

**PERANCANGAN KAMPANYE UNTUK
MENDUKUNG PEMAKAIAN BRACE SECARA
RUTIN PADA PENDERITA SKOLIOSIS**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN TUGAS AKHIR

Josephine Liliani

0000034735

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

**PERANCANGAN KAMPANYE UNTUK
MENDUKUNG PEMAKAIAN BRACE SECARA
RUTIN PADA PENDERITA SKOLIOSIS**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain (S.Ds.)

Josephine Liliani

0000034735

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2023

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Josephine Liliani

Nomor Induk Mahasiswa : 00000034735

Program Studi : Fakultas Seni dan Desain

Tugas akhir dengan judul:

PERANCANGAN KAMPANYE UNTUK MENDUKUNG PEMAKAIAN BRACE SECARA RUTIN PADA PENDERITA SKOLIOSIS

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, 7 Juni 2023

UMMA



Josephine Liliani

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas akhir dengan judul

PERANCANGAN KAMPANYE UNTUK Mendukung PEMAKAIAN BRACE SECARA RUTIN PADA PENDERITA SKOLIOSIS

Oleh


Nama : Josephine Liliani
NIM : 00000034735
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Jumat, 23 Juni 2023
Pukul 09.00 s.d 09.45 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

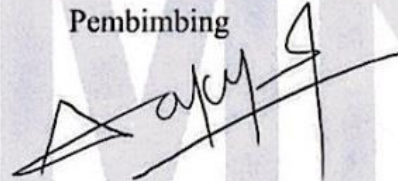
 Ketua Sidang

Frindhinia Medyasepti, S.Sn., M.Sc.
0319098202/ E068502

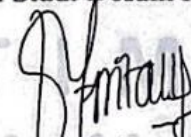
Penguji


Lia Herna, S.Sn., M.M.
0315048108/ E081472

Pembimbing


Ardiles Akyuwen, M.Sn.
0323067804/ E067811

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 : Josephine Liliani
NIM : 00000034735
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 UNTUK MENDUKUNG PEMAKAIAN BRACE SECARA RUTIN PADA PENDETERITIA SKOLIOSIS

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,



Josephine Liliani

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

Puji syukur kepada Tuhan yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan berkat kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir yang berjudul “Perancangan Kampanye untuk Mendukung Pemakaian *Brace* yang Rutin pada Penderita Skoliosis”. Penulis mengambil topik ini karena penulis sendiri menggunakan *brace* skoliosis dan mengalami kendala untuk menggunakan *brace* secara rutin. Setelah diteliti lagi, penulis menemukan bahwa tidak hanya penulis saja yang mengalami kendala yang sama. Oleh karena itu, demi kesehatan dan penyembuhan tulang belakang penulis dan pasien skoliosis lainnya, penulis merancang sebuah kampanye yang akan memastikan dan mendukung pemakaian *brace* yang rutin. Saya ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Muhammad Cahya Mulya Daulay, selaku Dekan Fakultas Seni dan Desain Universitas Multimedia Nusantara.
3. Fonita Theresia Yoliando, selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ardiles Akyuwen, M.Sn., sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Segenap dosen Fakultas Seni dan Desain yang telah memberikan ilmu selama proses pembelajaran di Universitas Multimedia Nusantara.
6. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Teman saya yang telah memberikan bantuan dan dukungan, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
8. ScoliosisCare sebagai instansi yang berperan sebagai landasan perancangan.
9. Shintia Lim, sebagai pedoman penulis untuk merancang *UI/UX*.

10. Dr. Jeb McAviney, selaku CEO dari ScoliCare dan penemu dari ScoliBrace dan juga sebagai narasumber penulis mengenai skoliosis dan perawatan skoliosis menggunakan *brace*.
11. Nurul Fitriah, selaku manager ScoliosisCare yang sudah banyak membantu saya.

Semoga Tugas Akhir ini dapat berguna tidak hanya untuk penulis melainkan untuk pasien skoliosis lainnya yang kesulitan memakai *brace* mereka. Dengan kampanye ini penulis harap penyembuhan skoliosis *brace* yang dijalankan berjalan dengan lancar.

Tangerang, 12 Juni 2023



Josephine Liliani

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERANCANGAN KAMPANYE UNTUK MENDUKUNG PEMAKAIAN BRACE SECARA RUTIN PADA PENDERITA SKOLIOSIS

Josephine Liliani

ABSTRAK

Skoliosis adalah sebuah penyakit pada tulang yang menyebabkan tulang punggung berubah bentuk menjadi huruf s atau c. Pasien yang memiliki skoliosis akan merasakan pegal-pegal, bentuk badan abnormal, kapasitas paru-paru berkurang, bahkan sakit jantung. Pengobatan skoliosis dapat dilakukan diantaranya menggunakan *brace* atau korset yang dicetak sesuai dengan bentuk tulang dan tubuh pasien. Pengobatan menggunakan *brace* adalah dengan memakai *brace* 23 jam setiap hari yang menyebabkan pasien kesulitan untuk memakai *brace*. Komitmen yang besar diperlukan untuk pengobatan ini. ScoliosisCare sudah memberikan bantuan dengan memberikan jadwal dan rutinitas senam yang bisa dilakukan pasien dengan mandiri. Namun, berdasarkan data kuantitatif dan kualitatif yang penulis temukan, pasien skoliosis merasa kesulitan untuk memakai *brace* secara rutin dan dorongan dari luar diri mereka dapat membantu pemakaian rutin *brace*. Ucap Dr. Jeb selaku CEO *ScoliCare*, proses beradaptasi *brace* yang terganggu akan menyebabkan terus-terusnya rasa sakit pemakaian *brace*. Untuk mengubah perilaku mereka, penulis akan merancang sebuah kampanye berbasis aplikasi. Dari perancangan, penulis bertujuan untuk membuat kampanye sosial berbasis aplikasi yang dapat membantu pasien beradaptasi memakai *brace* agar pasien skoliosis lebih mudah menggunakan *brace* dan merasa lebih nyaman dengan pemakaian *brace*.

Kata kunci: Kampanye, Aplikasi, *Brace* Skoliosis, Rutin, Adaptasi

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 SUPPORT ROUTINE BRACE USE IN SCOLIOSIS PATIENTS

Josephine Lilian

ABSTRACT (English)

Scoliosis is a disease of the bones that causes the spine to change and bent. Patients who have scoliosis will feel aches, have an abnormal body shape, reduced lung capacity, and even heart disease. Scoliosis treatment can be carried out, including using a brace or corset that is printed according to the shape of the patient's bones and body. Treatment using a brace is to wear a brace 23 hours every day which makes it difficult for patients to wear a brace. Great commitment is required for this treatment. ScoliosisCare have already provided the schedule and exercise routine so the patient can independently do it at home. But, based on the quantitative and qualitative data that the authors found, scoliosis patients find it difficult to wear braces regularly and encouragement from outside themselves can help them use braces regularly. said Dr. Jeb, as the CEO of ScoliCare, disrupted the brace adaptation process which will result in continued pain from using the brace. To change their behavior, the author will design an application-based campaign. From the design, the authors aim to create an application-based social campaign that can help patients adapt to wearing a brace so that it is easier for scoliosis patients to use a brace and feel more comfortable with wearing a brace.

Keywords: Campaigns, Applications, Scoliosis Brace, Routines, Adapt

U M 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

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	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Batasan Masalah	4
1.4 Tujuan Tugas Akhir	6
1.5 Manfaat Tugas Akhir	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Desain Grafis	7
2.1.1 Elemen Desain	7
2.1.1.1 Garis	7
2.1.1.2 Bentuk	8
2.1.1.3 Warna	8
2.1.2 Prinsip desain	12
2.1.2.1 Format	13
2.1.2.2 Keseimbangan	13
2.1.2.3 Hirarki Visual	14
2.1.2.4 Ritme	14
2.1.2.5 Kesatuan	14
2.1.2.6 Skala	15
2.1.3 Semiotika	15

2.1.3.1	<i>Sign</i>	15
2.1.3.2	<i>Icon</i>	15
2.1.3.3	<i>Index</i>	16
2.1.3.4	<i>Symbol</i>	16
2.1.4	Jenis Desain	16
2.1.4.1	<i>Branding and Identity Design</i>	16
2.1.4.2	<i>Corporate Communication Design</i>	16
2.1.4.3	<i>Editorial Design</i>	16
2.1.4.4	<i>Environmental Design</i>	17
2.1.4.5	<i>Illustration</i>	17
2.1.4.6	<i>Information Design</i>	17
2.1.4.7	<i>Interactive or Experience Design</i>	17
2.1.4.8	<i>Motion Graphic</i>	17
2.1.4.9	<i>Package Design</i>	17
2.1.4.10	<i>Promotional Design and Advertising</i>	18
2.1.4.11	<i>Typographic Design</i>	18
2.2	Tipografi	18
2.2.1	Elemen type	18
2.2.2	Klasifikasi Type	19
2.2.2.1	<i>Old style atau Humanist</i>	19
2.2.2.2	<i>Modern</i>	19
2.2.2.3	<i>Slab Serif</i>	19
2.2.2.4	<i>San Serif</i>	19
2.2.2.5	<i>Blackletter</i>	20
2.2.2.6	<i>Script</i>	20
2.2.2.7	<i>Display</i>	20
2.2.3	Type family	20
2.2.4	Alignment	20
2.2.4.1	<i>Left-aligned</i>	20
2.2.4.2	<i>Right-aligned</i>	21
2.2.4.3	<i>Justified</i>	21
2.2.4.4	<i>Centered Lines</i>	21

2.2.4.5	<i>Runaround</i>	21
2.2.4.6	<i>Asymmetrical</i>	21
2.3	Grid	21
2.3.1	Komponen Grid	22
2.3.1.1	<i>Column</i>	22
2.3.1.2	<i>Spatial Zone</i>	22
2.3.1.3	<i>Flowlines</i>	22
2.3.1.4	<i>Modules</i>	22
2.3.1.5	<i>Margin</i>	23
2.3.1.6	<i>Marker</i>	23
2.3.2	Jenis Struktur Grid	23
2.3.2.1	<i>Single-Column Grid</i>	23
2.3.2.2	<i>Two-Column Grid</i>	24
2.3.2.3	<i>Multicolumn Grids</i>	24
2.3.2.4	<i>Modular Grids</i>	24
2.3.2.5	<i>Hierarchical Grids</i>	24
2.4	Proporsi	24
2.4.1	Fibonacci	25
2.4.2	<i>Rule of Thirds</i>	25
2.4.3	<i>Modularity</i>	25
2.5	Logo	25
2.5.1	Jenis Logo	25
2.5.1.1	<i>Logotype atau Wordmark</i>	26
2.5.1.2	<i>Lettermark</i>	26
2.5.1.3	Simbol	26
2.5.1.4	<i>Character Icon</i>	26
2.5.1.5	Emblem	26
2.6	Ilustrasi	27
2.6.1	Jenis Gambar	27
2.6.1.1	Ilustrasi literal	27
2.6.1.2	Ilustrasi Konseptual	28
2.6.2	Peran Ilustrasi	28

2.6.2.1	Sebagai Dokumentasi, Referensi, dan Instruksi	28
2.6.2.2	Sebagai <i>Commentary</i>	29
2.6.2.3	Sebagai <i>Storytelling</i>	29
2.6.2.4	Sebagai Persuasi	29
2.6.2.5	Sebagai Identitas	29
2.7	Copywriting	29
2.7.1	Elemen Copywriting	30
2.7.1.1	<i>Headline</i>	30
2.7.1.2	<i>Body Copy</i>	30
2.7.1.3	<i>Overlines dan Underlines</i>	30
2.7.1.4	<i>Subheads</i>	30
2.7.1.5	<i>Call-Outs</i>	30
2.7.1.6	<i>Caption</i>	30
2.7.1.7	<i>Taglines</i>	30
2.7.1.8	<i>Slogans</i>	31
2.7.1.9	<i>Call to Action</i>	31
2.8	Kampanye	31
2.8.1	Tujuan Kampanye	31
2.8.1.1	<i>Awareness</i>	31
2.8.1.2	<i>Attitude</i>	31
2.8.1.3	<i>Action</i>	32
2.8.2	Jenis Kampanye	32
2.8.2.1	<i>Product-Oriented Campaigns</i>	32
2.8.2.2	<i>Candidate-Oriented Campaigns</i>	32
2.8.2.3	<i>Ideologically or Cause Oriented Campaigns</i>	32
2.8.3	Persuasi Kampanye	32
2.8.3.1	Strategi Pesan	33
2.8.3.2	Taktik Pesan	33
2.8.3.3	Teori Tahapan Perubahan	34
2.8.4	Media Planning AISAS	35
2.9	Media Interaktif Digital	36
2.9.1	Aplikasi Mobile	37

2.9.1.1	<i>User Interface</i>	37
2.9.1.2	<i>User Experience</i>	38
2.10	Reward	40
2.10.1	Fungsi Reward	40
2.10.2	Jenis Reward	41
2.11	<i>Comfort Theory</i>	41
2.12	<i>Skinner Box Theory</i>	42
2.13	Skoliosis	42
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN	44
3.1	Metodologi Penelitian	44
3.1.1	Metode Kualitatif	44
3.1.2	Metode Kuantitatif	50
3.1.3	Studi Eksisting	57
3.1.4	Studi Referensi	58
3.1	Metodologi Perancangan	61
3.1.1	Analisis Masalah	61
3.1.2	Penyusunan Tujuan	61
3.1.3	Identifikasi dan Segmentasi Sasaran	62
3.1.4	Menentukan Pesan	62
3.1.5	Strategi dan Taktik	62
3.1.6	Alokasi Waktu dan Sumber Daya	63
3.1.7	Evaluasi dan Tinjauan	63
BAB IV	STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN	64
4.1	Strategi Perancangan	64
4.1.1	Analisis Masalah	64
4.1.1.1	<i>Brand Mandatory: ScoliosisCare</i>	64
4.1.1.2	<i>Creative Brief</i>	68
4.1.2	Penyusunan Tujuan	70
4.1.3	Identifikasi dan Segmentasi Sasaran	70
4.1.3.1	<i>Emphaty Map</i>	71
4.1.3.2	<i>Define your Audience</i>	71
4.1.3.3	<i>Journey Map</i>	75

4.1.4	Menentukan Pesan	77
4.1.5	Strategi dan Taktik.....	77
4.1.5.1	Create framework.....	78
4.1.5.2	<i>Brainstorming</i>	81
4.1.5.3	Information Architecture.....	84
4.1.5.4	Flow Chart.....	86
4.1.5.5	Get Visual	89
4.1.6	Design.....	93
4.1.6.1	Identitas Kampanye	94
4.1.6.2	Media Utama	98
4.1.6.3	Instagram Post dan Ads	107
4.1.6.4	Banner A5.....	109
4.1.6.5	Poster A3.....	110
4.1.6.6	<i>Website</i>	111
4.1.6.7	<i>Merchandise</i>	113
4.1.6.8	<i>Website Pop Up Ad</i>	114
4.1.7	Alokasi Waktu dan Sumber Daya.....	114
4.1.8	Evaluasi dan Tinjauan	117
4.2	Analisis Perancangan	117
4.2.1	Analisis Logo Kampanye	117
4.2.2	Analisis Warna Kampanye	118
4.2.3	Analisis Desain Aplikasi.....	119
4.2.4	Analisis Desain Banner	120
4.2.5	Analisis Desain Aplikasi.....	120
4.2.6	Analisis Desain Feed Instagram dan Story	121
4.2.7	<i>Analisis merchandise</i>	123
4.3	Budgeting.....	123
BAB V	PENUTUP.....	124
5.1	Kesimpulan	124
5.2	Saran.....	126
DAFTAR PUSTAKA	xiii
LAMPIRAN	xiv

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 SWOT Brace Track.....	59
Tabel 3. 2 SWOT Habitica.....	59
Tabel 3. 3 SWOT Halodoc.....	61
Tabel 4. 1 Creative brief.....	68
Tabel 4. 2 <i>Strategic Planning: Tone & Manner</i>	80
Tabel 4. 3 Strategic Planning: Media Timeline	115
Tabel 4. 4 <i>Strategic Planning: Based on Customer Behaviour (AISAS)</i>	116
Tabel 4. 5 Tabel budgeting.....	123

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Aplikasi Bracetrack	7
Gambar 2. 2 Penggunaan Bentuk Dalam Aplikasi.....	8
Gambar 2. 3 Skema Warna	9
Gambar 2. 4 Warna dan makna.....	11
Gambar 2. 5 Simetri Dalam Aplikasi.....	13
Gambar 2. 6 Ikon, Index, Simbol	15
Gambar 2. 7 Klasifikasi Type	19
Gambar 2. 8 Komponen Grid	22
Gambar 2. 9 Jenis-JenisStruktur Grid	23
Gambar 2. 10 Jenis-Jenis Logo.....	25
Gambar 2. 11 Contol Ilustrasi Literal.....	27
Gambar 2. 12 Contoh Ilustrasi Konseptual.....	28
Gambar 2. 13 <i>UX Honeycomb</i>	39
Gambar 2. 14 Rotgen skoliosis	42
Gambar 2. 15 ScoliosisCare Support	65
Gambar 2. 16 ScoliosisCare Community.....	66
Gambar 3. 1Rumus Slovin	50
Gambar 3. 2 Diagram Jawaban Kuesioner 1	51
Gambar 3. 5 Diagram Jawaban Kuesioner 2.....	52
Gambar 3. 6 Diagram Jawaban Kuesioner 3.....	53
Gambar 3. 7 Diagram Jawaban Kuesioner 4.....	54
Gambar 3. 8 Diagram Jawaban Kuesioner 5.....	54
Gambar 3. 9 Diagram Jawaban Kuesioner 6.....	55
Gambar 3. 10 Diagram Jawaban Kuesioner 7.....	56
Gambar 3. 11 Diagram Jawaban Kuesioner 8.....	57
Gambar 3. 12 Aplikasi Brace Track.....	58
Gambar 3. 13 Apllikasi Habitica.....	60
Gambar 4. 1 Logo ScoliosisCare	64
Gambar 4. 2 Logo ScoliCare.....	64
Gambar 4. 3 Bentuk ScoliBrace	67
Gambar 4. 4 Empathy Map	71
Gambar 4. 5 Persona Mainstream	72
Gambar 4. 6 User Persona Exteme	73
Gambar 4. 7 Persona Sekunder	74
Gambar 4. 8 <i>Journey Map 1</i>	75
Gambar 4. 9 <i>Journey Map 2</i>	76
Gambar 4. 10 Assessment.....	77
Gambar 4. 11 Model AISAS	79

Gambar 4. 12 <i>Mindmap</i>	82
Gambar 4. 13 Big Idea	83
Gambar 4. 14 Tagline.....	83
Gambar 4. 15 Information Architecture.....	84
Gambar 4. 16 IA Homepage Quest	85
Gambar 4. 17 IA Training Page	85
Gambar 4. 18 IA Report Page	86
Gambar 4. 19 IA Profile Page	86
Gambar 4. 20 Flow Chart.....	86
Gambar 4. 21 FC Awal Aplikasi.....	87
Gambar 4. 22 FC Quest Page	87
Gambar 4. 23 FC Training Page	88
Gambar 4. 24 FC Report dan Profile Page.....	89
Gambar 4. 25 Nama Kampanye	90
Gambar 4. 26 Scoliosiscare post	90
Gambar 4. 27 Moodboard	91
Gambar 4. 28 Moodboard Desain Aplikasi	91
Gambar 4. 29 Tipografi.....	92
Gambar 4. 30 Color palette	92
Gambar 4. 31 Semiotika.....	93
Gambar 4. 32 Referensi Ilustrasi.....	93
Gambar 4. 33 Sketsa Logo	94
Gambar 4. 34 Alternatif Logo	95
Gambar 4. 35 Modular Grid Logo	95
Gambar 4. 36 Logo ScoliQuest.....	95
Gambar 4. 37 Variasi Penerapan Logo	96
Gambar 4. 38 Sketsa Key Visual	96
Gambar 4. 39 Alternatif Key Visual	97
Gambar 4. 40 Key visual.....	97
Gambar 4. 41 Supergrafis	98
Gambar 4. 42 Low fidelity app	99
Gambar 4. 43 Low fidelity app 2	99
Gambar 4. 44 Variasi gaya ilustrasi	100
Gambar 4. 45 Ilustrasi kampanye	101
Gambar 4. 46 Low Fidelity Button	101
Gambar 4. 47 Desain Awal Button	102
Gambar 4. 48 Desain Button.....	102
Gambar 4. 49 Desain aplikasi	103
Gambar 4. 50 Multicolumn grid	104
Gambar 4. 51 Grid aplikasi	104
Gambar 4. 52 Desain Awal Aplikasi.....	105
Gambar 4. 53 Prototype Figma.....	105
Gambar 4. 54 App display	106

Gambar 4. 55 Alternatif App Display	106
Gambar 4. 56 Sketsa instagram.....	107
Gambar 4. 57 Instagram feed	107
Gambar 4. 58 Desain instagram story	108
Gambar 4. 59 Alternatif desain instagram story	109
Gambar 4. 60 Desain banner A5	110
Gambar 4. 61 Alternatif banner A5.....	110
Gambar 4. 62 Desain poster A3	111
Gambar 4. 63 Alternatif desain poster A3	111
Gambar 4. 64 Homepage ScoliosisCare.....	112
Gambar 4. 65 Grid Website	112
Gambar 4. 66 Desain website.....	113
Gambar 4. 67 Desain Merchandise	113
Gambar 4. 68 Alternatif Desain Merchandise.....	114
Gambar 4. 69 Desain Pop Up Ad.....	114
Gambar 4. 70 Logo ScolioQuest.....	117
Gambar 4. 71 Warna Desain	118
Gambar 4. 72 Mock up Aplikasi	119
Gambar 4. 73 Mock up standee.....	120
Gambar 4. 74 Mock up poster A3.....	120
Gambar 4. 75 Mock up instagram.....	121
Gambar 4. 76 Mock up instagram story.....	122
Gambar 4. 77 Mockup Merchandise.....	123



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Pertanyaan dan Jawaban Kuesioner.....	xiv
Lampiran B Wawancara Dr. Jed	xxiv
Lampiran C Wawancara ka shintia lim.....	xxviii
Lampiran D Bimbingan Dosen	xxxI
Lampiran E Turnitin.....	xxxiv



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA