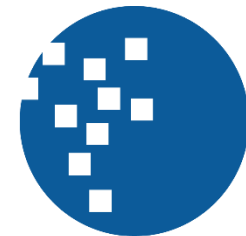


PERANCANGAN KAMPANYE PROMOSI INTERAKTIF

GOPOT WAYANG POTEHI KELILING



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN TUGAS AKHIR

Selena Baptista

00000067651

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2026

PERANCANGAN KAMPANYE PROMOSI INTERAKTIF

GOPOT WAYANG POTEHI KELILING



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual

Selena Baptista

00000067651

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 : Selenia Baptista
Nomor Induk Mahasiswa : 00000067651
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

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

PERANCANGAN KAMPANYE PROMOSI INTERAKTIF GOPOT WAYANG POTEHI KELILING

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, 16 Desember 2025



(Selenia Baptista)

HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Selena Baptista
NIM : 00000067651
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Judul Laporan : Perancangan Kampanye Promosi Interaktif GoPot
Wayang Potehi Keliling

Dengan ini saya menyatakan secara jujur menggunakan bantuan Kecerdasan Artifisial (AI) dalam pengerjaan ~~Tugas/Project~~ Tugas Akhir sebagai berikut:

- ☐ 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 menyantumkannya dalam sitasi serta referensi
- (3) Terlepas dari pernyataan di atas, tugas ini sepenuhnya merupakan karya saya sendiri

Tangerang, 16 Desember 2025

Yang Menyatakan,



(Selena Baptista)

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul
**PERANCANGAN KAMPANYE PROMOSI INTERAKTIF
GOPOT WAYANG POTEHI KELILING**

Oleh
Nama Lengkap : Selena Baptista
Nomor Induk Mahasiswa : 00000067651
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Selasa, 6 Januari 2026
Pukul 13.45 s.d. 14.30 WIB dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Lalitya Talitha Pinasthika, M.Ds.
0308078801/ 034812

Penguji

Mariska Legia, S.Ds., M.B.A.
0330118701/ 083675

Pembimbing

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

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 : Selena Baptista
Nomor Induk Mahasiswa : 00000067651
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : ~~D3~~/ S1/ S2*
Judul Karya Ilmiah : Perancangan Kampanye Promosi Interaktif
GoPot Wayang Potehi Keliling

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia:

- ☒ 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, 16 Desember 2025

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



(Selena Baptista)

KATA PENGANTAR

Dengan penuh rasa syukur, penulis panjatkan puji dan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal tugas akhir yang berjudul Perancangan Kampanye Promosi Interaktif GoPot Wayang Potehi Keliling ini dengan baik. Penulis percaya bahwa program GoPot memiliki potensi yang besar untuk bisa terus berkembang dan memberikan dampak sosial dan budaya yang baik di era modern ini.

Proposal ini disusun sebagai bagian dari tugas akhir yang bertujuan untuk merancang sebuah kampanye promosi interaktif sebagai upaya untuk menarik perhatian audiens dan meningkatkan minat mereka terhadap pertunjukan GoPot. Dibutuhkan pengembangan strategi promosi yang lebih kreatif, interaktif, dan dua arah agar masyarakat merasa lebih terlibat, terutama dalam mendorong *awareness* dan ketertarikan terhadap GoPot Wayang Potehi Keliling.

Penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak yang telah memberikan dukungan dan membantu penulis dalam penyusunan proposal ini. Beberapa pihak tersebut antara lain:

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. Frindhinia Medyasepti, S.Sn., M.Sc., selaku Pembimbing yang telah bersedia memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Keluarga dan kerabat dekat saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Toni Harsono dan segenap komunitas pihak GoPot Wayang Potehi Keliling yang bersedia memberikan wawasan serta data yang mendukung penelitian karya ini.

7. Seluruh peserta FGD yang bersedia meluangkan waktu dan partisipasi aktinya dalam sesi diskusi

Akhir kata, penulis berharap semoga tugas akhir ini dapat memberikan kontribusi berarti kepada program GoPot Wayang Potehi Keliling sebagai salah satu upaya mewariskan budaya di Indonesia dapat lebih dikenal dan terus berkembang di era digital saat ini. Semoga hasil dari perancangan ini dapat menjadi langkah awal dalam mengembangkan media promosi yang lebih efektif dan interaktif, serta dapat menginspirasi berbagai pihak untuk terus berkontribusi dalam menjaga budaya Indonesia.

Tangerang, 16 Desember 2025



(Selen Baptista)



PERANCANGAN KAMPANYE PROMOSI INTERAKTIF

GOPOT WAYANG POTEHI KELILING

(Selenia Baptista)

ABSTRAK

GoPot (Wayang Potehi Keliling Nusantara) adalah salah satu inovasi yang digagas oleh Yayasan Fu He An dan PT Marimas Putra Kencana untuk mempertahankan keberadaan wayang potehi. Program ini menghadirkan panggung keliling dengan mobil box untuk menjangkau lebih banyak penonton. Namun, keterbatasan promosi mengenai pertunjukan serta cara pemesanan GoPot yang disebarkan menjadi salah satu kendala besar yang dapat menghambat partisipasi masyarakat dalam mengikuti pertunjukan GoPot. Saat ini, strategi promosi GoPot masih belum optimal karena penyampaian pesan yang tidak luas dan tidak dapat menjangkau dan menarik perhatian audiens secara maksimal. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk merancang kampanye promosi interaktif bagi GoPot guna meningkatkan daya tarik, jangkauan, serta keterlibatan penonton dalam pertunjukan GoPot. Metode penelitian yang dilakukan dalam perancangan ini adalah dengan melakukan wawancara, kuesioner, studi eksisting, dan *Focus Group Discussion* (FGD). Berdasarkan data pra-riset yang telah dilakukan oleh penulis melalui kuesioner, menunjukkan sebagian besar audiens belum mengetahui, tidak pernah menjumpai, dan tidak memiliki kesadaran terhadap promosi GoPot. Temuan ini mengindikasikan bahwa strategi promosi yang diterapkan belum berjalan efektif dalam menjangkau masyarakat. Hasil yang diharapkan dari penelitian ini adalah terciptanya media promosi interaktif yang dapat memperluas jangkauan dan meningkatkan ketertarikan audiens terhadap GoPot Wayang Potehi Keliling sehingga seni budaya ini tetap lestari dan diminati oleh penonton di era modern.

Kata kunci: Promosi, GoPot, Wayang Potehi

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DESIGNING INTERACTIVE PROMOTION CAMPAIGN FOR GOPOT WAYANG POTEHI KELILING

(Selena Baptista)

ABSTRACT (English)

GoPot (Wayang Potehi Keliling Nusantara) is an innovation initiated by Yayasan Fu He An and PT Marimas Putra Kencana to preserve the existence of wayang potehi. This program presents a traveling stage using a mobile box to reach a wider audience. However, the limitations of promotional efforts regarding the performances and ticket booking system have become major obstacles that hinder public participation in attending GoPot shows. At present, GoPot's promotional strategy is still not optimal, as its messages are not widely disseminated and fail to effectively capture the audience's attention. Therefore, this research aims to design an interactive promotional medium for GoPot in order to increase its appeal, reach, and audience engagement. The research methods applied in this project include interviews, questionnaires, existing studies, and Focus Group Discussions (FGD). Preliminary research conducted through questionnaires revealed that most audiences are unaware of, have never encountered, and lack recognition of GoPot's promotional activities. This finding indicates that the promotional strategies implemented so far have not been effective in reaching the public. The expected outcome of this study is the creation of an interactive promotional medium that can broaden the reach and enhance audience interest in GoPot Wayang Potehi Keliling, so that this cultural art form can continue to be preserved and remain appealing to audiences in the modern era.

Keywords: *Promotion, GoPot, Potehi Puppet Show*

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
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	xx
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 Promosi.....	5
2.1.1 Tujuan Promosi.....	7
2.1.2 Bentuk Promosi.....	10
2.1.3 Strategi Promosi.....	14
2.1.4 Media Promosi.....	17
2.1.5 Promosi Interaktif.....	20
2.1.6 <i>Brand Activation</i>	24
2.1.7 <i>User Generated Content</i>	26
2.1.8 Promosi dalam Seni & Budaya	28
2.2 Desain Grafis	30
2.2.1 Elemen Desain	31
2.2.2 Prinsip Desain.....	50
2.3 <i>User Interface (UI) & User Experience (UX)</i>	53

2.3.1 Objek.....	53
2.3.2 Icons.....	55
2.3.3 Buttons.....	56
2.3.4 Modals & Popups	59
2.3.5 Navigasi	60
2.4 Ilustrasi	62
2.5 Gamifikasi.....	65
2.6 Wayang Potehi.....	67
2.6.1 Sejarah & Asal-Usul	67
2.6.2 Karakter Boneka Wayang Potehi.....	70
2.6.3 Eksistensi Wayang Potehi di Semarang.....	81
2.6.4 Upaya Pelestarian	83
2.7 Penelitian yang Relevan.....	84
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN.....	87
3.1 Subjek Perancangan	87
3.1.1 Target Primer	87
3.1.2 Target Sekunder.....	89
3.2 Metode dan Prosedur Perancangan	90
3.2.1 <i>Inspiration</i>	91
3.2.2 <i>Ideation</i>	92
3.2.3 <i>Implementation</i>	93
3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan.....	94
3.3.1 Kuesioner	95
3.3.2 Observasi.....	98
3.3.3 Wawancara	98
3.3.4 <i>Focus Group Discussion</i>	103
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN	107
4.1 Hasil Perancangan	107
4.1.1 <i>Inspiration</i>	107
4.1.2 <i>Ideation</i>	156
4.1.3 <i>Implementation</i>	231
4.1.4 Kesimpulan Perancangan.....	251

4.2 Pembahasan Perancangan	254
4.2.1 Analisis <i>Beta Test</i>	255
4.2.2 Analisis <i>Key Visual</i>	261
4.2.3 Analisis Desain <i>Website</i>	268
4.2.4 Analisis Desain <i>Digital Kiosk</i>	276
4.2.5 Analisis Desain <i>Instagram Ads</i>	277
4.2.6 Analisis Desain <i>LED Billboard</i>	279
4.2.7 Analisis Desain <i>Mobile Advertising</i>	280
4.2.8 Analisis Desain <i>Car Advertising</i>	281
4.2.9 Analisis Desain <i>Brand Activation</i>	282
4.2.10 Analisis Desain <i>Merchandise</i>	283
4.2.11 Analisis Desain Poster UGC	284
4.2.12 Anggaran	285
BAB V PENUTUP.....	287
5.1 Simpulan	287
5.2 Saran	289
DAFTAR PUSTAKA	291
LAMPIRAN.....	296



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan	84
Tabel 3.1 Tabel Pertanyaan Kuesioner	95
Tabel 4.1 Tabel <i>Brand Mandatory</i> GoPot	108
Tabel 4.2 Tabel <i>Brand Mandatory</i> PT. Marimas	110
Tabel 4.3 Tabel Segmentasi Demografis Responden Kuesioner	111
Tabel 4.4 Tabel <i>Awareness</i> Responden terhadap GoPot	112
Tabel 4.5 Tabel Ketertarikan Responden terhadap Pertunjukan GoPot	114
Tabel 4.6 Tabel Preferensi Media Responden	116
Tabel 4.7 Tabel Ketersediaan Responden sebagai Target Perancangan	116
Tabel 4.8 Data singkat profil peserta FGD	139
Tabel 4.9 <i>SWOT</i> Studi Eksisting Media GoPot	144
Tabel 4.10 <i>SWOT</i> Studi Eksisting Festival Poster Pergelaran Wayang UI 2024	146
Tabel 4.11 <i>SWOT</i> Studi Eksisting <i>Prosperplay</i> 2025	148
Tabel 4.12 <i>SWOT</i> Studi Eksisting Tutut Visual Wayang Potehi	150
Tabel 4.13 Orientasi masalah kampanye	156
Tabel 4.14 <i>Insight statements</i>	159
Tabel 4.15 <i>Creative Brief</i>	161
Tabel 4.16 Strategi dan taktik pesan	163
Tabel 4.17 Perancangan aset foto sejarah	197
Tabel 4.18 Perancangan aset identitas	199
Tabel 4.19 Perancangan aset ilustrasi fitur utama	201
Tabel 4.20 Perancangan aset ilustrasi boneka wayang potehi	203
Tabel 4.21 Indikator skala likert	233
Tabel 4.22 Penilaian visual <i>alpha test</i>	233
Tabel 4.23 Penilaian konten <i>alpha test</i>	235
Tabel 4.24 Penilaian interaktivitas <i>alpha test</i>	236
Tabel 4.25 Profil partisipan <i>beta test</i>	255
Tabel 4.26 Anggaran kampanye promosi interaktif GoPot	285

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Empat P dalam Bauran Pemasaran.....	6
Gambar 2.2 JCPenney mencari penjualan dari iklan ini	8
Gambar 2.3 Efek Komunikasi Piramida	9
Gambar 2.4 Elemen-elemen Bauran Promosi	10
Gambar 2.5 Federasi Periklanan Amerika mempromosikan nilai periklanan	11
Gambar 2.6 Fitur Membandingkan Harga pada Aplikasi ShopSavvy	11
Gambar 2.7 Kupon Bumble Bee Sensations, consumer oriented sales promotion	12
Gambar 2.8 Honda Meningkatkan Citra Perusahaannya Melalui Iklan	13
Gambar 2.9 Push vs Pull Promotion Strategy	14
Gambar 2.10 Variabel Segmentasi Utama untuk Pasar Konsumen	15
Gambar 2.11 <i>Positioning</i> : IKEA adalah " <i>Life improvement store</i> "	16
Gambar 2.12 Media promosi ATL, TTL, dan BTL	17
Gambar 2.13 Strategi Model PESO	19
Gambar 2.14 Berbagai media interaktif	21
Gambar 2.15 Karakteristik media interaktif	22
Gambar 2.16 Lingkup media interaktif yang berpengaruh	23
Gambar 2.17 Contoh kegiatan <i>brand activation Dairy Milk</i>	25
Gambar 2.18 <i>Crash the Super Bowl - Frito-Lay</i>	27
Gambar 2.19 <i>Airbnb's "Made Possible By Hosts" campaign</i>	28
Gambar 2.20 <i>Pigment Color Wheel</i>	32
Gambar 2.21 <i>Color schemes</i>	33
Gambar 2.22 Teori warna <i>Wu Xing dan Wu Se</i>	34
Gambar 2.23 Warna merah pada kebudayaan Tionghoa	35
Gambar 2.24 Warna kuning warna Kerajaan di Tiongkok	36
Gambar 2.25 Warna putih dikaitkan dengan kematian	36
Gambar 2.26 Warna sial dalam budaya Tiongkok	37
Gambar 2.27 Warna hijau melambangkan pertumbuhan	37
Gambar 2.28 Warna biru dalam budaya Tionghoa	38
Gambar 2.29 Warna cat wajah aktor Opera Peking	39
Gambar 2.30 <i>WCAG contrast</i>	40
Gambar 2.31 Elemen desain bentuk	41
Gambar 2.32 Klasifikasi tipografi	42
Gambar 2.33 Klasifikasi <i>typeface</i>	43
Gambar 2.34 Contoh <i>single column grid</i>	44
Gambar 2.35 Contoh <i>multicolumn grid</i>	44
Gambar 2.36 Contoh <i>modular grid</i>	45
Gambar 2.37 <i>Horizontal Grid</i>	45
Gambar 2.38 <i>Vertical Grid</i>	46
Gambar 2.39 <i>8 point grids</i>	46
Gambar 2.40 <i>Component</i>	47

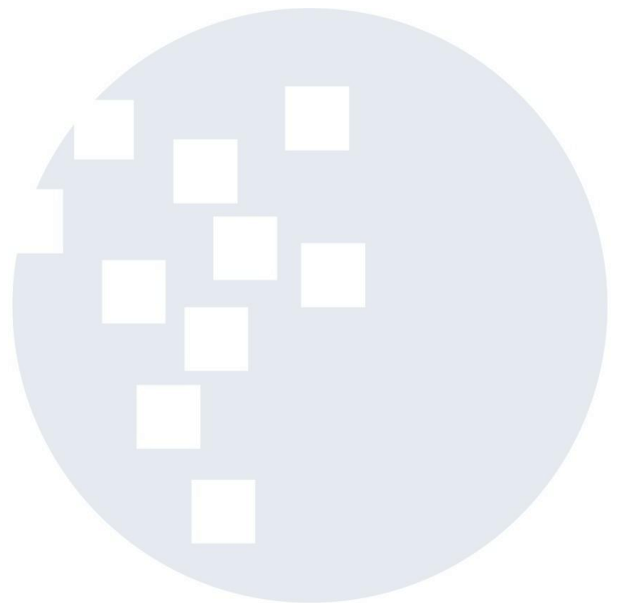
Gambar 2.41 <i>The Pattern Book Volume Uno</i>	47
Gambar 2.42 Contoh pola tradisional Tiongkok dalam desain grafis.....	48
Gambar 2.43 <i>Chinese traditional pattern</i>	49
Gambar 2.44 Pola geometris tradisional Tiongkok.....	50
Gambar 2.45 Pengaplikasian <i>emphasis</i> dalam hierarki visual	51
Gambar 2.46 Prinsip desain <i>alignment</i>	51
Gambar 2.47 Prinsip desain <i>unity</i>	52
Gambar 2.48 Prinsip desain <i>space</i>	52
Gambar 2.49 <i>The Box Model</i>	53
Gambar 2.50 <i>Fill</i> objek	54
Gambar 2.51 Border radius	54
Gambar 2.52 <i>Level of Detail Icon</i>	55
Gambar 2.53 <i>Fill vs Outline Icon</i>	55
Gambar 2.54 <i>Roundness Icon</i>	56
Gambar 2.55 Anatomi Tombol	57
Gambar 2.56 <i>Primary Button</i>	57
Gambar 2.57 <i>CTA Button</i>	58
Gambar 2.58 <i>Secondary Button</i>	58
Gambar 2.59 <i>Tertiary Button</i>	59
Gambar 2.60 <i>Modals & Popups</i>	59
Gambar 2.61 3 Jenis navigasi utama.....	60
Gambar 2.62 <i>State text tabs</i>	61
Gambar 2.63 <i>Hamburger menu</i>	61
Gambar 2.64 <i>Drawer</i>	62
Gambar 2.65 Ilustrasi organ tubuh manusia	63
Gambar 2.66 <i>Illustration for Gaming illustration by Susan Yung</i>	64
Gambar 2.68 Wayang Potehi, Persenyawaan Budaya Tionghoa dan Nusantara..	68
Gambar 2.69 Panggung pertunjukan wayang potehi	69
Gambar 2.70 Proses pemberian kostum karakter wayang potehi	71
Gambar 2.71 Boneka wayang potehi	71
Gambar 2.72 Karakter wajah usia anak, usia muda, usia dewasa, usia tua	72
Gambar 2.73 Karakter wajah laki-laki dan perempuan	73
Gambar 2.74 Karakter sifat wajah potehi	74
Gambar 2.75 Kostum karakter pendekar atau kesatria	75
Gambar 2.76 Kostum karakter prajurit	75
Gambar 2.77 Kostum karakter jenderal perang	76
Gambar 2.78 Kostum karakter panglima	77
Gambar 2.79 Kostum karakter raja atau kaisar	77
Gambar 2.80 Kostum karakter permaisuri	78
Gambar 2.81 Kostum karakter perdana menteri	79
Gambar 2.82 Kostum karakter dewa.....	79
Gambar 2.83 Kostum karakter siluman	80
Gambar 2.84 Kostum karakter rakyat jelata	80

Gambar 2.85 Channel YouTube Group Potehi Gudo	83
Gambar 2.86 Penyerahan mobil Gopot di Semarang	84
Gambar 4.1 Mobil GoPot terparkir di halaman museum	118
Gambar 4.2 Museum Potehi Gudo	119
Gambar 4.3 Wajah karakter boneka potehi yang sedang dicat	119
Gambar 4.4 Koleksi senjata wayang potehi	120
Gambar 4.5 Budi pengrajin kepala potehi	120
Gambar 4.6 Proses pengukiran wajah wayang potehi oleh Budi	121
Gambar 4.7 Penulis dan Budi Harson mengamati Mulyono	122
Gambar 4.8 Proses pengukiran wajah wayang potehi oleh Mulyono	122
Gambar 4.9 Hasil ukiran kepala potehi Mulyono dengan contohnya	123
Gambar 4.10 Proses pengukiran kayu oleh Supangat	123
Gambar 4.11 Hasil pembuatan panggung potehi oleh Supangat	124
Gambar 4.12 Pondok panggung potehi Klenteng Hong San Kiong	125
Gambar 4.13 Anggota pementas pertunjukan potehi	125
Gambar 4.14 Mobil GoPot di depan pintu masuk Klenteng Hong San Kiong ...	126
Gambar 4.15 Pertunjukan wayang potehi dalam mobil GoPot	126
Gambar 4.16 Widodo Santoso dengan boneka wayang potehi	127
Gambar 4.17 Alwi, Herlambang, dan Arifin sebagai pengiring musik	127
Gambar 4.18 Anggota pementas mengenakan seragam GoPot	128
Gambar 4.19 Dokumentasi wawancara dengan Toni Harsono	129
Gambar 4.20 Dokumentasi wawancara dengan Widodo Santoso	133
Gambar 4.21 Dokumentasi wawancara dengan penonton GoPot	137
Gambar 4.22 Dokumentasi FGD	140
Gambar 4.23 Spanduk jadwal pertunjukan GoPot	143
Gambar 4.24 Tampilan akun Instagram GoPot @gopot.semarang	144
Gambar 4.25 Poster Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat UI 2024	145
Gambar 4.26 Post Instagram Pertunjukan Wayang Potehi Prosperplay 2025	148
Gambar 4.27 Tampilan Tutur Visual Wayang Potehi, Seni yang Lahir di Penjara	149
Gambar 4.28 Poster infografis Welcome to Chinatown	152
Gambar 4.29 Tampilan Halaman Makemepulse: Nomadic Tribe	154
Gambar 4.30 <i>Empathy map</i> target primer	164
Gambar 4.31 <i>Empathy map</i> target sekunder	166
Gambar 4.32 <i>User persona</i> target primer	167
Gambar 4.33 <i>User persona</i> target sekunder	168
Gambar 4.34 <i>User Journey</i> target primer	169
Gambar 4.35 <i>User Journey</i> target sekunder	172
Gambar 4.36 <i>Media journey AISAS</i>	174
Gambar 4.37 <i>Timeline</i> kampanye	177
Gambar 4.38 <i>Mindmap</i>	178
Gambar 4.39 <i>Keywords</i>	179
Gambar 4.40 <i>Big idea</i>	180

Gambar 4.41 <i>Moodboard</i> ilustrasi	184
Gambar 4.42 <i>Moodboard</i> warna	185
Gambar 4.43 <i>Stylescape</i>	185
Gambar 4.44 Skema warna <i>triadic</i>	186
Gambar 4.45 Warna primer dan sekunder	187
Gambar 4.46 <i>Color System</i>	187
Gambar 4.47 <i>Color rule 60 30 10</i>	188
Gambar 4.48 <i>Shufa</i> (书法): Seni Kaligrafi Tiongkok.....	190
Gambar 4.49 Tipografi.....	191
Gambar 4.50 <i>Tabel tag H1-H6</i>	192
Gambar 4.51 Aset fotografi <i>talent</i>	193
Gambar 4.52 Aset fotografi mobil box GoPot.....	193
Gambar 4.53 Aset fotografi karakter wayang potehi	194
Gambar 4.54 Aset fotografi senjata berperang	195
Gambar 4.55 Aset fotografi alat musik.....	195
Gambar 4.56 Aset fotografi pertunjukan	196
Gambar 4.57 Aset fotografi Museum Potehi Gudo	196
Gambar 4.58 Aset ilustrasi wajah dan aksesoris wayang potehi	206
Gambar 4.59 Alternatif <i>key visual</i>	206
Gambar 4.60 Sketsa <i>key visual</i>	207
Gambar 4.61 <i>Key visual</i>	208
Gambar 4.62 Solusi perbaikan elemen ilustrasi kotak telepon umum.....	209
Gambar 4.63 <i>User flow website</i>	211
Gambar 4.64 <i>User flow digital kiosk</i>	213
Gambar 4.65 <i>Sitemap website</i>	214
Gambar 4.66 <i>Sitemap digital kiosk</i>	214
Gambar 4.67 Sketsa <i>low fidelity</i>	215
Gambar 4.68 <i>Low fidelity</i>	216
Gambar 4.69 Ikon universal.....	216
Gambar 4.70 Ikonografi	217
Gambar 4.71 <i>Button</i>	218
Gambar 4.72 <i>State button</i>	219
Gambar 4.73 <i>Grid system</i>	219
Gambar 4.74 <i>Prototyping</i> elemen UI.....	220
Gambar 4.75 Penataan komponen UI	221
Gambar 4.76 Proses ilustrasi <i>background</i>	222
Gambar 4.77 Tampilan <i>background</i> gamifikasi.....	223
Gambar 4.78 Tampilan <i>prototype</i> figma.....	224
Gambar 4.79 Perbaikan halaman <i>custom</i>	224
Gambar 4.80 Perbaikan <i>popup</i> undangan	225
Gambar 4.81 <i>High fidelity website</i>	226
Gambar 4.82 <i>High fidelity digital kiosk</i>	226

Gambar 4.83 Tampilan gamifikasi <i>custom</i> wayang potehi.....	228
Gambar 4.84 Tampilan <i>preview</i> gamifikasi <i>custom</i> wayang potehi	230
Gambar 4.85 Alur <i>reward</i> gamifikasi	231
Gambar 4.86 <i>Alpha test</i> perancangan <i>website</i> dan <i>digital kiosk</i> GoPot.....	232
Gambar 4.87 Penambahan interaksi pada halaman profil.....	238
Gambar 4.88 Penambahan <i>visual cue</i> untuk <i>scroll</i>	239
Gambar 4.89 Revisi tampilan senjata berperang.....	239
Gambar 4.90 Perancangan Instagram <i>Feeds Attention</i>	241
Gambar 4.91 Perancangan Instagram <i>Feeds Interest</i>	241
Gambar 4.92 Perancangan Instagram <i>Feeds Search</i>	242
Gambar 4.93 Perancangan Instagram <i>Story Attention & Interest</i>	243
Gambar 4.94 Perancangan Instagram <i>Story Search</i>	244
Gambar 4.95 Perancangan LED Billboard.....	244
Gambar 4.96 Proses perancangan <i>layout mobile advertising</i>	245
Gambar 4.97 Perancangan <i>mobile advertising</i>	246
Gambar 4.98 Perancangan <i>car advertising</i>	247
Gambar 4.99 Sketsa alur <i>booth activation</i>	248
Gambar 4.100 Tampilan <i>brand activation</i>	249
Gambar 4.101 Tampilan <i>signage</i>	249
Gambar 4.102 Perancangan <i>merchandise</i>	250
Gambar 4.103 Perancangan poster UGC	251
Gambar 4.104 <i>Beta test</i> partisipan 1	256
Gambar 4.105 <i>Beta test</i> partisipan 2	258
Gambar 4.106 <i>Beta test</i> partisipan 3	259
Gambar 4.107 Analisa warna	261
Gambar 4.108 Analisa tipografi.....	262
Gambar 4.109 Analisa aset fotografi <i>talent</i>	264
Gambar 4.110 Analisa aset fotografi mobil <i>box</i> GoPot.....	264
Gambar 4.111 Analisa aset ilustrasi.....	265
Gambar 4.112 Analisa <i>key visual</i>	266
Gambar 4.113 Analisa desain <i>website</i> 1	268
Gambar 4.114 Analisa desain <i>website</i> 2	269
Gambar 4.115 Analisa desain <i>website</i> 3	271
Gambar 4.116 Analisa desain <i>website</i> 4	272
Gambar 4.117 Analisa desain <i>website</i> 5	273
Gambar 4.118 Analisa desain <i>website</i> 6	274
Gambar 4.119 Analisa desain <i>website</i> 7	275
Gambar 4.120 Analisa <i>digital kiosk</i> 1	276
Gambar 4.121 Analisa <i>digital kiosk</i> 2	277
Gambar 4.122 Analisa Instagram <i>Feeds</i>	278
Gambar 4.123 Analisa Instagram <i>Story</i>	278
Gambar 4.124 Analisa LED <i>Billboard</i>	279
Gambar 4.125 Analisa <i>mobile advertising</i>	280

Gambar 4.126 Analisa <i>car advertising</i>	281
Gambar 4.127 Analisa booth activation.....	282
Gambar 4.128 Analisa <i>merchandise</i>	283
Gambar 4.129 Analisa poster UGC	284



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Hasil Persentase Turnitin.....	293
Lampiran Form Bimbingan.....	296
Lampiran <i>Non-Disclosure Agreement</i>	300
Lampiran <i>Consent Form</i>	311
Lampiran Kuesioner.....	312
Lampiran <i>Alpha Test</i>	318
Lampiran Transkrip.....	324
Lampiran Dokumentasi.....	370

