

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL UNTUK
GEN-Z DALAM MENGGUNAKAN BPJS SEBAGAI
SARANA PENINGKATAN AKSESIBILITAS
PENANGANAN KESEHATAN MENTAL**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN TUGAS AKHIR

Bonifasius Mika Nirmolo
0000043944

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

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL UNTUK
GEN-Z DALAM MENGGUNAKAN BPJS SEBAGAI
SARANA PENINGKATAN AKSESIBILITAS
PENANGANAN KESEHATAN MENTAL**



LAPORAN TUGAS AKHIR

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

**Bonifasius Mika Nirmolo
00000043944**

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

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Bonifasius Mika Nirmolo

Nomor Induk Mahasiswa : 00000043944

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Tugas akhir dengan judul:

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL UNTUK GEN-Z DALAM
MENGUNAKAN BPJS SEBAGAI SARANA PENINGKATAN
AKSESIBILITAS PENANGANAN KESEHATAN MENTAL**

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, 13 Mei 2024



Bonifasius Mika Nirmolo

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 GEN-Z DALAM
MENGUNAKAN BPJS SEBAGAI SARANA PENINGKATAN
AKSESIBILITAS PENANGANAN KESEHATAN MENTAL**

Oleh

Nama : Bonifasius Mika Nirmolo
NIM : 00000043944
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



Frindhinia Medyasepti, S.Sn., M.Sc.
0319098202/068502

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual



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

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul
**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL UNTUK GEN-Z DALAM
MENGUNAKAN BPJS SEBAGAI SARANA PENINGKATAN
AKSESIBILITAS PENANGANAN KESEHATAN MENTAL**

Oleh

Nama : Bonifasius Mika Nirmolo
NIM : 00000043944
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Rabu, 29 Mei 2024

Pukul 11.15 s.d 12.00 dan dinyatakan

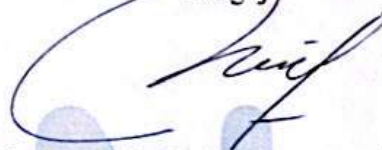
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.


Ketua Sidang


Ester Anggun K., S.Sn., M.Ds.
0325039401/077724


Penguji


Muhammad Nabil Oktanuryansyah, M.Ds.
0319109601/081434

Pembimbing


Frindhinia Medyasepti, S.Sn., M.Sc.
0319098202/068502

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual


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

**HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH MAHASISWA**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Bonifasius Mika Nirmolo
NIM : 00000043944
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : D3/S1/S2
Judul Karya Ilmiah : **PERANCANGAN KAMPANYE
SOSIAL UNTUK GEN-Z DALAM
MENGUNAKAN BPJS SEBAGAI
SARANA PENINGKATAN
AKSESIBILITAS PENANGANAN
KESEHATAN MENTAL**

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, 12 Juni 2024



(Bonifasius Mika Nirmolo)

** 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-Nya, penulis dapat menyusun proposal tugas akhir yang berjudul “Perancangan Kampanye Sosial untuk Gen-Z dalam Menggunakan BPJS Sebagai Sarana Penanganan Aksesibilitas Penanganan Kesehatan Mental”. Tujuan pembuatan proposal tugas akhir untuk mengkomunikasikan informasi secara efektif kepada Gen Z mengenai manfaat BPJS dan prosedur pendaftaran pelayanan tersebut sebagai alat yang mampu meningkatkan aksesibilitas perawatan mental. Harapan penulis dari penyusunan laporan ini adalah agar Gen-Z lebih sadar akan pentingnya perawatan mental.

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya pada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung penulis sehingga bisa menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik, yaitu:

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. Frindhinia Medyasepti, S.Sn., M.Sc., sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Seluruh responden kuesioner dan narasumber wawancara yang telah meluangkan waktu dan membagi pengalamannya untuk keperluan pengumpulan data tugas akhir ini.
6. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Penulis berharap, perancangan tugas akhir ini ke depannya dapat memberikan berbagai manfaat sehingga pembaca dapat mengetahui akan pentingnya manfaat

BPJS sebagai salah satu akses untuk menangani perawatan kesehatan mental. Penulis menyadari bahwa perancangan tugas akhir ini tidak terlepas dari kekurangan, untuk itu penulis haturkan maaf apabila terdapat kesalahan dalam laporan ini. Kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk menyempurnakan laporan ini.

Tangerang, 12 Juni 2024



(Bonifasius Mika Nirmolo)

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL UNTUK GEN-Z
DALAM MENGGUNAKAN BPJS SEBAGAI SARANA
PENINGKATAN AKSESIBILITAS PENANGANAN
KESEHATAN MENTAL**

(Bonifasius Mika Nirmolo)

ABSTRAK

Perawatan kesehatan mental merupakan aspek penting dari kesejahteraan individu yang sering kali diabaikan atau dianggap tabu dalam masyarakat. BPJS Kesehatan, sebagai penyedia jaminan kesehatan nasional di Indonesia, memiliki peran yang signifikan dalam memastikan akses yang baik dan terjangkau terhadap layanan kesehatan mental bagi seluruh populasi. Penelitian ini bertujuan untuk merancang kampanye visual yang efektif untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang akses perawatan kesehatan mental melalui BPJS Kesehatan. Hasil perancangan kampanye menunjukkan bahwa pendekatan yang berbasis pada pemahaman mendalam tentang kebutuhan dan preferensi audiens target, serta penggunaan konten yang menarik dan mudah dipahami merupakan kunci kesuksesan kampanye. Pengumpulan data dilakukan menggunakan metode campur, yang terdiri dari kuesioner, wawancara ahli, studi eksisting, dan studi referensi. Perancangan kampanye ini juga dilakukan dengan menggunakan metode Landa dan model komunikasi AISAS. Kampanye ini dirancang bertujuan untuk mengubah persepsi masyarakat tentang perawatan kesehatan mental, menghilangkan stigma mengenai BPJS Kesehatan, dan meningkatkan partisipasi dalam akses perawatan kesehatan mental melalui BPJS Kesehatan.

Kata kunci: kesehatan, mental, kampanye, BPJS

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 FOR GEN-Z USING BPJS
AS A MEANS OF INCREASING MENTAL HEALTH CARE**

(Bonifasius Mika Nirmolo)

ABSTRACT (English)

Mental health care is an important aspect of an individual's well-being that is often overlooked or considered taboo in society. BPJS Health, as the national health insurance provider in Indonesia, has a significant role in ensuring good and affordable access to mental health services for the entire population. This research aims to design an effective visual campaign to increase public awareness about access to mental health care through BPJS Health. The results of the campaign design show that an approach based on a deep understanding of the needs and preferences of the target audience, as well as the use of interesting and easy-to-understand content is the key to the campaign's success. Data collection was carried out using mixed methods, consisting of questionnaires, expert interviews, existing studies and reference studies. This campaign design was also carried out using the Landa method and the AISAS communication model. This campaign is designed to aim to change people's perceptions about mental health care, eliminate the stigma regarding BPJS Health, and increase participation in access to mental health care through BPJS

Keywords: health, mental, campaign, BPJS

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

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	xix
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 Komunikasi Visual	6
2.1.1 Prinsip Desain	6
2.1.2 Elemen Desain.....	13
2.1.3 Tipografi.....	18
2.1.3.1 Anatomi Huruf.....	19
2.1.4 <i>Grid</i>	119
2.1.5 Lingkup Desain	22
2.2 Kampanye.....	23
2.2.1 Jenis-Jenis Kampanye.....	24
2.2.2 Fungsi Kampanye.....	25
2.2.3 Media Kampanye.....	27

2.2.4	Perancangan Kampanye	28
2.3	Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS)	30
2.4	Kesehatan Mental	32
2.5	Generasi Z.....	34
2.6	Peran BPJS dalam Peningkatan Aksesibilitas Kesehatan Mental	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN		38
3.1	Metodologi Penelitian	38
3.1.1	Wawancara	38
3.1.1.1	Pelaksanaan Wawancara	38
3.1.1.2	Studi Eksisting.....	50
3.1.1.3	Studi Referensi	53
3.1.1.4	Kesimpulan.....	57
3.1.2	Kuesioner.....	57
3.1.2.1	Kesimpulan.....	63
3.2	Metodologi Perancangan.....	63
BAB IV STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN.....		65
4.1	Strategi Perancangan.....	65
4.1.1	Overview.....	65
4.1.1.1	Target Audiens	65
4.1.2	Strategy	67
4.1.2.1	<i>User Persona</i>	67
4.1.2.2	<i>User Journey</i>	69
4.1.2.3	<i>Creative Brief</i>	71
4.1.2.4	<i>Brand Mandatory</i>	77
4.1.2.5	Strategi Media Kampanye Berdasarkan AISAS	83
4.1.3	<i>Ideas</i>	87
4.1.3.1	<i>Mind map</i>	87
4.1.3.2	<i>Big Idea</i>	88
4.1.3.3	<i>Moodboard</i>	89
4.1.3.4	Konsep Visual Kampanye	92

4.1.3.5	<i>Copywriting</i>	93
4.1.3.6	Dasar Visual	95
4.1.4	<i>Design</i>	96
4.1.4.1	Identitas Kampanye.....	97
4.1.4.2	<i>Key Visual</i>	98
4.1.5	<i>Production</i>	112
4.1.5.1	Perancangan Media	112
4.1.6	<i>Implementation</i>	133
4.2	Analisis Perancangan.....	133
4.2.1	Analisis <i>Beta Test</i>	133
4.2.2	Analisis Perancangan Identitas Visual	137
4.2.3	Analisis Key Visual.....	138
4.2.4	Analisis Warna.....	139
4.2.5	Analisis Instagram & Tiktok Ads	140
4.2.6	Analisis Instagram & Facebook Feeds	141
4.2.7	Analisis Facebook Ads	142
4.2.8	Analisis Commuter Line Ads	143
4.2.9	Analisis Billboard	144
4.2.10	Analisis Instagram Story	146
4.2.11	Analisis Transit Ads	147
4.2.12	Analisis X Banner	148
4.2.13	Analisis Penyuluhan	149
4.2.14	Analisis <i>Flyer</i>	150
4.2.15	Analisis Merchandise	151
4.3	<i>Budgetting</i>	152
BAB V PENUTUP.....		154
5.1	Simpulan	154
DAFTAR PUSTAKA.....		xix
LAMPIRAN.....		xxii

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 SWOT Media Informasi Suara Surabaya.....	51
Tabel 3.2 SWOT Infografis pinterpolitik.com.....	53
Tabel 3.3 Demografi Responden.....	58
Tabel 3.4 Sumber informasi sistem BPJS.....	60
Tabel 3.5 Jenis perawatan yang disediakan BPJS.....	60
Tabel 3.6 Gangguan kesehatan mental yang sering dialami.....	61
Tabel 3.7 Informasi pengetahuan mengenai akses BPJS dalam perawatan kesehatan mental.....	62
Tabel 3.8 Ketertarikan responden perihal merawat kesehatan mental melalui BPJS.....	62
Tabel 4.1 Tabel Identifikasi Target Audiens.....	66
Tabel 4.2 Cretive Brief.....	72
Tabel 4.3 <i>Media strategic planning</i>	84
Tabel 4.4 <i>Media timeline</i>	85
Tabel 4.5 Tabel Copywriting.....	93
Tabel 4.6 Tabel Profil Beta Test.....	133
Tabel 4.7 Tabel Beta Test.....	134
Tabel 4.8 Budgetting.....	152

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Contoh Format.....	7
Gambar 2.2 <i>Symmetrical Balance</i>	8
Gambar 2.3 <i>Asymmetrical Balance</i>	8
Gambar 2.4 <i>Radial Balance</i>	9
Gambar 2.5 Contoh <i>Empasis</i>	10
Gambar 2.6 <i>Empasis Melalui Struktur Diagram</i>	10
Gambar 2.7 <i>Rhythm</i>	11
Gambar 2.8 <i>Unity</i>	12
Gambar 2.9 <i>Law of Perceptual Organization</i>	13
Gambar 2.10 <i>Garis</i>	14
Gambar 2.11 Bentuk Dasar.....	15
Gambar 2.12 Contoh <i>Figure and Ground</i>	15
Gambar 2.13 <i>Hue, Saturation, dan Value</i>	16
Gambar 2.14 <i>Additive Color System</i>	17
Gambar 2.15 <i>Subtractive Color System</i>	18
Gambar 2.16 <i>Tactile Texture</i>	18
Gambar 2.17 Font.....	19
Gambar 2.18 <i>Single-Column Grid</i>	20
Gambar 2.19 <i>Multicolumn Grid</i>	21
Gambar 2.20 <i>Modular Grid</i>	21
Gambar 2.21 Logo BPJS.....	30
Gambar 2.22 Brosur Daftar Layanan Public.....	31
Gambar 2.23 Kesehatan Mental.....	33
Gambar 2.24 Kelompok Berbagai Jenis generasi.....	35
Gambar 3.1 Wawancara Penulis dengan Rosy Anwar.....	40
Gambar 3.2 Wawancara Penulis dengan Bapak Toge Aprilianto.....	44
Gambar 3.3 Wawancara Penulis dengan Bapak Darfi Rizkavirwan.....	45
Gambar 3.4 Wawancara Penulis dengan Ibu Amel Setiawan.....	47
Gambar 3.5 Dokumentasi Pelaksanaan FGD pada Target Audiens.....	49

Gambar 3.6 <i>Post</i> Instagram Suara Surabaya Media.....	50
Gambar 3.7 <i>Post</i> Instagram Suara Surabaya Media.....	51
Gambar 3.8 Infografis pinterpolitik.com	52
Gambar 3.9 Kampanye <i>Mental Health Coalition</i>	54
Gambar 3.10 Kampanye <i>Mental Health Coalition</i>	54
Gambar 3.11 Ilustrasi <i>Be Green</i>	55
Gambar 3.12 Kuesioner	58
Gambar 3.13 Skala Likert mengenai sistem BPJS.....	59
Gambar 3.14 Skala <i>Likert</i> Mengenai Pentingnya Kesehatan Mental	61
Gambar 3.15 Data Terkait Sumber yang Menyediakan Informasi	62
Gambar 4.1 Persona 1	67
Gambar 4.2 Persona 2	68
Gambar 4.3 <i>User Journey Map 1</i>	69
Gambar 4.4 <i>User Journey Map 2</i>	70
Gambar 4.5 Logo BPJS Kesehatan	77
Gambar 4.6 Instagram BPJS Kesehatan.....	79
Gambar 4.7 Facebook BPJS Kesehatan.....	80
Gambar 4.8 X BPJS Kesehatan.....	80
Gambar 4.9 Youtube BPJS Kesehatan.....	81
Gambar 4.10 TikTok BPJS Kesehatan.....	82
Gambar 4.11 <i>Media Journey</i>	86
Gambar 4.12 <i>Mindmap</i>	87
Gambar 4.13 <i>Alternatif Big Idea</i>	88
Gambar 4.14 <i>Moodboard visual</i>	90
Gambar 4.15 <i>Moodboard</i> Tipografi.....	91
Gambar 4.16 <i>Moodboard Logo</i>	92
Gambar 4.17 Copywriting.....	94
Gambar 4.18 <i>Color Palette</i>	95
Gambar 4.19 <i>Font</i>	96
Gambar 4.20 Sketsa Logo Kampanye.....	97
Gambar 4.21 Logo Kampanye Terpilih	98

Gambar 4.22 Sketsa <i>Key Visual</i>	100
Gambar 4.23 Aset Foto <i>Key Visual</i> 1	101
Gambar 4.24 <i>Grid</i> pada <i>document A4</i>	102
Gambar 4.25 Proses edit subjek <i>Key Visual</i> 1	102
Gambar 4.26 Proses <i>edit</i> subjek dan <i>background</i>	103
Gambar 4.27 Hasil <i>Key Visual</i> 1	104
Gambar 4.28 Aset Foto <i>Key Visual</i> 2	105
Gambar 4.29 Proses edit subjek <i>Key Visual</i> 2	106
Gambar 4.30 Proses <i>Edit</i> Subjek <i>Key Visual</i> 2	106
Gambar 4.31 Proses <i>Edit Background</i> <i>Key Visual</i> 2	107
Gambar 4.32 Hasil <i>Key Visual</i> 2	108
Gambar 4.33 Aset Foto <i>Key Visual</i> 3	108
Gambar 4.34 Proses <i>Edit</i> labirin	109
Gambar 4.35 Proses <i>Edit</i> Subjek	110
Gambar 4. 36 Proses <i>Edit Background</i>	110
Gambar 4.37 Hasil <i>Key Visual</i> 3	111
Gambar 4.38 3 <i>Key Visual</i>	111
Gambar 4.39 <i>Grid</i> Instagram & Tiktok Ads	112
Gambar 4.40 <i>Grid</i> Instagram & Tiktok Ads	113
Gambar 4.41 <i>Desain Billboard</i>	113
Gambar 4.42 <i>Grid</i> Instagram & Tiktok Ads	114
Gambar 4.43 Sketsa Instagram & Tiktok Ads	114
Gambar 4.44 <i>Desain</i> Instagram & Tiktok Ads	115
Gambar 4.45 <i>Desain</i> Instagram & Tiktok Ads	115
Gambar 4.46 <i>Desain</i> Instagram & Tiktok Ads	116
Gambar 4.47 <i>Desain</i> Facebook Ads	116
Gambar 4.48 <i>Layout</i> Instagram Story	117
Gambar 4.49 <i>Layout</i> Instagram Story	117
Gambar 4.50 Stiker Instagram Story	118
Gambar 4.51 <i>Desain</i> Instagram Story	118
Gambar 4.52 Sketsa <i>Instagram & Facebook Feeds</i>	119

Gambar 4.53 <i>Grid Instagram & Facebook Feeds</i>	119
Gambar 4.54 <i>Desain Instagram & Facebook Feeds</i>	120
Gambar 4.55 <i>Sketsa Transit Ads Motor</i>	121
Gambar 4.56 <i>Sketsa Transit Ads Motor</i>	122
Gambar 4. 57 <i>Desain Transit Ads Motor</i>	122
Gambar 4.58 <i>Sketsa Transit Ads Mobil</i>	123
Gambar 4.59 <i>Layout Grid Transit Ads Mobil</i>	123
Gambar 4.60 <i>Desain Transit Ads Mobil</i>	124
Gambar 4.61 <i>Sketsa Commuter Line Ads (Wall Branding)</i>	124
Gambar 4.62 <i>Desain Commuter Line Ads (Wall Branding)</i>	125
Gambar 4.63 <i>Sketsa Commuter Line Ads (Wall Branding)</i>	125
Gambar 4.64 <i>Desain Commuter Line Ads (Wall Branding)</i>	126
Gambar 4.65 <i>Desain Commuter Line Ads (Hanging Alley)</i>	126
Gambar 4.66 <i>Desain Powerpoint Penyuluhan</i>	127
Gambar 4.67 <i>Desain Powerpoint Penyuluhan</i>	127
Gambar 4.68 <i>Sketsa X Banner</i>	128
Gambar 4. 69 <i>Layout Grid X Banner</i>	129
Gambar 4.70 <i>Desain X Banner</i>	130
Gambar 4.71 <i>Sketsa Flyer</i>	130
Gambar 4.72 <i>Layout Grid Flyer</i>	131
Gambar 4.73 <i>Desain Flyer</i>	131
Gambar 4.74 <i>Desain Kaos</i>	132
Gambar 4.75 <i>Desain Gelas</i>	132
Gambar 4.76 <i>FGD Beta Test</i>	136
Gambar 4.77 <i>Logo Kampanye</i>	137
Gambar 4.78 <i>Mockup Key Visual</i>	138
Gambar 4.79 <i>Analisis Warna</i>	139
Gambar 4.80 <i>Mockup Instagram & Tiktok Ads</i>	140
Gambar 4.81 <i>Mockup Instagram & Facebook Feeds</i>	141
Gambar 4.82 <i>Mockup Facebook Ads</i>	142
Gambar 4.83 <i>Mockup Wall Branding</i>	143

Gambar 4.84 <i>Mockup Hanging Alley</i>	144
Gambar 4.85 <i>Mockup Billboard</i>	145
Gambar 4.86 <i>Mockup Instagram Story</i>	146
Gambar 4.87 <i>Mockup Motorbike Ads</i>	147
Gambar 4.88 <i>Mockup Transit Ads Mobil</i>	148
Gambar 4.89 <i>Mockup X Banner</i>	149
Gambar 4.90 <i>Mockup Presentasi Penyuluhan</i>	149
Gambar 4.91 <i>Mockup Flyer</i>	150
Gambar 4.92 <i>Mockup Kaos</i>	151
Gambar 4.93 <i>Mockup Gelas</i>	152



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Form BAP Bimbingan	xxii
Lampiran B Hasil Kuesioner.....	xxiv
Lampiran C Hasil Turnitin.....	xxxI
Lampiran D Transkrip Wawancara.....	xxxviii

