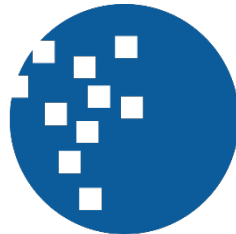


**PERANCANGAN KAMPANYE PENTINGNYA POLA HIDUP
SEHAT DALAM MENJAGA KECANTIKAN WANITA**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN TUGAS AKHIR

Olivia Maria

0000044443

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

PERANCANGAN KAMPANYE PENTINGNYA POLA HIDUP

SEHAT DALAM MENJAGA KECANTIKAN WANITA



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain (S.Ds.)

Olivia Maria

0000044443

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

TANGERANG

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Olivia Maria

Nomor Induk Mahasiswa : 00000044443

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Tugas Akhir dengan judul:

PERANCANGAN KAMPANYE PENTINGNYA POLA HIDUP SEHAT DALAM MENJAGA KENCANTIKAN WANITA

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



UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

(Olivia Maria)

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

PERANCANGAN KAMPANYE PENTINGNYA POLA HIDUP SEHAT DALAM MENJAGA KECANTIKAN WANITA

Oleh

Nama : Olivia Maria
NIM : 00000044443
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

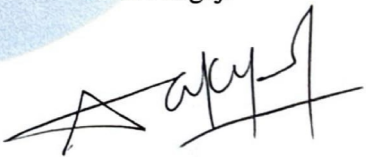
Telah diujikan pada hari Jumat, 5 Januari 2024
Pukul 15.15 s.d 16.00 dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan pengujian sebagai berikut.

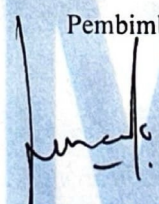
Ketua Sidang

Dosen Penguji



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


Ardiles Akyuwen, M.Sn.
0323067804/E067811

Pembimbing


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

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 : Olivia Maria
NIM : 00000044443
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 PENTINGNYA POLA HIDUP SEHAT DALAM MENJAGA KECANTIKAN WANITA

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, 4 Oktober 2023

Yang menyatakan,



(Olivia Maria)

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 kami panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas Rahmat dan Nikmatnya, serta kepada penulis atas kesempatan yang diberikan untuk Menyusun laporan tugas akhir berjudul “Perancangan Kampanye Pentingnya Pola Hidup Sehat Dalam Menjaga Kecantikan Wanita”.

Penulis memilih topik ini berdasarkan kecemasannya terhadap stigma standar kecantikan wanita yang ada di masyarakat. Sebagai remaja perempuan, penulis telah mengalami dan menyaksikan bahwa sekarang ini standar kecantikan sudah bergeser dan sudah banyak kampanye mengenai *toxic body positivity* yang membuat seseorang terlalu menerima diri apa adanya tanpa memperhatikan kesehatan mereka.

Melalui masalah tersebut, penulis memutuskan untuk merancang kampanye mengenai stigma standar kecantikan wanita untuk remaja perempuan dengan tujuan meyakinkan mereka bahwa standar kecantikan bisa menjadi hal yang positif yang dapat mendorong mereka menjadi lebih cantik dengan cara yang sehat. Kampanye ini dibuat untuk membantu para remaja perempuan agar tetap bisa menjadi versi diri mereka yang lebih baik namun juga dapat mensyukuri dengan penampilan yang telah diberikan oleh Tuhan. Penulis sangat ingin berterima kasih kepada pihak-pihak yang sudah membantu dan mendukung penulis dalam penyusunan proposal tugas akhir ini:

Mengucapkan terima kasih

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 yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.

5. Seluruh dosen penguji, dewan sidang, dan keluarga besar UMN, yang telah menguji, memberikan arahan dan masukan terkait tugas akhir saya agar menjadi lebih baik.
6. Edo Tirtadarma, M.Ds., selaku Dosen Spesialis saya yang telah membantu memberikan arahan dan masukan pada perancangan tugas akhir sehingga memiliki hasil yang maksimal.
7. Dr. Lisa Poniman, dipl. AAAM, sebagai narasumber dari *Famust Clinic* yang telah membantu saya untuk mendapatkan insight dari sisi kesehatan mengenai topik yang saya bahas.
8. Pranesta Renjiro, sebagai narasumber dari *Famust Clinic* yang telah membantu saya untuk mendapatkan insight dari sisi *Female Daily Network* mengenai topik yang saya bahas.
9. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
10. Laurentia Aurellia, Jochelly Young dan Yuliana Tanthia, sebagai teman-teman seperjuangan tugas akhir yang telah menemani dan mendukung penulis sampai selesainya tugas akhir ini.
11. Kevin Francis Mamusung, sebagai *partner in crime* yang juga telah memberi dukungan yang melimpah agar penulis tidak putus asa.
12. Carlos Sainz, sebagai *Formula 1 Driver Ferarri 2023* yang telah menjaga *mood* dan memotivasi penulis melalui series *Formula 1: Drive to Survive* agar tetap semangat dalam mengerjakan tugas akhir.

Semoga karya ilmiah ini dapat membantu para remaja perempuan diluar sana untuk tetap menjadi cantik versi diri mereka sendiri.

Tangerang, 4 Oktober 2023



(Olivia Maria)

PERANCANGAN KAMPANYE PENTINGNYA POLA HIDUP

SEHAT DALAM MENJAGA KECANTIKAN WANITA

(Olivia Maria)

ABSTRAK

Di era modern, kecantikan kini bisa bersifat inklusif bagi semua orang dan tidak hanya terbatas pada kelompok tertentu saja. Meski begitu, standar kecantikan tetap dibutuhkan sebagai motivasi untuk seseorang menjaga kecantikannya secara sehat. Hal ini dikarenakan agar seseorang tidak terjerat *toxic body positivity*. Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode pengumpulan data kualitatif dan kuantitatif. Menurut data, wanita tetap harus menjaga dan merawat dirinya agar tetap cantik secara sehat. Maka dari itu, diperlukan solusi untuk mengubah pola pikir dan stigma negatif masyarakat bahwa cantik bukan hanya menerima diri apa adanya namun juga dengan merawat dan menjaga tubuh dan mental. Solusi tersebut berupa perancangan kampanye bagi remaja perempuan usia muda di Jakarta. Harapannya, melalui kampanye ini dapat meningkatkan awareness kepada wanita bahwa kecantikan yang sesungguhnya adalah dengan menjaga kesehatan tubuh.

Kata kunci: kecantikan, pola hidup sehat, perempuan

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

***DESIGNING A CAMPAIGN ON THE IMPORTANCE OF A
HEALTHY LIFESTYLE IN MAINTAINING
WOMEN'S BEAUTY***

(Olivia Maria)

ABSTRACT (English)

In the modern era, beauty can now be inclusive for everyone and not just limited to certain groups. Even so, beauty standards are still needed as motivation for someone to maintain their beauty in a healthy way. This is so that someone does not fall into the trap of toxic body positivity. The research was conducted using qualitative and quantitative data collection methods. According to data, women still have to look after and care for themselves to stay beautiful and healthy. Therefore, a solution is needed to change society's negative mindset and stigma that beauty is not only about accepting yourself as you are but also caring for and looking after your body and mind. The solution is in the form of designing a campaign for young teenage girls in Jakarta. The hope is that through this campaign we can increase awareness among women that true beauty is maintaining a healthy body.

Keywords: *beauty, healthy lifestyle, girls*

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

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	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah	3
1) Demografis	3
2) Geografis	4
3) Psikografis	4
1.4 Tujuan Tugas Akhir	4
1.5 Manfaat Tugas Akhir	5
1.5.1 Manfaat bagi Penulis	5
1.5.2 Manfaat bagi Masyarakat	5
1.5.3 Manfaat bagi Universitas	5
1.5.4 Manfaat bagi Desain Komunikasi Visual	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Desain Komunikasi Visual	6
2.1.1 Elemen Desain	6
2.1.1.1 Garis	6
2.1.1.2 Bentuk	7
2.1.1.3 Warna	8
2.1.1.4 Tekstur	9

2.1.2	Prinsip Desain	10
2.1.2.1	<i>Format</i>	10
2.1.2.2	<i>Balance</i>	11
2.1.2.3	<i>Visual Hierarchy</i>	13
2.1.2.4	<i>Rhythm</i>	14
2.1.2.5	<i>Unity</i>	15
2.1.2.6	<i>Laws of Perceptual Organization</i>	16
2.1.3	Tipografi	17
2.1.3.1	Anatomi Huruf	17
2.1.3.2	Klasifikasi Huruf.....	18
2.1.4	Layout	22
2.1.5	Fotografi	27
2.1.5.1	Sudut Pandang Fotografi	27
2.1.5.2	Komposisi Fotografi.....	30
2.2	<i>Segmentation, Targeting dan Positioning</i>	34
2.2.1	<i>Segmentation</i>	34
2.2.2	<i>Targeting</i>	35
2.2.3	<i>Positioning</i>	36
2.3	SWOT	36
2.4	Kampanye	36
2.4.1	Tujuan dan Manfaat Kampanye.....	37
2.4.2	Jenis Kampanye.....	37
2.4.3	Media Kampanye.....	39
2.4.4	Strategi dan Taktik Pesan.....	43
2.5	Teori AISAS	44
2.6	<i>Copywriting</i>	46
2.7	Kecantikan	47
2.7.1	Standar Kecantikan di Indonesia.....	47
2.7.2	<i>Toxic Body Postivity</i>	47
2.7.3	Psikologis Individu yang Menjaga Penampilannya.	48
2.8	Remaja.....	49
2.8.1	Karakteristik Remaja.....	49

BAB III METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN	52
3.1 Metodologi Penelitian.....	52
3.1.1 Metode Kualitatif.....	52
3.1.1.1 Interview	52
3.1.1.2 Studi Eksisting.....	63
Kampanye <i>Your Future's Not Pretty</i>.....	63
3.1.2 Metode Kuantitatif	64
3.1.2.1 Hasil Kuesioner	65
3.1.2.2 Kesimpulan	65
3.2 Metodologi Perancangan	66
BAB IV STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN.....	68
4.1 Strategi Perancangan	68
4.1.1 Overview	68
4.1.2 Strategy.....	81
4.1.3 Ideas	96
4.1.4 Design.....	102
4.1.5 Production.....	109
4.1.6 Implementantation	128
4.2 Analisa Perancangan.....	128
4.2.1 Analisa Aset Key Visual.....	128
4.2.2 Analisa Media Tahap <i>Attention - Interest</i>.....	130
4.2.3 Analisa Media Tahap <i>Search</i>.....	136
4.2.4 Analisa Media Tahap <i>Action</i>.....	138
4.2.5 Analisa Media Tahap <i>Share</i>.....	141
4.2.6 Analisa Beta Test	143
4.3 Budgeting.....	144
BAB V PENUTUP.....	147
5.1 Simpulan.....	147
5.2 Saran.....	148
DAFTAR PUSTAKA	xiii
LAMPIRAN.....	xvi

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tabel SWOT Kampanye <i>Your Future's Not Pretty</i>	64
Tabel 4.1 Tabel Segmentasi Target Audience Kampanye	69
Tabel 4.2 Tabel Segmentasi Target Audience Kampanye	73
Tabel 4.3 Tabel Analisis SWOT	77
Tabel 4.4 Tabel <i>Creative Brief</i>	81
Tabel 4.5 Tabel Strategi dan Taktik Pesan.....	89
Tabel 4.6 Tabel Skenario Strategi dan Taktik Pesan Berdasarkan AISAS.....	91
Tabel 4.7 Tabel Media Strategic Planning Berdasarkan Perilaku Konsumen (AISAS).....	93
Tabel 4.8 Tabel Media <i>Planning</i> Bulan Pertama Sampai Ketiga	94
Tabel 4.9 Tabel Media <i>Planning</i> Bulan Keempat Sampai Keenam	95
Tabel 4.10 Tabel <i>Budgeting Kampanye</i>	145
Tabel 4.11 Tabel <i>Biaya Jasa Desain</i>	146

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Contoh Penggunaan Elemen Garis dalam Desain Grafis.....	7
Gambar 2.2 Contoh Penggunaan Elemen Bentuk dalam Desain Grafis.....	8
Gambar 2.3 <i>Hue, Value, Saturation</i>	9
Gambar 2.4 Contoh Penggunaan Elemen Tekstur dalam Desain Grafis	10
Gambar 2.5 Contoh Keseimbangan Simetris	11
Gambar 2.6 Contoh Keseimbangan Asimetris.....	12
Gambar 2.7 Contoh Keseimbangan Radial.....	12
Gambar 2.8 Contoh Penggunaan <i>Visual Hierarchy</i> pada Desain Grafis	14
Gambar 2.9 Contoh Penggunaan <i>Rhythm</i> pada Desain Grafis.....	15
Gambar 2.10 Contoh Penggunaan <i>Unity</i> pada Desain Grafis	16
Gambar 2.11 Contoh Penggunaan <i>Laws of Perceptual Organization</i> pada Desain Grafis.....	17
Gambar 2.12 Anatomi Huruf	17
Gambar 2.13 Contoh Klasifikasi Huruf <i>Old Style</i>	18
Gambar 2.14 Contoh Klasifikasi Huruf <i>Transitional</i>	19
Gambar 2.15 Contoh Klasifikasi Huruf <i>Modern</i>	19
Gambar 2.16 Contoh Klasifikasi Huruf <i>Slab Serif</i>	20
Gambar 2.17 Contoh Klasifikasi Huruf <i>Sans Serif</i>	20
Gambar 2.18 Contoh Klasifikasi Huruf <i>Blackletter</i>	21
Gambar 2.19 Contoh Klasifikasi Huruf <i>Script</i>	21
Gambar 2.20 Contoh Klasifikasi Huruf <i>Display</i>	22
Gambar 2.21 <i>Margins, Flowlines, Columns</i>	23
Gambar 2.22 <i>Module, Spatial Zone, Markers</i>	24
Gambar 2.23 Contoh <i>Single Column</i>	24
Gambar 2.24 Contoh <i>Multicolumn Grids</i>	25
Gambar 2.25 Contoh <i>Modular Grids</i>	25
Gambar 2.26 Contoh <i>Hierarchical Grids</i>	26
Gambar 2.27 Contoh <i>Baseline Grids</i>	26
Gambar 2.28 Contoh <i>Compound Grids</i>	27
Gambar 2.29 Teknik Foto <i>Frog Eye View</i>	28
Gambar 2.30 Teknik Fotografi <i>low Angle</i>	28
Gambar 2.31 Teknik Fotografi <i>Eye Angle</i>	29
Gambar 2.32 Teknik Fotografi <i>High Angle</i>	29
Gambar 2.33 Teknik Fotografi <i>Bird Eye level</i>	30
Gambar 2.34 Komposisi Fotografi <i>POI</i>	31
Gambar 2.35 Komposisi Fotografi <i>DOF</i>	31
Gambar 2.36 Komposisi Fotografi <i>Background</i>	32
Gambar 2.37 Komposisi Fotografi <i>Color</i>	32
Gambar 2.38 Komposisi Fotografi <i>Pattern</i>	33
Gambar 2.39 Komposisi Fotografi <i>Framing</i>	33
Gambar 2.40 Komposisi Fotografi <i>Horizontal dan Vertical</i>	34

Gambar 2.41 Contoh Analisis SWOT.....	36
Gambar 2.42 Contoh <i>Public Service Advertising</i>	38
Gambar 2.43 Contoh <i>Cause Advertising</i>	38
Gambar 2.44 Contoh <i>Commercial Advertising</i>	39
Gambar 2.45 Contoh Media <i>Print</i>	40
Gambar 2.46 Contoh Media <i>Motion</i> dalam bentuk <i>Storyboard</i>	41
Gambar 2.47 Contoh Media <i>Website</i>	41
Gambar 2.48 Contoh Media <i>Mobile Advertising</i>	42
Gambar 2.49 Contoh Media <i>Social Media</i>	43
Gambar 2.50 AIDMA dan AISAS	45
Gambar 2.51 AISAS sebagai Model Nonlinear.....	45
Gambar 2.52 Contoh <i>Kampanye Body Positivity</i>	48
Gambar 3.1 Dokumentasi Wawancara via <i>WhatsApp Video Call</i> bersama dr. Lisa Poniman, dipl.AAAM	53
Gambar 3.2 Dokumentasi Wawancara via <i>Google Meet</i> bersama Pranesta Renjiro	57
Gambar 3.3 Contoh konten <i>Youtube</i> yang menggunakan <i>talent</i> dengan kecantikan beragam	58
Gambar 3.4 Kampanye <i>Your Future's Not Pretty</i>	63
Gambar 4.1 <i>User Persona</i>	71
Gambar 4.2 Logo <i>Female Daily Network</i>	72
Gambar 4.3 <i>Mind map</i>	97
Gambar 4.4 Alternatif <i>Big Idea</i>	97
Gambar 4.5 <i>Moodboard Visual</i>	98
Gambar 4.6 <i>Moodboard Warna</i>	99
Gambar 4.7 <i>Moodboard Tipografi</i>	100
Gambar 4.8 Alternatif <i>Headline</i>	100
Gambar 4.9 Alternatif <i>Hashtags</i>	101
Gambar 4.10 Alternatif Nama Kampanye	102
Gambar 4.11 Alternatif Logo Kampanye.....	103
Gambar 4.12 Finalisasi Logo Kampanye.....	103
Gambar 4.13 Alternatif Sketsa Visual	104
Gambar 4.14 Alternatif Layout Visual.....	105
Gambar 4.15 Aset Fotografi.....	105
Gambar 4.16 Aset Fotografi terpilih untuk <i>Key Visual</i>	106
Gambar 4.17 Proses Pengerjaan <i>Key Visual</i>	107
Gambar 4.18 Hasil dari <i>Key Visual</i>	108
Gambar 4.19 Hasil Perancangan <i>Series Ads Key Visual</i>	109
Gambar 4.20 <i>Grid MRT Ads</i>	110
Gambar 4.21 <i>Final Artwork MRT Ads</i>	111
Gambar 4.22 <i>Grid GoJek GoScreen</i>	111
Gambar 4.23 <i>Final Artwork GoJek GoScreen</i>	112
Gambar 4.24 <i>Grid Poster</i>	112

Gambar 4.25 <i>Final Artwork Poster</i>	113
Gambar 4.26 <i>Grid Elevator Ads</i>	113
Gambar 4.27 <i>Final Artwork Elevator Ads</i>	114
Gambar 4.28 <i>Grid dan Final Artwork Instagram Post Ads</i>	115
Gambar 4.29 <i>Grid dan Final Artwork Instagram Story Ads</i>	115
Gambar 4.30 <i>Grid dan Final Artwork Twitter Ads</i>	116
Gambar 4.31 <i>Grid dan Final Artwork Spotify Cover Ads</i>	117
Gambar 4.32 <i>Architecture Information Microsite</i>	117
Gambar 4.33 <i>Grid dan Final Artwork Microsite</i>	118
Gambar 4.34 <i>Content plan Instagram Feeds</i>	119
Gambar 4.35 <i>Grid dan Final Artwork Instagram Feeds</i>	120
Gambar 4.36 <i>Grid dan Final Artwork Instagram Story interactive</i>	121
Gambar 4.37 <i>Final Artwork Merchandise (Botol Minum)</i>	122
Gambar 4.38 <i>Final Artwork Merchandise (Tote Bag)</i>	123
Gambar 4.39 <i>Final Artwork Merchandise (Sticker)</i>	124
Gambar 4.40 <i>Grid Instagram Story</i>	124
Gambar 4.41 <i>Final Artwork Instagram Story</i>	125
Gambar 4.42 <i>Grid dan Final Artwork Instagram Filter</i>	126
Gambar 4.43 <i>Final Artwork Instagram Sticker</i>	127
Gambar 4.44 <i>Grid dan Final Artwork Twibbon Instagram</i>	127
Gambar 4.45 <i>Moodboard Fotografi</i>	129
Gambar 4.46 <i>Aset Foto untuk Key Visual</i>	129
Gambar 4.47 <i>Hasil Perancangan Series Ads Key Visual</i>	130
Gambar 4.48 <i>Mockup MRT Ads</i>	131
Gambar 4.49 <i>Mockup GoJek GoScreen</i>	132
Gambar 4.50 <i>Mockup Poster</i>	133
Gambar 4.51 <i>Mockup Elevator Ads</i>	133
Gambar 4.52 <i>Mockup Instagram Post Ads</i>	134
Gambar 4.53 <i>Mockup Instagram Story Ads</i>	135
Gambar 4.54 <i>Mockup Twitter Ads</i>	135
Gambar 4.55 <i>Mockup Spotify Cover Ads</i>	136
Gambar 4.56 <i>Mockup Microsite</i>	137
Gambar 4.57 <i>Mockup Instagram Feeds</i>	137
Gambar 4.58 <i>Mockup Instagram Story Interactive</i>	138
Gambar 4.59 <i>Mockup Tote Bag</i>	139
Gambar 4.60 <i>Mockup Botol Minum</i>	139
Gambar 4.61 <i>Mockup Sticker</i>	140
Gambar 4.62 <i>Mockup Instagram Story</i>	141
Gambar 4.63 <i>Mockup Instagram Filter</i>	141
Gambar 4.64 <i>Mockup Instagram Sticker</i>	142
Gambar 4.65 <i>Mockup Twibbon Instgram</i>	143

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Turnitin	xvi
Lampiran B Form Bimbingan	xix
Lampiran C Transkrip Wawancara	xxiii
Lampiran D Hasil Kuesioner 1	xl
Lampiran E Hasil Kuesioner 2	1
Lampiran F Beta Test	lvii
Lampiran G Bimbingan Spesialis	lxvii
Lampiran H Behind The Scenes pengambilan aset foto	lxviii



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA