

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL
PEDULI DAN STOP KEGIATAN KONSUMSI
DAGING ANJING DI KOTA SOLO**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN TUGAS AKHIR

Rio Ferdinandus

00000042630

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

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL
PEDULI DAN STOP KEGIATAN KONSUMSI
DAGING ANJING DI KOTA SOLO**



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain (S.Ds.)

Rio Ferdinandus

00000042630

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

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Rio Ferdinandus

Nomor Induk Mahasiswa : 00000042630

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Tugas Akhir dengan judul:

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL
PEDULI DAN STOP KEGIATAN KONSUMSI
DAGING ANJING DI KOTA SOLO**

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, 28 Mei 2024



(Rio Ferdinandus)

U M 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

HALAMAN PERSETUJUAN

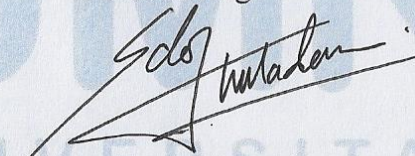
Tugas Akhir dengan judul
**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL
PEDULI DAN STOP KEGIATAN KONSUMSI
DAGING ANJING DI KOTA SOLO**

Oleh
Nama : Rio Ferdinandus
NIM : 00000042630
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

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

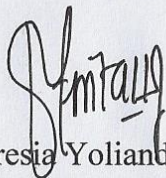
Tangerang, 20 Mei 2024

Pembimbing



Edo Tirtadarma, M.Ds.
0324128506/071279

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual



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

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul
**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL
PEDULI DAN STOP KEGLATAN KONSUMSI
DAGING ANJING DI KOTA SOLO**

Oleh


Nama : Rio Ferdinandus
NIM : 00000042630
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain


Telah diujikan pada hari Selasa, 28 Mei 2024
Pukul 15.15 s.d 16.00 dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji


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


Dr. Suwito Casande, S.Sn., M.Ds.
0330117501/081436

Pembimbing


Edo Firdarima, M.Ds.
0324128506/071279

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual


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

**HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH MAHASISWA**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rio Ferdinandus
NIM : 00000042630
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : D3/S1/S2
Judul Karya Ilmiah :

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL
PEDULI DAN STOP KEGIATAN KONSUMSI
DAGING ANJING DI KOTA SOLO**

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


(Rio Ferdinandus)

** 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 dan Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat dan karunia, dan kemuliaannya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Perancangan Kampanye Sosial Peduli dan Stop Kegiatan Konsumsi Daging Anjing”

Penulis memilih topik ini karena seiring berjalannya waktu anjing merupakan hewan peliharaan yang sangat erat hubungannya dengan manusia. Dengan begitu banyaknya kasus kekerasan pada anjing salah satunya adalah konsumsi daging anjing dalam jumlah masal. Oleh karena itu perlunya meningkatkan kepedulian dan kesadaran masyarakat Indonesia bahwa anjing adalah hewan peliharaan dan memiliki dampak buruk jika dikonsumsi.

Perancangan ini tidak dapat berjalan baik tanpa adanya bantuan, dukungan, dan doa dari berbagai pihak. Maka dari itu penulis ingin 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. Edo Tirtadarma, M.Ds., sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Dewan penguji, selaku penguji pra-sidang dan sidang akhir yang telah memberikan kritik dan masukan yang membangun.
6. Dody Hardyansah, sebagai staf dari Pejaten Shelter yang memberikan informasi serta perizinan yang berhubungan dengan topik.
7. Dr. Susana Somali, sebagai pemilik Pejaten Shelter yang telah memberikan izin untuk melakukan wawancara.

8. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
9. Nathania Bernice, S.Ds., sebagai partner yang telah membantu serta memberikan dukungan dalam perancangan tugas akhir ini.
10. Teman-teman bimbingan semester akhir, sebagai partner dan kawan seperjuangan yang membantu dan mendukung dalam perancangan tugas akhir ini.
11. Teman-teman saya, Ivan, Clarissa, Angelica, Naomi, Jocelyn, Aaron, Iban, Ido yang telah membantu dan mendukung saya dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Penulis berharap melalui laporan Tugas Akhir ini, perancangan dan penelitian yang dilakukan bisa membangun kesadaran dan kepedulian masyarakat terhadap hewan peliharaan khususnya anjing.

Tangerang, 28 Mei 2024



(Rio Ferdinandus)

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL

PEDULI DAN STOP KONSUMSI

DAGING ANJING DI KOTA SOLO

(Rio Ferdinandus)

ABSTRAK

Anjing merupakan salah satu hewan populer yang banyak dipelihara di dunia, salah satunya adalah Indonesia. Populasi anjing di Indonesia pada tahun 2019 mencapai 16 Juta ekor. Dengan jumlah populasi yang begitu banyak, timbullah beberapa dampak negatif yang terjadi selama 5 tahun belakangan ini. Salah satunya adalah konsumsi daging anjing dan pencurian anjing. Tingginya kasus konsumsi daging anjing di Kota Solo membuat hal ini sangat memprihatinkan. Yang dimana pemerintah sebenarnya sudah membuat beberapa peraturan undang-undang yang mengatur tentang pangan. Namun sayang sekali tingkat kepedulian dan kesadaran masyarakat Indonesia sangatlah kurang terhadap konsumsi daging anjing dan peraturan pemerintah yang telah dibuat. Maka dari itu, solusi yang dapat diberikan adalah dilakukannya perancangan kampanye sosial agar masyarakat Indonesia lebih peduli dan lebih sadar dalam mengkonsumsi daging anjing. Pada perancangan tugas akhir ini, penulis menggunakan metode penelitian gabungan yaitu kualitatif dan kuantitatif dengan melakukan wawancara, *Focus Group Discussion*, dan penyebaran kuesioner secara online.

Kata kunci: Kampanye Sosial, Kepedulian, Konsumsi Daging Anjing

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

SOCIAL CAMPAIGN DESIGN

CARE AND STOP CONSUMPTION

DOG MEAT IN SOLO

(Rio Ferdinandus)

ABSTRACT (English)

Dogs are one of the popular animals that are widely kept in the world, one of which is Indonesia. The dog population in Indonesia in 2019 reached 16 million. With such a large population, several negative impacts have occurred over the past 5 years. One of them is dog meat consumption and dog theft. The high rate of dog meat consumption in Solo City is a cause for concern. The government has actually made several laws and regulations governing food. Unfortunately, the level of concern and awareness of the Indonesian people is very lacking towards dog meat consumption and government regulations that have been made. Therefore, the solution that can be given is to design a social campaign so that Indonesian people are more concerned and more aware of consuming dog meat. In designing this final project, the author used a combination of qualitative and quantitative research methods by conducting interviews, Focus Group Discussions, and distributing questionnaires online.

Keywords: Social Campaign, Care, Dog Meat Consumption

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT (English)</i>	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
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 Prinsip Desain	6
2.1.2 Warna	12
2.1.3 Tipografi	23
2.1.4 <i>Grid & Layout</i>	28
2.1.5 Fotografi	31
2.1.6 Videografi	45
2.1.7 Ilustrasi	51
2.2 Kampanye	56
2.2.1 Tujuan dan Manfaat Kampanye	56
2.2.2 Jenis Kampanye	56
2.2.3 Strategi Kampanye	58
2.2.4 Media Kampanye	59

2.2.5	<i>Segmentation, Targeting, & Positioning</i>	60
2.2.6	<i>Copywriting</i>	62
2.2.7	<i>Art Directing</i>	62
2.3	Anjing	63
2.3.1	Tradisi dan Budaya Konsumsi Daging Anjing	63
2.3.2	Keterkaitan Konsumsi Daging Anjing dengan Kesehatan	63
2.3.3	Kebijakan Pemerintah Indonesia Terkait Larangan Konsumsi Daging Anjing	64
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN	66
3.1	Metodologi Penelitian	66
3.1.1	Metode Kualitatif	66
3.1.2	Metode Kuantitatif	86
3.2	Metodologi Perancangan	95
BAB IV	ANALISIS	97
4.1	Strategi Perancangan	97
4.1.1	<i>Overview</i>	97
4.1.2	<i>Strategy</i>	104
4.1.3	<i>Ideas</i>	116
4.1.4	<i>Design</i>	121
4.1.5	<i>Production</i>	127
4.1.6	<i>Implementation</i>	146
4.1.7	Bimbingan Spesialis	146
4.2	Analisis Perancangan	148
4.3	<i>Budgeting</i>	175
BAB V	PENUTUP	178
5.1	Simpulan	178
5.2	Saran	179
DAFTAR PUSTAKA	xiii
LAMPIRAN	xv

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tabel SWOT Dog Meat Free Indonesia	72
Tabel 4.1 Tabel Target Audiens	98
Tabel 4.2 Tabel Perbandingan Kompetitor	100
Tabel 4.3 Tabel Analisa SWOT	103
Tabel 4.4 Tabel Insight Brand & Audiens	104
Tabel 4.5 Tabel <i>Creative Brief</i>	106
Tabel 4.6 Tabel Startegi dan Taktik Pesan	111
Tabel 4.7 Tabel <i>Strategic Media Planning</i>	113
Tabel 4.8 Tabel <i>Media Timeline</i>	115
Tabel 4.9 Tabel <i>Media Timeline</i>	116

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Contoh Desain dalam Berbagai Format	6
Gambar 2.2 Simetri	7
Gambar 2.3 Asimetri	7
Gambar 2.4 Radial	8
Gambar 2.5 <i>Emphasis by Isolation</i>	8
Gambar 2.6 <i>Emphasis by Placement</i>	9
Gambar 2.7 <i>Emphasis by Scale</i>	9
Gambar 2.8 <i>Emphasis by Contrast</i>	9
Gambar 2.9 <i>Emphasis by Direction</i>	10
Gambar 2.10 Contoh Ritme dalam Desain	10
Gambar 2.11 Contoh Kesatuan dalam Desain	11
Gambar 2.12 Prinsip Desain Presepsi Visual	12
Gambar 2.13 <i>Hue, Value, dan Saturation</i>	13
Gambar 2.14 Contoh Penggunaan Warna RGB dan CMYK	13
Gambar 2.15 <i>Color Temperature</i>	14
Gambar 2.16 Skema Warna Monokromatik	15
Gambar 2.17 Skema Warna <i>Analogus</i>	15
Gambar 2.18 Skema Warna Komplementer	16
Gambar 2.19 Skema Warna <i>Split Complementary</i>	16
Gambar 2.20 Skema Warna <i>Triadic</i>	17
Gambar 2.21 Skema Warna <i>Tetradic</i>	17
Gambar 2.22 Contoh Penggunaan Warna Merah	18
Gambar 2.23 Contoh Penggunaan Warna Kuning	19
Gambar 2.24 Contoh Penggunaan Warna Biru	19
Gambar 2.25 Contoh Penggunaan Warna Hijau	20
Gambar 2.26 Contoh Penggunaan Warna Ungu	20
Gambar 2.27 Contoh Penggunaan Warna Jingga	21
Gambar 2.28 Contoh Penggunaan Warna Hitam	21
Gambar 2.29 Contoh Penggunaan Warna Putih	22
Gambar 2.30 Contoh Penggunaan Warna Abu-Abu	22
Gambar 2.31 Contoh Penggunaan Warna Emas	23
Gambar 2.32 Penerapan Jenis huruf <i>Old Style</i>	24
Gambar 2.33 Penerapan Jenis huruf <i>Transitional</i>	24
Gambar 2.34 Penerapan Jenis huruf <i>Modern</i>	25
Gambar 2.35 Penerapan Jenis huruf <i>Slab Serif</i>	25
Gambar 2.36 Penerapan Jenis huruf <i>Sans Serif</i>	26
Gambar 2.37 Penerapan Jenis huruf <i>Blackletter</i>	26
Gambar 2.38 Penerapan Jenis huruf <i>Script</i>	27
Gambar 2.39 Penerapan Jenis huruf <i>Display</i>	27
Gambar 2.40 Anatomi Huruf	28
Gambar 2.41 Anatomi <i>Grid</i>	30

Gambar 2.42 Contoh Penggunaan <i>Single-Column Grid</i>	30
Gambar 2.43 Contoh Penggunaan <i>Multi Column Grid</i>	31
Gambar 2.44 Contoh Penggunaan <i>Modular Grid</i>	31
Gambar 2.45 Penggunaan Komposisi Simetri	32
Gambar 2.46 Penggunaan Komposisi Radial.....	33
Gambar 2.47 Penggunaan Komposisi Diagonal	33
Gambar 2.48 Penggunaan Komposisi <i>Overlapping</i>	34
Gambar 2.49 Penggunaan Komposisi <i>The Golden Spiral</i>	34
Gambar 2.50 Penggunaan Komposisi <i>Tall crop</i>	35
Gambar 2.51 Penggunaan Komposisi <i>Letterbox</i>	35
Gambar 2.52 Penggunaan Komposisi <i>Framing</i>	36
Gambar 2.53 Penggunaan Komposisi <i>Geometric</i>	36
Gambar 2.54 Penggunaan Komposisi <i>Massed Patterns</i>	37
Gambar 2.55 Eye Angle pada Fotografi	37
Gambar 2.56 <i>High Angle</i> pada Fotografi	38
Gambar 2.57 <i>Low Angle</i> pada Fotografi	38
Gambar 2.58 <i>Bird Eye Angle</i> pada Fotografi	39
Gambar 2.59 <i>Frog Eye Angle</i> pada Fotografi	39
Gambar 2.60 Contoh Pengambilan <i>Extreme Close-up Shot</i>	46
Gambar 2.61 Contoh Pengambilan <i>Big Close-up Shot</i>	46
Gambar 2.62 Contoh Pengambilan <i>Close-up Shot</i>	47
Gambar 2.63 Contoh Pengambilan <i>Medium Close-up Shot</i>	47
Gambar 2.64 Contoh Pengambilan <i>Medium Shot</i>	48
Gambar 2. 65 Contoh Pengambilan <i>Knee Shot</i>	48
Gambar 2.66 Contoh Pengambilan <i>Full Shot</i>	49
Gambar 2.67 Contoh Pengambilan <i>Long Shot</i>	49
Gambar 2.68 Contoh Pengambilan <i>One Shot</i>	50
Gambar 2.69 Contoh Pengambilan <i>Two Shot</i>	50
Gambar 2.70 Jenis Ilustrasi <i>Caricature</i>	52
Gambar 2.71 Jenis Ilustrasi <i>Cartoon</i>	53
Gambar 2.72 Jenis Ilustrasi <i>Character</i>	53
Gambar 2.73 Jenis Ilustrasi <i>Comic</i>	54
Gambar 2.74 Jenis Ilustrasi <i>Conceptual</i>	54
Gambar 2.75 Jenis Ilustrasi <i>Doodle</i>	55
Gambar 2.76 Jenis Ilustrasi <i>Hyperrealism</i>	55
Gambar 2.77 Contoh <i>Product Campaign</i>	57
Gambar 2.78 Contoh <i>Candidate Campaign</i>	57
Gambar 2.79 Contoh <i>Cause-Oriented Campaign</i>	58
Gambar 2.80 Model AISAS	58
Gambar 3.1 Dokumentasi Wawancara bersama Dody	67
Gambar 3.2 Dokumentasi Wawancara bersama Kristianto	69
Gambar 3.3 Dokumentasi Wawancara bersama Bagus	71
Gambar 3.4 Dokumentasi Wawancara bersama Pecinta Anjing A.....	72

Gambar 3.5 Dokumentasi Wawancara bersama Pecinta Anjing B.....	73
Gambar 3.6 Dokumentasi Wawancara bersama Pecinta Anjing C.....	74
Gambar 3.7 Dokumentasi Wawancara bersama warga Solo A	74
Gambar 3.8 Dokumentasi Wawancara bersama Warga Solo B.....	76
Gambar 3.9 Tempat Makan Penjual Daging Anjing ke 1	79
Gambar 3.10 Tempat Makan Penjual Daging Anjing ke 2.....	79
Gambar 3.11 Dokumentasi FGD melalui Zoom	81
Gambar 3.12 Kampanye yang Dilakukan oleh DMFI	82
Gambar 3.13 Kampanye “Dog”	85
Gambar 3.14 Kampanye “Animal Advice – Covid19”	86
Gambar 3.15 <i>Pie Chart</i> Pekerjaan Responden.....	88
Gambar 3.16 <i>Pie Chart</i> Kepemilikan Anjing Responden.....	88
Gambar 3. 17 Presentase Kasus Kehilangan Anjing.....	89
Gambar 3.18 <i>Pie Chart</i> Pengetahuan Responden terkait.....	90
Gambar 3.19 <i>Pie Chart</i> Pandangan Responden.....	90
Gambar 3.20 Pernyataan Responden terhadap.....	91
Gambar 3.21 Presentase Responden terkait	91
Gambar 3.22 <i>Pie chart</i> Pengetahuan Responden	92
Gambar 3. 23 <i>Pie chart</i> Minat Responden.....	92
Gambar 3.24 Bentuk Dukungan Responden	93
Gambar 3.25 Presentase Responden Terhadap	93
Gambar 3.26 Presentase Responden Terhadap	94
Gambar 4.1 <i>Mindmap</i>	117
Gambar 4.2 <i>Moodboard Visual</i>	118
Gambar 4.3 <i>Font</i> Yang Digunakan Pada Perancangan.....	119
Gambar 4.4 Warna Yang Digunakan Pada Perancangan.....	119
Gambar 4.5 <i>Headline</i> Yang Digunakan Pada Perancangan.....	120
Gambar 4.6 Alternatif <i>Hastag</i>	120
Gambar 4. 7Alternatif Nama Kampanye	121
Gambar 4.8 Sketsa Alternatif Identitas Kampanye.....	122
Gambar 4.9 Finalisasi Logo Kampanye.....	122
Gambar 4.10 Sketsa Alternatif <i>Key Visual</i>	123
Gambar 4. 11 <i>Diagram Lighting Keyvisual</i>	124
Gambar 4.12 Proses Perancangan Foto <i>Keyvisual</i>	124
Gambar 4. 13 Proses <i>Editing Keyvisual</i> di <i>Adobe Lightroom</i>	125
Gambar 4. 14 Proses <i>Editing Keyvisual</i> di <i>Adobe Photoshop</i>	125
Gambar 4. 15 Hasil Akhir Foto Untuk <i>Keyvisual</i>	126
Gambar 4.16 Proses <i>Layouting</i> Di <i>Adobe Photoshop</i>	127
Gambar 4.17 Hasil Akhir <i>Keyvisual</i> dan <i>Series Ads</i>	127
Gambar 4.18 Proses <i>Editing</i> dan Penggunaan <i>Grid</i> Pada Goscreen.....	128
Gambar 4.19 Hasil Desain Akhir Goscreen	129
Gambar 4.20 Proses <i>Editing</i> dan Penggunaan <i>Grid Twitterthreads</i>	129
Gambar 4.21 Hasil Desain Akhir <i>Twitter Threads</i>	130

Gambar 4.22 Proses Editing dan Penggunaan <i>Grid</i> Instagram Feeds Ads	130
Gambar 4.23 Hasil Akhir Desain Feeds Ads.....	131
Gambar 4.24 Proses <i>Editing</i> dan Penggunaan Grid Pada Story Ads.....	131
Gambar 4.25 Hasil Akhir Desain Story Ads	132
Gambar 4.26 Proses <i>Editing</i> dan Penggunaan Grid pada Feeds	132
Gambar 4.27 Hasil Akhir Desain Feeds.....	133
Gambar 4.28 <i>Information Architecture</i> untuk <i>Microsite</i>	133
Gambar 4.29 Proses <i>Editing</i> dan Penggunaan <i>Grid</i> Pada <i>Microsite</i>	134
Gambar 4.30 Hasil Akhir Desain <i>Microsite</i>	134
Gambar 4.31 Proses <i>Editing</i> dan Penggunaan <i>Grid</i> Pada Spotify	135
Gambar 4.32 Hasil Desain Akhir Spotify	135
Gambar 4.33 <i>Content Plan</i> Instagram Feeds Search	136
Gambar 4.34 Proses <i>Editing</i> dan Penggunaan <i>Grid</i> Pada Instagram.....	136
Gambar 4.35 Berikut Merupakan Hasil Desain Akhir Instagram Feeds Search	137
Gambar 4.36 Proses <i>Editing</i> dan Penggunaan Grid Youtube Channel.....	137
Gambar 4.37 Hasil Akhir Desain Youtube Channel.....	138
Gambar 4.38 Proses <i>Editing</i> dan Penggunaan <i>Grid Advertorial Ads</i>	138
Gambar 4.39 Hasil Akhir Desain <i>Advertorial Ads</i>	139
Gambar 4.40 Proses <i>Editing</i> dan Penggunaan <i>Grid Flyer</i>	139
Gambar 4.41 Hasil Desain Akhir Flyer.....	140
Gambar 4.42 Proses <i>Editing</i> dan Penggunaan <i>Grid Facebook Community</i>	140
Gambar 4.43 Hasil Desain Akhir Facebook Community	141
Gambar 4.44 Proses Editing dan Penggunaan Grid dan Backdrop Panggung....	141
Gambar 4.45 Hasil Akhir Desain Backdrop Panggung	142
Gambar 4.46 Hasil Desain Akhir <i>Booth Registration Event</i>	142
Gambar 4.47 Hasil Desain T-Shirt.....	143
Gambar 4.48 Proses <i>Editing</i> dan Penggunaan <i>Grid Instagram Action</i>	143
Gambar 4.49 Hasil Akhir Desain Instagram Action	144
Gambar 4.50 Proses <i>Editing</i> dan Penggunaan Grid Pada Twibbon.....	144
Gambar 4.51 Hasil Akhir Desain Twibbon Instagram	145
Gambar 4.52 Hasil Akhir Desain <i>Merchandise</i>	145
Gambar 4.53 Dokumentasi Bimbingan Spesialis	146
Gambar 4.54 <i>Keyvisual</i> Sebelum Direvisi	147
Gambar 4.55 Hasil <i>Keyvisual</i> Setelah direvisi.....	147
Gambar 4. 56 Hasil <i>Beta Test</i> Visual Pada Kampanye.....	149
Gambar 4. 57 Hasil <i>Beta Test</i> Kritik dan Saran Mengenai Visual.....	149
Gambar 4. 58 Hasil <i>Beta Test</i> Pesan Kampanye.....	150
Gambar 4. 59 Hasil <i>Beta Test</i> Media Kampanye.....	150
Gambar 4. 60 Insight Audiens Terkait <i>Beta Test</i>	151
Gambar 4.61 Hasil Akhir Desain Goscreen.....	152
Gambar 4. 62 Hasil Penggunaan Desain Goscreen Pada Mockup.....	153
Gambar 4.63 Hasil Akhir Desain untuk Twitter <i>Threads</i>	154

Gambar 4.64 Hasil Desain Yang Telah diaplikasikan Pada Mockup Twitter <i>Threads</i>	155
Gambar 4.65 Hasil Akhir Desain Instagram Feeds <i>Ads</i>	156
Gambar 4.66 Hasil Mengaplikasikan Desain Pada Mockup Instagram Feeds <i>Ads</i>	156
Gambar 4.67 Hasil Desain Akhir Instagram Story <i>Ads</i>	157
Gambar 4.68 Hasil Pengaplikasian Desain Pada Mockup	158
Gambar 4.69 Hasil Akhir Desain Instagram Feeds <i>Attention & Interest</i>	158
Gambar 4. 70 Mockup Instagram Feeds <i>Attention & Interest</i>	159
Gambar 4. 71 Hasil Desain Akhir <i>Microsite</i>	160
Gambar 4. 72 Mockup <i>Microsite</i>	160
Gambar 4.73 Hasil Akhir Desain Spotify <i>Desktop Overlay</i>	161
Gambar 4. 74 Hasil Akhir Desain Spotify <i>Mobile Overlay</i>	161
Gambar 4. 75 Hasil Akhir Desain Spotify <i>Podcast</i>	162
Gambar 4. 76 Mockup Spotify.....	162
Gambar 4. 77 Hasil Akhir Desain Instagram Feeds <i>Search</i>	163
Gambar 4. 78 Mockup Instagram Feeds Pada Tahapan <i>Search</i>	163
Gambar 4. 79 Hasil Akhir Desain Thumbnail Youtube.....	164
Gambar 4.80 Hasil Akhir Desain <i>Banner</i> Youtube	164
Gambar 4.81 Mockup Youtube <i>Channel</i>	165
Gambar 4.82 Hasil Akhir Desain <i>Advertorial Ads</i>	165
Gambar 4.83 Mockup <i>Advertorial Ads</i>	166
Gambar 4.84 Hasil Akhir Desain <i>Flyer Event</i>	167
Gambar 4.85 Mockup <i>Flyer Event</i>	167
Gambar 4. 86 Hasil Akhir Desain Facebook <i>Banner Feeds</i>	168
Gambar 4.87 Hasil Akhir Desain Facebook Header	168
Gambar 4.88 Mockup Facebook <i>Community</i>	169
Gambar 4.89 Hasil Akhir Desain <i>Backdrop Panggung</i>	169
Gambar 4.90 Mockup <i>Backdrop Panggung</i>	170
Gambar 4.91 Mocuk <i>Booth Event Registration</i>	171
Gambar 4.92 Mockup T-Shirt.....	172
Gambar 4. 93 Hasil Akhir Desain Instagram Feeds Pada Tahap <i>Action</i>	172
Gambar 4.94 Mockup Instagram Feeds Pada Tahap <i>Action</i>	173
Gambar 4.95 Hasil Desain Akhir Twibbon Instagram.....	174
Gambar 4.96 Mockup Instagram Twibbon	174
Gambar 4.97 Mockup <i>Merchandise</i>	175

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Berita Acara Pembimbingan.....	xv
Lampiran B Hasil Turnitin	xvii
Lampiran C Form Kuesioner	xxi
Lampiran D Transkrip Wawancara dengan Pejabat Shelter	xxvi
Lampiran E Transkrip Wawancara dengan Mantan Penjual Daging Anjing.....	xxix
Lampiran F Transkrip Wawancara dengan Aktifis DMFI & Breeder	xxx
Lampiran G Transkrip Wawancara dengan Pecinta Anjing A.....	xxxii
Lampiran H Transkrip Wawancara dengan Pecinta Anjing B.....	xxxiv
Lampiran I Transkrip Wawancara dengan Pecinta Anjing C	xxxvi
Lampiran J Transkrip Wawancara dengan Warga Kota Solo A.....	xxxviii
Lampiran K Transkrip Wawancara dengan Warga Kota Solo B.....	xl

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA