

**PERANCANGAN KAMPANYE INTERAKTIF TENTANG
LAYANAN KESEHATAN MENTAL DI STUDENT SUPPORT
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**



LAPORAN TUGAS AKHIR

Rachel Patricia Anthony
00000067623

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS SENI DAN DESAIN
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2026**

**PERANCANGAN KAMPANYE INTERAKTIF TENTANG
LAYANAN KESEHATAN MENTAL DI STUDENT SUPPORT
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual

Rachel Patricia Anthony

00000067623

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2026

i

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Rachel Patricia Anthony
Nomor Induk Mahasiswa : 00000067623
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

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

**PERANCANGAN KAMPANYE INTERAKTIF TENTANG
LAYANAN KESEHATAN MENTAL DI STUDENT SUPPORT
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

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, 6 Januari 2026



(Rachel Patricia Anthony)

HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Rachel Patricia Anthony
NIM : 00000067623
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Judul Laporan : PERANCANGAN KAMPANYE INTERAKTIF
TENTANG LAYANAN KESEHATAN MENTAL DI
STUDENT SUPPORT UNIVERSITAS MULTIMEDIA
NUSANTARA

Dengan ini saya menyatakan secara jujur menggunakan bantuan Kecerdasan Artifisial (AI) dalam pengerjaan Tugas/Project/Tugas Akhir*(coret salah satu) sebagai berikut (beri tanda centang yang sesuai):

- ☐ Menggunakan AI sebagaimana diizinkan untuk membantu dalam menghasilkan ide-ide utama saja
- ☐ Menggunakan AI sebagaimana diizinkan untuk membantu menghasilkan teks pertama saja
- ☐ Menggunakan AI untuk menyempurnakan sintaksis dan tata bahasa untuk pengumpulan tugas
- ☒ Karena tidak diizinkan: Tidak menggunakan bantuan AI dengan cara apa pun dalam pembuatan tugas

Saya juga menyatakan bahwa:

- (1) Menyerahkan secara lengkap dan jujur penggunaan perangkat AI yang diperlukan dalam tugas melalui Formulir Penggunaan Perangkat Kecerdasan Artifisial (AI)
- (2) Saya mengakui bahwa saya telah menggunakan bantuan AI dalam tugas saya baik dalam bentuk kata, paraphrase, penyertaan ide atau fakta penting yang disarankan oleh AI dan saya telah menyantumkan dalam sitasi serta referensi
- (3) Terlepas dari pernyataan di atas, tugas ini sepenuhnya merupakan karya saya sendiri

Tangerang, 6 Januari 2026

Yang Menyatakann



(Rachel Patricia Anthony)

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

**PERANCANGAN KAMPANYE INTERAKTIF TENTANG
LAYANAN KESEHATAN MENTAL DI STUDENT SUPPORT
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

Oleh

Nama Lengkap : Rachel Patricia Anthony
Nomor Induk Mahasiswa : 00000067623
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Selasa, 6 Januari 2026

Pukul 13.00 s.d. 13.45 WIB dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Muhammad Nabil Oktanuryansyah, M.Ds.
0319109601/ 081434

Penguji



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

Pembimbing



Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A.
0311099302/ 043487

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 : Rachel Patricia Anthony
Nomor Induk Mahasiswa : 00000067623
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : ~~D3~~/ S1/ S2
Judul Karya Ilmiah : PERANCANGAN KAMPANYE
INTERAKTIF TENTANG LAYANAN
KESEHATAN MENTAL DI STUDENT
SUPPORT UNIVERSITAS MULTIMEDIA
NUSANTARA

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, 6 Januari 2026



(Rachel Patricia Anthony)

* 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 peneliti panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga tugas akhir yang berjudul “Perancangan Kampanye Interaktif tentang Layanan Kesehatan Mental di Student Support Universitas Multimedia Nusantara” ini dapat diselesaikan dengan baik. Karya ilmiah ini disusun sebagai bagian dari pemenuhan syarat akademik dalam menyelesaikan studi di Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Multimedia Nusantara. Topik ini diangkat karena sebagian mahasiswa masih enggan untuk mengakses layanan kesehatan mental Student Support. Dengan dilaksanakannya perancangan media kampanye interaktif ini diharapkan mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara lebih memahami layanan kesehatan mental Student Support UMN dan mendapatkan rasa aman untuk mengakses layanan tersebut. Peneliti menyadari bahwa penyusunan karya ilmiah ini tidak dapat diselesaikan tanpa adanya dukungan, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak yang turut berperan dalam kelancaran penelitian dan perancangan yang dilakukan. Oleh karena itu, peneliti ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu.

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. Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A., 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 peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

6. Seluruh narasumber yang telah meluangkan waktunya untuk berbagi pengetahuan dan pemahaman dalam membantu pengumpulan data penelitian.
7. Orang-orang terdekat peneliti yang telah memberikan dukungan, baik secara moral maupun emosional, selama proses penyusunan tugas akhir ini.

Semoga karya ilmiah ini dapat memberikan dampak positif dalam mendorong optimalisasi layanan kesehatan mental yang telah disediakan bagi mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 6 Januari 2026



(Rachel Patricia Anthony)



PERANCANGAN KAMPANYE INTERAKTIF TENTANG LAYANAN KESEHATAN MENTAL DI STUDENT SUPPORT UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

(Rachel Patricia Anthony)

ABSTRAK

Mahasiswa merupakan golongan yang rentan mengalami gangguan kesehatan mental, akan tetapi masih ada yang enggan mengakses layanan kesehatan mental, termasuk layanan Student Support yang telah difasilitasi oleh Universitas Multimedia Nusantara (UMN). Adanya keraguan terhadap layanan kesehatan mental Student Support ini menjadi hambatan utama yang menyebabkan layanan tersebut belum dimanfaatkan secara optimal. Di sisi lain, media yang digunakan oleh Student Support belum menekankan aspek kerahasiaan, minim testimoni, serta belum mensosialisasikan opsi konseling *online*. Jika situasi ini terus berlanjut, maka bisa mengganggu aktivitas keseharian dan prestasi akademik mahasiswa. Peneliti menggunakan metode perancangan dari teori Landa dalam buku *Advertising by Design* yang mencakup 6 tahap, yaitu *overview*, *strategy*, *ideas*, *design*, *production*, dan *implementation*. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan kuesioner. Hasil data menunjukkan bahwa mahasiswa lebih relevan dengan media yang bersifat personal dengan tone *empathy*. Berdasarkan hal itu, dirancang kampanye interaktif dengan *microsite* sebagai media utama. Dilakukan *Alpha Test* pada hasil *prototype microsite* melalui *Prototype Day* sehingga memberikan *feedback* yang digunakan peneliti sebagai bahan pertimbangan untuk penyempurnaan perancangan. Selain itu, dirancang juga media sekunder berupa instalasi, *banner*, poster QR, IG *story*, IG *post*, IG *reels*, *event*, dan *gimmick*. Media hasil perancangan melalui tahapan *Beta Test* kepada mahasiswa UMN sebagai target perancangan, dan dapat disimpulkan meningkatkan pemahaman dan rasa aman mahasiswa terhadap Student Support.

Kata kunci: Kampanye Interaktif, Layanan Kesehatan Mental, Student Support, Universitas Multimedia Nusantara

***DESIGNING AN INTERACTIVE CAMPAIGN ABOUT
MENTAL HEALTH SERVICES OF STUDENT SUPPORT,
MULTIMEDIA NUSANTARA UNIVERSITY***

(Rachel Patricia Anthony)

ABSTRACT (English)

College students are vulnerable to mental health issues, however many are still reluctant to access mental health services, including the Student Support services facilitated by Universitas Multimedia Nusantara (UMN). This hesitation toward Student Support's mental health services are the main obstacles preventing these services from being utilized optimally. On the other hand, the media used by Student Support has not emphasized confidentiality, includes minimal testimonials, and has not promoted the option of online counseling. If this situation continues, it could disrupt students' daily activities and academic performance. The researcher applied the design method based on Landa's theory in the book Advertising by Design, which consists of six stages: overview, strategy, ideas, design, production, and implementation. Data was collected through interviews, observations, and questionnaires. The results indicate that students relate more to personal media with an empathetic tone. Based on this finding, an interactive campaign was designed, with a microsite as the primary media. An Alpha Test was conducted on the microsite prototype results through Prototype Day, providing feedback that the researcher used as a basis for consideration in refining the design. Additionally, secondary media were designed in the form of installations, banners, QR posters, IG stories, IG posts, IG reels, an event, and gimmicks. The designed media then went through a Beta Test with UMN students as the target audience, and it can be concluded that this improved students' understanding and sense of security regarding Student Support.

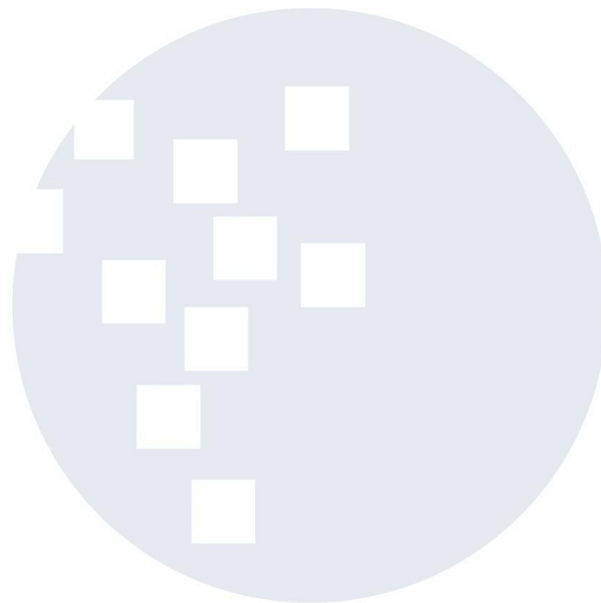
Keywords: *Interactive Campaign, Mental Health Services, Student Support, Multimedia Nusantara University*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT (English)</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
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 Sosial.....	5
2.1.1 Tujuan Kampanye Sosial	5
2.1.2 Strategi Kampanye AISAS.....	7
2.1.3 Strategi Penyampaian Pesan	10
2.1.4 Prinsip Kampanye.....	13
2.1.5 Media Kampanye	17
2.1.6 Desain Kampanye Sosial	20
2.2 Kesehatan Mental	49
2.2.1 Gejala Masalah Kesehatan Mental.....	49
2.2.2 Pencegahan Masalah Kesehatan Mental	50
2.2.3 Penanganan Masalah Kesehatan Mental.....	52

2.3 Layanan Kesehatan Mental di Perguruan Tinggi	53
2.3.1 Peran Perguruan Tinggi	53
2.3.2 Jenis Layanan	53
2.3.3 Manfaat Layanan Kesehatan Mental	54
2.4 Penelitian yang Relevan	55
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN	58
3.1 Subjek Perancangan	58
3.2 Metode dan Prosedur Perancangan	59
3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan	61
3.3.1 Wawancara	62
3.3.2 Observasi	68
3.3.3 Kuesioner	68
3.3.4 Studi Eksisting	75
3.3.5 Studi Referensi	75
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN	76
4.1 Hasil Perancangan	76
4.1.1 Overview	76
4.1.2 Strategy	116
4.1.3 Ideas	125
4.1.4 Design	136
4.1.5 Production	187
4.1.6 Implementation	189
4.1.7 Simpulan Perancangan	196
4.2 Pembahasan Perancangan	197
4.2.1 Beta Test	197
4.2.2 Analisis Media <i>Attention</i>	205
4.2.3 Analisis Media <i>Interest</i>	210
4.2.4 Analisis Media <i>Search</i>	215
4.2.5 Analisis Media <i>Action</i>	221
4.2.6 Analisis Media <i>Share</i>	226
4.2.7 Anggaran	229
BAB V PENUTUP	231

5.1 Simpulan	231
5.2 Saran	232
DAFTAR PUSTAKA	xix
LAMPIRAN.....	xxiii



UMN
 UNIVERSITAS
 MULTIMEDIA
 NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan.....	55
Tabel 3.1 Kuesioner Biodata Responden.....	68
Tabel 3.2 Kuesioner Layanan Kesehatan Mental Student Support.....	69
Tabel 3.3 Kuesioner Media.....	73
Tabel 4.1 Hasil Biodata Responden Kuesioner.....	94
Tabel 4.2 Alasan Keraguan Mahasiswa terhadap Student Support	97
Tabel 4.3 Hasil Likert Responden Kuesioner	99
Tabel 4.4 SWOT Kampanye Happiness Student Support	105
Tabel 4.5 SWOT Instagram UI Sehat Mental.....	107
Tabel 4.6 SWOT Kampanye Unboxed	111
Tabel 4.7 SWOT Kampanye.....	116
Tabel 4.8 <i>Brand Mandatory</i>	120
Tabel 4.9 Strategi dan Taktik Pesan.....	121
Tabel 4.10 Strategi Pesan AISAS	122
Tabel 4.11 <i>Timeline</i> Kampanye	125
Tabel 4.12 <i>Content Planning</i> Tahap <i>Interest</i>	152
Tabel 4.13 <i>Storyboard</i>	155
Tabel 4.14 <i>Microsite Planning</i>	160
Tabel 4.15 <i>Microsite Low Fidelity</i>	162
Tabel 4.16 <i>Content Planning</i> Tahap <i>Action</i>	171
Tabel 4.17 Rincian Media AISAS	187
Tabel 4.18 Indikator Kuesioner <i>Prototype Day</i>	190
Tabel 4.19 Hasil Kuesioner <i>Prototype Day</i> Bagian Visual.....	190
Tabel 4.20 Hasil Kuesioner <i>Prototype Day</i> Bagian Interaktivitas.....	191
Tabel 4.21 Hasil Kuesioner <i>Prototype Day</i> Bagian Konten	193
Tabel 4.22 Hasil Iterasi <i>Prototype Day</i>	194
Tabel 4.23 Indikator Kuesioner <i>Beta Test</i>	197
Tabel 4.24 Hasil Kuesioner <i>Beta Test</i> Media Tahap <i>Attention</i>	198
Tabel 4.25 Hasil Kuesioner <i>Beta Test</i> Media Tahap <i>Interest</i>	199
Tabel 4.26 Hasil Kuesioner <i>Beta Test</i> Media Tahap <i>Search</i>	201
Tabel 4.27 Hasil Kuesioner <i>Beta Test</i> Media Tahap <i>Action</i>	202
Tabel 4.28 Hasil Kuesioner <i>Beta Test</i> Media Tahap <i>Share</i>	203
Tabel 4.29 Rincian Anggaran	229

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Aisas.....	7
Gambar 2.2 <i>Ambient Media</i> Denver Water.....	8
Gambar 2.3 <i>Website</i> R U OK.....	9
Gambar 2.4 <i>Domestic Violence Campaign Instagram Filter</i>	9
Gambar 2.5 Strategi Pemasaran 4P	15
Gambar 2.6 <i>Instagram Ads</i> sebagai <i>Paid Media</i>	17
Gambar 2.7 Contoh <i>Owned Media</i>	19
Gambar 2.8 Palet Warna <i>Monochromatic Blue</i>	20
Gambar 2.9 Warna <i>Analogous</i>	21
Gambar 2.10 Warna <i>Complementary</i>	21
Gambar 2.11 Warna <i>Split Complementary</i>	22
Gambar 2.12 Warna <i>Triadic</i>	23
Gambar 2.13 Warna <i>Tetradic</i>	23
Gambar 2.14 <i>Cool Colors</i> dan <i>Warm Colors</i>	24
Gambar 2.15 <i>Smiley Faces</i>	25
Gambar 2.16 Hutan Hijau	26
Gambar 2.17 Warna Ungu pada Kain	27
Gambar 2.18 Ruangan Warna Coklat	28
Gambar 2.19 Klasifikasi <i>Typeface</i>	30
Gambar 2.20 Contoh Ilustrasi Impresionisme	32
Gambar 2.21 Contoh Ilustrasi Jenis Abstrak	33
Gambar 2.22 Contoh <i>Sequential Imagery</i>	33
Gambar 2.23 Elemen <i>Grid</i>	34
Gambar 2.24 <i>Advertising Billboard</i>	38
Gambar 2.25 Contoh Desain <i>Symmetrical Balance</i>	39
Gambar 2.26 Contoh Hukum Gestalt.....	40
Gambar 2.27 Anatomi <i>Website</i>	44
Gambar 2.28 UX <i>Honeycomb</i>	46
Gambar 4.1 Wawancara dengan Yanuar Lurisa Aldio S.Psi.	77
Gambar 4.2 Wawancara dengan Ketua Crewmates.....	80
Gambar 4.3 Wawancara dengan Ahli Kampanye	82
Gambar 4.4 <i>Hanging Banner</i> Student Support	87
Gambar 4.5 Poster Student Support di Papan Pengumuman	88
Gambar 4.6 Akun Instagram Student Support	89
Gambar 4.7 <i>Pinned Post</i> Instagram Student Support	90
Gambar 4.8 Konten Instagram Student Support	90
Gambar 4.9 Akun Youtube Student Support	91
Gambar 4.10 <i>Blast Email</i> Student Support	92
Gambar 4.11 <i>Booth</i> Student Support	92
Gambar 4.12 Grafik Sumber Informasi Pertama Student Support	95

Gambar 4.13 Grafik Tingkat Pemahaman Layanan.....	95
Gambar 4.14 Grafik Tingkat Pemanfaatan Layanan.....	96
Gambar 4.15 Grafik Kebutuhan Dukungan Emosional Mahasiswa	97
Gambar 4.16 Hasil Saran dan Masukan Mahasiswa.....	101
Gambar 4.17 Grafik Saluran Media Informasi Student Support.....	102
Gambar 4.18 Grafik Platform Media Kampus Mahasiswa.....	102
Gambar 4.19 Grafik Preferensi Media Interaktif Mahasiswa	103
Gambar 4.20 <i>Reels</i> Instagram Kampanye Happiness Student Support	104
Gambar 4.21 Akun Instagram UI Sehat Mental.....	106
Gambar 4.22 Kampanye Unboxed.....	108
Gambar 4.23 <i>Website</i> Unboxed.....	109
Gambar 4.24 Tampilan <i>Email</i> Unboxed	109
Gambar 4.25 <i>Banner</i> Kampanye Unboxed	110
Gambar 4.26 <i>Pop Up Event</i> Unboxed.....	110
Gambar 4.27 <i>Every Last Drop Website</i>	112
Gambar 4.28 <i>Homepage Microsite</i> Blue Heart.....	113
Gambar 4.29 Halaman <i>Microsite</i> Blue Heart.....	113
Gambar 4.30 <i>Emphaty Map</i>	115
Gambar 4.31 <i>User Persona</i>	117
Gambar 4.32 <i>User Journey</i>	118
Gambar 4.33 <i>Media Journey</i>	122
Gambar 4.34 <i>Mindmap</i> Data	126
Gambar 4.35 <i>Mindmap</i> Kreatif	127
Gambar 4.36 Opsi <i>Big Idea</i>	128
Gambar 4.37 <i>Moodboard</i>	130
Gambar 4.38 Referensi Ilustrasi.....	131
Gambar 4.39 Referensi Logo	131
Gambar 4.40 Referensi <i>Font</i>	132
Gambar 4.41 <i>Color Palette</i>	133
Gambar 4.42 <i>Font</i>	133
Gambar 4.43 Sketsa <i>Key Visual</i>	134
Gambar 4.44 Hasil <i>Key Visual</i> Sementara	135
Gambar 4.45 Hasil Revisi Pertama <i>Key Visual</i>	135
Gambar 4.46 <i>Key Visual</i> Final.....	136
Gambar 4.47 Proses Logo	137
Gambar 4.48 Variasi Logo.....	137
Gambar 4.49 Logo Final	138
Gambar 4.50 Proses Ilustrasi Mercusuar	138
Gambar 4.51 Proses Ilustrasi Perahu	139
Gambar 4.52 Ruang Konseling.....	140
Gambar 4.53 Sketsa Media <i>Action</i> Instalasi	140
Gambar 4.54 Proses 3D Media <i>Action</i> Instalasi.....	141
Gambar 4.55 <i>Decal</i> Karpet Media <i>Action</i> Instalasi	141

Gambar 4.56 <i>Decal Sticky Note Media Action</i> Instalasi	142
Gambar 4.57 Hasil Proses Media <i>Action</i> Instalasi	142
Gambar 4.58 Sketsa Poster QR.....	143
Gambar 4.59 <i>Grid</i> Poster QR.....	144
Gambar 4.60 <i>Copywriting Banner</i>	145
Gambar 4.61 Sketsa <i>Banner</i>	145
Gambar 4.62 <i>Grid Banner</i>	145
Gambar 4.63 Sketsa Story Attention.....	146
Gambar 4.64 <i>Grid Story Attention</i>	147
Gambar 4.65 Sketsa Media <i>Interest</i> Instalasi.....	148
Gambar 4.66 3D Properti Media <i>Interest</i> Instalasi	149
Gambar 4.67 Susunan Objek 3D Instalasi Tahap <i>Interest</i>	149
Gambar 4.68 <i>Image</i> Kebutuhan Instalasi Tahap <i>Interest</i>	150
Gambar 4.69 Hasil Objek 3D Instalasi Tahap <i>Interest</i>	150
Gambar 4.70 <i>Decal</i> Karpet Instalasi Tahap <i>Interest</i>	151
Gambar 4.71 <i>Content Planning Feeds IG</i>	152
Gambar 4.72 <i>Grid Post IG</i> Tahap <i>Interest</i> 1	153
Gambar 4.73 <i>Grid Post IG</i> Tahap <i>Interest</i> 2.....	154
Gambar 4.74 Proses Aset <i>Motion Graphic</i>	159
Gambar 4.75 Hasil <i>Reels</i>	159
Gambar 4.76 <i>Sitemap</i> dan <i>Userflow Microsite</i>	161
Gambar 4.77 <i>Grid Microsite</i>	162
Gambar 4.78 Aset Ilustrasi Kertas dan Botol Kaca	165
Gambar 4.79 <i>Icon Microsite</i>	166
Gambar 4.80 <i>Button Microsite</i>	166
Gambar 4.81 Animasi <i>Microsite</i>	166
Gambar 4.82 <i>Homepage Microsite</i>	167
Gambar 4.83 <i>Section Empathy Microsite</i>	167
Gambar 4.84 <i>Section Reassurance Microsite</i>	168
Gambar 4.85 <i>Section Testimony Microsite</i>	168
Gambar 4.86 <i>Section Affirmation Microsite</i>	169
Gambar 4.87 <i>Section Event Microsite</i>	169
Gambar 4.88 <i>Section Closing Microsite</i>	170
Gambar 4.89 <i>Information Section Microsite</i>	170
Gambar 4.90 <i>Grid Post</i> 1 Tahap <i>Search</i>	175
Gambar 4.91 <i>Grid Post</i> 2 Tahap <i>Search</i>	175
Gambar 4.92 <i>Grid Post</i> 3 Tahap <i>Search</i>	176
Gambar 4.93 <i>Grid Post</i> 4 Tahap <i>Search</i>	176
Gambar 4.94 <i>Grid Post</i> 5 Tahap <i>Search</i>	177
Gambar 4.95 <i>Grid Post</i> 6 Tahap <i>Search</i>	177
Gambar 4.96 <i>Photobox</i>	178
Gambar 4.97 Detail Konsep <i>Booth</i>	179
Gambar 4.98 Sketsa <i>Booth</i>	180

Gambar 4.99 Proses 3D Booth Event	180
Gambar 4.100 Decal Booth Event	181
Gambar 4.101 Banner Event	181
Gambar 4.102 Grid Story Action 1	182
Gambar 4.103 Grid Story Action 2	182
Gambar 4.104 Grid Story Action 3	183
Gambar 4.105 Proses Stiker	184
Gambar 4.106 Grid Memopad	185
Gambar 4.107 Affirmation Card	185
Gambar 4.108 Proses Frame IG Story	186
Gambar 4.109 Prototype Day	189
Gambar 4.110 Hasil Instalasi Tahap Attention	205
Gambar 4.111 Close Up Hasil Instalasi Tahap Attention	206
Gambar 4.112 Mock Up Poster QR.....	207
Gambar 4.113 Mock Up Banner	208
Gambar 4.114 Mock Up IG Story Tahap Attention.....	209
Gambar 4.115 Mock Up Instalasi Tahap Interest.....	210
Gambar 4.116 Close Up Mock Up Instalasi Tahap Interest.....	211
Gambar 4.117 Mock Up Tripod Banner Instalasi	211
Gambar 4.118 Mock Up IG Reels	212
Gambar 4.119 Mock Up Post 1 Tahap Interest.....	213
Gambar 4.120 Mock Up Post 2 Tahap Interest.....	214
Gambar 4.121 Mock Up Grid Microsite	216
Gambar 4.122 Color System Microsite	216
Gambar 4.123 Mock Up Microsite	218
Gambar 4.124 Mock Up IG Feeds	220
Gambar 4.125 Mock Up Booth.....	222
Gambar 4.126 Bagian Dalam Lighten Room.....	223
Gambar 4.127 Mock Up Wall of Light	224
Gambar 4.128 Mock Up IG Story Tahap Action	225
Gambar 4.129 Mock Up Gimmick.....	227
Gambar 4.130 Mock Up IG Story Tahap Share	228

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Hasil Persentase Turnitin	xxiii
Lampiran Form Bimbingan.....	xxvi
Lampiran <i>Non-Disclosure Agreement Student Support Officer</i>	xxxii
Lampiran <i>Non-Disclosure Agreement</i> Ketua Crewmates	xxxiii
Lampiran <i>Non-Disclosure Agreement</i> Ahli Kampanye	xxxiv
Lampiran <i>Non-Disclosure Agreement</i> Mahasiswa Pengguna Layanan 1	xxxv
Lampiran <i>Non-Disclosure Agreement</i> Mahasiswa Pengguna Layanan 2	xxxvi
Lampiran <i>Non-Disclosure</i> Statement	xxxvii
Lampiran Hasil Kuesioner Pengumpulan Data <i>Overview</i>	xxxviii
Lampiran Hasil Kuesioner <i>Prototype Day</i>	xl
Lampiran Hasil Kuesioner <i>Beta Test</i>	lii
Lampiran Transkrip Wawancara <i>Student Support Officer</i>	lxiii
Lampiran Transkrip Wawancara Ketua Crewmates	lxxii
Lampiran Transkrip Wawancara Ahli Kampanye	lxxix
Lampiran Transkrip Wawancara Mahasiswa Pengguna Layanan 1	lxxxviii
Lampiran Transkrip Wawancara Mahasiswa Pengguna Layanan 2	xciii

