

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL TERKAIT
KESADARAN KONSUMSI VITAMIN C HARIAN
UNTUK ORANG TUA MUDA**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN TUGAS AKHIR

Fannya

00000042800

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

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL TERKAIT
KESADARAN KONSUMSI VITAMIN C HARIAN
UNTUK ORANG TUA MUDA**



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain (S.Ds.)

Fannya

00000042800

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

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Fannya

Nomor Induk Mahasiswa : 00000042800

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Perancangan kampanye dengan judul:

PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL TERKAIT KESADARAN KONSUMSI VITAMIN C HARIAN UNTUK ORANG TUA MUDA

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



A handwritten signature in black ink that reads 'Fannya'.

Fannya

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir dengan judul
**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL TERKAIT KESADARAN
KONSUMSI VITAMIN C HARIAN UNTUK ORANG TUA MUDA**


Oleh

Nama : Fannya
NIM : 00000042800
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



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 SOSIAL TERKAIT KESADARAN KONSUMSI VITAMIN C HARIAN UNTUK ORANG TUA MUDA

Oleh

Nama : Fannya
NIM : 00000042800
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Rabu, 29 Mei 2024

Pukul 16.00 s.d 16.45 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Lalitya Talitha Pinasthika, M.Ds.
0308078801/034812

Penguji

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

Pembimbing

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

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual

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

**HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH MAHASISWA**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Fannya
NIM : 00000042800
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : D3/S1/S2
Judul Karya Ilmiah :

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL TERKAIT KESADARAN
KONSUMSI VITAMIN C HARIAN UNTUK ORANG TUA MUDA**

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, 29 Mei 2024


Fannya

** 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 dan penyertaannya sehingga tugas akhir berjudul “Proses Perancangan Kampanye Sosial Terkait Kesadaran Konsumsi Vitamin C Harian Untuk Orang Tua Muda” bisa selesai dengan baik dan tepat pada waktunya. Perancangan tugas akhir ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana Desain Komunikasi Visual dalam Fakultas Seni dan Desain Universitas Multimedia Nusantara.

Tujuan saya membuat perancangan kampanye ini adalah untuk meningkatkan awareness terkait kebutuhan vitamin C harian. Sebagaimana kita ketahui, vitamin C menjadi hal yang sangat umum dikonsumsi di tengah masyarakat Indonesia. Akan tetapi, apakah kita sudah benar-benar memahami kebutuhan harian kita atau hanya karena mengikuti kebiasaan yang ada dalam masyarakat. Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini tidak akan bisa selesai tepat pada waktunya tanpa bantuan dari orang-orang di sekitar saya. Oleh karena itu saya 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. Lia Herna, S.Sn., M.M., sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Okta Setya Asmaji, SGz, RD, sebagai narasumber dari RSUD Pasar Rebo yang telah membantu saya mengumpulkan informasi hingga terselesaikannya tugas akhir ini.
6. Dr. dr. Nanny Djaja. MS. SpGK, sebagai narasumber yang telah membantu saya mengumpulkan informasi hingga terselesaikannya tugas akhir ini.

7. Para responden baik dalam wawancara maupun kuesioner yang telah membantu saya dalam mengumpulkan data.
8. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
9. Teman-teman saya yang telah memberikan dukungan bantuan responden dan moral selama pengerjaan tugas akhir ini.
10. Pihak lain yang terlibat, yang namanya tidak bisa saya sebutkan satu-per satu.

Semoga karya ilmiah ini bisa bermanfaat dalam meningkatkan pengetahuan terkait kebutuhan vitamin harian terkhusus vitamin C. Semoga banyak orang bisa terbantu atas penelitian ini dan terhindar dari risiko penyakit akibat ketidaktahuan. Penulis juga berharap karya ini bisa menjadi inspirasi untuk perancangan-perancangan selanjutnya.

Tangerang, 20 Mei 2024



Fannya

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL TERKAIT

KESADARAN KONSUMSI VITAMIN C HARIAN

UNTUK ORANG TUA MUDA

Fannya

ABSTRAK

Vitamin adalah makronutrien dalam tubuh yang diperlukan dalam tubuh. Salah satu vitamin yang dekat dengan keseharian masyarakat dan seringkali dikonsumsi adalah vitamin C. Vitamin ini bekerja sama dengan vitamin lainnya dalam proses metabolisme di dalam tubuh. Oleh karena itu, penting bagi kita untuk bisa mencukupi kebutuhan vitamin C harian. Jangan sampai terjadi kekurangan vitamin dalam tubuh dan membawa dampak buruk bagi kesehatan nantinya. Akan tetapi, kita juga harus memperhatikan asupan vitamin C dalam tubuh kita. Jangan sampai terjadi overdosis vitamin C dalam tubuh yang bisa membawa dampak negatif juga. Setelah dilakukan penelitian secara kualitatif dan kuantitatif untuk mengetahui tingkat pemahaman masyarakat terhadap topik, ditemukan bahwa seringkali orang mengonsumsi vitamin karena mengikuti kebiasaan semata tanpa pemahaman terhadap dosisnya. Terlebih, sudah banyak buku dan jurnal kesehatan yang menjelaskan efek samping dari defisiensi maupun overdosis vitamin C ini. Maka dari itu, perancangan kampanye sosial untuk memberikan pemahaman terkait kesadaran konsumsi vitamin C kepada orang tua muda bisa menjadi salah satu sarana untuk mengedukasi para orang tua terkait vitamin C ini.

Kata kunci: kampanye sosial, vitamin C, kesadaran

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 SOCIAL CAMPAIGN RELATED TO DAILY

VITAMIN C CONSUMPTION AWARENESS

FOR YOUNG PARENTS

Fannya

ABSTRACT (English)

Vitamins are macronutrients that are needed in the body. One of the vitamins that is close to people's daily lives and is often consumed is vitamin C. This vitamin works together with other vitamins in metabolic processes in the body. Therefore, it is important for us to be able to meet our daily vitamin C needs. Don't let there be a lack of vitamins in the body and have a bad impact on your health later. However, we also have to pay attention to the intake of vitamin C in our bodies. Don't let an overdose of vitamin C occur in the body which can have negative impacts too. After conducting qualitative and quantitative research to determine the level of public understanding of the topic, it was found that people often consume vitamins simply because they follow habits without understanding the dosage. Moreover, there are many books and health journals that explain the side effects of vitamin C deficiency or overdose. Therefore, designing a social campaign to provide awareness regarding vitamin C consumption to young parents could be a means of educating parents regarding vitamin C.

Keywords: *social campaign, vitamin C, awareness*

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	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah	3
1.3.1 Demografis.....	3
1.3.2 Geografis.....	4
1.3.3 Psikografis	5
1.4 Tujuan Tugas Akhir	5
1.5 Manfaat Tugas Akhir	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Desain Komunikasi Visual.....	6
2.1.1 Elemen Desain.....	6
2.1.2 Prinsip Desain	8
2.1.3 Tipografi	9
2.1.4 Warna	11
2.1.5 <i>Grid</i>	12
2.1.6 Logo.....	14
2.1.7 Maskot	15
2.1.8 <i>Illustration</i>	16
2.1.9 <i>Mind Map</i>	18

2.2	<i>Website</i>	18
2.2.1	<i>UI/UX</i>	19
2.2.2	<i>Information Architecture</i>	20
2.2.3	<i>User Persona</i>	20
2.2.4	<i>User Journey</i>	21
2.2.5	<i>Wireframes</i>	22
2.2.6	<i>Flowchart</i>	22
2.2.7	<i>Button</i>	23
2.2.8	<i>Icon</i>	24
2.2.9	<i>Navigation Layouts</i>	24
2.2.10	<i>Prototype</i>	25
2.3	Kampanye Sosial	26
2.3.1	AISAS	27
2.3.2	<i>Out-of-home Advertising</i>	27
2.3.3	<i>Digital Display dan Social Media</i>	28
2.4	Vitamin C	29
2.4.1	Defisiensi Vitamin C	32
2.4.2	Overdosis Vitamin C	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN		34
3.1	Metodologi Penelitian	34
3.1.1	Metode Kualitatif	34
3.1.1.1	Interview	34
3.1.1.2	Studi Eksisting	47
3.1.1.3	Studi Referensi	52
3.1.1.4	Kesimpulan	55
3.1.2	Metode Kuantitatif	56
3.1.2.1	Kesimpulan	59
3.2	Metodologi Perancangan	60
BAB IV STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN		62
4.1	Strategi Perancangan	62
4.1.1	Empathize	62
4.1.2	Define	63

4.1.2.1	AISAS	64
4.1.2.2	<i>Brand Mandatory</i>	67
4.1.2.3	<i>User Persona, User Journey, dan Empathy Map</i> ..	71
4.1.3	Ideate	76
4.1.4	Prototype	88
4.1.4.1	Baliho	89
4.1.4.2	<i>T-banner</i>	91
4.1.4.3	<i>Large Skyscraper</i>	93
4.1.4.4	Stiker Mobil	95
4.1.4.5	<i>Mobile Site</i>	96
4.1.4.6	Seminar	109
4.1.4.7	<i>Merchandise</i>	112
4.1.4.8	<i>Instagram Post, Story, dan Twibbon</i>	116
4.1.5	<i>Test</i>	122
4.1.5.1	<i>Alpha Test</i>	122
4.1.5.2	<i>Beta Test</i>	125
4.2	Analisis Perancangan	127
4.2.1	Analisis Identitas Kampanye	127
4.2.2	Analisis Media Primer	128
4.2.3	Analisis Media Sekunder	132
4.2.4	Analisis <i>Alpha Test</i>	135
4.2.5	Analisis <i>Beta Test</i>	137
4.3	Budgeting	137
BAB V	PENUTUP	140
4.1	Simpulan	140
4.2	Saran	141
DAFTAR PUSTAKA	xiii
LAMPIRAN	xvi

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Dosis Vitamin C Menurut AKG	30
Tabel 2.2 Tabel Dosis Vitamin C Dalam Buah dan Sayur	31
Tabel 3.1 <i>SWOT</i> #GerakanSejutaVitamin.....	49
Tabel 3.2 <i>SWOT</i> Kampanye 3M ABC	51
Tabel 4.1 Tabel Tahapan <i>AISAS</i>	64
Tabel 4.2 <i>Timeline</i> Media	67
Tabel 4.3 Tabel Analisis Lembaga Kampanye	68
Tabel 4.4 Tabel Button Dalam <i>Mobile Site</i>	98
Tabel 4.5 <i>Caption</i> Instagram.....	120
Tabel 4.6 Hasil Kuesioner <i>Beta Test</i>	126
Tabel 4.7 <i>Budgeting</i>	137

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Angka Kelahiran menurut Kelompok Umur (ASFR) Indonesia Hasil <i>Long Form</i> SP2020	3
Gambar 2.1 Garis	7
Gambar 2.2 <i>Figure and Ground</i>	7
Gambar 2.3 <i>Unity</i>	8
Gambar 2.4 <i>Anatomy of Typography</i>	10
Gambar 2.5 <i>Color Schemes</i>	11
Gambar 2.6 <i>Grid</i>	13
Gambar 2.7 Logo	14
Gambar 2.8 Contoh Maskot	15
Gambar 2.9 Ilustrasi Vektor	17
Gambar 2.10 <i>Mind Map</i>	18
Gambar 2.11 <i>Information Architecture</i>	20
Gambar 2.12 <i>User Persona</i>	21
Gambar 2.13 <i>User Journey</i>	21
Gambar 2.14 <i>Wireframes</i>	22
Gambar 2.15 <i>Flowchart</i>	23
Gambar 2.16 <i>Button</i>	23
Gambar 2.17 <i>Icon</i>	24
Gambar 2.18 <i>Left-column Navigation</i>	25
Gambar 2.19 AISAS	27
Gambar 3.1 Dokumentasi Wawancara.....	35
Gambar 3.2 Dokumentasi Wawancara.....	39
Gambar 3.3 Dokumentasi Wawancara.....	41
Gambar 3.4 Dokumentasi Wawancara.....	42
Gambar 3.5 Dokumentasi Wawancara.....	44
Gambar 3.6 Dokumentasi Wawancara.....	45
Gambar 3.7 Dokumentasi Wawancara.....	46
Gambar 3.8 <i>Website</i> PYFA Health	48
Gambar 3.9 Instagram PYFA Health	48
Gambar 3.10 Video Gerakan Senam 3M ABC.....	50
Gambar 3.11 Buku Panduan Senam 3M ABC.....	51
Gambar 3.12 <i>Website</i> Know Your Lemon.....	53
Gambar 3.13 <i>Website</i> #ForABetterWorld.....	54
Gambar 3.14 <i>Website</i> (UN)TRAFFICKED.....	55
Gambar 3.15 Rumus Slovin	56
Gambar 3.16 Diagram Konsumsi Vitamin.....	57
Gambar 3.17 Diagram Dosis Vitamin C Orang Dewasa	58

Gambar 3.18 Diagram Usia Anak.....	58
Gambar 3.19 Diagram Frekuensi Vitamin C Anak.....	59
Gambar 4.1 Logo Kemenkes.....	68
Gambar 4.2 <i>User Persona</i>	72
Gambar 4.3 <i>User journey</i>	72
Gambar 4.4 <i>Emphaty Map</i>	73
Gambar 4.5 <i>User Persona</i>	74
Gambar 4.6 <i>User Journey</i>	75
Gambar 4.7 <i>Emphaty Map</i>	76
Gambar 4.8 <i>Mind Map</i>	77
Gambar 4.9 <i>Keywords</i>	77
Gambar 4.10 <i>Big Idea</i>	78
Gambar 4.11 <i>Tone of Voice</i>	79
Gambar 4.12 <i>Moodboard</i>	80
Gambar 4.13 <i>Style Scape</i>	80
Gambar 4.14 <i>Font</i>	81
Gambar 4.15 Referensi Ilustrasi.....	82
Gambar 4.16 Sketsa Logo.....	82
Gambar 4.17 Logo Kampanye.....	83
Gambar 4.18 Referensi Bentuk Maskot.....	84
Gambar 4.19 Sketsa Awal Maskot Kampanye.....	84
Gambar 4.20 Sketsa Maskot Kampanye.....	85
Gambar 4.21 Maskot Kampanye.....	85
Gambar 4.22 <i>Supergrafik</i>	86
Gambar 4.23 <i>Pattern</i>	87
Gambar 4.24 Proses Desain <i>Key Visual</i>	87
Gambar 4.25 <i>Key Visual</i>	88
Gambar 4.26 Proses Desain Baliho.....	89
Gambar 4.27 Desain Baliho.....	90
Gambar 4.28 <i>Mockup Baliho</i>	90
Gambar 4.29 Proses Perancangan <i>T-banner</i>	91
Gambar 4.30 Desain <i>T-banner</i>	92
Gambar 4.31 <i>Mockup T-banner</i>	92
Gambar 4.32 Proses Desain <i>Large Skyscraper</i>	93
Gambar 4.33 Desain <i>Large Skyscraper</i>	94
Gambar 4.34 <i>Mockup Large Skyscraper</i>	94
Gambar 4.35 Proses Perancangan Stiker Mobil.....	95
Gambar 4.36 Mockup Stiker Mobil.....	95
Gambar 4.37 <i>Information Architecture</i>	96
Gambar 4.38 <i>Flowchart</i>	97

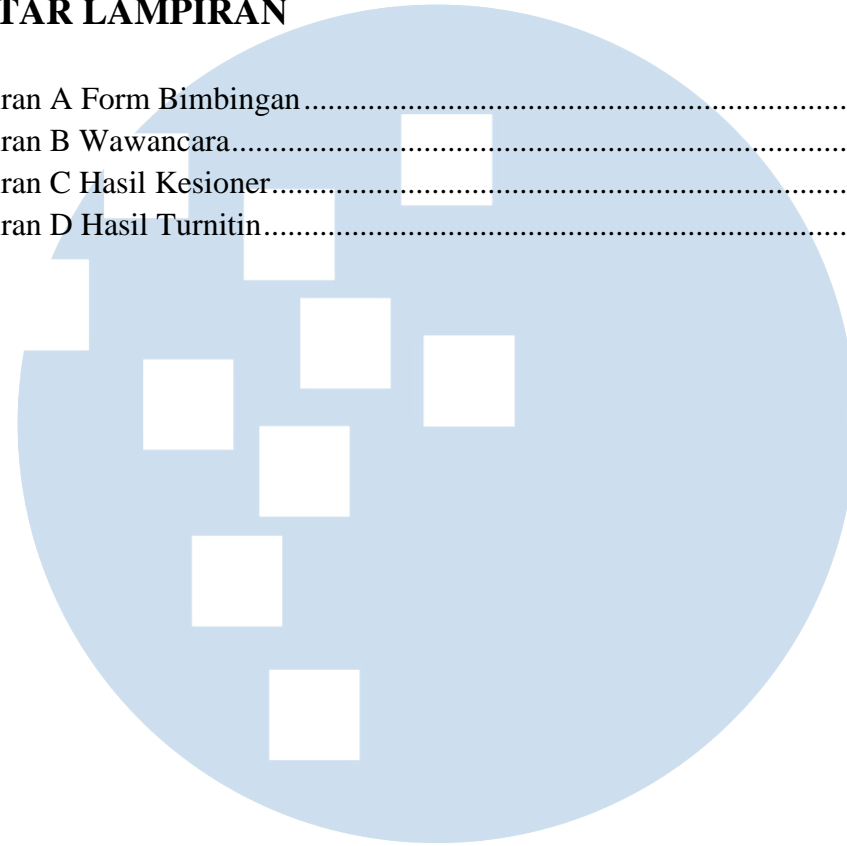
Gambar 4.39 <i>Wireframe</i>	97
Gambar 4.40 <i>Button Small</i>	98
Gambar 4.41 <i>Button Persegi Panjang</i>	98
Gambar 4.42 <i>Button Tiket</i>	98
Gambar 4.43 <i>Button Kotak</i>	99
Gambar 4.44 <i>Vektor Dalam Button</i>	99
Gambar 4.45 <i>Grid Sistem Button</i>	100
Gambar 4.46 <i>Grid Sistem Ikon</i>	100
Gambar 4.47 <i>Ikon</i>	101
Gambar 4.48 <i>Proses Ilustrasi Aset Mobile Site</i>	101
Gambar 4.49 <i>Grid Sistem</i>	102
Gambar 4.50 <i>Color Palette</i>	102
Gambar 4.51 <i>Tipografi Sistem</i>	103
Gambar 4.52 <i>High Fidelity Halaman Utama Mobile Site</i>	104
Gambar 4.53 <i>High Fidelity Storytelling</i>	104
Gambar 4.54 <i>High Fidelity Sayur & Buah</i>	105
Gambar 4.55 <i>High Fidelity Merchandise & Seminar</i>	105
Gambar 4.56 <i>High Fidelity profil</i>	106
Gambar 4.57 <i>High Fidelity Menu</i>	106
Gambar 4.58 <i>High Fidelity Keseluruhan Mobile Site</i>	107
Gambar 4.59 <i>Mockup Mobile Site</i>	108
Gambar 4.60 <i>Mockup Website</i>	108
Gambar 4.61 <i>Proses Desain Backdrop</i>	109
Gambar 4.62 <i>Hasil Desain Backdrop</i>	109
Gambar 4.63 <i>Mockup Backdrop</i>	110
Gambar 4.64 <i>Proses Desain X-banner</i>	110
Gambar 4.65 <i>Desain X-banner</i>	111
Gambar 4.66 <i>Mockup X-Banner</i>	111
Gambar 4.67 <i>Proses Desain Kaos</i>	112
Gambar 4.68 <i>Mockup Kaos</i>	113
Gambar 4.69 <i>Proses Desain Gelas</i>	113
Gambar 4.70 <i>Hasil Desain Gelas</i>	114
Gambar 4.71 <i>Mockup Gelas</i>	114
Gambar 4.72 <i>Proses Perancangan Botol Minum</i>	115
Gambar 4.73 <i>Desain Akhir Botol Minum</i>	115
Gambar 4.74 <i>Mockup Botol Minum</i>	116
Gambar 4.75 <i>Proses Desain Feeds Instagram</i>	116
Gambar 4.76 <i>Feeds Instagram Attention</i>	117
Gambar 4.77 <i>Feeds Instagram Interest</i>	117
Gambar 4.78 <i>Proses Perancangan Story Instagram</i>	118

Gambar 4.79 <i>Story Instagram Interest</i>	118
Gambar 4.80 <i>Feeds Instagram Search</i>	119
Gambar 4.81 <i>Feeds Instagram Action</i>	119
Gambar 4.82 <i>Twibbon Instagram</i>	119
Gambar 4.83 <i>Post Instagram Attention</i>	120
Gambar 4.84 <i>Post Instagram Interest</i>	120
Gambar 4.85 <i>Post Instagram Search</i>	121
Gambar 4.86 <i>Post Instagram Action</i>	121
Gambar 4.87 <i>Twibbon Instagram Share</i>	121
Gambar 4.88 <i>Mockup Instagram</i>	122
Gambar 4.89 Diagram Kuesioner <i>Alpha Test</i>	123
Gambar 4.90 Diagram Kuesioner <i>Alpha Test</i>	123
Gambar 4.91 Diagram Kuesioner <i>Alpha Test</i>	124
Gambar 4.92 Diagram Kuesioner <i>Alpha Test</i>	124
Gambar 4.93 Logo	127
Gambar 4.94 Maskot	128
Gambar 4.95 <i>Grid Dalam Mobile Site</i>	129
Gambar 4.96 <i>Button Dalam Mobile Site</i>	129
Gambar 4.97 <i>Icon Dalam Mobile Site</i>	130
Gambar 4.98 Halaman Utama Dalam <i>Mobile Site</i>	130
Gambar 4.99 Ilustrasi	131
Gambar 4.100 <i>Media Attention</i>	133
Gambar 4.101 <i>Media Seminar</i>	133
Gambar 4.102 <i>Merchandise</i>	134
Gambar 4.103 <i>Media Sosial Instagram</i>	134
Gambar 4.104 <i>Revisi Ikon</i>	135
Gambar 4.105 <i>Revisi Halaman Informasi Buah & Sayur</i>	136
Gambar 4.106 <i>Revisi Halaman Pemesanan Merchandise</i>	136
Gambar 4.107 <i>Revisi Footer Halaman Utama</i>	137

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 LAMPIRAN

Lampiran A Form Bimbingan.....	xviii
Lampiran B Wawancara.....	xviii
Lampiran C Hasil Kesioner.....	li
Lampiran D Hasil Turnitin.....	lxxiv



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA