

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL
PENTINGNYA PENGETAHUAN TEKNIK RESUSITASI
JANTUNG PARU BAGI MASYARAKAT UMUM**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN TUGAS AKHIR

Brigita Valencia Lauren

00000044041

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

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL
PENTINGNYA PENGETAHUAN TEKNIK RESUSITASI
JANTUNG PARU BAGI MASYARAKAT UMUM**



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain (S.Ds.)

Brigita Valencia Lauren

0000044041

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

TANGERANG

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Brigita Valencia Lauren

Nomor Induk Mahasiswa : 00000044041

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Tugas akhir dengan judul:

PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL PENTINGNYA PENGETAHUAN TEKNIK RESUSITASI JANTUNG PARU BAGI MASYARAKAT UMUM

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, 22 Desember 2023



(Brigita Valencia Lauren)

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas akhir dengan judul

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL PENTINGNYA PENGETAHUAN
TEKNIK RESUSITASI JANTUNG PARU BAGI MASYARAKAT UMUM**

Oleh

Nama : Brigita Valencia Lauren
NIM : 00000044041
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Jumat, 5 Januari 2024

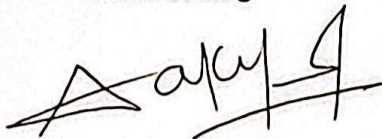
Pukul 14.30 s.d 15.15 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji

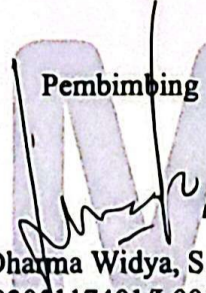


Ardiles Akyuwen, M.Sn.
0323067804/E067811



Joni Nur-Budi Kawulur, S.Sn., M.Ds.
0312096805/E023959

Pembimbing



Leonardo Adi Dharma Widya, S.Sn., M.Ds., A.C.P
0305117401/L00146

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual



Fonita Theresia Yolianda, S.Ds., M.A.
0311099302/E043487

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas academica Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Brigita Valencia Lauren
NIM : 00000044041
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain
Jenis Karya : Tugas Akhir

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul.

PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL PENTINGNYA PENGETAHUAN TEKNIK RESUSITASI JANTUNG PARU BAGI MASYARAKAT UMUM

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 17 Januari 2024

Yang menyatakan,



(Brigita Valencia Lauren)

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

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, hanya karena berkat, karunia, dan kemuliaanNya penulis dapat melakukan perancangan dengan judul “Perancangan Kampanye Sosial Pentingnya Pengetahuan Teknik Resusitasi Jantung Paru Bagi Masyarakat Umum”.

Kejadian henti jantung di luar rumah sakit bukan lah sebuah kejadian yang dapat kita duga sebelumnya, para tenaga medis pun tidak akan selalu berada di ruang public. Oleh karena itu sangat penting bagi kita semua agar dapat mempelajari bantuan dasar hidup terutama dalam memberikan RJP yang berkualitas sehingga kesempatan hidup pasien OHCA dapat meningkat.

Perancangan ini tidak akan berjalan baik tanpa adanya bantuan, dukungan, dan doa dari berbagai pihak. Maka dari itu, Penulis 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. Leonardo Adi Dharma Widya, S.Sn, M.Ds., sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Dewan Penguji, selaku penguji selama pra-sidang dan sidang akhir yang telah memberikan banyak kritik dan saran.
6. Dr. Clifford Eltin John, sebagai narasumber yang telah memberikan banyak informasi seputar RJP dan Bantuan Hidup Dasar.
7. Seluruh dosen DKV dan keluarga besar Universitas Multimedia Nusantara, yang telah banyak memberikan ilmu kepada penulis selama menuntut ilmu.

8. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
9. Jennifer Gracia, Atthissa Thesvara, dan Ivan Pratama, selaku sahabat seperjuangan selama berkuliah yang telah banyak memberikan dukungan dan bantuan kepada penulis.
10. Elizabeth Louis, Kinanthi Gitasari, Aliya Andarika, Andrea Batari, dan Fayola A. E., dan teman-teman kuliah lainnya yang telah banyak membantu penulis dengan memberikan dukungan, semangat, dan bantuan kepada penulis.

Penulis berharap melalui laporan Tugas Akhir ini, perancangan dan penelitian yang dilakukan dapat mewujudkan kampanye ini sehingga *awareness* dari masyarakat dapat meningkat terutama dalam pentingnya pengetahuan banduan dasar hidup dan teknik Resusitasi Jantung Paru.

Tangerang, 17 Januari 2024



(Brigita Valencia Lauren)

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL PENTINGNYA
PENGETAHUAN TEKNIK RESUSITASI JANTUNG
PARU BAGI MASYARAKAT UMUM**

(Brigita Valencia Lauren)

ABSTRAK

OHCA atau *Out of Hospital Cardiac Arrest* merupakan suatu kejadian henti jantung di luar rumah sakit yang dapat terjadi secara tiba-tiba kepada siapa saja. Pasien OHCA sangat perlu segera ditangani dengan memberikan RJP atau Resusitasi Jantung Paru (RJP), namun sayangnya melalui penelitian terdahulu pengetahuan masyarakat awam terhadap teknik RJP masih tergolong rendah. Pasien OHCA yang tidak diberikan RJP memiliki kesempatan hidup yang lebih rendah dibanding dengan pasien yang diberikan RJP. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif dalam mengumpulkan data. Berdasarkan data yang ada, hasil menunjukkan bahwa pengetahuan akan RJP terutama pada masyarakat berusia dewasa muda masih tergolong kurang. Oleh karena itu, dibutuhkan sebuah solusi untuk meningkatkan *awareness* pentingnya pengetahuan bantuan dasar hidup terutama teknik RJP dalam menyelamatkan pasien henti jantung di luar rumah sakit oleh masyarakat awam. Solusi yang dapat diberikan adalah perancangan kampanye pentingnya teknik resusitasi jantung paru bagi masyarakat umum. Melalui kampanye ini diharapkan masyarakat umum terutama usia dewasa muda dapat menjadi lebih *aware* tentang pentingnya pengetahuan teknik RJP.

Kata kunci: Bantuan Dasar Hidup, OHCA, Resusitasi Jantung Paru

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

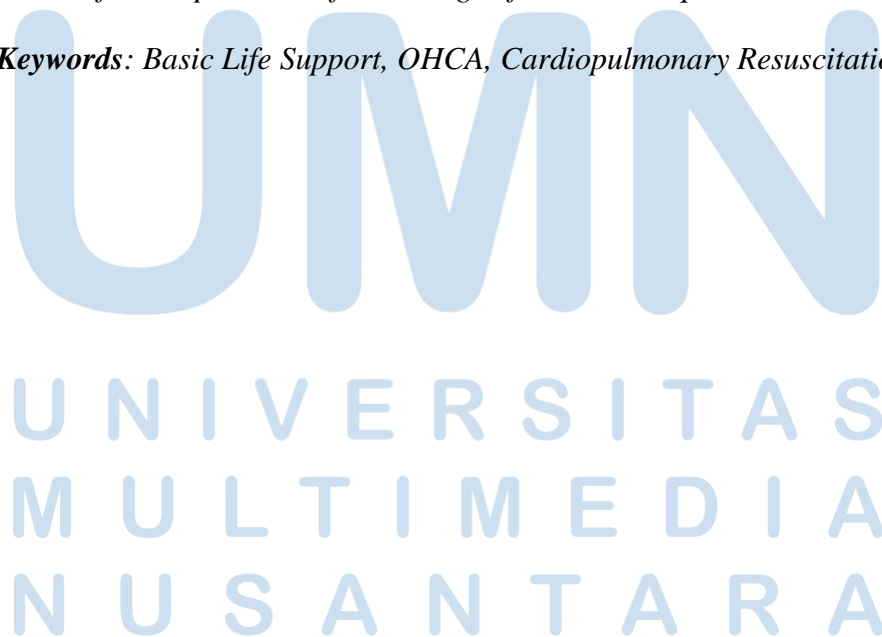
***DESIGNING A CAMPAGN ON THE IMPORTANCE
OF CARDIOPULMONARY RESUSCITATION
KNOWLEDGE FOR GENERAL PUBLIC***

(Brigita Valencia Lauren)

ABSTRACT (English)

OHCA or Out of Hospital Cardiac Arrest is a cardiac arrest event outside the hospital that can happen suddenly to anyone. OHCA patients really need to be treated immediately by providing CPR or Cardiopulmonary Resuscitation, but unfortunately, based on previous research, the general public's knowledge of CPR techniques is still relatively low. OHCA patients who are not given CPR have a lower chance of survival compared to patients who are given CPR. This research uses qualitative and quantitative methods in collecting data. Based on existing data, the results show that knowledge of CPR, especially among young adults, is still relatively lacking. Therefore, there is a need for a solution to increase awareness of the importance of basic life support knowledge, especially CPR techniques in saving cardiac arrest patients outside the hospital by ordinary people. The solution that can be provided is designing a campaign on the importance of cardiopulmonary resuscitation techniques for the general public. Through this campaign, it is hoped that the general public, especially young adults, can become more aware of the importance of knowledge of CPR techniques.

Keywords: *Basic Life Support, OHCA, Cardiopulmonary Resuscitation*



DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT (English)</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah	2
1.4 Tujuan Tugas Akhir	3
1.5 Manfaat Tugas Akhir	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Desain Grafis	5
2.1.1 Elemen Desain	5
2.1.2 Prinsip Desain	11
2.1.3 Layout	16
2.1.4 Tipografi	19
2.2 Kampanye Sosial	23
2.2.1 Jenis Kampanye	23
2.2.2 Teknik Kampanye	23
2.2.3 Strategi AISAS	25
2.2.4 Strategi Media	26
2.2.5 Taktik Penyampaian Pesan	27
2.3 Identitas Visual	27
2.3.1 Logo	27

2.4	Copywriting.....	30
2.5	Fotografi	31
2.6	Resusitasi Jantung Paru	33
2.6.1	Tujuan Resusitasi Jantung Paru	33
2.6.2	Indikasi Pemberian Resusitasi Jantung Paru	33
2.6.3	Kontra Indikasi Resusitasi Jantung Paru	34
2.6.4	Langkah Pemberian Resusitasi Jantung Paru.....	35
2.6.5	Saran Pemberian Resusitasi Jantung Paru.....	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN		40
3.1	Metodologi Penelitian.....	40
3.1.1	Metode Kualitatif.....	40
3.1.2	Metode Kuantitatif	49
3.2	Metodologi Perancangan	59
BAB IV STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN		61
4.1	Strategi Perancangan	61
4.1.1	Overview.....	61
4.1.1.1	Taget Audiens	61
4.1.1.2	Brand Mandatory	64
4.1.1.3	Kompetitor Brand Mandatory	64
4.1.1.4	Analisis SWOT.....	68
4.1.2	Strategy.....	70
4.1.3	<i>Ideas</i>	84
4.1.4	<i>Design</i>	90
4.1.5	<i>Production</i>	97
4.1.6	<i>Implementation</i>	120
4.1.7	Bimbingan Spesialis.....	120
4.2	Analisis Perancangan	122
4.2.1	Analisis <i>Beta Test</i>	122
4.2.2	Analisis Aset <i>Key Visual</i>	128
4.2.3	Analisis Media Tahapan <i>Attention & Interest</i>	131
4.2.4	Analisis Media Tahapan <i>Search</i>	139
4.2.5	Analisis Media Tahapan <i>Action</i>	144

4.2.6 Analisis Media Tahapan <i>Share</i>	148
4.3 <i>Budgeting</i>	152
BAB V PENUTUP	154
5.1 Simpulan	154
5.2 Saran	156
DAFTAR PUSTAKA	xiii
LAMPIRAN	xv



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Tabel Identifikasi Segmentasi Sasaran Kampanye	62
Tabel 4.2 Tabel Riset Kompetitor	65
Tabel 4.3 Tabel SWOT	68
Tabel 4.4 Tabel Insight Brand dan Audiens	70
Tabel 4.5 Tabel <i>Creative brief</i>	72
Tabel 4.6 Tabel Strategi dan taktik Pesan	79
Tabel 4.7 Tabel <i>Strategic Media Planning</i>	81
Tabel 4.8 Tabel <i>Media Timeline</i>	84
Tabel 4.9 Tabel <i>Budgeting</i>	151



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Contoh Penggunaan Garis.....	5
Gambar 2.2 Contoh Penggunaan Bidang dan Bentuk.....	6
Gambar 2.3 Contoh Penggunaan Bentuk.....	7
Gambar 2.4 Contoh Penggunaan <i>Figure/Ground</i>	8
Gambar 2.5 Warna Primer, Sekunder, Tersier.....	9
Gambar 2.6 Warna Adiktif.....	9
Gambar 2.7 Warna Subtraktif.....	10
Gambar 2.8 Contoh Tesktur Taktil.....	10
Gambar 2.9 Contoh Tesktur Visual.....	11
Gambar 2.10 Contoh Keseimbangan Simetris.....	12
Gambar 2.11 Contoh Penggunaan <i>Visual Hierarchy</i>	14
Gambar 2.12 Contoh Penggunaan <i>Unity</i>	15
Gambar 2.13 Komponen dalam <i>Grid</i>	17
Gambar 2.14 <i>Single-Column Grid</i>	18
Gambar 2.15 <i>Two-Column Grid</i>	18
Gambar 2.16 <i>Multicolumn Grid</i>	18
Gambar 2.17 <i>Modular Grid</i>	19
Gambar 2.18 <i>Hierarchiral Grid</i>	19
Gambar 2.19 Anatomi Huruf.....	21
Gambar 2.20 Contoh Penggunaan Tipografi.....	22
Gambar 2.21 Perbandingan Skema AIDMA dan AISAS.....	26
Gambar 2.22 Contoh Logo <i>Wordmarks</i>	28
Gambar 2.23 Contoh Logo <i>Letterform Marks</i>	28
Gambar 2.24 Contoh Logo <i>Pictorial Marks</i>	29
Gambar 2.25 Contoh Logo <i>Abstract Marks</i>	29
Gambar 2.26 Contoh Logo <i>Emblem</i>	30
Gambar 2.27 Kompresi Dada (<i>Chest Compression</i>).....	36
Gambar 2.28 Membuka Jalur Pernapasan (<i>Airway</i>).....	37
Gambar 2.29 Memberikan Napas Buatan (<i>Breathing</i>).....	38
Gambar 3.1 Wawancara Kepada Dr. Clifford Eltin John.....	41
Gambar 3.2 Wawancara Kepada BPH UMN Medical Center.....	45
Gambar 3.3 Kampanye <i>Consider This</i>	47
Gambar 3.4 Kampanye <i>Public Transport Abuse, Harassment at the Workplace, Dome</i>	48
Gambar 3.5 Persentase Pekerjaan Responden.....	51
Gambar 3.6 Persentase Responden Berada di Tempat Umum.....	51
Gambar 3.7 Persentase Responden Paham Bahaya OHCA.....	52
Gambar 3.8 Persentase Pengetahuan Responden Ketika Bertemu Pasien OHCA.....	52

Gambar 3.9 Persentase Respon Responden Ketika Bertemu Pasien OHCA.....	53
Gambar 3.10 Persentase Pemahaman Responden Pada Tata Cara Melakukan RJP	54
Gambar 3.11 Persentase Pandangan Responden Terhadap Pengetahuan RJP.....	54
Gambar 3.12 Persentase Media yang Digunakan Ketika Pelatihan RJP	55
Gambar 3.13 Persentase Responden Pernah dan Tidak Pernah Melihat Kampanye Mengenai Pneningnya Teknik RJP	55
Gambar 3.14 Persentase Media yang Responden Gunakan.....	56
Gambar 3.15 Persentase Sosial Media yang Responden Gunakan	56
Gambar 3.16 Persentase Ketertarikan Responden Pada Kampanye RJP.....	57
Gambar 3.17 Konten yang Responden Ingin Pada Kampanye RJP.....	57
Gambar 3.18 Tingkat Ketertarikan Responden Pada Kampanye RJP	58
Gambar 4.1 <i>User Persona</i>	63
Gambar 4.2 Mind Map.....	85
Gambar 4.3 Mood Board Visual	86
Gambar 4.4 Moodboard Tipografi	87
Gambar 4.5 <i>Typeface</i> yang Digunakan	88
Gambar 4.6 <i>Moodboard</i> Warna	88
Gambar 4.7 Alternatif <i>headline</i>	89
Gambar 4.8 Alternatif <i>Tagline</i> dan <i>Hashtag</i>	90
Gambar 4.9 ALternatif Nama Kampanye	90
Gambar 4.10 Alternatif Logo Kampanye.....	91
Gambar 4.11 Logo Final Kampanye	91
Gambar 4.12 Alternatif Sketsa <i>Key Visual</i>	92
Gambar 4.13 Aset Foto	93
Gambar 4.14 Alternatif Latar <i>Key Visual</i>	94
Gambar 4.15 Proses Pengerjaan <i>Key Visual</i>	95
Gambar 4.16 <i>Modular Grid</i> Pada <i>Key Visual</i>	96
Gambar 4.17 Hasil Perancangan <i>Series Ads Key Visual</i>	96
Gambar 4.18 <i>Modular Grid</i> pada Goscreen GOJEK.....	98
Gambar 4.19 <i>Final Artwork</i> Goscreen GOJEK	98
Gambar 4.20 <i>Modular Grid</i> Pada <i>Flag Banner</i>	99
Gambar 4.21 <i>Final Artwork Flag Banner</i>	100
Gambar 4.22 <i>Modular Grid</i> Pada Poster KRL.....	100
Gambar 4.23 <i>Final Artwork</i> Poster KRL	101
Gambar 4.24 <i>Modular Grid</i> Pada Poster Stasiun MRT	102
Gambar 4.25 <i>Final Artwork</i> Poster Stasiun MRT.....	102
Gambar 4.26 <i>Modular Grid</i> Pada Instagram Ads.....	103
Gambar 4.27 <i>Final Artwork</i> Instagram Ads	104
Gambar 4.28 <i>Modular Grid</i> Pada Youtube <i>In-Display Ads</i>	104
Gambar 4.29 <i>Final Artwork</i> Youtube <i>In-Display Ads</i>	105

Gambar 4.30 <i>Modular Grid</i> Pada <i>Web Banner</i>	105
Gambar 4.31 <i>Final Artwork Web Banner</i>	106
Gambar 4.32 <i>Conten Plan Instagram Feeds</i>	107
Gambar 4.33 <i>Modular Grid</i> pada <i>Instagram Feeds</i>	107
Gambar 4.34 <i>Final Artwork Instagram Feeds</i>	108
Gambar 4.35 <i>Information Architecture Microsite</i>	109
Gambar 4.36 <i>Modular Grid</i> Pada <i>Microsite</i>	109
Gambar 4.37 <i>Final Artwork Microsite</i>	110
Gambar 4.38 <i>Modular Grid</i> Pada <i>Flyer</i>	111
Gambar 4.39 <i>Final Artwork Flyer</i>	112
Gambar 4.40 <i>Modular Grid</i> Pada <i>Backdrop Panggung</i>	112
Gambar 4.41 <i>Final Artwork Backdrop Panggung</i>	113
Gambar 4.42 <i>Final Artwork T-shirt</i>	113
Gambar 4.43 <i>Final Artwork Booth</i>	114
Gambar 4.44 <i>Modular Grid</i> Pada <i>Twibbon</i>	115
Gambar 4.45 <i>Final Artwork Twibbon</i>	116
Gambar 4.46 <i>Final Artwork Merchandise</i>	117
Gambar 4.47 <i>Modular Grid</i> Pada <i>Tri-Fold Brochure</i>	118
Gambar 4.48 <i>Final Artwork Tri-Fold Brochure</i>	119
Gambar 4.49 Dokumentasi Bimbingan Spesialis	120
Gambar 4.50 <i>Key Visual</i> Sebelum Revisi	121
Gambar 4.51 <i>Key Visual</i> yang Sudah direvisi.....	121
Gambar 4.52 Hasil <i>Beta Test</i> Tampilan Visual Kampanye	124
Gambar 4.53 Hasil <i>Beta Test</i> Kritik/Saran.....	124
Gambar 4.54 Hasil <i>Beta Test</i> Pesan Pada Kampanye	125
Gambar 4.55 Hasil <i>Beta Test</i> Media Pada Kampanye	126
Gambar 4.56 Hasil <i>Beta Test</i> Minat Target Audiens	126
Gambar 4.57 Hasil <i>Beta Test</i> Informasi Mermorable	127
Gambar 4.58 Hasil <i>Beta Test</i> Hal yang Disukai Target.....	127
Gambar 4.59 Hasil <i>Beta Test</i> Kritik/Saran Keseluruhan	128
Gambar 4.60 Aset Fotografi <i>Key Visual</i>	129
Gambar 4.61 <i>Final Artwork Key Visual</i>	130
Gambar 4.62 Desain <i>Goscreen</i> GOJEK.....	131
Gambar 4.63 Desain <i>Flag Banner</i>	132
Gambar 4.64 <i>Mockup Flag Banner</i>	133
Gambar 4.65 Desain Poster KRL.....	133
Gambar 4.66 <i>Mockup</i> Poster KRL.....	134
Gambar 4.67 Desain Poster Stasiun MRT	135
Gambar 4.68 <i>Mockup</i> Poster Stasiun MRT	136
Gambar 4.69 Desain <i>Instagram Ads</i>	137

Gambar 4.70 <i>Mockup Instagram Ads</i>	137
Gambar 4.71 <i>Desain Youtube In-Display Ads</i>	138
Gambar 4.72 <i>Mockup Youtube In-Display Ads</i>	139
Gambar 4.73 <i>Desain Web Banner</i>	140
Gambar 4.74 <i>Mockup Web Banner</i>	140
Gambar 4.75 <i>Desain Instagram Feeds</i>	141
Gambar 4.76 <i>Mockup Instagram Feeds</i>	142
Gambar 4.77 <i>Desain Microsite</i>	143
Gambar 4.78 <i>Mockup Microsite</i>	144
Gambar 4.79 <i>Desain Flyer</i>	145
Gambar 4.80 <i>Mockup Flyer</i>	145
Gambar 4.81 <i>Desain Backdrop Panggung</i>	146
Gambar 4.82 <i>Mockup Backdrop Panggung</i>	146
Gambar 4.83 <i>Mockup T-shirt</i>	147
Gambar 4.84 <i>Mockup Booth</i>	148
Gambar 4.85 <i>Mockup Twibbon</i>	149
Gambar 4.86 <i>Mockup Merchandise</i>	150
Gambar 4.87 <i>Desain Tri-Fold Brochure</i>	151
Gambar 4.88 <i>Mockup Tri-Fold Brochure</i>	152



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Form Bimbingan.....	xv
Lampiran B Hasil Turnitin.....	xviii
Lampiran C Hasil Kuesioner.....	xxi
Lampiran D Hasil kuesioner <i>Beta Test</i>	xxv
Lampiran E Transkrip Wawancara.....	xxx



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA