

**PERANCANGAN *WEBSITE* KAMPANYE *POST CONCERT*
DEPRESSION PADA PENGGEJAR K-POP**



LAPORAN TUGAS AKHIR

Michelle Vannesa Theodora
00000053620

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS SENI DAN DESAIN
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025**

PERANCANGAN *WEBSITE* KAMPANYE *POST CONCERT*

***DEPRESSION* PADA PENGGEMAR K-POP**



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual

Michelle Vannesa Theodora

00000053620

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Michelle Vannesa Theodora

Nomor Induk Mahasiswa : 00000053620

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa ~~Tesis/ Skripsi/ Tugas Akhir/ Laporan~~
~~Magang/ MBKM*~~ saya yang berjudul:

PERANCANGAN *WEBSITE* KAMPANYE *POST CONCERT* *DEPRESSION* PADA PENGGEAR K-POP

merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan hasil plagiat, dan tidak pula dituliskan oleh orang lain. Semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya cantumkan dan nyatakan dengan benar pada bagian daftar pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan penyimpangan dan penyalahgunaan dalam proses penulisan dan penelitian ini, saya bersedia menerima konsekuensi untuk dinyatakan **TIDAK LULUS**. Saya juga bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang berkaitan dengan tindak plagiarisme ini sebagai kesalahan saya pribadi dan bukan tanggung jawab Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 16 Desember 2024



(Michelle Vannesa Theodora)

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul
**PERANCANGAN *WEBSITE* KAMPANYE *POST CONCERT DEPRESSION*
PADA PENGGEMAR K-POP**

Oleh

Nama Lengkap : Michelle Vannesa Theodora
Nomor Induk Mahasiswa : 00000053620
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

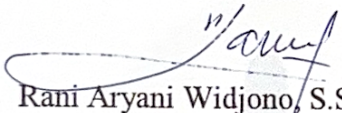
Telah diujikan pada hari Senin, 6 Januari 2025

Pukul 09.00 s.d. 09.45 WIB dan dinyatakan

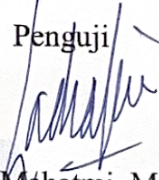
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

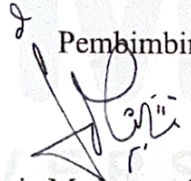
Ketua Sidang


Rani Aryani Widjono, S.Sn., M.Ds.
0310019201/023987

Penguji


Nadia Mahatmi, M.Ds.
0416038705/039375

Pembimbing


Frindhinia Medyasepti, S.Sn., M.Sc.
0319098202/068502

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual


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

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Michelle Vannesa Theodora
Nomor Induk Mahasiswa : 00000053620
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : D3/ S1/ S2*
Judul Karya Ilmiah : PERANCANGAN WEBSITE
KAMPANYE POST CONCERT
DEPRESSION PADA PENGGEMAR
KPOP

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 bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*) **.
- ☐ Lainnya, pilih salah satu:
 - ☐ Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
 - ☐ Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 6 Januari 2025

(Michelle Vannesa Theodora)

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

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyusun laporan Tugas Akhir yang berjudul “Perancangan *Website* Kampanye *Post Concert Depression* pada Penggemar K-Pop”. Topik Tugas Akhir berkaitan dengan maraknya konser K-Pop di Indonesia yang membuat banyak penggemar K-Pop seringkali mengalami fenomena yang disebut dengan *Post Concert Depression* atau PCD. Dalam hal ini, penggemar K-Pop sebenarnya mengetahui bahwa mereka mengalami PCD, namun mereka cenderung menghiraukan gejala PCD yang mereka alami yang jika gejala ini berlangsung lebih dari dua minggu akan menjadi depresi klinis yang harus ditangani lebih lanjut karena dapat menyebabkan masalah mental yang lebih serius.

Dalam Tugas Akhir ini, penulis mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai kampanye serta topik yang diangkat, yaitu mengenai *Post Concert Depression* bagi penggemar K-Pop. Penulis mempelajari bahwa *Post Concert Depression* memiliki gejala yang berbeda dengan depresi klinis pada umumnya. Melalui perancangan kampanye ini, diharapkan tercipta pola pikir yang baru agar penggemar K-Pop lebih sadar akan dampak negatif dari PCD dan tidak menghiraukan ketika mereka mengalami gejala tersebut agar tidak terjadi dampak yang lebih serius.

Dalam menyusun laporan ini, penulis menyadari bahwa tanpa adanya bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, penulis akan sulit untuk menyelesaikan laporan Tugas Akhir. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Andrey Andoko, 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 Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.

5. Aenea Marella, M.Psi., Psikolog, sebagai narasumber yang telah membantu dalam menjelaskan mengenai fenomena *Post Concert Depression*.
6. El Myrell, sebagai narasumber pertama yang telah bersedia diwawancara untuk perancangan tugas akhir ini.
7. Stephanie, sebagai narasumber kedua yang telah bersedia diwawancara untuk perancangan tugas akhir ini.

Penulis menyadari laporan ini masih belum sempurna. Kritik dan saran akan penulis terima untuk perbaikan kedepannya. Penulis berharap agar proposal ini dapat memberikan manfaat baik untuk sumber informasi maupun inspirasi bagi semua yang membaca.

Tangerang, 6 Januari 2025



(Michelle Vannesa Theodora)



PERANCANGAN WEBSITE KAMPANYE POST CONCERT

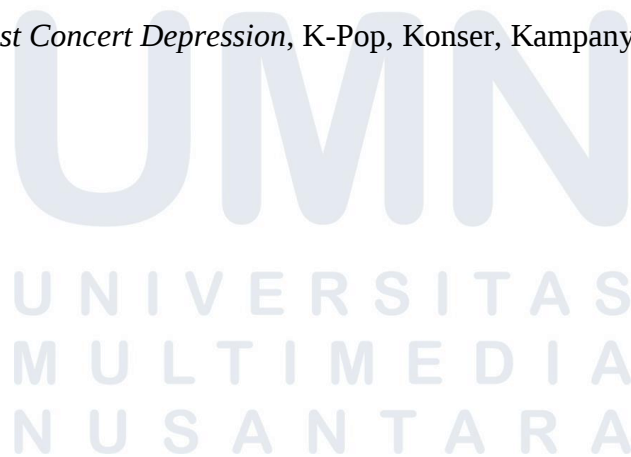
DEPRESSION PADA PENGGEMAR K-POP

(Michelle Vannesa Theodora)

ABSTRAK

Dalam beberapa tahun terakhir, musik K-Pop menjadi salah satu *genre* musik yang digemari di Indonesia. Maraknya K-Pop di Indonesia dapat dilihat dari jumlah penggemar yang semakin meningkat. Oleh karena itu, semakin banyak grup K-Pop yang mengadakan tur konsernya di Indonesia dimulai dari tahun 2021 hingga sekarang. Namun, setelah selesai dari menonton konser, seringkali penggemar K-Pop mengalami fenomena yang disebut dengan *Post Concert Depression* atau yang dikenal dengan PCD. Gejala yang ditimbulkan umumnya melankolis, sedih, dan hampa. PCD bukan hal yang bisa dianggap remeh karena apabila dibiarkan dan berlangsung selama lebih dari 2 minggu, maka PCD ini sudah menjadi depresi klinis yang akan berdampak kepada kehidupan sehari-hari. Pada dasarnya, penggemar K-Pop mengetahui dan menyadari ketika mereka mengalami gejala dari PCD. Namun, mereka cenderung membiarkan gejala tersebut. Maka dari itu, pentingnya untuk memiliki kesadaran akan dampak buruk yang dapat ditimbulkan, penulis merancang inisiatif solusi kampanye interaktif berupa *website* untuk meningkatkan kesadaran penggemar K-Pop mengenai dampak negatif dari PCD yang berkelanjutan serta memiliki kepedulian untuk mengatasi perasaan tersebut.

Kata kunci: *Post Concert Depression*, K-Pop, Konser, Kampanye



DESIGNING A POST CONCERT DEPRESSION WEBSITE

CAMPAIGN AMONG K-POP FANS

(Michelle Vannesa Theodora)

ABSTRACT (English)

In recent years, K-Pop music has become one of the popular music genres in Indonesia. The popularity of K-Pop in Indonesia can be seen from the growing number of fans. Therefore, more and more K-Pop groups have been holding concert tours in Indonesia starting from 2021 until now. However, after attending a concert, K-Pop fans often experience a phenomenon called Post Concert Depression or known as PCD. The initial symptoms are the feelings of melancholy, sadness, and emptiness. PCD should not be taken lightly because if left untreated and lasts for more than two weeks, then PCD has become clinical depression that can have an impact on daily life. In essence, K-Pop fans are recognize when they experience symptoms of PCD. However, they tend to ignore these symptoms. Therefore, it is important to be aware of the potential negative effects, the author designed an interactive campaign solution in the form of a website to raise awareness among K-Pop fans about the negative impacts of ongoing PCD and encourage them to overcome these feelings.

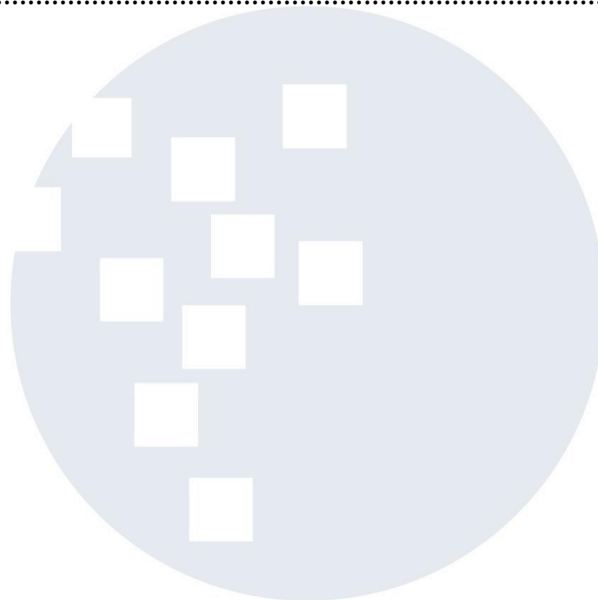
Keywords: *Post Concert Depression, K-Pop, Concert, Campaign*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT (English)</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
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	3
1.5 Manfaat Tugas Akhir	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Kampanye Sosial.....	5
2.1.1 Tujuan Kampanye Sosial	5
2.1.2 <i>Ideological or Cause-Oriented Campaign</i>	6
2.1.3 STP (<i>Segmenting, Targeting, Positioning</i>)	6
2.1.4 <i>Copywriting</i>	7
2.1.5 Strategi dan Taktik Pesan	8
2.1.5.1 Strategi Pesan	8
2.1.6 Strategi AISAS	10
2.1.7 Media Interaktif	12
2.2 PESO Model	13
1. <i>Paid Media</i>	13
2. <i>Earned Media</i>	13
2.3 <i>Website</i>	14

2.3.1 User Experiences (UX).....	14
2.3.2 User Interface (UI)	19
2.4 Interactive Storytelling	37
2.4.1 Storytelling.....	38
2.5 Post Concert Depression	41
2.5.1 Penyebab Post Concert Depression	41
2.5.2 Gejala dan Akibat dari Post Concert Depression	42
2.5.3 Penanganan Post Concert Depression	43
2.6 Penelitian yang Relevan.....	44
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN	46
3.1 Subjek Perancangan	46
3.2 Metode dan Prosedur Perancangan	48
3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan.....	49
3.3.1 In-depth Interview	50
3.3.2 Focus Group Discussion	53
3.3.3 Kuesioner	54
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN	65
4.1 Hasil Perancangan	65
4.1.1 Empathize	65
4.1.2 Define.....	83
4.1.3 Ideate.....	98
4.1.4 Prototype	121
4.1.5 Test.....	126
4.1.6 Media Sekunder	131
4.1.7 Kesimpulan Perancangan.....	150
4.2 Pembahasan Perancangan.....	151
4.2.1 Analisis Market Validation/ Beta Test	151
4.2.2 Analisis Social Media Ads.....	156
4.2.3 Analisis KRL Commuter Line Poster	161
4.2.4 Analisis Instagram Feeds & Story	164
4.2.5 Analisis Website	165
4.2.6 Analisis Secondary Media	177

4.2.8 Anggaran	182
BAB V PENUTUP	185
5.1 Simpulan	185
5.2 Saran.....	186
DAFTAR PUSTAKA	187
LAMPIRAN	191



UMN
 UNIVERSITAS
 MULTIMEDIA
 NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan.....	44
Tabel 3.1 Instrumen Pertanyaan Bagian Data Diri	55
Tabel 3.2 Instrumen Pertanyaan Bagian K-Pop	56
Tabel 3.3 Instrumen Pertanyaan Bagian Konser K-Pop	58
Tabel 3.4 Instrumen Pertanyaan bagian <i>Post Concert Depression</i>	60
Tabel 3.5 Instrumen Pertanyaan bagian Media Penggemar K-Pop	63
Tabel 4.1 Hasil Kuesioner Bagian Data Diri	68
Tabel 4.2 Hasil Kuesioner Bagian Mengenal dan Mengikuti K-Pop.....	69
Tabel 4.3 Hasil Kuesioner Bagian Konser K-Pop	70
Tabel 4.4 Hasil Kuesioner Bagian <i>Post Concert Depression</i>	71
Tabel 4.5 Hasil Kuesioner Bagian Media Penggemar K-Pop.....	72
Tabel 4.6 Profil FGD.....	73
Tabel 4.7 SWOT <i>Post Concert Depression @wantja</i>	75
Tabel 4.8 SWOT <i>Post Concert Depression @campaign_id</i>	77
Tabel 4.9 SWOT <i>Website Postconcertdepression.com</i>	79
Tabel 4.10 SWOT Menghapus Rasa Hampa Setelah Nonton Konser	80
Tabel 4.11 <i>Creative Brief</i> Bagian 1.....	83
Tabel 4.12 <i>Creative Brief</i> Bagian 2.....	84
Tabel 4.13 <i>Creative Brief</i> Bagian 3.....	85
Tabel 4.14 Strategi dan Taktik Pesan.....	92
Tabel 4.15 Perencanaan Durasi Kampanye berdasarkan AISAS.....	95
Tabel 4.16 PESO Model Kampanye	96
Tabel 4.17 Hasil Perhitungan <i>Alpha Test</i>	127
Tabel 4.18 Profil <i>Beta Test</i>	151
Tabel 4.19 Anggaran.....	182

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

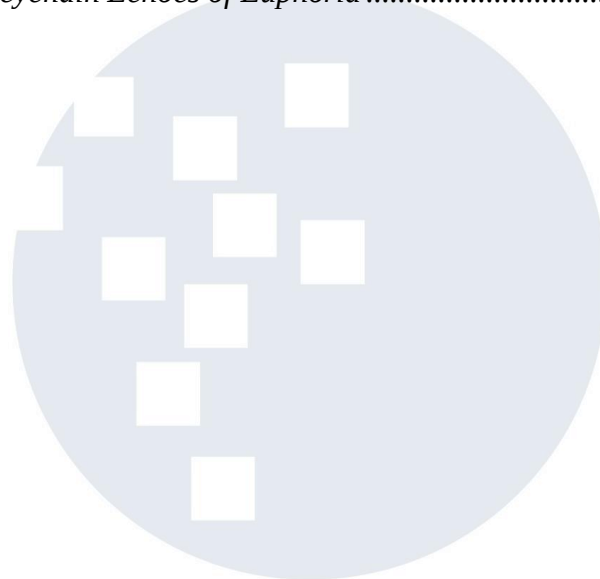
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model AISAS	12
Gambar 2.2 PESO Model.....	14
Gambar 2.3 Skema Warna	19
Gambar 2.4 Skema Warna <i>Monochromatic</i>	20
Gambar 2.5 <i>Sadness Inside Out</i>	21
Gambar 2.6 Skema Warna <i>Analogous</i>	21
Gambar 2.7 <i>Finn Adventure Time</i>	22
Gambar 2.8 Skema Warna <i>Split Complementary</i>	22
Gambar 2.9 RGB.....	23
Gambar 2.10 CMYK.....	24
Gambar 2.11 <i>12-Column Grid Layout</i>	25
Gambar 2.12 <i>Grid Layout</i>	26
Gambar 2.13 Karakter <i>Flat Design</i>	29
Gambar 2.14 <i>Chibi Maruko Chan</i>	30
Gambar 2.15 <i>Doodle Art</i>	31
Gambar 2.16 <i>Resemblance Icons</i>	33
Gambar 2.17 Struktur Navigasi Hirarki	34
Gambar 4.1 Wawancara dengan Psikolog Klinis.....	66
Gambar 4.2 Wawancara dengan El Myrell	67
Gambar 4.3 Wawancara dengan Stephanie Tahary	68
Gambar 4.4 <i>Post Concert Depression @wantja</i>	74
Gambar 4.5 <i>PCD Campaign @campaign_id</i>	76
Gambar 4.6 <i>Website Post Concert Depression</i>	78
Gambar 4.7 Menghapus Rasa Hampa Setelah Nonton Konser.....	80
Gambar 4.8 Logo KVIBES.ID.....	83
Gambar 4.9 <i>User Persona</i> Primer.....	87
Gambar 4.10 <i>User Persona</i> Sekunder.....	88
Gambar 4.11 <i>User Journey</i> Primer	89
Gambar 4.12 <i>User Journey</i> Sekunder	90
Gambar 4.13 <i>Empathy map</i> untuk target audiens <i>Post Concert Depression</i>	91
Gambar 4.14 Skenario AISAS	93
Gambar 4.15 PESO Model Perancangan	96
Gambar 4.16 <i>Mindmap</i> Kampanye <i>Post Concert Depression</i>	99
Gambar 4.17 Alternatif <i>Big Idea</i>	99
Gambar 4.18 <i>Moodboard</i>	101
Gambar 4.19 <i>Color Palette</i>	103
Gambar 4.20 Pembagian Warna	104
Gambar 4.21 Pembagian Warna Karakter	104
Gambar 4.22 <i>Typography</i>	105
Gambar 4.23 <i>Afacad Font</i>	105

Gambar 4.24 <i>Libre Baskerville Font</i>	106
Gambar 4.25 Referensi <i>Storytelling</i>	107
Gambar 4.26 <i>Flowchart Storyline</i>	108
Gambar 4.27 Sketsa Logo Kampanye.....	112
Gambar 4.28 Logo Kampanye	112
Gambar 4.29 Referensi Tokoh Utama	113
Gambar 4.30 Referensi <i>Chibi</i>	114
Gambar 4.31 Sketsa Awal <i>Chibi</i>	114
Gambar 4.32 Referensi <i>Flat Design</i>	115
Gambar 4.33 Sketsa Karakter Utama.....	115
Gambar 4.34 Ilustrasi Tokoh Utama.....	116
Gambar 4.35 Ilustrasi Tokoh Pendukung.....	116
Gambar 4.36 Referensi Grup K-Pop.....	117
Gambar 4.37 Sketsa Grup K-Pop.....	117
Gambar 4.38 Ilustrasi Grup K-Pop	117
Gambar 4.39 Sketsa Key Visual	118
Gambar 4.40 Pewarnaan Key Visual	119
Gambar 4.41 Referensi Karakter <i>Soul</i>	119
Gambar 4.42 Sketsa Karakter <i>Soul</i>	120
Gambar 4.43 Pewarnaan Karakter <i>Soul</i>	120
Gambar 4.44 Finalisasi karakter <i>Soul</i>	120
Gambar 4.45 <i>Key Visual</i>	121
Gambar 4.46 <i>Site Map</i>	122
Gambar 4.47 <i>Flowchart</i>	123
Gambar 4.48 <i>Low-fidelity</i>	124
Gambar 4.49 Sketsa <i>Icon Close</i>	124
Gambar 4.50 Digitalisasi <i>Icon Close</i>	125
Gambar 4.51 Perancangan <i>Button</i>	125
Gambar 4.52 <i>High-fidelity</i> Sebelum <i>Alpha Test</i>	125
Gambar 4.53 <i>Prototyping high-fidelity</i> sebelum <i>Alpha Test</i>	126
Gambar 4.54 <i>Prototype Day</i>	126
Gambar 4.55 <i>High fidelity</i> Setelah <i>Alpha Test</i>	130
Gambar 4.56 <i>Prototyping high-fidelity</i> setelah <i>Alpha Test</i>	131
Gambar 4.57 Instagram Story <i>grid</i>	132
Gambar 4.58 Instagram Story <i>Ads</i>	132
Gambar 4.59 Instagram Feeds <i>Ads Grid</i>	133
Gambar 4.60 Instagram Feeds <i>Ads Grid</i>	134
Gambar 4.61 Instagram Feeds <i>Ads</i>	134
Gambar 4.62 Spotify <i>Banner Ads Grid</i>	135
Gambar 4.63 Spotify <i>Banner Ads</i>	135
Gambar 4.64 Youtube <i>Overlay Ads Grid</i>	136
Gambar 4.65 Youtube <i>Overlay Banner Ads</i>	136
Gambar 4.66 X (Twitter) <i>Ads Grid</i>	136

Gambar 4.67 X (Twitter) Ads.....	137
Gambar 4.68 Poster KRL <i>Grid</i>	137
Gambar 4.69 Poster KRL <i>Commuter Line</i>	138
Gambar 4.70 Instagram Story <i>Grid</i>	139
Gambar 4.71 Instagram Story	139
Gambar 4.72 Konten Instagram Feeds.....	140
Gambar 4.73 Instagram Feeds.....	140
Gambar 4.74 Konten <i>Memory Journal</i>	142
Gambar 4.75 Desain Awal <i>Memory Journal</i>	142
Gambar 4.76 Sketsa Elemen <i>Memory Journal</i>	143
Gambar 4.77 Elemen <i>Memory Journal</i>	143
Gambar 4.78 Sketsa <i>Icon Memory Journal</i>	144
Gambar 4.79 <i>Icon Memory Journal</i>	144
Gambar 4.80 <i>Concert Memory Journal</i>	145
Gambar 4.81 <i>Sticker Sheet</i>	145
Gambar 4.82 <i>Frame</i>	146
Gambar 4.83 <i>Photo Frame</i> Desain Awal.....	147
Gambar 4.84 <i>Photo Frame</i>	147
Gambar 4.85 <i>Photocard Holder</i>	148
Gambar 4.86 <i>Keychain</i>	149
Gambar 4.87 <i>Sticker Die Cut</i>	149
Gambar 4.88 Analisa Visual 1	153
Gambar 4.89 Analisa Visual 2	154
Gambar 4.90 Analisa Visual 3	154
Gambar 4.91 Instagram Story Ads	157
Gambar 4.92 Instagram Feeds Ads Mockup.....	158
Gambar 4.93 Spotify <i>Banner Ads Mockup</i>	158
Gambar 4.94 X (Twitter) Ads Mockup.....	159
Gambar 4.95 Youtube <i>Banner Ads Mockup</i>	160
Gambar 4.96 Poster KRL <i>Commuter Line</i> 1	161
Gambar 4.97 Poster KRL <i>Commuter Line</i> 2.....	162
Gambar 4.98 Poster KRL <i>Commuter Line</i> 3.....	163
Gambar 4.99 Instagram Story Mockup	164
Gambar 4.100 Instagram Feeds Mockup.....	165
Gambar 4.101 <i>Grid Website</i>	166
Gambar 4.102 <i>Homepage</i>	166
Gambar 4.103 <i>About Campaign</i>	168
Gambar 4.104 <i>Their Experiences</i>	169
Gambar 4.105 <i>What To Do</i>	170
Gambar 4.106 <i>Opening Scene</i>	172
Gambar 4.107 <i>Chapter 1: The Peak of the Night</i>	173
Gambar 4.108 <i>Chapter 2: The Quiet After</i>	173
Gambar 4.109 <i>Chapter 3: The Morning Emptiness</i>	174

Gambar 4.110 <i>Chapter 4-5</i>	175
Gambar 4.111 <i>Chapter 2-4</i>	176
Gambar 4.112 <i>Chapter 1-2 Seseorang yang empati terhadap penderita PCD</i>	177
Gambar 4.113 <i>Memory Journal Mockup</i>	178
Gambar 4.114 <i>Sticker Sheet</i>	179
Gambar 4.115 <i>Photo frame</i>	180
Gambar 4.116 <i>Photocard Holder Mockup</i>	181
Gambar 4.117 <i>Keychain Echoes of Euphoria</i>	181



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Hasil Persentase Turnitin.....	191
Lampiran Form Bimbingan & Spesialis	192
Lampiran <i>Non-Disclosure Agreement</i>	197
Lampiran Kuesioner.....	205
Lampiran Transkrip Wawancara Psikolog.....	217
Lampiran Transkrip Wawancara El Myrell	222
Lampiran Transkrip Wawancara Stephanie Tahary.....	225
Lampiran Transkrip FGD.....	228
Lampiran Kuesioner <i>Alpha Test</i>	238
Lampiran Transkrip <i>Beta Test</i> El Myrell	244
Lampiran Transkrip <i>Beta Test</i> Janice Dwi Augustine	246
Lampiran Transkrip <i>Beta Test</i> Stephanie Tahary.....	248
Lampiran Transkrip <i>Beta Test</i> Felicia Natania	250
Lampiran Dokumentasi.....	252

