

**PERANCANGAN PROMOSI INTERAKTIF KOMUNITAS
GUDRND TERKAIT ISU LIMBAH PLASTIK**



LAPORAN TUGAS AKHIR

**Benaya Simon Petrus Sihombing
00000069844**

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

**PERANCANGAN PROMOSI INTERAKTIF KOMUNITAS
GUDRND TERKAIT ISU LIMBAH PLASTIK**



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual

Benaya Simon Petrus Sihombing

00000069844

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS SENI DAN DESAIN**

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2026

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Benaya Simon Petrus Sihombing

Nomor Induk Mahasiswa : 00000069844

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa ~~Tesis/ Skripsi/ Tugas Akhir/ Laporan~~
~~Magang/ MBKM*~~ (coret yang tidak dipilih) saya yang berjudul: Perancangan

**PERANCANGAN PROMOSI INTERAKTIF KOMUNITAS GUDRND
TERKAIT ISU LIMBAH PLASTIK**

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, 12 Desember 2025



(Benaya Simon Petrus Sihombing)

HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Benaya Simon Petrus Sihombing
NIM : 00000069844
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Judul Laporan : PERANCANGAN PROMOSI INTERAKTIF
KOMUNITAS GUDRND TERKAIT ISU LIMBAH
PLASTIK

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, 12 Desember 2025
Yang Menyatakan,



(Benaya Simon Petrus Sihombing)

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

PERANCANGAN PROMOSI INTERAKTIF KOMUNITAS GUDRND TERKAIT ISU LIMBAH PLASTIK

Oleh

Nama Lengkap : Benaya Simon Petrus Sihombing

Nomor Induk Mahasiswa : 00000069844

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Jumat, 9 Januari 2026

Pukul 14.30 s.d. 15.15 WIB dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Dr.Suwito Casande,S.Sn., M.Ds.
0330117501/ 081436

Penguji

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

Pembimbing

Edo Tirtadarma, M.Ds.
0324128506/ 071279

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 : Benaya Simon Petrus Sihombing
Nomor Induk Mahasiswa : 00000069844
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : ~~D3~~/ S1/ S2
Judul Karya Ilmiah : PROMOSI INTERAKTIF KOMUNITAS
GUDRND UNTUK TERKAIT
ISU LIMBAH PLASTIK

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, 12 Desember 2025



(Benaya Simon Petrus Sihombing)

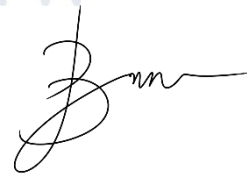
KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan yang Maha Esa telah memberikan kesempatan kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir dengan judul “PERANCANGAN PROMOSI INTERAKTIF KOMUNITAS GUDRND TERKAIT ISU LIMBAH PLASTIK”. Penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan bantuan dukungan beberapa pihak, terutama 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. Edo Tirtadarma, M.Ds, selaku Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Dino, sebagai dari komunitas GudRnD yang telah memberikan dukungan berupa wawasan baru terkait *upcycle* dan program yang sedang dijalankan komunitas GudRnD.
6. Keluarga penulis yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Teman-teman dan kolega penulis yang sering mendampingi dan memberikan dukungan kepada penulis selama penulisan tugas akhir

Semoga karya ilmiah ini dapat memberikan manfaat dan Solusi bagi permasalahan banyak orang, dengan terus menciptakan kesadaran masyarakat untuk menerapkan *trend upcycle*.

Tangerang, 12 Desember 2025



(Benaya Simon Petrus Sihombing)

PROMOSI INTERAKTIF KOMUNITAS GUDRND TERKAIT ISU LIMBAH PLASTIK

(Benaya Simon Petrus Sihombing)

ABSTRAK

Permasalahan limbah sampah material adalah isu dan tantangan yang perlu ditanggapi. Fenomena tingkat kesadaran terhadap sampah memang sudah terjadi di masyarakat, akan tetapi kesadaran untuk dapat mengelola sampah material yang belum terekspos luas kepada masyarakat. Di Indonesia, terdapat komunitas rekayasa yang mengelola sampah material menjadi produk *upcycle* melalui kegiatan *workshop*. Salah satunya adalah GudRnD yang telah berdiri sejak tahun 2021. Eksistensi komunitas ini dapat menjadi solusi untuk memengaruhi dan memberikan dampak kepada masyarakat dalam masalah mengelola sampah material. Media promosi GudRnD dilakukan secara konvensional (*mouth to mouth*) dan digital seperti media sosial dan *website* yang berisi informasi seputar kegiatan *workshop*. Dengan strategi promosi tersebut, penulis melihat adanya potensi peran eksistensi GudRnD untuk dikenal secara meluas dan terhubung dalam satu ekosistem promosi yang berkelanjutan di kalangan masyarakat. Penulis tertarik melakukan studi dan penelitian media promosi GudRnD guna mendorong *exposure audience* dan meningkatkan *community awareness* dengan hasil akhir berupa perancangan *website* interaktif dengan pendekatan *design thinking*.

Kata kunci: Promosi Interaktif, GudRnD, *Exposure Audience*, *Community Awareness*

INTERACTIVE PROMOTIONAL DESIGN FOR GUDRND COMMUNITY RELATED TO PLASTIC WASTE ISSUE

(Benaya Simon Petrus Sihombing)

ABSTRACT (English)

The problem of material waste is an issue and challenge that needs to be responded to together. The phenomenon of the level of awareness of waste has indeed occurred in society, but awareness to be able to manage material waste has not been widely exposed to the public. In Indonesia, there is an engineering community that manages material waste into upcycle products through workshop activities. One of them is GudRnD which has been established since 2021. The existence of this community can be a solution to influence and impact the community in the problem of managing material waste. GudRnD's promotional media is carried out conventionally (mouth to mouth) and digitally such as social media and websites that contain information about workshop activities. With this promotional strategy, the author sees the potential for the role of GudRnD's existence to be widely known and connected in a sustainable promotional ecosystem among the community. The author is interested in conducting studies and research on GudRnD promotional media to encourage audience exposure and increase community awareness with the final result being an interactive website design with a design thinking approach.

Keywords: *Interaction Promotion, GudRnD, Audience Exposure, Community Awareness*

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
KATA PENGANTAR.....	vi
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	4
1.5 Manfaat Tugas Akhir	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Ilmu Desain Komunikasi Visual	6
2.1.1 Elemen Desain	6
2.1.2 Prinsip Desain.....	13
2.1.3 Grid	16
2.1.4 Tata Letak (<i>Layout</i>)	18
2.1.5 Tipografi	19
2.2 Media Persuasi	21
2.2.1 Promosi	22
2.2.1 Strategi AISAS	25
2.1.3 Bentuk – Bentuk promosi.....	27
2.3 Media Promosi.....	28

2.3.1 <i>Above The Line (ATL)</i>	28
2.3.2 <i>Below The Line (BTL)</i>	31
2.3.3 <i>Through The Line (TTL)</i>	34
2.4 Upcycle	34
2.4.1 Trend	35
2.4.2 Trend Upcycle	35
2.4.3 Isu Limbah Plastik	36
2.4.4 Fungsi Upcycle.....	37
2.5 Interaktivitas	39
2.5.1 Prinsip Interaktivitas	39
2.5.2 Desain Interaktif	42
2.5.3 Media Interaktif	48
2.5.4 Plot.....	48
2.5.5 Penelitian yang Relevan.....	49
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN	53
3.1 Subjek Perancangan	53
3.2 Metode dan Prosedur Perancangan	54
3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan	57
3.3.1 <i>Observation</i> / Observasi.....	57
3.3.2 <i>Interview</i> / Wawancara	59
3.3.4 <i>Study Existing</i> / Studi Eksisting.....	65
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN	67
4.1 Hasil Perancangan	67
4.1.1 Overview	67
4.1.2 Strategy	100
4.1.3 Ideas.....	117
4.1.4 Design	122
4.1.5 Production.....	138
4.1.6 Implementation	170
4.1.7 Kesimpulan Perancangan.....	180
4.2 Pembahasan Perancangan	181
4.2.1 Analisa Beta Test.....	184

4.2.2 Key Visual Promotional.....	186
4.2.3 Analisis tahap Attention & Interest	186
4.2.4 Analisis tahap Search.....	191
4.2.5 Analisis tahap Action	193
4.2.6 Analisis tahap Share	195
4.3 Anggaran Biaya.....	198
BAB V PENUTUP	200
5.1 Simpulan	200
5.2 Saran	201
DAFTAR PUSTAKA	xiv
LAMPIRAN	xviii



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Hasil Kuesioner Demografis	68
Tabel 4.2 Hasil Pengetahuan umum.....	69
Tabel 4.3 Pengetahuan tentang limbah plastik di lingkungan sekitar Jakarta.....	70
Tabel 4.4 Hasil kuesioner dampak limbah plastik yang mempengaruhi	72
Tabel 4.5 Hasil dari minat dan partisipasi dalam trend Upcycle	73
Tabel 4.6 SWOT PASTELAB	93
Tabel 4.7 Insight Brand dan Audiens.....	101
Tabel 4.8 Segmentasi Audiens	103
Tabel 4.9 Creative Brief.....	106
Tabel 4.10 Lembar Strategi dan Taktik Pesan	112
Tabel 4.11 Media Timeline Bulan Pertama Hingga Ketiga.....	115
Tabel 4.12 Media Timeline Bulan Ketiga Hingga Keenam.....	115
Tabel 4.13 Media Compile Campaign	116
Tabel 4.14 Tabel Tampilan Gaya dan Visual.....	171
Tabel 4.15 Tabel Isi konten.....	173
Tabel 4.16 Tabel Interaktivitas	174
Tabel 4.17 Tabel Photobooth	177
Tabel 4.18 Hasil Analisis Beta Test.....	185
Tabel 4.19 Biaya Desain Aset Visual Kampanye	198
Tabel 4.20 Biaya Booth.....	198
Tabel 4.21 Biaya Produksi Media Sekunder.....	199
Tabel 4.22 Total Keseluruhan Biaya Kampanye	199

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Contoh Typograhphy	7
Gambar 2.2 Contoh Monotone.....	9
Gambar 2.3 Contoh Monochromatic	10
Gambar 2.4 Contoh Analogous.....	10
Gambar 2.5 Contoh Complementary	11
Gambar 2.6 Contoh Split Complementary.....	12
Gambar 2.7 Contoh Triads.....	12
Gambar 2.8 Contoh Tetrads	13
Gambar 2.9 Contoh Format	14
Gambar 2.10 Contoh Prinsip Simetris Keseimbangan.....	14
Gambar 2.11 Contoh Prinsip Asimetris Keseimbangan	15
Gambar 2.12 Contoh Prinsip Radial Keseimbangan.....	15
Gambar 2.13 Contoh Emphasis.....	16
Gambar 2.14 Contoh Grid.....	17
Gambar 2.15 Contoh Layout.....	19
Gambar 2.16 Contoh Terminologi Tipografi	19
Gambar 2.17 Contoh Terminologi Tipografi	20
Gambar 2.18 Contoh Product-Oriented Campaign.....	24
Gambar 2.19 Contoh Candidate-Oriented Campaign	25
Gambar 2.20 Contoh Cause-Oriented Campaign	25
Gambar 2.21 Model AISAS	26
Gambar 2.22 Contoh Periklanan	28
Gambar 2.23 Contoh Iklan dari Televisi.....	29
Gambar 2.24 Contoh Iklan Billboard.....	29
Gambar 2.25 Contoh Radio	30
Gambar 2.26 Contoh Online Video	30
Gambar 2.27 Contoh Produk Out of Home (OOH)	31
Gambar 2.28 Contoh Podcast.....	31
Gambar 2.29 Contoh Poster	32
Gambar 2.30 Contoh Banner	32
Gambar 2.31 Contoh Merchandise	33
Gambar 2.32 Contoh photobooth web	33
Gambar 2.33 Contoh Produk Tas Upcycle	38
Gambar 2.34 Contoh Produk Tas Upcycle	38
Gambar 2.35 Contoh Produk Aksesoris Upcycle	39
Gambar 2.36 Contoh Responsive.....	40
Gambar 2.37 Contoh State Changes	40
Gambar 2.38 Contoh Discoverability	41

Gambar 2.39 Contoh Feedback.....	41
Gambar 2.40 Contoh Mapping.....	42
Gambar 2.41 Button.....	44
Gambar 2.42 Secondary Button.....	45
Gambar 2.43 Call to Action.....	45
Gambar 2.44 Icon on button.....	46
Gambar 2.45 Notification elemen.....	47
Gambar 2.46 Icon.....	47
Gambar 2.47 Slider Bar.....	48
Gambar 4.1 Foto Observasi kegiatan.....	77
Gambar 4.2 Instagram GUDRND.....	78
Gambar 4.3 Website GudRnD.....	78
Gambar 4.4 Foto Analisis Secara Bertahap.....	79
Gambar 4.5 Wawancara dengan Untung Sugiyarto.....	80
Gambar 4.6 Foto Wawancara Kailey Dyana Hunaidy.....	82
Gambar 4.7 Foto Wawancara Josh Marino Smidt.....	84
Gambar 4.8 Foto Wawancara Faturiansyah Ashindra Kusuma.....	85
Gambar 4.9 Studi Eksisting Pastelab.....	87
Gambar 4.10 Logo Pastelab.....	87
Gambar 4.11 Produk Accessories Pastelab.....	89
Gambar 4.12 Produk Interior Pastelab.....	89
Gambar 4.13 THE SAMIRONO (FACADE).....	90
Gambar 4.14 ARAH (FACADE & Set Furniture).....	90
Gambar 4.15 ESKOPI (Set Furniture).....	91
Gambar 4.16 Digital Image Feed Instagram Pastelab.....	92
Gambar 4.17 Promosi Produk Fromthisisland (LUMERA).....	95
Gambar 4.18 Promosi Copywriting shellworks.....	96
Gambar 4.19 Brand Color Thisisland.....	97
Gambar 4.20 Photography Thisisland.....	98
Gambar 4.21 Contoh Patterns.....	99
Gambar 4.22 Booth Mykonos.....	99
Gambar 4.23 Ads Mobile WebGame Lego.....	100
Gambar 4.24 Customer Persona Laki-Laki.....	105
Gambar 4.25 Customer Persona Perempuan.....	106
Gambar 4.26 Alur Consumer Journey & Touchpoints.....	117
Gambar 4.27 Proses Mindmapping.....	118
Gambar 4.28 Proses Big Idea.....	119
Gambar 4.29 Moodboard Visual Reference Object.....	119
Gambar 4.30 Moodboard Tipografi.....	120
Gambar 4.31 Moodboard Warna dan Visual.....	121
Gambar 4.32 Hasil Key Visual.....	122
Gambar 4.33 Proses Foto perancangan Key Visual.....	123
Gambar 4. 34 Proses Sketsa Percangan Key Visual.....	124

Gambar 4.35 Proses Warna Perancangan Key Visual	124
Gambar 4.36 Information Architecture Website.....	125
Gambar 4.37 Jumlah kolom Grid Layout	127
Gambar 4.38 Low fidelity Website.....	128
Gambar 4.39 Low Fidelity about us dan program	129
Gambar 4.40 Low fidelity collective	130
Gambar 4.41 Low fidelity Photobooth.....	131
Gambar 4.42 Asset Background website	135
Gambar 4.43 Proses Background website.....	135
Gambar 4.44 Pattern Background website.....	136
Gambar 4.45 Objek Proses Pattern	137
Gambar 4.46 Tekstur foto produk.....	137
Gambar 4.47 Hasil Teksturing Objek	138
Gambar 4.48 Proses Media Story Ads	139
Gambar 4.49 layouting Instagram Story Ads.....	140
Gambar 4.50 Finalisasi Instagram Story Ads	141
Gambar 4.51 Gambar feeds Ads	141
Gambar 4.52 Bahan untuk billboard	142
Gambar 4.53 Proses Procreate Ilustrasi	143
Gambar 4.54 Proses Membuat Billboard.....	143
Gambar 4.55 Hasil Billboard	144
Gambar 4.56 Proses Pembuatan Digital Signage.....	144
Gambar 4.57 Proses Finalisasi Digital Signage	145
Gambar 4.58 Proses Pembuatan Digital Signage.....	146
Gambar 4.59 Proses Visual Digital Signage	146
Gambar 4.60 Referensi Perancangan Instagram Feeds.....	147
Gambar 4.61 Feeds Attention Instagram	147
Gambar 4.62 Content Pillar Feeds Instagram Search	148
Gambar 4.63 Grid Feeds Instagram Search	149
Gambar 4.64 Hasil Akhir feeds Instagram Search.....	149
Gambar 4.65 Scroll Feeds Instagram	150
Gambar 4.66 Content Pillar Feeds Instagram	150
Gambar 4.67 Hasil Jadi Content Pillar.....	151
Gambar 4.68 Hasil texture background.....	152
Gambar 4.69 User Interface Homepage.....	153
Gambar 4.70 User Interface Homepage.....	153
Gambar 4.71 Pemilihan Navigasi Tambahan Homepage	154
Gambar 4.72 User Interface About Us.....	155
Gambar 4.73 User Interface Program Page.....	156
Gambar 4.74 User Interface Website Collections Page	157
Gambar 4.75 Proses Layouting dan Designing.....	158
Gambar 4.76 Proses Finalisasi Website	158
Gambar 4.77 Content Pillar Feed Instagram Action.....	159

Gambar 4.78 Referensi Kampanye Gojek	159
Gambar 4.79 Finalisasi feeds instagram	160
Gambar 4.80 Proses Photobooth	161
Gambar 4.81 Progress 2D ke 3D	161
Gambar 4.82 Finalisasi Booth Offline	162
Gambar 4.83 Referensi pinterest Booth Offline	162
Gambar 4.84 Sketsa Booth Offline	163
Gambar 4.85 Proses Booth Offline	163
Gambar 4.86 Proses Tahapan Booth	164
Gambar 4.87 Finalisasi Booth	165
Gambar 4.88 Content Plan feeds Instagram Share	166
Gambar 4.89 Feeds Instagram Share	166
Gambar 4.90 Layout Story Instagram	167
Gambar 4.91 final Story Instagram Template	168
Gambar 4.92 Proses Persiapan Barang	168
Gambar 4.93 Proses Lelehan Keychain	169
Gambar 4. 94 Proses Bentuk Keychain	169
Gambar 4.95 Dokumentasi Prototype day	171
Gambar 4. 96 Revisi Alpha Test Pertama	179
Gambar 4. 97 Revisi Alpha Test Kedua	179
Gambar 4.98 Beta Test 1	182
Gambar 4.99 Beta Test 2	183
Gambar 4.100 Beta Test 3	183
Gambar 4.101 Instagram Story Ads	187
Gambar 4.102 Analisis Instagram Feed Ads	188
Gambar 4.103 Analisis Billboard	188
Gambar 4.104 Analisis Digital Signage	189
Gambar 4.105 Analisis Street Banner	190
Gambar 4.106 Analisis Feeds Attention & Interest	191
Gambar 4.107 Analisis Feeds Search	192
Gambar 4.108 Analisis Website	193
Gambar 4.109 Analisa Photobooth Website	194
Gambar 4.110 Analisis Instagram Feeds	194
Gambar 4.111 Analisis Booth	195
Gambar 4.112 Analisa Instagram Feeds Share	196
Gambar 4.113 Analisis Story Template	197
Gambar 4.114 Analisis Ig Story Template	197
Gambar 4.115 Bentuk Keychain	198

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Hasil Persentase Turnitin.....	xvi
Lampiran Form Bimbingan.....	xx
Lampiran <i>Non-Disclosure Agreement</i>	xxi
Lampiran <i>Non-Disclosure Statement</i>	xxv
Lampiran Kuesioner.....	xxvi
Lampiran Observasi	xxxiii
Lampiran Transkrip Wawancara.....	xxxiii

