

**PERANCANGAN KAMPANYE MENGURANGI KONSUMSI
MINUMAN MANIS GUNA MENCEGAH
DIABETES TIPE 2 PADA GEN Z**



LAPORAN TUGAS AKHIR

Andrea Jocelyn Kamarga
00000057224

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

**PERANCANGAN KAMPANYE MENGURANGI KONSUMSI
MINUMAN MANIS GUNA MENCEGAH
DIABETES TIPE 2 PADA GEN Z**



LAPORAN TUGAS AKHIR

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

Andrea Jocelyn Kamarga

00000057224

**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 : Andrea Jocelyn Kamarga
Nomor Induk Mahasiswa : 00000057224
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

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

PERANCANGAN KAMPANYE MENGURANGI KONSUMSI MINUMAN MANIS GUNA MENCEGAH DIABETES TIPE 2 PADA GEN Z

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, 20 Juni, 2025



(Andrea Jocelyn Kamarga)

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

PERANCANGAN KAMPANYE MENGURANGI KONSUMSI MINUMAN MANIS GUNA MENCEGAH DIABETES TIPE 2 PADA GEN Z

Oleh

Nama Lengkap : Andrea Jocelyn Kamarga

Nomor Induk Mahasiswa : 00000057224

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni dan Desain

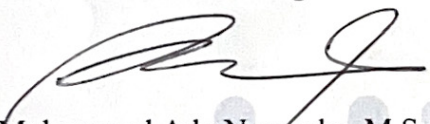
Telah diujikan pada hari Jumat, 20 Juni 2025

Pukul 13.45 s.d. 14.30 WIB dan dinyatakan

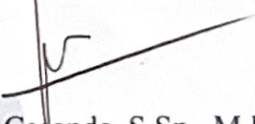
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang


Mohammad Ady Nugeraha, M.Sn.
0313039003/ 083672

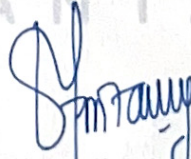
Penguji


Dr. Suwito Casande, S.Sn., M.Ds.
0330117501/ 081426

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 : Andrea Jocelyn Kamarga
Nomor Induk Mahasiswa : 00000057224
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : ~~D3~~/ S1/ S2*
Judul Karya Ilmiah : PERANCANGAN KAMPANYE
MENGURANGI KONSUMSI MINUMAN
MANIS GUNA MENCEGAH RESIKO
DIABETES TIPE 2 PADA GEN Z

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, 20 Juni 2025



(Andrea Jocelyn Kamarga)

* 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

Dengan penuh rasa syukur, penulis menyampaikan puji dan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa. Berkat rahmat dan karunia-Nya, penulis berhasil menyelesaikan laporan berjudul **PERANCANGAN KAMPANYE MENGURANGI KONSUMSI MINUMAN MANIS GUNA MENCEGAH DIABETES TIPE 2 PADA GEN Z** sebagai syarat kelulusan dan menyelesaikan Tugas Akhir.

Selama proses penulisan laporan ini, penulis memperoleh berbagai wawasan baru, pemahaman yang lebih mendalam, serta pengalaman berharga terkait dunia magang dan seluruh rangkaiannya. Seluruh pengalaman tersebut telah diolah dan dituangkan secara rinci dalam laporan ini.

Penulis berharap laporan ini dapat memberikan inspirasi, manfaat, serta wawasan bagi para pembaca, baik yang sedang menempuh pendidikan maupun yang akan menyusun laporan magang di masa mendatang. Semoga laporan ini juga bermanfaat sebagai referensi yang dapat memberikan kontribusi positif bagi pengembangan pengetahuan di bidang terkait.

Penulis juga bersyukur atas kesempatan belajar yang telah diberikan, serta dukungan, arahan, dan motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya 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. Anne Nurfarina, S.Sn., M.Sn., selaku Dosen Bimbingan Spesialis yang telah membantu dalam proses perancangan.

6. Dr. I Gusti Ngurah Adhiartha, SpPD KEMD, FINASIM., selaku Narasumber Ahli yang membantu saya dalam penelitian dan melaksanakan wawancara.
7. Narasumber FGD yang telah membantu saya dalam penelitian perancangan.
8. Narasumber *Questioner* yang telah membantu saya dalam penelitian perancangan.
9. Narasumber *In-depth Interview* yang telah membantu saya dalam penelitian perancangan.
10. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
11. Teman-teman yang telah mendukung dan memberikan semangat selama penulis menyusun laporan ini.

Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang signifikan bagi bidang Desain Komunikasi Visual (DKV), khususnya dalam perancangan kampanye yang efektif untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap bahaya konsumsi minuman manis dan risiko diabetes tipe 2. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi desainer grafis, akademisi, serta praktisi komunikasi visual dalam menciptakan media kampanye yang inovatif, berbasis data, dan sesuai dengan preferensi target audiens. Bagi pembaca, hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman mengenai peran strategi komunikasi visual dalam menyampaikan pesan kesehatan secara persuasif, serta menginspirasi kampanye sosial lainnya yang bertujuan untuk membangun pola hidup yang lebih sehat.

Tangerang, 20 Juni 2025



(Andrea Jocelyn Kamarga)

PERANCANGAN KAMPANYE MENGURANGI KONSUMSI MINUMAN MANIS GUNA MENCEGAH DIABETES TIPE 2 PADA GEN Z

(Andrea Jocelyn Kamarga)

ABSTRAK

Konsumsi minuman manis yang berlebihan telah menjadi kebiasaan di kalangan masyarakat, terutama Generasi Z, yang berisiko meningkatkan prevalensi diabetes melitus tipe 2. Kurangnya kesadaran akan bahaya konsumsi gula berlebih serta minimnya edukasi berbasis visual yang menjadi faktor utama dalam permasalahan ini. Penelitian ini bertujuan untuk merancang kampanye yang dapat meningkatkan kesadaran akan dampak konsumsi minuman manis terhadap risiko diabetes tipe 2. Metode perancangan yang digunakan mengacu pada model *Six Phases of The Project Process* oleh Robin Landa, yang meliputi tahap *overview, strategy, ideas, design, production, dan implementation*. Pengumpulan data dilakukan melalui metode kuantitatif berupa kuesioner dengan 50 responden serta metode kualitatif berupa wawancara dengan dokter spesialis endokrin dan penderita diabetes tipe 2. Studi eksisting dan referensi visual juga dilakukan untuk mendukung pengembangan konsep kampanye. Hasil perancangan berupa strategi komunikasi visual dalam bentuk media sosial dengan pendekatan desain yang berbasis data untuk meningkatkan efektivitas penyampaian pesan. Kampanye ini dirancang untuk memanfaatkan platform digital yang sering diakses oleh target audiens, guna membangun kesadaran serta mendorong perubahan kebiasaan konsumsi minuman manis.

Kata kunci: Diabetes, Minuman Manis, Generasi Z, Kampanye

CAMPAIGN DESIGNING TO REDUCE CONSUMPTION OF SWEET DRINKS TO PREVENT DIABETES TYPE 2 FOR GEN-Z

(Andrea Jocelyn Kamarga)

ABSTRACT (English)

Excessive consumption of sugary drinks has become a common habit in society, especially among Generation Z, posing a significant risk of increasing the prevalence of type 2 diabetes mellitus. The lack of awareness about the dangers of excessive sugar intake and the limited availability of engaging visual are key factors contributing to this issue. This study aims to design an effective educational campaign to raise awareness of the impact of sugary drink consumption on the risk of type 2 diabetes. The design methodology follows Robin Landa's Six Phases of The Project Process, which includes the stages of overview, strategy, ideas, design, production, and implementation. Data collection was conducted through a quantitative method in the form of a questionnaire involving 50 respondents and a qualitative approach through interviews with an endocrinologist and a type 2 diabetes patient. An analysis of existing studies and visual references was also carried out to support the development of the campaign concept. The final outcome is a visual communication strategy in the form of social media content with a data-driven design approach to enhance message effectiveness. This campaign is designed to leverage digital platforms frequently accessed by the target audience, aiming to build awareness and encourage behavioral change in sugary drink consumption.

Keywords: *Diabetes, Sugary Drinks, Generation Z, Campaign*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT (English)</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah	3
1.4 Tujuan Tugas Akhir	3
1.5 Manfaat Tugas Akhir	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Kampanye	5
2.1.1 Tujuan Kampanye	5
2.1.2 Jenis Kampanye	5
2.1.3 Media Kampanye	8
2.1.4 Model AISAS	10
2.1.5 Model <i>Cross Communication</i>	12
2.2 Desain Komunikasi Visual	13
2.2.1 Warna	13
2.2.2 Ilustrasi	19
2.2.3 Fotografi	23
2.2.4 Tipografi	30
2.2.5 <i>Copywriting</i>	34
2.2.6 Grid	36

2.2.7 <i>Layout</i>	43
2.3 Diabetes Melitus Tipe 2	48
2.3.1 Penyebab	48
2.3.2 Gejala	49
2.3.3 Pencegahan.....	50
2.4 Penelitian yang Relevan	52
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN	55
3.1 Subjek Perancangan	55
3.2 Metode dan Prosedur Perancangan.....	57
3.2.1 <i>Overview</i>	57
3.2.2 <i>Strategy</i>	57
3.2.3 <i>Ideas</i>	58
3.2.4 <i>Design</i>	58
3.2.5 <i>Production</i>	58
3.2.6 <i>Implementation</i>	58
3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan	59
3.3.1 Kuesioner	59
3.3.2 Wawancara	68
3.3.3 <i>Focus Group Discussion</i>	72
3.3.4 Studi Eksisting	74
3.3.5 Studi Referensi	74
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN	76
4.1 Hasil Perancangan	76
4.1.1 <i>Overview</i>	76
4.1.2 <i>Strategy</i>	122
4.1.3 <i>Ideas</i>	135
4.1.4 <i>Design</i>	144
4.1.5 <i>Production</i>	160
4.1.6 <i>Implementation</i>	177
4.2 Pembahasan Perancangan	187
4.2.1 Analisa <i>Beta Test</i>	187
4.2.2 Analisa <i>Instagram Feeds</i>	194

4.2.3 Analisa Instagram <i>Story</i>	197
4.2.4 Analisa Instagram <i>Ads</i>	200
4.2.5 Analisa <i>Twibbon</i>	201
4.2.6 Analisa Poster	202
4.2.7 Analisa <i>Billboard</i>	203
4.2.8 Analisa <i>Web Ads</i>	204
4.2.9 Analisa YouTube <i>Overlay Ads</i>	205
4.2.10 Analisa <i>Tumbler</i>	206
4.2.11 Analisa Kaos.....	207
4.2.12 Analisa <i>Tote Bag</i>	208
4.2.13 Analisa <i>Ballpoint</i>	209
4.3 <i>Budgeting</i>	211
BAB V PENUTUP	213
5.1 Simpulan	213
5.2 Saran	214
DAFTAR PUSTAKA	ccxvi
LAMPIRAN	ccxix



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian yang Relevan	52
Tabel 3. 1 Kuesioner	60
Tabel 4.1 Data Diri Responden	85
Tabel 4.2 Kebiasaan & Pola Konsumsi Minuman Manis	87
Tabel 4.3 Kesadaran Akan Resiko Diabetes	92
Tabel 4.4 Penggunaan dan Penerapan Media Serta Informasi	95
Tabel 4.5 Tabel <i>SWOT</i> Kampanye #30HariTanpaMinumanManis	108
Tabel 4.6 Tabel <i>SWOT</i> Kampanye #Hands4Diabetes	112
Tabel 4.7 Tabel <i>Creative brief</i>	124
Tabel 4.8 Tabel AISAS	127
Tabel 4.9 Tabel PESO	132
Tabel 4.10 Tabel <i>Big Idea 1</i>	137
Tabel 4.11 Tabel <i>Big Idea 2</i>	138
Tabel 4.12 <i>Budgeting</i>	211



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Contoh <i>Product Oriented</i>	6
Gambar 2.2 Contoh <i>Candidate Oriented</i>	7
Gambar 2.3 Contoh <i>Ideological or Cause Campaign Oriented</i>	7
Gambar 2.4 Videotron Mondial	8
Gambar 2.5 Contoh <i>Earned Media</i> Ulasan Produk.....	9
Gambar 2.6 Fitur <i>Share</i> Instagram	9
Gambar 2.7 Website ZARA	10
Gambar 2.9 Metode AISAS Dentsu	11
Gambar 2.8 <i>Scenario Idea</i>	13
Gambar 2.10 <i>Color Wheels</i>	14
Gambar 2.11 Warna <i>Hue</i>	15
Gambar 2.12 Warna <i>Value</i>	15
Gambar 2.13 Warna <i>Saturation</i>	16
Gambar 2.14 <i>Color Temperature</i>	16
Gambar 2.15 Warna Kontras.....	17
Gambar 2.16 Skema Warna	17
Gambar 2.17 Ilustrasi <i>Documentation</i> “Stop Intimidasi Jurnalis OAP”	21
Gambar 2.18 <i>Commentary Suppression Freedom Speech China</i>	21
Gambar 2.19 Contoh Kampanye <i>Storytelling</i>	22
Gambar 2.20 Ilustrasi Persuasi <i>Original or Chunky</i>	22
Gambar 2.21 Ilustrasi Pada Kampanye <i>Fashion Group Acne</i>	23
Gambar 2.22 <i>Rule of Thirds</i>	25
Gambar 2.23 <i>Symmetry</i>	25
Gambar 2.24 <i>Perspective</i>	26
Gambar 2.25 <i>Leading Line</i>	26
Gambar 2.26 <i>Diagonal</i>	27
Gambar 2.27 Perspektif Tinggi, Sejajar, dan Rendah.....	28
Gambar 2.28 Komposisi Warna	28
Gambar 2.29 Tingkat ISO	29
Gambar 2.30 Tingkat Aperture.....	30
Gambar 2.31 Tingkat <i>Shutter Speed</i>	30
Gambar 2.32 Contoh Kampanye dengan <i>Typography</i> Serif.....	31
Gambar 2.33 Contoh Kampanye dengan <i>Typography</i> Sans-Serif.....	32
Gambar 2.34 Contoh Kampanye dengan <i>Typography</i> Decorative	33
Gambar 2.35 Contoh <i>Story Copy</i>	35
Gambar 2.36 Contoh <i>Teaser copy</i>	35
Gambar 2.37 Anatomi Grid.....	37
Gambar 2.38 Contoh Margin.....	38
Gambar 2.39 Contoh Kolom	39
Gambar 2.40 Contoh <i>Row</i>	39

Gambar 2.41 Contoh <i>Single Column Grid</i>	41
Gambar 2.42 Contoh <i>Two Column Grid</i>	42
Gambar 2.43 Contoh <i>Multi Column Grid</i>	42
Gambar 2.44 Modular Grid	43
Gambar 2.45 Urutan <i>Sequence</i>	45
Gambar 2.46 Contoh <i>Emphasis</i>	46
Gambar 2.47 Contoh <i>Balance</i>	47
Gambar 2.48 Contoh <i>Unity</i> Dalam Poster	48
Gambar 4.1 Wawancara Bersama dr. I Gusti Ngurah Adhiarta	78
Gambar 4.2 Wawancara Dengan Narasumber Penderita Diabetes	82
Gambar 4.3 Pelaksanaan FGD	100
Gambar 4.4 Kampanye #30HariTanpaMinumanManis	107
Gambar 4.5 Kampanye #Hands4Diabetes	111
Gambar 4.6 Informasi Kampanye #Hands4Diabetes Website Tropicana	115
Gambar 4.7 Instagram SCOPH CIMSA	117
Gambar 4.8 <i>Feeds</i> SCOPH CIMSA WDD	118
Gambar 4.9 <i>Channel</i> YouTube Satu Persen	119
Gambar 4.10 Video YouTube Bahaya Gula	120
Gambar 4.11 Logo PERSADIA	123
Gambar 4.12 <i>Scenario Cross Communication</i>	131
Gambar 4.13 <i>Mind Map</i>	136
Gambar 4.14 <i>Moodboard</i>	141
Gambar 4.15 <i>Stylescapes</i>	141
Gambar 4. 16 <i>Colorpalette</i>	142
Gambar 4.17 <i>Typography</i> Kampanye	143
Gambar 4.18 Sketsa Logo	145
Gambar 4.19 Logo Final	146
Gambar 4.20 Varian Logo	146
Gambar 4.21 Perancangan Fotografi	147
Gambar 4.22 <i>Cropping Image</i>	148
Gambar 4.23 Efek <i>Black and White</i>	149
Gambar 4.24 Efek <i>Drop Shadow</i>	150
Gambar 4.25 Efek <i>Outer Glow</i>	151
Gambar 4.26 Efek <i>Levels</i>	152
Gambar 4.27 Efek <i>Noise</i>	153
Gambar 4.28 <i>Typography</i> Sebelum dan Sesudah Pengeditan	153
Gambar 4.29 Elemen Visual <i>Bubble Text</i>	154
Gambar 4.30 Elemen Visual <i>Poison Sugar</i>	155
Gambar 4.31 Elemen Visual Tanda tanya	155
Gambar 4.32 Elemen Visual <i>Capture Frame</i>	156
Gambar 4.33 Elemen Visual <i>Evil Face</i>	156
Gambar 4.34 Pilihan <i>Key Visuals</i>	157
Gambar 4.35 <i>Key Visual</i> Final	158

Gambar 4.36 Perancangam Instagram <i>Ads</i>	161
Gambar 4.37 Perancangan Instagram <i>Feed Attention</i>	162
Gambar 4.38 Perancangan Instagram <i>Story Attention</i>	163
Gambar 4.39 Perancangan <i>Billboard</i>	163
Gambar 4.40 Desain <i>Billboard</i>	164
Gambar 4.41 <i>Perancangan Web Ads</i>	164
Gambar 4.42 Perancangan Youtube <i>Overlay Ads</i>	165
Gambar 4.43 Desain YouTube <i>Overlay Ads</i>	165
Gambar 4.44 Perancangan Poster	166
Gambar 4.45 Perancangan Instagram <i>Feed Interest</i>	167
Gambar 4.46 Perancangan Instagram <i>Story Interest</i>	168
Gambar 4.47 Perancangan Instagram <i>Feed Search</i>	169
Gambar 4.48 Perancangan Instagram <i>Feed Action</i>	170
Gambar 4.49 Perancangan Instagram <i>Feed Share</i>	171
Gambar 4.50 Perancangan <i>Twibbon</i>	172
Gambar 4.51 Perancangan <i>Tumbler</i>	173
Gambar 4.52 Perancangan Kaos	174
Gambar 4.53 Perancangan <i>Tote Bag</i>	175
Gambar 4.54 Perancangan <i>Ballpoint</i>	176
Gambar 4.55 Implementasi Instagram <i>Feeds</i>	178
Gambar 4.56 Implementasi Instagram <i>Story</i>	179
Gambar 4.57 Implementasi <i>Twibbon Instagram</i>	179
Gambar 4.58 Implementasi Instagram <i>Ads</i>	180
Gambar 4.59 Implementasi Poster A2	181
Gambar 4.60 Implementasi <i>Billboard</i>	181
Gambar 4.61 Implementasi <i>Web Ads</i>	182
Gambar 4.62 Implementasi YouTube <i>Overlay Ads</i>	182
Gambar 4.63 Implementasi <i>Tumbler</i>	183
Gambar 4.64 Implementasi Kaos	184
Gambar 4.65 Implementasi <i>Tote Bag</i>	184
Gambar 4.66 Implementasi <i>Tote Bag</i>	185
Gambar 4.67 <i>In-depth Interview</i> Responden 1	190
Gambar 4.68 <i>In-depth Interview</i> Responden 2	191
Gambar 4.69 <i>In-depth Interview</i> Responden 3	193
Gambar 4.70 Analisa Instagram <i>Feed</i> 1	195
Gambar 4.71 Analisa Instagram <i>Feed</i> 2	196
Gambar 4.72 Desain <i>Feeds</i> Keseluruhan	197
Gambar 4.73 Analisa Instagram <i>Story</i> 1	198
Gambar 4.74 Analisa Instagram <i>Story</i> 2	199
Gambar 4.75 Desain <i>Story</i> Keseluruhan	200
Gambar 4.76 Analisa Instagram <i>Ads</i>	201
Gambar 4.77 Analisa <i>Twibbon</i>	202
Gambar 4.78 Analisa Poster	203

Gambar 4.79 Analisa <i>Billboard</i>	204
Gambar 4.80 Analisa <i>Web Ads</i>	205
Gambar 4.81 Analisa YouTube <i>Overlay Ads</i>	206
Gambar 4.82 Analisa <i>Tumblr</i>	207
Gambar 4.83 Analisa Kaos.....	208
Gambar 4.84 Analisa <i>Tote Bag</i>	209
Gambar 4.85 Analisa <i>Ballpoint</i>	210



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Hasil Persentase Turnitin	ccxix
Lampiran Form Bimbingan.....	ccxxi
Lampiran <i>Non-Disclosure Agreement</i>	xxv
Lampiran <i>Non-Disclosure Statement</i>	xxxix
Lampiran Hasil Kuesioner	xl
Lampiran Transkrip Wawancara Narasumber 1.....	iii
Lampiran Transkrip Wawancara Narasumber 2.....	iii
Lampiran Transkrip <i>In-Depth Interview</i>	iii
Lampiran Transkrip FGD.....	v
Lampiran Dokumentasi 1	vi
Lampiran Dokumentasi 2	vii

