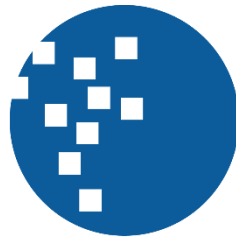


**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL MENGENAI *PINK*  
TAX UNTUK WANITA USIA 22-26 TAHUN DI JAKARTA**



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**LAPORAN TUGAS AKHIR**

**EUGENIA AUDREY**

**00000045733**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

**FAKULTAS SENI DAN DESAIN**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2024**

**PERANCANGAN KAMPANYE MENGENAI *PINK TAX*  
UNTUK WANITA USIA 22-26 TAHUN DI JAKARTA**



**LAPORAN TUGAS AKHIR**

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

**Eugenia Audrey Bernardi**

**00000045733**

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

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Eugenia Audrey Bernardi

Nomor Induk Mahasiswa : 00000045733

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Kampanye dengan judul:

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL MENGENAI *PINK TAX* UNTUK  
WANITA USIA 22-26 TAHUN DI JAKARTA**

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, 27 Maret 2023

UMM



(Eugenia Audrey Bernardi)

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir dengan judul  
**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL MENGENAI *PINK TAX***  
**UNTUK WANITA USIA 22-26 TAHUN DI JAKARTA**

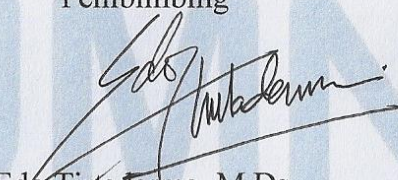
Oleh

Nama : Eugenia Audrey Bernardi  
NIM : 00000045733  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Fakultas : Seni dan Desain

Telah disetujui untuk diajukan pada  
Sidang Ujian Tugas Akhir Universitas Multimedia Nusantara

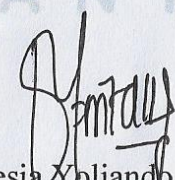
Tangerang, 20 Mei 2024

Pembimbing



Edo Tirtadarma, M.Ds.  
0324128506/071279

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual



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

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

### PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL MENGENAI *PINK TAX* UNTUK WANITA USIA 22-26 TAHUN DI JAKARTA

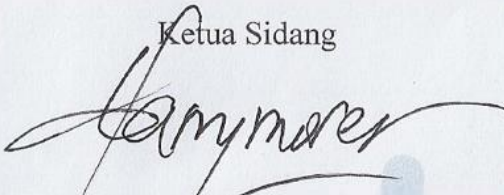
Oleh

Nama : Eugenia Audrey Bernardi  
NIM : 00000045733  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Selasa, 28 Mei 2024  
Pukul 10.30 s.d 11.15 dan dinyatakan  
LULUS

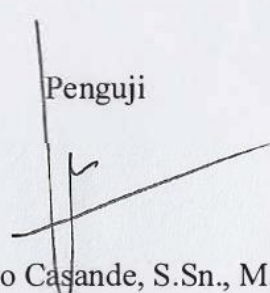
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



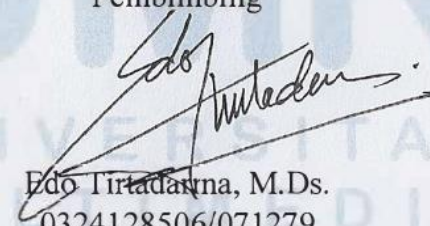
Harry Mores, S.Ds., M.M.  
0306078902/L00790

Penguji




Dr. Suwito Casande, S.Sn., M.Ds.  
0330117501/081436

Pembimbing



Edo Tirtadarma, M.Ds.  
0324128506/071279

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual



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

iv

## HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Eugenia Audrey Bernardi  
NIM : 00000045733  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Jenjang : S1  
Judul Karya Ilmiah : PERANCANGAN KAMPANYE  
MENGENAI PINK TAX UNTUK WANITA  
USIA 22-26 TAHUN DI JAKARTA

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia (**pilih salah satu**):

- Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial. Saya tidak akan mencabut kembali izin yang telah saya berikan dengan alasan apapun.
- Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: Dalam proses pengajuan penerbitan ke dalam jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*)\*.

Tangerang, 5 Maret 2024

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



(Eugenia Audrey Bernardi )

\* Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk dipublikasikan ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir yang berjudul Perancangan Kampanye Sosial Mengenai *Pink Tax* untuk Wanita Usia 18-25 Tahun di Jakarta ini dengan baik. Penulisan proposal tugas akhir ini disusun berdasarkan hasil pembelajaran penulis di Universitas Multimedia Nusantara dan ditulis sebagai syarat untuk kelulusan.

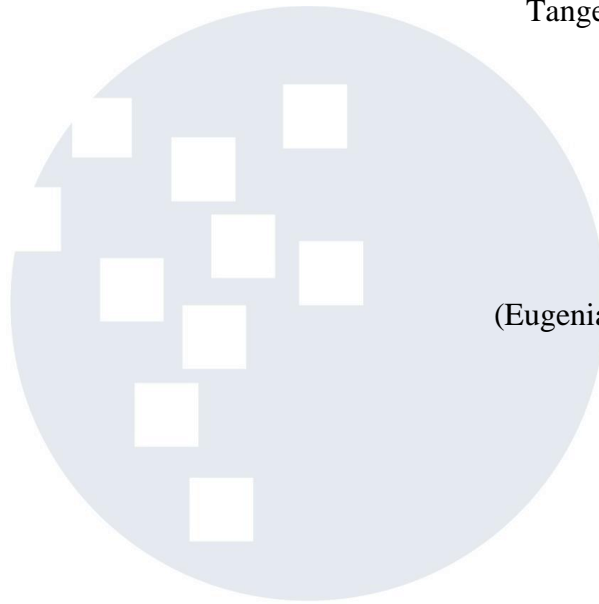
Selama proses perancangan tugas terakhir ini berlangsung, penulis mendapatkan dukungan dan bantuan dari berbagai orang. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

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. Edo Tirtadarma, M.Ds., sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Beety Herlina, Pranesta Renjiro, Seto Setiawan sebagai narasumber yang telah membantu dalam penelitian penulis.
6. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Teman Perkuliahan saya, Evane Ho, Cynthia Wina,, Vanessa Audrey, Poppy yang telah memberikan bantuan berupa inspirasi serta dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik.
8. Teman-teman satu bimbingan saya, Priscilla Herlianto, Fleren Piscetelia, Vanessa Laurencia, Anzalla Jano, Aris Munandar, Kavin Nawa, Nathania, Rio Ferdinandus yang telah memberikan penulis bantuan berupa inspirasi

serta dukungan material dan moral sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan baik dan tepat waktu.

Penulis berharap agar laporan Tugas Akhir ini dapat menambah ilmu dan memberi manfaat bagi semua orang yang membacanya.

Tangerang, 11 Juni 2024



(Eugenia Audrey Bernardi)

UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



# PERANCANGAN KAMPANYE MENGENAI *PINK TAX* UNTUK WANITA USIA 22-26 TAHUN DI JAKARTA

Eugenia Audrey Bernardi

## ABSTRAK

*Pink Tax* merupakan istilah yang dipakai untuk mendeskripsikan bentuk diskriminasi harga berdasarkan *gender*. *Pink Tax* menggambarkan bagaimana produk-produk yang dilabeli dengan warna “*pink*” atau produk yang ditujukan untuk Wanita memiliki harga yang lebih tinggi dibandingkan produk untuk pria. Diskriminasi harga berbasis *gender* ini tentunya sangat merugikan pihak Wanita secara finansial. Isu *Pink Tax* ini disebabkan oleh beberapa faktor seperti biaya produksi, permintaan pasar, strategi pemasaran, atau *behaviour* dari konsumen. Banyak Wanita Indonesia tidak menyadari kan isu *Pink Tax* ini. Hal ini menyebabkan semakin banyak industry yang akan melihat Wanita sebagai sasaran untuk kapitalis. Pengumpulan data dilakukan melalui metode campuran yaitu, wawancara ahli, focus group discussion, penyebaran kuesioner, studi referensi, dan studi eksisting. Metode perancangan desain yang digunakan adalah metode perancangan kampanye oleh Robin Landa dalam bukunya yang berjudul Advertising by Design (2010), metode ini terdiri dari Overview, Strategy, Ideas, Designs, Production, dan Implementation. Tugas akhir ini berisi perancangan kampanye mengenai *Pink Tax* yang tujuan akhirnya adalah menaikian kesadaran Wanita di Indonesia mengenai isu *Pink Tax*.

**Kata kunci:** *Pink Tax*, Wanita, Kesetaraan *gender*, Kampanye,

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**DESIGNING A CAMPAIGN ABOUT PINK TAX FOR WOMEN  
AGED 22-26 YEARS IN JAKARTA**

(Eugenia Audrey Bernardi)

**ABSTRACT (English)**

*Pink Tax is a term used to describe a form of gender-based price discrimination. Pink Tax illustrates how products labeled with the color "pink" or products targeted at women are priced higher than those for men. This gender-based price discrimination is certainly financially detrimental to women. The issue of Pink Tax is caused by several factors such as production costs, market demand, marketing strategies, or consumer behavior. Many Indonesian women are not aware of this Pink Tax issue. This causes more industries to view women as targets for capitalizing on. Data collection was carried out through mixed methods, namely expert interviews, focus group discussions, questionnaire distribution, reference studies, and existing studies. The design method used is the campaign design method by Robin Landa in her book titled Advertising by Design (2010), which consists of Overview, Strategy, Ideas, Designs, Production, and Implementation. This final project contains a campaign design regarding Pink Tax, the ultimate goal of which is to raise awareness among women in Indonesia about the Pink Tax issue.*

**Keywords:** *Pink Tax, Woman, Gender Equality, Campaign*

U 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

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
ABSTRAK .....	viii
<i>ABSTRACT (English)</i> .....	ix
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xviii
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 .....	5
2.1 Desain Grafis .....	5
2.1.1 Prinsip Desain .....	5
2.1.1.1 <i>Format</i> .....	5
2.1.1.2 <i>Balance</i> .....	6
2.1.1.3 <i>Visual Hierarchy</i> .....	6
2.1.1.4 <i>Rhythm</i> .....	7
2.1.1.5 <i>Unity</i> .....	8
2.1.1.6 <i>Laws of Perceptual Organization</i> .....	9
2.1.2 Tipografi .....	10
2.1.2.1 Prinsip Tipografi .....	10
2.1.2.2 Jenis-jenis Tipografi .....	11
2.1.3 Warna .....	15
2.1.3.1 Psikologi Warna .....	15

2.1.4	Ilustrasi .....	19
2.1.5	Fotografi .....	23
2.1.5.1	Jenis Fotografi .....	23
2.1.5.2	Komposisi Fotografi .....	28
2.1.6	<i>Layout dan Grid</i> .....	32
2.1.6.1	Struktur <i>Grid</i> .....	32
2.1.6.2	Jenis <i>Grid</i> .....	33
2.2	Strategi Marketing .....	36
2.2.1	Segmentasi, <i>Targeting</i> , dan <i>Positioning</i> .....	36
2.2.2	<i>Chanel</i> s dan <i>Media Marketing</i> .....	37
2.2.3	SWOT <i>Analysis</i> .....	37
2.3	Kampanye .....	38
2.3.1	Tujuan Kampanye .....	38
2.3.2	Jenis Kampanye .....	38
2.3.3	Teori Pembentukan Perilaku Konsumen AISAS .....	40
2.3.4	Strategi dan Taktik Pesan .....	42
2.4	<i>Pink Tax</i> .....	45
2.4.1	Kasus <i>Pink Tax</i> .....	46
2.4.2	Dampak <i>Pink Tax</i> .....	47
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN .....</b>		<b>49</b>
3.1	Metodologi Penelitian .....	49
3.1.1	Metode Kualitatif .....	49
3.1.2	Metode Kuantitatif .....	70
3.2	Metodologi Perancangan .....	75
<b>BAB IV STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN .....</b>		<b>77</b>
4.1	Strategi Perancangan .....	77
4.1.1	<i>Overview</i> .....	77
4.1.2	<i>Strategy</i> .....	89
4.1.3	<i>Ideas</i> .....	104
4.1.4	<i>Design</i> .....	110
4.1.5	<i>Production</i> .....	115
4.1.6	<i>Implementation</i> .....	127

4.1.7	Bimbingan Spesialis.....	128
4.2	Analisis Perancangan .....	129
4.2.1	Analisis Consumer Journey Kampanye .....	129
4.2.2	Analisis Media Tahapan <i>Attention-Interest</i> .....	131
4.2.3	Analisis Media Tahapan <i>Search</i> .....	137
4.2.4	Analisis Media Tahapan <i>Action</i> .....	144
4.2.5	Analisis Tahapan <i>Share</i> .....	147
4.2.6	Analisis Beta Test.....	149
4.3	<i>Budgeting</i> .....	155
<b>BAB V PENUTUP</b> .....		157
5.1	Simpulan.....	157
5.2	Saran.....	158
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....		xiii
<b>LAMPIRAN</b> .....		xv



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 SWOT AxThePinkTax.....	63
Tabel 4.1 Segmentasi Target Audiens.....	78
Tabel 4.2 Kompetitor <i>Mandatory</i> .....	81
Tabel 4.3 Analisis SWOT .....	84
Tabel 4.4 <i>Insight</i> NGO dan Audiens.....	86
Tabel 4.5 <i>Creative brief</i> .....	89
Tabel 4.6 Strategi dan Taktik Pesan.....	96
Tabel 4.7 Media Strategic Planning .....	99
Tabel 4.8 Media Timeline .....	102
Tabel 4.9 Budgeting .....	155



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Format .....	5
Gambar 2.2 Contoh desain yang menggunakan keseimbangan simetris .....	6
Gambar 2.3 Hierarki visual sebelum dan sesudah .....	7
Gambar 2.4 Ritme .....	7
Gambar 2.5 Unity Principle .....	8
Gambar 2.6 Laws of perceptual organization .....	10
Gambar 2.7 Old Style.....	11
Gambar 2.8 Transitional.....	12
Gambar 2.9 Modern Tipografi .....	12
Gambar 2.10 Slab Serif .....	13
Gambar 2.11 Sans Serif.....	13
Gambar 2.12 Black Letter Tipografi.....	14
Gambar 2.13 Script .....	14
Gambar 2.14 Display Tipografi .....	15
Gambar 2.15 Poster Nuansa Merah .....	16
Gambar 2.16 Poster nuansa Kuning.....	16
Gambar 2.17 Poster dengan nuansa hijau .....	17
Gambar 2.18 Poster dengan nuansa biru.....	17
Gambar 2.19 Poster nuansa jingga.....	18
Gambar 2.20 Poster nuansa ungu.....	18
Gambar 2.21Poster nuansa Hitam.....	19
Gambar 2.22 Poster nuansa putih .....	19
Gambar 2.23 Contoh ilustrasi naturalis.....	20
Gambar 2.24 Ilustrasi Dekoratif.....	20
Gambar 2.25 Ilustrasi Kartun.....	21
Gambar 2.26 Ilustrasi Karikatur.....	21
Gambar 2.27 Ilustrasi Cerita Gambar .....	22
Gambar 2.28 Ilustrasi Buku Pelajaran .....	22
Gambar 2.29 Ilustrasi Khayalan.....	23
Gambar 2.30 Travel Photography .....	24
Gambar 2.31 Potrait Photography.....	24
Gambar 2.32 Landscape Photography .....	25
Gambar 2.33 Documentary Photography.....	25
Gambar 2.34 Architecture Photography .....	26
Gambar 2.35 Sport Photography .....	26
Gambar 2.36 Fine Art Photography .....	27
Gambar 2.37 Wildlife Photography .....	27
Gambar 2.38 Simetris Fotografi.....	28
Gambar 2.39 Radial Photography .....	28
Gambar 2.40 Diagonal Photography.....	29
Gambar 2.41 Overlapping Photography .....	29

Gambar 2.42 Rule of Third Photography.....	30
Gambar 2.43 Pattern Photography .....	30
Gambar 2.44 Framing Photography .....	31
Gambar 2.45 Segitiga Photography .....	31
Gambar 2.46 <i>Single column grid layout</i> .....	33
Gambar 2.47 <i>Two Column Grid</i> .....	34
Gambar 2.48 Multi Column <i>Grid</i> systems.....	34
Gambar 2.49 <i>Modular Grid</i> .....	35
Gambar 2.50 <i>Hierarchical Grid</i> .....	35
Gambar 2.51 <i>Composite Grid</i> .....	36
Gambar 2.52 <i>Cause Oriented Campaign</i> .....	39
Gambar 2.53 <i>Commercial Advertising</i> .....	39
Gambar 2.54 <i>Public Service Advertising</i> .....	40
Gambar 2.55 <i>AISAS model</i> .....	41
Gambar 3.1 Wawancara dengan Betty Herlina.....	51
Gambar 3.2 Wawancara dengan Pranesta Renjiro.....	53
Gambar 3.3 Wawancara dengan Seto Setiawan.....	55
Gambar 3.4 Logo Kampanye AxThePinkTax .....	59
Gambar 3.5 Video Kampanye AxThePinkTax .....	60
Gambar 3.6 Aksi alis berwarna <i>pink</i> dari AxThePinkTax .....	61
Gambar 3.7 Contoh visual kampanye AxThePinkTax .....	62
Gambar 3.8 Website kampanye HeForShe .....	64
Gambar 3.9 Visual <i>Instagram</i> kampanye HeForShe .....	65
Gambar 3.10 Website Woman's March .....	66
Gambar 3.11 Visual <i>Instagram</i> Women's March.....	67
Gambar 3.12 Rumus Slovin .....	70
Gambar 3.13 Hasil Kuesioner 1 .....	71
Gambar 3.14 Hasil Kuesioner 2.....	71
Gambar 3.15 Hasil Kuesioner 3 .....	72
Gambar 3.16 Hasil Kuesioner 4.....	72
Gambar 3.17 Hasil Kuesioner 5 .....	73
Gambar 3.18 Hasil Kuesioner 6.....	73
Gambar 3.19 Hasil Kuesioner 7 .....	74
Gambar 3.20 Hasil Kuesioner 8.....	75
Gambar 4.1 Mindmap.....	104
Gambar 4.2 Mindmap Visual.....	105
Gambar 4.3 Alternatif Big Idea .....	106
Gambar 4.4 <i>Moodboard</i> Warna .....	107
Gambar 4.5 <i>Moodboard</i> Tipografi.....	108
Gambar 4.6 <i>Moodboard</i> Visual.....	109
Gambar 4.7 <i>Copywriting</i> Headline .....	110
Gambar 4.8 Alternatif Nama Kampanye .....	110

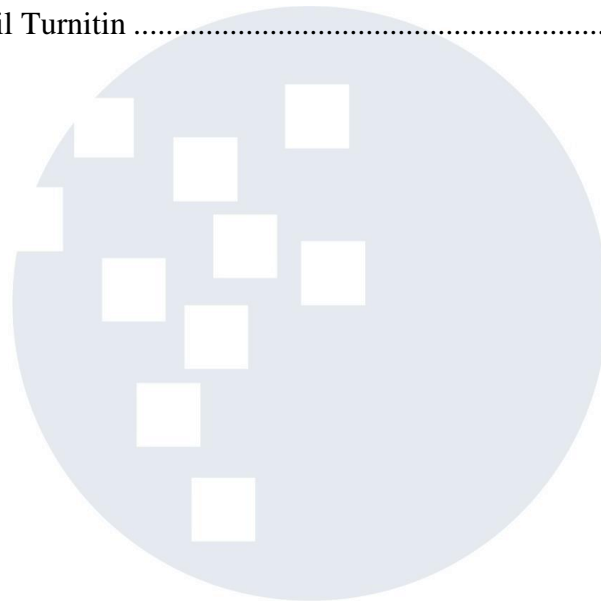


Gambar 4.9 Alternatif Sketsa Logo Oinc.....	111
Gambar 4.10 Sketsa Logo Oinc .....	112
Gambar 4.11 Logo Oinc.....	112
Gambar 4.12 Sketsa Gambar Key Visual .....	113
Gambar 4.13 Key Visual.....	114
Gambar 4.14 Series Key Visual .....	115
Gambar 4.15 Visual 2D Billboard .....	116
Gambar 4.16 Visual 2D <i>Instagram ads</i> .....	117
Gambar 4.17 Visual 2D <i>Twitter Threads</i> .....	117
Gambar 4.18 Visual 2d <i>Spotify Ads</i> .....	118
Gambar 4.19 Sitemap Microsite .....	119
Gambar 4.20 Visual 2D Microsite .....	119
Gambar 4.21 Visual 2d Head Banner Youtube.....	120
Gambar 4.22 Visual 2D Thumbnail Youtube .....	120
Gambar 4.23 Content Planning <i>Instagram Feeds</i> .....	121
Gambar 4.24 Visual 2D <i>Instagram Post</i> .....	122
Gambar 4.25 Visual 2D Promosi Webinar IG Story.....	123
Gambar 4.26 Visual 2D Promosi Webinar IG Post .....	123
Gambar 4.27 Visual 2D X-Banner Webinar .....	124
Gambar 4.28 Visual 2D Backdrop Webinar .....	124
Gambar 4.29 Visual 2D Booth Registration .....	125
Gambar 4.30 Visual 2D Podcast Spotify .....	126
Gambar 4.31 Merch .....	126
Gambar 4.32 Visual 2D Twibbon .....	127
Gambar 4.33 Sharing lewat Whatsapp.....	127
Gambar 4.34 Bimbingan Speialis .....	128
Gambar 4.35 Key Visual Sebelum Revisi .....	128
Gambar 4.36 Key Visual Setelah Revisi.....	129
Gambar 4.37 Consumer Journey.....	130
Gambar 4.38 Proses Ilustrasi Billboard .....	131
Gambar 4.39 Billboard.....	132
Gambar 4.40 Mockup Billboard .....	132
Gambar 4.41 Proses <i>Twitter Threads</i> .....	133
Gambar 4.42 Mockup <i>Twitter Threads</i> .....	133
Gambar 4.43 Proses <i>Spotify Ads</i> .....	134
Gambar 4.44 <i>Spotify Ads</i> .....	135
Gambar 4.45 Mockup <i>Spotify Ads</i> .....	135
Gambar 4.46 Proses <i>Instagram Story Ads</i> .....	136
Gambar 4.47 <i>Instagram Story Ads</i> .....	136
Gambar 4.48 Mockup <i>Instagram Story Ads</i> .....	137
Gambar 4.49 Sitemap Microsite .....	137
Gambar 4.50 Proses Perancangan Microsite.....	138
Gambar 4.51 Microsite.....	138

Gambar 4.52 Mockup Microsite .....	139
Gambar 4.53 Proses Head Banner Youtube.....	139
Gambar 4.54 Youtube Oinc .....	140
Gambar 4.55 Mockup Youtube Oinc .....	140
Gambar 4.56 Proses Perancangan <i>Instagram</i> Post.....	141
Gambar 4.57 <i>Instagram</i> Post Oinc.....	142
Gambar 4.58 Mockup <i>Instagram</i> Post .....	142
Gambar 4.59 Spotify Podcast Thumbnail .....	143
Gambar 4.60 Mockup Spotify Podcast .....	143
Gambar 4.61 Proses X-Banner.....	144
Gambar 4.62 X-Banner .....	145
Gambar 4.63Mockup X-Banner.....	145
Gambar 4.64 Backdrop Webinar.....	146
Gambar 4.65 Mockup Backdrop Webinar .....	146
Gambar 4.66 Booth Registration.....	147
Gambar 4.67 Mockup Booth Registration .....	147
Gambar 4.68 Merchandise Oinc .....	148
Gambar 4.69 Twibbon Oinc.....	148
Gambar 4.70 Mockup Twibbon .....	149
Gambar 4.71 Hasil Beta Test Tampilan Visual .....	150
Gambar 4.72 Hasil Beta Test <i>Layout</i> .....	150
Gambar 4.73 Hasil Beta Test Ukuran Font.....	151
Gambar 4.74 Hasil Beta Test Pesan Kampanye.....	151
Gambar 4.75 Hasil Beta Test <i>Insight</i> Audiens.....	152
Gambar 4.76 Hasil Beta Test Visual <i>Instagram</i> Post .....	153
Gambar 4.77 Hasil Beta Test Visual <i>Instagram</i> Story.....	153
Gambar 4.78 Hasil Beta Tes <i>Insight</i> Audiens.....	154

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Form BAP Bimbingan .....	xv
Lampiran B Transkrip Wawancara 1 .....	xvii
Lampiran C Transkrip Wawancara 2 .....	xxiv
Lampiran D Transkrip Wawancara 3 .....	xxviii
Lampiran E Kuesioner .....	lxxxiii
Lampiran F Hasil Turnitin .....	xcvii



UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA