

**PERANCANGAN KAMPANYE MENGENAI *SOCIAL JETLAG*
BAGI PENGGEJAR *GAME ONLINE* PADA
SISWA SEKOLAH MENENGAH ATAS**



LAPORAN TUGAS AKHIR

Deborah Kusendarwati Sulistio

00000068807

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

**PERANCANGAN KAMPANYE MENGENAI *SOCIAL JETLAG*
BAGI PENGGEMAR *GAME ONLINE* PADA SISWA
SEKOLAH MENENGAH ATAS**



LAPORAN TUGAS AKHIR

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

**Deborah Kusendarwati Sulistio
00000068807**

**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 : Deborah Kusendarwati Sulistio

Nomor Induk Mahasiswa : 00000068807

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

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

**PERANCANGAN KAMPANYE MENGENAI SOCIAL JETLAG BAGI
PENGGEMAR GAME ONLINE PADA SISWA SEKOLAH MENENGAH
ATAS**

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, 8 Januari 2026



(Deborah Kusendarwati Sulistio)

HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Deborah Kusendarwati Sulistio

Nomor Induk Mahasiswa : 00000068807

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Dengan ini saya menyatakan secara jujur menggunakan bantuan Kecerdasan Artifisial (AI) dalam pengerjaan Tugas/Project/Tugas Akhir 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, 8 Januari 2026



(Deborah Kusendarwati Sulistio)

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

PERANCANGAN KAMPANYE MENGENAI *SOCIAL JETLAG* BAGI PENGGEAR *GAME ONLINE* PADA SISWA SEKOLAH MENENGAH ATAS

Oleh

Nama Lengkap : Deborah Kusendarwati Sulistio

Nomor Induk Mahasiswa : 00000068807

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Kamis, 8 Januari 2026

Pukul 13.00 s.d. 13.45 WIB dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



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

Penguji



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

Pembimbing



Martinus Eko Prasetyo, S.Sn., M.Ds.
0311118807/ 100049

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 : Deborah Kusendarwati Sulistio
Nomor Induk Mahasiswa : 00000068807
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : ~~D3~~/ S1/ S2* (*coret yang tidak dipilih)
Judul Karya Ilmiah : PERANCANGAN KAMPANYE
MENGENAI SOCIAL JETLAG BAGI
PENGGEMAR GAME ONLINE BAGI
SISWA SEKOLAH MENENGAH ATAS

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, 8 Januari 2026



(Deborah Kusendarwati Sulistio)

* 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 kepada Tuhan Yang Maha Esa, penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir dengan judul “Perancangan Kampanye mengenai *Social Jetlag* bagi Penggemar *Game Online* bagi Siswa Sekolah Menengah Atas” dengan baik. Laporan ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan dalam program studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Multimedia Nusantara. Penulis menyadari bahwa tersusunya laporan ini tidak terlepas doa, dukungan, serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah memberikan dukungan.

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. Martinus Eko Prasetyo, S.Sn., M.Ds. selaku Pembimbing pertama 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. Sonia Natasha Marunduh, M.Psi, selaku ahli psikolog yang bersedia dalam membantu untuk memberikan tenaga dan waktunya dalam pengetahuan dan pengalaman yang diberikan sebagai data pendukung khususnya di wawancara bagi tugas akhir penulis.
7. Dr. Nurul Rakhmawati, Sp.N, Subp.NIOO(K), MARS, selaku dokter neurologi yang bersedia dalam membagikan pengetahuan dari bidang yang digeluti dan menyediakan waktu serta tenaga untuk menjadi data pendukung tugas akhir penulis di bagian wawancara.

8. Ranggi Deindra, selaku ahli desain yang telah memberikan pengalaman dan *insight* untuk menjadi data pendukung dalam bagian wawancara dari perancangan kampanye tugas akhir dari penulis.
9. Partisipan dari FGD, kuesioner, dan *market validation* yang telah memberikan waktu dan tenaga sebagai data pendukung dan *insight* untuk topik kampanye tugas akhir dari penulis.

Semoga karya tugas akhir dari perancangan kampanye ini dapat memberikan manfaat untuk penelitian selanjutnya dan inspirasi bagi para pembaca. Penulis menyadari bahwa laporan masih jauh dari kesempurnaan. Oleh sebab itu, dengan penuh rendah hati, penulis mengharapkan adanya kritik dan saran untuk meningkatkan penulisan laporan tugas akhir berikut.

Tangerang, 8 Januari 2026



(Deborah Kusendarwati Sulistio)



PERANCANGAN KAMPANYE MENGENAI *SOCIAL JETLAG* BAGI PENGGEJAR *GAME ONLINE* PADA SISWA SEKOLAH MENENGAH ATAS

(Deborah Kusendarwati Sulistio)

ABSTRAK

Perkembangan pesat teknologi digital telah mendorong maraknya aktivitas bermain *game online* di kalangan remaja, terutama pada usia sekolah jenjang menengah keatas, yang seringkali dilakukan hingga larut malam sebagai pelarian dari tekanan akademik dan sosial. Padahal, remaja membutuhkan waktu tidur 8–10 jam per malam untuk mendukung kesehatan dan kinerja belajar. Ketidaksesuaian antara ritme biologis tubuh dan tuntutan sosial dikenal sebagai *Social Jetlag* serta konsep “hutang tidur” di akhir pekan, berpotensi menurunkan fokus di sekolah, menimbulkan kelelahan, dan meningkatkan risiko gangguan kesehatan jangka panjang. Studi pendahuluan menunjukkan rendahnya kesadaran akan fenomena ini dan kurangnya media persuasif berbasis edukasi yang relevan untuk memotivasi perubahan pola tidur. Oleh karena itu, perancangan tugas akhir ini bertujuan dalam membuat kampanye sosial yang menargetkan remaja SMA (15–18 tahun, SES B) di wilayah Jabodetabek yang gemar bermain *game online*. Data pra-penelitian menunjukkan bahwa 30% orang Indonesia belum menyadari konsep *Social Jetlag*, kondisi juga diperkuat melalui studi SMK Negeri 5 Kabupaten Tangerang menunjukan 79,5% adanya kecanduan *game online* di malam hari. sementara kebiasaan bermain berlebihan dapat meningkatkan risiko kesehatan dan psikologis. Metodologi penelitian digunakan *mixed methods* oleh Creswell dan Creswell (2018) yaitu, wawancara, *focus group discussion*, dan kuesioner. Serta metode perancangan yaitu *Six Phase of the Project* untuk memberikan hasil yang dapat mendorong perubahan perilaku melalui kampanye sosial berbasis media sosial dalam menuju kebiasaan tidur yang lebih baik dan menghindari dampak yang terjadi dari *Social Jetlag*. Dengan ini, hasil *market validation* oleh tiga responden mendapatkan hasil relevan dan dapat menyampaikan kampanye dengan jelas, serta bersifat mengajak untuk mengubah pola tidur menjadi seimbang.

Kata kunci: Kampanye, *Social Jetlag*, *Game Online*, Sekolah Menengah Atas

CAMPAIGN DESIGN ON SOCIAL JETLAG FOR ONLINE GAME ENTHUSIAST AMONG SENIOR HIGH SCHOOL STUDENTS

(Deborah Kusendarwati Sulistio)

ABSTRACT (English)

The rapid development of digital technology has led to a significant increase in online gaming activities among adolescents, particularly those at the upper secondary school level, who often play until late at night as a form of escape from academic and social pressures. In fact, adolescents require 8–10 hours of sleep per night to support their health and learning performance. The misalignment between the body's biological rhythm and social demands is known as Social Jetlag, along with the concept of "sleep debt" accumulated on weekends, which can reduce concentration at school, cause fatigue, and increase the risk of long-term health problems. Preliminary studies indicate a low level of awareness of this phenomenon and a lack of persuasive, education-based media that is relevant and capable of motivating changes in sleep patterns. Therefore, this final project aims to design a social campaign targeting high school students (aged 15–18 years, SES B) in the Greater Jakarta area (Jabodetabek) who are avid online gamers. Pre-research data shows that 30% of Indonesians are not yet aware of the concept of Social Jetlag. This condition is further supported by a study conducted at SMK Negeri 5 Kabupaten Tangerang, which found that 79.5% of students experience online gaming addiction at night, while excessive gaming habits can increase health and psychological risks. The research methodology employs a mixed-methods approach based on Creswell and Creswell (2018), including interviews, focus group discussions, and questionnaires. The design methodology uses the Six Phases of the Project method to produce outcomes that encourage behavioral change through a social media-based social campaign, promoting healthier sleep habits and preventing the negative impacts of Social Jetlag. The market validation results from three respondents indicate relevant findings and show that the campaign can be communicated clearly, while also being persuasive in encouraging a shift toward a more balanced sleep pattern.

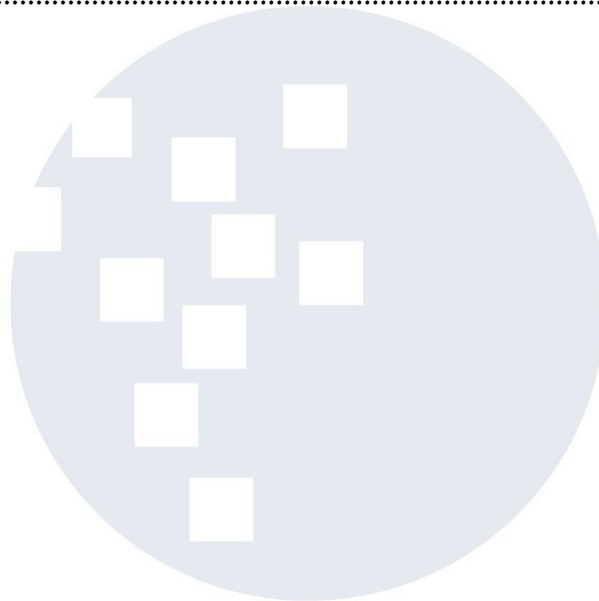
Keywords: Campaign, Social Jetlag, Game Online, High School

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	viii
<i>ABSTRACT (English)</i>	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
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	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Kampanye Sosial	5
2.1.1 Tujuan Kampanye	5
2.1.2 Jenis Kampanye	6
2.1.3 Media Kampanye	7
2.1.4 Desain Kampanye	9
2.1.5 Strategi AISAS	23
2.1.6 Media Sosial dalam Kampanye	26
2.1.7 <i>Copywriting</i> Dalam Kampanye	28
2.2 Media Sosial Kampanye	31
2.2.1 <i>Strategic Plan</i>	31

2.2.2 <i>Strategy Campaign Design in Social Media</i>	36
2.3 <i>Social Jetlag</i>	39
2.3.1 <i>Penyebab Social Jetlag</i>	40
2.3.2 <i>Karakteristik Social Jetlag</i>	41
2.3.3 <i>Dampak Social Jetlag</i>	42
2.3.4 <i>Social Jetlag dan Sleep Debt</i>	45
2.4 <i>Penelitian yang Relevan</i>	46
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN	50
3.1 <i>Subjek Perancangan</i>	50
3.2 <i>Metode dan Prosedur Perancangan</i>	52
3.3 <i>Teknik dan Prosedur Perancangan</i>	52
3.3.1 <i>Wawancara</i>	53
3.3.2 <i>Focus Group Discussion</i>	59
3.3.3 <i>Kuesioner</i>	61
3.3.4 <i>Studi Eksisting</i>	68
3.3.5 <i>Studi Referensi</i>	68
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN	69
4.1 <i>Hasil Perancangan</i>	69
4.1.1 <i>Overview</i>	69
4.1.2 <i>Strategy</i>	91
4.1.3 <i>Ideas</i>	106
4.1.4 <i>Design</i>	109
4.1.5 <i>Production</i>	121
4.1.6 <i>Implementation</i>	146
4.1.7 <i>Kesimpulan Perancangan</i>	147
4.2 <i>Pembahasan Perancangan</i>	148
4.2.1 <i>Analisis Market Validation</i>	148
4.2.2 <i>Analisis Key Visual</i>	153
4.2.3 <i>Analisis Attention dan Interest</i>	154
4.2.4 <i>Analisis Media Search</i>	164
4.2.5 <i>Analisis Media Action</i>	166
4.2.6 <i>Analisis Media Share</i>	171

4.2.7 Anggaran.....	174
BAB V PENUTUP.....	177
5.1 Simpulan	177
5.2 Saran	178
DAFTAR PUSTAKA.....	xviii
LAMPIRAN.....	xxiii



UMN
 UNIVERSITAS
 MULTIMEDIA
 NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan.....	46
Tabel 3.1 Pertanyaan Bagian Kuesioner	61
Tabel 4.1 SWOT <i>The Teen Sleep Hub</i>	87
Tabel 4.2 <i>Brand Mandatory</i>	90
Tabel 4.3 Tabel Wawasan Narasumber	92
Tabel 4.4 SWOT Kampanye	93
Tabel 4.5 Strategi dan Teknik Pesan Kampanye	95
Tabel 4.6 <i>Creative Brief</i> Kampanye.....	97
Tabel 4.7 SWOT Kampanye	100
Tabel 4.8 Media AISAS	103
Tabel 4.9 <i>Planning Strategy</i>	105
Tabel 4.10 Tabel Anggaran.....	175



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2 Contoh Karya Ilustrasi Ekspresif	12
Gambar 2.3 Contoh Karya Ilustrasi Deskriptif	12
Gambar 2.4 Contoh Karya Ilustrasi sebagai Analitis.....	13
Gambar 2.5 <i>One column-grid: Print Magazine</i>	16
Gambar 2.6 <i>Multicolumn Grid</i>	17
Gambar 2.7 <i>Modular Grid</i>	19
Gambar 2.8 Gambar Grafik Gelombang <i>Hue</i>	21
Gambar 2.1 Gambar AIDMA dan AISAS	24
Gambar 2.9 SMART Objectives	32
Gambar 2.10 <i>Developing a Social Media Voice</i>	35
Gambar 2.11 <i>Pre-Industrialized dan Industrialized</i>	39
Gambar 4.1 Wawancara dengan Sonia Natasha Marunduh.....	70
Gambar 4.2 Wawancara dengan dr. Nurul R, Sp.N, Subp.NIOO(K), MARS.....	72
Gambar 4.3 Wawancara dengan Ranggi Deindra	74
Gambar 4.4 <i>Focus Group Discussion Social Jetlag</i>	75
Gambar 4.5 <i>Pie Chart</i> Umur Responden	77
Gambar 4.6 <i>Pie Chart</i> Domisil Responden.....	77
Gambar 4. 7 <i>Pie Chart</i> Istilah <i>Social Jetlag</i>	77
Gambar 4. 8 Batang Diagram Pengetahuan Mengenai Waktu Tidur.....	78
Gambar 4. 9 Batang Diagram Mengenai Utang Tidur	78
Gambar 4. 10 Batang Diagram Ritme Sirkadian Di Masa Pubertas	79
Gambar 4. 11 Diagram Batang Cahaya Biru <i>Gadget</i> Dalam Ketepatan Waktu ...	79
Gambar 4.12 Diagram Batang Cahaya Biru Mempengaruhi Kualitas Tidur.....	80
Gambar 4.13 Diagram batang Utang Tidur Bagi Masa Depan.....	80
Gambar 4.14 Diagram Batang Tidur Larut Di Hari Pekan	80
Gambar 4.15 <i>Pie Chart</i> Waktu Tidur Larut	81
Gambar 4.16 Diagram Batang Pengalaman Kompensasi Tidur	81
Gambar 4.17 Diagram Batang Efek Yang Disebabkan Tidur Larut.....	82
Gambar 4.18 Diagram Batang Pengalaman Dari Begadang.....	82
Gambar 4.19 Diagram Batang Mengenai Pengalaman Kualitas Tidur Buruk.....	83
Gambar 4.20 Diagram Batang Mengenai Pemilihan <i>Game</i>	83
Gambar 4.21 Diagram Batang Mengenai Sulit Mengatur Waktu.....	83
Gambar 4.22 <i>Pie Chart</i> Mengenai Media	84
Gambar 4.23 Diagram Batang Mengenai Kampanye Kesehatan Tidur.....	84
Gambar 4.24 <i>Teen Sleep Hub</i>	85
Gambar 4.25 Kategori Remaja, Sekolah, dan Orang tua	86
Gambar 4.26 <i>Headspace Interface App</i>	88
Gambar 4.27 <i>Logo Brand Mandatory</i>	89
Gambar 4.28 <i>User Persona</i>	91
Gambar 4.29 <i>Customer Journey</i>	99

Gambar 4.30 <i>Mindmap</i> Perancangan Kampanye.....	107
Gambar 4.31 Alternatif Nama Kampanye	108
Gambar 4.32 <i>Moodboard</i>	109
Gambar 4.33 <i>Stylescapes</i>	110
Gambar 4.34 <i>Color Palette</i> Kampanye.....	110
Gambar 4.35 <i>Typography Font</i> Poppins	111
Gambar 4.36 Referensi Perancangan <i>Headline Font</i>	112
Gambar 4.37 Sketsa <i>Headline</i> Tipografi.....	112
Gambar 4.38 Contoh <i>Text Headline</i>	113
Gambar 4.39 Contoh <i>Text sub-headline dan body copy</i>	113
Gambar 4.40 Referensi Maskot Kampanye	114
Gambar 4.41 Sketsa Maskot Kampanye	115
Gambar 4.42 Maskot <i>Messy dan Flow</i>	116
Gambar 4.43 Gambar Elemen Visual Maskot	116
Gambar 4.44 Gambar Elemen Visual Maskot	117
Gambar 4.45 Referensi Logo Kampanye.....	118
Gambar 4.46 Sketsa Logo Kampanye.....	118
Gambar 4.47 Alternatif Logo Kampanye.....	119
Gambar 4.48 Referensi <i>Key Visual</i>	120
Gambar 4.49 Sketsa <i>Key Visual</i>	120
Gambar 4.50 <i>Key Visual</i> Kampanye	121
Gambar 4.51 Sketsa <i>Attention Interest</i> Media Instagram <i>Story Ads</i>	122
Gambar 4.52 Finalisasi <i>Attention Interest</i> Media Instagram <i>Story Ads</i>	123
Gambar 4.53 Sketsa <i>Attention Interest</i> Media Instagram <i>Feeds Ads</i>	124
Gambar 4.54 Finalisasi <i>Attention Interest</i> Media Instagram <i>Feeds Ads</i>	124
Gambar 4.55 Sketsa <i>Attention Interest</i> Media Instagram <i>Reels Ads</i> dan Tiktok ..	125
Gambar 4.56 Finalisasi <i>Attention Interest</i> Media Instagram <i>Reels</i> dan Tiktok ..	126
Gambar 4.57 Sketsa <i>Attention Interest</i> School Poster	127
Gambar 4.58 Finalisasi <i>Attention Interest</i> School Poster	128
Gambar 4.59 Sketsa <i>Attention Interest</i> Spotify Ads.....	129
Gambar 4.60 Finalisasi <i>Attention Interest</i> Spotify Ads.....	129
Gambar 4.61 Sketsa <i>Attention Interest</i> Transjakarta Ads.....	130
Gambar 4.62 Finalisasi <i>Attention Interest</i> Transjakarta Ads.....	131
Gambar 4.63 Sketsa <i>Attention Interest</i> Billboard Ads	132
Gambar 4.64 Finalisasi <i>Attention Interest</i> Billboard Ads	133
Gambar 4.65 Sketsa <i>Search</i> Instagram Story	134
Gambar 4.66 Finalisasi <i>Search</i> Instagram Story	135
Gambar 4.67 Sketsa <i>Search</i> Instagram <i>Feeds</i>	136
Gambar 4.68 Finalisasi <i>Search</i> Instagram <i>Feeds</i>	136
Gambar 4.69 Sketsa <i>Action</i> Instagram <i>Feeds</i>	137
Gambar 4.70 Finalisasi <i>Action</i> Instagram <i>Feeds</i>	138
Gambar 4.71 Sketsa <i>Action</i> Instagram Story.....	139
Gambar 4.72 Finalisasi <i>Action</i> Instagram Story.....	140

Gambar 4.73 Sketsa <i>Share Instagram Story</i>	141
Gambar 4.74 Finalisasi <i>Share Instagram Story</i>	141
Gambar 4.75 Sketsa <i>Share Instagram Feeds</i>	142
Gambar 4.76 Finalisasi <i>Share Instagram Feeds</i>	143
Gambar 4.77 Sketsa <i>Share Instagram Filter</i>	144
Gambar 4.78 Finalisasi <i>Share Instagram Filter</i>	144
Gambar 4.79 Sketsa <i>Share Gimik</i>	145
Gambar 4.80 Finalisasi <i>Share Gimik</i>	145
Gambar 4.81 <i>Before After Visual</i>	147
Gambar 4.82 Wawancara dengan Baby Christiani	150
Gambar 4.83 Wawancara dengan Christian Wijaya	151
Gambar 4.84 Wawancara dengan Vanessa Salim.....	152
Gambar 4.85 Analisis <i>Key Visual</i>	153
Gambar 4.86 Analisis Media <i>Attention</i> dan <i>Interest Instagram Feeds</i>	155
Gambar 4.87 Analisis Media <i>Attention</i> dan <i>Interest Instagram Story</i>	156
Gambar 4.88 Analisis Media <i>Instagram Reels</i> dan <i>Tiktok</i>	158
Gambar 4.89 Analisis Media <i>School Poster</i>	159
Gambar 4.90 Analisis Media <i>Transjakarta Ads</i>	160
Gambar 4.91 Analisis Media <i>Iklan Spotify</i>	162
Gambar 4.92 Analisis Media <i>Billboard</i>	163
Gambar 4.93 Analisis Media <i>Search Instagram Feeds</i>	164
Gambar 4.94 Analisis Media <i>Search Instagram Story</i>	166
Gambar 4.95 Analisis Media <i>Action Instagram Feeds</i>	167
Gambar 4.96 Analisis Media <i>Action Instagram Story</i>	169
Gambar 4.97 Analisis Media <i>Seminar Talkshow</i>	170
Gambar 4.98 Analisis Media <i>Filter Instagram</i>	171
Gambar 4.99 Analisis Media <i>Share Instagram Feeds</i>	172
Gambar 4.100 Analisis Media <i>Share Story</i>	173
Gambar 4.101 Analisis Media <i>Gimik</i>	174

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Persentase Turnitin.....	xxiii
Lampiran 2 Form Bimbingan & Spesialis	xxvii
Lampiran 3 <i>Non-Disclosure Agreement</i>	xxx
Lampiran 4 Hasil Kuesioner	xliv
Lampiran 5 Transkrip Wawancara.....	li
Lampiran 6 Dokumentasi.....	cxvi

