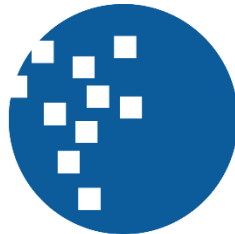


**PERANCANGAN KAMPANYE PENGGUNAAN *HONEYCOMB***

***PAPER WRAP* SEBAGAI ALTERNATIF *BUBBLE WRAP***



**UMN**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**LAPORAN TUGAS AKHIR**

**Yuliana Tanthia**

**0000044053**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

**FAKULTAS SENI DAN DESAIN**

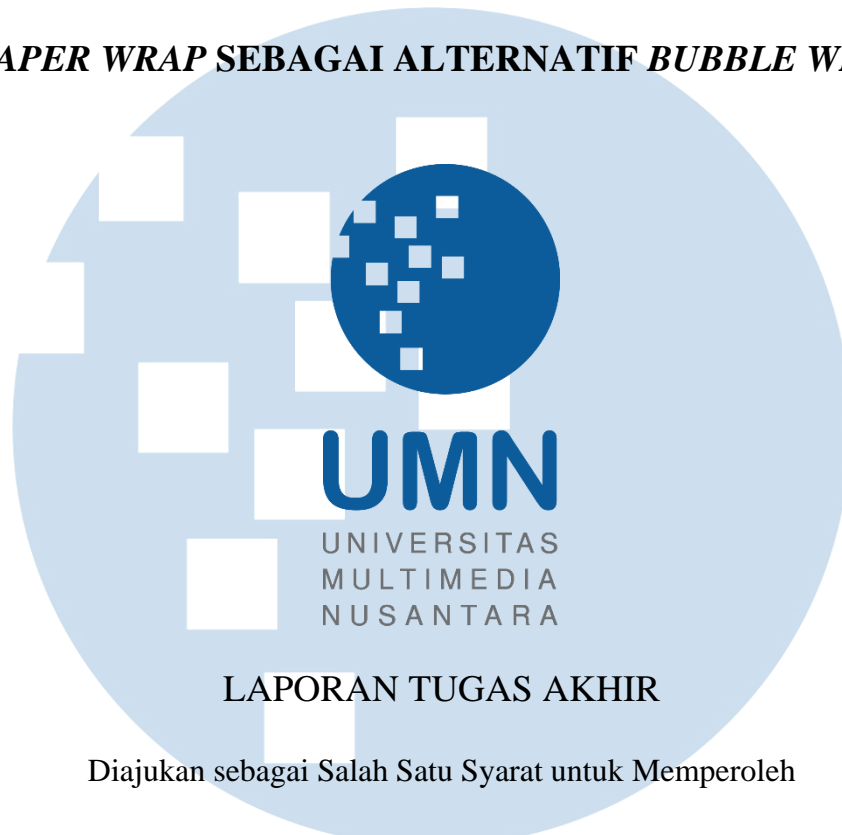
**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2024**

**PERANCANGAN KAMPANYE PENGGUNAAN *HONEYCOMB***

***PAPER WRAP* SEBAGAI ALTERNATIF *BUBBLE WRAP***



**LAPORAN TUGAS AKHIR**

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

**Yuliana Tanthia**

**00000044053**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

**FAKULTAS SENI DAN DESAIN**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2024**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Yuliana Tanthia

Nomor Induk Mahasiswa : 00000044053

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Tugas Akhir dengan judul:

**PERANCANGAN KAMPANYE PENGGUNAAN *HONEYCOMB PAPER*  
*WRAP* SEBAGAI ALTERNATIF *BUBBLE WRAP***

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 Desember 2023



(Yuliana Tanthia)

U M M N  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul


### **PERANCANGAN KAMPANYE PENGGUNAAN *HONEYCOMB PAPER WRAP* SEBAGAI ALTERNATIF *BUBBLE WRAP***

Oleh


Nama : Yuliana Tanthia  
NIM : 00000044053  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Kamis, 4 Januari 2024  
Pukul 13.00 s.d 13.45 dan dinyatakan  
**LULUS**  
Dengan susunan penguji sebagai berikut.


Ketua Sidang

  
Dedy Arpan, S.Des., M.Ds.  
0324018607/E076482


Penguji

  
Mariska Legia, S.Ds., M.B.A.  
0330118701/E083675

Pembimbing

  
Rani Aryani Widjono, S.Sn., M.Ds.  
0310019201/E023987

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual

  
Fonita Theresia Moliando, 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 : Yuliana Tanthia  
NIM : 00000044053  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Fakultas : Seni dan Desain  
Jenis Karya : \*Tesis/Skripsi/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 PENGGUNAAN *HONEYCOMB PAPER*  
*WRAP* SEBAGAI ALTERNATIF *BUBBLE WRAP***

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, 13 Desember 2023

Yang menyatakan,

  
(Yuliana Tanthia)

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 atas berkat dan penyertaan-Nya, penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang berjudul "Perancangan Kampanye Penggunaan *Honeycomb Paper Wrap* Sebagai Alternatif *Bubble Wrap*" dengan maksimal.

Laporan tugas akhir ini disusun dengan tujuan untuk mengimplementasikan hasil pembelajaran penulis sebagai mahasiswi Desain Komunikasi Visual di Universitas Multimedia Nusantara.

Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada beberapa pihak yang telah mendukung, membimbing, dan memberikan motivasi sehingga laporan tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan baik dan lengkap. Ucapan terima kasih ini penulis ucapkan 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. Rani Aryani Widjono, S.Sn., M.Ds., sebagai Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Edo Tirtadarma, M.Ds., sebagai Dosen Spesialis yang telah memberikan dukungan dan *insight* mengenai perancangan kampanye tugas akhir ini.
6. Oscar Siregar dan Vicky sebagai narasumber yang telah membantu memberikan *insight* untuk tugas akhir ini.
7. Subhan dan Angie selaku perwakilan dari KGX yang bersedia untuk membagikan *insight* mengenai KGX yang menjadi *brand mandatory* dalam perancangan kampanye ini.
8. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

9. Sahabat-sahabat seperjuangan tugas akhir, Laurentia Aurellia, Jochelly Young, Olivia Maria yang selalu saling mendukung dalam pengerjaan tugas akhir bisa selesai dengan maksimal.
10. Ernesto, Davin, Faith, Sharine, Mikhael, Edo, Isla, dan Greta selaku teman-teman yang selalu memberikan saya motivasi dan semangat dalam mengerjakan tugas akhir ini.
11. Marcella Aurelia dan Dickson selaku teman-teman satu bimbingan yang berjuang bersama dalam proses pengerjaan tugas akhir ini.

Semoga karya ilmiah ini dapat berguna bagi pembaca, penulis, dan pihak-pihak yang bersangkutan.

Tangerang, 13 Desember 2023

  
(Yuliana Tanthia)

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

# PERANCANGAN KAMPANYE PENGGUNAAN *HONEYCOMB*

## *PAPER WRAP* SEBAGAI ALTERNATIF *BUBBLE WRAP*

Yuliana Tanthia

### ABSTRAK

Pusat Penelitian Oseanografi dan Pusat Penelitian Kependudukan LIPI mengadakan survei *online* terkait kondisi sampah plastik di Jabodetabek. Terdapat 96% paket belanja *online* menggunakan plastik sebagai bungkus, di mana *bubble wrap* menjadi salah satu yang paling umum. Situasi ini mengakibatkan peningkatan limbah plastik akibat aktivitas belanja *online*. Terdapat lebih ramah lingkungan karena terbuat dari kertas daur ulang yang 100% dapat didaur ulang. Untuk mengurangi penggunaan berlebihan *bubble wrap* dan mendorong perubahan perilaku, diperlukan kampanye yang menyadarkan masyarakat dan pelaku UMKM tentang keberadaan alternatif seperti *honeycomb paper wrap*. Ternyata, masyarakat masih belum sadar adanya alternatif seperti *honeycomb paper wrap*. Maka dari itu, penulis ingin merancang kampanye mengenai penggunaan *honeycomb paper wrap* sebagai alternatif *bubble wrap*. Metode yang digunakan adalah *mix method* dan teori komunikasi untuk perancangan kampanye adalah AISAS dengan hasil desain utama di sosial media.

**Kata kunci:** Sampah Plastik, *E-Commerce*, *Honeycomb Paper Wrap*

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



# ***DESIGNING A CAMPAIGN FOR THE USE OF HONEYCOMB***

## ***PAPER WRAP AS AN ALTERNATIVE TO BUBBLE WRAP***

Yuliana Tanthia

### **ABSTRACT (English)**

*The Indonesian Institute of Sciences (LIPI) Oceanography Research Center and Population Research Center conducted an online survey regarding the condition of plastic waste in the Jabodetabek area. It was found that 96% of online shopping packages used plastic as packaging, with bubble wrap being one of the most common types. This situation has resulted in an increase in plastic waste due to online shopping activities. There are more environmentally friendly options available, such as 100% recyclable recycled paper. To reduce excessive use of bubble wrap and encourage behavioral changes, a campaign is needed to raise awareness among the public and Small and Medium Enterprises (UMKM) about alternatives like honeycomb paper wrap. Surprisingly, the public is still unaware of alternatives such as honeycomb paper wrap. Therefore, the author aims to design a campaign promoting the use of honeycomb paper wrap as an alternative to bubble wrap. The method used is a mix of methods, and the communication theory for campaign design is AISAS, with the main design output intended for social media.*

***Keywords:*** Plastic Waste, E-Commerce, Honeycomb Paper Wrap

U M 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

<b>HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>ABSTRAK</b> .....	vii
<b>ABSTRACT (English)</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xvii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	1
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	3
<b>1.3 Batasan Masalah</b> .....	3
<b>1.3.1 Demografis</b> .....	3
<b>1.3.2 Geografis</b> .....	4
<b>1.3.3 Psikografis</b> .....	4
<b>1.4 Tujuan Tugas Akhir</b> .....	4
<b>1.5 Manfaat Tugas Akhir</b> .....	4
<b>1.5.1 Manfaat bagi Penulis</b> .....	4
<b>1.5.2 Manfaat bagi Masyarakat</b> .....	4
<b>1.5.3 Manfaat bagi Universitas</b> .....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	6
<b>2.1 Desain Komunikasi Visual</b> .....	6
<b>2.1.1 Elemen Desain</b> .....	6
<b>2.1.1.1 Garis</b> .....	6
<b>2.1.1.2 Bentuk</b> .....	7
<b>2.1.1.3 Warna</b> .....	8
<b>2.1.1.4 Tekstur</b> .....	9
<b>2.1.2 Prinsip Desain</b> .....	10

2.1.2.1	<i>Format</i> .....	10
2.1.2.2	<i>Keseimbangan</i> .....	11
2.1.2.3	<i>Hierarki Visual</i> .....	12
2.1.2.4	<i>Ritme</i> .....	13
2.1.2.5	<i>Kesatuan</i> .....	14
2.1.2.6	<i>Laws of Perceptual Organization</i> .....	14
2.1.2.7	<i>Skala</i> .....	15
2.1.3	<b>Tipografi</b> .....	15
2.1.3.1	<b>Anatomi Huruf</b> .....	16
2.1.3.2	<b>Klasifikasi Huruf</b> .....	16
2.1.4	<i>Layout</i> .....	20
2.2	<b>Fotografi</b> .....	25
2.2.1	<b>Elemen Formal Dalam Komposisi</b> .....	25
2.2.2	<b>Komposisi Fotografi</b> .....	26
2.2.3	<b>Jenis Fotografi</b> .....	30
2.3	<b>Segmentasi, Targeting, dan Positioning</b> .....	32
2.3.1	<b>Segmentasi</b> .....	32
2.3.2	<i>Targeting</i> .....	33
2.3.3	<i>Positioning</i> .....	34
2.4	<b>Analisis SWOT</b> .....	35
2.5	<b>Kampanye</b> .....	35
2.5.1	<b>Tujuan dan Manfaat Kampanye</b> .....	36
2.5.2	<b>Jenis Kampanye</b> .....	36
2.5.3	<b>Media Kampanye</b> .....	38
2.5.4	<b>Strategi dan Taktik Pesan</b> .....	41
2.6	<b>Teori AISAS</b> .....	43
2.7	<b>Advertising</b> .....	46
2.8	<b>Copywriting</b> .....	46
2.9	<b>Sampah Plastik</b> .....	47
2.9.1	<b>Jenis-Jenis Plastik</b> .....	47
2.9.2	<b>Sampah Plastik dan Aktivitas <i>E-Commerce</i></b> .....	48
2.9.3	<i>Bubble Wrap</i> .....	49

2.9.4	Dampak Sampah Plastik bagi Lingkungan.....	50
2.10	Honeycomb Paper Wrap .....	51
2.11	UMKM.....	52
<b>BAB III</b>	<b>METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN .....</b>	<b>53</b>
3.1	Metodologi Penelitian.....	53
3.1.1	Metode Kualitatif.....	53
3.1.1.1	<i>Interview</i> .....	53
3.1.1.2	Studi Eksisting.....	61
3.1.2	Metode Kuantitatif .....	62
3.1.2.1	Kuesioner .....	62
3.2	Metodologi Perancangan .....	64
<b>BAB IV</b>	<b>STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN .....</b>	<b>66</b>
4.1	Strategi Perancangan .....	66
4.1.1	<i>Overview</i> .....	66
4.1.1.1	Target Audiens.....	66
4.1.1.2	<i>Brand Mandatory Iklan Kampanye</i> .....	70
4.1.1.3	Kompetitor dari <i>Mandatory Kampanye Iklan</i> .....	71
4.1.1.4	Analisa SWOT KGX.....	75
4.1.1.5	<i>Insight Brand dan Audiens</i> .....	76
4.1.2	<i>Strategy</i> .....	77
4.1.2.1	<i>Creative Brief</i> .....	78
4.1.2.2	Strategi Pesan dan Taktik Pesan.....	84
4.1.2.3	<i>Strategic Media Planning &amp; Timeline</i> .....	88
4.1.3	<i>Ideas</i> .....	92
4.1.3.1	<i>Mind Map</i> .....	93
4.1.3.2	<i>Moodboard</i> .....	94
4.1.3.3	<i>Copywriting</i> .....	96
4.1.4	<i>Design</i> .....	97
4.1.4.1	Identitas Kampanye .....	98
4.1.4.2	Aset Fotografi.....	99
4.1.4.3	<i>Key Visual</i> .....	101
4.1.5	<i>Production</i> .....	104

4.1.5.1	<i>Attention</i> .....	104
4.1.5.2	<i>Interest</i> .....	108
4.1.5.3	<i>Search</i> .....	112
4.1.5.4	<i>Action</i> .....	116
4.1.5.5	<i>Share</i> .....	121
4.1.6	<i>Implementation</i> .....	123
4.2	<b>Analisis Perancangan</b> .....	123
4.2.1	<b>Analisa Aset Key Visual</b> .....	123
4.2.2	<b>Analisa Media Tahap <i>Attention</i></b> .....	125
4.2.3	<b>Analisa Media Tahap <i>Interest</i></b> .....	129
4.2.4	<b>Analisa Media Tahap <i>Search</i></b> .....	131
4.2.5	<b>Analisa Media Tahap <i>Action</i></b> .....	133
4.2.6	<b>Analisa Media Tahap <i>Share</i></b> .....	136
4.2.7	<b>Analisa <i>Beta Test</i></b> .....	138
4.3	<b><i>Budgeting</i></b> .....	140
<b>BAB V PENUTUP</b> .....		142
5.1	<b>Simpulan</b> .....	142
5.2	<b>Saran</b> .....	143
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....		xviii
<b>LAMPIRAN</b> .....		xxi

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Klasifikasi UMKM .....	52
Tabel 3.1 Tabel SWOT Sociolla .....	62
Tabel 4.1 Tabel Segmentasi Target <i>Audience</i> Kampanye .....	67
Tabel 4.2 Tabel Perbandingan Kompetitor .....	72
Tabel 4.3 Tabel Analisis SWOT .....	75
Tabel 4.4 Tabel <i>Creative Brief</i> .....	78
Tabel 4.5 Tabel Strategi dan Taktik Pesan.....	85
Tabel 4.6 Tabel Strategi dan Taktik Pesan Kampanye Berdasarkan AISAS.....	87
Tabel 4.7 Tabel <i>Strategic Media Planning</i> (AISAS) .....	89
Tabel 4.8 Tabel <i>Media Planning</i> Bulan Pertama Sampai Ketiga .....	90
Tabel 4.9 Tabel <i>Media Planning</i> Bulan Keempat Sampai Keenam .....	91
Tabel 4.10 Tabel <i>Budgeting</i> .....	140

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Implementasi Penggunaan Garis dalam Desain .....	7
Gambar 2.2 Implementasi Penggunaan Bentuk dalam Desain .....	8
Gambar 2.3 Implementasi Penggunaan Warna Primer dalam Desain .....	8
Gambar 2.4 <i>Hue, Value, dan Saturation</i> .....	9
Gambar 2.5 Implementasi Penggunaan Tekstur dalam Desain .....	10
Gambar 2.6 <i>Format</i> di Media Luar Ruangan .....	10
Gambar 2.7 Contoh Penggunaan Radial dalam Desain .....	11
Gambar 2.8 Contoh Penggunaan Hierarki Visual dalam Desain .....	13
Gambar 2.9 Contoh Penggunaan Ritme dalam Desain .....	13
Gambar 2.10 Contoh Penggunaan <i>Unity</i> dalam Desain .....	14
Gambar 2.11 Contoh Penggunaan <i>Scale</i> dalam Desain .....	15
Gambar 2.12 Anatomi Huruf .....	16
Gambar 2.13 Klasifikasi Huruf .....	16
Gambar 2.14 Pemakaian Jenis Huruf <i>Old Style</i> .....	17
Gambar 2.15 Pemakaian Jenis Huruf <i>Transitional</i> .....	17
Gambar 2.16 Pemakaian Jenis Huruf <i>Modern</i> .....	18
Gambar 2.17 Pemakaian Jenis Huruf <i>Slab Serif</i> .....	18
Gambar 2.18 Pemakaian Jenis Huruf <i>Sans Serif</i> .....	19
Gambar 2.19 Pemakaian Jenis Huruf <i>Blackletter</i> .....	19
Gambar 2.20 Pemakaian Jenis Huruf <i>Script</i> .....	20
Gambar 2.21 Pemakaian Jenis Huruf <i>Display</i> .....	20
Gambar 2.22 Elemen-Elemen Dalam Sistem <i>Grid</i> .....	22
Gambar 2.23 Contoh Pemakaian <i>Single Column Grid</i> .....	22
Gambar 2.24 Contoh Pemakaian <i>Multicolumn Grid</i> .....	23
Gambar 2.25 Contoh Pemakaian <i>Modular Grid</i> .....	23
Gambar 2.26 Contoh Pemakaian <i>Hierarchical Grid</i> .....	24
Gambar 2.27 Contoh Pemakaian <i>Baseline Grid</i> .....	24
Gambar 2.28 Contoh Pemakaian <i>Compound Grid</i> .....	25
Gambar 2.29 Contoh Penggunaan <i>Rule of Third</i> .....	27
Gambar 2.30 Contoh Penggunaan <i>Depth of Field (DOF)</i> .....	27
Gambar 2.31 Contoh Penggunaan <i>Background</i> .....	28
Gambar 2.32 Contoh Penggunaan Warna Primer .....	28
Gambar 2.33 Contoh Penggunaan <i>Pattern</i> .....	29
Gambar 2.34 Contoh Penggunaan <i>Framing</i> .....	29
Gambar 2.35 Contoh Penggunaan <i>Horizontal dan Vertical</i> .....	30
Gambar 2.36 <i>The VALS Segmentation System</i> .....	33
Gambar 2.37 <i>SWOT Analysis</i> .....	35
Gambar 2.38 Contoh <i>Public Service Advertising</i> .....	37
Gambar 2.39 Contoh <i>Cause Advertising</i> .....	37
Gambar 2.40 Contoh <i>Commercial Advertising</i> .....	38

Gambar 2.41 Contoh Pemakaian Media Cetak .....	39
Gambar 2.42 Contoh Pemakaian Media Berbasis Layar ( <i>Storyboard</i> ).....	39
Gambar 2.43 Contoh Pemakaian Media <i>Websites</i> .....	40
Gambar 2.44 Contoh Pemakaian Media <i>Mobile Advertising</i> .....	40
Gambar 2.45 Contoh Pemakaian <i>Social Media</i> .....	41
Gambar 2.46 Model Iklan AIDMA dan AISAS .....	44
Gambar 2.47 Model Iklan AISAS sebagai Model Nonlinear .....	44
Gambar 2.48 Arti Kode/Symbol pada Kemasan Plastik.....	47
Gambar 2.49 Sampah Plastik Akibat Aktivitas <i>E-Commerce</i> .....	49
Gambar 2.50 <i>Bubble Wrap</i> .....	50
Gambar 2.51 <i>Honeycomb Paper Wrap</i> .....	51
Gambar 3.1 Dokumentasi Wawancara Zoom Bersama Oscar Siregar .....	54
Gambar 3.2 Dokumentasi Wawancara Zoom Bersama Vicky .....	58
Gambar 3.3 Kampanye <i>Waste Down Beauty Up</i> .....	61
Gambar 4.1 <i>User Persona</i> .....	69
Gambar 4.2 Logo KGX.....	70
Gambar 4.3 <i>Mind Map</i> .....	93
Gambar 4.4 Alternatif <i>Big Idea</i> .....	93
Gambar 4.5 <i>Moodboard Visual</i> .....	95
Gambar 4.6 <i>Moodboard Tipografi</i> .....	96
Gambar 4.7 <i>Moodboard Warna</i> .....	96
Gambar 4.8 Alternatif <i>Headline</i> .....	97
Gambar 4.9 Alternatif Nama Kampanye dan <i>Taglines</i> .....	98
Gambar 4.10 Sketsa Logo Kampanye.....	99
Gambar 4.11 Finalisasi Logo Kampanye.....	99
Gambar 4.12 <i>Moodboard Foto</i> .....	100
Gambar 4.13 Hasil Aset Foto.....	100
Gambar 4.14 Hasil Alternatif Sketsa dan <i>Design Composition</i> .....	101
Gambar 4.15 Hasil Alternatif <i>Draft Key Visual</i> .....	102
Gambar 4.16 Hasil Revisi <i>Key Visual</i> .....	102
Gambar 4.17 Hasil <i>Series Key Visual</i> .....	103
Gambar 4.18 <i>Multi Column Grid</i> pada <i>Vertical Billboard</i> .....	104
Gambar 4.19 <i>Final Artwork Vertical Billboard</i> .....	105
Gambar 4.20 <i>Final Artwork Van Ads</i> .....	106
Gambar 4.21 <i>Final Artwork Truck Ads</i> .....	106
Gambar 4.22 <i>Final Artwork Instagram Story Ads</i> .....	107
Gambar 4.23 <i>Final Artwork Instagram Feeds Ads</i> .....	108
Gambar 4.24 <i>Grid Go Screen GOJEK</i> .....	109
Gambar 4.25 <i>Final Artwork Go Screen GOJEK</i> .....	109
Gambar 4.26 <i>Final Artwork Twitter Ads</i> .....	110
Gambar 4.27 <i>Final Artwork Instagram Feeds Ads</i> .....	111
Gambar 4.28 <i>Final Artwork Spotify Cover Ads</i> .....	111
Gambar 4.29 <i>Final Artwork Instagram Story Interactive</i> .....	112



Gambar 4.30 Instagram <i>Content Planning</i> .....	113
Gambar 4.31 Instagram <i>Feeds Final Artwork</i> .....	113
Gambar 4.32 Instagram <i>Carousel Final Artwork</i> .....	114
Gambar 4.33 <i>Sitemap Microsite</i> .....	115
Gambar 4.34 <i>Grid Microsite</i> .....	115
Gambar 4.35 <i>Final Artwork Microsite</i> .....	116
Gambar 4.36 <i>Sketsa Drop Box</i> .....	117
Gambar 4.37 <i>3D Model Drop Box</i> .....	117
Gambar 4.38 <i>Desain Drop Box</i> .....	118
Gambar 4.39 <i>Desain Interactive Instagram Story</i> .....	118
Gambar 4.40 <i>Desain Tote Bag</i> .....	119
Gambar 4.41 <i>Desain Tumbler</i> .....	119
Gambar 4.42 <i>Story Promosi Merchandise</i> .....	120
Gambar 4.43 <i>Desain Loyalty Card</i> .....	120
Gambar 4.44 <i>Final Artwork Instagram GIF</i> .....	121
Gambar 4.45 <i>Twibbon dengan Grid</i> .....	122
Gambar 4.46 <i>Twibbon dengan Final Artwork</i> .....	122
Gambar 4.47 <i>Instagram Filter dan Promosi Story</i> .....	123
Gambar 4.48 <i>Aset Foto Key Visual</i> .....	124
Gambar 4.49 <i>Series Key Visual</i> .....	124
Gambar 4.50 <i>Desain Vertical Billboard</i> .....	125
Gambar 4.51 <i>Mockup Vertical Billboard</i> .....	125
Gambar 4.52 <i>Final Artwork Van Ads</i> .....	126
Gambar 4.53 <i>Mockup Van Ads</i> .....	126
Gambar 4.54 <i>Final Artwork Truck Ads</i> .....	127
Gambar 4.55 <i>Mockup Truck Ads</i> .....	127
Gambar 4.56 <i>Mockup Instagram Story dan Feeds</i> .....	128
Gambar 4.57 <i>Mockup Go Screen GOJEK</i> .....	129
Gambar 4.58 <i>Mockup Twitter Ads</i> .....	130
Gambar 4.59 <i>Instagram Feeds Ads</i> .....	130
Gambar 4.60 <i>Mockup Spotify Cover Ads</i> .....	131
Gambar 4.61 <i>Instagram Feeds Final Artwork</i> .....	132
Gambar 4.62 <i>Microsite Final Artwork</i> .....	132
Gambar 4.63 <i>3D Mockup Drop Box</i> .....	133
Gambar 4.64 <i>Mockup Interactive Story Instagram</i> .....	134
Gambar 4.65 <i>Mockup Merchandise &amp; Promosi Story Instagram</i> .....	135
Gambar 4.66 <i>Mockup Action Card</i> .....	136
Gambar 4.67 <i>Mockup Story GIF</i> .....	137
Gambar 4.68 <i>Mockup Twibbon Instagram</i> .....	137
Gambar 4.68 <i>Framing Instagram</i> .....	138

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Lembar Bimbingan .....	xxi
Lampiran B Hasil Turnitin .....	xxiii
Lampiran C Transkrip Wawancara .....	xxvii
Lampiran D Kuesioner .....	li
Lampiran E <i>Beta Test</i> .....	lxv
Lampiran F Bimbingan Spesialis .....	lxxv
Lampiran G Foto Dokumentasi Pengambilan Aset Visual .....	lxxvi



# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA