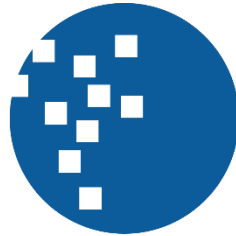


**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL
UNTUK MEMINIMALISIR DAMPAK NEGATIF GOSIP
BAGI REMAJA USIA 17—21 TAHUN**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN TUGAS AKHIR

Gechelle Angellique Agusta

0000042688

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

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL
UNTUK MEMINIMALISIR DAMPAK NEGATIF GOSIP
BAGI REMAJA USIA 17—21 TAHUN**



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain (S.Ds.)

Gechelle Angellique Agusta

00000042688

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

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Gechelle Angellique Agusta

Nomor Induk Mahasiswa : 00000042688

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Tugas akhir dengan judul:

PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL UNTUK MEMINIMALISIR DAMPAK NEGATIF GOSIP BAGI REMAJA USIA 17—21 TAHUN

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



(Gechelle Angellique Agusta)

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 UNTUK MEMINIMALISIR
DAMPAK NEGATIF GOSIP BAGI REMAJA USIA 17—21 TAHUN**

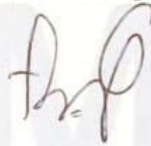
Oleh

Nama : Gechelle Angellique Agusta
NIM : 00000042688
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

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

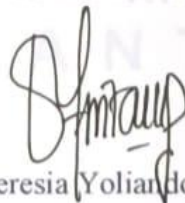
Tangerang, 11 Juni 2024

Pembimbing



Dr. Ratna Cahaya, S.Sos., M.Ds.
0324087506/023899

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual



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

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL UNTUK MEMINIMALISIR DAMPAK NEGATIF GOSIP BAGI REMAJA USIA 17—21 TAHUN

Oleh
Nama : Gechelle Angellique Agusta
NIM : 00000042688
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Selasa, 28 Mei 2024
Pukul 09.45 s.d 10.30 dan dinyatakan
LULUS

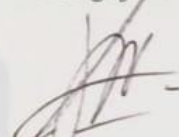
Dengan susunan pengujian sebagai berikut.

Ketua Sidang



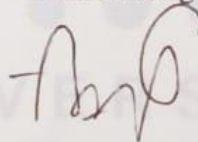
Adhreza Brahma, M.Ds.
0304088702/042750

Penguji



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

Pembimbing



Dr. Ratna Cahaya, S.Sos., M.Ds.
0324087506/023899

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 : Gechelle Angellique Agusta
NIM : 00000042688
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : D3/S1/S2
Judul Karya Ilmiah :

PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL UNTUK MEMINIMALISIR DAMPAK NEGATIF GOSIP BAGI REMAJA USIA 17—21 TAHUN

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



Gechelle Angellique Agusta

** 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 kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat, berkat, serta karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir yang berjudul “Perancangan Kampanye Sosial untuk Meminimalisir Dampak Negatif Gosip Bagi Remaja Usia 17—21 Tahun” pada periode semester genap 2023 – 2024 dengan hasil yang maksimal dan sesuai dengan tenggat waktu yang telah ditentukan.

Topik mengenai gosip diangkat oleh penulis, karena penulis menyadari bahwa fenomena gosip dikalangan masyarakat seringkali terjadi. Namun, seringkali masyarakat mengesampingkan dampak negatif dari gosip dengan tetap meresponi gosip secara negatif. Fakta yang menunjukkan bahwa manusia tidak bisa lepas dari adanya gosip juga mendukung banyaknya masyarakat yang melakukan gosip. Maka dari itu penulis ingin membuat kampanye yang akan mengingatkan dan menumbuhkan pola pikir untuk tidak langsung percaya dengan gosip negatif. Supaya dapat meminimalisir dampak negatif dari gosip.

Tidak lupa penulis juga berterima-kasih karena telah mendapatkan banyak dukungan dan bantuan dari dosen, narasumber, dan keluarga, sebagai berikut:

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. Ratna Cahaya, S.Sos., M.Ds., sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Sonny Tirta Luzanil M.Psi., Psikolog, dari Universitas Multimedia Nusantara sebagai narasumber yang telah bersedia untuk meluangkan waktunya.

6. Priskila Filothea Putri, Syntia Elsa Manora Simarmarta, Caristha Hazellia Putri, dan Andreas Alexander sebagai partisipan yang bersedia untuk meluangkan waktunya untuk diwawancarai.
7. Partisipan FGD yang sudah bersedia meluangkan waktunya untuk berdiskusi bersama dalam topik perancangan TA, yaitu Kylie Christalyn, Abigail Angeline, Ryan Adrian, Christopher Alexander, Sheline Eve Tyrone, Angelica Evelyn Tanlim, Vinnie Tanica, Enricia Aurelva Darian, dan Audrey Etantyo.
8. Keluarga besar penulis yang terus memberikan bantuan dukungan semangat dan motivasi, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Semoga laporan ini dapat membantu mahasiswa untuk meresponi gosip dengan lebih bijaksana dan dapat meminimalisir dampak negatif gosip, menjadi referensi bagi mahasiswa khususnya program Desain Komunikasi Visual dalam mempelajari proses pembuatan desain media informasi, serta menjadi referensi mahasiswa lain yang sedang melakukan penelitian dengan topik serupa.

Tangerang, 11 Juni 2024



Gechelle Angellique Agusta

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL UNTUK
MEMINIMALISIR DAMPAK NEGATIF GOSIP
BAGI REMAJA USIA 17—21 TAHUN**

(Gechelle Angellique Agusta)

ABSTRAK

Gossip merupakan salah satu alat komunikasi yang seringkali digunakan. Gossip negatif seringkali didengar pada obrolan sehari-hari. Sayangnya terdapat beberapa dampak negatif seperti depresi, keinginan bunuh diri, perundungan, rasa kesepian, dan dapat menghambat karir subjek gossipnya. Meskipun dampak gossip cukup mengerikan, namun banyak remaja yang melakukan aktivitas gossip dengan meresponinya secara reaktif. Akibatnya, masalah menjadi semakin rumit dan tidak kunjung mendapatkan solusi. Oleh karena itu, penulis membuat sebuah kampanye sosial untuk mengingatkan dan mengajarkan remaja untuk melakukan validasi gossip terlebih dahulu, sebelum merespon secara negatif. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kualitatif melalui teknik wawancara, *FGD*, studi eksisting dan kuesioner *online*. Dari hasil penelitian ini didapatkan beberapa perspektif baru mengenai gossip dan cara meresponi gossip dengan lebih netral. Kesimpulan dari penelitian ini adalah Remaja sebagai makhluk sosial tidak bisa dipisahkan dari adanya komunikasi yang merupakan sumber terciptanya gossip. Maka dari itu, diperlukan penanaman pengetahuan cara meresponi gossip dengan bijaksana, supaya meminimalisir kerugian yang dirasakan orang lain.

Kata kunci: Gossip, Remaja, Kampanye Sosial

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DESIGNING SOCIAL CAMPAIGN
TO MINIMIZE THE NEGATIVE IMPACT OF GOSSIP
FOR TEENAGERS AGED 17-21 YEARS

(Gechelle Angellique Agusta)

ABSTRACT (English)

Gossip is one of the most frequent means of communication. Negative gossip is often heard in everyday speech. Unfortunately there are some negative effects such as depression, suicide, abuse, loneliness, and may stuntangle his subject's career. While the effects of gossip are frightening, yet many who engage in gossip activity respond reactively. As a result, problems become more complex and fail to find solutions. Thus, the authors create a social campaign to remind and teach youth to validate gossip first, before responding negatively. The methods of data collection used are qualitative through interview techniques, FGD, existing studies and online questionnaires. This study has yielded some new perspectives on gossip and how to respond more neutral to the gossip. The conclusion of the study is that adolescents as social creatures are inseparable from communication based on gossip. Therefore, it takes an implanting of knowledge how to act wisely in order to minimize the damage that others feel.

Keywords: *Gossip, Teenagers, Social Campaign*



DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iiiv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA	v
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT (English)</i>	ixx
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xivv
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah.....	3
1.4 Tujuan Tugas Akhir	5
1.5 Manfaat Tugas Akhir	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Desain Grafis.....	6
2.1.1 Tipografi	6
2.1.2 Sistem <i>Grid</i>	10
2.1.3 Psikologi Warna.....	13
2.1.4 Metafora Visual	16
2.1.5 Logo.....	17
2.1.6 Ilustrasi	18
2.2 Kampanye	22
2.2.1 Prinsip Kampanye	22
2.2.2 Durasi Kampanye	23
2.2.3 Pendekatan Kampanye	24
2.2.4 Strategi Penyampaian Pesan	25
2.2.5 Strategi AISAS	25

2.3	Media Digital Interaktif	26
2.3.1	<i>User Experience</i>	30
2.3.2	<i>User Interface</i>	31
2.4	Character Design	34
2.5	Gossip	41
2.5.1	Topik dalam Gossip	42
2.5.2	Saluran dalam Gossip	42
2.5.3	Motivasi Gossip	43
2.5.4	Fungsi Gossip	45
2.5.5	Struktur Gossip	47
2.6	Gossip Negatif	50
2.6.1	Remaja dan Gossip Negatif	50
2.6.2	Emosi dari Gossip Negatif	52
2.6.3	Dampak Buruk dari Gossip Negatif	55
2.7	Bijaksana dalam Meresponi Gossip Negatif	57
2.7.1	Cara Meresponi Gossip Negatif	58
2.7.2	Merespon Gossip Negatif dengan Penolakan Halus	59
2.7.3	Etika dalam Melakukan Gossip	60
2.8	Hubungan Teori Maslow dan Gossip Negatif	63
BAB III METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN		66
3.1	Metodologi Penelitian	66
3.1.1	Data Kualitatif	66
3.1.2	Data Kuantitatif	82
3.1.3	Kesimpulan	89
3.2	Metodologi Perancangan	91
BAB IV STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN		93
4.1	Strategi Perancangan	93
4.1.1	<i>Overview</i>	93
4.1.2	<i>Strategy</i>	97
4.1.3	<i>Ideas</i>	105
4.1.4	<i>Design</i>	110
4.1.5	<i>Production</i>	139

4.1.6	<i>Implementation</i>	143
4.1.7	<i>Analisis Alpha Test</i>	144
4.2	Analisis Perancangan	150
4.2.1	<i>Analisis Beta Test</i>	151
4.2.2	<i>Analisis Desain Mobile Website</i>	156
4.2.3	<i>Analisis Desain Karakter pada Life-Size Standee</i>	168
4.2.4	<i>Analisis Metafora Visual Pamflet</i>	169
4.2.5	<i>Analisis Layout Taplak Meja</i>	170
4.2.6	<i>Analisis Desain Instagram Post</i>	171
4.2.7	<i>Analisis Merchandise dan Sticker Chat</i>	173
4.3	<i>Budgeting</i>	176
BAB V	PENUTUP	178
5.1	Simpulan	178
5.2	Saran	179
DAFTAR PUSTAKA	xvi
LAMPIRAN	xx



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tabel Data Usia berdasarkan Domisili Responden.....	83
Tabel 4.1 Tabel Data Kesimpulan Hasil Pengumpulan Data	94
Tabel 4.2 Tabel Segmentasi Target.....	95
Tabel 4.3 Tabel <i>Creative Brief</i>	97
Tabel 4.4 Tabel Strategi dan Taktik	100
Tabel 4.5 Tabel Perencanaan Media.....	101
Tabel 4.6 Tabel Ide Nama Kampanye.....	111
Tabel 4.7 Tabel <i>Timeline</i> kampanye.....	142
Tabel 4.8 Tabel Analisis Visual.....	145
Tabel 4.9 Tabel Analisis Konten	146
Tabel 4.10 Tabel Analisis Interaktivitas.....	147
Tabel 4.11 Tabel Analisis Perasaan Pengguna	148
Tabel 4.12 Tabel <i>Budgeting</i>	176



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Serif</i>	7
Gambar 2.2 <i>Sans Serif</i>	7
Gambar 2.3 <i>Slab Serif</i>	8
Gambar 2.4 <i>Blackletter</i>	9
Gambar 2.5 <i>Script</i>	9
Gambar 2.6 <i>Display</i>	10
Gambar 2.7 <i>Single-Column Grid</i>	11
Gambar 2.8 <i>Multicolumn Grids</i>	12
Gambar 2.9 <i>Modular Grids</i>	13
Gambar 2.10 Contoh-contoh logo.....	17
Gambar 2.11 Jejak Proklamasi Kemerdekaan Indonesia Tahun 1945.....	18
Gambar 2.12 Propaganda <i>Stop Hoax</i>	19
Gambar 2.13 Desain kemasan Teh 63 Jawa Oolong Natural.....	20
Gambar 2.14 Contoh komik <i>Kimetsu No Yaiba</i>	20
Gambar 2.15 Ilustrasi yang berisi kritikan.....	21
Gambar 2.16 AISAS	25
Gambar 2.17 <i>Kiosk</i> McDonald's.....	26
Gambar 2.18 <i>Website</i> Shopee	27
Gambar 2.19 Contoh Aplikasi.....	27
Gambar 2.20 <i>Genshin Impact</i>	28
Gambar 2.21 Pameran Seni Karya teamLab	28
Gambar 2.22 Echo Dot Amazon	29
Gambar 2.23 Contoh <i>Chunking</i>	30
Gambar 2.24 Contoh <i>von Restorff Effect</i>	30
Gambar 2.25 Contoh <i>Emphasize by de-emphasizing</i>	31
Gambar 2.26 Contoh <i>Combine labels & values</i>	32
Gambar 2.27 Contoh <i>Supercharge the defaults</i>	32
Gambar 2.28 Contoh <i>Prevent background bleed</i>	33
Gambar 2.29 Lingkaran, persegi, dan segitiga.....	33
Gambar 2.30 Bentuk dasar persegi pada desain karakter	34
Gambar 2.31 Saran dalam menggunakan bentuk dasar persegi.....	34
Gambar 2.32 Bentuk dasar segitiga pada desain karakter.....	35
Gambar 2.33 Saran dalam menggunakan bentuk dasar segitiga.....	35
Gambar 2.34 Bentuk dasar lingkaran pada desain karakter	36
Gambar 2.35 Saran dalam menggunakan bentuk dasar lingkaran	36
Gambar 2.36 Kartun <i>Baby Bus</i>	38
Gambar 2.37 Kartun <i>Sofia the First</i>	38
Gambar 2.38 Kartun <i>Elena of Avalor</i>	39

Gambar 2.39 <i>Arietty</i>	40
Gambar 2.40 Saluran Gosip dan fungsinya.....	41
Gambar 2.41 Gosip berdasarkan impresi	42
Gambar 2.42 Gosip berdasarkan kebutuhan validasi informasi.....	43
Gambar 2.43 Gosip berdasarkan emosinya.....	44
Gambar 2.44 Piramida kebutuhan Maslow	62
Gambar 3.1 Foto Bersama Psikolog Sonny (23/02/2024)	66
Gambar 3.2 Foto Bersama Mahasiswa Priskila (31/01/2024)	69
Gambar 3.3 Foto Bersama Mahasiswa Elsa (25/02/2024).....	71
Gambar 3.4 Foto Bersama saat <i>FGD</i> 1 (25/02/2024)	73
Gambar 3.5 Foto Bersama saat <i>FGD</i> 2 (30/03/2024)	75
Gambar 3.6 Unggahan Cara Menghindari Gosip dan menjadi lebih Asertif.....	77
Gambar 3.7 Lima cara menghindari kebiasaan bergosip di kantor.....	78
Gambar 3.8 Lima <i>tips</i> untuk menghindari gosip di kantor	79
Gambar 3.9 Cara mengurangi gosip.....	80
Gambar 3.10 <i>Chart</i> mengenai persepsi gosip dan seberapa sering gosip negatif. 81	
Gambar 3.11 <i>Chart</i> mengenai sisi positif dari gosip.....	81
Gambar 3.12 <i>Chart</i> mengenai cara meresponi gosip yang bijaksana	82
Gambar 3.13 <i>Chart</i> respons responden pada gosip negatif dan akibatnya	84
Gambar 3.14 <i>Chart</i> dampak gosip negatif pada subjek gosip	84
Gambar 3.15 <i>Chart</i> jumlah responden yang pernah menjadi subjek gosip	84
Gambar 3.16 Topik gosip.....	85
Gambar 3.17 Seberapa sering media tentang meresponi gosip yang bijak.....	86
Gambar 3.18 Preferensi perangkat pengguna	86
Gambar 4.1 <i>User persona</i>	94
Gambar 4.2 Logo Kominfo.....	97
Gambar 4.3 <i>User journey</i>	101
Gambar 4.4 <i>Mind ap</i>	103
Gambar 4.5 <i>Moodboard</i>	105
Gambar 4.6 <i>Stylescapes</i>	105
Gambar 4.7 Metafora Klarifikasi	106
Gambar 4.8 <i>Poppins</i>	107
Gambar 4.9 Sketsa Logo Chip Chat.....	108
Gambar 4.10 Sketsa Supergrafis	109
Gambar 4.11 Hasil Akhir Logo dan Supergrafis	113
Gambar 4.12 Referensi ilustrasi karakter.....	113
Gambar 4.13 Foto orang melakukan gosip	114
Gambar 4.14 Sketsa dan hasil desain karakter.....	114
Gambar 4.15 Referensi keripik pedas dan bungkus keripiknya.....	115
Gambar 4.16 Sketsa dan hasil keripik dan cabe.....	116

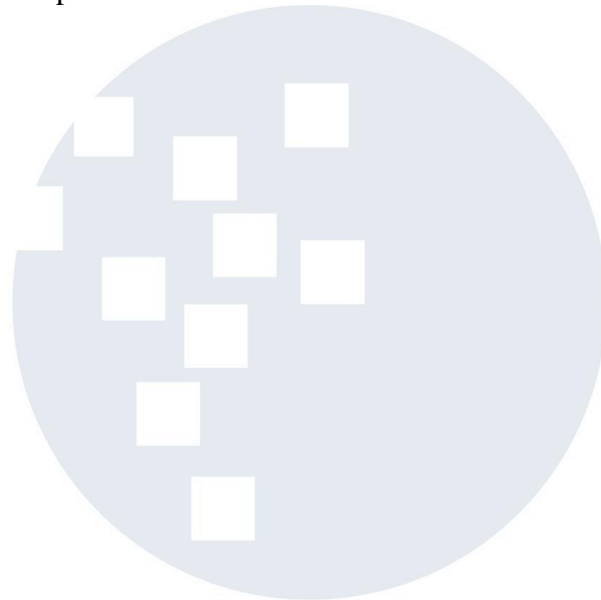
Gambar 4.17 Sketsa dan hasil bungkus keripik	116
Gambar 4.18 Sketsa <i>layout</i> dan hasil <i>key visual</i>	117
Gambar 4.19 Sketsa dan hasil <i>life-size standee</i>	118
Gambar 4.20 Sketsa Pamflet.....	119
Gambar 4.21 Hasil pamflet	120
Gambar 4.22 Sketsa taplak meja.....	121
Gambar 4.23 Hasil taplak meja.....	121
Gambar 4.24 Perencanaan konten IG <i>Post</i>	122
Gambar 4.25 Sketsa IG <i>Post</i>	123
Gambar 4.26 Hasil IG <i>Post</i> minggu ke-1.....	123
Gambar 4.27 Hasil IG <i>Post</i> minggu ke-2.....	124
Gambar 4.28 Hasil IG <i>Post</i> minggu ke-3.....	124
Gambar 4.29 <i>Flowchart</i>	127
Gambar 4.30 Sketsa <i>icon</i>	128
Gambar 4.31 Hasil <i>icon</i>	129
Gambar 4.32 Sketsa ilustrasi.....	129
Gambar 4.33 Hasil ilustrasi.....	130
Gambar 4.34 Sketsa design <i>mobile web</i>	130
Gambar 4.35 <i>Low fidelity</i>	131
Gambar 4.36 <i>High fidelity</i>	131
Gambar 4.37 <i>Wireframe</i>	132
Gambar 4.38 Sketsa dan hasil desain untuk grafir <i>tumbler</i>	133
Gambar 4.39 Sketsa untuk desain <i>totebag</i>	134
Gambar 4.40 Hasil ilustrasi untuk <i>totebag</i>	134
Gambar 4.41 Sketsa ilustrasi untuk gantungan kunci	135
Gambar 4.42 Hasil ilustrasi untuk gantungan kunci	135
Gambar 4.43 Ilustrasi desain untuk <i>packing</i> kemasan	136
Gambar 4.44 Perencanaan dan sketsa untuk stiker	137
Gambar 4.45 Hasil desain untuk stiker	138
Gambar 4.46 Pelaksanaan <i>alpha test</i>	144
Gambar 4.47 Sebelum dan sesudah penambahan tombol	149
Gambar 4.48 Sebelum dan sesudah penambahan tombol mulai.....	149
Gambar 4.49 Sebelum dan sesudah penggantian animasi	150
Gambar 4.50 Foto bersama Mahasiswa Vinnie (14/06/2024)	151
Gambar 4.51 Foto bersama Mahasiswa Caristha (14/06/2024).....	153
Gambar 4.52 Foto bersama Mahasiswa Andreas (14/06/2024).....	154
Gambar 4.53 Logo Chip Chat	156
Gambar 4.54 Tampilan Beranda dan Obrolan	158
Gambar 4.55 Tampilan kotak tutorial dan nama kontak.....	159

Gambar 4.56 Tampilan aktivitas dan obrolan	159
Gambar 4.57 <i>Multicomun layout</i> pada desain <i>mobile web</i>	161
Gambar 4.58 <i>Navigation bar</i>	161
Gambar 4.59 Tampilan kategori dan tombol interaksi dengan <i>post</i>	162
Gambar 4.60 <i>Icon</i> proses.....	162
Gambar 4.61 Tampilan kasus pada aktivitas detektif gosip.....	163
Gambar 4.62 Tampilan proses dan daftar kontak	163
Gambar 4.63 Tampilan <i>tutorial</i> dan aktivitas pesan hot chips.....	163
Gambar 4.64 Tampilan aktivitas dan obrolan	164
Gambar 4.65 Tampilan proses detektif gosip, dokumen, dan hadiah	165
Gambar 4.66 Tampilan permainan pada kuis singkat	166
Gambar 4.67 Tampilan aktivitas kirim pesan <i>hot chips</i>	167
Gambar 4.68 Analisis desain karakter	168
Gambar 4.69 Analisis metafora visual pada desain pamflet	170
Gambar 4.70 Analisis <i>layout</i> pada taplak meja.....	171
Gambar 4.71 Analisis desain IG <i>Post</i>	172
Gambar 4.72 <i>Mockup</i> untuk IG <i>Post</i>	173
Gambar 4.73 <i>Mockup</i> desain <i>tumbler</i>	174
Gambar 4.74 <i>Mockup</i> untuk gantungan kunci	174
Gambar 4.75 <i>Mockup</i> untuk desain <i>totebag</i>	175
Gambar 4.76 Hasil cetak <i>packing</i> untuk pengiriman	175
Gambar 4.77 <i>Mockup</i> untuk <i>sticker chat</i> Whatsapp	176



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Lembar Bimbingan	xxi
Lampiran B Hasil Data Kuesioner dan Tabel <i>Big Idea</i>	xxii
Lampiran C Perancangan dan Karya.....	xxiii
Lampiran D Lembar Pengecekan Turnitin.....	xxvii
Lampiran E Transkrip Wawancara dan <i>FGD</i>	xxviii



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA