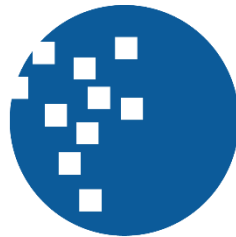


**PERANCANGAN KAMPANYE MENGENAI PENGENDALIAN  
RASA MARAH REMAJA UNTUK ORANG TUA**



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**LAPORAN TUGAS AKHIR**

**Rr Nisa Fadilla Salsabilla Putri**

**0000037003**

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

**PERANCANGAN KAMPANYE MENGENAI PENGENDALIAN**

**RASA MARAH REMAJA UNTUK ORANG TUA**



**LAPORAN TUGAS AKHIR**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain (S.Ds.)

**Rr Nisa Fadilla Salsabilla Putri**

**00000037003**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

**FAKULTAS SENI DAN DESAIN**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2024**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Rr Nisa Fadilla Salsabilla Putri

Nomor Induk Mahasiswa : 00000037003

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Tugas Akhir dengan judul:

### **PERANCANGAN KAMPANYE MENGENAI PENGENDALIAN RASA MARAH REMAJA UNTUK ORANG TUA**

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



Rr Nisa Fadilla Salsabilla Putri

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 PERSETUJUAN

Tugas Akhir dengan judul

**PERANCANGAN KAMPANYE MENGENAI PENGENDALIAN RASA**

**MARAH REMAJA UNTUK ORANG TUA**

Oleh

Nama : Rr. Nisa Fadilla Salsabilla Putri

NIM : 00000037003

Program Studi : Desain Komunikasi Visual


Fakultas : Seni dan Desain

Telah disetujui untuk diajukan pada

Sidang Ujian Tugas Akhir Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 28 Mei 2024

Pembimbing



Lia Herma, S.Sn., M.M.  
0315048108/081472

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual



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

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

### PERANCANGAN KAMPANYE MENGENAI PENGENDALIAN RASA MERAH REMAJA UNTUK ORANG TUA

Oleh

Nama : Rr Nisa Fadilla Salsabilla Putri  
NIM : 00000037003  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Selasa, 28 Mei 2024

Pukul 13.00 s.d 13.45 dan dinyatakan

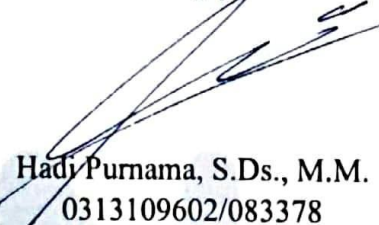
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.


Ketua Sidang

  
Dedy Arpan, S.Des., M.Ds.  
0324018607/076482

Penguji

  
Hadi Purnama, S.Ds., M.M.  
0313109602/083378

Pembimbing

  
Lia Herna, S.Sn., M.M.  
0315048108/081472

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual

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

**HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI**  
**KARYA ILMIAH MAHASISWA**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rr. Nisa Fadilla Salsabilla Putri  
NIM : 00000037003  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Jenjang : D3/S1/S2  
Judul Karya Ilmiah :  
**PERANCANGAN KAMPANYE MENGENAI PENGENDALIAN RASA  
MERAH REMAJA UNTUK ORANG TUA**

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



(Rr. Nisa Fadilla Salsabilla Putri)

\*\* 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

Penulis ingin mengucapkan puji dan syukur kepada Allah SWT atas berkat dan rahmat-Nya sehingga tugas akhir berjudul “Perancangan Kampanye Mengenai Pengendalian Rasa Marah Remaja untuk Orang Tua” ini dapat dituntaskan dengan baik. Perancangan tugas akhir ini dilaksanakan sebagai syarat kelulusan untuk mendapat gelar Sarjana Desain (S.Ds) di Universitas Multimedia Nusantara. Tujuan penulis membuat perancangan media interaktif ini adalah untuk memberikan sarana penyaluran emosi marah bagi remaja. Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini tidak akan selesai tepat waktu tanpa bantuan dari orang-orang sekitar, maka dari 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. Lia Herna, S.Sn., M.M., sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Rita Fadilah, Psikologi, sebagai narasumber yang telah berkenan diwawancara demi kepentingan tugas akhir ini.
6. Para narasumber yang telah berkenan mengikuti *focus group discussion* demi kepentingan tugas akhir ini.
7. Keluarga dan sahabat-sahabat saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Semoga perancangan tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi para pembaca, khususnya remaja, yang membutuhkan sarana untuk menyalurkan emosi marahnya.

Penulis berharap perancangan tugas akhir ini dapat menjadi inspirasi dan membantu orang-orang yang membutuhkan pula.

Tangerang, 20 Mei 2024



(Rr Nisa Fadilla Salsabilla Putri)



# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



# PERANCANGAN KAMPANYE MENGENAI PENGENDALIAN

## RASA MARAH REMAJA UNTUK ORANG TUA

(Rr Nisa Fadilla Salsabilla Putri)

### ABSTRAK

Pengelolaan dan cara pelampiasan emosi marah merupakan salah satu hal yang harus menjadi perhatian dalam perkembangan emosi remaja. Masa remaja merupakan masa krusial dikarenakan dalam transisi masa kanak-kanak menuju dewasa, terdapat perubahan-perubahan signifikan dalam tubuh dan diri remaja. Hormon dan pertumbuhan otak dalam diri remaja menjadi salah satu faktor pengelolaan emosi remaja yang kurang terkendali, sehingga menyebabkan remaja kesulitan dalam mengontrol emosi mereka. Remaja masih erat kaitannya dengan orang tua, maka dari itu orang tua memiliki peran penting dalam perkembangan dan pengelolaan emosi anak, khususnya amarah. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode pengumpulan data kualitatif dan kuantitatif. Pengumpulan data melalui metode kualitatif dilakukan dengan mewawancarai narasumber yang merupakan seorang psikolog, studi eksisting, dan studi referensi. Sedangkan pengumpulan data kuantitatif didapatkan dengan menyebarkan kuesioner kepada para orang tua sesuai dengan sasaran target audiens. Berdasarkan data yang didapat, orang tua menyadari kapan anaknya marah, namun masih membutuhkan pengetahuan lebih lanjut mengenai apa saja yang harus dilakukan saat dan setelah anak marah. Oleh karena itu, perancangan media ini diharapkan dapat menyediakan strategi perancangan kampanye yang memadai mengenai topik ini, beserta dengan sarana yang bisa digunakan remaja untuk melampiaskan amarahnya dengan pengawasan orang tua.

**Kata kunci:** Pengelolaan marah, Pelampiasan marah, Remaja

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 CAMPAIGN FOR ANGER MANAGEMENT IN TEENAGERS FOR PARENTS

(Rr Nisa Fadilla Salsabilla Putri)

## ***ABSTRACT (English)***

*The management and ways of expressing anger are important aspects to consider in the emotional development of adolescents. Adolescence is a crucial period because, during the transition from childhood to adulthood, significant changes occur in the bodies and selves of teenagers. Hormonal changes and brain development in adolescents are factors that contribute to their difficulty in managing emotions, making it challenging for them to control their anger. Adolescents are still closely connected to their parents, which means parents play a vital role in their emotional development and management, particularly in handling anger. This study uses both qualitative and quantitative data collection methods. Qualitative data collection was done through interviews with a psychologist, existing studies, and reference studies. Quantitative data collection was achieved by distributing questionnaires to parents, who are the target audience for this study. Based on the collected data, parents are aware of when their children are angry, but they still need more knowledge on what to do during and after their child's anger episodes. Therefore, the design of this media is expected to provide adequate campaign strategy designs on this topic, along with tools that adolescents can use to express their anger under parental supervision.*

***Keywords:*** Anger management, Expressing anger, Adolescent

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## 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 .....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xx
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	1
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	2
<b>1.3 Batasan Masalah</b> .....	3
<b>1.4 Tujuan Tugas Akhir</b> .....	4
<b>1.5 Manfaat Tugas Akhir</b> .....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	6
<b>2.1 Desain Grafis</b> .....	6
<b>2.1.1 Elemen Desain</b> .....	6
<b>2.1.1.1 Garis</b> .....	6
<b>2.1.1.2 Bentuk</b> .....	7
<b>2.1.1.4 Tekstur</b> .....	10
<b>2.1.2 Prinsip Desain</b> .....	11
<b>2.1.2.1 Format</b> .....	11
<b>2.1.2.2 Keseimbangan</b> .....	11
<b>2.1.2.3 Hierarki Visual</b> .....	11
<b>2.1.2.4 Ritme</b> .....	12
<b>2.1.2.5 Laws of Perceptual Organization</b> .....	12
<b>2.1.3 Komposisi</b> .....	13

2.1.4	<i>Grid</i> .....	13
2.1.4.1	<i>Single-Column Grid</i> .....	13
2.1.4.2	<i>Multicolumn Grid</i> .....	14
2.2	<b>Tipografi</b> .....	15
2.2.1	<i>Old Style</i> atau <i>Humanist</i> .....	15
2.2.2	<i>Transitional</i> .....	16
2.2.3	<i>Modern</i> .....	16
2.2.4	<i>Slab Serif</i> .....	16
2.2.5	<i>Sans Serif</i> .....	16
2.2.6	<i>Blackletter</i> .....	16
2.2.7	<i>Script</i> .....	17
2.2.8	<i>Display</i> .....	17
2.3	<b>Kampanye</b> .....	18
2.3.1	<b>Aspek Kampanye</b> .....	18
2.3.2	<b>Jenis Kampanye</b> .....	19
2.3.3	<b>Strategi Kampanye</b> .....	20
2.3.4	<b>Pesan Kampanye</b> .....	21
2.3.5	<b>Media Kampanye</b> .....	22
2.3.6	<i>Copywriting</i> .....	23
2.4	<b>Website</b> .....	26
2.4.1	<b>Anatomi Website</b> .....	27
2.4.2	<i>Grid Website</i> .....	28
2.4.3	<b>Proses Pembuatan Website</b> .....	29
2.4.5	<i>Icon</i> .....	31
2.4.6	<i>Button</i> .....	31
2.5	<b>Buku</b> .....	31
2.5.1	<i>Cover</i> .....	31
2.5.2	<i>Book Spine</i> .....	32
2.5.3	<i>Fly Page</i> .....	32
2.5.4	<i>Contents</i> .....	33
2.5.5	<i>Layout</i> .....	34
2.5.6	<i>Copyright Page</i> .....	34

2.5.7	Penjilidan Buku .....	35
2.6	Ilustrasi.....	40
2.6.1	Peran Ilustrasi.....	40
2.6.1.1	<i>Documentation, Reference and Instruction</i> .....	40
2.6.1.2	<i>Commentary</i> .....	40
2.6.1.3	<i>Storytelling</i> .....	41
2.6.1.4	<i>Persuasion</i> .....	41
2.6.1.5	<i>Identity</i> .....	41
2.6.2	Gaya Ilustrasi.....	41
2.6.2.1	Surrealisme .....	41
2.6.2.2	Diagram .....	42
2.6.2.3	Abstrak .....	43
2.6.2.4	Hiperealisme.....	43
2.6.2.5	<i>Stylized Realism</i> .....	44
2.7	Pengelolaan Marah.....	44
2.7.1	Macam-macam Marah.....	45
2.7.2	Cara Mengatasi Marah .....	45
2.7.2.1	<i>Expressing Anger</i> .....	45
2.7.2.2	<i>Suppressing and Sublimating Anger</i> .....	46
2.7.2.3	<i>Calming Anger</i> .....	46
2.7.3	Dampak Marah.....	47
2.7.3.1	Dampak pada Kesehatan Fisik.....	47
2.7.3.2	Dampak pada Kesehatan Mental .....	48
2.7.3.3	Dampak pada Hubungan Keluarga.....	48
2.7.3.4	Dampak pada Pertemanan .....	48
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN .....</b>		<b>49</b>
3.1	Metodologi Penelitian.....	49
3.1.1	Metode Kualitatif.....	49
3.1.1.1	Wawancara.....	49
3.1.1.2	<i>Focus Group Discussion</i> .....	50
3.1.1.3	Studi Eksisting .....	53
3.1.1.4	Studi Referensi.....	56

3.1.1.5	<b>Kesimpulan</b>	58
3.1.2	<b>Metode Kuantitatif</b>	59
3.1.2.1	<b>Kuesioner</b>	60
3.2	<b>Metodologi Perancangan</b>	67
<b>BAB IV STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN</b>		69
4.1	<b>Strategi Perancangan</b>	69
4.1.1	<i>Overview</i>	69
4.1.1.1	<b>Segmentasi Target Audiens</b>	69
4.1.1.2	<b>Persona</b>	71
4.1.1.3	<b>Brand Mandatory</b>	72
4.1.2	<b>Strategi</b>	73
4.1.2.1	<i>Creative Brief</i>	73
4.1.2.2	<b>Strategi Pesan Berdasarkan AISAS</b>	75
4.1.3	<i>Ideas</i>	78
4.1.3.1	<i>Mindmap</i>	78
4.1.3.2	<i>Big Idea</i>	79
4.1.3.3	<b>Konsep</b>	80
4.1.3.4	<i>Tone of Voice</i>	81
4.1.3.5	<i>Moodboard</i>	81
4.1.3.6	<i>Color Palette</i>	82
4.1.4	<i>Design</i>	83
4.1.4.1	<b>Perancangan Identitas Kampanye</b>	83
4.1.4.2	<b>Perancangan Key Visual</b>	86
4.1.5	<i>Production</i>	90
4.1.5.1	<b>Media Utama</b>	90
4.1.5.2	<b>Media Sekunder</b>	96
4.1.6	<i>Implementation</i>	107
4.2	<b>Analisis Perancangan</b>	107
4.2.1	<b>Analisis Media Utama</b>	107
4.2.2	<b>Analisis Media Sekunder</b>	110
4.2.2.1	<b>Poster</b>	110
4.2.2.2	<b>Instagram Feed</b>	111

4.2.2.3 Instagram Story .....	111
4.2.2.4 Wrist-ticket .....	112
4.2.2.5 Backdrop .....	113
4.2.2.6 Buku .....	114
4.2.3 Analisis Alpha Test .....	114
4.2.3.1 Analisis Visual Prototype .....	115
4.2.3.2 Analisis Konten Prototype .....	117
4.2.4 Analisis Beta Test .....	119
4.3 Budgeting .....	119
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	121
5.1 Simpulan .....	121
5.2 Saran .....	121
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	xxi
<b>LAMPIRAN</b> .....	xxiv

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 SWOT Kampanye Ayo Main IKEA .....	53
Tabel 3.2 SWOT Kampanye 1001 Cara Bicara .....	55
Tabel 4.1 Target Audiens Primer .....	69
Tabel 4.2 Target Audiens Sekunder .....	70
Tabel 4.3 <i>Creative Brief</i> .....	73
Tabel 4.4 Tabel AISAS .....	75
Tabel 4.5 Alpha Test Visual .....	115
Tabel 4.6 Alpha Test Konten .....	117
Tabel 4.7 <i>Budgeting</i> .....	120



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Penggunaan garis dalam menyampaikan karakter sebuah tokoh.....	7
Gambar 2.2 Bentuk .....	7
Gambar 2.3 Sistem <i>additive color</i> .....	8
Gambar 2.4 <i>Laws of Perceptual Organization</i> .....	12
Gambar 2.5 <i>Modular Grid Plus Chunking</i> .....	13
Gambar 2.6 <i>Margin/Single-column Grids</i> .....	14
Gambar 2.7 <i>Multicolumn Grid</i> .....	15
Gambar 2.8 Contoh Klasifikasi <i>Typeface</i> .....	17
Gambar 2.9 Klasifikasi <i>Typeface</i> /Satu Huruf .....	17
Gambar 2.10 Kampanye berorientasi produk .....	19
Gambar 2.11 Kampanye berorientasi produk .....	20
Gambar 2.12 Model Perilaku AISAS.....	21
Gambar 2.13 Anatomi <i>Website</i> .....	27
Gambar 2.14 <i>User Persona</i> .....	29
Gambar 2.10 Contoh Sampul Buku .....	31
Gambar 2.11 Contoh <i>Spine</i> Buku.....	32
Gambar 2.12 Contoh <i>Fly Page</i> Buku.....	33
Gambar 2.13 Contoh <i>Contents</i> Buku .....	33
Gambar 2.14 Contoh <i>Layout</i> Buku .....	34
Gambar 2.15 <i>Perfect Binding</i> .....	35
Gambar 2.16 <i>Case Binding</i> .....	36
Gambar 2.17 <i>Saddle Stitch Binding</i> .....	36
Gambar 2.18 <i>Side Stitch Binding</i> .....	37
Gambar 2.19 <i>Screw and Post Binding</i> .....	37
Gambar 2.20 <i>Tape Binding</i> .....	38
Gambar 2.21 <i>Plastic Comb Binding</i> .....	38
Gambar 2.22 <i>Spiral and Double-loop Binding</i> .....	39
Gambar 2.23 <i>Ring Binding</i> .....	40
Gambar 2.24 Contoh Ilustrasi Surealisme .....	42
Gambar 2.25 Contoh Ilustrasi Diagram .....	42
Gambar 2.26 Contoh Ilustrasi Abstrak .....	43
Gambar 2.27 Contoh Ilustrasi Hiperealisme.....	43
Gambar 2.28 Contoh Ilustrasi <i>Stylized Realism</i> .....	44

Gambar 3.1 Dokumentasi Wawancara.....	49
Gambar 3.2 Dokumentasi <i>Focus Group Discussion</i> .....	51
Gambar 3.3 Dokumentasi <i>Focus Group Discussion</i> .....	52
Gambar 3.3 Kampanye Ayo Main IKEA.....	53
Gambar 3.4 <i>Website</i> Kampanye My Baby Momversity .....	55
Gambar 3.5 <i>Website Alpine Day 2021</i> .....	56
Gambar 3.6 Tampilan <i>website Alpine Days 2021</i> .....	57
Gambar 3.7 Buku <i>Empowered ME</i> .....	57
Gambar 3.8 Isi buku <i>Empowered ME</i> .....	58
Gambar 3.6 Perhitungan dengan Rumus Slovin .....	60
Gambar 3.7 <i>Screenshot section</i> orang tua 1 .....	61
Gambar 3.8 <i>Screenshot section</i> orang tua 2 .....	61
Gambar 3.9 <i>Screenshot section</i> orang tua 3 .....	62
Gambar 3.10 <i>Screenshot section</i> orang tua 4 .....	62
Gambar 3.11 <i>Screenshot section</i> orang tua 5 .....	63
Gambar 3.12 <i>Screenshot section</i> orang tua 6 .....	64
Gambar 3.13 <i>Screenshot section</i> anak 1 .....	64
Gambar 3.14 <i>Screenshot section</i> anak 2 .....	65
Gambar 3.15 <i>Screenshot section</i> anak 3 .....	65
Gambar 3.16 <i>Screenshot section</i> anak 4 .....	66
Gambar 3.17 <i>Screenshot section</i> anak 5 .....	66
Gambar 3.18 <i>Screenshot section</i> anak 6 .....	67
Gambar 4.1 <i>User Persona 1</i> .....	71
Gambar 4.2 <i>User Persona 2</i> .....	72
Gambar 4.3 Logo Himpsi.....	72
Gambar 4.4 <i>Mindmap</i> .....	78
Gambar 4.5 <i>Big Idea</i> .....	80
Gambar 4.6 <i>Moodboard</i> .....	82
Gambar 4.7 <i>Color Palette</i> .....	83
Gambar 4.8 Sketsa logo .....	84
Gambar 4.9 Sketsa logo .....	84
Gambar 4.10 Sketsa alternatif logo.....	85
Gambar 4.11 Logo final .....	86
Gambar 4.12 Logo final versi putih .....	86

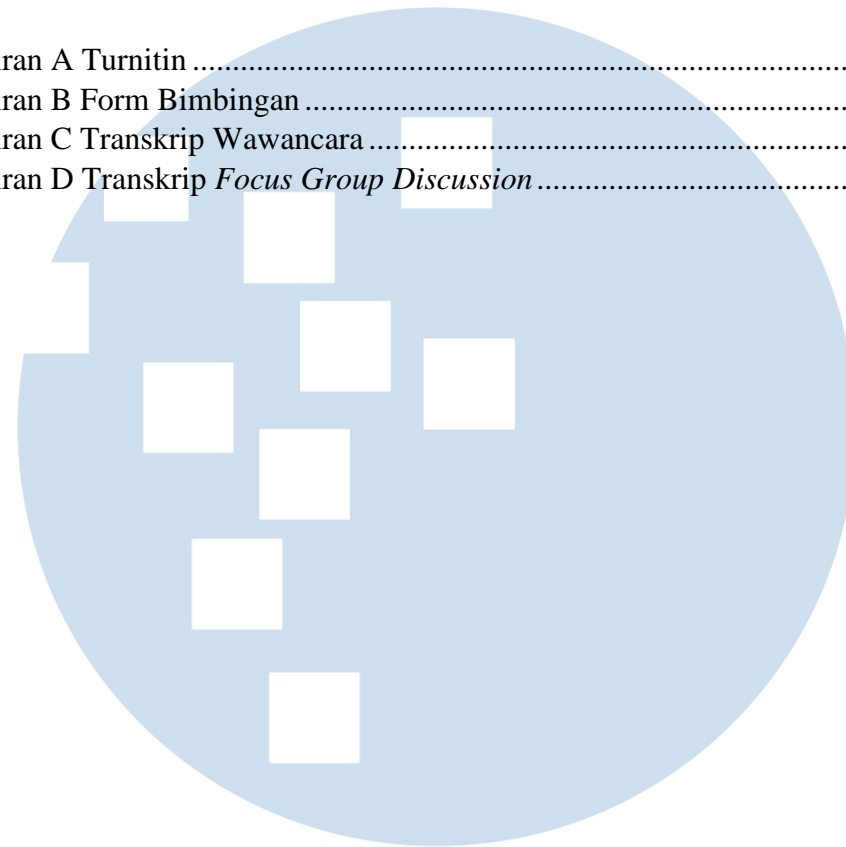
Gambar 4.13 Sketsa .....	87
Gambar 4.14 Sketsa .....	88
Gambar 4.15 Digitalisasi sketsa.....	89
Gambar 4.16 Digitalisasi sketsa.....	89
Gambar 4.17 Digitalisasi sketsa.....	90
Gambar 4.18 Sketsa layout .....	91
Gambar 4.19 <i>Sitemap</i> .....	91
Gambar 4.20 <i>Wireframe</i> .....	92
Gambar 4.21 <i>High-fidelity website</i> .....	93
Gambar 4.22 <i>Flow Prototype Website</i> .....	94
Gambar 4.23 <i>Hover</i> .....	94
Gambar 4.24 <i>Dropdown boxes</i> .....	95
Gambar 4.25 <i>Laila</i> .....	95
Gambar 4.26 <i>Nunito</i> .....	96
Gambar 4.27 <i>Overdose Sunrise</i> .....	96
Gambar 4.28 <i>Grid commuter line ads</i> .....	97
Gambar 4.29 <i>Mockup commuter line ads</i> .....	97
Gambar 4.30 <i>Grid Instagram story</i> .....	98
Gambar 4.31 <i>Grid Feeds Instagram</i> .....	99
Gambar 4.32 <i>Grid Backdrop</i> .....	99
Gambar 4.33 <i>Mockup Backdrop</i> .....	100
Gambar 4.34 <i>Grid Wrist-ticket</i> .....	100
Gambar 4.35 <i>Cover buku</i> .....	101
Gambar 4.36 <i>Katern buku</i> .....	101
Gambar 4.37 <i>Katern buku 2</i> .....	102
Gambar 4.38 <i>Konten buku</i> .....	102
Gambar 4.39 <i>Konten buku</i> .....	103
Gambar 4.40 <i>Grid buku</i> .....	104
Gambar 4.41 <i>Mockup buku</i> .....	104
Gambar 4.42 <i>Mockup tote bag</i> .....	105
Gambar 4.43 <i>Desain lanyard</i> .....	105
Gambar 4.44 <i>Mockup lanyard</i> .....	106
Gambar 4.45 <i>Mockup pensil dan pulpen</i> .....	106
Gambar 4.46 <i>Grid situs web Kurangkul</i> .....	107

Gambar 4.47 <i>Button</i> situs web Kurangkul .....	108
Gambar 4.48 <i>Landing Page</i> Kurangkul .....	109
Gambar 4.49 Poster .....	110
Gambar 4.50 <i>Instagram</i> .....	111
Gambar 4.51 <i>Instagram Story</i> .....	112
Gambar 4.52 <i>Wrist-ticket</i> .....	113
Gambar 4.53 <i>Backdrop</i> .....	113
Gambar 4.54 Buku .....	114



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Turnitin .....	xxiv
Lampiran B Form Bimbingan .....	xxvii
Lampiran C Transkrip Wawancara .....	xxviii
Lampiran D Transkrip <i>Focus Group Discussion</i> .....	xxxii



# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA