

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL  
MENGENAI KATARSIS BAGI MAHASISWA**



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**LAPORAN TUGAS AKHIR**

**Vania Amadea Josephine**

**00000043520**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

**FAKULTAS SENI DAN DESAIN**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2024**

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL  
MENGENAI KATARSIS BAGI MAHASISWA**



**LAPORAN TUGAS AKHIR**

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

**Vania Amadea Josephine**

**00000043520**

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

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Vania Amadea Josephine

Nomor Induk Mahasiswa : 00000043520

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Tugas Akhir dengan judul:

**PERANGANCAN KAMPANYE SOSIAL  
MENGENAI KATARSIS BAGI MAHASISWA**

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



Vania Amadea Josephine

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir dengan judul

### **PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL MENGENAI KATARSIS BAGI MAHASISWA**

Oleh

Nama : Vania Amadea Josephine

NIM : 00000043520

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

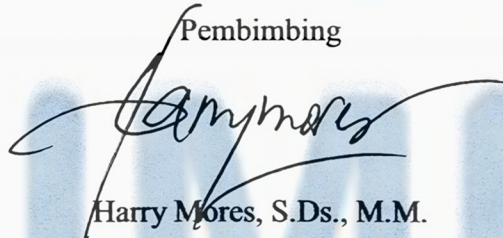
Fakultas : Seni dan Desain

Telah disetujui untuk diajukan pada

Sidang Ujian Tugas Akhir Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 20 Mei 2024

Pembimbing



Harry Mores, S.Ds., M.M.  
0306078902/L00790

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 KATARSIS BAGI MAHASISWA**


Oleh

Nama : Vania Amadea Josephine  
NIM : 00000043520  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Fakultas : Seni dan Desain


Telah diujikan pada hari Kamis, 30 Mei 2024  
Pukul 13.00 s.d 13.45 dan dinyatakan  
**LULUS**

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

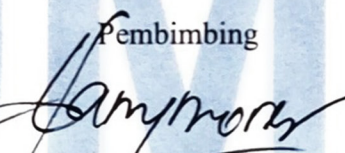
Ketua Sidang

  
Mohammad Ady Nugeraha, M.Sn.  
0313039003/083672


Penguji

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

Pembimbing

  
Harry Mores, S.Ds., M.M.  
0306078902/L00790

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual

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

## HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Vania Amadea Josephine  
NIM : 00000043520  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Jenjang : D3/S1/S2  
Judul Karya Ilmiah : **PERANCANGAN KAMPANYE  
SOSIAL MENGENAI KATARSIS  
BAGI MAHASISWA**

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



(Vania Amadea Josephine)

\*\* 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 berkat kebaikan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir tepat waktu. Penyusunan Laporan Tugas Akhir dengan judul *Perancangan Media Informasi Mengenai Katarsis bagi Mahasiswa* ini penulis rampungkan untuk memenuhi syarat kelulusan dan mendapatkan gelar Sarjana Desain (S.Ds.).

Penulis juga ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya atas dukungan yang diberikan kepada penulis selama penyusunan laporan berlangsung 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. Harry Mores, S.Ds., M.M., sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Bianglala Andriadewi, M.Psi., selaku psikolog klinis dan CEO Welas Asih Consulting, sebagai narasumber yang telah bersedia untuk diwawancara demi pengumpulan data kualitatif.
6. Fiona Damanik, M.Psi., selaku psikolog klinis Student Support UMN, sebagai narasumber yang telah bersedia untuk diwawancara demi pengumpulan data kualitatif.
7. Para peserta FGD yang sudah bersedia meluangkan waktu untuk membantu penulis mengumpulkan data kualitatif.
8. Responden kuesioner yang sudah bersedia meluangkan waktu untuk membantu mengumpulkan data kuantitatif dan melakukan *beta test*.
9. Edo Tirtadarma, M. Ds., sebagai dosen spesialis yang sudah bersedia memberikan kritik dan saran dalam proses bimbingan spesialis.

10. Roy Anthonius Susanto, S.Sn., M.Ds., sebagai dosen kelas Seminar yang sudah memberikan banyak *insight* dan motivasi selama Tugas Akhir.
11. Penulis dan peneliti terdahulu yang karyanya bisa penulis sitasi dalam referensi penulisan.
12. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Besar harapan penulis karya ilmiah ini dapat memberikan wawasan baru bagi masyarakat, khususnya mahasiswa, mengenai katarsis guna mengurangi perilaku destruktif.

Tangerang, 20 Mei 2024



Vania Amadea Josephine

# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



# PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL MENGENAI KATARSIS BAGI MAHASISWA

Vania Amadea Josephine

## ABSTRAK

Katarsis merupakan bentuk pelampiasan emosi secara konstruktif. Melampiaskan emosi secara konstruktif dapat mencegah munculnya emosi dalam bentuk yang destruktif. Berdasarkan data yang ada, perkelahian yang melibatkan mahasiswa masih merupakan salah satu yang terbanyak. Timbulnya perilaku destruktif di kalangan mahasiswa tentu berkaitan dengan tingkat kemampuan meregulasi emosi yang belum maksimal. Oleh karena itu, diperlukan perancangan kampanye sosial mengenai katarsis untuk mengajak mahasiswa berusia 18—25 tahun di Tangerang supaya dapat melampiaskan emosinya dengan konstruktif lewat kampanye OTW. Penelitian kualitatif dilakukan dengan cara melakukan wawancara dengan psikolog klinis, *Focus Group Discussion* (FGD) dengan target audiens, serta studi eksisting dan referensi. Berdasarkan perancangan yang dilakukan melalui 6 tahap yang digagas Robin Landa, yaitu *overview, strategy, ideas, design, production, dan implementation* dan berdasarkan tahapan AISAS oleh Sugiyama & Andree, dapat disimpulkan bahwa visual yang menarik perlu dilengkapi dengan strategi komunikasi yang jelas juga supaya pesan kampanye dapat tersampaikan dengan jelas tanpa menimbulkan kesan teka-teki bagi audiens.

**Kata kunci:** katarsis, kegiatan konstruktif, perilaku destruktif

UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## **DESIGNING SOCIAL CAMPAIGN**

### **ABOUT CATHARSIS FOR COLLEGE STUDENT**

Vania Amadea Josephine

#### **ABSTRACT**

*Catharsis is a form of constructive emotional release. Venting emotions constructively can prevent emotions from appearing in destructive forms. Based on existing data, fights involving students are still one of the most common. The emergence of destructive behavior among students is certainly related to the level of ability to regulate emotions that is not yet optimal. Therefore, it is necessary to design a social campaign on catharsis to invite students aged 18-25 years in Tangerang to vent their emotions constructively through the OTW campaign. Qualitative research was conducted by conducting interviews with clinical psychologists, Focus Group Discussions (FGDs) with target audiences, as well as existing and reference studies. Based on the design carried out through 6 stages initiated by Robin Landa, namely overview, strategy, ideas, design, production, and implementation and based on the AISAS stages by Sugiyama & Andree, it can be concluded that attractive visuals need to be complemented by a clear communication strategy so that the campaign message can be conveyed clearly without creating an enigmatic impression for the audience.*

**Keywords:** *catharsis, constructive activities, destructive behaviour*

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ivii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK .....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah .....</b>	<b>2</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>4</b>
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>6</b>
<b>2.1 Desain Grafis.....</b>	<b>6</b>
<b>2.1.1 Elemen Desain.....</b>	<b>6</b>
<b>2.1.2 Prinsip Desain .....</b>	<b>20</b>
<b>2.1.3 Grid .....</b>	<b>25</b>
<b>2.1.4 Tipografi .....</b>	<b>27</b>
<b>2.1.5 Ilustrasi.....</b>	<b>28</b>
<b>2.2 STP (<i>Segmentation, Targeting, Positioning</i>).....</b>	<b>29</b>
<b>2.2.1 <i>Segmentation</i>.....</b>	<b>29</b>
<b>2.2.2 <i>Targeting</i>.....</b>	<b>30</b>
<b>2.2.3 <i>Positioning</i>.....</b>	<b>31</b>
<b>2.3 SWOT (<i>Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats</i>).....</b>	<b>31</b>
<b>2.3.1 Analisis Internal (<i>Strengths &amp; Weaknesses</i>).....</b>	<b>32</b>
<b>2.3.2 Analisis Eksternal (<i>Opportunities &amp; Threats</i>).....</b>	<b>32</b>

2.4	Kampanye .....	32
2.4.1	Jenis Kampanye.....	33
2.4.2	Media Kampanye.....	34
2.4.3	<i>Copywriting</i> dalam Kampanye.....	36
2.4.4	Taktik Pesan Kampanye.....	37
2.4.5	Pendekatan Kampanye.....	38
2.4.6	Metode Perancangan Kampanye.....	39
2.5	AISAS .....	41
2.6	Katarsis.....	42
2.6.1	Bentuk-bentuk Katarsis.....	43
<b>BAB III</b>	<b>METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN .....</b>	<b>45</b>
3.1	Metodologi Penelitian.....	45
3.1.1	Metode Kualitatif.....	45
3.1.2	Metode Kuantitatif .....	64
3.2	Metodologi Perancangan .....	69
<b>BAB IV</b>	<b>STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN .....</b>	<b>72</b>
4.1	Strategi Perancangan .....	72
4.1.1	<i>Overview</i> .....	72
4.1.2	<i>Strategy</i> .....	79
4.1.3	<i>Ideas</i> .....	87
4.1.4	<i>Design</i> .....	92
4.1.5	<i>Production</i> .....	98
4.1.6	<i>Implementation</i> .....	114
4.2	Analisis Perancangan.....	114
4.2.1	<i>Beta Test</i> .....	114
4.2.2	<i>Key Visual</i> .....	117
4.2.3	<i>Booth Installation</i> .....	119
4.2.4	Analisis Konten Instagram.....	120
4.2.5	Analisis Youtube <i>Overlay Ads</i> .....	122
4.2.6	Analisis Rambu Lalu Lintas.....	124

4.2.7 Analisis Poster.....	124
4.2.8 Analisis <i>Merchandise</i> .....	125
4.3 <i>Budgeting</i> .....	126
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	128
5.1 <b>Simpulan</b> .....	128
5.2 <b>Saran</b> .....	130
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	xvii
<b>LAMPIRAN</b> .....	xxi

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tabel Analisis SWOT Konten Instagram Kampanye Pintar Atur Emosi oleh NOVA .....	58
Tabel 3.2 Tabel Analisis SWOT Poster <i>World Cleanup Day</i> .....	61
Tabel 3. 3 Tabel Analisis SWOT Konten Instagram WIB 2023.....	63
Tabel 3.4 Data Diri Responden.....	65
Tabel 3.5 Pernyataan Responden Mengenai Penumpukan Emosi dan Perilaku Destruktif .....	67
Tabel 3.6 Pengetahuan Responden Mengenai Katarsis .....	67
Tabel 3.7 Pengalaman Responden Mengenai Kegiatan Katarsis.....	67
Tabel 3.8 Frekuensi Melakukan Kegiatan Katarsis .....	68
Tabel 3.9 Preferensi Responden dalam Menggunakan Media.....	69
Tabel 3.10 Alasan Responden dalam Memilih Media.....	69
Tabel 4.1 Tabel Segmentasi Audiens Kampanye .....	73
Tabel 4. 2 Tabel Riset Kampanye Terdahulu.....	75
Tabel 4.3 Tabel Analisis SWOT .....	77
Tabel 4.4 Tabel <i>Insight Mandatory</i> dan Audiens.....	78
Tabel 4.5 Tabel <i>Creative Brief</i> .....	80
Tabel 4.6 Tabel Strategi dan Taktik Pesan Kampanye .....	83
Tabel 4.7 Tabel <i>Strategic Media Planning</i> .....	84
Tabel 4.8 Tabel <i>Media Timeline</i> .....	86
Tabel 4.9 Hasil <i>Beta Test</i> Berdasarkan Tampilan Visual .....	114
Tabel 4.10 Hasil <i>Beta Test</i> Berdasarkan <i>Copywriting</i> .....	115
Tabel 4.11 <i>Budget Media</i> Kampanye.....	126



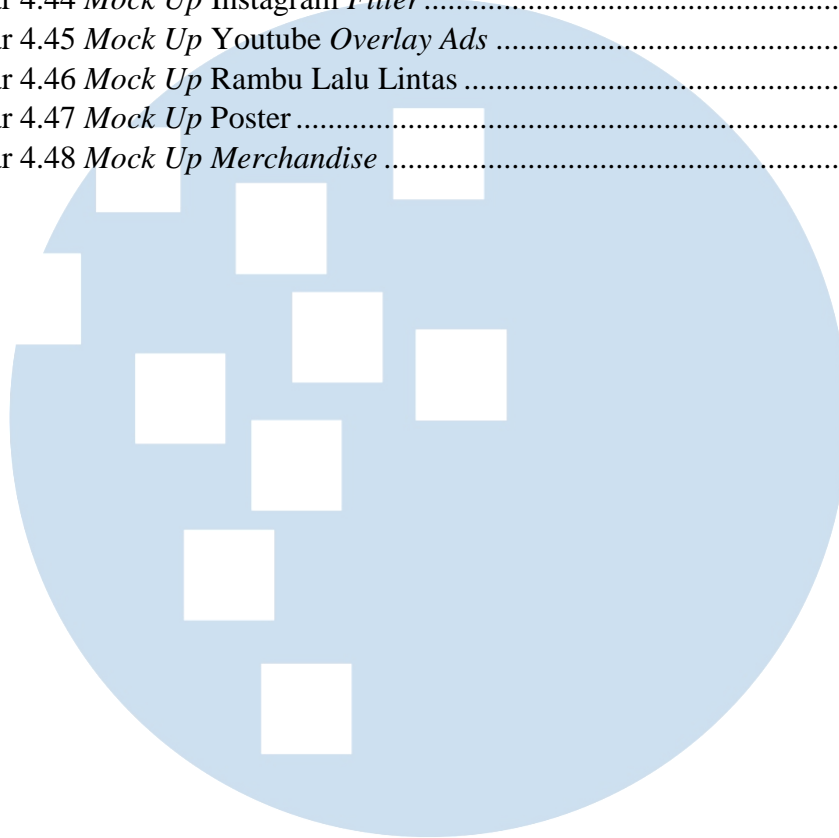
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Penerapan Garis dalam Media Kampanye .....	7
Gambar 2.2 Penerapan Bentuk dalam Media Kampanye .....	8
Gambar 2.3 <i>Color Wheel</i> .....	8
Gambar 2.4 <i>Hue, Saturation, dan Value</i> .....	9
Gambar 2.5 <i>Achromatic Scheme</i> pada Media Kampanye.....	10
Gambar 2.6 <i>Analogous Scheme</i> pada Media Kampanye .....	10
Gambar 2.7 <i>Clash Scheme</i> pada Media Kampanye .....	11
Gambar 2.8 <i>Complementary Scheme</i> pada Media Kampanye.....	11
Gambar 2.9 <i>Monochromatic Scheme</i> pada Media Kampanye.....	12
Gambar 2.10 <i>Neutral Scheme</i> pada Media Kampanye .....	12
Gambar 2.11 <i>Split Complementary</i> pada Media Kampanye.....	13
Gambar 2.12 <i>Primary Scheme</i> pada Media Kampanye .....	13
Gambar 2.13 <i>Secondary Scheme</i> pada Media Kampanye.....	14
Gambar 2.14 <i>Tertiary Triad Scheme</i> pada Media Kampanye .....	14
Gambar 2.15 Penerapan Warna Merah Pada Media Kampanye.....	15
Gambar 2.16 Penerapan Warna Kuning pada Media Kampanye .....	15
Gambar 2.17 Penerapan Warna Jingga pada Media Kampanye .....	16
Gambar 2.18 Penerapan Warna Hijau pada Media Kampanye.....	16
Gambar 2.19 Penerapan Warna Biru pada Media Kampanye .....	17
Gambar 2.20 Penerapan Warna Ungu pada Media Kampanye.....	17
Gambar 2.21 Penerapan Warna Pink pada Media Kampanye .....	18
Gambar 2.22 Penerapan Warna Cokelat pada Media Kampanye .....	18
Gambar 2.23 Penerapan Warna Abu-abu pada Media Kampanye .....	19
Gambar 2.24 Penerapan Warna Putih pada Media Kampanye .....	19
Gambar 2.25 Penerapan Warna Hitam pada Media Kampanye .....	19
Gambar 2.26 Penerapan <i>Balance</i> dalam Media Kampanye.....	21
Gambar 2.27 Penerapan <i>Emphasis by Isolation</i> pada Media Kampanye.....	22
Gambar 2.28 Penerapan <i>Emphasis by Placement</i> pada Media Kampanye.....	22
Gambar 2.29 Penerapan <i>Emphasis through Scale</i> pada Media Kampanye .....	23
Gambar 2.30 Penerapan <i>Isolation by Contrast</i> pada Media Kampanye .....	23
Gambar 2.31 Penerapan <i>Emphasis by Pointers</i> pada Media Kampanye .....	24
Gambar 2.32 Penerapan <i>Rhythm</i> pada Media Kampanye.....	25
Gambar 2.33 Penerapan <i>Single Column Grid</i> Pada Media Kampanye.....	26
Gambar 2.34 Penerapan <i>Multi Column Grid</i> Pada Media Kampanye.....	26
Gambar 2.35 Penerapan <i>Modular Grid</i> pada Media Kampanye .....	26
Gambar 3.1 Interview dengan Psikolog Klinis Bianglala Andriadewi, M.Psi.....	46
Gambar 3.2 Interview dengan Psikolog Klinis Fiona Damanik, M.Psi. ....	51
Gambar 3. 3 <i>Focus Group Discussion</i> .....	53
Gambar 3.4 Konten Instagram Kampanye Pintar Atur Emosi oleh NOVA .....	58
Gambar 3.5 Poster <i>World Cleanup Day 2023</i> .....	60
Gambar 3.6 Konten Instagram Waktu Indonesia Berdansa 2023 .....	62

Gambar 4.1 Persona Target Audiens Kampanye .....	74
Gambar 4.2 <i>Mindmap</i> .....	87
Gambar 4.3 Alternatif <i>Big Idea</i> .....	88
Gambar 4.4 <i>Moodboard Visual</i> .....	89
Gambar 4.5 <i>Moodboard Tipografi</i> .....	89
Gambar 4.6 <i>Typeface</i> yang digunakan .....	90
Gambar 4.7 <i>Moodboard Warna</i> .....	91
Gambar 4.8 Alternatif Nama Kampanye .....	93
Gambar 4.9 Alternatif Sketsa Logo .....	94
Gambar 4.10 Proses Perancangan Logo Kampanye .....	94
Gambar 4.11 Alternatif Sketsa <i>Key Visual</i> .....	95
Gambar 4.12 Sketsa Rambu Lalu Lintas.....	96
Gambar 4.13 Digitalisasi Bentuk Rambu Lalu Lintas .....	96
Gambar 4.14 <i>Multi Column Grid</i> untuk <i>Key Visual</i> .....	97
Gambar 4.15 Proses Pembuatan <i>Background</i> .....	97
Gambar 4.16 Proses Perancangan <i>Key Visual</i> .....	98
Gambar 4.17 Desain <i>Key Visual</i> dalam <i>Series Ads</i> .....	98
Gambar 4.18 Sketsa <i>Booth Installation</i> .....	101
Gambar 4.19 <i>Floor Plan Booth Installation</i> .....	101
Gambar 4.20 Bentuk Dasar <i>Booth Installation</i> .....	102
Gambar 4.21 Desain <i>Booth Installation</i> .....	102
Gambar 4.22 Proses Perancangan Poster Pembagian <i>Merchandise</i> .....	103
Gambar 4.23 Proses Perancangan Papan Aktivitas.....	103
Gambar 4.24 Proses Perancangan Papan Instruksi .....	104
Gambar 4.25 Proses Perancangan <i>Sticker Balok</i> .....	104
Gambar 4.26 <i>Content Plan</i> Instagram.....	105
Gambar 4.27 Proses Perancangan Instagram <i>Feeds</i> .....	106
Gambar 4.28 Hasil Perancangan Konten Instagram <i>Feeds</i> .....	106
Gambar 4.29 <i>Content Plan</i> Instagram <i>Story</i> .....	107
Gambar 4.30 Proses Perancangan Instagram <i>Story</i> .....	107
Gambar 4.31 Hasil Perancangan Konten Instagram <i>Story</i> .....	108
Gambar 4.32 Proses Perancangan Instagram <i>Filter</i> .....	108
Gambar 4.33 Hasil Perancangan Instagram <i>Filter</i> .....	109
Gambar 4.34 Proses Perancangan Aset Rambu Lalu Lintas.....	109
Gambar 4.35 Hasil Perancangan Rambu Lalu Lintas .....	110
Gambar 4.36 Proses Perancangan Youtube <i>Overlay Ads</i> .....	110
Gambar 4.37 Proses Perancangan Poster .....	111
Gambar 4.38 Proses Perancangan Kipas Tangan.....	112
Gambar 4.39 Proses Perancangan Pulpen.....	113
Gambar 4.40 Proses Perancangan Kartu <i>E-Money</i> .....	113
Gambar 4.41 <i>Mock Up Key Visual (Series Ads)</i> .....	117
Gambar 4.42 <i>Mock Up</i> Instagram <i>Feeds</i> .....	121



Gambar 4.43 <i>Mock Up Instagram Story</i> .....	121
Gambar 4.44 <i>Mock Up Instagram Filter</i> .....	122
Gambar 4.45 <i>Mock Up Youtube Overlay Ads</i> .....	123
Gambar 4.46 <i>Mock Up Rambu Lalu Lintas</i> .....	124
Gambar 4.47 <i>Mock Up Poster</i> .....	125
Gambar 4.48 <i>Mock Up Merchandise</i> .....	126



UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Bukti Bimbingan.....	xxi
Lampiran B Transkrip Wawancara 1.....	xxii
Lampiran C Transkrip Wawancara 2.....	xxxvi
Lampiran D Transkrip FGD.....	xlvi
Lampiran E Hasil Kuesioner.....	lx
Lampiran F Dokumentasi Bimbingan Spesialis.....	lxxiii
Lampiran G Hasil <i>Beta Test</i> .....	lxxiv
Lampiran H Hasil Turnitin.....	lxxviii

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA