

**PERANCANGAN KAMPANYE UNTUK MENGURANGI
SAMPAH ORGANIK DARI BUAH DAN SAYUR YANG
TIDAK MEMENUHI STANDAR ESTETIKA**



LAPORAN TUGAS AKHIR

Agnes Stevane Kurniawan

00000055941

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

**PERANCANGAN KAMPANYE UNTUK MENGURANGI
SAMPAH ORGANIK DARI BUAH DAN SAYUR YANG
TIDAK MEMENUHI STANDAR ESTETIKA**



LAPORAN TUGAS AKHIR

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

Agnes Stevane Kurniawan

00000055941

**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 : Agnes Stevane Kurniawan

Nomor Induk Mahasiswa : 00000055941

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa ~~Tesis/ Skripsi/ Tugas Akhir/ Laporan~~
~~Magang/MBKM*~~ (coret yang tidak dipilih) saya yang berjudul:

**PERANCANGAN KAMPANYE UNTUK MENGURANGI SAMPAH
ORGANIK DARI BUAH DAN SAYUR YANG TIDAK MEMENUHI
STANDAR ESTETIKA**

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



(Agnes Stevane Kurniawan)

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

**PERANCANGAN KAMPANYE UNTUK MENGURANGI SAMPAH
ORGANIK DARI BUAH DAN SAYUR YANG TIDAK MEMENUHI
STANDAR ESTETIKA**

Oleh

Nama Lengkap : Agnes Stevane Kurniawan
Nomor Induk Mahasiswa : 00000055941
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

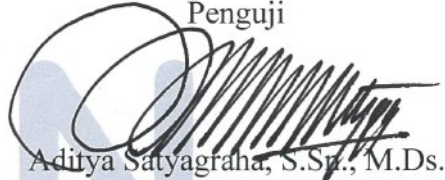
Telah diujikan pada hari Selasa, 17 Juni 2025
Pukul 09.00 s.d. 09.45 WIB dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

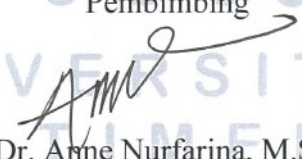
Ketua Sidang


Jom Nur Budi Kawulur, S.Sn., M.Ds.
0312096805/ 023959

Penguji


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

Pembimbing


Dr. Anne Nurfarina, M.Sn.
0416066807/ 069425

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 : Agnes Stevane Kurniawan
Nomor Induk Mahasiswa : 00000055941
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : ~~D3~~/ S1/ S2* (*coret yang tidak dipilih)
Judul Karya Ilmiah :

PERANCANGAN KAMPANYE UNTUK MENGURANGI SAMPAH ORGANIK DARI BUAH DAN SAYUR YANG TIDAK MEMENUHI STANDAR ESTETIKA

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, 17 Juni 2025



(Agnes Stevane Kurniawan)

* 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 kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas kesempatan dan segala waktu yang diberikan kepada penulis selama ini. Penulis dapat menyelesaikan rangkaian penulisan Tugas Akhir berjudul Perancangan Kampanye untuk Mengurangi Sampah Organik dari Buah dan Sayur yang Tidak Memenuhi Standar Estetika, dengan baik dan memperoleh gelar S1 Jurusan Desain Komunikasi Visual pada Fakultas Seni dan Desain Universitas Multimedia Nusantara. Penulis melihat adanya kecenderungan yang dilakukan pembeli yaitu, menilai suatu objek berdasarkan kondisi fisiknya. Salah satunya adalah buah dan sayur yang terdapat di supermarket atau pasar pembeli cenderung akan memilih buah dengan kondisi fisik terbaik. Selama proses penulisan dan perancangan Tugas Akhir, penulis dapat menerapkan ilmu yang sudah dipelajari selama masa perkuliahan dan mendapat pengetahuan baru di bidang industri kreatif. Tugas Akhir merupakan karya penulis dengan bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

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. Anne Nurfarina, M.Sn., selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Seluruh keluarga besar saya terutama papa dan mama yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
6. Teman-teman terdekat saya Ary, Ela, Dion, Nasnin, dan Alyssa senantiasa selalu menemani dan memberikan dukungan kepada penulis selama melaksanakan tugas akhir.

Tugas Akhir ini merupakan karya terbaik yang dapat dipersembahkan penulis, kepada para pembaca dan mahasiswa/i yang akan melakukan Tugas Akhir tentang topik serupa.

Tangerang, 17 Juni 2025



(Agnes Stevane Kurniawan)



PERANCANGAN KAMPANYE UNTUK MENGURANGI SAMPAH ORGANIK DARI BUAH DAN SAYUR YANG TIDAK MEMENUHI STANDAR ESTETIKA

(Agnes Stevane Kurniawan)

ABSTRAK

Setiap tahunnya Indonesia berkontribusi dengan rata-rata emisi sebesar 7,29% di dunia, ini sangat berbahaya karena sampah organik yang terus menumpuk akan menghasilkan gas emisi rumah kaca yang berkontribusi terhadap pemanasan global. Menurut laporan kajian *Food Loss & Waste* di Indonesia juga menyatakan bahwa sektor pangan menyumbang 46% dari total sampah organik, dengan buah-buahan dan sayur-sayuran menjadi kontributor utama. Penumpukan sampah organik ini disebabkan oleh kecenderungan pembeli menolak untuk membeli buah dan sayur yang dianggap tidak sesuai dengan standar estetika. Standar tersebut adalah standar mencakup segi visual yakni ukuran, bentuk, kualitas kulit dan warna, sehingga sebagian buah dan sayur yang masih layak terbuang sia-sia menjadi sampah organik. Permasalahan ini perlu dicegah, dengan merancang sebuah kampanye persuasif untuk mengubah persepsi pembeli terhadap buah dan sayur yang dianggap tidak sesuai standar estetika. Pengumpulan data di lapangan, dilakukan dengan metode penelitian kualitatif dan kuantitatif. Kemudian, melakukan wawancara langsung dengan pembeli untuk memperoleh langsung sudut pandangnya. Hasil data menunjukkan, bahwa sebagian dari pembeli tidak mau memilih buah atau sayur yang memiliki bercak, lecet, memar dan lainnya. Perancangan kampanye ini diharapkan dapat mengubah persepsi dan perilaku pembeli.

Kata kunci: Buah dan Sayur, Sampah organik, Perilaku Pembeli, Kesadaran, Pemanasan Global

***CAMPAIGN DESIGN TO REDUCE ORGANIC WASTE FROM
FRUITS AND VEGETABLES THAT DO NOT MEET
AESTHETIC STANDARDS***

(Agnes Stevane Kurniawan)

ABSTRACT (English)

Every year, Indonesia contributes an average of 7.29% of global emissions, which is very dangerous because the continuous accumulation of organic waste produces greenhouse gases that contribute to global warming. According to a report on Food Loss & Waste in Indonesia, the food sector accounts for 46% of total organic waste, with fruits and vegetables being the main contributors. This accumulation of organic waste is caused by buyers' tendency to reject fruits and vegetables that do not meet aesthetic standards. These standards include visual aspects such as size, shape, skin quality, and color, resulting in some still-edible fruits and vegetables being wasted as organic waste. This issue needs to be addressed by designing a persuasive campaign to change buyers' perceptions of fruits and vegetables that are considered aesthetically imperfect. Data collection in the field is conducted using qualitative and quantitative research methods. Direct interviews with buyers are carried out to obtain their perspectives. The data show that many buyers refuse to choose fruits or vegetables that have spots, bruises, or blemishes. The campaign design is expected to change buyers' perceptions and behaviors

Keywords: *Fruits and Vegetables, Organic waste, Consumer behavior, Awareness, Global warming*

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

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.....	2
1.3 Batasan Masalah	3
1.4 Tujuan Tugas Akhir	3
1.5 Manfaat Tugas Akhir	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Kampanye Sosial.....	5
2.1.1 Tujuan Kampanye	5
2.1.2 Jenis Kampanye	5
2.1.3 Media Kampanye.....	6
2.1.4 Pesan Kampanye	9
2.1.5 <i>Segmentaion, Targeting, Positioning</i> Kampanye	16
2.1.6 Strategi Kampanye.....	18
2.2 Elemen Desain	20
2.2.1 Warna.....	20
2.2.2 Tekstur	24
2.2.3 Prinsip Desain.....	24
2.2.4 Tipografi	26
2.2.5 Grid	30

2.2.6 Fotografi.....	33
2.2.7 <i>Digital Imaging</i>	37
2.2.8 Ilustrasi	42
2.2.9 <i>Creative Brief</i>	45
2.2.10 <i>Art Direction</i>	46
2.3 Standar Estetika Buah dan Sayur	47
2.3.1 Karakteristik Buah dan Sayur.....	47
2.3.2 Faktor Penyebab	54
2.3.3 Dampak	56
2.4 Perilaku Pembeli	58
2.4.1 <i>Consumer Persona</i>	58
2.4.2 <i>Consumer Journey</i>	59
2.4.3 <i>Consumer Touchpoint</i>	61
2.4.4 <i>Consumer Insight</i>	61
2.5 Penelitian yang Relevan.....	63
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN	67
3.1 Subjek Perancangan	67
3.2 Metode dan Prosedur Perancangan	70
3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan	73
3.3.1 Observasi.....	73
3.3.2 Wawancara	73
3.3.3 Kuesioner	76
3.3.4 Studi Eksisting.....	79
3.3.5 Studi Referensi	79
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN	80
4.1 Hasil Perancangan	80
4.1.1 <i>Overview</i>	80
4.1.2 <i>Strategy</i>	101
4.1.3 <i>Ideas</i>	115
4.1.4 <i>Design</i>	123
4.1.5 <i>Production</i>	135
4.1.6 <i>Implementation</i>	154

4.1.7 Kesimpulan Perancangan.....	163
4.2 Pembahasan Perancangan.....	164
4.2.1 Analisis <i>Beta Test</i>	164
4.2.2 Analisis Desain <i>Instagram Feeds</i>	170
4.2.3 Analisis Desain <i>Instagram Carousel</i>	173
4.2.4 Analisis Desain <i>Instagram Story</i>	173
4.2.5 Analisis Desain <i>Instagram Ads</i>	174
4.2.6 Analisis Desain <i>Billboard</i>	175
4.2.7 Analisis Desain <i>Truck Ads</i>	176
4.2.8 Analisis Desain <i>Poster</i>	177
4.2.9 Analisis Desain <i>Roll Banner</i>	178
4.2.10 Analisis Desain <i>Booth</i>	179
4.2.11 Analisis Desain <i>Loyalty Card</i>	180
4.2.12 Analisis Desain <i>Stickers</i>	180
4.2.13 Analisis Desain <i>Packaging</i>	182
4.2.14 Analisis Desain <i>Photobooth</i>	182
4.2.15 Analisis Desain <i>Stationary</i>	183
4.2.16 Analisis Desain <i>Merchandise</i>	184
4.2.17 Anggaran.....	184
BAB V PENUTUP.....	186
5.1 Simpulan	186
5.2 Saran	187
DAFTAR PUSTAKA.....	xviii
LAMPIRAN.....	xviii

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Daftar Pertanyaan <i>Creative Brief</i>	46
Tabel 3.1 Pertanyaan Kuesioner	76
Tabel 4.1 Tabel Informasi Responden	91
Tabel 4.2 Tabel Kebiasaan dalam Memilih Buah dan Sayur.....	91
Tabel 4.3 Skala Linkert Tabel Kebiasaan dalam Memilih Buah dan Sayur	93
Tabel 4.4 Pengetahuan Tentang Buah dan Sayur yang Tidak Sesuai Standar	95
Tabel 4.5 Preferensi Penggunaan Media.....	95
Tabel 4.6 <i>Creative Brief</i>	102
Tabel 4.7 Tabel Media Kampanye	104
Tabel 4.8 Media Utama Dan Pendukung	105
Tabel 4.9 Tabel Strategi Pesan dan Media AISAS	106
Tabel 4.10 Tabel <i>Timeline</i> Media AISAS Kampanye	109
Tabel 4.11 <i>Keywords</i>	116
Tabel 4.12 Alternatif <i>Big Ideas</i>	117
Tabel 4.13 Turunan <i>Keywords</i>	118
Tabel 4.14 Alternatif Identitas Kampanye	119
Tabel 4.15 Alternatif Slogan Kampanye.....	119
Tabel 4.16 Kombinasi Warna Kampanye	121
Tabel 4.17 Hasil <i>Test</i> Media Utama.....	165
Tabel 4.18 Hasil <i>Test</i> Media Pendukung 1	166
Tabel 4.19 Hasil <i>Test</i> Media Pendukung 2	168
Tabel 4.20 Pendapat dan Saran Responden	168
Tabel 4.21 Anggaran Kampanye	185



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model PESO.....	7
Gambar 2.2 <i>Billboard</i> Sebagai Media Persuasi	7
Gambar 2.3 Berita BBC News	8
Gambar 2.4 Konten <i>Instagram Feeds</i> Waste4Change.....	8
Gambar 2.5 <i>Website</i> FoodCycle.....	9
Gambar 2.6 <i>Stupid Packs</i>	11
Gambar 2.7 <i>Potato, Plant, Chair</i>	12
Gambar 2.8 <i>Highlight The Remarkable</i> oleh DDB Group - Stabilo Boss	12
Gambar 2.9 <i>Split Mood</i> oleh TandaSeru – Laurier	13
Gambar 2.10 <i>Music Feels Better</i> – JBL	13
Gambar 2.11 <i>Easier Industrial Safety and Health</i> oleh JE-SOEK	14
Gambar 2.12 <i>Breakfast That's Freshly Prepared Even If You're Not</i>	14
Gambar 2.13 <i>Monster!</i> oleh Boroume	15
Gambar 2.14 Segmentasi Pasar.....	16
Gambar 2.15 <i>If You're Awake, We're Awake</i> oleh Carioca Studio.....	18
Gambar 2.16 Model AISAS.....	19
Gambar 2.17 <i>The Different Bettewen Hue, Saturation, Value</i>	21
Gambar 2.18 <i>Analogous Color</i>	22
Gambar 2.19 <i>Complementary Color</i>	23
Gambar 2.20 <i>Split Complement Color</i>	23
Gambar 2.21 Tekstur Kulit Pohon	24
Gambar 2.22 <i>Readability and Legability</i>	27
Gambar 2.23 <i>Inria Serif Typeface</i>	27
Gambar 2.24 <i>Poppins Typeface</i>	28
Gambar 2.25 <i>Bodoni Typeface</i>	28
Gambar 2.26 <i>Maklin Slab Typeface</i>	28
Gambar 2.27 <i>Brittany Signature Typeface</i>	29
Gambar 2.28 <i>Ruslan Display Typeface</i>	29
Gambar 2.29 <i>Single Column Grid</i>	31
Gambar 2.30 <i>Two Column Grid</i>	31
Gambar 2.31 <i>Multicolumn Grid</i>	32
Gambar 2.32 <i>Modular Grid</i>	32
Gambar 2.33 <i>Hierarchical Grid</i>	33
Gambar 2.34 <i>Eye Level Angle</i>	34
Gambar 2.35 <i>Low Angle</i>	35
Gambar 2.36 <i>High Angle</i>	35
Gambar 2.37 <i>Wide Angle</i>	36
Gambar 2.38 <i>Bird Eye Angle</i>	36
Gambar 2.39 <i>Macro Photography</i>	37
Gambar 2.40 <i>Adobe Photoshop Basic Editing Tools</i>	38

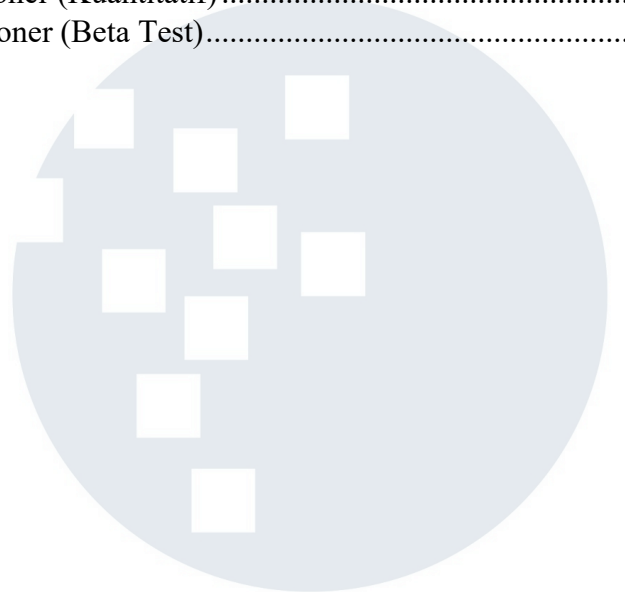
Gambar 2.41 Gaya Ilustrasi Hiperrealisme	43
Gambar 2.42 Gaya Ilustrasi Karikatur	43
Gambar 2.43 Gaya Ilustrasi Vektor	44
Gambar 2.44 Gaya Ilustrasi Kartun	44
Gambar 2.45 Reebok <i>Creative Brief</i>	45
Gambar 2.46 Kampanye <i>Don't Know Kasih No!</i> oleh Flock The Agency	47
Gambar 2.47 <i>Extra Class - Apples</i>	48
Gambar 2.48 <i>Limits Allowed In Class Extra - Slight Color Defects</i>	49
Gambar 2.49 <i>Extra Class – Perfect Carrots</i>	49
Gambar 2.50 <i>Limit Allowed In Class I – Slight Dense Russeting</i>	50
Gambar 2.51 <i>Limits Allowed In Class I - Slight Defect In Shape</i>	51
Gambar 2.52 <i>Limit Allowed In Class II - Dense Russeting</i>	51
Gambar 2.53 Bentuk Tidak Sempurna	52
Gambar 2.54 <i>The Banana's Story</i>	53
Gambar 2.55 <i>Limit Allowed In Class II - Gritty Part</i>	53
Gambar 2.56 Buah Apel yang Memiliki Luka Pada Kulit.....	54
Gambar 2.57 Bercak Pada Kulit Jeruk	55
Gambar 2.58 <i>Left: Slight Sunburn - Limit Allowed In Class I</i>	56
Gambar 2.59 Kekeringan Terjadi Akibat Pemanasan Global.....	57
Gambar 2.60 Penumpukan Sampah Organik	57
Gambar 2.61 Air Lindi.....	58
Gambar 2.62 <i>Consumer Persona</i>	59
Gambar 2.63 <i>Consumer Journey Map</i>	59
Gambar 2.64 <i>Consumer Touchpoint</i>	61
Gambar 2.65 <i>Consumer Insight</i>	62
Gambar 2.66 <i>Abnormal Shape Tomato and Abnormal size Papper</i>	65
Gambar 2.67 <i>Ugly Labeling On Tomatos and Potatos</i>	66
Gambar 4.1 Kondisi Fisik Buah di Supermarket	81
Gambar 4.2 Wawancara dengan Karyawan Supermarket.....	81
Gambar 4.3 Tingkat Pertama - Buah Apel.....	83
Gambar 4.4 Tingkat Kedua - Buah Apel	84
Gambar 4.5 Tingkat Ketiga - Buah Apel	84
Gambar 4.6 Perbandingan Kondisi Fisik Wortel	85
Gambar 4.7 Wawancara dengan Andrijani Sunarso Selaku Pembeli	87
Gambar 4.8 Tingkat Kematangan Buah Pisang	89
Gambar 4.9 <i>Life Extending Stickers</i> - Makro.....	96
Gambar 4.10 <i>The Ugly Fruit Group Website</i>	97
Gambar 4.11 <i>Inglorious Fruits and Vegetables</i>	99
Gambar 4.12 <i>Instagram Page Waste4Change</i>	100
Gambar 4.13 <i>Better Work for Woman Campaign</i> – Indeed	101
Gambar 4.14 <i>Consumer Persona</i> Tingkat 1.....	111
Gambar 4.15 <i>Consumer Persona</i> Tingkat 2.....	112
Gambar 4.16 <i>Consumer Persona</i> Tingkat 3.....	112

Gambar 4.17 <i>Consumer Journey</i> Sebelum Kampanye	113
Gambar 4.18 <i>Consumer Journey</i> Sesudah Kampanye	114
Gambar 4.19 Logo Kementerian Perdagangan Republik Indonesia	115
Gambar 4.20 <i>Mind Mapping</i>	116
Gambar 4.21 <i>Moodboard</i>	120
Gambar 4.22 <i>Stylescape</i>	121
Gambar 4.23 Sistem Penggunaan <i>Typeface</i>	123
Gambar 4.24 Proses Sketsa Logo Kampanye	124
Gambar 4.25 Proses Digitalisasi Logo Kampanye	125
Gambar 4.26 Desain Logo Kampanye	126
Gambar 4.27 Konfigurasi Logo Kampanye	126
Gambar 4.28 Proses Sketsa Supergrafis	127
Gambar 4.29 Supergrafis	128
Gambar 4.30 <i>Mini Studio</i>	129
Gambar 4.31 <i>Eye Level Photography</i>	129
Gambar 4.32 <i>Close up Photography</i>	130
Gambar 4.33 <i>High Angle Photography</i>	131
Gambar 4.34 Proses <i>Basic Editing</i> dan <i>Digital Imaging</i> Buah Apel	131
Gambar 4.35 Proses <i>Digital Imaging</i> Buah dan Sayur	132
Gambar 4.36 Hasil <i>Basic Editing</i> Dan <i>Digital Imaging</i>	133
Gambar 4.37 Proses Ilustrasi Buah dan Sayur Cacat	134
Gambar 4.38 Proses <i>Image Trace</i>	134
Gambar 4.39 Proses Perancangan Desain <i>Instagram Feeds</i>	135
Gambar 4.40 Desain <i>Instagram Feeds</i>	136
Gambar 4.41 Proses Perancangan Desain <i>Instagram Carousel</i>	137
Gambar 4.42 Desain <i>Instagram Carousel</i>	138
Gambar 4.43 Desain <i>Instagram Story</i>	139
Gambar 4.44 Proses Perancangan Desain Statis <i>Instagram Feeds Ads</i>	140
Gambar 4.45 Proses Perancangan Desain Non Statis <i>Instagram Feeds Ads</i>	140
Gambar 4.46 Desain Non Statis <i>Instagram Feeds Ads</i>	141
Gambar 4.47 Proses Desain <i>Billboard</i>	142
Gambar 4.48 Proses Desain <i>Truck Ads</i>	143
Gambar 4.49 Desain Poster Versi 1	144
Gambar 4.50 Proses Penerapan <i>Grid</i> Dalam Desain Poster	144
Gambar 4.51 Desain Poster Versi 2	145
Gambar 4.52 Proses Perancangan Desain <i>Roll Banner</i>	146
Gambar 4.53 Desain <i>Roll Banner</i>	146
Gambar 4.54 Desain <i>Booth</i>	147
Gambar 4.55 Desain <i>Loyalty Card</i>	148
Gambar 4.56 Desain <i>Sticker</i>	149
Gambar 4.57 Desain <i>Packaging</i>	149
Gambar 4.58 Sketsa Desain <i>Photobooth</i>	150
Gambar 4.59 Desain <i>Photobooth</i>	150

Gambar 4.60 Desain <i>Stationary</i>	151
Gambar 4.61 Sketsa Kasar Desain <i>T-shirt</i>	152
Gambar 4.62 Digitalisasi Desain <i>T-shirt</i>	152
Gambar 4.63 Sketsa Desain <i>Totebag</i>	153
Gambar 4.64 Digitalisasi Desain <i>Totebag</i>	153
Gambar 4.65 Implementasi Logo Kampanye	154
Gambar 4.66 Implementasi <i>Instagram Post</i>	155
Gambar 4.67 Implementasi <i>Instagram Corousel</i>	155
Gambar 4.68 Implementasi <i>Instagram Story</i>	156
Gambar 4.69 Implementasi <i>Instagram Ads</i>	157
Gambar 4.70 Implementasi <i>Billboard</i>	157
Gambar 4.71 Implementasi <i>Truck Ads</i>	158
Gambar 4.72 Implementasi <i>Poster</i>	158
Gambar 4.73 Implementasi <i>Roll Banner</i>	159
Gambar 4.74 Implementasi <i>Booth</i>	160
Gambar 4.75 Implementasi <i>Loyalty Card</i>	160
Gambar 4.76 Implementasi <i>The Odd Fruits and Vegetables Stickers</i>	161
Gambar 4.77 Implementasi <i>Packaging</i>	161
Gambar 4.78 Implementasi <i>Photobooth</i>	162
Gambar 4.79 Implementasi <i>Stationary</i>	163
Gambar 4.80 Implementasi <i>Merchandise</i>	163
Gambar 4.81 Format Teks Rata Kiri.....	170
Gambar 4.82 Format Rata Tengah	171
Gambar 4.83 Desain Final 36 <i>Instagram Feeds</i>	172
Gambar 4.84 Desain Final <i>Instagram Carousel</i>	173
Gambar 4.85 Desain Final <i>Instagram Story</i>	174
Gambar 4.86 Desain Final <i>Frame By Frame Instagram Ads</i>	175
Gambar 4.87 Desain Final <i>Billboard</i>	176
Gambar 4.88 Desain Final <i>Truck Ads</i>	176
Gambar 4.89 Desain Final <i>Poster</i>	178
Gambar 4.90 Desain Final <i>Roll Banner</i>	179
Gambar 4.91 Desain Final <i>Booth</i>	180
Gambar 4.92 Desain Final <i>Loyalty Card</i>	180
Gambar 4.93 Desain Final <i>Stricker Buah Dan Sayur</i>	181
Gambar 4.94 Desain Final <i>Packaging</i>	182
Gambar 4.95 Desain Final <i>Photobooth</i>	182
Gambar 4.96 Desain Final <i>Stationary</i>	183
Gambar 4.97 Desain Final <i>Merchandise</i>	184

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Hasil Persentase Turnitin.....	xxii
Lampiran Form Bimbingan	xxiii
Lampiran Bukti Bimbingan Spesialis	xxvii
Lampiran <i>Non-Disclosure Agreement</i>	xxviii
Lampiran Kuesioner (Kuantitatif)	xxx
Lampiran Kuesioner (Beta Test).....	xxxvii



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA