

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL MENGENAI *CRAB*  
*MENTALITY* UNTUK DEWASA AWAL USIA 18 - 27 TAHUN**



**UMN**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**LAPORAN TUGAS AKHIR**

**Meisya Lutfiah Amanda  
0000051706**

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

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL MENGENAI *CRAB*  
*MENTALITY* UNTUK DEWASA AWAL USIA 18 - 27 TAHUN**



**LAPORAN TUGAS AKHIR**

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

**Meisya Lutfiah Amanda  
00000051706**

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

**UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA**  
2024

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Meisya Lutfiah Amanda

Nomor Induk Mahasiswa : 00000051706

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Tugas Akhir dengan judul:

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL MENGENAI *CRAB MENTALITY*  
UNTUK DEWASA AWAL USIA 18 - 27 TAHUN**

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, 30 Mei 2024



A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Meisya', is written over the large 'UMM' watermark.

(Meisya Lutfiah Amanda)

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

## HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir dengan judul  
**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL MENGENAI *CRAB MENTALITY***  
**UNTUK DEWASA AWAL USIA 18 - 27 TAHUN**

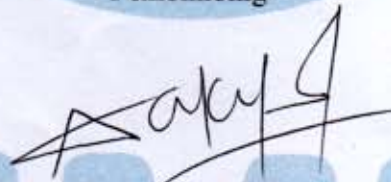
Oleh

Nama : Meisya Lutfiah Amanda  
NIM : 00000051706  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Fakultas : Seni dan Desain

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

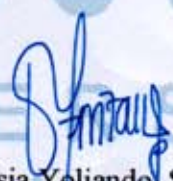
Tangerang, 20 Mei 2024

Pembimbing



Ardiles Akyuwen, M.Sn.  
0323067804/067811

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual



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

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## HALAMAN PENGESAHAN

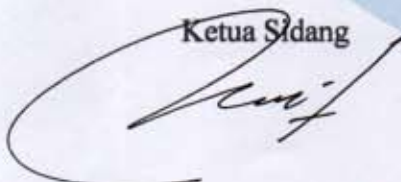
Tugas Akhir dengan judul  
**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL MENGENAI *CRAB MENTALITY*  
UNTUK DEWASA AWAL USIA 18 - 27 TAHUN**

Oleh


Nama : Meisya Lutfiah Amanda  
NIM : 00000051706  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Kamis, 30 Mei 2024  
Pukul 09.45 s.d 10.30 dan dinyatakan  
**LULUS**  
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

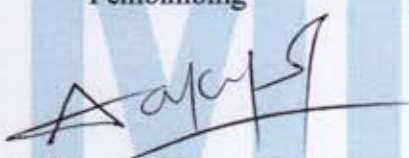
Ketua Sidang

  
Muhammad Nabil Oktanuryansyah, M.Ds.  
0319109601/081434


Penguji

  
Adhreza Brahma, M.Ds.  
0304088702/042750

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 : Meisya Lutfiah Amanda  
NIM : 00051706  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Jenjang : D3/S1/S2  
Judul Karya Ilmiah :

### PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL MENGENAI *CRAB MENTALITY* UNTUK DEWASA AWAL USIA 18 - 27 TAHUN

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, 30 Mei 2024



(Meisya Lutfiah Amanda)

\*\* 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.

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas selesainya Laporan Tugas Akhir dengan judul “Perancangan Kampanye Sosial Mengenai *crab mentality* Untuk Dewasa Awal Usia 18 – 27 Tahun”. *crab mentality* merupakan perilaku pada individu yang tidak senang atas pencapaian orang lain, dan akan menghambat orang lain untuk mencapai kesuksesannya. *crab mentality* dapat menimbulkan masalah kesehatan mental yang menjadi hambatan kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu penulis tertarik untuk mengambil topik tersebut dengan merancang kampanye sosial untuk meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai *crab mentality* secara efektif, sehingga dapat menjaga kesehatan mental pada dewasa awal yang berusia 18-27.

Topik pada laporan Tugas Akhir ini penting untuk dapat dijadikan sebagai referensi bagi desainer yang ingin merancang kampanye sosial mengenai topik yang serupa, sehingga dapat meningkatkan kesadaran masyarakat dan menyampaikan informasi secara efektif.

Penulis mengucapkan terima kasih atas doa dan dukungan 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. Frindhinia Medyasepti, S.Sn., M.Sc., selaku Koordinator Tugas Akhir Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Multimedia Nusantara.
5. Ardiles Akyuwen, M.Sn, sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.

6. Octavia Putri, M.Psi, selaku ahli psikolog klinis dari pihak Artemisia Womens and Childrens Clinic, yang telah memberikan wawasan mengenai *crab mentality*.
7. Adellia, sebagai narasumber yang telah membagikan kisahnya mengalami dampak dari perilaku *crab mentality*.
8. Narasumber V, D, H, P, dan M yang telah membagikan kisahnya dalam melakukan *Focus Group Discussion*.
9. Orang tua dan seluruh keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan motivasi, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
10. Mozza Zhamira Haurani, Salwa Afifah, Nadhif Dhia Ramadhan, serta teman-teman Universitas Multimedia lainnya menjadi teman seperjuangan yang telah memberikan dukungan, dan inspirasi.
11. Responden yang telah berpartisipasi dalam kuesioner online sebagai data penelitian mengenai *crab mentality*.

Penulis berharap tugas akhir ini dapat bermanfaat dan memberikan insiprasi kepada pembaca terutama dalam hal mengatasi *crab mentality* sehingga menjadi referensi dalam perancangan kampanye sosial.

Tangerang, 31 Mei 2024



(Meisya Lutfiah Amanda)

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



# PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL MENGENAI *CRAB* *MENTALITY* UNTUK DEWASA AWAL USIA 18 - 27 TAHUN

(Meisya Lutfiah Amanda)

## ABSTRAK

Sebagai manusia yang hidup berkelompok tidak dipungkiri memiliki sifat kompetitif untuk mencapai kesuksesan. Namun, sifat kompetitif yang berlebihan dapat berdampak negatif bagi individu dan kelompok. Lingkungan kompetitif yang kuat dengan harga diri yang rendah, dapat mendorong adanya *crab mentality* dan merusak hubungan antar rekan kerja dan menghambat kemajuan karir. Pandangan rekan kerja sebagai pesaing dapat menghambat kerja sama tim. Hasil kuesioner yang dilakukan terhadap 111 responden menunjukkan sebanyak 55% dari mereka tidak mengetahui cara mencegah pola pikir negatif tersebut karena tidak menyadari adanya *crab mentality*. Lalu poster yang tersedia saat ini belum sepenuhnya menyampaikan esensi *crab mentality* karena penggunaan warna yang terlalu *contrast*. Metodologi perancangan yang digunakan adalah *5 Phases of Design* yang diuraikan oleh Landa dalam buku *Graphic Design Solution*, sehingga dapat merancang kampanye dengan terstruktur dan signifikan. Kampanye ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran mengenai *crab mentality* dan mendorong perubahan perilaku yang *supportive*. Oleh karena itu media yang dirancang meliputi Instagram *feeds*, Instagram *story*, Instagram *Ads*, Youtube *Ads*, *GoScreen*, *microsite*, *twibbon*, *virtual background*, dan *merchandise* untuk meningkatkan kesadaran dan daya tarik audiens secara efektif.

**Kata kunci:** *crab mentality*, kampanye sosial, kesehatan mental

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

# DESIGN SOCIAL CAMPAIGN ABOUT *CRAB MENTALITY*

## FOR EARLY ADULTS AGED 18 - 27 YEARS OLD

(Meisya Lutfiah Amanda)

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

*As humans who live in groups, it is inevitable to have a competitive nature to achieve success. Excessive competitiveness can have a negative impact on individuals and groups. A strong competitive environment with low self-esteem, can encourage a crab mentality and damage relationships between coworkers and hinder career advancement. Viewing coworkers as competitors can inhibit teamwork. The results of a questionnaire conducted on 111 respondents showed that 55% of them did not know how to prevent this negative mindset because they were not aware of crab mentality. The current posters do not fully convey the essence of crab mentality due to the use of colors that are too contrast. The design methodology used is the 5 Phases of Design described by Landa in the book *Graphic Design Solution*, to design a structured and significant campaign. This campaign aims to raise awareness about crab mentality and encourage supportive behavior change. Therefore, the media designed includes Instagram feeds, Instagram stories, Instagram Ads, Youtube Ads, GoScreen, microsite, twibbon, virtual background, and merchandise to effectively raise awareness and attract audiences.*

***Keywords:*** *crab mentality, social campaign, mental health*

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## 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 .....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Batasan Masalah.....	3
1.4 Tujuan Tugas Akhir.....	5
1.5 Manfaat Tugas Akhir.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Desain Komunikasi Visual.....	7
2.1.1 Prinsip Desain.....	7
2.1.2 Elemen Desain.....	8
2.1.3 Layout.....	12
2.1.4 Tipografi.....	16
2.1.5 Ilustrasi.....	20
2.2 Kampanye.....	23
2.2.1 Tujuan Kampanye.....	24
2.2.2 Jenis Kampanye.....	24
2.2.3 Model AISAS.....	26
2.2.4 Pesan Kampanye.....	27
2.2.5 Copywriting.....	27

2.2.6	Media Kampanye.....	29
2.3	Media Sosial.....	32
2.3.1	Karakteristik Media Sosial.....	32
2.4	<i>Crab Mentality</i> .....	33
2.4.1	Faktor Penyebab <i>Crab Mentality</i> .....	34
2.4.2	<i>Dampak Crab Mentality</i> .....	34
2.4.3	<i>Solusi Mengatasi Crab Mentality</i> .....	35
<b>BAB III</b>	<b>METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN</b> .....	36
3.1	Metodologi Penelitian.....	36
3.1.1	Metode Kualitatif.....	36
3.1.1.1	Wawancara.....	36
3.1.1.2	Focus Group Discussion.....	43
3.1.1.3	Kesimpulan Hasil Wawancara Dan FGD.....	45
3.1.1.4	Studi Eksisting.....	45
3.1.1.5	Kesimpulan Studi Eksisting.....	48
3.1.1.6	Studi Referensi.....	48
3.1.1.7	Kesimpulan Studi Referensi.....	51
3.1.2	Metode Kuantitatif .....	52
3.1.2.1	Kesimpulan Kuesioner.....	64
3.2	Metodologi Perancangan .....	65
<b>BAB IV</b>	<b>STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN</b> .....	67
4.1	Strategi Perancangan .....	67
4.1.1	<i>Orientation</i> .....	67
4.1.1.1	Penyelenggara Kampanye.....	68
4.1.1.2	Segmentasi Target Kampanye.....	68
4.1.2	<i>Analysis</i> .....	69
4.1.2.1	<i>Creative Brief</i> .....	69
4.1.2.2	Strategi dan Taktik Pesan.....	73
4.1.2.3	Strategi Media Kampanye .....	74
4.1.3	<i>Conception</i> .....	76
4.1.3.1	<i>Mind map</i> .....	76
4.1.3.2	<i>Moodboard</i> .....	76

4.1.4	<i>Design</i> .....	81
4.1.4.1	Perancangan Identitas Visual.....	81
4.1.4.2	Perancangan <i>Keyvisual</i> .....	83
4.1.4.3	Media Utama.....	86
4.1.4.4	Media Sekunder.....	90
4.1.5	<i>Implementation</i> .....	103
4.2	Analisis Perancangan .....	103
4.2.1	Analisis <i>Beta Test</i> .....	103
4.2.2	Analisis <i>Identitas Visual</i> .....	104
4.2.3	Analisis <i>Instagram Feeds</i> .....	104
4.2.4	Analisis <i>Instagram Story</i> .....	105
4.2.5	Analisis <i>Instagram Ads</i> .....	106
4.2.6	Analisis <i>Instagram Youtube Ads</i> .....	107
4.2.7	Analisis <i>Instagram GoScreen</i> .....	107
4.2.8	Analisis <i>Microsite</i> .....	108
4.2.9	Analisis <i>Twibbon</i> .....	109
4.2.10	Analisis <i>Virtual background</i> .....	109
4.2.11	Analisis <i>T-shirt</i> .....	110
4.2.12	Analisis <i>Totebag</i> .....	111
4.2.13	Analisis <i>Lanyard</i> .....	111
4.2.14	Analisis <i>Keychain</i> .....	112
4.2.15	Analisis <i>Sticker Sheet Pack</i> .....	112
4.3	<i>Budgeting</i> .....	113
BAB V	PENUTUP.....	115
5.1	Simpulan .....	115
5.2	Saran .....	117
	DAFTAR PUSTAKA.....	xvii
	LAMPIRAN.....	xx

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 SWOT Infografis Infografis <i>Crab mentality</i> oleh Tagar.id .....	46
Tabel 3.2 SWOT Infografis <i>Crab mentality</i> oleh AKUTAHU.....	48
Tabel 4.1 Identifikasi Segmentasi Sasaran Kampanye .....	68
Tabel 4.2 Creative Brief Perancangan Kampanye .....	70
Tabel 4.3 Strategi dan Taktik Pesan Kampanye .....	73
Tabel 4.4 Strategi Media Kampanye.....	74
Tabel 4.5 Strategi Timeline Kampanye .....	76
Tabel 4.8 Tabel Budgeting Kampanye.....	113

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Elemen Garis .....	9
Gambar 2.2 Elemen Desain Bentuk .....	9
Gambar 2.3 Hue Color .....	10
Gambar 2.4 Saturation Color .....	11
Gambar 2.5 Value Color .....	11
Gambar 2.6 Texture Art .....	12
Gambar 2.7 Columns .....	13
Gambar 2.8 Modular .....	13
Gambar 2.9 Margins .....	14
Gambar 2.10 Zone Spatial .....	14
Gambar 2.11 Flowline.....	15
Gambar 2.12 Markers .....	15
Gambar 2.13 Times New Roman Typeface .....	16
Gambar 2.14 Baskerville Typeface.....	17
Gambar 2.15 Bodoni Typeface .....	17
Gambar 2.16 Bookman Typeface .....	18
Gambar 2.17 Futura Typeface.....	18
Gambar 2.18 Textura Typeface.....	19
Gambar 2.19 Snell Roundhand Typeface .....	19
Gambar 2.20 Canicule Display Typeface .....	20
Gambar 2.21 Ilustrasi Naturalis .....	20
Gambar 2.22 Ilustrasi Dekoratif.....	21
Gambar 2.23 Gambar Komik.....	21
Gambar 2.24 Gambar Karikatur.....	22
Gambar 2.25 Cerita Bergambar .....	22
Gambar 2.26 Ilustrasi Buku .....	23
Gambar 2.27 Ilustrasi Khayalan.....	23
Gambar 2.28 Poster Ulster Bank Campaign .....	25
Gambar 2.29 Poster Pemilihan Presiden 2024.....	25
Gambar 2.30 Poster International Migrant Day 2023 .....	26
Gambar 2.31 Model AISAS.....	26
Gambar 2.32 Iklan Coca-Cola Supermarket .....	29
Gambar 2.33 Iklan Conpenhagen Zoo Snake Bus .....	30
Gambar 2.34 Iklan Billboard Spotify.....	30
Gambar 2.35 Iklan Sponsorship Pizza Hut Gaming Event .....	31
Gambar 2.36 Majalah Promosi Bank Andi 2018.....	31
Gambar 2.37 Iklan Wardah Lip Paint Lips Up Your Day .....	32
Gambar 4. 1 Logo PsychologyTalk Indonesia.....	68
Gambar 4.2 Mind map Perancangan Kampanye.....	77
Gambar 4.3 Big Idea Perancangan kampanye .....	78
Gambar 4.4 Moodboard Visual Perancangan Kampanye.....	79
Gambar 4.5 Moodboard Warna Perancangan Kampanye.....	80

Gambar 4.6 Moodboard Tipografi Perancangan Kampanye .....	80
Gambar 4.7 Brush Dry Ink Procreate.....	81
Gambar 4.8 Sketsa Alternatif Identitas Visual.....	82
Gambar 4.9 Proses Digitalisasi Dengan Pen Tools.....	82
Gambar 4.10 Digitalisasi Alternatif Identitas Visual .....	83
Gambar 4.11 Sketsa Perancangan Karakter .....	84
Gambar 4.12 Sketsa 3 Keyvisual .....	85
Gambar 4.13 Hasil Digitalisasi 3 Keyvisual .....	85
Gambar 4.14 Content Planning Instagram Feeds.....	87
Gambar 4.15 Sketsa Instagram Feeds .....	88
Gambar 4.16 Proses Perancangan Instagram Feeds.....	88
Gambar 4.17 Proses Perancangan Digitalisasi Instagram Feeds .....	89
Gambar 4.18 Hasil Final Instagram Feeds.....	89
Gambar 4.19 Mockup Desain Instagram Feeds .....	90
Gambar 4.20 Proses Perancangan Instagram Story .....	90
Gambar 4.21 Hasil Desain Instagram Story .....	91
Gambar 4.22 Mockup Desain Instagram Story .....	91
Gambar 4.23 Proses Perancangan Instagram Ads.....	92
Gambar 4.24 Hasil Desain Perancangan Instagram Ads .....	93
Gambar 4.25 Mockup Desain Instagram Ads .....	93
Gambar 4.26 Proses Perancangan Youtube Ads Display .....	94
Gambar 4.27 Proses Perancangan Youtube Ads Overlays .....	94
Gambar 4.28 Hasil Desain Perancangan Youtube Ads.....	95
Gambar 4.29 Mockup Desain Youtube Ads .....	95
Gambar 4.30 Proses Perancangan GoScreen .....	96
Gambar 4.31 Proses Motion Graphic GoScreen .....	96
Gambar 4.32 Hasil Desain GoScreen.....	97
Gambar 4.33 Mockup Desain GoScreen.....	97
Gambar 4.34 Flowchart Microsite .....	98
Gambar 4.35 Proses Perancangan Microsite.....	98
Gambar 4.36 Hasil Desain Microsite .....	99
Gambar 4.37 Mockup Desain Microsite .....	99
Gambar 4.38 Proses Perancangan Twibbon.....	100
Gambar 4.39 Hasil Desain Twibbon.....	100
Gambar 4.40 Mockup Desain Twibbon .....	100
Gambar 4.41 Proses Perancangan Virtual background.....	101
Gambar 4.42 Hasil Desain Virtual background .....	101
Gambar 4.43 Mockup Desain Virtual background .....	102
Gambar 4.44 Hasil Desain Merchandise.....	102
Gambar 4.45 Analisis Desain Identitas Visual .....	104
Gambar 4.46 Analisis Desain Instagram Feeds .....	105
Gambar 4.47 Analisis Desain Instagram Story .....	106
Gambar 4.48 Analisis Desain Instagram Ads .....	106
Gambar 4.49 Analisis Desain Youtube Ads .....	107
Gambar 4.50 Analisis Desain GoScreen .....	108
Gambar 4.51 Analisis Desain Microsite .....	108

Gambar 4.52 Analisis Desain Twibbon .....	109
Gambar 4.53 Analisis Desain Virtual background .....	110
Gambar 4.54 Analisis Desain T-Shirt .....	110
Gambar 4.55 Analisis Desain Totebag.....	111
Gambar 4.56 Analisis Desain Lanyard .....	111
Gambar 4.57 Analisis Desain Keychain .....	112
Gambar 4.58 Analisis Desain Sticker Sheet.....	112



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A: Laporan Bimbingan Tugas Akhir 2023/2024.....	xx
Lampiran B: Hasil Turnitin.....	xxii
Lampiran C: Transkrip Wawancara dengan Octavia Putri, M.Psi selaku ahli Psikolog Klinis.....	xxiv
Lampiran D: Transkrip Wawancara dengan Adellia sebagai korban yang terkena dampak fenomena Crab mentality.....	xxx
Lampiran E: Transkrip FGD dengan 5 narasumber.....	xxxii
Lampiran F: Dokumentasi Wawancara dan FGD.....	xxxvi
Lampiran G: Hasil Karya Desain Instagram Feeds.....	xxxviii
Lampiran H: Hasil Karya Desain Instagram Story dan Instagram Ads.....	xxxix
Lampiran I: Hasil Karya Desain Youtube Ads GoScreen.....	xl
Lampiran J: Hasil Karya Desain Microsite.....	xli
Lampiran K: Hasil Karya Desain Twibbon dan Virtual background.....	xlii
Lampiran L: Hasil Karya Desain Merchandise.....	xliii
Lampiran M: Lembar Surat Pernyataan Kesepakatan HAKI.....	xliv
Lampiran N: Dokumentasi Bimbingan.....	xlvi

