

**PERANCANGAN KAMPANYE *BODY POSITIVITY*
DALAM *FASHION Y2K***



LAPORAN TUGAS AKHIR

**Virrisya Tiara Shafannisa
00000056662**

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

PERANCANGAN KAMPANYE *BODY POSITIVITY*

DALAM *FASHION Y2K*



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain (S.Ds.)

Virrisya Tiara Shafannisa

00000056662

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 : Virrisya Tiara Shafannisa
Nomor Induk Mahasiswa : 00000056662
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

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

PERANCANGAN KAMPANYE *BODY POSITIVITY* DALAM *FASHION Y2K*

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



(Virrisya Tiara Shafannisa)

HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Virrisya Tiara Shafannisa
NIM : 00000056662
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Judul Laporan : Perancangan Kampanye Body Positivity dalam
Fashion Y2K

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, 16 Desember 2025

Yang Menyatakan,


(Virrisya Tiara Shafannisa)

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

PERANCANGAN KAMPANYE *BODY POSITIVITY* DALAM *FASHION Y2K*

Oleh

Nama Lengkap : Virrisya Tiara Shafannisa

Nomor Induk Mahasiswa : 00000056662

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Rabu, 7 Januari 2026

Pukul 13.00 s.d. 13.45 WIB dan dinyatakan

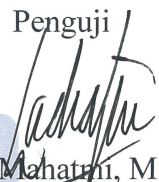
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

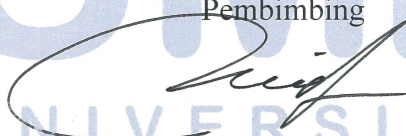
Ketua Sidang


Rani Aryani Widjono, S.Sn., M.Ds.
0310019201/ 023987

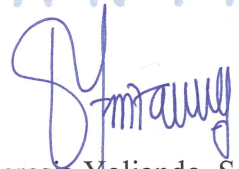
Penguji


Nadia Mahatni, M.Ds.
0416038705/ 039375

Pembimbing


Muhammad Nabil Oktanuryansyah, M.Ds.
0319109601/ 081434

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual


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

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Virrisya Tiara Shafannisa
Nomor Induk Mahasiswa : 00000056662
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : D3/ S1/ S2
Judul Karya Ilmiah : **PERANCANGAN KAMPANYE
BODY POSITIVITY DALAM FASHION Y2K**

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, 16 Desember


(Virrisya Tiara Shafannisa)

* 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 dipanjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya, sehingga Tugas Akhir ini yang berjudul “Perancangan Kampanye *Body Positivity* dalam *Fashion Y2K*” dapat dirancang dan diselesaikan dengan baik. Melalui Tugas Akhir ini, ilmu yang telah diperoleh selama masa perkuliahan pada Program Studi Desain Komunikasi Visual dapat diterapkan ke dalam karya perancangan yang lebih nyata. Tugas Akhir ini menjadi salah satu syarat akademik untuk mencapai gelar S1 Jurusan Desain Komunikasi Visual pada Fakultas Seni dan Desain Universitas Multimedia Nusantara.

Tugas Akhir ini membahas isu *body positivity* dalam tren *fashion Y2K*, dengan menyoroti pengaruh standar kecantikan yang ketat terhadap kebebasan berekspresi perempuan dewasa muda. Perancangan ini diharapkan dapat menjadi kontribusi kecil dalam memperluas pemahaman mengenai inklusivitas dan keberagaman tubuh, khususnya dalam konteks budaya populer dan industri *fashion* yang terus berkembang.

Atas terselesainya Tugas Akhir ini, penulis menyampaikan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah memberikan dukungan selama proses penyusunan. 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. Muhammad Nabil Oktanuryansyah, M.Ds, selaku Pembimbing 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. Taufik Ridwan, sebagai narasumber ahli yang memberi saya wawasan mengenai kampanye sosial.

7. Anastasia Hosana, sebagai narasumber ahli yang memberi saya wawasan mengenai perspektif seorang fashion designer terhadap topik ini.
8. Riyan Maria, sebagai narasumber ahli yang memberi saya wawasan mengenai UI/UX dan prinsip website.
9. Para partisipan FGD dan kuesioner yang telah membantu dalam proses pengumpulan data untuk perancangan tugas akhir ini.
10. Alena Tiarra Devi Purwoko, Amarsha Noer, Chrystelyn, Stefany Margareta, dan teman-teman bimbingan yang telah mendampingi, memberi masukan, dan dukungan moral selama proses pengerjaan Tugas Akhir.
11. Kucing penulis, Woopy dan Zizy, yang selalu menemani dan jadi penyemangat selama proses pengerjaan tugas akhir ini.

Harapan saya, hasil Tugas Akhir ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang desain dan kampanye sosial, serta mendorong terciptanya lingkungan yang lebih mendukung keberagaman dan ekspresi diri melalui *fashion*.

Tangerang, 16 Desember 2025


(Virrisya Tiara Shafannisa)

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERANCANGAN KAMPANYE *BODY POSITIVITY* DALAM *FASHION Y2K*

(Virrisya Tiara Shafannisa)

ABSTRAK

Fashion Y2K kembali populer di kalangan perempuan dewasa muda di Indonesia seiring nostalgia dan perkembangan teknologi digital. Namun, seiring dengan berjalannya tren tersebut, representasi visual *fashion Y2K* sering kali terbatas pada standar kecantikan yang ketat, di mana hanya tubuh yang langsing, tinggi, dan proporsional yang dianggap layak untuk mengikuti tren. Kondisi ini menimbulkan tekanan dan ketidakpercayaan diri bagi banyak perempuan yang merasa tidak memenuhi kriteria tersebut, sehingga menghambat mereka dalam mengekspresikan identitas *fashion* secara utuh. Untuk mengatasi hal tersebut, kampanye *body positivity* hadir sebagai respons dengan mendorong penerimaan keberagaman bentuk tubuh dan menantang norma kecantikan konvensional. Perancangan menggunakan pendekatan *Design Thinking* dengan pengumpulan data primer melalui observasi wawancara mendalam, kuesioner, dan *Focus Group Discussion* serta data sekunder melalui studi literatur. Strategi AISAS diterapkan untuk menyusun alur komunikasi dari *Attention* dan *Interest* menuju *Search* dan *Action* serta *Share* melalui dorongan membagikan pengalaman kampanye. Kampanye ini dirancang untuk meningkatkan kesadaran tentang sempitnya standar kecantikan dalam representasi *fashion Y2K* serta memperkuat pemahaman *body positivity* sebagai sikap menerima keberagaman tubuh. Melalui pendekatan komunikasi visual dan elemen gamifikasi, kampanye mendorong audiens berekspresi dengan gaya *Y2K* secara lebih nyaman dan percaya diri. Perancangan ini diharapkan dapat menjadi acuan pengembangan kampanye digital sejenis dalam Desain Komunikasi Visual yang menggabungkan tren *fashion* dan isu sosial secara inklusif.

Kata kunci: *Body Positivity*, *Fashion Y2K*, Kampanye, AISAS

Designing a Y2K Body Positivity Campaign

(Virrisya Tiara Shafannisa)

ABSTRACT (English)

Y2K fashion has regained popularity among young adult women in Indonesia, driven by nostalgia and the growth of digital technology. However, as the trend has grown, its visual representation often remains limited to strict beauty standards, where only slim, tall, and proportionate bodies are considered “ideal” to participate. This condition creates pressure and lowers the confidence of many women who feel they do not meet these criteria, which ultimately limits their ability to express their fashion identity fully. In response, a body positivity campaign is developed to encourage acceptance of diverse body shapes and to challenge conventional beauty norms. The design process applies a Design Thinking approach by collecting primary data through observation, in depth interviews, questionnaires, and Focus Group Discussions, as well as secondary data through a literature review. The AISAS framework is used to structure the communication flow from Attention and Interest to Search, Action, and Share by encouraging audiences to share their campaign experience. This campaign is designed to raise awareness of narrow beauty standards in Y2K fashion representation and to strengthen the understanding of body positivity as an attitude of accepting body diversity. Through a visual communication approach and gamification elements, the campaign encourages audiences to express themselves in Y2K style more comfortably and confidently. This project is expected to serve as a reference for developing similar digital campaigns in Visual Communication Design that combine fashion trends with social issues in an inclusive way.

Keywords: *Body Positivity, Y2K Fashion, Campaign, AISAS*

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	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
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 Sosial	5
2.1.1 Manfaat Kampanye Sosial	5
2.1.2 Metode Perancangan Kampanye Sosial	6
2.1.3 Strategi Kampanye Sosial	7
2.1.4 Media Kampanye Sosial	9
2.2 <i>Photography</i>	35
2.2.1 Ruang	35
2.2.2 Rule of Thirds	37
2.2.3 Model Photography	38
2.2.4 <i>Angle</i>	39
2.3 <i>Fashion Y2K</i>	42
2.3.1 Karakteristik <i>Fashion Y2K</i>	43
2.3.2 Standar Kecantikan pada <i>Fashion Y2K</i>	47
2.4 <i>Body Positivity</i>	49

2.3.1 Konsep <i>Body Positivity</i>	49
2.3.2 Perkembangan <i>Body Positivity</i>	51
2.5 Penelitian yang Relevan.....	52
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN	57
3.1 Subjek Perancangan	57
3.1.1 Demografis	57
3.1.2 Geografis	58
3.1.3 Psikografis.....	58
3.2 Metode dan Prosedur Perancangan	58
3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan	60
3.3.1 <i>In-depth Interview</i>	60
3.3.2 <i>Focus Group Discussion</i>	67
3.3.3 Kuesioner	67
3.3.5 Studi Eksisting.....	73
3.3.6 Studi Referensi	74
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN	75
4.1 Hasil Perancangan	75
4.1.1 <i>Emphatize</i>	75
4.1.2 <i>Define</i>	112
4.1.3 <i>Ideate</i>	121
4.1.4 Prototype.....	140
4.1.5 Testing	213
4.2 Pembahasan Perancangan	217
4.2.1 <i>Beta Test</i>	217
4.2.2 Analisis Desain.....	219
4.2.3 Anggaran.....	241
BAB V PENUTUP	245
5.1 Simpulan	245
5.2 Saran	245
DAFTAR PUSTAKA	248
LAMPIRAN	xviii

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan.....	52
Tabel 3.1 Instrumen Pertanyaan dengan <i>Creative Group Head</i>	61
Tabel 3.2 Instrumen Pertanyaan dengan <i>Fashion Designer</i>	63
Tabel 3.3 Tabel Pertanyaan dengan <i>UI/UX Designer</i>	65
Tabel 3.4 Instrumen Pertanyaan Kuesioner	68
Tabel 4.1 Usia Responden.....	76
Tabel 4.2 Minat Terhadap <i>Fashion</i>	76
Tabel 4.3 Alasan Utama Menyukai <i>Fashion</i>	77
Tabel 4.4 Hambatan Terhadap <i>Fashion</i>	77
Tabel 4.5 Peran Media Sosial Terhadap Standar Kecantikan	79
Tabel 4.6 Tren <i>Fashion</i> Y2K	80
Tabel 4.7 Pemahaman akan <i>Body Positivity</i>	82
Tabel 4.8 Kaitan <i>Body Positivity</i> dengan <i>Fashion</i>	83
Tabel 4.9 Keterkaitan <i>Body Positivity</i> dengan <i>Fashion</i> Y2K	85
Tabel 4.10 Hasil Analisis SWOT – JFW 2023 x Lazada.....	97
Tabel 4.11 Hasil Analisis SWOT – 2000s <i>Market</i>	99
Tabel 4.12 Hasil Analisis SWOT – <i>Aleza Colors of Women</i>	101
Tabel 4.13 Prinsip Interaktivitas	104
Tabel 4.14 Elemen Ilustrasi ‘ <i>Barbie the Big Splash</i> ’ Book.....	107
Tabel 4.15 Prinsip Ilustrasi ‘ <i>Barbie the Big Splash</i> ’ Book	108
Tabel 4.16 Analisis <i>Love and Berry 20th Anniversary Campaign</i>	110
Tabel 4.17 Strategi Komunikasi AISAS	117
Tabel 4.18 <i>Media Planning</i> AISAS	118
Tabel 4.19 Durasi Media AISAS	120
Tabel 4.20 <i>Creative Brief</i>	121
Tabel 4.21 Asset Avatar Game	175
Tabel 4.22 Tabel <i>Budgeting</i> Kampanye.....	242

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Billboard.....	10
Gambar 2.2 <i>Subway Ads</i>	11
Gambar 2.3 <i>Bazaar Booth</i>	12
Gambar 2.4 <i>Social Media Ads and Content</i>	13
Gambar 2.5 <i>Website Ads</i>	14
Gambar 2.6 <i>Microsite</i>	15
Gambar 2.7 <i>Information Architecture</i>	16
Gambar 2.8 <i>User Journey</i>	16
Gambar 2.9 <i>Wireframe</i>	17
Gambar 2.10 <i>Grid System</i>	18
Gambar 2.11 <i>Low Fidelity</i>	19
Gambar 2.12 <i>High Fidelity</i>	19
Gambar 2.13 <i>Komponen Warna</i>	20
Gambar 2.14 <i>Skema Komplementer</i>	22
Gambar 2.15 <i>Skema Split-complementary</i>	23
Gambar 2.16 <i>Font Serif</i>	25
Gambar 2.17 <i>Font Lineal</i>	25
Gambar 2.18 <i>Font Script</i>	26
Gambar 2.19 <i>Font Decorative</i>	27
Gambar 2.20 <i>Gaya Visual</i>	29
Gambar 2.21 <i>Navigation Bar</i>	30
Gambar 2.22 <i>Icon and Button</i>	31
Gambar 2.23 <i>Grid Simetris</i>	36
Gambar 2.24 <i>Grid Asimetris</i>	37
Gambar 2.25 <i>Rule of Third</i>	38
Gambar 2.26 <i>Model Photography</i>	39
Gambar 2.27 <i>Pose</i>	39
Gambar 2.28 <i>High Angle</i>	40
Gambar 2.29 <i>Eye Level Angle</i>	41
Gambar 2.30 <i>Fashion Y2K</i>	42
Gambar 2.31 <i>Karakteristik Fashion Y2K 1</i>	44
Gambar 2.32 <i>Karakteristik Fashion Y2K 2</i>	44
Gambar 2.33 <i>Karakteristik Fashion Y2K 3</i>	45
Gambar 2.34 <i>Karakteristik Fashion Y2K 4</i>	46
Gambar 2.35 <i>Karakteristik Fashion Y2K 5</i>	46
Gambar 2.36 <i>Karakteristik Fashion Y2K 6</i>	47
Gambar 2.37 <i>Body Positivity</i>	50
Gambar 4.1 <i>Dokumentasi Wawancara Creative Group Head</i>	88
Gambar 4.2 <i>Dokumentasi Wawancara Fashion Designer</i>	89
Gambar 4.3 <i>Dokumentasi Wawancara UI/UX Designer</i>	92
Gambar 4.4 <i>Dokumentasi Focus Group Discussion</i>	94
Gambar 4.5 <i>Dokumentasi Runway JFW 2023 x Lazada</i>	96

Gambar 4.6 Dokumentasi 2000s Market	99
Gambar 4.7 Aleza Colors of Women	101
Gambar 4.8 Paper Doll Diary.....	104
Gambar 4.9 Ilustrasi ‘Barbie the Big Splash’ Book	106
Gambar 4.10 Key Visual Love and Berry 20th Anniversary Campaign	109
Gambar 4.11 User Persona.....	113
Gambar 4.12 User Journey	114
Gambar 4.13 Logo 2000s Market	116
Gambar 4.14 Mindmap Visual	128
Gambar 4.15 Big Idea	129
Gambar 4.16 Alternatif Judul Kampanye	130
Gambar 4.17 Moodboard	132
Gambar 4.18 Stylescape	133
Gambar 4.19 Color Scheme	134
Gambar 4.20 Typography.....	135
Gambar 4.21 Referensi Logo	136
Gambar 4.22 Referensi Key Visual	137
Gambar 4.23 Referensi Wardrobe Model	137
Gambar 4.24 Referensi Pose Model.....	138
Gambar 4.25 Referensi Konten Instagram.....	138
Gambar 4.26 Referensi Dress Up Game.....	139
Gambar 4.27 Referensi Instagram Story.....	139
Gambar 4.28 Sketsa Logo	141
Gambar 4.29 Hasil Logo	141
Gambar 4.30 Grid Key Visual	142
Gambar 4.31 Sketsa Key Visual.....	143
Gambar 4.32 Aset Foto	143
Gambar 4.33 Aset Foto Key Visual.....	144
Gambar 4.34 Aset Background.....	144
Gambar 4.35 Aset Typography	145
Gambar 4.36 Key Visual	146
Gambar 4.37 Grid Subway Ads.....	147
Gambar 4.38 Subway Ads	148
Gambar 4.39 Grid Website Ads.....	149
Gambar 4.40 Sketsa Website Ads	150
Gambar 4.41 Aset Visual Website Ads	150
Gambar 4.42 Website Ads	151
Gambar 4.43 Grid Billboard	152
Gambar 4.44 Billboard.....	152
Gambar 4.45 Grid Konten Redefine Fit	153
Gambar 4.46 Sketsa Konten Redefine Fit	154
Gambar 4.47 Aset Visual Konten Redefine Fit.....	155
Gambar 4.48 Konten Redefine Fit	156

Gambar 4.49 <i>Grid Konten Learn to Glow</i>	157
Gambar 4.50 <i>Sketsa Konten Learn to Glow</i>	157
Gambar 4.51 <i>Sketsa Komik Learn to Glow</i>	158
Gambar 4.52 <i>Aset Visual Konten Learn to Glow</i>	159
Gambar 4.53 <i>Konten Learn to Glow</i>	160
Gambar 4.54 <i>Grid Konten Tutorial Minigame</i>	161
Gambar 4.55 <i>Sketsa Konten Tutorial Minigame</i>	162
Gambar 4.56 <i>Aset Visual Konten Tutorial Minigame</i>	163
Gambar 4.57 <i>Konten Tutorial Minigame</i>	164
Gambar 4.58 <i>Grid Konten Informasi Bazaar</i>	165
Gambar 4.59 <i>Sketsa Konten Informasi Bazaar</i>	165
Gambar 4.60 <i>Aset Visual Konten Informasi Bazaar</i>	166
Gambar 4.61 <i>Konten Informasi Bazaar</i>	167
Gambar 4.62 <i>Information Architecture</i>	169
Gambar 4.63 <i>Flowchart</i>	171
Gambar 4.64 <i>Wireframe</i>	172
Gambar 4.65 <i>Low Fidelity</i>	173
Gambar 4.66 <i>Asset Ilustrasi Title Screen</i>	174
Gambar 4.67 <i>Aset Baju Atasan</i>	182
Gambar 4.68 <i>Bawahan Celana Pendek</i>	182
Gambar 4.69 <i>Background Microsite</i>	183
Gambar 4.70 <i>Ikon Microsite</i>	184
Gambar 4.71 <i>Button Microsite</i>	185
Gambar 4.72 <i>Microinteractions Microsite</i>	186
Gambar 4.73 <i>Grid Microsite</i>	187
Gambar 4.74 <i>High Fidelity Microsite</i>	188
Gambar 4.75 <i>High Fidelity Title Screen</i>	189
Gambar 4.76 <i>High Fidelity Game Start</i>	190
Gambar 4.77 <i>High Fidelity Pick Your Size</i>	190
Gambar 4.78 <i>High Fidelity Pick Your Outfit Bagian 1</i>	191
Gambar 4.79 <i>High Fidelity Pick Your Outfit Bagian 2</i>	192
Gambar 4.80 <i>High Fidelity Share Result</i>	193
Gambar 4.81 <i>Sketsa Denah Bazaar</i>	194
Gambar 4.82 <i>Hasil Denah Bazaar</i>	195
Gambar 4.83 <i>Floorplan Event Bazaar</i>	196
Gambar 4.84 <i>Sketsa Backdrop</i>	197
Gambar 4.85 <i>Aset Visual Backdrop</i>	198
Gambar 4.86 <i>Backdrop panggung</i>	198
Gambar 4.87 <i>Grid Story Style Lab</i>	200
Gambar 4.88 <i>Sketsa Story Style Lab</i>	201
Gambar 4.89 <i>Aset Visual Story Style Lab</i>	201
Gambar 4.90 <i>Story Style Lab</i>	202
Gambar 4.91 <i>Grid Story Fit Check</i>	203

Gambar 4.92 Sketsa <i>Story Fit Check</i>	204
Gambar 4.93 <i>Story Fit Check</i>	204
Gambar 4.94 <i>Grid Story Glow Moments</i>	205
Gambar 4.95 <i>Story Glow Moments</i>	206
Gambar 4.96 <i>Grid Cermin Deco</i>	207
Gambar 4.97 Sketsa <i>Cermin Deco</i>	207
Gambar 4.98 <i>Cermin Deco</i>	208
Gambar 4.99 <i>Keychain Yourself to Know</i>	209
Gambar 4.100 <i>Portable Mirror Yourself to Know</i>	210
Gambar 4.101 <i>Pin Yourself to Know</i>	210
Gambar 4.102 <i>Scrunchie Yourself to Know</i>	211
Gambar 4.103 <i>Shopping Bag Yourself to Know</i>	212
Gambar 4.104 Hasil Data UEQ.....	213
Gambar 4.105 Revisi Desain Karakter.....	215
Gambar 4.106 Hasil Penambahan <i>Button Back</i>	215
Gambar 4.107 <i>Upgrade Fitur Mix and Match</i>	216
Gambar 4.108 Hasil <i>Beta Test</i>	217
Gambar 4.109 <i>Mockup Social Media Ads</i>	220
Gambar 4.110 <i>Mockup Billboard</i>	221
Gambar 4.111 <i>Mockup Media Attention</i>	223
Gambar 4.112 <i>Mockup Feed 'Redefine Fit'</i>	224
Gambar 4.113 <i>Mockup Panel 'Learn to Glow'</i>	225
Gambar 4.114 <i>Mockup Media Interest</i>	227
Gambar 4.115 <i>Mockup Feed Informasi Bazaar</i>	228
Gambar 4.116 <i>Mockup Feed Style Lab</i>	229
Gambar 4.117 <i>Mockup Media Search</i>	231
Gambar 4.118 <i>Mockup Microsite Dress Up Game</i>	232
Gambar 4.119 <i>Mockup Backdrop Panggung</i>	233
Gambar 4.120 <i>Mockup Media Action</i>	234
Gambar 4.121 <i>Mockup Story Result</i>	235
Gambar 4.122 <i>Mockup Standing Mirror</i>	237
Gambar 4.123 <i>Mockup Media Share</i>	238
Gambar 4.124 <i>Mockup Media Sekunder</i>	239
Gambar 4.125 <i>Mockup Shopping Bag</i>	240

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Persentase Turnitin (maks. 20%)	xviii
Lampiran 2 Form Bimbingan & Spesialis	xx
Lampiran 3 <i>Non-Disclosure Agreement</i> (kualitatif - wawancara & FGD)	xxix
Lampiran 4 <i>Consent Form</i> (kuantitatif - kuesioner)	xxix
Lampiran 5 Hasil Kuesioner	xxx
Lampiran 6 Transkrip Wawancara	xli
Lampiran 7 Dokumentasi	lxvii

