

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL INTERAKTIF
MENGENAI CELAH BIBIR DAN LANGIT-LANGIT**



LAPORAN TUGAS AKHIR

Atalia Lambok Hasian Sirait

00000073476

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

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL INTERAKTIF
MENGENAI CELAH BIBIR DAN LANGIT-LANGIT**



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual

Atalia Lambok Hasian Sirait

00000073476

**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 : Atalia Lambok Hasian Sirait

Nomor Induk Mahasiswa : 00000073476

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

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

PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL INTERAKTIF MENGENAI CELAH BIBIR DAN LANGIT-LANGIT

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, 11 Desember 2025



(Atalia Lambok Hasian Sirait)

HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Atalia Lambok Hasian Sirait
Lengkap
NIM : 00000073476
Program : Desain Komunikasi Visual
Studi
Judul : Perancangan Kampanye Sosial Interaktif mengenai Celah
Laporan Bibir dan Langit-Langit

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, 11 Desember 2025

Yang Menyatakan,



(Atalia Lambok H.S.)

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL INTERAKTIF MENGENAI CELAH BIBIR DAN LANGIT-LANGIT

Oleh

Nama Lengkap : Atalia Lambok Hasian Sirait

Nomor Induk Mahasiswa : 00000073476

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

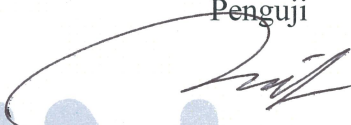
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang


Christina Flora, S.Ds., M.M.
0305049703/ 074901

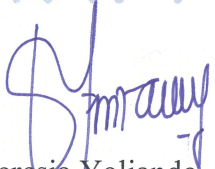
Penguji


Muhammad Nabil Oktanuryansyah, M.Ds.
0319109601/ 081434

Pembimbing


Nadia Mahatni, M.Ds.
0416038705/ 039375

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 : Atalia Lambok Hasian Sirait
Nomor Induk Mahasiswa : 00000073476
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : D3/S1/S2
Judul Karya Ilmiah : PERANCANGAN KAMPANYE
SOSIAL INTERAKTIF MENGENAI
CELAH BIBIR DAN LANGIT-LANGIT

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, 11 Desember 2025


(Atalia Lambok Hasian Sirait)

* 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

Segala puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa yang telah memberikan anugerah-Nya pada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan judul “Perancangan Kampanye Sosial Interaktif Mengenai Celah Bibir dan Langit-Langit” secara optimal. Tugas akhir ini terinspirasi dari kehidupan pribadi penulis dan juga orang-orang sekitar yang terus meyakinkan penulis untuk meneruskannya sampai ke tugas akhir. Tugas akhir penulis membahas permasalahan seputar celah bibir dan langit-langit, terutama dampak dan stigma yang masih kerap ditemukan di masyarakat. Tugas Akhir ini bertujuan untuk meningkatkan empati dan kepedulian masyarakat terhadap stigma celah bibir dan langit-langit pada anak dan orang tua.

Tugas akhir ini tentu saja tidak bisa terselesaikan hanya karena kekuatan penulis sendiri. Selama mengerjakan tugas akhir, penulis banyak belajar mengenai topik yang diangkat dan mendapat berbagai macam perspektif yang ada dalam masyarakat. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih dari lubuk hati yang terdalam 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. Nadia Mahatmi, M.Ds., selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Rita Rahmawati, A. Md. TW., S. Pd., STr. Kes., MKM., selaku narasumber yang telah memberikan pengetahuan seputar pengalaman menjadi terapis wicara dan juga pembina komunitas Satu Senyum.
6. drg. M. Syafrudin Hak, Sp.BM (K), MPH., PhD., selaku narasumber yang telah memberikan pengetahuan seputar teknis kesehatan pada celah bibir dan langit-langit.

7. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Penulis berharap agar tugas akhir ini dapat menjadi inspirasi bagi orang lain yang sekiranya tertarik untuk melakukan penelitian mengenai celah bibir dan langit-langit di masa yang akan datang. Selain itu, tugas akhir ini juga diharapkan dapat berkontribusi bagi masyarakat untuk terus meningkatkan empati dan edukasi mengenai celah bibir dan langit-langit dengan cara yang berkesan dan menyenangkan. Studi yang dilakukan penulis tidak akan berarti tanpa perjuangan dan harapan orang-orang yang telah membantu penulis dalam menyemangati menyelesaikan penelitian ini.

Tangerang, 11 Desember 2025



(Atalia Lambok Hasian Sirait)



PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL INTERAKTIF MENGENAI CELAH BIBIR DAN LANGIT-LANGIT

(Atalia Lambok Hasian Sirait)

ABSTRAK

Salah satu kelainan bawaan lahir yang sering menimbulkan stigma, mitos, dan diskriminasi sosial di masyarakat adalah celah bibir dan langit-langit. Hal ini disebabkan juga karena minimnya media persuasi dan juga informasi yang ada di ranah masyarakat umum secara menyeluruh. Dikarenakan hal ini, banyak orang-orang yang lahir dengan kondisi tersebut, maupun orang tuanya merasa kurang diterima di masyarakat. Tujuan dari tugas akhir ini adalah untuk merancang sebuah kampanye sosial interaktif agar dapat menurunkan stigma mengenai celah bibir dan langit-langit di masyarakat dengan pendekatan yang interaktif dan membuat masyarakat terlibat langsung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data kuesioner, wawancara ahli, dan juga *focus group discussion* (FGD). Pengumpulan data tersebut berfungsi untuk menemukan objektif masalah dari berbagai perspektif dan juga *insight* target audiens. Sedangkan metode perancangan yang digunakan oleh penulis adalah metode dari Robin Landa yaitu *overview*, *strategy*, *ideas*, *design*, dan *implementation*. Media utama pada kampanye sosial interaktif ini diwujudkan dalam bentuk pameran interaktif dan *mobile website* yang saling berkaitan. Kampanye ini diharapkan dapat memberikan informasi dan juga meningkatkan kesadaran masyarakat dengan cara yang partisipatif dan merangsang empati.

Kata kunci: celah bibir, kampanye sosial, interaktif, desain komunikasi visual



DESIGNING AN INTERACTIVE SOCIAL CAMPAIGN

ABOUT CLEFT LIP AND PALATE

(Atalia Lambok Hasian Sirait)

ABSTRACT (English)

One of the congenital abnormalities that often gives rise to stigma, myths, and social discrimination in society is cleft lip and palate. This is also due to the lack of persuasive media and information available to the general public. Because of this, many people born with this condition, as well as their parents, feel less accepted in society. The purpose of this final project is to design an interactive social campaign to reduce the stigma regarding cleft lip and palate in society through an interactive approach and direct community involvement. This research uses a qualitative approach using questionnaires, expert interviews, and focus group discussions (FGDs). This data collection serves to identify the objective of the problem from various perspectives and also insight into the target audience. Meanwhile, the design method used by the author is Robin Landa's method: overview, strategy, ideas, design, and implementation. The main media in this interactive social campaign is realized in the form of an interactive exhibition and a mobile website that are interconnected. This campaign is expected to provide information and also increase public awareness in a participatory manner and stimulate empathy.

Keywords: *cleft lip, social campaign, interactive, visual communication design*



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN ... 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	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	5
2.1.1 Kampanye Sosial	5
2.1.2 Aspek-Aspek Penentuan Media dalam Kampanye Sosial ...	6
2.1.3 Model AISAS	8
2.1.4 Strategi Persuasi dalam Kampanye	9
2.1.5 Komponen <i>Copywriting</i> dalam Media Kampanye	11
2.2 Elemen Visual Identitas dalam Kampanye Sosial	15
2.2.1 Warna	16
2.2.2 Tipografi	17
2.2.3 Logo	20
2.2.4 Supergrafis	21
2.2.5 Ilustrasi	22

2.3 <i>Mobile Website</i>	23
2.4 <i>User Interface Design</i>	24
2.4.1 <i>Elemen Interface Design</i>	25
2.4.2 <i>Prinsip Interface Design</i>	28
2.5 <i>Interactive Exhibition</i>	33
2.5.1 <i>Prinsip Interaktivitas dalam Interactive Exhibition</i>	34
2.6 <i>Celah Bibir dan Langit-Langit</i>	38
2.6.1 <i>Klasifikasi Celah Bibir dan Langit-Langit</i>	38
2.6.2 <i>Masalah Anak dengan Celah Bibir dan Langit-Langit</i>	39
2.6.3 <i>Perawatan Anak dengan Celah Bibir dan Langit-Langit</i>	42
2.7 <i>Penelitian yang Relevan</i>	43
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN	46
3.1 <i>Subjek Perancangan</i>	46
3.1.1 <i>Demografis</i>	46
3.1.2 <i>Geografis</i>	48
3.1.3 <i>Psikografis</i>	48
3.2 <i>Metode dan Prosedur Perancangan</i>	49
3.2.1 <i>Overview</i>	49
3.2.2 <i>Strategy</i>	50
3.2.3 <i>Ideas</i>	50
3.2.4 <i>Design</i>	51
3.2.5 <i>Implementation</i>	51
3.3 <i>Teknik dan Prosedur Perancangan</i>	52
3.3.1 <i>Kuesioner</i>	52
3.3.2 <i>Wawancara</i>	61
3.3.3 <i>Forum Group Discussion</i>	64
3.4 <i>User Testing</i>	66
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN	67
4.1 <i>Hasil Perancangan</i>	67
4.1.1 <i>Overview</i>	67
4.1.2 <i>Strategy</i>	108
4.1.3 <i>Ideas</i>	126
4.1.4 <i>Design</i>	134

4.1.5 <i>Implementation</i>	181
4.1.6 Kesimpulan Hasil Perancangan	221
4.2 Pembahasan Perancangan	223
4.2.1 Analisis Hasil <i>Beta Test</i>	223
4.2.2 Analisis Kampanye Sosial	227
4.2.3 Analisis Pameran Interaktif.....	230
4.2.4 Analisis <i>Mobile Website</i>	237
4.2.5 Analisis Analisis Instagram <i>Post</i> dan <i>Story</i>	245
4.2.6 Analisis <i>Website Desktop</i>	248
4.2.7 Analisis Poster	249
4.2.8 Analisis <i>Merchandise</i>	250
4.2.9 Anggaran	251
BAB V KESIMPULAN	254
5.1 Simpulan	253
5.2 Saran	254
DAFTAR PUSTAKA.....	xiv
LAMPIRAN	xvii



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan	43
Tabel 3.1 Bagian Infomasi Individu Responden	53
Tabel 3.2 Bagian Pengetahuan Umum Celah Bibir	55
Tabel 3.3 Bagian Tanggapan Responden Terhadap Celah Bibir.....	57
Tabel 3.4 Bagian Tanggapan Responden Terhadap Celah Bibir.....	57
Tabel 4.1 Hasil Data Umum Responden	84
Tabel 4.2 Pengetahuan Responden Mengenai Celah Bibir dan Langit-Langit....	86
Tabel 4.3 Mitos atau Stigma Seputar Celah Bibir	88
Tabel 4.4 Frekuensi Pemahaman dan Informasi Celah Bibir	89
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Mengenai Fisik Celah Bibir	90
Tabel 4.6 Reaksi Terhadap Orang dengan Celah Bibir	92
Tabel 4.7 Pengalaman Pribadi Responden	94
Tabel 4.8 Responden yang Pernah Mengunjungi Pameran Interaktif	95
Tabel 4.9 Hal yang Menarik Mengenai Pameran Interaktif	96
Tabel 4.10 Ekspektasi Responden pada Pameran Interaktif.....	97
Tabel 4.11 SWOT Studi Existing	101
Tabel 4.12 <i>Creative Brief</i>	109
Tabel 4.13 Tabel SWOT Kampanye.....	117
Tabel 4.14 Tabel AISAS Kampanye	119
Tabel 4.15 <i>Timeline</i> Kampanye	126
Tabel 4. 16 Visual pada <i>Mobile Site</i>	202
Tabel 4. 17 Mengenai Informasi <i>Mobile Website</i>	205
Tabel 4.18 Mengenai Interaktifitas <i>Mobile Website</i>	206
Tabel 4.19 Mengenai Konsep Pameran Interaktif	207
Tabel 4.20 Estimasi Anggaran.....	252



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model AISAS	9
Gambar 2.2 Color Wheel Parameter Warna	16
Gambar 2.3 Penerapan Kombinasi Warna Triadic	17
Gambar 2.4 Klasifikasi Tipografi	19
Gambar 2.5 Penerapan Logo Brand Activation	20
Gambar 2.6 Supergrafis dalam Interior Pameran	21
Gambar 2.7 Penerapan Ilustrasi Karakter dalam Pameran	22
Gambar 2.8 Contoh Penerapan Grid pada Website	25
Gambar 2.9 Contoh Penggunaan Kontras Warna pada <i>Button</i>	26
Gambar 2.10 Penerapan Tipografi dengan Hierarki Visual	27
Gambar 2.11 Contoh Penggunaan Foto yang Baik pada <i>Website</i>	28
Gambar 2.12 Contoh Hierarki Visual pada Website	29
Gambar 2.13 Penerapan Kesimbangan Simetris pada Website	30
Gambar 2.14 Konsistensi Tipografi pada Mobile Website	31
Gambar 2.15 Contoh Penggunaan Kontras Warna pada Mobile Website	32
Gambar 2.16 Contoh Penerapan <i>Signifier</i>	36
Gambar 4.1 Wawancara dengan Terapis Wicara dan Pembina KiSS	68
Gambar 4.2 Wawancara dengan Dokter Bedah Mulut dan Maksilofasial	72
Gambar 4.3 Focus Group Discussion	77
Gambar 4.4 Kuesioner Sesi Berbagi Pengalaman Responden	93
Gambar 4.5 Poster “Cleft Awareness Month” RSCM Kinanti	99
Gambar 4.6 Feeds Instagram “Cleft Awareness Month” RSCM Kinanti	100
Gambar 4.7 Kegiatan “Cleft Awareness Month” RSCM Kinanti	101
Gambar 4.8 Instalasi Kampanye “Unplayable Toys”	103
Gambar 4.9 Copy Kampanye “The Unplayable Toys”	103
Gambar 4.10 Website Kampanye “Unplayable Toys”	105
Gambar 4.11 Kampanye “The Painted Smile”	106
Gambar 4.12 Video Kampanye “The Painted Smile”	107
Gambar 4.13 Logo Kemenkes	113
Gambar 4.14 <i>User Persona</i> Primer	114
Gambar 4.15 <i>User Persona</i> Sekunder	115
Gambar 4.16 <i>Costumer Journey</i>	121
Gambar 4.17 <i>Customer Journey</i> Primer	122
Gambar 4.18 <i>Costumer Journey</i> Sekunder	124
Gambar 4.19 <i>Mindmap</i>	127
Gambar 4.20 Alternatif <i>Big Idea</i>	129
Gambar 4.21 <i>Reference Board</i>	131
Gambar 4.22 <i>Moodboard</i>	132
Gambar 4.23 Color Palette	133
Gambar 4.24 <i>Typeface</i> Primer dan Sekunder	133
Gambar 4.25 Alternatif Nama Kampanye	136
Gambar 4.26 Alternatif Logo Kampanye	137
Gambar 4.27 Proses Finalisasi Logo	138
Gambar 4.28 Logo Final Kampanye	138

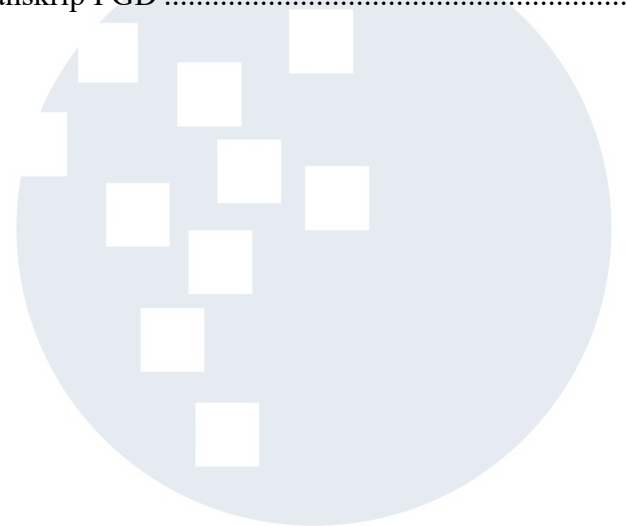
Gambar 4.29 Variasi Warna Logo Kampanye.....	139
Gambar 4.30 Supergrafis Kampanye.....	140
Gambar 4. 31 Alternatif Tagline.....	141
Gambar 4.32 Eksplorasi Ilustrasi Karakter.....	143
Gambar 4.33 Alternatif Key Visual.....	143
Gambar 4.34 Sketsa Alur Floormap Pameran	145
Gambar 4.35 Sketsa Ruangan "True or False"	146
Gambar 4.36 Sketsa Ruangan "The Timeline"	146
Gambar 4.37 Sketsa Ruangan "The Imperfect Voice"	147
Gambar 4.38 Sketsa Ruangan "The Best Supporter"	148
Gambar 4.39 Sketsa Ruangan "The Stories"	148
Gambar 4.40 User Journey Pameran Interaktif	149
Gambar 4.41 Model 3D Ruangan Pameran Interaktif	150
Gambar 4.42 Proses Desain Ilustrasi Papan "True or False"	151
Gambar 4.43 Proses Layout Papan "True or False"	151
Gambar 4.44 Final Look Papan "True or False"	152
Gambar 4.45 Variasi Papan "True or False"	152
Gambar 4.46 Aset Sekunder Ruangan "True or False"	153
Gambar 4.47 Proses Ilustrasi Timeline Ruangan "The Timeline"	154
Gambar 4.48 Final Look Ilustrasi Timeline Ruangan "The Timeline"	154
Gambar 4.49 Aset Visual Dinding Ruangan "The Timeline"	155
Gambar 4.50 Aset Mockup Mini Game Ruangan "The Timeline"	155
Gambar 4.51 Proses Ilustrasi Karakter Ruangan "The Imperfect Voice"	156
Gambar 4.52 Finalisasi Papan Audio Karakter	157
Gambar 4.53 Proses Pengambilan Foto.....	157
Gambar 4.54 Thumbnail Video Ruangan "The Imperfect Voice"	158
Gambar 4.55 Aset Dokumentasi Terapi Ruangan "The Imperfect Voice"	158
Gambar 4.56 Aset Dinding Ruangan "Imperfect Voice"	159
Gambar 4.57 Aset Pilar Ruangan "The Imperfect Voice"	159
Gambar 4.58 Sketsa Ilustrasi Projector "The Best Supporter"	161
Gambar 4.59 Ilustrasi Final Projector "The Best Supporter"	161
Gambar 4.60 Backdrop Ruangan "The Stories"	162
Gambar 4.61 Aset Dinding <i>Conversation Pitch</i>	162
Gambar 4.62 Aset Lantai Ruangan "The Stories"	163
Gambar 4.63 Proses Mengolah Foto Digital	164
Gambar 4.64 Aset Papan Narasumber Ruangan "The Stories"	164
Gambar 4.65 Flow Chart Mobile Website.....	165
Gambar 4.66 Grid Mobile Website.....	166
Gambar 4.67 <i>Typography System</i>	166
Gambar 4.68 <i>Color Palette System</i>	167
Gambar 4.69 Button System.....	168
Gambar 4.70 Proses Pembuatan Animasi Karakter.....	169
Gambar 4.71 Proses Animating	170
Gambar 4.72 <i>Low Fidelity Mobile Website</i>	171
Gambar 4.73 <i>High Fidelity Mobile Website</i>	171
Gambar 4.74 Sketsa Poster Tahap <i>Attention</i>	172

Gambar 4.75 Desain Akhir Poster Tahap Attention	173
Gambar 4.76 Sketsa Instagram Post Tahap Attention	173
Gambar 4.77 Instagram Post Tahap Attention.....	174
Gambar 4.78 Proses Layout Instagram Post.....	175
Gambar 4.79 Instagram Post Tahap Interest 1	175
Gambar 4.80 Instagram Story Tahap Interest.....	176
Gambar 4. 81 Proses Manipulasi Foto.....	176
Gambar 4.82 Instagram Post Tahap Interest 2.....	177
Gambar 4.83 Sketsa Wireframe Website Desktop	178
Gambar 4.84 Halaman <i>Website Desktop</i> Tahap Search	178
Gambar 4. 85 Desain Cover Merchandise Notebook	179
Gambar 4.86 Desain Merchandise Stiker	180
Gambar 4.87 Desain Merchandise Tote Bag dan Pin.....	180
Gambar 4.88 Desain Frame Template Story	181
Gambar 4.89 Mockup ruangan "True or False"	182
Gambar 4.90 Mockup Papan Belakang Ruangan "True or False"	182
Gambar 4.91 Infografis Dinding Kiri Ruangan "True or False"	183
Gambar 4.92 Infografis Dinding Kanan Ruangan "True or False"	184
Gambar 4.93 Mockup ruangan "The Timeline"	185
Gambar 4.94 LED Picture Ruangan "The Timeline"	185
Gambar 4.95 Mini Game Ruangan "The Timeline"	186
Gambar 4.96 Mockup Ruangan "The Imperfect Voice"	187
Gambar 4.97 Instalasi Audio Ruangan "The Imperfect Voice"	187
Gambar 4.98 Dokumentasi Video Ruangan Ruangan "The Imperfect Voice" ...	188
Gambar 4.99 Dokumentasi Foto Ruangan Ruangan "The Imperfect Voice"	189
Gambar 4.100 Mockup Ruangan "The Best supporter"	190
Gambar 4.101 Kegiatan Gambar Ruangan "The Best supporter"	190
Gambar 4.102 Area Scan Ruangan "The Best supporter"	191
Gambar 4.103 Mockup Ruangan "The Stories"	192
Gambar 4.104 Conversation Pitch Ruangan "The Stories"	192
Gambar 4.105 Proses Prototyping Mobile Website.....	193
Gambar 4.106 Halaman Awal Mobile Website.....	194
Gambar 4.107 Halaman Ruangan "True or False"	195
Gambar 4.108 Halaman Ruangan "The Timeline"	196
Gambar 4.109 Halaman Ruangan "The Imperfect Voice"	197
Gambar 4.110 Halaman Ruangan "The Best Supporter"	197
Gambar 4.111 Halaman Ruangan "The Stories"	198
Gambar 4.112 Halaman Penutup Mobile Website	199
Gambar 4.113 Mockup Mobile Website.....	199
Gambar 4.114 Dokumentasi Alpha Test.....	200
Gambar 4.115 Revisi Halaman "Kamu Selesai di"	211
Gambar 4.116 Revisi Simbol Papan "True or False"	212
Gambar 4.117 Revisi Halaman Kuis "The Imperfect Voice"	213
Gambar 4.118 Mockup Ruangan Registrasi.....	214
Gambar 4.119 Pandangan Pengunjung Keluar Pameran	214
Gambar 4.120 Booth Merchandise Pameran	215

Gambar 4.121 Mockup Poster Tahap Attention	216
Gambar 4.122 Instagram Post Tahap Attention.....	216
Gambar 4.123 <i>Mockup</i> Instagram Post Tahap <i>Interest 1</i>	217
Gambar 4.124 <i>Mockup</i> Instagram Story Tahap <i>Interest 2</i>	217
Gambar 4.125 <i>Mockup Website Desktop</i> Tahap <i>Search</i>	218
Gambar 4.126 <i>Mockup Notebook</i>	219
Gambar 4.127 Mockup <i>Tote Bag</i> dan <i>Badge Pin</i>	220
Gambar 4.128 Mockup <i>Sticker</i>	220
Gambar 4.129 Implementasi <i>Frame Template Story</i>	221
Gambar 4.130 Beta Test dengan Risma.....	225
Gambar 4.131 Beta Test dengan Aaron.....	226
Gambar 4.132 Beta Test dengan Tania.....	227
Gambar 4.133 Analisis Key Visual	229
Gambar 4.134 Analisis Ruang "True or False"	231
Gambar 4.135 <i>Signifier</i> Ruang "True or False"	231
Gambar 4.136 Analisis Ruang "The Timeline"	233
Gambar 4.137 Analisis Ruang "The Imperfect Voice"	234
Gambar 4.138 Analisis Ruang "The Best Supporter"	236
Gambar 4.139 Analisis Ruang "The Stories"	237
Gambar 4.140 Analisis <i>Layout Mobile Website</i>	238
Gambar 4.141 Warna <i>Mobile Website</i>	239
Gambar 4.142 Analisis Tipografi <i>Mobile Website</i>	240
Gambar 4.143 Analisis <i>Imagery Mobile Website</i>	241
Gambar 4.144 Analisis Hierarki <i>Mobile Website</i>	242
Gambar 4.145 Analisis Balance <i>Mobile Website</i>	243
Gambar 4.146 Analisis Konsistensi dan Harmoni <i>Mobile Website</i>	244
Gambar 4.147 Analisis Instagram Post	246
Gambar 4.148 Analisis Instagram story	246
Gambar 4.149 Analisis Frame Template Instagram	247
Gambar 4.150 Analisis <i>Website Desktop</i>	248
Gambar 4.151 Analisis Poster	249
Gambar 4.152 Analisis <i>Notebook</i>	250
Gambar 4.153 Analisis <i>Tote Bag</i> dan <i>Pin</i>	251
Gambar 4.154 Analisis Stiker.....	251

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Laporan Hasil Turnitin	xvii
Lampiran 2. Laporan Form Bimbingan	xxv
Lampiran 3. Lembar NDS	xxix
Lampiran 4. Lembar NDA Wawancara dan FGD	xxx
Lampiran 5. Lembar NDA Penggunaan Foto	xxxvii
Lampiran 6. Transkrip Wawancara Syafrudin.....	xliv
Lampiran 7. Transkrip Wawancara Rita.....	lxx
Lampiran 8. Transkrip FGD	lxxxv



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA