

# **PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL**

## **UPAYA PELESTARIAN HIU**



### **LAPORAN TUGAS AKHIR**

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

**Bani Barran Hunafa**

**0000041397**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

**FAKULTAS SENI DAN DESAIN**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2024**

# **PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL**

## **UPAYA PELESTARIAN HIU**



### **LAPORAN TUGAS AKHIR**

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

**Bani Barran Hunafa**

**00000041397**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

**FAKULTAS SENI DAN DESAIN**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2024**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Bani Barran Hunafa

NIM : 00000041397

Program studi : Desain Komunikasi Visual

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir yang berjudul:

### **PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL**

### **UPAYA PELESTARIAN HIU**

merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan hasil plagiat, dan tidak pula dituliskan oleh orang lain; Semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya cantumkan dan nyatakan dengan benar pada bagian Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan karya ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi untuk dinyatakan TIDAK LULUS. Saya juga bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang berkaitan dengan tindak plagiarisme ini sebagai kesalahan saya pribadi dan bukan tanggung jawab Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 11 Juni 2024



(Bani Barran Hunafa)

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## HALAMAN PERSETUJUAN

### PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL UPAYA PELESTARIAN HIU

Oleh

Nama : Bani Barran Hunafa  
NIM : 00000041397  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Fakultas : Seni dan Desain

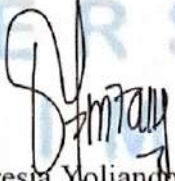
Telah disetujui untuk diajukan pada  
Sidang Ujian Tugas Akhir Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 11 Juni 2024

Pembimbing

  
Dr. Sn. Yusup Sigit Martyastiadi, S.T., M.Inf.Tech.  
0319037807/023902

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual

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

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul  
**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL**

**UPAYA PELESTARIAN HIU**

Nama : Bani Barran Hunafa  
NIM : 00000041397  
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

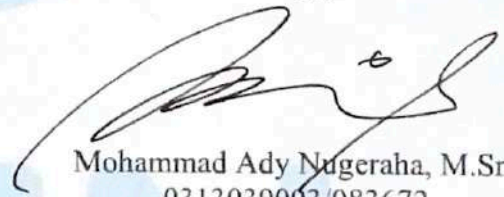
**LULUS**

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

  
Aditya Satyagraha, S.Sn., M.Ds.  
0326128001/038953

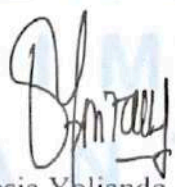
Penguji

  
Mohammad Ady Nugeraha, M.Sn.  
0313039003/083672

Pembimbing

  
Dr.Sn. Yusup Sigit Martyastiadi, S.T., M.Inf.Tech.  
0319037807/023902

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual

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

**LEMBAPERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH MAHASISWA**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Bani Barran Hunafa  
Nomor Induk Mahasiswa : 00000041397  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Jenjang : S1  
Judul Karya Ilmiah :

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL  
UPAYA PELESTARIAN HIU**

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, 28 Mei 2024



(Bani Barran Hunafa)

\* 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 mengucapkan puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat serta hidayah dan dengan ini, penulis dapat menjalankan Tugas Akhir dengan baik sampai selesai. Tugas Akhir yang disusun oleh penulis sebagai syarat untuk mendapatkan gelar sarjana desain.

Penulisan Tugas Akhir ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak yang telah memberikan kontribusi baik dalam bentuk bimbingan, arahan, serta dukungan moral dan materi. Untuk itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya 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. Dr.Sn. Yusup Sigit Martyastiadi, S.T., M.Inf.Tech. sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi semangat atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Ardiless Akyuwen, S.Sn., M.Sn. sebagai Pembimbing kedua yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
6. Andhika Prasetyo, Ph.D., selaku peneliti dari Pusat Riset Konservasi Sumber Daya Laut dan Perairan Darat, BRIN, sebagai narasumber yang telah memberikan informasi terkait penelitian serta pelestarian hiu
7. Nisa Aghnia selaku Public and Culture Yayasan WWF-Indonesia yang sudah meluangkan waktunya untuk memberikan masukan serta perizinan penggunaan logo pada tugas akhir ini.
8. Ayah dan Bunda yang telah memberikan bantuan dukungan doa, material, moral dan segalanya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

9. Dr. Andang Iskandar, S.Pd., M.Ds. yang tidak pernah bosan membantu memberikan penulis masukan penyusunan karya serta motivasi dan semangat atas terselesainya tugas akhir ini.
10. Zalfa Lala bocil, yang selalu menenangkan di segala kerisauan serta tidak pernah lelah mendukung dan mendoakan penulis atas terselesainya tugas akhir ini.
11. Rekan-rekan Alllow media yang sudah membantu menemani proses perancangan tugas akhir ini.
12. Nur Ramadhan Sukmo Aji, Satria Pasha, Darell Girasto, dan Devandra Rakan selaku masyarakat urban yang telah ikut berpartisipasi berdiskusi seputar pelestarian hiu dan memberikan dukungan.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna. Untuk itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun guna sempurnanya tugas akhir ini. Akhir kata penulis mengharap tugas akhir ini dapat berguna bagi pembaca pada umumnya dan Khususnya bagi penulis sendiri.

Tangerang, 20 Mei 2024



(Bani Barran Hunafa)

UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL  
UPAYA PELESTARIAN HIU  
(Bani Barran Hunafa)**

**ABSTRAK**

Hiu merupakan predator puncak rantai makanan atau bisa disebut juga dengan *apex predator* pada ekologi bawah laut. Namun, populasinya kian menurun di setiap tahunnya terkhusus di Indonesia itu sendiri. setidaknya terdapat dua ratus dua puluh satu jenis ikan hiu akan tetapi, baru sebelas spesies hiu yang dikelola pemerintah dan hanya tiga spesies saja yang mendapatkan perlindungan penuh dari pemerintah Indonesia. Yayasan WWF-Indonesia telah menggalakkan gerakan untuk menghentikan konsumsi hiu dan produksi produk-produk hiu melalui kampanye *Save Our Sharks*. Oleh karena itu, dengan adanya perancangan melalui kampanye sosial ini penulis berharap dapat meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap keselamatan dari spesies hiu. Dalam perancangan ini penulis menggunakan teori perancangan dari R.Landa sebagai *Solution Graphic Design* serta menggunakan Venus dalam kampanye yang dikaitkan dengan AISAS sebagai acuan utama dalam merancang desain kampanye. Metode mengumpulkan data yang penulis gunakan yaitu kualitatif. Penulis juga melakukan pemilihan media-media sebagai ajakan kepada target audiens. Media yang penulis pilih berupa poster, stiker, Instagram, kaos dan merchandise sebagai ajakan untuk menyelamatkan spesies hiu.

**Kata kunci:** Hiu, Perburuan, Pelestarian, *Save Our Sharks*, Kampanye Sosial

**SOCIAL CAMPAIGN DESIGN**  
**SHARKS CONSERVATION EFFORTS**

(Bani Barran Hunafa)

***ABSTRACT***

*Sharks are the top predator of the food chain or can also be called the apex predator in the underwater ecology. However, its population is declining every year, especially in Indonesia itself. There are at least two hundred and twenty-one species of sharks, however, only eleven shark species are managed by the government and only three species get full protection from the Indonesian government. WWF-Indonesia Foundation has promoted a movement to stop the consumption of sharks and the production of shark products through the Save Our Sharks campaign. Therefore, with the design of this social campaign, the author hopes to increase public awareness of the safety of shark species. In this design, the author uses the design theory of R.Landa as a Graphic Design Solution and uses Venus in the campaign associated with AISAS as the main reference in designing the campaign design. The method of collecting data that the author uses is qualitative. The author also selects media as an invitation to the target audience. The media that the author chooses are posters, stickers, Instagram, t-shirts and merchandise as an invitation to save shark species.*

**Keywords:** *Shark, Hunting, Conservation, Save Our Sharks, Social Campaigns*

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK .....	viii
<i>ABSTRACT (English)</i> .....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xviii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang.....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah .....</b>	<b>3</b>
<b>1.3 Batasan Masalah .....</b>	<b>3</b>
<b>1.4 Tujuan Tugas Akhir .....</b>	<b>4</b>
<b>1.5 Manfaat Tugas Akhir .....</b>	<b>5</b>
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>6</b>
<b>2.1 Kampanye .....</b>	<b>6</b>
<b>2.1.1 Kandungan Kampanye .....</b>	<b>6</b>
<b>2.1.2 Jenis Kampanye Sosial.....</b>	<b>6</b>
<b>2.1.3 Model Kampanye Sosial.....</b>	<b>7</b>
<b>2.1.4 Media Kampanye Sosial.....</b>	<b>8</b>

2.1.5	Desain Komunikasi Visual Dalam Kampanye.....	8
2.1.6	Strategi Media Kampanye.....	12
2.1.7	Strategi Komunikasi Kampanye.....	12
2.2	Prinsip Desain Dalam Kampanye.....	13
2.2.1	Kesatuan.....	13
2.2.2	Keseimbangan.....	14
2.2.3	Penekanan.....	14
2.2.4	Irama.....	16
2.3	Grid.....	16
2.3.1	Single Column Grid.....	16
2.3.2	Multicolumn Grid.....	17
2.3.3	Modular Grid.....	18
2.4	Pelestarian Hiu.....	18
2.4.1	Status Konservasi Perikanan Hiu.....	19
2.4.2	Faktor Menurunnya Populasi Hiu.....	19
2.4.3	Urgensi Kesadaran Masyarakat terhadap Peran Hiu yang Berdampak Kepada Ekologi Laut.....	20
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN.....</b>		<b>21</b>
3.1	Metodologi Penelitian.....	21
3.1.1	Wawancara.....	21
3.1.1.1	Wawancara Dengan BRIN.....	21
3.1.1.2	Wawancara Dengan Yayasan WWF-Indonesia.....	23
3.1.1.3	Kesimpulan Wawancara.....	24
3.1.2	<i>Focus Group Discussion</i> .....	25
3.1.3	Observasi.....	26

3.1.3.1	<b>Kesimpulan Observasi</b> .....	29
3.1.4	<b>Studi Eksisting</b> .....	30
3.1.5	<b>Studi Refrensi</b> .....	31
3.1.5.1	<b>FRCI</b> .....	31
3.1.5.2	<b>Australian Marine Conservation Society</b> .....	32
3.1.5.3	<b>Perbanding Refrensi Kampanye</b> .....	33
3.1.5.4	<b>Analisis SWOT</b> .....	34
3.2	<b>Metodologi Perancangan</b> .....	35
3.2.1	<i>Overview</i> .....	35
3.2.2	<i>Strategy</i> .....	35
3.2.3	<i>Ideas</i> .....	36
3.2.4	<i>Design</i> .....	36
3.2.5	<i>Production</i> .....	36
3.2.6	<i>Implementation</i> .....	36
<b>BAB IV STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN</b> .....		37
4.1	<b>Strategi Perancangan</b> .....	37
4.1.1	<i>Mindmapping</i> .....	38
4.1.2	<b>Strategi AISAS</b> .....	39
4.1.2.1	<i>Copywritting</i> .....	46
4.1.2.2	<b>Penyelenggara Kampanye</b> .....	47
4.1.3	<i>Moodboard</i> .....	48
4.1.4	<b>Penentuan Tipografi</b> .....	49
4.1.5	<b>Identitas Kampanye</b> .....	50
4.1.6	<b>Perancangan <i>Key Visual</i></b> .....	52
4.1.7	<b>Perancangan Aset Visual</b> .....	54

4.1.8	Perancangan <i>Layout</i> .....	61
4.2	Analisis Perancangan.....	62
4.2.1	Analisis Desain Poster .....	78
4.2.2	Analisis Desain Papan Iklan .....	78
4.2.3	Analisis Desain X Banner .....	82
4.2.4	Analisis Desain Brosur .....	82
4.2.5	Analisis Desain <i>Signage</i> .....	83
4.2.6	Analisis Desain Instagram .....	82
4.2.7	Analisis Desain Facebook.....	82
4.2.8	Analisis Desain <i>Merchandise</i> .....	83
4.3	Budgeting.....	91
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP</b> .....	92
5.1	Simpulan .....	92
5.2	Saran .....	92
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....		xiii
<b>LAMPIRAN</b> .....		xvii



## DAFTAR TABEL

Table 3. 1 Obervasi Kampanye di Media Sosial Mengenai Pelestarian Hiu .....	26
Table 3. 2 Perbandingan Referensi Kampanye .....	33
Table 3. 3 Analisis SWOT .....	34
Table 4. 1 Perancangan AISAS.....	41
Table 4. 2 <i>Budgeting</i> Perancangan media AISAS.....	90



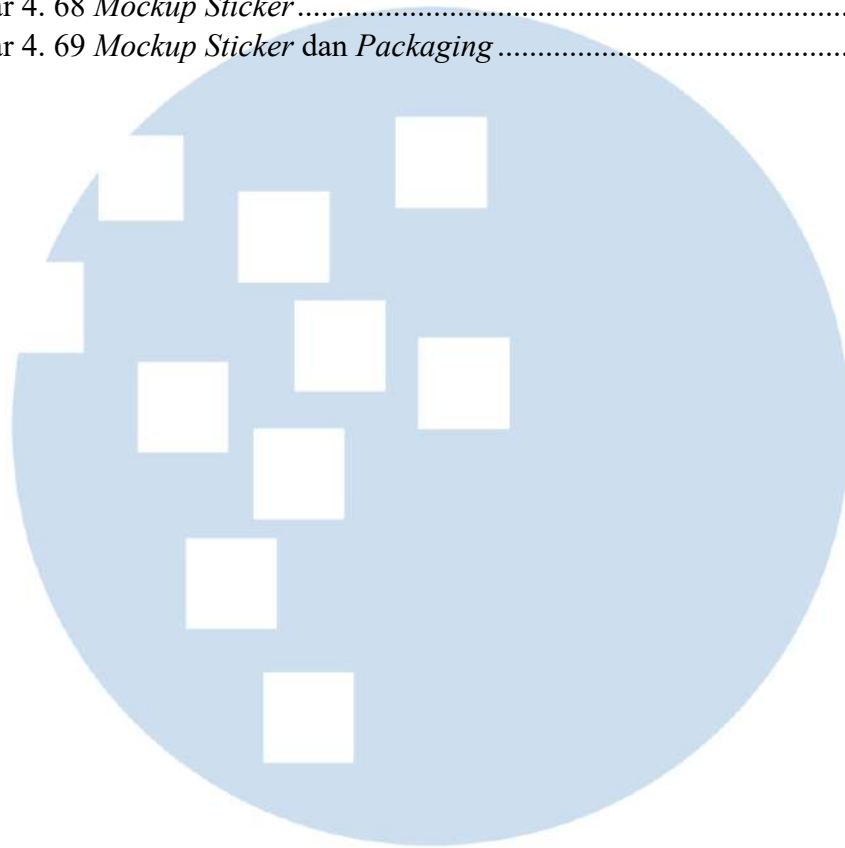
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Contoh Penggunaan Tipografi Dalam Kampanye .....	9
Gambar 2. 2 Contoh Penggunaan <i>Layout</i> Dalam Kampanye .....	10
Gambar 2. 3 Contoh Penggunaan Ilustrasi Dalam Kampanye.....	11
Gambar 2. 4 Kesatuan (Unity) .....	14
Gambar 2. 5 Keseimbangan (Balance).....	14
Gambar 2. 6 Penekanan (Emphasis) .....	15
Gambar 2. 7 Irama (Rhythm).....	16
Gambar 2. 8 <i>Single Colomn Grid</i> .....	16
Gambar 2. 9 <i>Multicolomn Grid</i> .....	17
Gambar 2. 10 <i>Modular Grid</i> .....	18
Gambar 3. 1 Wawancara Dengan Andhika Prasetyo, Ph.D. ....	23
Gambar 3. 2 Wawancara WWF Daring & Luring.....	23
Gambar 3. 3 <i>Focus Group Discussion</i> Dengan Masyarakat Urban .....	26
Gambar 3. 4 SOSharks.....	30
Gambar 3. 5 Konservasi Hiu dan Pari.....	31
Gambar 3. 6 Poster <i>Marine Conservation</i> .....	32
Gambar 3. 7 Metodologi Perancangan.....	35
Gambar 4. 1 <i>Mindmapping</i> .....	38
Gambar 4. 2 Logo Penyelenggara.....	47
Gambar 4. 3 Logo Penyelenggara.....	47
Gambar 4. 4 <i>Moodboard</i> .....	48
Gambar 4. 5 <i>Typeface</i> Cartoonic.....	49
Gambar 4. 6 <i>Typeface</i> Futura dan Futura Bold.....	49
Gambar 4. 7 <i>Typeface</i> Arial Bold Italic .....	50
Gambar 4. 8 Sketsa Identitas Kampanye .....	50
Gambar 4. 9 Alternatif <i>Logotype</i> .....	51
Gambar 4. 10 Logo Kampanye .....	51
Gambar 4. 11 Perancangan <i>Key Visual</i> 1 .....	52
Gambar 4. 12 Proses Perancangan <i>Key Visual</i> 2.....	53
Gambar 4. 13 Hasil Perancangan <i>Key Visual</i> 3.....	53
Gambar 4. 14 Proses Digitalisasi Hiu Sirip Hitam .....	54
Gambar 4. 15 Hasil Digitalisasi Hiu Sirip Hitam .....	55
Gambar 4. 16 Proses Digitalisasi Hiu Paus.....	56
Gambar 4. 17 Hasil Digitalisasi Hiu Paus.....	56
Gambar 4. 18 Proses Digitalisasi Hiu Koboi .....	57
Gambar 4. 19 Hasil Digitalisasi Hiu Koboi .....	57
Gambar 4. 20 Proses Digitalisasi Hiu Martil .....	58
Gambar 4. 21 Hasil Digitalisasi Hiu Martil .....	58
Gambar 4. 22 Proses Digitalisasi Hiu Tikus .....	59
Gambar 4. 23 Hasil Digitalisasi Hiu Tikus.....	59
Gambar 4. 24 Proses Digitalisasi Hiu Berjalan.....	60



Gambar 4. 25 Hasil Digitalisasi Hiu Berjalan.....	60
Gambar 4. 26 Proses Digitalisasi Ombak .....	60
Gambar 4. 27 Hasil Digitalisasi Ombak .....	61
Gambar 4. 28 Sketsa Poster Kasar dan Gaya <i>Layout</i> .....	61
Gambar 4. 29 Proses Perancangan Poster .....	63
Gambar 4. 30 Proses Penggunaan Grid Pada Perancangan Poster .....	64
Gambar 4. 31 Hasil Akhir Perancangan Poster <i>Attention</i> .....	65
Gambar 4. 32 Proses Perancangan Papan Iklan <i>Attention</i> .....	66
Gambar 4. 33 Hasil Akhir Perancangan Papan Iklan <i>Attention</i> .....	66
Gambar 4. 34 Hasil Akhir Perancangan X banner .....	67
Gambar 4. 35 Proses Perancangan Instagram <i>story Attention</i> .....	68
Gambar 4. 36 Hasil Akhir Perancangan Instagram <i>story Attention</i> .....	68
Gambar 4. 37 Hasil Akhir Perancangan Facebook <i>story Attention</i> .....	68
Gambar 4. 38 Proses Perancangan Papan Iklan <i>Interest</i> .....	69
Gambar 4. 39 Hasil Akhir Perancangan Papan Iklan <i>Interest</i> .....	70
Gambar 4. 40 Proses dan Hasil Akhir Perancangan <i>Signage</i> .....	70
Gambar 4. 41 Sketsa Perancangan Brosur .....	71
Gambar 4. 42 Proses Perancangan Brosur .....	71
Gambar 4. 43 Hasil Akhir Perancangan Brosur.....	71
Gambar 4. 44 Hasil Akhir Perancangan Instagram <i>story Interest</i> .....	72
Gambar 4. 45 Proses Perancangan Instagram dan Facebook <i>Search</i> .....	73
Gambar 4. 46 Hasil Akhir Perancangan Instagram dan Facebook <i>Search</i> .....	74
Gambar 4. 47 Proses Perancangan Poster <i>Action</i> .....	75
Gambar 4. 48 Hasil Akhir Perancangan Poster <i>Action</i> .....	75
Gambar 4. 49 Hasil Akhir Perancangan Instagram <i>Post Action</i> .....	76
Gambar 4. 50 Hasil Akhir Perancangan Instagram <i>Post Story Action</i> .....	77
Gambar 4. 51 Merchandise Kaos, <i>Keychain</i> , Gelang, <i>Sticker</i> , dan <i>Sticker Pack</i> Share.....	77
Gambar 4. 52 Filter Instagram <i>Story Share</i> .....	78
Gambar 4. 53 Hasil Akhir Poster <i>Attention</i> dan <i>Action</i> .....	79
Gambar 4. 54 <i>Mockup</i> Poster <i>Attention</i> dan <i>Action</i> .....	80
Gambar 4. 55 Hasil Akhir Poster Papan Iklan <i>Attention</i> dan <i>Interest</i> .....	80
Gambar 4. 56 <i>Mockup</i> Papan Iklan <i>Attention</i> dan <i>Interest</i> .....	81
Gambar 4. 57 <i>Mockup</i> X banner .....	82
Gambar 4. 58 <i>Mockup</i> Perancangan Brosur.....	83
Gambar 4. 59 <i>Mockup Signage</i> .....	84
Gambar 4. 60 <i>Mockup</i> Instagram <i>Story</i> dan <i>Feeds</i> .....	85
Gambar 4. 61 <i>Mockup</i> Instagram <i>Story</i> dan <i>Feeds Volunteer</i> .....	86
Gambar 4. 62 <i>Mockup</i> Facebook <i>Story</i> dan <i>Feeds Volunteer</i> .....	87
Gambar 4. 63 <i>Mockup Merchandise</i> Kaos Mint .....	88
Gambar 4. 64 <i>Mockup Merchandise</i> Kaos Pink.....	88
Gambar 4. 65 Ilustrasi Pada Bagian Belakang Baju .....	88
Gambar 4. 66 <i>Mockup Merchandise Keychain</i> .....	89

Gambar 4. 67 <i>Mockup Merchandise Gelang</i> .....	89
Gambar 4. 68 <i>Mockup Sticker</i> .....	90
Gambar 4. 69 <i>Mockup Sticker dan Packaging</i> .....	90

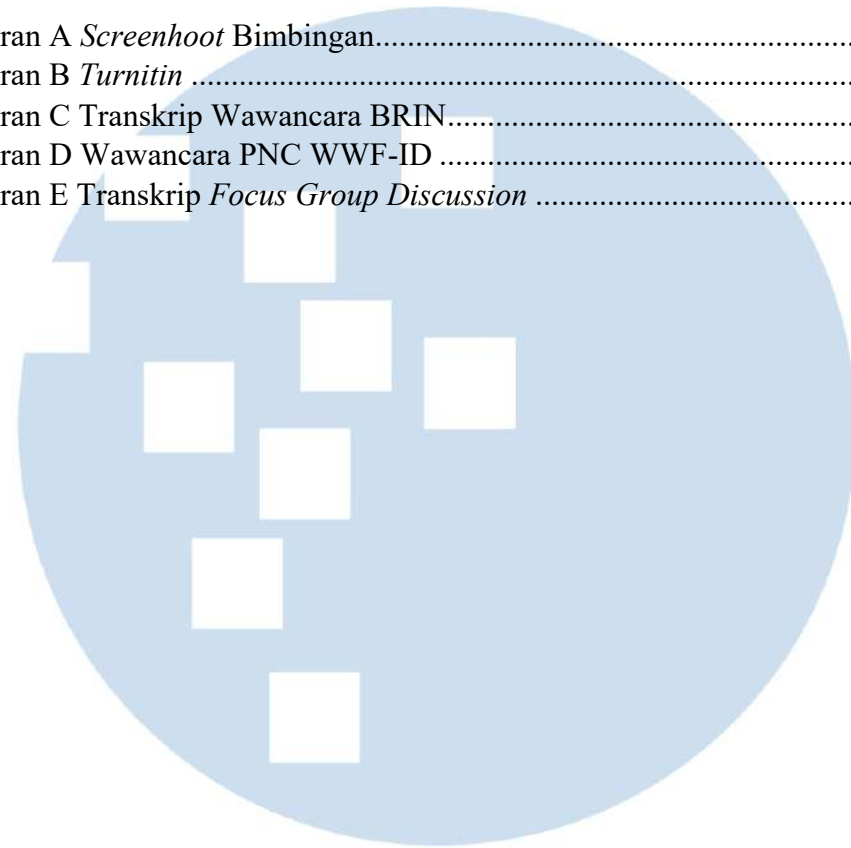


UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A <i>Screenhoot</i> Bimbingan.....	xvi
Lampiran B <i>Turnitin</i> .....	xvii
Lampiran C Transkrip Wawancara BRIN.....	xviii
Lampiran D Wawancara PNC WWF-ID .....	xxi
Lampiran E Transkrip <i>Focus Group Discussion</i> .....	xxvi



# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA