

**PERANCANGAN KAMPANYE UNTUK MENINGKATKAN
KESADARAN PERAWATAN SEPEDA MOTOR *MATIC*
UNTUK PENGENDARA PEMULA**



LAPORAN TUGAS AKHIR

Farel Remy Tangguh
00000069295

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

**PERANCANGAN KAMPANYE UNTUK MENINGKATKAN
KESADARAN PERAWATAN SEPEDA MOTOR *MATIC*
UNTUK PENGENDARA PEMULA**



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual

Farel Raxy Tangguh

00000069295

**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 : Farel Remy Tangguh
Nomor Induk Mahasiswa : 00000069295
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

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

PERANCANGAN KAMPANYE UNTUK MENINGKATKAN KESADARAN PERAWATAN SEPEDA MOTOR MATIC UNTUK PENGENDARA PEMULA

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, 10 Desember 2025



(Farel Remy Tangguh)

HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Farel Remy Tangguh
NIM : 00000069295
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Judul Laporan : PERANCANGAN KAMPANYE UNTUK
MENINGKATKAN KESADARAN
PERAWATAN SEPEDA MOTOR
MATIC UNTUK PENGENDARA
PEMULA

Dengan ini saya menyatakan secara jujur menggunakan bantuan Kecerdasan Artifisial (AI) dalam pengerjaan Tugas/Project/Tugas Akhir*(coret salah satu) 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 apapun 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, 10 Desember 2025

Yang Menyatakan,



(Farel Remy Tangguh)

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

PERANCANGAN KAMPANYE UNTUK MENINGKATKAN KESADARAN PERAWATAN SEPEDA MOTOR *MATIC* UNTUK PENGENDARA PEMULA

Oleh

Nama Lengkap : Farel Raxy Tangguh
Nomor Induk Mahasiswa : 00000069295
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

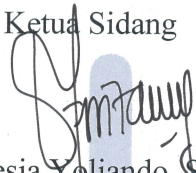
Telah diujikan pada hari Kamis, 8 Januari 2026

Pukul 16.00 s.d. 16.45 WIB dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



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

Penguji



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

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 : Farel Remy Tangguh
Nomor Induk Mahasiswa : 00000069295
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : ~~D3~~/ S1/ S2* (*coret yang tidak dipilih)
Judul Karya Ilmiah : PERANCANGAN KAMPANYE UNTUK
MENINGKATKAN KESADARAN
PERAWATAN SEPEDA MOTOR
MATIC UNTUK PENGENDARA
PEMULA

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, 10 Desember 2025



(Farel Remy Tangguh)

* 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 penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan pendampingan Nya yang memberikan penulis pemahaman dan kelancaran dalam menyelesaikan perancangan proposal tugas akhir yang berjudul “Perancangan Kampanye untuk Meningkatkan Kesadaran Perawatan Sepeda Motor *Matic* untuk Pengendara Pemula” dengan baik dan tepat waktu. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan & dukungan dari berbagai pihak, sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikan laporan tugas akhir ini. Oleh karena 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. Martinus Eko Prasetyo, S.Sn., M.Ds., selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Seluruh narasumber yang telah meluangkan waktu dan membantu proses pengumpulan data dalam penyusunan tugas akhir ini.
6. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Teman-teman yang telah banyak membantu dan saling mendukung dalam proses penyusunan proposal ini

Semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat dan memberikan pengetahuan baru kepada para pembaca.

Tangerang, 10 Desember 2025



(Farel Remy Tangguh)

PERANCANGAN KAMPANYE UNTUK MENINGKATKAN KESADARAN PERAWATAN SEPEDA MOTOR MATIC UNTUK PENGENDARA PEMULA

(Farel Remy Tangguh)

ABSTRAK

Sepeda motor matic merupakan jenis sepeda motor yang paling populer di Indonesia saat ini, dengan distribusi yang mencapai 90,39% tahun 2024 lalu. Di Indonesia sendiri, pengendara sepeda motor didominasi oleh pengendara pemula yang berusia 15 – 25 tahun. Hal ini cukup wajar mengingat kebutuhan mobilitas mereka yang tinggi. Oleh karena itu, selain kemampuan berkendara, mereka juga setidaknya harus memiliki kesadaran terkait dengan perawatan motornya. Namun, saat ini pengendara seringkali masih lalai dan merasa malas untuk melakukan perawatan rutin pada sepeda motornya, terutama karena kesibukan dan terbatasnya waktu yang dimiliki, ditengah padatnya aktivitas. Padahal jika dibiarkan, motor yang tidak mendapatkan perawatan yang baik sangat beresiko membahayakan keselamatan pengendara itu serta pengguna jalan lainnya. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, meski saat ini informasi tentang perawatan motor sudah banyak & mudah diakses, namun masih banyak pengendara yang merasa konten yang ada cenderung hanya memberi informasi perawatan atau hanya bersifat promosional, tanpa memberikan motivasi pada pengendara untuk melakukan perawatan secara teratur. Oleh karena itu, diperlukan suatu kampanye yang mampu meningkatkan kesadaran dan kepedulian pengendara, untuk mulai melakukan perawatan pada sepeda motornya. Metode penelitian yang digunakan adalah *mixed method*, yang dilakukan melalui wawancara, Kuesioner, FGD, studi eksisting dan studi referensi. Perancangan ini menghasilkan sebuah kampanye yang berfokus untuk meningkatkan kesadaran pengendara pemula terhadap perawatan sepeda motornya. Berdasarkan hasil *market validation* pada target audiens, diketahui bahwa kampanye perawatan motor dengan pendekatan yang lebih kasual dan persuasif, serta visual yang lebih variatif dan mencolok membuat pesan perawatan lebih mudah tersampaikan dan diterima oleh audiens.

Kata kunci: Kampanye, Motor *Matic*, Perawatan Motor

DESIGNING A CAMPAIGN TO RAISE AWARENESS ABOUT SCOOTER MAINTENANCE FOR BEGINNER RIDERS

(Farel Raxy Tangguh)

ABSTRACT (English)

Automatic motorcycles are currently the most popular type of motorcycle in Indonesia with a distribution rate reaching 90.39% in 2024. In Indonesia, motorcycle riders are predominantly beginner riders aged 15-25 years, which is reasonable considering their high mobility needs. Therefore, in addition to riding skills, riders are also expected to have basic awareness of motorcycle maintenance. However, many riders still tend to neglect routine motorcycle maintenance, often due to busy schedule and limited time amid their dense daily activities. If left unaddressed, motorcycles that do not receive proper maintenance pose significant risk to the safety of both the riders themselves and other road users. Based on the research conducted, although information regarding motorcycle maintenance is currently abundant and easily accessible, existing content tends to merely provide maintenance information or serve promotional purposes, without offering sufficient motivation for riders to perform regular maintenance. Therefore, a campaign is needed to increase riders awareness and concern, encouraging them to begin maintaining their motorcycle properly. The research method employed in this study is a mixed method approach, which being conducted through interviews, questionnaires, FGD, existing studies, and reference studies. This design process result in a campaign that focuses on increasing beginner riders awareness of motorcycle maintenance. Based on market validation results, a motorcycle maintenance campaign that adopt more casual and persuasive approach, supported by varied and visually striking elements is more effective in delivering messages and increasing audience acceptance.

Keywords: *Campaign, Automatic Motorcycle, Motorcycle Maintenance*

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.....	5
2.1 Kampanye	5
2.1.1 Jenis Kampanye	5
2.1.2 Tujuan Kampanye	6
2.1.3 Strategi Kampanye	6
2.1.5 Strategi dan Taktik Pesan	12
2.1.6 Kampanye Digital	14
2.2 Desain Kampanye	19
2.2.1 Tipografi	19
2.2.2 <i>Layout dan Grid</i>	21
2.2.3 Warna.....	23
2.2.4 Fotografi.....	26

2.2.5 <i>Digital Imaging</i>	29
2.2.6 Videografi	30
2.2.7 <i>Copywriting</i>	32
2.2.8 <i>Motion Graphics</i>	38
2.2.9 <i>Ilustrasi</i>	39
2.2.10 <i>Maskot</i>	40
2.3 Sepeda Motor <i>Matic</i>	41
2.3.1 Komponen-Komponen Motor <i>Matic</i>	41
2.3.2 Manajemen Sistem Perawatan Motor.....	44
2.4 Penelitian Relevan	46
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN	51
3.1 Subjek Perancangan	51
3.2 Metode dan Prosedur Perancangan	53
3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan	56
3.3.1 Wawancara	56
3.3.2 Kuesioner	60
3.3.3 <i>Focus Group Discussion</i>	67
3.3.4 Studi Eksisting.....	69
3.3.5 Studi Referensi	69
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN	70
4.1 Hasil Perancangan	70
4.1.1 <i>Overview</i>	70
4.1.2 <i>Strategy</i>	105
4.1.3 <i>Ideas</i>	119
4.1.4 <i>Design</i>	128
4.1.5 <i>Production</i>	143
4.1.6 <i>Implementation</i>	180
4.1.7 Kesimpulan Perancangan.....	182
4.2 Pembahasan Perancangan	183
4.2.1 Analisis <i>Market Validation</i>	183
4.2.2 Analisis Media Perancangan.....	188
4.2.3 <i>Budgeting</i>	205

BAB V PENUTUP.....	207
5.1 Kesimpulan	207
5.2 Saran	208
DAFTAR PUSTAKA	xviii
LAMPIRAN.....	xxiv



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan.....	46
Tabel 3.1 Pertanyaan kuesioner	60
Tabel 4.1 SWOT Kampanye Cari Aman	93
Tabel 4.2 SWOT Kampanye Rasa Mesin Baru	96
Tabel 4.3 Creative Brief.....	107
Tabel 4.4 Strategi dan Taktik Pesan.....	111
Tabel 4.5 Strategi Pesan AISAS	112
Tabel 4.6 Detail Media AISAS	115
Tabel 4.7 Timeline Media AISAS	117
Tabel 4.8 List Keyword Terpilih.....	120
Tabel 4.9 List Alternatif Big Idea	121
Tabel 4.10 Alternatif Nama Kampanye	122
Tabel 4.11 Alternatif <i>tagline</i>	123
Tabel 4.12 Asset symbol.....	139
Tabel 4.13 <i>Budgeting</i>	205



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Skema AISAS	7
Gambar 2.2 Contoh Desain Poster	9
Gambar 2.3 Contoh <i>Ambient Advertising</i>	11
Gambar 2.4 <i>Miscellaneous Set</i>	12
Gambar 2.5 <i>Instagram Reels</i>	17
Gambar 2.6 <i>Instagram Feed</i>	18
Gambar 2.7 <i>Instagram Story Interactive</i>	18
Gambar 2.8 <i>Slab Serif Font</i>	20
Gambar 2.9 <i>Sans Serif Font</i>	20
Gambar 2.10 <i>Display Font</i>	20
Gambar 2.11 <i>Manuscript Grid</i>	21
Gambar 2.12 <i>Column Grid</i>	22
Gambar 2.13 <i>Modular Grid</i>	22
Gambar 2.14 <i>Hierarchic grid</i>	23
Gambar 2.15 <i>Color Wheel</i>	24
Gambar 2.16 <i>Color Scheme</i>	24
Gambar 2.17 <i>Eye Level View</i>	28
Gambar 2.18 <i>Waist level View</i>	28
Gambar 2.19 Ilustrasi <i>Vector</i>	40
Gambar 2.20 Maskot <i>Brand</i>	41
Gambar 4.1 Wawancara Taufik	71
Gambar 4.2 Wawancara Ade	73
Gambar 4.3 Wawancara Atalia	77
Gambar 4.4 Wawancara Cedric	80
Gambar 4.5 <i>Piechart Gender Responden</i>	83
Gambar 4.6 <i>Piechart Usia Responden</i>	83
Gambar 4.7 <i>Piechart Domisili Responden</i>	84
Gambar 4.8 <i>Chart Sosio Ekonomi Responden</i>	84
Gambar 4.9 Chart Rutinitas Penggunaan Motor	85
Gambar 4.10 Chart Kebiasaan Merawat Motor	85
Gambar 4.11 Faktor Penghambat dan Pendorong	86
Gambar 4.12 Pemahaman Pengendara	86
Gambar 4.13 Sikap dan Persepsi	87
Gambar 4.14 Informasi dan Edukasi	87
Gambar 4.15 Preferensi Media	88
Gambar 4.16 Dokumentasi FGD	89
Gambar 4.17 Identitas Kampanye #Cari_Aman	92
Gambar 4.18 Konten Kampanye Honda Sulut	92
Gambar 4.19 Konten Kampanye Honda Samarinda	93
Gambar 4.20 Poster Website Kampanye #RasaMesinBaru	95

Gambar 4.21 Poster Digital Promo Paket Servis	95
Gambar 4.22 Vindes Corp.....	97
Gambar 4.23 E-Poster Event Vindes	98
Gambar 4.24 Desain Media Sosial Vindes	98
Gambar 4.25 Konten <i>Instagram</i> Vindes	99
Gambar 4.26 Logo Duolingo	100
Gambar 4.27 <i>Reminder</i> Duo Pada Aplikasi Duolingo	101
Gambar 4.28 Poster Promosional Duo.....	102
Gambar 4.29 Konten Instagram Duolingo	102
Gambar 4.30 <i>Death of Duo</i>	103
Gambar 4.31 Konten Kampanye Death of Duo	103
Gambar 4.32 Logo Motorplus.....	104
Gambar 4.33 <i>User Persona 1</i>	106
Gambar 4.34 <i>User Persona 2</i>	106
Gambar 4.35 Journey Map.....	118
Gambar 4.36 <i>Mindmap</i>	120
Gambar 4.37 <i>Moodboard</i>	124
Gambar 4.38 <i>Stylescape</i>	125
Gambar 4.39 <i>Color Palette</i>	126
Gambar 4.40 Alternatif <i>Font</i>	127
Gambar 4.41 <i>Font Abyss</i>	127
Gambar 4.42 <i>Font Sanchez</i>	128
Gambar 4.43 Sketsa Logo	129
Gambar 4.44 Digitalisasi Sketsa Logo.....	130
Gambar 4.45 Logo Kampanye Final.....	131
Gambar 4.46 Sketsa Alternatif Maskot.....	131
Gambar 4.47 Character Sheet Maskot	132
Gambar 4.48 Skema Warna Maskot	133
Gambar 4.49 Sketsa Pose Maskot.....	134
Gambar 4.50 Digitalisasi Pose Maskot.....	134
Gambar 4.51 Fotografi Karakter Pengendara	135
Gambar 4.52 Fotografi Motor <i>Matic</i>	136
Gambar 4.53 Proses <i>Cropping Background</i>	136
Gambar 4.54 Penerapan <i>Image Trace</i>	137
Gambar 4.55 Pengaplikasian <i>Border Paper Cutout</i>	137
Gambar 4.56 Tekstur Dasar	138
Gambar 4.57 Sketsa <i>Key Visual</i>	142
Gambar 4.58 Key Visual.....	142
Gambar 4.59 Proses Desain Poster	143
Gambar 4.60 Desain Poster.....	144
Gambar 4.61 <i>Mockup</i> Poster	144
Gambar 4.62 Proses Desain <i>Elevator Ads</i>	145
Gambar 4.63 Desain <i>Elevator Ads</i>	146

Gambar 4.64 <i>Mockup Elevator Ads</i>	146
Gambar 4.65 Proses Desain <i>Hanging Banner</i>	147
Gambar 4.66 Desain <i>Hanging Banner</i>	147
Gambar 4.67 <i>Mockup Hanging Banner</i>	148
Gambar 4.68 Proses Desain <i>Outdoor Banner</i>	149
Gambar 4.69 Desain <i>Outdoor Banner</i>	149
Gambar 4.70 <i>Mockup Outdoor Banner</i>	150
Gambar 4.71 Proses Desain <i>Truck Ads</i>	151
Gambar 4.72 Desain <i>Truck Ads</i>	151
Gambar 4.73 <i>Mockup Truck Ads</i>	152
Gambar 4.74 Proses Desain <i>Motorcycle Ads</i>	152
Gambar 4.75 Desain <i>Motorcycle Ads</i>	153
Gambar 4.76 <i>Mockup Motorcycle Ads</i>	153
Gambar 4.77 Proses Desain <i>Website Ads</i>	154
Gambar 4.78 <i>Mockup Website Ads</i>	154
Gambar 4.79 Proses Desain <i>Youtube Overlay Ads</i>	155
Gambar 4.80 <i>Mockup Youtube Overlay Ads</i>	155
Gambar 4.81 Proses Desain <i>Instagram Story Ads</i>	156
Gambar 4.82 <i>Mockup Instagram Story Ads</i>	156
Gambar 4.83 Perancangan <i>Instagram Feeds Tahap Awal</i>	157
Gambar 4.84 <i>Instagram Feeds Tahap Awal</i>	158
Gambar 4.85 <i>Instagram Carousel Ombro</i>	158
Gambar 4.86 <i>Mockup Instagram Tahap Awal</i>	159
Gambar 4.87 <i>Instagram Feeds Tahap Search</i>	160
Gambar 4.88 Proses Desain <i>IG Feeds Tahap Share</i>	161
Gambar 4.89 Konten Transisi <i>Instagram Feeds</i>	161
Gambar 4.90 <i>Mockup Instagram Feeds Tahap Search</i>	162
Gambar 4.91 <i>Instagram Carousel Design</i>	162
Gambar 4.92 Proses Perancangan <i>Instagram Carousel</i>	163
Gambar 4.93 <i>Mockup Instagram Carousel</i>	163
Gambar 4.94 <i>Instagram Reels</i>	164
Gambar 4.95 Proses Perancangan <i>Instagram Reels</i>	165
Gambar 4.96 <i>Mockup Instagram Reels</i>	165
Gambar 4.97 Desain <i>Instagram Stories</i>	166
Gambar 4.98 Perancangan Desain <i>Instagram Stories</i>	167
Gambar 4.99 <i>Mockup Instagram Stories</i>	167
Gambar 4.100 Desain <i>Post Pengumuman QnA</i>	169
Gambar 4.101 Proses Desain <i>Post Pengumuman QnA</i>	169
Gambar 4.102 <i>Mockup Post Pengumuman QnA</i>	170
Gambar 4.103 Desain <i>Post Challenge</i>	171
Gambar 4.104 Proses Desain <i>Post Challenge</i>	171
Gambar 4.105 <i>Mockup Desain Post Challenge</i>	172
Gambar 4.106 Desain <i>Story QnA</i>	173

Gambar 4.107 Proses Desain <i>Story Action</i>	173
Gambar 4.108 Desain <i>Story Challenge</i>	174
Gambar 4.109 <i>Mockup Story Challenge</i>	174
Gambar 4.110 Desain dan <i>Mockup Helm</i>	175
Gambar 4.111 Desain dan <i>Mockup Buff</i>	176
Gambar 4.112 Design dan <i>Mockup Tumbler</i>	176
Gambar 4.113 Desain dan <i>Mockup Sticker Pack</i>	177
Gambar 4.114 Desain <i>Twibbon</i>	178
Gambar 4.115 <i>Mockup Twibbon</i>	178
Gambar 4.116 <i>Digital Sticker Pack</i>	179
Gambar 4.117 <i>Mockup Digital Sticker Pack</i>	180
Gambar 4.118 Karya Sebelum dan Sesudah Revisi	181
Gambar 4.119 Analisis Poster	188
Gambar 4.120 Analisis <i>Elevator Ads</i>	189
Gambar 4.121 Analisis <i>Banner</i>	190
Gambar 4.122 Analisis <i>Board Sign</i>	191
Gambar 4.123 Analisis <i>Truck Ads</i>	192
Gambar 4.124 Analisis <i>Motorcycle Ads</i>	193
Gambar 4.125 Analisis <i>Website Ads</i>	194
Gambar 4.126 Analisis <i>Youtube Overlay Ads</i>	194
Gambar 4.127 Analisis <i>Instagram Story Ads</i>	195
Gambar 4.128 Analisis <i>Instagram Feeds</i>	196
Gambar 4.129 Analisis Konten Instagram Tahap <i>Attention</i>	196
Gambar 4.130 Analisis Konten Instagram Tahap <i>Interest</i>	197
Gambar 4.131 Analisis Konten Instagram Tahap <i>Action</i>	198
Gambar 4.132 Analisis <i>Carousel</i> Tahap <i>Attention</i>	198
Gambar 4.133 Analisis <i>Carousel</i> Tahap <i>Search</i>	199
Gambar 4.134 Analisis <i>Carousel</i> Tahap <i>Action</i>	199
Gambar 4.135 Analisis <i>Reels</i> Tahap <i>Search</i>	200
Gambar 4.136 Analisis <i>Story</i> Tahap <i>Search</i>	201
Gambar 4.137 Analisis <i>Story</i> Tahap <i>Search</i>	202
Gambar 4.138 Analisis <i>Gimmick</i>	203
Gambar 4.139 Analisis <i>Twibbon</i>	204
Gambar 4.140 Analisis <i>Digital Sticker Pack</i>	204

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Turnitin	xxiv
Lampiran form Bimbingan.....	xxvii
Lampiran Kuesioner.....	xxxii
Lampiran Pra Observasi	xxxvii
Lampiran Pra Kuesioner	lii
Lampiran Transkrip Wawancara Taufik	lvii
Lampiran Transkrip Wawancara Ade	lxxi
Lampiran Transkrip Wawancara Atalia	.lxxxiii
Lampiran Transkrip Wawancara Cedric	xciv
Lampiran FGD	ci
Lampiran Transkrip <i>Market Validation</i> 1	cii
Lampiran Transkrip <i>Market Validation</i> 2	cxx
Lampiran Transkrip <i>Market Validation</i> 3	cxxxi
Lampiran NDA Narasumber 1	cxvii
Lampiran NDA Narasumber 2	cxviii
Lampiran NDA Narasumber 3	cxix
Lampiran NDA Narasumber 4	cxl
Lampiran NDA Peserta FGD	cxli
Lampiran NDA Peserta <i>Market Validation</i>	cxlvi
Lampiran NDS Penulis	cxlix
Lampiran Bukti Bimbingan Spesialis	cl
Lampiran Bukti <i>Market Validation</i>	cl

