

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL PENGELOLAAN
LIMBAH RUMAH TANGGA PADAT UNTUK MASYARAKAT
JAKARTA TIMUR**



LAPORAN TUGAS AKHIR

Michael
00000055731

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

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL PENGELOLAAN
LIMBAH RUMAH TANGGA PADAT UNTUK MASYARAKAT
JAKARTA TIMUR**



LAPORAN TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual**

Michael

00000055731

**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 : Michael
Nomor Induk Mahasiswa : 00000055731
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

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

PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL PENGELOLAAN LIMBAH RUMAH TANGGA PADAT UNTUK MASYARAKAT JAKARTA TIMUR

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, 9 Juni 2025



(Michael)

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL PENGELOLAAN LIMBAH RUMAH TANGGA PADAT UNTUK MASYARAKAT JAKARTA TIMUR

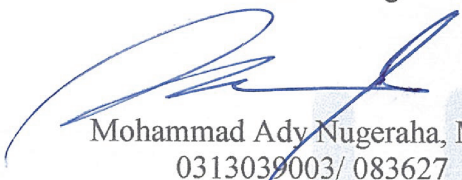
Oleh

Nama Lengkap : Michael
Nomor Induk Mahasiswa : 00000055731
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

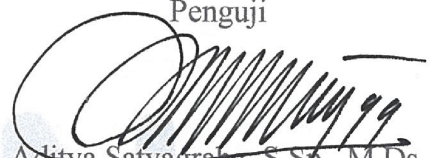
Telah diujikan pada hari Senin, 16 Juni 2025
Pukul 13.00 s.d. 13.41 WIB dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

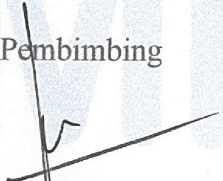
Ketua Sidang


Mohammad Ady Nugeraha, M.Sn.
0313039003/ 083627

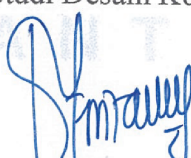
Penguji


Aditya Satyagraha, S.Sn., M.Ds.
0326128001/ 038953

Pembimbing


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

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 : Michael
Nomor Induk Mahasiswa : 00000055731
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : ~~D3~~/ S1/ S2
Judul Karya Ilmiah : PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL
PENGELOLAAN LIMBAH RUMAH TANGGA PADAT UNTUK
MASYARAKAT JAKARTA TIMUR

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

- ☒ R 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, 9 Juni 2025

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA


(Michael)

* Pilih salah satu

** 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 dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan hardiratNya yang menyertai penulis dalam pengerjaan laporan akhir dari program studi desain komunikasi visual yang berjudul Perancangan Kampanye Sosial Pengelolaan Limbah Rumah Tangga Padat Untuk Masyarakat Jakarta Timur. Selama proses perancangan media edukasi berupa kampanye tentang pengelolaan limbah rumah tangga untuk masyarakat dan riset terhadap permasalahan pengelolaan sampah di Kota Administrasi Jakarta Timur, penulis melihat adanya ruang untuk kontribusi penyelesaian masalah dari aspek komunikasi dan persuasi guna mendorong suatu perilaku pada masyarakat.

Penulis juga ingin 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. Dr. Suwito Casande, S.Sn., M.Ds. selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Keluarga saya telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Penulis berharap agar karya ilmiah ini bisa bermanfaat bagi rekan akademisi dan mahasiswa Desain Komunikasi Visual yang ingin merancang kampanye untuk dijadikan tugas akhir terutama dengan topik pengelolaan limbah dan permasalahan sampah di daerah Jakarta Timur

Tangerang, 21 Maret 2025


(Michael)

PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL PENGELOLAAN LIMBAH RUMAH TANGGA PADAT UNTUK MASYARAKAT JAKARTA TIMUR

Michael

ABSTRAK

Volume produksi sampah sudah menjadi permasalahan yang berkelanjutan di Indonesia terutama pada kota Jakarta, dimana produksi sampah harian meningkat sebesar 1,24% setiap tahunnya dari tahun 2020. Pada timbulan sampah yang diproduksi kota Jakarta setiap hari, limbah padat atau sampah rumah tangga menjadi sampah yang paling sering ditemui baik itu pada tempat penampungan sampah yang tersebar pada tiap kelurahan maupun pada TPST Bantar Gebang yang mendekati kapasitas maksimal setiap tahunnya dengan Kota Administrasi Jakarta Timur sebagai penyumbang sampah terbesar. Hal ini disebabkan oleh pengelolaan limbah yang masih menggunakan metode *open dumping* dan kurangnya upaya pengelolaan sampah rumah tangga dari sumbernya. Untuk mendorong perilaku pengelolaan sampah atau limbah padat rumah tangga dari sumbernya, dirancanglah sebuah kampanye dengan tujuan mempersuasi dan mengedukasi *target audience* untuk melakukan pengelolaan limbah rumah tangga secara mandiri yang bermanfaat untuk lingkungan masyarakat dan diri sendiri dalam berbagai aspek. Media kampanye berupa video *motion graphic* dengan media sekunder pelengkap kampanye seperti billboard, unggahan media sosial, *flyer*, website, stiker, *tumbler*, jurnal pengelolaan sampah, dan *reusable bag* akan dirancang untuk persuasi dan edukasi yang diperuntukkan masyarakat Jakarta Timur dengan rentang usia 25 sampai dengan 40 tahun dengan strata ekonomi B dan C. Pada perancangan, metode dalam pencarian data dan ide perancangan yang akan digunakan berupa *design thinking* dengan strategi AISAS sebagai tahapan untuk media yang digunakan pada kampanye untuk mengedukasi dan mempersuasi masyarakat untuk mau berpartisipasi dalam pengelolaan limbah rumah tangga.

Kata kunci: limbah, rumah tangga, pengelolaan sampah, kampanye

SOCIAL CAMPAIGN DESIGN OF SOLID HOUSEHOLD WASTE MANAGEMENT FOR EAST JAKARTA RESIDENTS

Michael

ABSTRACT (English)

The volume of waste production has become a persistent problem in Indonesia, especially in the city of Jakarta, where daily waste production has increased by 1.24% each year since 2020. In the waste generated by the city of Jakarta every day, solid waste or household waste is the most frequently encountered, whether in the waste collection points scattered throughout each sub-district or at the Bantar Gebang Integrated Waste Management Site, which gradually nearing its maximum capacity every year, with East Jakarta Administrative City being the largest contributor to the waste. This is caused by the ongoing use of open dumping as a waste management method and the lack of efforts in managing household waste from its source. To encourage the behavior of managing household waste or solid waste from its source, a campaign was designed with the aim of persuading and educating the target audience to independently manage household waste, which is beneficial for the community and themselves in various aspects. The campaign media will consist of motion graphic videos, with supplementary secondary media such as billboards, social media posts, flyers, mobile website, stickers, tumblers, waste management journals and reusable bags designed for persuasion and education aimed at the East Jakarta community, specifically targeting individuals aged 25 to 50 years from middle to lower economic status. In the design process, the method for data collection and design ideas will use design thinking with the AISAS strategy as the stages for the media used in the campaign to educate and persuade people to participate in household waste management scene.

Keywords: waste, household, waste management, campaign

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT (English)</i>	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
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	4
1.5 Manfaat Tugas Akhir	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Kampanye	5
2.1.1 Jenis Kampanye	5
2.1.2 Model Kampanye	6
2.1.3 Strategi Kampanye	7
2.1.4 Media Kampanye	9
2.2 Kampanye Advokasi	11
2.3 <i>Motion Graphic</i>	12
2.3.1 Elemen Desain	13
2.3.2 Prinsip <i>Motion Graphic</i>	20
2.4 Limbah	25
2.4.1 Jenis Limbah Berdasarkan Sumber	26
2.4.2 Pengelolaan Limbah	30
2.4.3 Regulasi Limbah Di Indonesia	31

2.4.4 Ekonomi Sirkular	32
2.5 Penelitian yang Relevan	37
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN.....	41
3.1 Subjek Perancangan.....	41
3.1.1 Demografis.....	41
3.1.2 Geografis.....	41
3.1.3 Psikografis	42
3.2 Metode dan Prosedur Perancangan.....	42
3.2.1 <i>Empathize</i>	42
3.2.2 <i>Define</i>	43
3.2.3 <i>Ideate</i>	43
3.2.4 <i>Prototype</i>	43
3.2.5 <i>Test</i>	43
3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan	44
3.3.1 Observasi	44
3.3.2 Wawancara.....	44
3.3.3 Kuesioner.....	50
3.3.4 Studi <i>Existing</i>	51
3.3.5 Studi Referensi.....	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN	53
4.1 Hasil Perancangan.....	53
4.1.1 <i>Empathize</i>	53
4.1.2 <i>Define</i>	75
4.1.3 <i>Ideate</i>	76
4.1.4 <i>Prototype</i>	85
4.1.5 Bimbingan Spesialis.....	178
4.1.6 Kesimpulan Perancangan	182
4.2 Pembahasan Perancangan	183
4.2.1 Analisis <i>Market Validation</i>	183
4.2.2 Analisis <i>Motion Graphic Video</i>	188
4.2.3 Analisis <i>Billboard</i>	190
4.2.4 Analisis <i>Teaser</i>	192
4.2.5 Analisis Desain Instagram <i>Feed Post</i>	193

4.2.6 Analisis Desain <i>Facebook Feed Post</i>	196
4.2.7 Analisis <i>Mobile Website</i>	198
4.2.8 Analisis <i>Flyer 5 Hari Tahapan Pengelolaan</i>	200
4.2.9 Analisis <i>Reusable Bag</i>	202
4.2.10 Analisis Stiker	203
4.2.11 Analisis Jurnal Pengelolaan Sampah.....	204
4.2.12 Analisis Papan Inspirasi.....	206
4.2.13 Analisis <i>Tumbler</i>	207
4.2.14 Anggaran	209
BAB V PENUTUP	210
5.1 Simpulan.....	210
5.2 Saran.....	211
DAFTAR PUSTAKA	212
LAMPIRAN	xviii



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian yang relevan	37
Tabel 4.1 Persentase jawaban pertanyaan ya/tidak	69
Tabel 4.2 Persentase jawaban pertanyaan terbuka	70
Tabel 4.3 Hasil analisis SWOT pada kampanye ecorangers.....	71
Tabel 4.4 Hasil analisis SWOT pada kampanye #pilahdarisekarang	72
Tabel 4.5 Hasil analisis pada kampanye yang menjadi referensi.....	73
Tabel 4.6 Strategi media dan komunikasi untuk perancangan kampanye	85
Tabel 4.7 Tabel AISAS yang ditunjukkan saat bimbingan spesialis	178
Tabel 4.8 Tabel AISAS yang ditunjukkan saat bimbingan spesialis	182



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Struktur model AISAS	6
Gambar 2.2 Contoh implementasi media <i>above the line</i>	7
Gambar 2.3 Contoh implementasi media <i>below the line</i>	8
Gambar 2.4 Contoh implementasi media <i>through the line</i>	8
Gambar 2.5 Gabungan bentuk pada <i>motion graphic</i>	13
Gambar 2.6 <i>Hue</i>	14
Gambar 2.7 <i>Value</i>	14
Gambar 2.8 <i>Saturation</i>	14
Gambar 2.9 Aspek rasio	15
Gambar 2.10 Penggunaan vektor pada desain kampanye	16
Gambar 2.11 Contoh <i>typeface</i> serif	19
Gambar 2.12 Contoh <i>typeface sans</i> serif	19
Gambar 2.13 Contoh <i>layout</i>	19
Gambar 2.14 Contoh <i>multi-column grid</i>	20
Gambar 2.15 Penggunaan <i>modular grid</i> pada <i>motion graphic</i>	20
Gambar 2.16 <i>Alignment</i> pada visual <i>motion graphic</i>	21
Gambar 2.17 Contoh penggunaan <i>asymmetry</i>	21
Gambar 2.18 Contoh <i>direction</i> pada <i>motion graphic</i>	22
Gambar 2.19 Penyesuaian proporsi pada <i>motion graphic</i>	22
Gambar 2.20 Contoh implementasi <i>figure/ground</i> pada <i>motion graphic</i>	23
Gambar 2.21 Contoh implementasi <i>similarity</i> pada bentuk persegi	23
Gambar 2.22 Contoh implementasi <i>contrast</i> pada aset visual	24
Gambar 2.23 Contoh <i>rhythm</i> dalam bentuk visual.....	24
Gambar 2.24 Contoh <i>change</i> dalam bentuk visual secara berurutan	25
Gambar 2.25 Foto satu muatan limbah.....	26
Gambar 2.26 Foto tumpukan limbah rumah tangga	27
Gambar 2.27 Foto limbah industri cair yang dibuang	28
Gambar 2.28 Foto limbah pertanian	29
Gambar 2.29 Foto limbah imedis	29
Gambar 2.30 Foto limbah pertambangan	30
Gambar 2.31 Foto limbah pariwisata	30
Gambar 2.32 <i>Framework 9R</i>	33
Gambar 4.1 Foto TPS Barkah, Kelurahan Rawa Bunga, Kecamatan Jatinegara...	54
Gambar 4.2 Pengangkutan sampah yang akan disatukan di TPS Barkah	54
Gambar 4.3 Foto bak sampah di pasar Klender SS	56
Gambar 4.4 Lokasi Pasar Klender SS dari Stasiun Klender	57
Gambar 4.5 Dokumentasi observasi TPS Jalan Kayu Mas Raya	58
Gambar 4.6 Foto TPS Jalan Kayu Mas Raya ketika sampah telah diangkut	58
Gambar 4.7 Foto tempat penampungan sampah Jalan Kesatria X	59
Gambar 4.8 Foto Tempat Penampungan Sampah Jalan Tanjung Sanyang	60
Gambar 4.9 Foto sampah yang terkumpul di TPS Jalan Tanjung Sanyang	61

Gambar 4.10 Foto penulis dengan Ratmini selaku warga Jakarta Timur	65
Gambar 4.11 Foto penulis dengan Narti selaku warga Jakarta Timur	66
Gambar 4.12 Foto penulis dengan Sumartoyo selaku warga Jakarta Timur	67
Gambar 4.13 Statistik preferensi media untuk edukasi pengelolaan sampah.....	70
Gambar 4.14 <i>Mindmap</i>	77
Gambar 4.15 <i>Moodboard</i> visual	82
Gambar 4.16 <i>Moodboard</i> warna	82
Gambar 4.17 Contoh penggunaan <i>typeface</i> Futura	83
Gambar 4.18 Contoh penggunaan <i>typeface</i> Source Sans Pro	84
Gambar 4.19 Sketsa <i>key visual</i>	86
Gambar 4.20 <i>Key visual</i>	87
Gambar 4.21 Sketsa logo kampanye	88
Gambar 4.22 Referensi dan <i>final art work</i> logo kampanye	88
Gambar 4.23 Aset visual tumpukan koran	89
Gambar 4.24 Sketsa dan referensi aset visual tumpukan koran	90
Gambar 4.25 Aset visual kardus dengan tiga desain berbeda	90
Gambar 4.26 Proses perancangan desain kardus	91
Gambar 4.27 Aset visual tumpukan kardus	91
Gambar 4.28 Proses perancangan aset visual tumpukan kardus	92
Gambar 4.29 Aset visual sampah B3	92
Gambar 4.30 Proses perancangan aset sampah B3 secara terpisah	93
Gambar 4.31 Sketsa kasar aset visual sampah organik	94
Gambar 4.32 Gradien pada bonggol aset visual kulit pisang	94
Gambar 4.33 Aset visual timbangan	95
Gambar 4.34 Sketsa dan referensi aset visual timbangan digital	96
Gambar 4.35 Contoh penggunaan aset visual <i>eco-enzyme</i>	96
Gambar 4.36 Proses perancangan aset visual <i>eco-enzyme</i>	97
Gambar 4.37 Penggunaan aset visual minyak jelantah pada Instagram <i>post</i>	98
Gambar 4.38 Proses perancangan aset visual minyak jelantah	98
Gambar 4.39 Aset visual rupiah	99
Gambar 4.40 Aset visual semak dan pohon	100
Gambar 4.41 Aset visual tempat sampah umum dan pribadi	100
Gambar 4.42 Sketsa aset visual tempat sampah umum dan pribadi	101
Gambar 4.43 Aset visual timbulan sampah tinggi dan kecil	101
Gambar 4.44 Proses Sketsa aset visual timbulan sampah tinggi	102
Gambar 4.45 Aset visual rumah untuk 2 fungsi berbeda	102
Gambar 4.46 Sketsa aset visual rumah yang dibuat berdasarkan referensi	103
Gambar 4.47 Sketsa Aset visual pada <i>storyboard</i>	103
Gambar 4.48 Aset visual wastafel dan <i>counter</i> dapur	104
Gambar 4.49 Sketsa aset visual gedung dan bangunan tinggi	104
Gambar 4.50 Aset visual gedung dan bangunan tinggi	105
Gambar 4.51 Aset visual botol minuman plastik PET	106
Gambar 4.52 Proses sketsa botol minuman plastik PET	106
Gambar 4.53 Aset visual kaleng minuman	107
Gambar 4.54 Proses sketsa aset visual kaleng minuman	107

Gambar 4.55 Aset visual bumi	108
Gambar 4.56 Proses perancangan aset visual bumi	109
Gambar 4.57 Aset visual awan 2 jenis	109
Gambar 4.58 Proses sketsa aset visual botol HDPE	110
Gambar 4.59 Aset visual botol HDPE	111
Gambar 4.60 Aset visual <i>excavator</i> dengan bentuk penyusunnya	111
Gambar 4.61 Efek visual pop sebelum muncul aset visual sampah	112
Gambar 4.62 Penerapan <i>subtract</i> pada <i>merge path</i> dalam efek visual	113
Gambar 4.63 Sketsa efek bau pada salah satu adegan dalam <i>storyboard</i>	113
Gambar 4.64 Pengaturan <i>wave warp</i> pada proses perancangan efek	114
Gambar 4.65 Pengaturan efek asap dengan menggunakan <i>pen tool</i>	115
Gambar 4.66 Penyesuaian efek untuk penggunaan dalam <i>motion graphic</i>	115
Gambar 4.67 <i>Storyboard</i> halaman pertama	117
Gambar 4.68 <i>Storyboard</i> halaman kedua	118
Gambar 4.69 <i>Storyboard</i> halaman ketiga	119
Gambar 4.70 <i>Bumper</i> pembuka dengan pengaturan <i>opacity</i>	120
Gambar 4.71 Identitas kampanye yang memudar untuk transisi adegan	121
Gambar 4.72 Efek visual bau yang muncul pada adegan permukiman kotor	122
Gambar 4.73 Pengaturan adegan ketiga yang disesuaikan dengan <i>keyframe</i>	122
Gambar 4.74 Adegan keempat yang menunjukkan sisa efek	123
Gambar 4.75 Pengaturan <i>opacity</i> pada aset visual gelembung pada wastafel ...	124
Gambar 4.76 Pengaturan <i>opacity</i> pada adegan 5 untuk transisi.....	125
Gambar 4.77 Pengaturan <i>keyframe opacity</i> dan <i>scale</i> sebagai transisi	126
Gambar 4.78 Penambahan <i>sound effect</i> pada adegan <i>hashtag</i>	126
Gambar 4.79 Pengaturan <i>keyframe</i> posisi dari masing-masing sampah.....	127
Gambar 4.80 Adegan pemanfaatan sampah pada video <i>motion graphic</i>	128
Gambar 4.81 Pengaturan posisi untuk transisi menuju adegan pengelolaan	129
Gambar 4.82 Posisi <i>anchor point</i> dan pengaturan <i>keyframe</i> rotasi lengan.....	130
Gambar 4.83 Penyesuaian posisi lengan bawah untuk pergerakan lengan atas..	131
Gambar 4.84 Penempatan <i>keyframe rotation</i> pada adegan	131
Gambar 4.85 Pengaturan <i>opacity</i> untuk transisi dari scene 9 ke scene 10	132
Gambar 4.86 Adegan botol yang dilempar pada awal <i>scene</i> 10	133
Gambar 4.87 Efek visual gelombang kejut pada perpindahan visual <i>scene</i> 10 ..	133
Gambar 4.88 Efek suara yang digunakan untuk transisi dari <i>scene</i> 10.....	134
Gambar 4.89 Posisi <i>anchor point</i> lengan bawah yang terhubung <i>connector</i>	135
Gambar 4.90 Adegan ke-12 yang menunjukkan kebiasaan pemilahan	136
Gambar 4.91 <i>Close-up view</i> efek visual asap pada adegan ke-12.....	136
Gambar 4.92 Pengaturan <i>keyframe</i> rotasi pada lengan kiri figur perempuan....	137
Gambar 4.93 Pengaturan posisi visual sampah ketika dilempar.....	138
Gambar 4.94 Tampak adegan permukiman yang bersih	139
Gambar 4.95 Pengaturan <i>keyframe scale</i> pada adegan	139
Gambar 4.96 Pengaturan posisi untuk menciptakan <i>panning</i> pada adegan	140
Gambar 4.97 <i>Keyframe</i> posisi untuk membuat transisi <i>closing bumper</i>	141
Gambar 4.98 Pengaturan posisi pada kata yang berawalan huruf ‘B’... ..	142
Gambar 4.99 Pengaturan <i>opacity</i> untuk kata ‘Bijak’ dalam peleburan	142

Gambar 4.100 <i>Keyframe scale</i> untuk menciptakan visual ‘P3B’ menyusut.....	143
Gambar 4.101 Adegan penutup media <i>motion graphic</i>	144
Gambar 4.102 Sketsa digital dari <i>billboard</i> fase <i>attention</i>	145
Gambar 4.103 Proses desain latar belakang dengan kontras	146
Gambar 4.104 Penambahan visual pada vektor gunung sampah	147
Gambar 4.105 Hasil akhir desain <i>billboard</i>	147
Gambar 4.106 Proses persiapan desain sebelum di <i>export</i> ke After Effects.....	149
Gambar 4.107 <i>Pre-composition</i> wajah figur manusia untuk <i>teaser</i>	149
Gambar 4.108 Pengaturan <i>keyframe</i> figur manusia yang berlari ke sisi kanan ..	150
Gambar 4.109 <i>Icon</i> media sosial dan <i>hashtag</i> yang ditampilkan pada <i>teaser</i>	151
Gambar 4.110 Pengaturan suara musik pada <i>teaser</i>	151
Gambar 4.111 Sketsa awal Instagram <i>post</i> dengan menggunakan <i>grid</i>	153
Gambar 4.112 Perancangan desain Instagram <i>post</i> menjadi vektor	154
Gambar 4.113 Perancangan desain Instagram <i>carousel post</i>	154
Gambar 4.114 Contoh desain Instagram <i>post</i> yang sudah siap secara visual	155
Gambar 4.115 Proses sketsa desain Facebook <i>post</i>	156
Gambar 4.116 Proses perncangan desain Facebook <i>post</i>	157
Gambar 4.117 Desain final Facebook <i>post</i>	157
Gambar 4.118 Pembuatan <i>low-fidelity mobile website</i> pada Figma	159
Gambar 4.119 Perancangan <i>page</i> tambahan sebagai penghubung fase <i>action</i> ...	160
Gambar 4.120 Navigasi pada <i>mobile website</i>	160
Gambar 4.121 Desain final <i>mobile website</i>	161
Gambar 4.122 Sketsa <i>low-fidelity</i> pada media <i>flyer</i>	162
Gambar 4.123 Penerapan warna pada <i>flyer</i> dan visual pada <i>placeholder</i>	163
Gambar 4.124 Penambahan aksen dan penyesuaian akhir sebelum finalisasi....	164
Gambar 4.125 Finalisasi desain <i>flyer</i> setelah pencocokan visual	164
Gambar 4.126 Sketsa <i>reusable bag</i>	166
Gambar 4.127 Proses penyusunan desain <i>reusable bag</i> dengan aset visual	167
Gambar 4.128 Desain final <i>reusable bag</i>	167
Gambar 4.129 Proses sketsa desain <i>tumbler</i>	168
Gambar 4.130 Proses penyusunan visual <i>tumbler</i> beserta desain alternatif	169
Gambar 4.131 Penyusunan aset visual obyek sebagai visual pendukung	169
Gambar 4.132 Finalisasi dan pengujian visual desain <i>tumbler</i>	170
Gambar 4.133 Sketsa stiker	171
Gambar 4.134 Penyusunan visual stiker	171
Gambar 4.135 Penyesuaian dan finalisasi media stiker	172
Gambar 4.136 Sketsa sampul <i>cover</i> dan <i>placrholder</i> pada jurnal	173
Gambar 4.137 Sketsa <i>page border</i> untuk jurnal minggu pertama	174
Gambar 4.138 Proses perancangan vektor untuk <i>page border</i> tiap minggu	174
Gambar 4.139 Desain final <i>page border</i> yang diaplikasikan pada jurnal	176
Gambar 4.140 <i>Low-fidelity</i> papan inspirasi	176
Gambar 4.141 <i>Progress</i> menuju desain <i>high fidelity</i>	177
Gambar 4.142 Desain final papan inspirasi	177
Gambar 4.143 <i>Sample design</i> yang kurang kontras	179

Gambar 4.144 <i>Initial art work key visual</i> yang kurang kontras	179
Gambar 4.145 Upaya perbaikan <i>key visual</i>	180
Gambar 4.146 Contoh visual yang diberikan dosen spesialis	181
Gambar 4.147 Analisis <i>motion graphic video</i>	189
Gambar 4.148 Analisis <i>billboard</i>	191
Gambar 4.149 Analisis <i>teaser</i>	193
Gambar 4.150 Penggunaan warna pada Instagram <i>feed post</i>	194
Gambar 4.151 Analisis Instagram <i>feed post</i>	196
Gambar 4.152 Analisis Facebook <i>feed post</i>	197
Gambar 4.153 Analisis <i>mobile website</i>	199
Gambar 4.154 Analisis <i>flyer</i> 5 hari pengelolaan awal	201
Gambar 4.155 Analisis <i>reusable bag</i>	202
Gambar 4.156 Analisis stiker	204
Gambar 4.157 Analisis jurnal pengelolaan	205
Gambar 4.158 Analisis papan inspirasi	207
Gambar 4.159 Analisis <i>tumbler</i>	208



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Hasil Persentase Turnitin.....	xviii
Lampiran Hasil Persentase Turnitin Kedua	xxiv
Lampiran Form Bimbingan & Spesialis	xxx
Lampiran <i>Consent Form</i>	xxxii
Lampiran <i>Non-disclosure Statement</i>	xxxvii
Lampiran <i>Data Kuantitatif</i>	xxxviii
Lampiran Transkrip Wawancara.....	xliv
Lampiran Dokumentasi.....	liii

