

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL MENGENAI**  
***DEPENDENT PERSONALITY DISORDER***



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**LAPORAN TUGAS AKHIR**

**Elivia Qodrunniswa**

**00000025468**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**  
**FAKULTAS SENI DAN DESAIN**  
**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**  
**TANGERANG**  
**2024**

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL MENGENAI**

***DEPENDENT PERSONALITY DISORDER***



**LAPORAN TUGAS AKHIR**

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

**Elivia Qodrunniswa**

**0000025468**

**UMN**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

**FAKULTAS SENI DAN DESAIN**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2024**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Elivia Qodrunniswa

Nomor Induk Mahasiswa : 00000025468

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Tugas Akhir dengan judul:

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL MENGENAI  
*DEPENDENT PERSONALITY DISORDER***

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, 20 Mei 2024

UMMN



(Elivia Qodrunniswa)

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir dengan judul  
**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL MENGENAI  
*DEPENDENT PERSONALITY DISORDER***

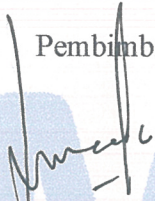
Oleh

Nama : Elivia Qodrunniswa  
NIM : 00000025468  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Fakultas : Seni dan Desain


Telah disetujui untuk diajukan pada  
Sidang Ujian Tugas Akhir Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 20 Mei 2024

Pembimbing

  
Leonardo Adi Dharma Widya, S.Sn., M.Ds.  
0305117401/L00146

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual

  
Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A.  
0311099302/043487

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL MENGENAI**

***DEPENDENT PERSONALITY DISORDER***

Oleh

Nama : Elivia Qodrunniswa

NIM : 00000025468

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni dan Desain

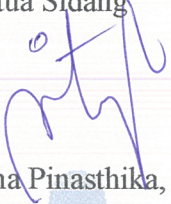
Telah diujikan pada hari Rabu, 29 Mei 2024

Pukul 13.00 s.d 13.45 dan dinyatakan

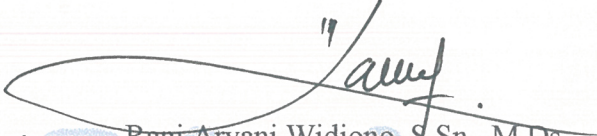
**LULUS**

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

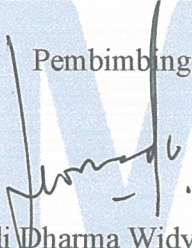
Ketua Sidang

  
Lalitya Talitha Pinasthika, M.Ds.  
0308078801/034812

Penguji

  
Rani Aryani Widjono, S.Sn., M.Ds.  
0310019201/023987

Pembimbing

  
Leonardo Adi Dharma Widya, S.Sn., M.Ds.  
0305117401/L00146

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual

  
Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A.  
0311099302/043487

## HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Elivia Qodrunniswa  
NIM : 00000025468  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Jenjang : D3/S1/S2  
Judul Karya Ilmiah : **PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL  
MENGENAI *DEPENDENT PERSONALITY  
DISORDER***

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia:

- Memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya di repositori Knowledge Center, sehingga dapat diakses oleh Civitas Akademika/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial dan saya juga tidak akan mencabut kembali izin yang telah saya berikan dengan alasan apapun.

Saya tidak bersedia, dikarenakan:

- Dalam proses pengajuan untuk diterbitkan ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*)\*\*.

Tangerang, 20 Mei 2024



(Elivia Qodrunniswa)

\*\* Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI selama 6 bulan kedepan, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk diunggah ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan penulis kemudahan dan pertolongan sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak dan individu yang telah memberikan penulis dukungan dan bantuan dalam penyusunan Tugas Akhir ini, yaitu:

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. Frindhinia Medyasepti, S.Sn., M.Sc., selaku koordinator Tugas Akhir Desain Komunikasi Visual Universitas Multimedia Nusantara
5. Leonardo Adi Dharma Widya, S.Sn., M.Ds., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya Tugas Akhir ini.
6. Lalitha Talitha Pinasthika, M.Ds., selaku dosen yang menjadi Ketua Sidang saat penulis melakukan Sidang Akhir.
7. Rani Aryani Widjono, S.Sn., M.Ds., selaku dosen yang menguji penulis pada saat penulis melakukan Sidang Akhir.
8. Seluruh dosen dan keluarga besar Universitas Multimedia Nusantara atas segala ilmu dan pengetahuan yang diberikan kepada penulis.
9. Dya Adis Putri Rahmadanti, M.Psi, Psikolog, selaku Psikolog Klinis di SMC Alam Sutera sebagai narasumber yang telah memberikan banyak wawasan tentang topik Tugas Akhir penulis.
10. Lidya Heryanto, Sp.KJ, selaku Psikiater di Eka Hospital BSD sebagai narasumber yang telah memberikan banyak wawasan tentang topik Tugas Akhir penulis.

11. Nadira dan Mega, selaku narasumber yang telah memberikan banyak informasi tentang topik Tugas Akhir penulis.

12. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral.

Demikian Tugas Akhir yang penulis buat, semoga dapat bermanfaat bagi penulis dan para pembaca, khususnya para mahasiswa/i Universitas Multimedia Nusantara. Dengan ini penulis memohon maaf apabila masih terdapat kekurangan dan kesalahan pada Tugas Akhir ini.

Tangerang, 12 Juni 2024



Elivia Qodrunniswa

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



# PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL MENGENAI

## *DEPENDENT PERSONALITY DISORDER*

Elivia Qodrunniswa

### ABSTRAK

Gangguan Kepribadian Dependen (DPD) adalah gangguan kepribadian yang menyebabkan seseorang bergantung berlebihan pada orang lain karena sering merasa dirinya tidak dapat berfungsi dengan baik tanpa bantuan orang lain. Sebanyak 48,6% memiliki tingkat ketergantungan pada orang lain yang tinggi, sebanyak 38,4% memiliki tingkat sedang, dan hanya sebanyak 13% yang memiliki tingkat rendah ketergantungan pada orang lain. Namun, DPD masih kurang diketahui oleh masyarakat. Sebanyak 67.9% tidak mengetahui DPD, dan sebanyak 87.2% tidak pernah menemukan sosialisasi tentang DPD. Padahal, DPD merupakan suatu gangguan kepribadian yang sangat krusial, maka perlu adanya perancangan kampanye sosial yang mengedukasi dan mempersuasi masyarakat untuk meningkatkan kesadaran akan adanya DPD, sehingga yang kecenderungan memiliki DPD dapat menyadari dan tidak mengabaikannya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif: wawancara, dan kuantitatif: kuesioner. Pada metode perancangan, metode yang digunakan adalah *Inspiration*, *Ideation*, dan *Implementation*. Hasil dari perancangan terdiri dari; media *Identification* berupa media sosial Instagram, media *Out of Home* berupa KRL *Commuterline Wall Branding* dan *Go-Screen*, media *Digital Advertising* berupa *Spotify Homepage Ad* dan *Instagram Ad*, media cetak berupa Poster, serta media *Gimmick* berupa *freebies*.

**Kata kunci:** dependen, ketergantungan, kemandirian

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

# **DESIGNING A SOCIAL CAMPAIGN ABOUT DEPENDENT PERSONALITY DISORDER**

Elivia Qodrunniswa

## **ABSTRACT (English)**

*Dependent Personality Disorder (DPD) is a personality disorder that causes a person to rely excessively on others because they often feel they are not able to function properly without the help of others. As many as 48.6% have a high level of dependence on others, as many as 38.4% have a moderate level, and only 13% have a low level of dependence on others. However, DPD is still poorly known by the public. As many as 67.9% do not know about DPD, and as many as 87.2% have never found socialization about DPD. Whereas, DPD is a very crucial personality disorder, it is necessary to design a social campaign that educates and persuades the public to increase the awareness of DPD, so that those who tend to have it can realize and not ignore it. This research uses qualitative methods: interviews, and quantitative: questionnaires. In the design method, the methods used are Inspiration, Ideation, and Implementation. The results of the design consist of; Identification media in the form of social media (Instagram), Out of Home media (KRL Commuterline Wall Branding and Go-Screen), Digital Advertising media (Spotify Homepage Ad and Instagram Ad), printed media (posters), and Gimmick (freebies).*

**Keywords:** *dependent, dependency, independency*



## DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA .....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK .....	viii
<i>ABSTRACT (English)</i> .....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Batasan Masalah.....	3
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
2.1.1.1 Garis.....	6
2.1.1.2 Bentuk.....	6
2.1.1.3 Warna.....	7
2.1.1.4 Teksur.....	8
2.1.1.5 <i>Pattern</i> .....	8
2.1.2 Prinsip Desain .....	9
2.1.2.1 <i>Hierarchy</i> .....	9
2.1.2.2 <i>Emphasis</i> .....	9
2.1.2.3 <i>Alignment</i> .....	10
2.1.2.4 <i>Balance</i> .....	11
2.1.2.5 <i>Unity</i> .....	11

2.1.2.6	<i>Space</i> .....	11
2.1.3	<b>Elemen Visual</b> .....	12
2.1.3.1	<b>Foto</b> .....	12
2.1.3.2	<b>Ilustrasi</b> .....	13
2.1.3.3	<i>Visual Graphic</i> .....	14
2.1.4	<b>Ilustrasi</b> .....	14
2.1.5	<b>Tipografi</b> .....	19
2.1.5.1	<i>Jenis Typeface</i> .....	20
2.1.5.2	<i>Readability dan Legibility Typeface</i> .....	21
2.1.6	<i>Grid</i> .....	22
2.1.7	<i>Layout</i> .....	25
2.1.7.1	<i>Big Type</i> .....	25
2.1.7.2	<i>Copy-Heavy</i> .....	26
2.1.7.3	<i>Frame</i> .....	27
2.1.7.4	<i>Picture Window</i> .....	28
2.1.7.5	<i>Single Panel</i> .....	28
2.1.7.6	<i>Multipanel/Integrated</i> .....	29
2.2	<b>Kampanye</b> .....	29
2.2.1	<b>Jenis-jenis Kampanye</b> .....	29
2.2.2	<b>Strategi Komunikasi dalam Kampanye</b> .....	30
2.2.3	<b>Pendekatan Persuasif</b> .....	30
2.2.3.1	<b>Model Keyakinan Kesehatan (<i>Health Belief Model</i>)</b> ....	31
2.2.4	<b>AISAS</b> .....	32
2.2.5	<b>Media Sosial Sebagai Media Kampanye</b> .....	33
2.3	<b>Gangguan Kepribadian (<i>Personality Disorder</i>)</b> .....	34
2.3.1	<i>Dependent Personality Disorder (DPD)</i> .....	34
2.3.2	<b>Ciri Kepribadian dan Gangguan Kepribadian</b> .....	35
2.3.3	<b>Kriteria Diagnostik</b> .....	37
2.3.4	<b>Penyebab</b> .....	37
2.3.5	<b>Akibat</b> .....	38
2.3.6	<b>Penanganan</b> .....	39
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN</b> .....		41

3.1	Metodologi Penelitian.....	41
3.1.1	Metode Kualitatif.....	41
3.1.1.1	<i>Interview</i> .....	41
3.1.2	Metode Kuantitatif.....	62
3.2	Metodologi Perancangan.....	67
<b>BAB IV STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN.....</b>		<b>69</b>
4.1	Strategi Perancangan.....	69
4.1.1	<i>Inspiration</i> .....	69
4.1.1.1	<i>Define Your Audience</i> .....	69
4.1.1.2	<i>Interview</i> .....	69
4.1.1.3	<i>Expert Interview</i> .....	70
4.1.1.4	<i>Build a Team</i> .....	70
4.1.2	Strategi Kampanye AISAS.....	71
4.1.2.1	<i>Attention</i> .....	73
4.1.2.2	<i>Interest</i> .....	73
4.1.2.3	<i>Search</i> .....	74
4.1.2.4	<i>Action</i> .....	75
4.1.2.5	<i>Share</i> .....	76
4.1.3	<i>Ideation</i> .....	80
4.1.3.1	<i>Brainstorm</i> .....	80
4.1.3.2	<i>Get Visual</i> .....	85
4.1.3.3	Perancangan Media.....	93
4.1.4	<i>Implementation</i> .....	114
4.2	Analisis Perancangan.....	114
4.2.1	Analisis <i>Beta Test</i> .....	114
4.2.2	Analisis Warna.....	115
4.2.3	Analisis Tipografi.....	117
4.2.4	Analisis Logo.....	118
4.2.5	Analisis Karakter Ilustrasi.....	119
4.2.6	Analisis Media Tahap <i>Attention</i> .....	121
4.2.6.1	Analisis <i>KRL Commuterline Wall Branding</i> .....	121
4.2.6.2	Analisis <i>Go-Screen</i> .....	123

4.2.6.3 Analisis Spotify <i>Homepage Ad</i> .....	127
4.2.6.4 Analisis Instagram <i>Feed Post</i> .....	128
4.2.7 Analisis Media Tahap <i>Interest</i> .....	129
4.2.7.1 Analisis <i>Cover Podcast</i> .....	130
4.2.7.2 Analisis <i>Poster</i> .....	131
4.2.7.3 Analisis Instagram <i>Feed Post</i> .....	135
4.2.8 Analisis Media Tahap <i>Search</i> .....	136
4.2.9 Analisis Media Tahap <i>Action</i> .....	138
4.2.9.1 Analisis Media <i>Instagram Post Jangan Self-Diagnose</i> .....	138
4.2.9.2 Analisis Media <i>Instagram Post Webinar</i> .....	139
4.2.9.3 Analisis <i>Instagram Post &amp; Poster</i> .....	142
4.2.10 Analisis Media Tahap <i>Share</i> .....	144
4.2.10.1 Analisis Media <i>Instagram Post</i> .....	145
4.3 <b>Budgeting</b> .....	146
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	147
5.1 <b>Simpulan</b> .....	147
5.2 <b>Saran</b> .....	149
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	xiii
<b>LAMPIRAN</b> .....	xvii

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Ciri Kepribadian dan Gangguan Kepribadian.....	36
Tabel 4.1 Strategy Kampanye AISAS .....	71
Tabel 4.2 <i>Timeline</i> Kampanye .....	76
Tabel 4.3 Alternatif <i>Big Idea</i> .....	81
Tabel 4.4 Alternatif Nama Kampanye .....	83
Tabel 4.5 Alternatif Tagar Kampanye .....	84
Tabel 4.6 <i>Budgeting</i> .....	146



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Bentuk Dasar.....	7
Gambar 2.2 Warna .....	8
Gambar 2.3 <i>Scaned Texture</i> .....	8
Gambar 2.4 <i>Pattern</i> .....	9
Gambar 2.5 <i>Emphasis</i> .....	10
Gambar 2.6 <i>Alignment</i> .....	10
Gambar 2.7 <i>Balance</i> .....	11
Gambar 2.8 <i>Space</i> .....	12
Gambar 2.9 Foto .....	13
Gambar 2.10 Ilustrasi .....	13
Gambar 2.11 Ilustrasi Informasi .....	15
Gambar 2.12 Ilustrasi <i>Commentary</i> .....	16
Gambar 2.13 Ilustrasi <i>Storytelling</i> .....	16
Gambar 2.14 Ilustrasi Persuasi.....	17
Gambar 2.15 Ilustrasi <i>Identity</i> .....	18
Gambar 2.16 <i>Readability &amp; Legibility</i> .....	22
Gambar 2.17 <i>Types of Grid</i> .....	24
Gambar 2.18 <i>Big Type Layout</i> .....	26
Gambar 2.19 <i>Copy-Heavy</i> .....	27
Gambar 2.20 <i>Frame Layout</i> .....	27
Gambar 2.21 <i>Picture Window Layout</i> .....	28
Gambar 3.1 <i>Interview</i> dengan Psikolog Klinis .....	42
Gambar 3.2 <i>Interview</i> dengan Psikiater .....	48
Gambar 3.3 <i>Interview</i> dengan Yang Terdiagnosis DPD Sejak 2020.....	53
Gambar 3.4 <i>Interview</i> dengan Yang Terdiagnosis DPD Sejak 2022.....	58
Gambar 4.1 Logo <i>Brand Mandatory</i> .....	71
Gambar 4.2 <i>Mind Map</i> .....	77
Gambar 4.3 Warna .....	86
Gambar 4.4 Tipografi.....	86
Gambar 4.5 Alternatif Sketsa Logo .....	87
Gambar 4.6 Sketsa Logo Warna .....	88
Gambar 4.7 <i>Font KG Red Hands</i> .....	88
Gambar 4.8 Logo Final .....	88
Gambar 4.9 Alternatif Logo Final.....	89



Gambar 4.10 <i>Moodboard</i> .....	90
Gambar 4.11 Karakter Awal .....	91
Gambar 4.12 Digitalisasi Karakter .....	92
Gambar 4.13 Karakter Pendukung .....	92
Gambar 4.14 <i>Key Visual</i> .....	93
Gambar 4.15 Proses Perancangan KRL <i>Commuterline Wall Branding</i> .....	94
Gambar 4.16 Sketsa <i>Layout Go-Screen</i> .....	95
Gambar 4.17 Elemen Visual .....	96
Gambar 4.18 <i>Pattern</i> .....	96
Gambar 4.19 Proses Perancangan Desain <i>Go-Screen</i> .....	97
Gambar 4.20 Sketsa <i>Layout Spotify Homepage Ad</i> .....	97
Gambar 4.21 Proses Perancangan Desain <i>Spotify Homepage Ad</i> .....	98
Gambar 4.22 Sketsa <i>Cover Podcast</i> .....	99
Gambar 4.23 Proses Perancangan <i>Cover Podcast</i> .....	99
Gambar 4.24 Sketsa Poster .....	100
Gambar 4.25 Proses Perancangan Desain Poster .....	101
Gambar 4.26 Sketsa Poster .....	101
Gambar 4.27 Proses Perancangan Desain Poster .....	102
Gambar 4.28 Sketsa Poster .....	102
Gambar 4.29 Proses Perancangan Elemen Visual .....	103
Gambar 4.30 Proses Perancangan Desain Poster .....	103
Gambar 4.31 <i>Content Planning Instagram Feed</i> .....	104
Gambar 4.32 <i>Grid Systems Instagram Feed</i> .....	106
Gambar 4.33 <i>Instagram Feed Post 3, 2,1</i> .....	106
Gambar 4.34 <i>Instagram Feed Post 6, 5,4</i> .....	107
Gambar 4.35 <i>Headline Postingan Ke-7</i> .....	108
Gambar 4.36 <i>Postingan Ke-7</i> .....	109
Gambar 4.37 <i>Instagram Feed Post 9, 8, 7</i> .....	109
Gambar 4.38 <i>Cinderella dan Karakter Utama</i> .....	110
Gambar 4.39 <i>Instagram Feed Post 12, 11,10</i> .....	110
Gambar 4.40 <i>Carousel Post Ciri-ciri</i> .....	111
Gambar 4.41 <i>Instagram Post Ke-12</i> .....	111
Gambar 4.42 <i>Instagram Feed Post 15, 14,13</i> .....	112
Gambar 4.43 <i>Instagram Feed Post 18, 17, 16</i> .....	112
Gambar 4.44 <i>Instagram Feed Post 21, 20, 19</i> .....	113
Gambar 4.45 <i>Warna Kampanye</i> .....	116

Gambar 4.46 Tipografi.....	117
Gambar 4.47 Logo Final .....	118
Gambar 4.48 Alternatif Logo Final.....	119
Gambar 4.49 Hasil Desain Karakter Utama.....	120
Gambar 4.50 Hasil Desain Karakter Pendukung .....	120
Gambar 4.51 Hasil Desain KRL <i>Commuterline Wall Branding</i> .....	121
Gambar 4.52 Hasil <i>Mockup</i> KRL <i>Commuterline Wall Branding</i> .....	123
Gambar 4.53 Hasil Desain <i>Go-Screen</i> .....	124
Gambar 4.54 Hasil <i>Mockup Go-Screen</i> .....	126
Gambar 4.55 Hasil Desain Spotify <i>Homepage Ad</i> .....	127
Gambar 4.56 Hasil <i>Mockup</i> Spotify <i>Homepage Ad</i> .....	128
Gambar 4.57 Hasil Desain Instagram <i>Feed Post</i> 3, 2, 1 .....	128
Gambar 4.58 Hasil Desain Instagram <i>Feed Post</i> 4 .....	129
Gambar 4.59 Hasil Desain <i>Cover Podcast</i> .....	130
Gambar 4.60 Hasil <i>Mockup Cover Podcast</i> .....	131
Gambar 4.61 Hasil Desain Poster .....	132
Gambar 4.62 Hasil Desain Poster .....	133
Gambar 4.63 Hasil <i>Mockup</i> Poster.....	134
Gambar 4.64 Hasil Desain Instagram <i>Feed Post</i> 6 & 5 .....	135
Gambar 4.65 Hasil Desain Instagram <i>Feed Post</i> 9, 8, 7 .....	135
Gambar 4.66 Hasil Desain Instagram <i>Feed Post</i> 12, 11, 10 .....	137
Gambar 4.67 Hasil Desain Instagram <i>Feed Post</i> 15, 14, 13 .....	137
Gambar 4.68 Hasil Desain Instagram <i>Feed Post</i> 18, 17, 16 .....	137
Gambar 4.69 Hasil Desain Instagram <i>Feed Post</i> 21, 20, 19 .....	137
Gambar 4.70 Hasil Desain Tahap <i>Action</i> .....	138
Gambar 4.71 Hasil Desain Tahap <i>Action</i> .....	140
Gambar 4.72 <i>Gimmick</i> .....	141
Gambar 4.73 Hasil Desain Tahap <i>Action</i> .....	142
Gambar 4.74 Hasil Desain Tahap <i>Action</i> .....	143
Gambar 4.75 Hasil Desain Tahap <i>Action</i> .....	144
Gambar 4.76 Hasil <i>Mockup</i> Tahap <i>Action</i> .....	144
Gambar 4.77 Hasil Desain Tahap <i>Share</i> .....	145

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Form Bimbingan.....	xvii
Lampiran B Hasil Turnitin.....	xx
Lampiran C Hasil Kuesioner.....	xxvii
Lampiran D Transkrip Wawancara.....	liv

