

**PERANCANGAN KAMPANYE UNTUK MENINGKATKAN
KESADARAN ORANG TUA TERHADAP BAHAYA ANAK
KECANDUAN *GAME ONLINE***



LAPORAN TUGAS AKHIR

Bartolomeus Bhimo Patrianto
00000056841

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

**PERANCANGAN KAMPANYE UNTUK MENINGKATKAN
KESADARAN ORANG TUA TERHADAP BAHAYA ANAK
KECANDUAN *GAME ONLINE***



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual

Bartolomeus Bhimo Patrianto

00000056841

**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 : Bartolomeus Bhimo Patrianto

Nomor Induk Mahasiswa : 00000056841

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 MENINGKATKAN
KESADARAN ORANG TUA TERHADAP BAHAYA ANAK KECANDUAN
GAME ONLINE**

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, 17 Desember 2024



(Bartolomeus Bhimo Patrianto)

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

**PERANCANGAN KAMPANYE UNTUK MENINGKATKAN
KESADARAN ORANG TUA TERHADAP BAHAYA ANAK KECANDUAN
GAME ONLINE**

Oleh

Nama Lengkap : Bartolomeus Bhimo Patrianto
Nomor Induk Mahasiswa : 00000056841
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

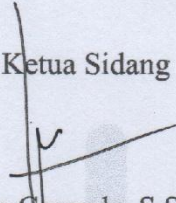
Telah diujikan pada hari Jumat, 3 Januari 2025

Pukul 09.00 s.d. 09.45 WIB dan dinyatakan

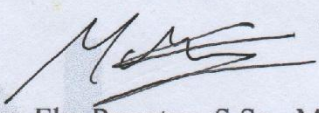
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

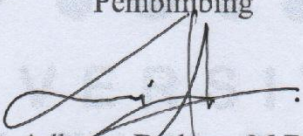
Ketua Sidang


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

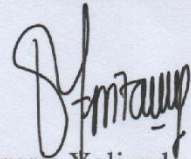
Penguji


Martinus Eko Prasetyo, S.Sn., M.Ds.
0311118807/100049

Pembimbing


Adhreza Brahma, M.Ds.
0304088702/042750

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 : Bartolomeus Bhimo Patrianto
Nomor Induk Mahasiswa : 00000056841
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : ~~D3~~/ S1/ S2* (*coret yang tidak dipilih)
Judul Karya Ilmiah : PERANCANGAN KAMPANYE UNTUK
MENINGKATKAN KESADARAN
ORANG TUA TERHADAP BAHAYA
ANAK KECANDUAN GAME ONLINE

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 Desember 2024



(Bartolomeus Bhimo Patrianto)

* 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 syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat dan kemurahan hati-Nya, penulis sanggup menjalani seluruh proses kegiatan perkuliahan sampai pada saat ini. Hingga akhirnya penulis berkesempatan untuk melaksanakan tugas akhir dengan topik Perancangan Kampanye Untuk Meningkatkan Kesadaran Orang Tua Terhadap Bahaya Anak Kecanduan *Game Online*. Penulis mengangkat topik ini karena merasa begitu prihatin dengan kondisi sosial anak-anak pada zaman digital ini. Sebenarnya tidak terlalu jauh berbeda dengan masa kanak-kanak penulis, namun di satu sisi ada satu hal yang paling terasa hilang dari kondisi anak-anak pada zaman sekarang ini, yaitu kemampuan bersosialisasi dan etika dalam diri mereka. Berkat kemajuan teknologi yang canggih, bentuk permainan anak-anak pun ikut berubah dari yang awalnya tradisional menjadi digital, yang dahulu harus pergi keluar rumah untuk bermain dengan teman, sekarang bisa dilakukan di rumah saja dengan bermodalkan *smartphone* dan koneksi internet. Oleh karena itu, penulis ingin mengangkat masalah ini menjadi kampanye yang diharapkan mampu mengubah persepsi masyarakat khususnya orang tua, terhadap bahaya kecanduan *game online* pada anak.

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. Adhreza Brahma, M.Ds., selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. dr. Hadyan Rahmat, M.P.H., selaku anggota Komisi Perlindungan Anak Daerah (KPAD) kota Bekasi, yang telah memberikan informasi mengenai kebijakan pemerintah terkait gejala kecanduan *game online* pada anak.

6. Ika Putri Dewi, S.Psi., selaku Psikolog dari Yayasan Pulih yang telah bersedia memberikan wawasan dan pengalaman terkait fenomena kecanduan *game online* pada anak dari sudut pandang psikologi.
7. Clara Hanaza, Agustina Gati, dan Ratih Permatasari, selaku narasumber dari pihak orang tua, yang telah bersedia memberikan informasi terkait pola asuh anak sehari-hari.
8. 'A', 'B', 'C', 'D', dan 'E' (nama samaran), selaku narasumber dari pihak anak, yang telah bersedia menceritakan pengalaman bermain *game online*.
9. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Penulis berharap melalui tugas akhir ini, penulis dapat menghasilkan suatu media kampanye yang dapat meningkatkan kesadaran orang tua terhadap bahaya kecanduan *game online* pada anak-anak. Meskipun, penulis juga menyadari proses pembuatan tugas akhir ini tidak mudah ke depannya karena membutuhkan komitmen dan tanggungjawab yang besar untuk melakukan penelitian dan analisa mendalam pada topik pembahasan. Akhir kata, semoga seluruh proses tugas akhir ini dapat berjalan dengan lancar dan mampu menjadi syarat kelulusan bagi penulis.

Tangerang, 17 Desember 2024



Bartolomeus Bhimo Patrianto

PERANCANGAN KAMPANYE UNTUK MENINGKATKAN KESADARAN ORANG TUA TERHADAP BAHAYA ANAK KECANDUAN *GAME ONLINE*

(Bartolomeus Bhimo Patrianto)

ABSTRAK

Seiring dengan perkembangan teknologi, popularitas *game online* meningkat di kalangan masyarakat, terutama anak-anak. Popularitas tersebut dibuktikan dengan banyaknya jumlah pemain *game online* aktif di Indonesia yang mencapai 3,5 juta orang setiap harinya. Sayangnya, tanpa pengawasan yang tepat dari orang tua, *game online* dapat menimbulkan dampak negatif yang signifikan pada tumbuh dan kembang anak, terutama kecanduan. Penelitian ini bertujuan untuk merancang sebuah kampanye persuasif yang dapat meningkatkan kesadaran orang tua mengenai bahaya kecanduan *game online* pada anak. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif, dengan wawancara bersama psikolog spesialis anak untuk mendapatkan pengetahuan tentang kecanduan *game online* dalam ranah psikologi. Lalu, wawancara dengan orang tua berusia 35 – 45 tahun yang memiliki anak usia 4 – 6 tahun untuk mendapatkan pandangan terkait pola asuh anak. Selain itu, metode *Focus Group Discussion* (FGD) juga dilakukan bersama anak-anak untuk mendapatkan pengalaman mereka saat bermain *game online*. Observasi dan kuesioner juga dilakukan untuk mendapatkan gambaran mengenai topik masalah yang diangkat pada perancangan ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar orang tua belum sepenuhnya sadar akan potensi bahaya kecanduan *game online* pada anak. Perancangan kampanye ini diharapkan mampu meningkatkan kesadaran orang tua, sehingga mereka dapat mengambil langkah-langkah preventif untuk mencegah kecanduan *game online* pada anak.

Kata kunci: *Game online*, Kecanduan, Kesadaran orang tua

CAMPAIGN DESIGN TO INCREASE PARENTAL AWARENESS OF THE DANGERS OF CHILDREN'S ONLINE GAME ADDICTION

(Bartolomeus Bhimo Patrianto)

ABSTRACT (English)

With the advancement of technology, the popularity of online games has surged, especially among children. This popularity is evident in the high number of active online gamers in Indonesia, reaching 3.5 million daily. Unfortunately, without proper parental supervision, online gaming can have significant negative impacts on children's growth and development, particularly addiction. This study aims to design a persuasive campaign to raise parental awareness of the dangers of online gaming addiction in children. A qualitative research method is employed, involving interviews with child psychologists to gain knowledge about online gaming addiction from a psychological perspective. Additionally, interviews with parents aged 35-45 with children aged 4-6 are conducted to understand parenting styles. Furthermore, Focus Group Discussions (FGD) with children are carried out to obtain their experiences with online gaming. Observations and questionnaires are also conducted to gain insights into the research problem. The findings reveal that most parents are not fully aware of the potential dangers of online gaming addiction in children. This campaign is expected to increase parental awareness, enabling them to take preventive measures to prevent online gaming addiction in children.

Keywords: Online game, Addiction, Parental awareness

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 JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT (English).....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
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 Copywriting	5
2.1.3 Metafora.....	6
2.1.3.1 Metafora Subjektif	6
2.1.3.2 Metafora Predikatif.....	6
2.1.3.3 Metafora Objektif.....	7
2.1.3.4 Metafora Nominatif.....	7
2.1.3.5 Metafora Kalimatif.....	7
2.2 Model AISAS	7
2.2.1 Attention	7
2.2.2 Interest	8
2.2.3 Search	8

2.2.4 Action.....	8
2.2.5 Share.....	9
2.3 Model PESO	9
2.3.1 Paid Media.....	10
2.3.2 Earned Media	10
2.3.3 Shared Media	11
2.3.4 Owned Media.....	12
2.4 Elemen Desain	14
2.4.1 Warna.....	14
2.4.1.1 Hue	14
1. Warna RGB	15
2. Warna CMYK	15
2.4.1.2 Saturation.....	16
2.4.1.3 Value	16
2.4.2 Skema Warna	17
2.4.2.1 Warna Analogous	17
2.4.2.2 Warna Komplementer	19
2.4.2.3 Warna Triadic.....	20
2.4.3 Tipografi	21
2.4.3.1 Anatomi	21
1. Baseline	21
2. Meanline	21
3. X-height	22
4. Cap height.....	22
5. Ascender	22
6. Descender	22
7. Stem	22
8. Bowl	22
2.4.3.2 Categories.....	23
1. Serif.....	23
2. Modern.....	24
3. Slab or Square Serif.....	24

4. <i>Sans Serif</i>	24
2.4.3.3 <i>Hierarchy</i>	25
2.4.4 <i>Ilustrasi</i>	26
2.4.4.1 <i>Jenis-Jenis Ilustrasi</i>	26
2.4.4.2 <i>Fungsi Ilustrasi</i>	26
2.4.5 <i>Layout</i>	26
2.4.5.1 <i>Jenis-Jenis Layout</i>	26
2.4.5.2 <i>Fungsi Layout</i>	31
2.4.5.3 <i>Prinsip Layout</i>	31
2.5 <i>Kecanduan Game Online</i>	31
2.5.1 <i>Kriteria Kecanduan Game Online</i>	31
2.5.2 <i>Penyebab Kecanduan Game Online</i>	32
2.5.3 <i>Gaya Pengasuhan</i>	33
2.5.3.1 <i>Authoritarian Parenting</i>	33
2.5.3.2 <i>Authoritative Parenting</i>	33
2.5.3.3 <i>Neglectful Parenting</i>	33
2.5.3.4 <i>Indulgent Parenting</i>	34
2.5.4 <i>Lokalitas Pola Asuh</i>	34
2.5.4.1 <i>Budaya Kolektivitas</i>	34
2.5.4.2 <i>Etnoparenting</i>	35
2.5.5 <i>Psikologis Anak</i>	35
2.6 <i>Penelitian yang Relevan</i>	35
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN	38
3.1 <i>Subjek Perancangan</i>	38
3.2 <i>Metode dan Prosedur Perancangan</i>	39
3.2.1 <i>Overview</i>	40
3.2.2 <i>Strategy</i>	40
3.2.3 <i>Ideas</i>	41
3.2.4 <i>Design</i>	41
3.2.5 <i>Production</i>	42
3.2.6 <i>Implementation</i>	42
3.2.7 <i>Testing</i>	42

3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan	42
3.3.1 Observasi.....	43
3.3.2 Wawancara	43
3.3.3 <i>Focus Group Discussion</i>	47
3.3.4 Kuesioner	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN	52
4.1 Hasil Perancangan	52
4.1.1 Overview	52
4.1.1.1 Hasil Observasi	52
4.1.1.2 Hasil Wawancara.....	56
4.1.1.3 Hasil <i>Focus Group Discussion</i>	66
4.1.1.4 Hasil Kuesioner.....	68
4.1.1.5 Kesimpulan Pengumpulan Data.....	73
4.1.2 Strategy	73
4.1.2.1 Pesan Utama.....	73
4.1.2.2 Tujuan Utama.....	74
4.1.2.3 <i>Creative Brief</i>	74
4.1.2.4 Model AISAS.....	77
4.1.2.5 Model PESO.....	79
4.1.3 Ideas	81
4.1.3.1 <i>Mind map</i>	81
4.1.3.2 <i>Keywords dan Big Idea</i>	82
4.1.3.3 Konsep	84
4.1.3.4 <i>Stylescapes</i>	84
4.1.3.5 Warna	85
4.1.3.6 Tipografi.....	86
4.1.4 Design	87
4.1.4.1 Ilustrasi Karakter	87
4.1.4.2 Elemen Grafis	90
4.1.4.3 <i>Key Visual</i>	91
4.1.5 Production	93
4.1.5.1 Poster	93

4.1.5.2	<i>Instagram Feeds</i>	94
4.1.5.3	<i>Instagram Stories</i>	94
4.1.5.4	<i>Billboard</i>	95
4.1.5.5	<i>Landing Page</i>	96
4.1.5.6	<i>Instagram Twibbon</i>	97
4.1.5.7	<i>WhatsApp Sticker</i>	97
4.1.6	<i>Implementation</i>	98
4.1.6.1	<i>Poster</i>	98
4.1.6.2	<i>Instagram Feeds</i>	99
4.1.6.3	<i>Instagram Stories</i>	99
4.1.6.4	<i>Billboard</i>	100
4.1.6.5	<i>Landing Page</i>	100
4.1.6.6	<i>Instagram Twibbon</i>	101
4.1.6.7	<i>WhatsApp Sticker</i>	101
4.1.7	<i>Testing</i>	102
4.1.8	<i>Kesimpulan Perancangan</i>	102
4.2	<i>Pembahasan Perancangan</i>	103
4.2.1	<i>Analisa Beta Test</i>	103
4.2.2	<i>Analisa Poster</i>	110
4.2.3	<i>Analisa Instagram Post</i>	112
4.2.4	<i>Analisa Landing Page</i>	115
4.2.5	<i>Analisa Billboard</i>	116
4.2.6	<i>Analisa Instagram Twibbon</i>	117
4.2.7	<i>Analisa WhatsApp Sticker</i>	118
4.2.8	<i>Anggaran</i>	119
BAB V	PENUTUP	120
5.1	<i>Simpulan</i>	120
5.2	<i>Saran</i>	121
	DAFTAR PUSTAKA	123
	LAMPIRAN	125

DAFTAR TABEL

Tabel 2.2 Penelitian yang Relevan.....	36
Tabel 4.1 Informasi Responden	68
Tabel 4.2 Perilaku Anak Sehari-hari.....	69
Tabel 4.3 Hubungan antara Orang Tua dengan Anak.....	70
Tabel 4.4 Preferensi Media Target Audiens	72
Tabel 4.5 <i>Creative Brief</i>	75
Tabel 4.6 Strategi Kreatif	77
Tabel 4.7 Model AISAS	77
Tabel 4.8 Model PESO	79
Tabel 4.9 <i>Keywords dan Big Idea</i>	82
Tabel 4.10 <i>Testing</i> Media Utama	104
Tabel 4.11 <i>Testing Poster dan Billboard</i>	105
Tabel 4.12 <i>Testing Landing Page</i>	107
Tabel 4.13 <i>Testing Instagram Twibbon</i>	108
Tabel 4.14 <i>Testing WhatsApp Sticker</i>	109
Tabel 4.15 Tabel Anggaran Kampanye	119



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Copywriting Doritos ads</i>	6
Gambar 2.2 Model AISAS	9
Gambar 2.3 <i>Influencer</i> mempromosikan <i>game online</i>	10
Gambar 2.4 Liputan Kompas.com terhadap kampanye lingkungan	11
Gambar 2.5 Konten <i>feeds</i> NGO Bye-Bye Plastic Bags	12
Gambar 2.6 RCTI menayangkan kampanye Partai Perindo	13
Gambar 2.7 Grafik model PESO 2024.....	13
Gambar 2.8 <i>Alternative spectrums</i>	14
Gambar 2.9 <i>RGB color model</i>	15
Gambar 2.10 <i>CMYK color model</i>	16
Gambar 2.11 Saturasi warna biru	16
Gambar 2.12 <i>Value scales</i>	17
Gambar 2.13 <i>Analogous color scheme</i>	18
Gambar 2.14 <i>Look inside ads intel</i>	18
Gambar 2.15 <i>Complementary color scheme</i>	19
Gambar 2.16 <i>“Their past. Our present” campaign</i>	19
Gambar 2.17 <i>Complementary color scheme</i>	20
Gambar 2.18 <i>The Inverclyde Community Action Response Group</i>	21
Gambar 2.19 Anatomi Huruf	23
Gambar 2.20 Times New Roman.....	23
Gambar 2.21 <i>ITC Bodoni Twelve</i>	24
Gambar 2.22 <i>ITC Lubalin Graph</i>	24
Gambar 2.23 <i>Montserrat</i>	25
Gambar 2.24 Hierarchy Tipography	25
Gambar 2.25 Mondrian Layout	27
Gambar 2.26 Axial Layout	27
Gambar 2.27 Big Type Layout	28
Gambar 2.28 Picture Window Layout	29
Gambar 2.29 Multi Panel Layout	30
Gambar 4.1 Artikel KPAI	53
Gambar 4.2 Artikel Kemenkes.....	54
Gambar 4.3 Lyft Social Media Campaign	55
Gambar 4.4 Wawancara dengan Ika Putri Dewi, S. Psi.	57
Gambar 4.5 Wawancara dengan dr. Hadyan Rahmat, M.P.H.	60
Gambar 4.6 Wawancara dengan Clara Hanaza	62
Gambar 4.7 Wawancara dengan Agustina Gati	64
Gambar 4.8 Wawancara dengan Ratih	65
Gambar 4.9 <i>Focus Group Discussion</i> dengan A, B, C, D, dan E	67
Gambar 4.10 Proses <i>FGD</i> dengan A, B, C, D, dan E	68
Gambar 4.11 <i>Mind mapping</i>	81

Gambar 4.12 <i>Keywords dan Big Idea</i>	82
Gambar 4.13 <i>Stylescapes</i>	85
Gambar 4.14 <i>Kombinasi warna</i>	86
Gambar 4.15 <i>Kombinasi font</i>	87
Gambar 4.16 <i>Ilustrasi Ibu</i>	88
Gambar 4.17 <i>Ilustrasi Anak</i>	88
Gambar 4.18 <i>Ilustrasi Ayah</i>	89
Gambar 4.19 <i>Ilustrasi Tokoh Game</i>	90
Gambar 4.20 <i>Elemen Grafis</i>	90
Gambar 4.21 <i>Perancangan key visual</i>	92
Gambar 4.22 <i>Perancangan Poster</i>	93
Gambar 4.23 <i>Perancangan Instagram Feeds</i>	94
Gambar 4.24 <i>Perancangan Instagram Stories</i>	95
Gambar 4.25 <i>Perancangan Billboard</i>	96
Gambar 4.26 <i>Perancangan Landing Page</i>	97
Gambar 4.27 <i>Perancangan Instagram Twibbon</i>	97
Gambar 4.28 <i>Perancangan WhatsApp Sticker</i>	98
Gambar 4.29 <i>Mockup Poster</i>	99
Gambar 4.30 <i>Mockup Instagram Feeds</i>	99
Gambar 4.31 <i>Mockup Instagram Stories</i>	100
Gambar 4.32 <i>Mockup Billboard</i>	100
Gambar 4.33 <i>Mockup Landing Page</i>	101
Gambar 4.34 <i>Mockup Instagram Twibbon</i>	101
Gambar 4.35 <i>Mockup WhatsApp Sticker</i>	102
Gambar 4.36 <i>Mockup Poster</i>	110
Gambar 4.37 <i>Mockup Instagram Post</i>	112
Gambar 4.38 <i>Mockup Instagram Post</i>	113
Gambar 4.39 <i>Mockup Instagram Post</i>	114
Gambar 4.40 <i>Mockup Landing Page</i>	115
Gambar 4.41 <i>Mockup Billboard</i>	116
Gambar 4.42 <i>Mockup Instagram Twibbon</i>	117
Gambar 4.43 <i>Mockup WhatsApp Sticker</i>	118

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Hasil Persentase Turnitin.....	126
Lampiran Form Bimbingan & Spesialis	136
Lampiran Bukti Bimbingan Spesialis	139
Lampiran <i>Non-Disclosure Agreement</i>	140
Lampiran <i>Consent Form</i>	141
Lampiran Hasil Kuesioner	149
Lampiran Beta Test.....	165
Lampiran Dokumentasi.....	187

