

**PERANCANGAN KAMPANYE**  
**ANAK MUDA KAWAL PILKADA BANTEN**



**LAPORAN TUGAS AKHIR**

**Angelique Daphne Prischilla**

**00000057117**

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

**PERANCANGAN KAMPANYE**  
**ANAK MUDA KAWAL PILKADA BANTEN**



**LAPORAN TUGAS AKHIR**

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh**

**Gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual**

**Angelique Daphne Prischilla**

**00000057117**

**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 : Angelique Daphne Prischilla

Nomor Induk Mahasiswa : 00000057117

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

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

### PERANCANGAN KAMPANYE ANAK MUDA KAWAL PILKADA BANTEN

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, 15 Desember 2024



(Angelique Daphne Prischilla)

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul  
**PERANCANGAN KAMPANYE ANAK MUDA  
KAWAL PILKADA BANTEN**

Oleh

Nama Lengkap : Angelique Daphne Prischilla  
Nomor Induk Mahasiswa : 00000057117  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Fakultas : Seni dan Desain

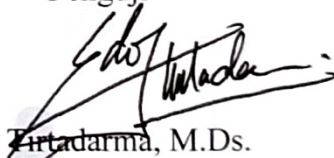
Telah diujikan pada hari Rabu, 8 Januari 2025  
Pukul 13.00 s.d. 13.45 WIB dan dinyatakan  
**LULUS**

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

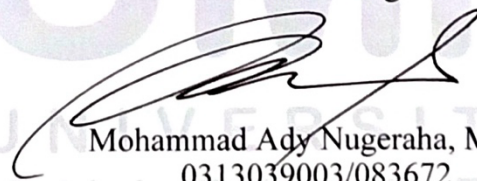
Ketua Sidang

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

Penguji

  
Edo Tirtadarma, M.Ds.  
0324128506/071279

Pembimbing

  
Mohammad Ady Nugeraha, M.Sn.  
0313039003/083672

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 : Angelique Daphne Prischilla  
Nomor Induk Mahasiswa : 00000057117  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Jenjang : ~~D3~~/ S1/ S2\* (\*coret yang tidak dipilih)  
Judul Karya Ilmiah : PERANCANGAN KAMPANYE ANAK  
MUDA KAWAL PILKADA BANTEN

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, 15 Desember 2024

  
(Angelique Daphne Prischilla)

\* 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 rahmatnya atas penyelesaian Tugas Akhir ini. Rasa terima kasih juga disampaikan kepada setiap orang yang membantu saya untuk menyelesaikan karya Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan Tugas Akhir ini tidak dapat diselesaikan tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis 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. Mohammad Ady Nugeraha, M.Sn, selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Ketua Bawaslu Republik Indonesia, Rahmat Bagja atas kesediaannya untuk diwawancara sebagai sumber informasi sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Ketua Bawaslu Kota Tangerang Selatan, Mohammad Acep atas kesediaannya untuk diwawancara sebagai sumber informasi sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Narasumber yang telah membantu dukungan sebagai sumber informasi sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
9. Tamara Puspita Dewi, Shafiqah Alifia, dan Justine Pangestu yang telah membantu memberikan motivasi, argumentasi, dan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Saya berharap Tugas Akhir ini dapat membantu menjadi referensi dalam menyusun kampanye dalam menarik anak muda untuk berpartisipasi dalam pesta demokrasi dan politik.

Tangerang, 15 Desember 2024



(Angelique Daphne Prischilla)



# PERANCANGAN KAMPANYE ANAK MUDA KAWAL PILKADA BANTEN

(Angelique Daphne Prischilla)

## ABSTRAK

Pilkada Serentak 2024 menjadi salah satu pesta demokrasi terbesar yang melibatkan berbagai daerah dan provinsi. Salah satunya adalah Provinsi Banten yang sebelumnya menghadapi berbagai isu kecurangan di Pilkada dan Pemilu sebelumnya. Fenomena ini berpengaruh kepada kualitas pemilihan umum dan pemimpin yang terpilih. Dengan meningkatkan keikutsertaan generasi muda sebagai pemilih mayoritas dalam mengawal Pilkada Banten, terutama dalam hal melaporkan dan menyuarakan mengenai isu Pilkada Banten 2024, maka dapat menciptakan pemilihan yang lebih demokratis. Hal ini sesuai dengan harapan Badan Pengawas Pemilu yang menginginkan masyarakat ikut serta sebagai pengawas partisipatif yang bisa mengawal setiap tahapan pemilihan. Oleh karena itu, dibutuhkan perancangan sebuah kampanye digital untuk mengajak Generasi Z dan Milenial dalam mengawal tahapan Pilkada Banten 2024. Pemanfaatan media digital ini difokuskan pada media sosial sebagai media yang paling banyak digunakan oleh generasi muda. Metode perancangan yang akan digunakan adalah *Human-Centered Design* oleh Tim Brown dengan maksud menggali lebih banyak akan perspektif yang berbeda akan Pilkada oleh target audiens sebelum merumuskan suatu permasalahan.

**Kata kunci:** Kampanye, generasi muda, Pilkada Banten

# ***CAMPAIGN DESIGN FOR YOUTH TO OVERSEE THE BANTEN REGIONAL ELECTION***

(Angelique Daphne Prischilla)

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

*The 2024 Simultaneous Pilkada will be one of the biggest democratic parties involving various regions and provinces. One of them is Banten Province, which previously faced multiple issues of fraud in the regional elections and previous elections. This phenomenon affects the quality of general elections and the elected leaders. By increasing the participation of the younger generation as the majority of voters in overseeing the Banten Pilkada, especially in reporting and voicing issues regarding the 2024 Banten Pilkada, we can create more democratic elections. This is in line with the expectations of the Election Supervisory Board which wants the public to participate as participatory observers who can oversee every stage of the election. Therefore, it is necessary to design a digital campaign to invite Generation Z and Millennials to monitor the stages of the 2024 Banten Regional Election. Digital media usage will focus on social media, the media most widely used by the younger generation. The design method that will be used is Human-Centered Design by Tim Brown, which will explore different perspectives on the Pilkada by the target audience before formulating a problem.*

***Keywords:*** Campaign, young generation, Banten election



## DAFTAR ISI

|                                                                          |             |
|--------------------------------------------------------------------------|-------------|
| <b>HALAMAN JUDUL .....</b>                                               | <b>i</b>    |
| <b>HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....</b>                            | <b>ii</b>   |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>                                          | <b>iii</b>  |
| <b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH .....</b>                  | <b>iv</b>   |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                                               | <b>v</b>    |
| <b>ABSTRAK .....</b>                                                     | <b>vii</b>  |
| <b><i>ABSTRACT (English)</i>.....</b>                                    | <b>viii</b> |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                                                   | <b>ix</b>   |
| <b>DAFTAR TABEL.....</b>                                                 | <b>xii</b>  |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                                                | <b>xiii</b> |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>                                             | <b>xvii</b> |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>                                            | <b>1</b>    |
| <b>1.1 Latar Belakang .....</b>                                          | <b>1</b>    |
| <b>1.2 Rumusan Masalah.....</b>                                          | <b>3</b>    |
| <b>1.3 Batasan Masalah .....</b>                                         | <b>3</b>    |
| <b>1.4 Tujuan Tugas Akhir .....</b>                                      | <b>3</b>    |
| <b>1.5 Manfaat Tugas Akhir .....</b>                                     | <b>3</b>    |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>                                      | <b>5</b>    |
| <b>2.1 Kampanye .....</b>                                                | <b>5</b>    |
| <b>2.1.1 <i>Ideologically or Cause-oriented Campaigns</i> .....</b>      | <b>5</b>    |
| <b>2.1.2 Teori Persuasi Kampanye .....</b>                               | <b>6</b>    |
| <b>2.1.3 Model Komunikasi AISAS .....</b>                                | <b>7</b>    |
| <b>2.1.4 <i>SMART Planning</i>.....</b>                                  | <b>8</b>    |
| <b>2.1.5 <i>PESO (Paid, Earned, Shared, Owned) Model</i> .....</b>       | <b>8</b>    |
| <b>2.2 Media Sosial.....</b>                                             | <b>10</b>   |
| <b>2.2.1 <i>Social Media Behaviour</i>.....</b>                          | <b>11</b>   |
| <b>2.2.2 <i>Digital Activism</i> .....</b>                               | <b>12</b>   |
| <b>2.2.3 Peran Media Sosial sebagai Sarana Partisipasi Politik .....</b> | <b>13</b>   |
| <b>2.2.4 Meme di Media Sosial.....</b>                                   | <b>13</b>   |
| <b>2.3 Copywriting.....</b>                                              | <b>14</b>   |
| <b>2.3.1 Jenis-Jenis <i>Copywriting</i> .....</b>                        | <b>14</b>   |

|                                                           |           |
|-----------------------------------------------------------|-----------|
| 2.4 Prinsip dan Elemen Desain .....                       | 16        |
| 2.4.1 Layout .....                                        | 16        |
| 2.4.2 Tipografi.....                                      | 18        |
| 2.4.3 Ilustrasi Digital.....                              | 19        |
| 2.4.4 Color .....                                         | 22        |
| 2.4.5 Grid Anatomy .....                                  | 24        |
| 2.5 Pilkada Serentak 2024 .....                           | 25        |
| 2.5.1 Tahapan Pilkada Serentak 2024.....                  | 26        |
| 2.5.2 Peraturan yang Mengatur Pilkada 2024.....           | 26        |
| 2.5.3 Pelanggaran dalam Pilkada 2024 .....                | 27        |
| 2.5.4 Mengawal Pilkada 2024.....                          | 28        |
| 2.5.5 Pilkada Banten 2024 .....                           | 29        |
| 2.5.6 Dampak Pemilihan Kepala Daerah bagi Masyarakat..... | 29        |
| 2.6 Permasalahan Pemilihan Kepala Daerah Banten.....      | 32        |
| 2.6.1 Curi <i>Start</i> Tahap Kampanye.....               | 32        |
| 2.6.2 Netralitas Aparatur Sipil Negara (ASN).....         | 32        |
| 2.6.3 Rendahnya Partisipasi Politik.....                  | 33        |
| 2.6.4 Politik Uang .....                                  | 34        |
| 2.7 Penelitian yang Relevan.....                          | 35        |
| <b>BAB III METODOLOGI PERANCANGAN.....</b>                | <b>38</b> |
| 3.1 Subjek Perancangan .....                              | 38        |
| 3.2 Metode dan Prosedur Perancangan .....                 | 40        |
| 3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan.....                  | 42        |
| 3.3.1 Observasi.....                                      | 42        |
| 3.3.2 Wawancara .....                                     | 43        |
| 3.3.3 Kuesioner .....                                     | 52        |
| 3.3.4 Studi Eksisting.....                                | 57        |
| 3.3.5 Studi Referensi .....                               | 57        |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN .....</b>      | <b>58</b> |
| 4.1 Hasil Perancangan .....                               | 58        |
| 4.1.1 <i>Empathize</i> .....                              | 58        |
| 4.1.2 <i>Define</i> .....                                 | 105       |

|                                          |       |
|------------------------------------------|-------|
| 4.1.3 Ideate.....                        | 119   |
| 4.1.4 Prototype.....                     | 130   |
| 4.1.5 Testing.....                       | 168   |
| 4.1.6 Kesimpulan Perancangan.....        | 179   |
| 4.2 Pembahasan Perancangan.....          | 180   |
| 4.2.1 Analisis <i>Key Visual</i> .....   | 180   |
| 4.2.2 Analisis Kampanye berdasarkan..... | 181   |
| 4.3 Budgeting.....                       | 209   |
| BAB V PENUTUP.....                       | 212   |
| 5.1 Kesimpulan .....                     | 212   |
| 5.2 Saran.....                           | 213   |
| DAFTAR PUSTAKA .....                     | 215   |
| LAMPIRAN.....                            | xviii |



## DAFTAR TABEL

|                                                                                 |     |
|---------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabel 2.1 Persentase pemilih Pilkada Banten sebelumnya .....                    | 34  |
| Tabel 2.2 Penelitian yang Relevan.....                                          | 35  |
| Tabel 4.1 Observasi Media Kampanye .....                                        | 58  |
| Tabel 4.2 SWOT Bijak Memilih.....                                               | 98  |
| Tabel 4.3 SWOT Kawal Pemilu.....                                                | 100 |
| Tabel 4.4 Informasi <i>Brand Mandatory</i> .....                                | 112 |
| Tabel 4.5 Tabel <i>SMART Planning</i> .....                                     | 113 |
| Tabel 4.6 <i>User Journey</i> .....                                             | 117 |
| Tabel 4.7 <i>Creative Brief</i> .....                                           | 121 |
| Tabel 4.8 Strategi Pesan Kampanye berdasarkan AISAS.....                        | 124 |
| Tabel 4.9 Strategi Media Kampanye berdasarkan PESO <i>Model</i> dan AISAS ..... | 126 |
| Tabel 4.10 <i>Content Pillar</i> .....                                          | 127 |
| Tabel 4.11 <i>Timeline</i> Kampanye .....                                       | 128 |
| Tabel 4.12 <i>Feedback Testing</i> .....                                        | 179 |
| Tabel 4.13 Biaya Desain Aset Visual Kampanye .....                              | 209 |
| Tabel 4.14 Biaya Desain Instagram .....                                         | 210 |
| Tabel 4.15 Biaya Desain Media Sekunder.....                                     | 210 |
| Tabel 4.16 Total Biaya yang Dikeluarkan .....                                   | 211 |



## DAFTAR GAMBAR

|                                                                |    |
|----------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 2.1 Model Komunikasi AISAS .....                        | 7  |
| Gambar 2.2 Contoh penggunaan ukuran dalam desain.....          | 17 |
| Gambar 2.3 Jenis-Jenis <i>Typefaces</i> .....                  | 18 |
| Gambar 2.4 Contoh ilustrasi digital .....                      | 20 |
| Gambar 2.5 Warung Tenda .....                                  | 21 |
| Gambar 2.6 Pembagian warna primer, sekunder, dan tersier ..... | 22 |
| Gambar 2.7 Kombinasi Warna Komplementer .....                  | 23 |
| Gambar 2.8 <i>Grid Anatomy</i> .....                           | 24 |
| Gambar 2.9 <i>Hierarchical Grid</i> .....                      | 24 |
| Gambar 2.10 <i>Column Grid</i> .....                           | 25 |
| Gambar 4.1 Wawancara dengan Raka Akbar .....                   | 61 |
| Gambar 4.2 Wawancara dengan Rahmat Bagja.....                  | 63 |
| Gambar 4.3 Wawancara dengan Muhammad Acep.....                 | 67 |
| Gambar 4.4 Wawancara dengan Prinvia Prichariel .....           | 69 |
| Gambar 4.5 Wawancara dengan Satrio Cito Josai .....            | 72 |
| Gambar 4.6 Wawancara dengan Ambar Harum .....                  | 73 |
| Gambar 4.7 Wawancara dengan Agung Hidayatulloh.....            | 77 |
| Gambar 4.8 Wawancara dengan Catherine.....                     | 79 |
| Gambar 4.9 Wawancara dengan Anton Pamungkas.....               | 83 |
| Gambar 4.10 Wawancara dengan Zaenul Ilham.....                 | 84 |
| Gambar 4.11 Wawancara dengan Daffa Abdurrahman .....           | 85 |
| Gambar 4.12 Partisipasi dalam Memilih.....                     | 87 |
| Gambar 4.13 Kriteria Pemilihan Paslon.....                     | 88 |
| Gambar 4.14 Prosedur Melapor .....                             | 89 |
| Gambar 4.15 Tingkat Partisipasi Sosialisasi.....               | 89 |
| Gambar 4.16 Sosialisasi Isu Politik .....                      | 90 |
| Gambar 4.17 Urgensi Pilkada bagi Target Sekunder.....          | 91 |
| Gambar 4.18 Media yang sering digunakan .....                  | 91 |
| Gambar 4.19 Media Mencari Isu Pilkada 2024 .....               | 92 |
| Gambar 4.20 Media sosial yang sering digunakan .....           | 92 |
| Gambar 4.21 Faktor ketertarikan terhadap media.....            | 93 |
| Gambar 4.22 Instagram Bijak Memilih .....                      | 94 |
| Gambar 4.23 <i>Website</i> Bijak Memilih.....                  | 94 |
| Gambar 4.24 <i>Website</i> Bijak Memilih (2).....              | 95 |
| Gambar 4.25 <i>Website</i> Bijak Memilih (3) .....             | 95 |
| Gambar 4.26 <i>Website</i> Bijak Memilih (4).....              | 96 |
| Gambar 4.27 <i>Offline Activation</i> Bijak Memilih.....       | 96 |
| Gambar 4.28 <i>Offline Activation</i> Bijak Memilih (2) .....  | 97 |
| Gambar 4.29 <i>Offline Activation</i> Bijak Memilih (3) .....  | 97 |
| Gambar 4.30 <i>Website</i> Kawal Pemilu .....                  | 99 |

|                                                                           |     |
|---------------------------------------------------------------------------|-----|
| Gambar 4.31 Contoh karakter “gemoy” Prabowo-Gibran .....                  | 101 |
| Gambar 4.32 Contoh <i>tagline</i> “Gaspol Bro!” .....                     | 101 |
| Gambar 4.33 Contoh visual Tahilalats .....                                | 102 |
| Gambar 4.34 Contoh visual Hai Dudu .....                                  | 103 |
| Gambar 4.35 Tahap pertama Rebut Pilkada Bandung .....                     | 103 |
| Gambar 4.36 Tahap kedua Rebut Pilkada Bandung .....                       | 104 |
| Gambar 4.37 Tahap ketiga Rebut Pilkada Bandung .....                      | 104 |
| Gambar 4.38 Bentuk pelaksanaan kampanye Demokrasi Kita .....              | 105 |
| Gambar 4.39 <i>User Persona</i> .....                                     | 115 |
| Gambar 4.40 <i>Empathy Map</i> .....                                      | 116 |
| Gambar 4.41 Proses <i>Mindmapping</i> .....                               | 119 |
| Gambar 4.42 Referensi Visual .....                                        | 121 |
| Gambar 4.43 Referensi Penggunaan Warna .....                              | 130 |
| Gambar 4.44 <i>Color Palette</i> .....                                    | 131 |
| Gambar 4.45 Pemilihan <i>Typeface</i> .....                               | 132 |
| Gambar 4.46 Sketsa dan Alternatif Logo Kampanye .....                     | 133 |
| Gambar 4.47 Logo Kampanye .....                                           | 133 |
| Gambar 4.48 Diskkomik .....                                               | 134 |
| Gambar 4.49 Proses Sketsa Karakter .....                                  | 135 |
| Gambar 4.50 Ilustrasi Karakter .....                                      | 136 |
| Gambar 4.51 Gestur dan Pose Karakter .....                                | 136 |
| Gambar 4.52 Alternatif <i>Key Visual</i> 1 (Kiri) dan 2 (Kanan) .....     | 137 |
| Gambar 4.53 <i>Key Visual</i> Terpilih .....                              | 138 |
| Gambar 4.54 <i>Hierarchal Grid</i> untuk Instagram Post .....             | 139 |
| Gambar 4.55 Implementasi <i>Hierarchal Grid</i> pada Instagram Post ..... | 140 |
| Gambar 4.56 Peletakkan Logo pada Instagram Post .....                     | 140 |
| Gambar 4.57 Perancangan <i>Single Post</i> 1 .....                        | 141 |
| Gambar 4.58 Perancangan <i>Single Post</i> 2 .....                        | 142 |
| Gambar 4.59 Perancangan <i>Single Post</i> 3 .....                        | 142 |
| Gambar 4.60 Perancangan <i>Carousel Post</i> 1 .....                      | 143 |
| Gambar 4.61 Perancangan <i>Carousel Post</i> 2 .....                      | 144 |
| Gambar 4.62 Perancangan <i>Carousel Post</i> 3 .....                      | 144 |
| Gambar 4.63 Perancangan <i>Carousel Post</i> 4 .....                      | 145 |
| Gambar 4.64 Perancangan <i>Carousel Post</i> 5 .....                      | 146 |
| Gambar 4.65 Perancangan <i>Carousel Post</i> 6 .....                      | 147 |
| Gambar 4.66 Perancangan <i>Carousel Post</i> 7 .....                      | 148 |
| Gambar 4.67 Perancangan <i>Carousel Post</i> 8 .....                      | 148 |
| Gambar 4.68 Perancangan <i>Grid Story</i> .....                           | 149 |
| Gambar 4.69 Perancangan <i>Story</i> 1 .....                              | 150 |
| Gambar 4.70 Perancangan <i>Story</i> 2 .....                              | 151 |
| Gambar 4.71 Perancangan <i>Live Update Frame</i> .....                    | 151 |
| Gambar 4.72 Perancangan <i>Add Yours Template</i> 1 .....                 | 152 |
| Gambar 4.73 Perancangan <i>Template Add Yours</i> 2 .....                 | 153 |

|                                                                           |     |
|---------------------------------------------------------------------------|-----|
| Gambar 4.74 Perancangan <i>Filter 1</i> .....                             | 154 |
| Gambar 4.75 Perancangan <i>Reels Cover</i> .....                          | 155 |
| Gambar 4.76 Perancangan Aset <i>Reels</i> .....                           | 155 |
| Gambar 4.77 Proses Animasi pada Procreate .....                           | 156 |
| Gambar 4.78 Proses <i>Editing</i> di Capcut .....                         | 157 |
| Gambar 4.79 Perancangan <i>Highlight</i> .....                            | 157 |
| Gambar 4.80 Perancangan <i>Microsite 1</i> .....                          | 159 |
| Gambar 4.81 Desain <i>Homepage Microsite</i> .....                        | 159 |
| Gambar 4.82 Desain Konten <i>Microsite</i> .....                          | 160 |
| Gambar 4.83 <i>Column Grid</i> Pamflet .....                              | 161 |
| Gambar 4.84 Desain Pamflet Bagian Depan (Atas) dan Belakang (Bawah) ..... | 161 |
| Gambar 4.85 Perancangan <i>Grid</i> Poster .....                          | 162 |
| Gambar 4.86 Desain Poster <i>Offline Activation</i> .....                 | 162 |
| Gambar 4.87 Desain <i>Booth</i> “Bukan Starling Biasa” .....              | 163 |
| Gambar 4.88 <i>Mock Up Booth</i> “Bukan Starling Biasa” .....             | 164 |
| Gambar 4.89 Desain Bagian Belakang <i>T-Shirt</i> .....                   | 165 |
| Gambar 4.90 Desain <i>T-Shirt</i> Depan (Kiri) dan Belakang (Kanan) ..... | 165 |
| Gambar 4.91 <i>Layouting</i> Awal Desain <i>Coffee Cup</i> .....          | 166 |
| Gambar 4.92 <i>Template 8oz Coffee Cup</i> .....                          | 166 |
| Gambar 4.93 Perancangan <i>Coffee Cup</i> .....                           | 167 |
| Gambar 4.94 <i>Mock Up Coffee Cup</i> .....                               | 167 |
| Gambar 4.95 Perancangan Whatsapp <i>Sticker Pack</i> .....                | 168 |
| Gambar 4.96 <i>Testing</i> Warna .....                                    | 171 |
| Gambar 4.97 <i>Testing</i> Karakter 1 .....                               | 171 |
| Gambar 4.98 <i>Testing</i> Karakter 2 .....                               | 172 |
| Gambar 4.99 <i>Testing Layout</i> .....                                   | 173 |
| Gambar 4.100 <i>Testing</i> Teks .....                                    | 173 |
| Gambar 4.101 <i>Testing</i> Visual Keseluruhan .....                      | 174 |
| Gambar 4.102 <i>Testing</i> Penggunaan Bahasa .....                       | 174 |
| Gambar 4.103 <i>Testing</i> Kesan .....                                   | 175 |
| Gambar 4.104 <i>Testing</i> Alur Pesan .....                              | 176 |
| Gambar 4.105 <i>Testing</i> Aksi Kampanye 1 .....                         | 176 |
| Gambar 4.106 <i>Testing Filter</i> Instagram .....                        | 177 |
| Gambar 4.107 <i>Testing</i> Aksi Kampanye 2 .....                         | 177 |
| Gambar 4.108 <i>Testing</i> Aksi Kampanye 3 .....                         | 178 |
| Gambar 4.109 <i>Key Visual</i> Terpilih .....                             | 180 |
| Gambar 4.110 <i>Carousel Post 1</i> .....                                 | 182 |
| Gambar 4.111 <i>Carousel Post 2</i> .....                                 | 183 |
| Gambar 4.112 <i>Carousel Post 3</i> .....                                 | 184 |
| Gambar 4.113 <i>Carousel Post 4</i> .....                                 | 185 |
| Gambar 4.114 <i>Carousel Post 5</i> .....                                 | 186 |
| Gambar 4.115 <i>Single Post 1</i> .....                                   | 188 |
| Gambar 4.116 <i>Reels Cover</i> .....                                     | 189 |

|                                                                                  |     |
|----------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Gambar 4.117 <i>Motion Graphic Reels</i> .....                                   | 189 |
| Gambar 4.118 <i>Poster Offline Activation</i> .....                              | 190 |
| Gambar 4.119 <i>Booth “Bukan Starling Biasa”</i> .....                           | 191 |
| Gambar 4.120 <i>QnA Template</i> .....                                           | 192 |
| Gambar 4.121 <i>Live Update Frame</i> .....                                      | 193 |
| Gambar 4.122 <i>Carousel Post 6</i> .....                                        | 194 |
| Gambar 4.123 <i>Carousel Post 7</i> .....                                        | 195 |
| Gambar 4.124 <i>Single Post 2</i> .....                                          | 196 |
| Gambar 4.125 <i>Single Post 3</i> .....                                          | 197 |
| Gambar 4.126 <i>Highlight Cover</i> .....                                        | 198 |
| Gambar 4.127 <i>Pamflet Bagian Depan (Atas) dan Bagian Belakang (Bawah)</i> .... | 199 |
| Gambar 4.128 <i>Coffee Cup Offline Activation</i> .....                          | 200 |
| Gambar 4.129 <i>Carousel Post 8</i> .....                                        | 201 |
| Gambar 4.130 <i>Story Online Challenge</i> .....                                 | 202 |
| Gambar 4.131 <i>Sticker Add Yours 1</i> .....                                    | 203 |
| Gambar 4.132 <i>Laman Utama Microsite</i> .....                                  | 204 |
| Gambar 4.133 <i>Laman-Laman Microsite</i> .....                                  | 205 |
| Gambar 4.134 <i>Sticker Add Yours 2</i> .....                                    | 206 |
| Gambar 4.135 <i>Instagram Filter</i> .....                                       | 207 |
| Gambar 4.136 <i>T-Shirt</i> .....                                                | 208 |
| Gambar 4.137 <i>Whatsapp Sticker Pack</i> .....                                  | 209 |



## DAFTAR LAMPIRAN

|                                                       |         |
|-------------------------------------------------------|---------|
| Lampiran Hasil Persentase Turnitin .....              | xviii   |
| Lampiran Form Bimbingan Skripsi .....                 | xxi     |
| Lampiran Transkrip Wawancara Raka Akbar.....          | xxiii   |
| Lampiran Transkrip Wawancara Rahmat Bagja .....       | xxxiv   |
| Lampiran Transkrip Wawancara Muhammad Acep .....      | xlvi    |
| Lampiran Transkrip Wawancara Prinvia Prichariel.....  | liv     |
| Lampiran Transkrip Wawancara Satrio Cito Josai .....  | lviii   |
| Lampiran Transkrip Wawancara Ambar Harum.....         | lxxiv   |
| Lampiran Transkrip Wawancara Agung Hidayatulloh.....  | lxxxii  |
| Lampiran Transkrip Wawancara Catherine .....          | xcv     |
| Lampiran Transkrip Wawancara Anton.....               | c       |
| Lampiran Transkrip Wawancara Zaenul Ilham .....       | ciii    |
| Lampiran Transkrip Wawancara Daffa Abdurrahman .....  | cv      |
| Lampiran Kuesioner.....                               | cix     |
| Lampiran <i>Consent Form</i> Raka Akbar .....         | cxx     |
| Lampiran <i>Consent Form</i> Rahmat Bagja .....       | cxxi    |
| Lampiran <i>Consent Form</i> Muhammad Acep .....      | cxxii   |
| Lampiran <i>Consent Form</i> Prinvia Prichariel ..... | cxxiii  |
| Lampiran <i>Consent Form</i> Target Kampanye .....    | cxxiv   |
| Lampiran Proses <i>Big Idea</i> .....                 | cxxx    |
| Lampiran Hasil <i>Testing</i> .....                   | cxxxiii |
| Lampiran Bimbingan Spesialis .....                    | cxli    |

