

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL
MENGENAI PENTINGNYA CEK KESEHATAN PRANIKAH**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN TUGAS AKHIR

Jovita Vania

00000042697

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

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL
MENGENAI PENTINGNYA CEK KESEHATAN PRANIKAH**



LAPORAN TUGAS AKHIR

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

Jovita Vania

00000042697

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Jovita Vania

Nomor Induk Mahasiswa : 00000042697

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Tugas Akhir dengan judul:

PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL

MENGENAI PENTINGNYA CEK KESEHATAN PRANIKAH

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

UMMA



(Jovita Vania)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir dengan judul
**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL
MENGENAI PENTINGNYA CEK KESEHATAN PRANIKAH**

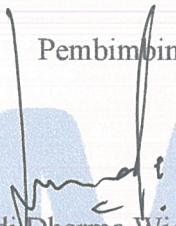
Oleh

Nama : Jovita Vania
NIM : 00000042697
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 PENTINGNYA CEK KESEHATAN PRANIKAH

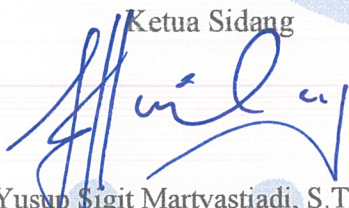
Oleh

Nama : Jovita Vania
NIM : 00000042697
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Rabu, 29 Mei 2024
Pukul 09.00 s.d 09.45 dan dinyatakan
LULUS

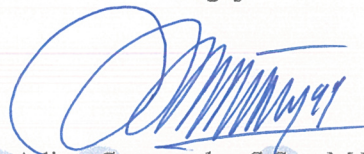
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



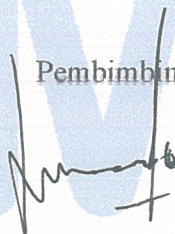
Dr.Sn. Yusup Sigit Martyastiadi, S.T., M.Inf.Tech.
0319037807/023902

Penguji



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

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 : Jovita Vania
NIM : 00000042697
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : ~~D3/S1/S2~~
Judul Karya Ilmiah : **PERANCANGAN KAMPANYE
SOSIAL MENGENAI PENTINGNYA
CEK KESEHATAN PRANIKAH**

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



(Jovita Vania)

** 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, sebab berkat rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang berjudul “Perancangan Kampanye Sosial Mengenai Pentingnya Cek Kesehatan Pranikah” sesuai dengan tenggat waktu yang ditentukan dengan baik. Penulis memilih topik yang telah diajukan karena penulis melihat bahwa saat ini *awareness* masyarakat terhadap pentingnya pemeriksaan kesehatan sebelum menikah masih tergolong rendah. Oleh karena itu, tugas akhir ini dibuat agar pemahaman dan keyakinan masyarakat meningkat dan harapannya perlahan dapat membuat pemeriksaan kesehatan pranikah menjadi kebiasaan baru yang secara mandiri dilakukan oleh masyarakat Indonesia. Adapun tujuan dari penulisan laporan ini yaitu sebagai syarat kelulusan dan kelayakan dalam mendapatkan gelar Sarjana Desain.

Proses perancangan dan penulisan ini tentunya tidak dapat berjalan dengan lancar tanpa dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini, penulis hendak mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah terlibat baik secara langsung maupun tidak langsung dalam membantu penulis menyelesaikan tugas akhir ini. Ucapan terima kasih penulis tujukan 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. Adhreza Brahma, M.Ds., selaku Sekretaris Program Studi Desain Komunikasi Visual.
5. Frindhinia Medyasepti, S.Sn., M.Sc., selaku Koordinator Tugas Akhir.
6. Leonardo Adi Dharma Widya, S.Sn., M.Ds., sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.

7. Dr.Sn. Yusup Sigit Martyastiadi, S.T., M.Inf.Tech., selaku Ketua Sidang Akhir yang telah menguji dan memberikan saran terhadap perancangan tugas akhir ini
8. Aditya Satyagraha, S.Sn., M.Ds., selaku Dosen Penguji Sidang Akhir yang telah menguji dan memberikan saran terhadap perancangan tugas akhir ini
9. Seluruh Dosen dan Keluarga Besar Universitas Multimedia Nusantara.
10. dr. Widja Widjajaka, Sp.OG, sebagai narasumber dokter spesialis dari RSUD Leuwiliang yang telah membagikan wawasan dan pengalaman terkait topik pemeriksaan kesehatan pranikah.
11. dr. Aldrin Neilwan Panca Putra, Sp.AK, MARS, M.Biomed, M.Kes., sebagai narasumber dari Ikatan Dokter Indonesia Wilayah Jakarta yang telah membagikan wawasan dan pengalaman terkait topik pemeriksaan kesehatan pranikah.
12. Nanda Dwinta Sari, selaku Direktur Utama dari Yayasan Kesehatan Perempuan yang telah membagikan pandangan pribadi beliau maupun lembaga YKP terhadap topik pemeriksaan kesehatan pranikah.
13. Nicholas Edgar, Mendy, dan Ilyas Asyura, sebagai narasumber yang telah membagikan pendapat dari perspektif masyarakat.
14. Keluarga dan teman-teman saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Semoga karya ilmiah ini dapat berguna bagi pembaca dalam memberikan pengetahuan baru mengenai pentingnya pemeriksaan kesehatan pranikah.

Tangerang, 20 Mei 2024

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



Jovita Vania

PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL MENGENAI PENTINGNYA CEK KESEHATAN PRANIKAH

Jovita Vania

ABSTRAK

Pemeriksaan kesehatan pranikah adalah serangkaian tes untuk mendapatkan penilaian kesehatan bagi pasangan yang akan menikah. Pemeriksaan kesehatan bersifat preventif dan berfungsi sebagai deteksi dini resiko penyakit yang berpotensi ditularkan kepada pasangan dan anak. Berdasarkan data hasil kuesioner kepada warga Jawa Barat serta dari wawancara dengan dokter Sp. OG yang bertugas di Jawa Barat, didapatkan kesimpulan bahwa tingkat pengetahuan pemeriksaan kesehatan pranikah di Jawa Barat masih rendah (69%). Oleh karena itu, diperlukan perancangan kampanye sosial sebagai salah satu strategi mengatasi rendahnya kesadaran dan pengetahuan akan pentingnya pemeriksaan kesehatan pranikah terhadap potensi penularan penyakit-penyakit berbahaya yang tak terdeteksi. Sasaran kampanye dimulai dari calon pengantin atau pasangan berusia 21-32 tahun sesuai dengan usia ideal pernikahan yang berdomisili di Bandung. Penelitian dilakukan dengan metode campuran yang terdiri dari kuesioner, wawancara, studi eksisting, dan studi referensi. Perancangan desain kampanye ini menggunakan buku *Advertising by Design* oleh Robin Landa (2010). Hasil perancangan kampanye terdiri dari media *Identification* berupa media sosial (Instagram, Tiktok, Youtube), *microsite*, dan interior (*wall panel*), media *Collateral* berupa *marketing collateral* (*billboard*, *X-Banner*), dan media *Gimmick* berupa *freebies* (buku *planner* pernikahan, *tote bag*).

Kata kunci: pemeriksaan kesehatan, pranikah, kampanye sosial, preventif

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 ABOUT THE IMPORTANCE OF PRE-MARITAL HEALTH EXAMINATION

Jovita Vania

ABSTRACT (English)

Pre-marital health examination is a series of tests conducted to assess the health of couples planning to get married. These preventive measure aims to detects early potential health risks that could be transmitted to partner and offspring. According to questionnaire data distributed to residents of West Java and interviews with OBGYN doctor in the region, it was concluded that awareness of premarital health examination in West Java is still low (69%). Therefore, a social campaign needs to be designed and implemented to address the lack of awareness and knowledge about the importance of pre-marital health examinations in preventing the transmission and reducing the prevalence of undetected diseases. The campaign targets engaged couples aged 21-32, aligning with the ideal marriage age. The research utilizes a mixed-method approach involving questionnaires, interviews, existing, and reference studies. The design process uses the book Advertising by Design by Robin Landa (2010). The campaign consist of Identification media such as social media (Instagram, Tiktok, Youtube), microsite, dan interior (wall panel), Collateral Media (billboard, x-banner), and Gimmick as freebies (wedding planner books, tote bags).

Keywords: health examinations, pre-marital, social campaign, preventive

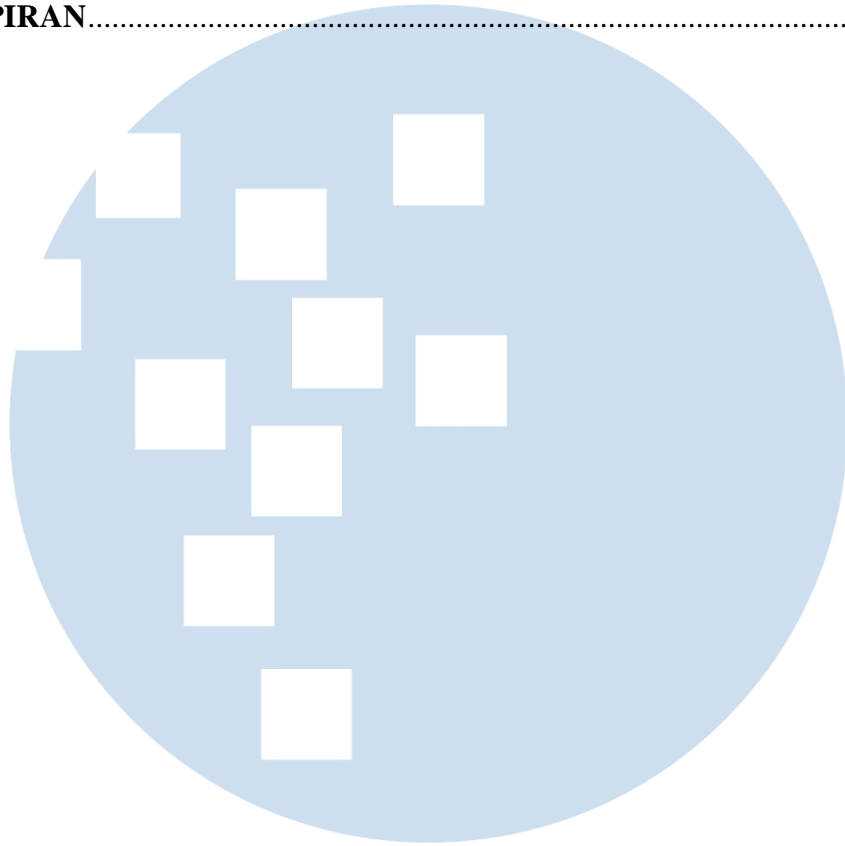
U M N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

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	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Batasan Masalah.....	3
1.4 Tujuan Tugas Akhir.....	5
1.5 Manfaat Tugas Akhir.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Desain Grafis.....	7
2.1.1 Elemen Desain	7
2.1.2 Prinsip Desain	9
2.1.3 Warna	13
2.1.4 Tipografi.....	22
2.1.5 <i>Single-Column Grid</i>	27
2.1.6 Ilustrasi.....	28
2.1.7. Desain Maskot.....	32
2.1.8. <i>Flat Design</i>	32
2.2 Kampanye	33
2.2.1 Tujuan Kampanye.....	33
2.2.2 Jenis Kampanye.....	33
2.2.3 Metode Perancangan Kampanye	35

2.2.4	Media Kampanye.....	36
2.2.5	<i>Advertising</i>	36
2.2.6	Strategi dan Taktik Penyampaian Pesan	37
2.2.7	<i>Copywriting</i>	39
2.2.8	AISAS.....	40
2.3	Pemeriksaan Kesehatan Pranikah.....	42
2.3.1	Waktu Pemeriksaan Kesehatan Pranikah	42
2.3.2	Tujuan Pemeriksaan Kesehatan Pranikah	42
2.3.3	Jenis Pemeriksaan Kesehatan Pranikah	42
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN	46
3.1	Metodologi Penelitian.....	46
3.1.1	Metode Kualitatif.....	46
3.1.2	Metode Kuantitatif	68
3.2	Metodologi Perancangan	75
BAB IV	STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN	78
4.1	Strategi Perancangan	78
4.1.1	<i>Overview</i>	78
4.1.2	<i>Strategy</i>	84
4.1.3	<i>Ideas</i>	91
4.1.4	<i>Design</i>	97
4.1.5	<i>Production</i>	112
4.1.6	<i>Implementation</i>	126
4.2	Analisis Perancangan	126
4.2.1	Analisis <i>Media Attention & Interest</i>	126
4.2.2	Analisis <i>Media Search</i>	130
4.2.3	Analisis <i>Media Action</i>	133
4.2.4	Analisis <i>Media Share</i>	136
4.2.5	Analisis <i>Beta Testing</i>	137
4.3	<i>Budgeting</i>	138
BAB V	PENUTUP	141
5.1	Simpulan.....	141
5.2	Saran.....	142

DAFTAR PUSTAKA..... xviii
LAMPIRAN..... xxiii



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Tabel Analisis SWOT Studi Eksisting.....	62
Tabel 3.2 Tabel Demografis Responden Kuesioner	69
Tabel 3.3 Tabel Media Responden Kuesioner	74
Tabel 4.1 Segmentasi Target Audiens	79
Tabel 4.2 Creative Brief	84
Tabel 4.3 Strategi dan Taktik Pesan.....	87
Tabel 4.4 Strategi Media Kampanye.....	89
Tabel 4.5 Timeline Media AISAS	90
Tabel 4.6 Budgeting	138

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Elemen Desain Garis	7
Gambar 2.2 Elemen Desain Bentuk	8
Gambar 2.3 Elemen Desain Tekstur	9
Gambar 2.4 Contoh Prinsip <i>Balance</i> dalam Sosial Media	10
Gambar 2.5 Contoh Prinsip <i>Emphasis</i> dalam Sosial Media	10
Gambar 2.6 Contoh Prinsip <i>Rhythm</i> dalam Sosial Media	11
Gambar 2.7 Contoh <i>Format</i> Media Sosial Instagram	12
Gambar 2.8 <i>Hue, Value, dan Saturation</i>	13
Gambar 2.9 Skema Warna Monoton	15
Gambar 2.10 Skema Warna Monokromatik	15
Gambar 2.11 Skema Warna Analogus	16
Gambar 2.12 Skema Warna Komplementer	17
Gambar 2.13 Skema Warna <i>Split Complementary</i>	17
Gambar 2.14 Skema Warna Triads	18
Gambar 2.15 Skema Warna Tetradik	18
Gambar 2.16 Psikologi Warna Biru	20
Gambar 2.17 Psikologi Warna Putih	20
Gambar 2.18 Psikologi Warna Merah	21
Gambar 2.19 Psikologi Warna Kuning	21
Gambar 2.20 RGB dan CMYK	22
Gambar 2.21 Anatomi Huruf	23
Gambar 2.22 <i>Old Style/Humanist Typeface</i>	24
Gambar 2.23 <i>Transitional Typeface</i>	25
Gambar 2.24 <i>Modern Typeface</i>	25
Gambar 2.25 <i>Slab Serif Typeface</i>	25
Gambar 2.26 <i>Sans Serif Typeface</i>	26
Gambar 2.27 <i>Blackletter Typeface</i>	26
Gambar 2.28 <i>Script Typeface</i>	27
Gambar 2.29 <i>Display Typeface</i>	27
Gambar 2.30 <i>Single Column Grid</i>	28
Gambar 2.31 Ilustrasi untuk Informasi	29
Gambar 2.32 Ilustrasi untuk Editorial	30
Gambar 2.33 Ilustrasi Untuk <i>Storytelling</i>	30
Gambar 2.34 Ilustrasi sebagai Persuasi	31
Gambar 2.35 Ilustrasi sebagai Identitas	31
Gambar 2.36 <i>Product-Oriented Poster Campaign</i>	34
Gambar 2.37 <i>Candidate-Oriented Poster Campaign</i>	34
Gambar 2.38 <i>Cause-Oriented Poster Campaign</i>	35
Gambar 2.39 AISAS	41
Gambar 3.1 Wawancara dengan dr. Widja	48
Gambar 3.2 Wawancara dengan dr. Aldrin	51
Gambar 3.3 Wawancara dengan Direktur Yayasan Kesehatan Perempuan	53

Gambar 3.4 Wawancara dengan Nicholas	56
Gambar 3.5 Wawancara dengan Mendy	58
Gambar 3.6 Wawancara dengan Ilyas.....	59
Gambar 3.7 Unggahan pada website Prodia Widyahusada	61
Gambar 3.8 Unggahan pada media X Prodia Widyahusada.....	61
Gambar 3.9 Unggahan media Facebook Prodia Widyahusada.....	62
Gambar 3.10 Kampanye Medplus Pharmacy.....	64
Gambar 3.11 Kampanye UAM	66
Gambar 3.12 Hasil Kuesioner Terkait Frekuensi Akses Artikel Kesehatan Secara Umum.....	70
Gambar 3.13 Hasil Kuesioner Mengenai Pengetahuan Responden Terkait Pemeriksaan Kesehatan Pranikah dan Darimana Mendengar.....	71
Gambar 3.14 Hasil Kuesioner Mengenai Kemudahan Responden dalam Mengakses Informasi Pemeriksaan Kesehatan Pranikah & Tingkat Pemahaman Terkait Topik.....	71
Gambar 3.15 Hasil Uji Pengetahuan Responden Kuesioner.....	72
Gambar 3.16 Alasan Responden Ragu atau Tidak Ingin Melakukan Pemeriksaan Kesehatan Pranikah.....	73
Gambar 4.1 Profil Target Sasaran	81
Gambar 4.2 <i>User Persona</i>	82
Gambar 4.3 Logo Yayasan Kesehatan Perempuan	83
Gambar 4.4 <i>Mindmap</i>	92
Gambar 4.5 <i>Moodboard Visual</i>	94
Gambar 4.6 <i>Moodboard Aset</i>	95
Gambar 4.7 <i>Moodboard Karakter</i>	95
Gambar 4.8 <i>Colour Palette</i> Kampanye.....	96
Gambar 4.9 <i>Typeface</i> Kampanye	97
Gambar 4.10 Sketsa Alternatif Logo Kampanye	99
Gambar 4.11 Digitalisasi Sketsa Logo.....	99
Gambar 4.12 Logo Awal Kampanye	100
Gambar 4.13 Penyesuaian Logo Kampanye	100
Gambar 4.14 Logo Final Kampanye.....	101
Gambar 4.15 Mini GSM Logo Kampanye.....	101
Gambar 4.16 Sketsa Alternatif Objek Utama	102
Gambar 4.17 Sketsa Digital Objek Utama.....	103
Gambar 4.18 Proses Revisi Objek Buah.....	104
Gambar 4.19 Proses Revisi Bagian Dalam Buah.....	105
Gambar 4.20 Hasil Revisi Buah Disandingkan Dengan Referensi Asli	105
Gambar 4.21 Supergrafis Turunan Logo	106
Gambar 4.22 <i>Wireframe</i> Karakter Caca Tian	107
Gambar 4.23 <i>Character Sheet</i> Caca dan Tian.....	107
Gambar 4.24 Penyesuaian Karakter hingga final.....	108
Gambar 4. 25 Kompilasi Alternatif Desain <i>Key Visual</i>	109

Gambar 4.26 Sketsa kasar <i>Key Visual</i>	110
Gambar 4.27 Perancangan <i>Key Visual</i>	111
Gambar 4.28 Tahapan Perancangan Media Instagram & Tiktok <i>Ads</i>	112
Gambar 4.29 Perancangan Media Instagram <i>Feeds</i>	113
Gambar 4.30 Hasil <i>feeds spread</i> (kiri) dan <i>compact</i> (kanan)	114
Gambar 4.31 Perancangan Youtube <i>Ads</i>	115
Gambar 4.32 Perancangan Media <i>Billboard</i>	116
Gambar 4.33 Perancangan Media Instagram <i>Story</i>	117
Gambar 4.34 Perancangan Media Tiktok <i>Ads</i>	118
Gambar 4.35 <i>Wireframe Microsite</i>	119
Gambar 4.36 <i>Grid</i> dan <i>Final Microsite</i>	120
Gambar 4.37 <i>Header Form Registrasi</i>	120
Gambar 4.38 Proses Perancangan <i>Thumbnail Seminar</i>	121
Gambar 4.39 Perancangan <i>X-Banner</i>	122
Gambar 4.40 <i>Wall Panel</i>	123
Gambar 4.41 Perancangan Instagram <i>Filter</i>	124
Gambar 4.42 Perancangan <i>Tote Bag</i>	125
Gambar 4.43 Perancangan Cover Buku <i>Wedding Planner</i>	125
Gambar 4.44 Aplikasi Media Instagram & Tiktok <i>Ads</i>	127
Gambar 4.45 Aplikasi Media Instagram <i>Feeds</i>	128
Gambar 4.46 Aplikasi Media Youtube <i>Ads</i>	129
Gambar 4.47 Aplikasi Media <i>Billboard</i>	130
Gambar 4.48 Aplikasi Media Instagram <i>Story</i>	131
Gambar 4.49 Aplikasi Media <i>Microsite</i>	132
Gambar 4.50 Aplikasi Media Tiktok <i>Ads</i>	133
Gambar 4.51 Aplikasi Media Youtube	134
Gambar 4.52 Aplikasi Media <i>Offline</i>	135
Gambar 4.53 Aplikasi Media Instagram <i>Filter</i>	136
Gambar 4.54 Aplikasi Media Buku <i>Wedding Planner</i> Sebagai <i>Freebies</i>	137
Gambar 4.55 Aplikasi Media <i>Tote Bag</i> Sebagai <i>Freebies</i>	137

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A BAP Bimbingan.....	xxiii
Lampiran B Transkrip Wawancara dengan Dokter Kandungan	xxvi
Lampiran C Transkrip Wawancara dengan Ketua IDI Wilayah Jakarta.....	xxix
Lampiran D Transkrip Wawancara dengan Nanda Dwinta Sari YKP.....	xxxiv
Lampiran E Transkrip Wawancara dengan Nicholas.....	xlii
Lampiran F Transkrip Wawancara dengan Mendy	xliv
Lampiran G Hasil Kuesioner	xlvii
Lampiran H Hasil <i>Beta Testing</i>	lvi
Lampiran I Hasil Turnitin	lxvi

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA