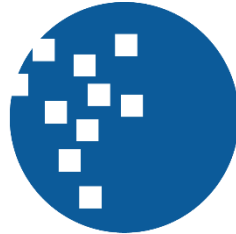


**PERANCANGAN KAMPANYE PROMOSI MR ISHII**



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**LAPORAN TUGAS AKHIR**

**Jeremy Juan Manuel**

**00000044346**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

**FAKULTAS SENI DAN DESAIN**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2024**

# PERANCANGAN KAMPANYE PROMOSI MR ISHII



## LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain (S.Ds.)

**Jeremy Juan Manuel**

**00000044346**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL  
FAKULTAS SENI DAN DESAIN**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG**

**2024**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Jeremy Juan Manuel

Nomor Induk Mahasiswa : 00000044346

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

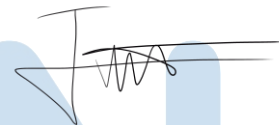
Tugas akhir dengan judul:

### **PERANCANGAN KAMPANYE PROMOSI MR ISHII**

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



Jeremy Juan Manuel

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir dengan judul

### PERANCANGAN KAMPANYE PROMOSI MR ISHII

Oleh

Nama : Jeremy Juan Manuel

NIM : 00000044346

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

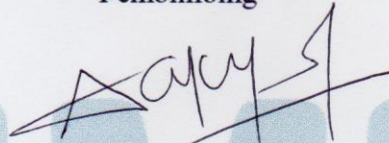
Fakultas : Seni dan Desain

Telah disetujui untuk diajukan pada

Sidang Ujian Tugas Akhir Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 20 Mei 2024


Pembimbing



Ardiles Akyuwen, M.Sn.

0323067804/067811

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual



Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A.

0311099302/043487

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

### PERANCANGAN KAMPANYE PROMOSI MR ISHII

Oleh

Nama : Jeremy Juan Manuel

NIM : 00000044346

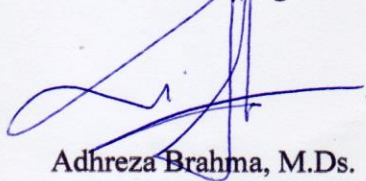
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Kamis, 30 Mei 2024  
Pukul 10.30 s.d 11.15 dan dinyatakan  
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



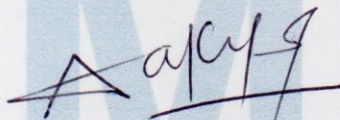
Adhreza Brahma, M.Ds.  
0304088702/042750

Penguji



Muhammad Nabil Oktanuryansyah, M.Ds.  
0319109601/081434

Pembimbing



Ardiles Akyuwen, M.Sn.  
0323067804/067811

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual



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

## **HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Jeremy Juan Manuel  
NIM : 00000044346  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Jenjang : D3/S1/S2  
Judul Karya Ilmiah :

### **PERANCANGAN KAMPANYE PROMOSI MR ISHII**

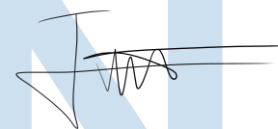
Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia:

- 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



Jeremy Juan Manuel

\*\* 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.

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

## KATA PENGANTAR

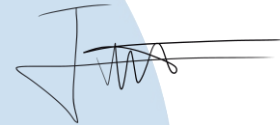
Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, dengan rahmatnya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “Perancangan Kampanye Promosi Mr. Ishii” ini sebagai syarat kelulusan dan mendapatkan gelar sarjana bagi penulis. Penulis sadar telah mendapatkan berbagai wawasan selama proses perancangan ini.

Dengan demikian, 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. Ardiles Akyuwen, M.Sn., sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Adhreza Brahma, M.Ds., sebagai Dosen Kelas Seminar yang telah memberikan dukungan edukasi mengenai persiapan Tugas Akhir.
6. Ken Soedjatmiko, sebagai Direktur Mr. Ishii yang telah memberikan informasi tentang Mr. Ishii.
7. Rengga Tanjung, sebagai *Sales Manager* Mr. Ishii yang telah memberikan informasi tentang Mr. Ishii.
8. Charlie Santoso, sebagai *Chief Marketing Officer* Mr. Ishii yang telah membantu penulis dalam berkonsultasi terkait Mr. Ishii.
9. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
10. Teman-teman satu bimbingan maupun teman selama perkuliahan yang mendukung saya selama pengerjaan Tugas Akhir ini.

Semoga karya ilmiah ini dapat membantu Mr. Ishii dalam meningkatkan promosinya untuk memperkenalkan produknya ke masyarakat luas terutama dari aspek desain dan kampanye promosi.

Tangerang, 13 Juni 20224



Jeremy Juan Manuel



# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



# PERANCANGAN KAMPANYE PROMOSI MR ISHII

(Jeremy Juan Manuel)

## ABSTRAK

Mr. Ishii merupakan sebuah brand lokal yang menjual beberapa produk konnyaku dan shirataki. Mr. Ishii ini merupakan hasil *branding* dari produk konnyaku dan shirataki dari PT. Ambico yang sudah berdiri sejak tahun 2019. Mr. Ishii merupakan pelopor konnyaku dan shirataki pertama di Indonesia dan sudah melakukan berbagai promosi baik *online* maupun *offline*. Solusi dari permasalahan tersebut adalah dengan membuat perancangan kampanye promosi untuk merek Mr. Ishii. Perancangan kampanye promosi ditujukan untuk masyarakat di usia 20 – 35 tahun dengan menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif. Teknik pengumpulan kualitatif berupa wawancara, FGD, studi eksisting, dan studi referensi. Untuk penelitian kuantitatif berupa kuesioner. Metode perancangan yang dipakai adalah metode *Advertising by Design* oleh Landa (2010). Dari hasil penelitian, didapatkan bahwa penjualan Mr. Ishii belum mencapai target yang diharapkan dikarenakan adanya penurunan penjualan akibat kompetitor. Selain itu produk dari Mr. Ishii ini masih belum umum dan dikenal oleh masyarakat luas khususnya Jakarta. Hal ini dikarenakan media promosinya yang terbatas, kurang bersifat persuasif, kurangnya penekanan produk, dan visual yang belum dapat menarik perhatian audiens. Tujuan dari kampanye promosi ini adalah untuk meningkatkan *brand awareness* akan produk dari Mr. Ishii yang bermanfaat bagi kesehatan.

**Kata kunci:** *Brand Awareness, Kampanye, Promosi*



# ***THE DESIGN OF MR ISHII'S PROMOTIONAL CAMPAIGN***

(Jeremy Juan Manuel)

## ***ABSTRACT (English)***

*Mr. Ishii is a local brand that sells several konnyaku and shirataki products. Mr. Ishii is the result of branding of konnyaku and shirataki products from PT. Ambico which has been established since 2019. Mr. Ishii is the first konnyaku and shirataki pioneer in Indonesia and has carried out various promotions both online and offline. The solution to this problem is to create a promotional campaign design for the Mr. Ishii brand. The promotional campaign design is aimed at people aged 20-35 years using qualitative and quantitative methods. Qualitative data collection techniques include interviews, FGDs, existing studies, and reference studies. For quantitative research, it is in the form of questionnaires. The design method used is the Advertising by Design method by Landa (2010). From the results of the study, it was found that Mr. Ishii's sales have not reached the expected target due to a decrease in sales due to competitors. In addition, Mr. Ishii's products are still not common and well-known to the wider community, especially in Jakarta. This is because the promotional media is limited, less persuasive, lack of product emphasis, and visuals that have not been able to attract the attention of the audience. The purpose of this promotional campaign is to increase brand awareness of Mr. Ishii's products which are beneficial for health.*

***Keywords:*** Brand Awareness, Campaign, Promotion



## 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 .....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
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 Grafis.....	6
2.1.1 Elemen Desain Grafis.....	6
2.1.2 Prinsip Desain Grafis .....	11
2.1.3 Tipografi .....	17
2.1.3.1 Jenis Tipografi .....	17
2.2 Fotografi .....	20
2.2.1 Unsur Utama Fotografi .....	21
2.2.2 Komposisi Fotografi .....	22
2.3 Website .....	25
2.3.1 Jenis Website.....	26
2.3.2 Anatomi Website.....	28
2.3.3 Grid Website.....	31
2.3.3.1 <i>The Rule of Thirds</i> .....	31

2.3.3.2	<i>Column Grid</i> .....	32
2.3.3.3	<i>Modular Grid</i> .....	32
2.3.4	<i>UI/UX</i> .....	33
2.3.4.1	<i>User Interface</i> .....	33
2.3.4.2	<i>User Experience</i> .....	38
2.4	<b>Kampanye</b> .....	42
2.4.1	<b>Jenis Kampanye</b> .....	42
2.5	<b>Promosi</b> .....	44
2.5.1	<b>Tujuan Promosi</b> .....	45
2.5.2	<b>Strategi Promosi</b> .....	46
2.5.3	<b>Bauran Promosi</b> .....	48
2.6	<b>Media Promosi</b> .....	50
2.6.1	<b>Jenis – Jenis Media Promosi</b> .....	51
2.7	<b>Merek</b> .....	52
2.7.1	<b>Tujuan Merek</b> .....	52
2.8	<b>Brand Awareness</b> .....	54
2.9	<b>Keputusan Pembelian</b> .....	55
2.10	<b>Gaya Hidup Sehat</b> .....	55
2.11	<b>Konnyaku dan Shirataki</b> .....	56
2.11.1	<b>Manfaat Konnyaku dan Shirataki</b> .....	56
2.11.2	<b>Cara Penggunaan Beras Konnyaku (Kering)</b> .....	57
2.11.3	<b>Cara Penggunaan Mie Shirataki (Kering)</b> .....	58
2.11.4	<b>Cara Penggunaan Bentuk lainnya (Basah)</b> .....	58
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN</b> .....		60
3.1	<b>Metodologi Penelitian</b> .....	60
3.1.1	<b>Metode Kuantitatif</b> .....	60
3.1.1.1	<b>Kesimpulan</b> .....	72
3.1.2	<b>Metode Kualitatif</b> .....	73
3.2	<b>Metodologi Perancangan</b> .....	88
<b>BAB IV STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN</b> .....		90
4.1	<b>Strategi Perancangan</b> .....	90
4.1.1	<b>Overview</b> .....	90

4.1.1.1 <i>Creative Brief</i> .....	94
4.1.2 <i>Strategy</i> .....	96
4.1.3 <i>Ideas</i> .....	103
4.1.4 <i>Design</i> .....	116
4.1.4.1 Aset Ikon.....	117
4.1.4.2 Aset Foto.....	117
4.1.4.3 Aset Maskot.....	120
4.1.4.4 <i>Wireframe</i> .....	121
4.1.4.5 <i>Low Fidel</i> .....	122
4.1.4.6 <i>Grid</i> .....	123
4.1.4.7 <i>High Fidel</i> .....	123
4.1.5 <i>Production</i> .....	125
4.1.5.1 Perancangan <i>Microsite</i> .....	125
4.1.5.2 Perancangan <i>Instagram Ads</i> .....	133
4.1.5.3 Perancangan <i>Tiktok Ads</i> .....	134
4.1.5.4 Perancangan <i>Banner Ads</i> .....	136
4.1.5.5 Perancangan <i>Flyer</i> .....	138
4.1.5.6 Perancangan <i>Instagram Feeds &amp; Carousel</i> .....	139
4.1.5.7 Perancangan <i>E-Commerce Banner</i> .....	141
4.1.5.8 Perancangan <i>Repost Template</i> .....	141
4.1.5.9 Perancangan <i>Merchandise</i> .....	142
4.1.6 <i>Implementation</i> .....	143
4.1.7 <i>Analisis Alpha Test</i> .....	144
4.1.7.1 <i>Analisis Visual Alpha Test</i> .....	144
4.1.7.2 <i>Analisis Konten Alpha Test</i> .....	147
4.1.7.3 <i>Analisis Flow dan Interaktivitas Alpha Test</i> .....	149
4.1.8 <i>Hasil Perbaikan</i> .....	152
4.2 <i>Analisis Perancangan</i> .....	154
4.2.1 <i>Analisis Beta Test</i> .....	165
4.2.1.1 <i>Analisis Visual Beta Test</i> .....	166
4.2.1.2 <i>Analisis Konten Beta Test</i> .....	168
4.2.1.3 <i>Analisis Flow dan Interaktivitas Beta Test</i> .....	170

4.2.1.4 Hasil Perbaikan <i>Beta Test</i> .....	173
4.3 <i>Budgeting</i> .....	174
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	175
5.1 <b>Simpulan</b> .....	175
5.2 <b>Saran</b> .....	176
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	xiii
<b>LAMPIRAN</b> .....	xix



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Daftar Tabel Media Promosi Mr. Ishii.....	82
Tabel 3.2 Daftar Tabel Media Promosi Fukumi .....	84
Tabel 4.1 Tabel <i>SWOT</i> .....	91
Tabel 4.2 Tabel Identifikasi Target Audiens.....	92
Tabel 4.3 Tabel <i>Creative Brief</i> .....	95
Tabel 4.4 Tabel Strategi dan Taktik Pesan.....	96
Tabel 4.5 Tabel Strategi Pesan AISAS .....	98
Tabel 4.6 Tabel Media AISAS .....	100
Tabel 4.7 Tabel <i>Timeline</i> Kampanye .....	102
Tabel 4.8 Tabel Analisis Visual <i>Alpha Test</i> .....	145
Tabel 4.9 Tabel Analisis Konten <i>Alpha Test</i> .....	147
Tabel 4.10 Tabel Analisis <i>Flow</i> dan Interaktivitas <i>Alpha Test</i> .....	149
Tabel 4.11 Tabel Analisis Visual <i>Beta Test</i> .....	166
Tabel 4.12 Tabel Analisis Konten <i>Beta test</i> .....	168
Tabel 4.13 Tabel Analisis Flow dan Interaktifitas <i>Beta test</i> .....	171



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Jenis Garis .....	7
Gambar 2.2 Bentuk Geometris.....	8
Gambar 2.3 Bentuk Natural .....	8
Gambar 2.4 Bentuk Abstrak.....	9
Gambar 2.5 <i>Hue, Saturation, Value</i> .....	10
Gambar 2.6 Warna Dasar.....	10
Gambar 2.7 Hirarki pada <i>Website</i> .....	12
Gambar 2.8 Keseimbangan simetris .....	13
Gambar 2.9 Keseimbangan Asimetris.....	14
Gambar 2.10 Repetisi pada <i>Website</i> .....	15
Gambar 2.11 <i>Proximity</i> pada <i>Website</i> .....	15
Gambar 2.12 Ruang desain pada <i>Website</i> .....	16
Gambar 2.13 Jenis <i>font Serif</i> .....	18
Gambar 2.14 <i>Font Acumin Pro</i> .....	19
Gambar 2.15 <i>Font Mr. Dafoe</i> .....	19
Gambar 2.16 <i>Font Burnstown Dam</i> .....	20
Gambar 2.17 <i>Rule of Thirds</i> .....	23
Gambar 2.18 <i>Negative Space</i> .....	24
Gambar 2.19 <i>Golden Ratio</i> .....	24
Gambar 2.20 <i>Golden Triangle</i> .....	25
Gambar 2.21 <i>Website Pribadi Sandiaga uno</i> .....	27
Gambar 2.22 <i>Website Kompas</i> .....	27
Gambar 2.23 <i>Website Nike</i> .....	28
Gambar 2.24 <i>Anatomi Website</i> .....	29
Gambar 2.25 <i>The Rule of Thirds</i> .....	31
Gambar 2.26 <i>Column Grid</i> .....	32
Gambar 2.27 <i>Modular Grid</i> .....	33
Gambar 2.28 <i>Proximity</i> dalam <i>web</i> .....	34
Gambar 2.29 <i>Similarity</i> dalam <i>web</i> .....	35
Gambar 2.30 <i>Continuation</i> dalam <i>web</i> .....	36
Gambar 2.31 <i>Closure</i> dalam <i>web</i> .....	37
Gambar 2.32 <i>Symmetry</i> dalam <i>web</i> .....	38
Gambar 2.33 <i>Doherty Threshold</i> dalam <i>web</i> .....	39
Gambar 2.34 <i>Occam's Razor</i> dalam <i>web</i> .....	40
Gambar 2.35 <i>Pareto Principle</i> dalam <i>web</i> .....	40
Gambar 2.36 <i>Postel's Law</i> dalam <i>web</i> .....	41
Gambar 2.37 <i>Tesler's Law</i> dalam <i>web</i> .....	42
Gambar 2.38 Contoh <i>Product Oriented Campaign</i> .....	43
Gambar 2.39 Contoh <i>Candidate Oriented Campaign</i> .....	43
Gambar 2.40 Contoh <i>Cause Oriented Campaign</i> .....	44
Gambar 2.41 <i>The Dentsu Way</i> .....	47



Gambar 3.1 Umur, Jenis Kelamin, Domisili, dan Pendapatan.....	61
Gambar 3.2 Media Sosial yang Sering Digunakan .....	62
Gambar 3.3 Informasi Terpercaya yang Pertama Kali Dicari.....	62
Gambar 3.4 Informasi yang pertama kali dicari.....	63
Gambar 3.5 Seberapa Tahu Konnyaku dan Shirataki .....	63
Gambar 3.6 Seberapa Tahu Konnyaku dan Shirataki .....	64
Gambar 3.7 Seberapa Tahu Merek Mr. Ishii.....	64
Gambar 3.8 Darimana mengetahui Merek Mr. Ishii .....	65
Gambar 3.9 Pernahkah melihat salah satu produk Mr. Ishii .....	65
Gambar 3.10 Seberapa Tahu Tentang Cara Penggunaan Produk Mr. Ishii .....	66
Gambar 3.11 Seberapa Tahu Tentang Cara Penggunaan Produk Mr. Ishii .....	66
Gambar 3.12 Seberapa Tahu Manfaat Produk Mr. Ishii .....	67
Gambar 3.13 Seberapa pernah membeli atau konsumsi produk Mr. Ishii .....	67
Gambar 3.14 Seberapa tertarik membeli produk Mr. Ishii .....	68
Gambar 3.15 Unsur Promosi Paling Penting .....	68
Gambar 3.16 Tanggapan Tampilan Instagram Mr. Ishii.....	69
Gambar 3.17 Masukan Tampilan Instagram Mr. Ishii .....	70
Gambar 3.18 Tanggapan Tampilan Tiktok Mr. Ishii .....	71
Gambar 3.19 Masukan Tampilan Tiktok Mr. Ishii .....	72
Gambar 3.20 Wawancara dengan direktur Mr. Ishii.....	74
Gambar 3.21 Wawancara dengan <i>sales manager</i> Mr. Ishii .....	76
Gambar 3.22 <i>Focus Group Discussion</i> .....	77
Gambar 3.23 Media Promosi Mr. Ishii .....	81
Gambar 3.24 <i>Feeds</i> Instagram Mr. Ishii .....	81
Gambar 3.25 Media Promosi Fukumi .....	83
Gambar 3.26 <i>Feeds</i> Instagram Fukumi .....	84
Gambar 3.27 Microsite Coca Cola Freestyle .....	86
Gambar 3.28 Microsite The Red Bulletin .....	87
Gambar 4.1 User Persona 1.....	93
Gambar 4.2 <i>User Persona 2</i> .....	94
Gambar 4.3 <i>Mindmap</i> .....	104
Gambar 4.4 <i>Keyword</i> .....	105
Gambar 4.5 <i>Tone of Voice</i> .....	105
Gambar 4.6 <i>Moodboard</i> .....	108
Gambar 4.7 Referensi <i>Microsite</i> .....	109
Gambar 4.8 Referensi Visual .....	110
Gambar 4.9 Referensi Foto .....	111
Gambar 4.10 Color Palete .....	112
Gambar 4.11 Supergrafis .....	113
Gambar 4.12 Tipografi.....	114
Gambar 4.13 <i>Information Architecture</i> .....	115
Gambar 4.14 <i>Sitemap</i> .....	116
Gambar 4.15 Aset Ikon .....	117

Gambar 4.16 Aset Foto .....	118
Gambar 4.17 Editing Foto 1 .....	118
Gambar 4.18 Editing Foto 2.....	119
Gambar 4.19 Proses dan Aset Foto .....	119
Gambar 4.20 Aset Maskot .....	120
Gambar 4.21 <i>Wireframe</i> .....	121
Gambar 4.22 <i>Low Fidel</i> .....	122
Gambar 4.23 <i>Grid Microsite</i> .....	123
Gambar 4.24 <i>High Fidel</i> .....	124
Gambar 4.25 <i>Navigation Bar</i> .....	125
Gambar 4.26 Tombol .....	126
Gambar 4.27 <i>Landing Page</i> .....	127
Gambar 4.28 Proses <i>Prototyping Microsite</i> .....	127
Gambar 4.29 <i>Prototyping Hovering</i> produk .....	128
Gambar 4.30 Halaman Jenis Produk.....	129
Gambar 4.31 Halaman Deskripsi Produk.....	129
Gambar 4.32 Halaman <i>Our Value</i> .....	130
Gambar 4.33 Halaman Kuis.....	131
Gambar 4.34 Halaman <i>Share</i> .....	132
Gambar 4.35 <i>Grid Instagram Ads</i> .....	133
Gambar 4.36 Hasil <i>Instagram Ads</i> .....	134
Gambar 4.37 Sketsa <i>Tiktok Ads</i> .....	135
Gambar 4.38 <i>Grid Tiktok Ads</i> .....	135
Gambar 4.39 Hasil <i>Tiktok Ads</i> .....	136
Gambar 4.40 <i>Grid Web Banner</i> .....	137
Gambar 4.41 <i>Grid</i> dan hasil <i>Youtube Banner</i> .....	137
Gambar 4.42 <i>Grid Flyer</i> .....	138
Gambar 4.43 <i>Grid Instagram Feeds</i> .....	139
Gambar 4.44 <i>Instagram Feeds</i> .....	140
Gambar 4.45 <i>Grid</i> dan Hasil <i>Banner E-Commerce</i> .....	141
Gambar 4.46 Hasil <i>Tiktok Ads</i> .....	142
Gambar 4.47 <i>Merchandise</i> .....	143
Gambar 4.48 Penambahan Elemen Background.....	152
Gambar 4.49 Perbaikan Penempatan Tombol.....	152
Gambar 4.50 Perbaikan tombol kuis.....	153
Gambar 4.51 Perbaikan Notifikasi Reedem Voucher .....	153
Gambar 4.52 <i>Mockup Microsite</i> .....	154
Gambar 4.53 Halaman informasi .....	155
Gambar 4.54 Halaman kuis.....	156
Gambar 4.55 Halaman <i>Share</i> .....	157
Gambar 4.56 <i>Mockup Instagram ads</i> .....	158
Gambar 4.57 <i>Mockup Tiktok Ads</i> .....	159
Gambar 4.58 <i>Mockup Web Banner</i> .....	160

Gambar 4.59 <i>Mockup Youtube Banner</i> .....	160
Gambar 4.60 <i>Mockup Flyer</i> .....	161
Gambar 4.61 <i>Mockup Instagram Feeds</i> .....	162
Gambar 4.62 <i>Mockup Instagram Carousel</i> .....	163
Gambar 4.63 <i>Mockup E-Commerce Banner</i> .....	163
Gambar 4.64 <i>Mockup Repost Template</i> .....	164
Gambar 4.65 <i>Mockup Merchandise</i> .....	165
Gambar 4.66 Hasil Perbaikan Kuis .....	173
Gambar 4.67 Hasil Penambahan Login .....	173



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Form Bimbingan.....	xix
Lampiran B Kuesioner .....	xxi
Lampiran C Turnitin .....	xxxiii
Lampiran D Transkrip Wawancara.....	xxxix
Lampiran E Transkrip FGD .....	1
Lampiran F Screenshot Test Play Beta test.....	lv
Lampiran G Bukti Bimbingan Online.....	lviii



# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA