

**PERANCANGAN KAMPANYE INTERAKTIF GERAKAN
MENGURANGI SEKSISME BAGI REMAJA LAKI-LAKI**



LAPORAN TUGAS AKHIR

Fusi Candana

00000057452

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

**PERANCANGAN KAMPANYE INTERAKTIF GERAKAN
MENGURANGI SEKSISME BAGI REMAJA LAKI-LAKI**



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual

Fusi Candana

00000057452

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 : Fusi Candana
Nomor Induk Mahasiswa : 00000057452
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

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

PERANCANGAN KAMPANYE INTERAKTIF GERAKAN MENGURANGI SEKSISME BAGI REMAJA LAKI-LAKI

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, 19 Juni 2025



(Fusi Candana)

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

PERANCANGAN KAMPANYE INTERAKTIF GERAKAN MENGURANGI SEKSISME BAGI REMAJA LAKI-LAKI

Oleh

Nama Lengkap : Fusi Candana
Nomor Induk Mahasiswa : 00000057452
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Kamis, 19 Juni 2025
Pukul 13.45 s.d. 14.30 WIB dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Hadi Purnama, S.Ds., M.M.
0313109602/ 083378

Penguji

Muhammad Nabil Oktanuryansyah, M.Ds.
0319109601/ 081434

Pembimbing

Vania Hefra, S.Ds., M.M.
0317099801/ 100021

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 : Fusi Candana
Nomor Induk Mahasiswa : 00000057452
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : ~~D3~~/ S1/ S2*
Judul Karya Ilmiah : PERANCANGAN KAMPANYE INTERAKTIF
MENGURANGI SEKSISME BAGI
REMAJA LAKI-LAKI

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, 19 Juni 2025


(Fusi Candana)

* 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 kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “PERANCANGAN KAMPANYE INTERAKTIF GERAKAN MENGURANGI SEKSISME BAGI REMAJA LAKI-LAKI” dengan baik. Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Desain di Universitas Multimedia Nusantara.

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini, banyak pihak yang telah banyak membantu dan memberikan dukungan moral sehingga laporan ini dapat diselesaikan dengan baik. Maka dari itu, penulis 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. Vania Hefira, S.Ds., M.M., 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. Teman-teman saya yang memberi semangat selama pengerjaan tugas akhir ini.
7. Para narasumber yang bersedia memberi wawasan yang mendukung penulisan.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini memiliki banyak kekurangan, sehingga kritik dan saran sangat penulis terima untuk memperbaiki dan menyempurnakan menjadi lebih baik. Akhir kata, penulis berharap semoga Tugas Akhir ini dapat menjadi manfaat dan mudah untuk dipahami bagi pembacanya.

Tangerang, 19 Juni 2025



(Fusi Candana)

PERANCANGAN KAMPANYE INTERAKTIF GERAKAN MENGURANGI SEKSISME BAGI REMAJA LAKI-LAKI

(Fusi Candana)

ABSTRAK

Budaya patriarki di Indonesia menyebabkan isu sosial seperti seksisme. Seksisme adalah pola pikir dan tindakan diskriminasi terhadap suatu *gender* tertentu yang mengarah pada stigma peran dan tingkatan berbeda antara laki-laki dan perempuan. Ketidakadilan ini melahirkan gerakan menjunjung hak kesetaraan perempuan. Di era teknologi yang banyak pengguna aktif media sosial, kian banyak pula yang berani berpendapat bersifat seksis, serta konten dan opini negatif ini mudah menyebar di media sosial. Seksisme berdampak ke semua pihak, terutama remaja laki-laki yang bisa menjadi contoh buruk dan berpotensi ditiru tanpa pemahaman memadai dan berdampak ke masa depan individu mereka, seperti *cyberbullying* dan perilaku negatif lainnya. Tujuan penelitian adalah merancang kampanye interaktif mengurangi seksisme bagi remaja laki-laki dengan tujuan memahami dan ajak melawan tindakan seksisme yang marak terjadi terhadap perempuan. Metode perancangan yang digunakan adalah metode *design thinking* dan menggunakan strategi komunikasi AISAS untuk membantu perancangan kampanye. Media utama dari perancangan ini adalah *interactive storytelling website* agar penyampaian pesan mudah dipahami secara emosional dan melihat dari sudut pandang korban mengenai seksisme. Dan didukung dengan media sekunder yang didasari strategi komunikasi AISAS, yang terdiri atas *sponsored Instagram story*, *sponsored Instagram post*, *poster*, *merchandise*, dan *gimmick*. Dengan pendekatan persuasif dan inovatif, diharapkan remaja laki-laki dapat mengerti bahwa seksisme itu tidak baik dengan pendekatan pemahaman kesetaraan *gender*.

Kata kunci: seksisme, kesetaraan *gender*, *interactive storytelling*, kampanye

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

INTERACTIVE CAMPAIGN TO REDUCE SEXISM FOR TEENAGE BOYS

(Fusi Candana)

ABSTRACT (English)

Indonesia's patriarchal culture causes social issues such as sexism. Sexism is a mindset and act of discrimination against a particular gender that leads to the stigma of different roles and levels between men and women. This injustice gave birth to the movement to uphold women's equality rights. In a technological era with many active users of social media, more and more people dare to have sexist opinions, and this negative content and opinion is easily spread on social media. Sexism impacts all parties, especially teenage boys who can set a bad example and potentially be imitated without adequate understanding and impact their individual future, such as cyberbullying and other negative behaviors. The research objective is to design an interactive campaign to reduce sexism for teenage boys with the aim of understanding and speaking out against the rampant acts of sexism against women. The design method used is the design thinking method and uses the AISAS communication strategy to help design the campaign. The main media of this design is an interactive storytelling website to deliver messages that are easily understood emotionally and see from the victim's point of view about sexism. And supported by secondary media based on the AISAS communication strategy, which consists of Sponsored Instagram Story, Sponsored Instagram Post, posters, merchandise, and gimmicks. With a persuasive and innovative approach, it is hoped that teenage boys can understand that sexism is not good with an understanding approach to gender equality.

Keywords: *sexism, gender equality, interactive storytelling, campaign*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT (English)</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
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 Media Persuasi Kampanye.....	5
2.1.1 Model Komunikasi Persuasif	6
2.1.2 Psikologi Massa	7
2.1.3 Tujuan Kampanye	8
2.1.4 Jenis Kampanye	10
2.1.5 Strategi Komunikasi Kampanye.....	12
2.1.6 Media Kampanye	14
2.2 Desain Interaktif	17
2.2.1 Prinsip Desain Interaktif.....	17
2.2.2 Proses Desain Interaktif	19
2.2.3 UI/UX	29
2.2.4 <i>Interactive Storytelling</i>	53
2.3 Seksisme	54

2.3.1 Faktor Seksisme	54
2.3.2 Jenis Seksisme	55
2.4 Penelitian yang Relevan.....	57
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN	59
3.1 Subjek Perancangan	59
3.2 Metode dan Prosedur Perancangan	62
3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan	65
3.3.1 Wawancara	65
3.3.2 Kuesioner	69
3.3.3 Studi Eksisting.....	72
3.3.4 Studi Referensi	73
3.3.5 <i>Alpha Test</i>	73
3.3.6 <i>Beta Test</i>	74
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN	77
4.1 Hasil Perancangan	77
4.1.1 <i>Empathize</i>	77
4.1.2 <i>Define</i>	100
4.1.3 <i>Ideate</i>	104
4.1.4 <i>Prototype</i>	129
4.1.5 <i>Test</i>	169
4.1.6 Kesimpulan Perancangan.....	178
4.2 Pembahasan Perancangan	179
4.2.1 Analisis <i>Beta Test</i>	180
4.2.2 Analisis Desain <i>Interactive Storytelling</i>	186
4.2.3 Analisis Desain <i>Sponsored Instagram</i>	196
4.2.4 Analisis Desain Poster.....	198
4.2.5 Analisis Desain <i>Merchandise Sticker</i>	200
4.2.6 Analisis Desain <i>Merchandise Keychain</i>	202
4.2.7 Analisis Desain <i>Gimmick Enamel</i>	204
4.2.8 Analisis Desain <i>Gimmick Sticker Whatsapp</i>	206
4.2.9 Analisis Desain Spanduk	208
4.2.10 Anggaran	210

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN.....	212
5.1 Simpulan	212
5.2 Saran	213
DAFTAR PUSTAKA	xvii
LAMPIRAN.....	xxiii



UMN
 UNIVERSITAS
 MULTIMEDIA
 NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 <i>Color Scheme</i>	38
Tabel 2.2 <i>Color Roles</i>	42
Tabel 2.3 <i>Bagian Grid</i>	45
Tabel 2.4 <i>Tipe Grid</i>	47
Tabel 2.5 <i>Penelitian yang Relevan</i>	57
Tabel 3.1 <i>Kuesioner Bagian Data Responden</i>	69
Tabel 3.2 <i>Kuesioner Bagian Seksisme</i>	70
Tabel 3.3 <i>Kuesioner Bagian Feminisme, Media Informasi, dan Minat Gabung</i> ..	71
Tabel 4.1 <i>Hasil Kuesioner Bagian Data Responden</i>	88
Tabel 4.2 <i>Hasil Kuesioner Bagian Seksisme</i>	89
Tabel 4.3 <i>Hasil Kuesioner Bagian Feminisme, Media Informasi, Minat Gabung</i> 90	
Tabel 4.4 <i>SWOT Kampanye HeForShe</i>	93
Tabel 4.5 <i>SWOT Aliansi Laki-laki Baru</i>	94
Tabel 4.6 <i>SWOT Kampanye Dare To Speak Up</i>	95
Tabel 4.7 <i>Tabel Media Komunikasi AISAS</i>	117
Tabel 4.8 <i>Timeline Kampanye</i>	120
Tabel 4.9 <i>Tabel Copywriting Media Kampanye</i>	143
Tabel 4.10 <i>Pertanyaan Kuesioner Alpha Test</i>	170
Tabel 4.11 <i>Hasil Kuesioner Alpha Test Bagian Data Responden</i>	172
Tabel 4.12 <i>Hasil Kuesioner Alpha Test Bagian Visual</i>	173
Tabel 4.13 <i>Hasil Kuesioner Alpha Test Bagian Interaktivitas</i>	174
Tabel 4.14 <i>Hasil Kuesioner Alpha Test Bagian Engagement & Emotional</i>	174
Tabel 4.15 <i>Anggaran</i>	210



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Ostergaard's Campaign Model</i>	8
Gambar 2.2 Contoh <i>Product-Oriented Campaign</i>	10
Gambar 2.3 Contoh <i>Candidate-Oriented Campaign</i>	11
Gambar 2.4 Contoh <i>Ideologically or Cause Related Campaign</i>	11
Gambar 2.5 Diagram AISAS	12
Gambar 2.6 <i>Empathy Map</i>	20
Gambar 2.7 <i>Empathy Map Template</i>	21
Gambar 2.8 <i>User Persona</i>	22
Gambar 2.9 <i>Customer Journey Map Template</i>	23
Gambar 2.10 <i>Information Architecture</i>	24
Gambar 2.11 <i>Flowchart</i> dengan <i>LucidChart</i>	25
Gambar 2.12 <i>Wireframe</i>	26
Gambar 2.13 <i>Low-Fidelity</i>	27
Gambar 2.14 <i>High-Fidelity</i>	28
Gambar 2.15 <i>Serif</i>	33
Gambar 2.16 <i>Sans Serif</i>	34
Gambar 2.17 <i>Script</i>	34
Gambar 2.18 <i>Decorative</i>	35
Gambar 2.19 <i>Color Wheel</i>	37
Gambar 2.20 <i>Color Roles</i>	42
Gambar 2.21 <i>Photograph</i>	49
Gambar 2.22 <i>Illustration</i>	50
Gambar 2.23 <i>Iconography</i>	50
Gambar 3.1 <i>Design Thinking Process</i>	63
Gambar 4.1 Wawancara dengan Nada Salsabila, S.Hum.	78
Gambar 4.2 Wawancara dengan Rubiyanti.....	81
Gambar 4.3 Wawancara dengan Supriarti	82
Gambar 4.4 Wawancara dengan Ratna Dewi	83
Gambar 4.5 Wawancara dengan Claudia Eva Ganda	85
Gambar 4.6 <i>Website The Boat</i>	97
Gambar 4.7 <i>Website Untrafficked</i>	97
Gambar 4.8 Ilustrasi OMORI.....	98
Gambar 4.9 Ilustrasi <i>Sendbox</i>	99
Gambar 4.10 <i>Empathy Map</i>	101
Gambar 4.11 <i>User Persona</i>	101
Gambar 4.12 <i>Customer Journey Map</i>	103
Gambar 4.13 <i>Customer Journey Map</i> Kampanye Mengurangi Seksisme	104
Gambar 4.14 <i>Mindmapping</i>	105

Gambar 4.15 Alternatif <i>Keyword</i>	106
Gambar 4.16 Alternatif <i>Big Idea</i>	107
Gambar 4.17 Referensi Tipografi	109
Gambar 4.18 Tipografi Six Hands Marker dan Montserrat	109
Gambar 4.19 Referensi <i>Copywriting</i>	110
Gambar 4.20 Referensi Warna	111
Gambar 4.21 Warna Palet	111
Gambar 4.22 Gaya Visual dan Gaya Ilustrasi	113
Gambar 4.23 <i>Moodboard</i>	114
Gambar 4.24 <i>Stylescape</i>	115
Gambar 4.25 Proses <i>Brainstorming</i> Nama Kampanye dan Judul <i>Storytelling</i> ...	116
Gambar 4.26 <i>Content Plan Storytelling Chapter Satu</i>	123
Gambar 4.27 <i>Content Plan Storytelling Chapter Dua</i>	123
Gambar 4.28 <i>Content Plan Storytelling Chapter Tiga</i>	124
Gambar 4.29 Referensi Visual Karakter Utama	125
Gambar 4.30 Referensi Visual Karakter Pendukung	126
Gambar 4.31 Referensi Visual Ekspresi	127
Gambar 4.32 Referensi Visual Logo.....	127
Gambar 4.33 Referensi Visual Tambahan	128
Gambar 4.34 <i>Information Architecture</i>	129
Gambar 4.35 <i>Flowchart</i>	130
Gambar 4.36 Referensi Visual Karakter Utama	131
Gambar 4.37 Sketsa Alternatif Karakter Utama Raka	132
Gambar 4.38 Digitalisasi Final Karakter Utama Raka	132
Gambar 4.39 Referensi Visual Karakter Pendukung	133
Gambar 4.40 Sketsa Alternatif Karakter Pendukung	134
Gambar 4.41 Digitalisasi Final Karakter Pendukung	135
Gambar 4.42 <i>Storyboard Satu</i>	136
Gambar 4.43 <i>Storyboard Dua</i>	137
Gambar 4.44 <i>Storyboard Tiga</i>	138
Gambar 4.45 <i>Storyboard Empat</i>	139
Gambar 4.46 <i>Storyboard Lima</i>	140
Gambar 4.47 <i>Storyboard Enam</i>	141
Gambar 4.48 <i>Storyboard Tujuh</i>	142
Gambar 4.49 Digitalisasi <i>Storyboard</i>	143
Gambar 4.50 Referensi <i>Sponsored Instagram Content</i>	145
Gambar 4.51 Sketsa Alternatif <i>Sponsored Instagram Content</i>	146
Gambar 4.52 Desain <i>Sponsored Instagram Story dan Post</i>	147
Gambar 4.53 Desain Final <i>Sponsored Instagram Story dan Post</i>	148
Gambar 4.54 Referensi Poster.....	149
Gambar 4.55 Sketsa Alternatif Poster	149
Gambar 4.56 Desain Poster.....	150
Gambar 4.57 Desain Final Poster.....	151

Gambar 4.58 Ide Perancangan <i>Sticker</i>	152
Gambar 4.59 Desain <i>Sticker</i>	152
Gambar 4.60 Ide Perancangan <i>Keychain</i>	153
Gambar 4.61 Desain <i>Keychain</i>	154
Gambar 4.62 Ide Perancangan <i>Enamel</i>	154
Gambar 4.63 Ide Perancangan <i>Sticker</i> Whatsapp	155
Gambar 4.64 Desain <i>Sticker</i> Whatsapp.....	156
Gambar 4.65 Referensi Spanduk.....	157
Gambar 4.66 Sketsa Alternatif Spanduk.....	157
Gambar 4.67 Desain Spanduk.....	158
Gambar 4.68 Desain Final Spanduk.....	158
Gambar 4.69 <i>Wireframe</i>	159
Gambar 4.70 Referensi Visual Logo.....	160
Gambar 4.71 Sketsa Alternatif Logo	160
Gambar 4.72 <i>Grid</i> Logo.....	161
Gambar 4.73 Desain Logo	161
Gambar 4.74 <i>Prototype</i>	163
Gambar 4.75 <i>Grid Interactive Storytelling</i>	163
Gambar 4.76 <i>High-fidelity Chapter Satu</i>	164
Gambar 4.77 <i>High-fidelity</i> Bagian <i>Chapter Satu</i>	165
Gambar 4.78 <i>High-fidelity</i> Bagian <i>Chapter Dua dan Tiga</i>	166
Gambar 4.79 <i>High-fidelity</i> Bagian <i>Making Decision</i> dan <i>Did-You-Know Card</i>	167
Gambar 4.80 <i>High-fidelity</i> Bagian <i>Closing Page</i>	168
Gambar 4.81 <i>High-fidelity</i>	168
Gambar 4.82 Desain untuk <i>Prototype-Day</i> (Poster, QR Poster, <i>Card Design</i>) ..	170
Gambar 4.83 Hasil Perbaikan Warna Sesudah dan Sebelum.....	176
Gambar 4.84 Hasil Perbaikan Durasi Navigasi <i>Scroll</i> Sesudah dan Sebelum....	177
Gambar 4.85 Hasil Perbaikan Navigasi <i>Scroll</i> Sesudah dan Sebelum.....	177
Gambar 4.86 Hasil Perbaikan <i>Emphasis</i> Teks Sesudah dan Sebelum.....	177
Gambar 4.87 Wawancara <i>Beta Test</i> dengan Raghil Alghifari	182
Gambar 4.88 Wawancara <i>Beta Test</i> dengan Andra Nurahmad.....	183
Gambar 4.89 Wawancara <i>Beta Test</i> dengan Pikat Sundana	184
Gambar 4.90 <i>Landing Page</i>	187
Gambar 4.91 <i>Landing Page Input Name</i>	187
Gambar 4.92 <i>Chapter Page</i>	188
Gambar 4.93 Navigasi <i>Click to Continue</i>	189
Gambar 4.94 <i>Making-Decision Section</i>	190
Gambar 4.95 <i>Did-You-Know Card</i>	190
Gambar 4.96 <i>About Page</i>	191
Gambar 4.97 <i>Explore Page</i>	192
Gambar 4.98 <i>Closing Page</i>	193
Gambar 4.99 Daftar Sekolah.....	193
Gambar 4.100 <i>Mockup Sponsored Instagram</i>	196

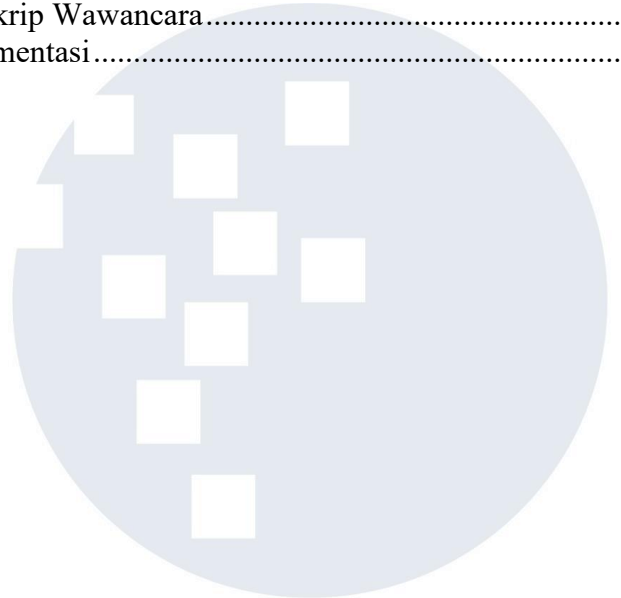
Gambar 4.101 <i>Mockup Poster</i>	199
Gambar 4.102 <i>Mockup Sticker</i>	201
Gambar 4.103 <i>Mockup Keychain</i>	203
Gambar 4.104 <i>Mockup Enamel</i>	204
Gambar 4.105 <i>Mockup Desain Sticker Whatsapp</i>	206
Gambar 4.106 <i>Mockup Spanduk</i>	208



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Hasil Persentase Turnitin.....	xxiii
Lampiran Form Bimbingan & Spesialis	xxv
Lampiran <i>Non-Disclosure Agreement</i>	xxxix
Lampiran <i>Consent Form</i>	xlvii
Lampiran Hasil Kuesioner	xlvi
Lampiran Transkrip Wawancara.....	lix
Lampiran Dokumentasi.....	xc



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA