang dilakukan ketika kesepian	76
Gambar 3.11 Website Campaign to End Loneliness	77
Gambar 3.12 Instagram Campaign to End Loneliness	78
Gambar 3.13 Be More Us Campaign (2018).....	79
Gambar 3.14 The Loneliness Project.....	81
Gambar 3.15 Komik <i>Sidelong Glance</i>	83
Gambar 3.16 Video Edukasi <i>Why You Are Lonely and How to Make Friends</i>	84
Gambar 4.1 Profil Target Sasaran Kampanye	89
Gambar 4.2 Persona Target Sasaran Kampanye.....	90
Gambar 4.3 <i>Mind Map</i>	104
Gambar 4.4 Alternatif <i>Big Idea</i>	105
Gambar 4.5 <i>Moodboard</i>	105
Gambar 4.6 <i>Typography</i>	106
Gambar 4.7 <i>Color Palette</i>	107
Gambar 4.8 Sketsa Logo Kampanye	108
Gambar 4.9 <i>Draft</i> Logo Kampanye.....	108
Gambar 4.10 Logo Kampanye.....	109
Gambar 4.11 Aset <i>Key Visual</i> Kampanye	110
Gambar 4.12 <i>Grid Manuscript Key Visual</i>	112
Gambar 4.13 Sketsa <i>Key Visual</i>	112
Gambar 4.14 Desain <i>Key Visual</i>	113
Gambar 4.15 Desain <i>Booth</i> Acara	114
Gambar 4.16 Desain <i>Banner</i> Acara	114
Gambar 4.17 Desain Poster 1	116
Gambar 4.18 Desain Poster 2	116
Gambar 4.19 Desain Poster 3	117
Gambar 4.20 Desain <i>Billboard</i>	117
Gambar 4.21 <i>Desain Hand Grip</i>	118
Gambar 4.22 <i>Desain Wall Branding</i>	119

Gambar 4.23	<i>Desain Hanging Alley</i>	119
Gambar 4.24	<i>Desain Instagram Ads</i>	120
Gambar 4.25	<i>Desain Kartu Flazz</i>	121
Gambar 4.26	<i>Desain Spotify Ads</i>	121
Gambar 4.27	<i>Instagram Content Plan</i>	122
Gambar 4.28	<i>Instagram Feeds Row 1</i>	122
Gambar 4.29	<i>Instagram Feeds Row 2</i>	123
Gambar 4.30	<i>Instagram Feeds Row 3</i>	123
Gambar 4.31	<i>Caption Instagram Feeds</i>	124
Gambar 4.32	<i>Profil Instagram Jalin Sahabat</i>	125
Gambar 4.33	<i>Story Instagram Jalin Sahabat</i>	126
Gambar 4.34	<i>Flowchart Microsite</i>	127
Gambar 4.35	<i>Grid Microsite</i>	128
Gambar 4.36	<i>Microsite Jalin Sahabat</i>	129
Gambar 4.37	<i>Interaction Microsite</i>	130
Gambar 4.38	<i>Name Badge</i>	131
Gambar 4.39	<i>Installation</i>	131
Gambar 4.40	<i>Photobooth Strip</i>	132
Gambar 4.41	<i>Desain T-shirt</i>	133
Gambar 4.42	<i>Desain Sticker</i>	134
Gambar 4.43	<i>Mock-up Poster</i>	136
Gambar 4.44	<i>Mock-up Billboard</i>	137
Gambar 4.45	<i>Mock-up Commuter Line Ads</i>	139
Gambar 4.46	<i>Mock-up Kartu Flazz</i>	140
Gambar 4.47	<i>Mock-up Instagram Jalin Sahabat</i>	141
Gambar 4.48	<i>Mock-up Microsite Jalin Sahabat</i>	142
Gambar 4.49	<i>Mock-up Booth dan Banner</i>	143
Gambar 4.50	<i>Mock-up Name Badge</i>	144
Gambar 4.51	<i>Mock-up Installation</i>	144
Gambar 4.52	<i>Mock-up Photobooth Strip</i>	145
Gambar 4.53	<i>Mock-up T-Shirt</i>	146
Gambar 4.54	<i>Mock-up Sticker Pack</i>	147

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 LAMPIRAN

Lampiran A Lembar Bimbingan.....	xvi
Lampiran B Hasil Kuesioner	xviii
Lampiran C Pengecekan Hasil Turnitin.....	xxv
Lampiran D Transkrip Wawancara bersama Konselor.....	xxviii
Lampiran E Transkrip Wawancara bersama Psikolog Klinis.....	xxxvi
Lampiran F Transkrip Wawancara bersama Staf Yayasan Pulih	xlvii
Lampiran G Transkrip Wawancara bersama Fay (nama disamarkan)	lx
Lampiran H Transkrip Wawancara bersama Vio (nama disamarkan)	lxx
Lampiran I Transkrip Wawancara bersama TA (nama disamarkan).....	lxxviii

