

**PERANCANGAN KAMPANYE MENGENAI DIABETES
MELITUS GESTASIONAL PADA IBU HAMIL**



LAPORAN TUGAS AKHIR

Chelsia Olivia

00000065426

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

**PERANCANGAN KAMPANYE MENGENAI DIABETES
MELITUS GESTASIONAL PADA IBU HAMIL**



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain

Chelsia Olivia

00000065426

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 : Chelsia Olivia
Nomor Induk Mahasiswa : 00000065426
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

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

**PERANCANGAN KAMPANYE MENGENAI DIABETES MELITUS
GESTASIONAL PADA IBU HAMIL**

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, 9 Januari 2026



(Chelsia Olivia)

HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Chelsia Olivia
NIM : 00000065426
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Judul Laporan : PERANCANGAN KAMPANYE MENGENAI
DIABETES MELITUS GESTASIONAL

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 menyantumkannya dalam sitasi serta referensi
- (3) Terlepas dari pernyataan di atas, tugas ini sepenuhnya merupakan karya saya sendiri

Tangerang, 9 Januari 2026

Yang Menyatakan,



(Chelsia Olivia)

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

PERANCANGAN KAMPANYE MENGENAI DIABETES MELITUS GESTASIONAL PADA IBU HAMIL

Oleh

Nama Lengkap : Chelsia Olivia
Nomor Induk Mahasiswa : 00000065426
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Jumat, 9 Januari 2026
Pukul 13.45 s.d. 14.30 WIB dan dinyatakan
LULUS

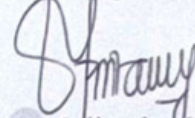
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



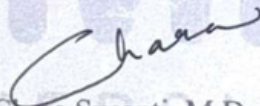
Ardyansyah, S.Sn., M.M., M.Ds.
0318127603/ L00011

Penguji



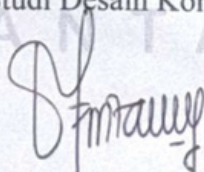
Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A.
0311099302/ 043487

Pembimbing



Chara Susanti, M.Ds.
0313048703/ L00266

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 : Chelsia Olivia
Nomor Induk Mahasiswa : 00000065426
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : D3/ S1/ S2
Judul Karya Ilmiah : PERANCANGAN KAMPANYE MENGENAI
DIABETES MELITUS GESTASIONAL

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, 9 Januari 2026



(Chelsia Olivia)

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas Rahmat yang telah Ia berikan sehingga laporan tugas akhir dengan judul “Prancangan Kampanye Mengenai Diabetes Melitus Gestasional Pada Ibu Hamil” sebagai salah satu syarat kelulusan dari Universitas Multimedia Nusantara di jurusan Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain dapat berjalan dengan baik.

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. Chara Susanti, M.DS., selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Keluarga yang telah menemani dan memberikan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Sahabat saya, Tiffany dan Verin yang menemani, memberikan dukungan, semangat, serta bantuan selama proses penyusunan tugas akhir hingga dapat diselesaikan dengan baik.
7. Teman-teman seperjuangan, Cecilia Muliawan, Felicia Santoni, Madeline Vania, dan Sharlynn Soenarjo, yang senantiasa menemani, memberikan dukungan, semangat, serta bantuan selama proses penyusunan tugas akhir ini.
8. Hewan peliharaan saya, Mocca yang secara tidak langsung memberikan hiburan dan menemani penulis selama proses penyusunan tugas akhir ini.
9. Narasumber penelitian yang bersedia untuk membantu dalam ketersediaannya menjawab pertanyaan yang diajukan sehingga penulis dengan mudah mendapatkan data yang dibutuhkan.

Semoga proposal ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca serta menjadi kontribusi yang berarti dalam meningkatkan kesadaran mengenai Diabetes Melitus Gestasional pada ibu hamil.

Tangerang, 9 Januari 2026



(Chelsia Olivia)



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERANCANGAN KAMPANYE MENGENAI DIABETES

MELITUS GESTASIONAL PADA IBU HAMIL

(Chelsia Olivia)

ABSTRAK

Diabetes Melitus Gestasional (DMG) merupakan kondisi meningkatnya kadar gula darah selama kehamilan yang dapat menyebabkan berbagai komplikasi bagi ibu dan janin. Meskipun prevalensi DMG terus meningkat, kesadaran masyarakat mengenai risiko dan pencegahannya masih rendah, terutama akibat minimnya akses terhadap informasi yang jelas dan mudah dipahami. Kurangnya pemahaman ini menyebabkan keterlambatan dalam deteksi dan penanganan DMG, yang berpotensi meningkatkan angka komplikasi kehamilan dan kematian. Untuk mengatasi masalah ini peneliti melakukan perancangan kampanye yang efektif guna meningkatkan kesadaran ibu hamil mengenai pentingnya deteksi dini dan pengelolaan DMG. Metode perancangan yang digunakan mengacu pada metode Six Phases of Design oleh Robin Landa, yang meliputi tahapan *overview*, *strategy*, *ideas*, *design*, *production*, dan *implementation*. Proses perancangan didukung oleh pengumpulan data melalui wawancara dengan tenaga medis, *Focus Group Discussion* (FGD), penyebaran kuesioner kepada ibu hamil dan ibu usia 25 - 35 tahun, serta studi referensi dan studi eksisting. Strategi kampanye disusun menggunakan model AISAS dengan pendekatan pesan edukatif dan persuasif yang disesuaikan dengan target audiens. Hasil perancangan berupa kampanye di diterapkan melalui berbagai media digital dan cetak. Kampanye ini dirancang untuk meningkatkan pengetahuan, membentuk sikap positif, serta mendorong perilaku preventif ibu hamil terhadap DMG. Simpulan dari penelitian bahwa perancangan kampanye komunikasi visual yang tepat dapat menjadi media edukasi yang efektif dalam meningkatkan kesadaran ibu hamil mengenai pentingnya deteksi dini dan pencegahan Diabetes Melitus Gestasional.

Kata kunci: Kampanye, Kesadaran, Diabetes Melitus Gestasional, Ibu Hamil

DESIGNING A CAMPAIGN ON GESTATIONAL DIABETES MELLITUS IN PREGNANT WOMEN

(Chelsia Olivia)

ABSTRACT (English)

Gestational Diabetes Mellitus (DMG) is a condition of increased blood sugar levels during pregnancy that can cause various complications for both mother and fetus. Although the prevalence of DMG continues to increase, public awareness of the risks and prevention is still low, especially due to the lack of access to clear and easy-to-understand information. This lack of understanding leads to delays in the detection and treatment of DMG, potentially increasing the rate of pregnancy complications and deaths. To overcome this problem, researchers designed effective campaigns to increase awareness among pregnant women about the importance of early detection and management of DMG. The design method used refers to the Six Phases of Design method by Robin Landa, which includes the stages of overview, strategy, ideas, design, production, and implementation. The design process is supported by data collection through interviews with medical personnel, Focus Group Discussions (FGD), distribution of questionnaires to pregnant women and mothers aged 25 - 35 years, as well as reference studies and existing studies. The campaign strategy was prepared using the AISAS model with an educational and persuasive message approach tailored to the target audience. The results of the design in the form of campaigns are implemented through various digital and print media. This campaign is designed to increase knowledge, form positive attitudes, and encourage preventive behavior of pregnant women against DMG. The conclusion of the study is that the design of the right visual communication campaign can be an effective educational medium in increasing the awareness of pregnant women about the importance of early detection and prevention of Gestational Diabetes Mellitus.

Keywords: Campaign, Awareness, Gestational Diabetes Mellitus, Pregnant Women

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	5
2.1.1 Tujuan Kampanye	5
2.1.2 Jenis Kampanye	6
2.1.3 Strategi Kampanye AISAS.....	7
2.1.4 Strategi Pesan	8
2.1.5 Taktik Pesan	10
2.1.6 Media Kampanye (PESO)	10
2.2 Elemen dan Prinsip Desain	16
2.2.1 Elemen Desain	16
2.2.2 Prinsip Desain.....	19
2.3 Tipografi.....	21

2.3.1 Anatomi Huruf	22
2.3.2 Klasifikasi Huruf.....	22
2.3.3 Prinsip Tipografi	24
2.4 <i>Layout & Grid</i>	25
2.4.1 Prinsip <i>Layout</i>	25
2.4.2 Jenis <i>Grid</i>	27
2.5 Ilustrasi.....	30
2.5.1 Peran Ilustrasi	30
2.5.2 Klasifikasi Ilustrasi	31
2.6 <i>Copywriting</i>	34
2.6.1 Formula <i>Copywriting</i>	35
2.6.2 Anatomi <i>Copywriting</i>	36
2.7 Diabetes Melitus Gestasional	38
2.7.1 Gejala dan Faktor Risiko Diabetes Melitus Gestasional...	38
2.7.2 Dampak Diabetes Melitus Gestasional.....	39
2.7.3 Pencegahan Diabetes Melitus Gestasional	39
2.8 Penelitian yang Relevan.....	40
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN	44
3.1 Subjek Perancangan	44
3.2 Metode dan Prosedur Perancangan	47
3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan.....	50
3.3.1 Wawancara	50
3.3.2 <i>Focus Group Discussion</i>	53
3.3.3 Kuesioner	55
3.3.4 Studi Eksisting.....	58
3.3.5 Studi Referensi	58
3.3.6 <i>Market Validation</i>	58
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN	60
4.1 Hasil Perancangan	60
4.1.1 <i>Overview</i>	61
4.1.2 <i>Strategy</i>	94
4.1.3 <i>Ideas</i>	120

4.1.4 Design	130
4.1.5 Production	139
4.1.6 Implementation.....	177
4.2 Pembahasan Perancangan.....	177
4.2.1 Analisis <i>Market Validation</i>	178
4.2.2 Analisis Desain Logo Kampanye	180
4.2.3 Analisis <i>Copywriting</i>	182
4.2.4 Analisis Desain Karakter.....	183
4.2.5 Analisis Desain <i>Key Visual</i>	183
4.2.6 Analisis Desain Media Sosial Instagram dan Tiktok.....	186
4.2.7 Analisis Desain Media Cetak.....	191
4.2.8 Analisis Desain <i>Booth</i>	196
4.2.9 Analisis Desain <i>Merchandise</i>	198
4.2.4 Anggaran	201
BAB V PENUTUP.....	205
5.1 Simpulan	205
5.2 Saran.....	207
DAFTAR PUSTAKA	xviii
LAMPIRAN.....	xxv



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian yang Relevan.....	41
Tabel 4. 1 Tabel SWOT Poster DMG MamyPoko	72
Tabel 4. 2 Poster DMG Kemenkes	75
Tabel 4. 3 Tabel SWOT Poster DMG RSUD Sultan Imanuddin.....	77
Tabel 4. 4 Data Demografis Responden	84
Tabel 4. 5 Pengetahuan Rseponden Mengenai DMG	85
Tabel 4. 6 Sikap Rseponden Mengenai DMG	87
Tabel 4. 7 Perilaku Rseponden Mengenai DMG	89
Tabel 4. 8 Presepsi Informasi Responden Mengenai DMG.....	91
Tabel 4. 9 Tabel Creative Brief.....	95
Tabel 4. 10 Segmentasi Target Audiens	103
Tabel 4. 11 Tabel Strategi dan Taktik Pesan.....	111
Tabel 4. 12 Tabel Skenario Kampanye	113
Tabel 4. 13 Tabel Strategi Media.....	116
Tabel 4. 14 Tabel Timeline	119
Tabel 4. 15 Tabel Anggaran.....	201



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Strategi Kampanye AISAS.....	7
Gambar 2. 2 PESO Model.....	11
Gambar 2. 3 Hue, Value, Saturation	18
Gambar 2. 4 Anatomi Huruf	22
Gambar 2. 5 Klasifikasi Huruf.....	23
Gambar 2. 6 Single-column Grid	28
Gambar 2. 7 Multicolumn Grid.....	29
Gambar 2. 8 Modular Grid.....	29
Gambar 2. 9 Ilustrasi Karakter	32
Gambar 2. 10 Ilustrasi Spot atau Objek	32
Gambar 2. 11 Ilustrasi Ikon.....	33
Gambar 2. 12 Ilustrasi Pola.....	33
Gambar 2. 13 Infografis	34
Gambar 4. 1 Wawancara dengan Bd. Septi Kasmayanti, S.Tr.Keb., M.Keb.....	61
Gambar 4. 2 Wawancara dengan Bella	64
Gambar 4. 3 Focus Group Discussion.....	67
Gambar 4. 4 Poster DMG MamyPoko	71
Gambar 4. 5 Poster Infografis Kemenkes	73
Gambar 4. 6 Poster Infografis RSUD Sultan Imanuddin Pangkalan Bun.....	76
Gambar 4. 7 Kampanye Sejuta Jari.....	78
Gambar 4. 8 Postingan Instagram Diabetesol	79
Gambar 4. 9 Website & Instagram Diabetasol.....	79
Gambar 4. 10 Kegiatan Offline Kampanye Sejuta Jari Diabetasol.....	80
Gambar 4. 11 Landmark's Beat Diabetes Campaign.....	81
Gambar 4. 12 Ilustrasi Kampanye Landmark's Beat Diabetes	82
Gambar 4. 13 Instagram Kampanye Landmark's Beat Diabetes	83
Gambar 4. 14 Billboard Kampanye Landmark's Beat Diabetes.....	83
Gambar 4. 15 User Persona Primer.....	105
Gambar 4. 16 User Persona Sekunder.....	105
Gambar 4. 17 User Journey Primer.....	107
Gambar 4. 18 User Journey Sekunder.....	108
Gambar 4. 19 Logo RSIA Bunda Ciputat	110
Gambar 4. 20 Mindmap	121
Gambar 4. 21 Alternatif Big Idea.....	122
Gambar 4. 22 Moodboard Visual.....	124
Gambar 4. 23 <i>Moodboard</i> Tipografi.....	125
Gambar 4. 24 Alternatif Nama Kampanye	126
Gambar 4. 25 Alternatif Tagline	127
Gambar 4. 26 Sketsa Alternatif Logo	128
Gambar 4. 27 Sketsa Varian Logo	129

Gambar 4. 28 Logo Final	129
Gambar 4. 29 Referensi Aset Ilustrasi karakter Ibu Hamil	131
Gambar 4. 30 Sketsa Ilustrasi karakter Ibu Hamil	132
Gambar 4. 31 Ilustrasi final karakter Ibu Hamil	132
Gambar 4. 32 Aset Ilustrasi Glucometer	133
Gambar 4. 33 Aset Ilustrasi Tabel Gula Darah	133
Gambar 4. 34 Aset Ilustrasi kalender	133
Gambar 4. 35 Aset Ilustrasi Supergrafis	134
Gambar 4. 36 Sketsa Alternatif Key Visual	135
Gambar 4. 37 Sketsa varian <i>Key Visual</i>	136
Gambar 4. 38 Sketsa Varian Final Key Visual	137
Gambar 4. 39 Proses Digitalisasi Varian Key Visual	137
Gambar 4. 40 Hasil Final Key Visual	139
Gambar 4. 41 Proses Perancangan Feeds Attention	141
Gambar 4. 42 Hasil Final Instagram Feeds Attention	142
Gambar 4. 43 Proses Perancangan Instagram Story Attention	146
Gambar 4. 44 Proses Perancangan TikTok Post Attention	146
Gambar 4. 45 Hasil Final Instagram Story Attention	147
Gambar 4. 46 Hasil Final TikTok Post Attention	148
Gambar 4. 47 Proses Perancangan Poster Attention	149
Gambar 4. 48 Hasil Final Poster Attention	149
Gambar 4. 49 Proses Perancangan Instagram Feeds Interest	151
Gambar 4. 50 Hasil Final Instagram Feeds Interest	152
Gambar 4. 51 Proses Perancangan Instagram Story Interest	154
Gambar 4. 52 Hasil Final Instagram Story Interest	155
Gambar 4. 53 Proses Perancangan Instagram & TikTok <i>Ads</i>	156
Gambar 4. 54 Hasil Final Instagram & TikTok <i>Ads</i>	157
Gambar 4. 55 Proses Perancangan Trifold	158
Gambar 4. 56 Hasil Final Trifold	158
Gambar 4. 57 Proses Perancangan Instagram <i>Feeds Search</i>	160
Gambar 4. 58 Hasil Final Instagram <i>Feeds Search</i>	161
Gambar 4. 59 Proses Perancangan Instagram <i>Feeds Action</i>	162
Gambar 4. 60 Hasil Final Instagram <i>Feeds Action</i>	163
Gambar 4. 61 Hasil Final Instagram <i>Carousel Action</i>	163
Gambar 4. 62 Proses Perancangan Instagram <i>Story Action</i>	164
Gambar 4. 63 Proses Perancangan <i>Booth</i>	166
Gambar 4. 64 Hasil Final Desain <i>Booth</i>	167
Gambar 4. 65 Proses Perancangan <i>Stand</i>	168
Gambar 4. 66 Hasil Final Desain <i>Stand</i>	168
Gambar 4. 67 Proses Perancangan Kartu Hasil Pemeriksaan	169
Gambar 4. 68 Hasil Final Kartu Hasil Pemeriksaan	170
Gambar 4. 69 Proses Perancangan <i>X-banner</i>	171
Gambar 4. 70 Proses Perancangan Desain <i>Totebag</i>	172

Gambar 4. 71 Proses Perancangan Desain <i>Notebook</i>	173
Gambar 4. 72 Proses Perancangan Desain Gelas.....	174
Gambar 4. 73 Proses Perancangan Instagram <i>Feeds Share</i>	175
Gambar 4. 74 Proses Perancangan Instagram <i>Feeds Share</i>	175
Gambar 4. 75 Proses Perancangan Instagram <i>Feeds Share</i>	176
Gambar 4. 76 Logo Kampanye Sweet Journey.....	180
Gambar 4. 77 Ilustrasi Karakter Ibu Hamil.....	183
Gambar 4. 78 Mockup Key Visual	184
Gambar 4. 79 Mockup Instagram <i>Feeds</i>	187
Gambar 4. 80 <i>Mockup</i> Instagram <i>Story</i>	189
Gambar 4. 81 <i>Mockup</i> TikTok <i>Post (Attention)</i>	190
Gambar 4. 82 <i>Mockup</i> Instagram dan TikTok <i>Ads (Interest)</i>	191
Gambar 4. 83 <i>Mockup</i> Poster Rumah Sakit (<i>Attention</i>).....	192
Gambar 4. 84 <i>Mockup Trifold (Interest)</i>	193
Gambar 4. 85 <i>Mockup X-banner (Action)</i>	195
Gambar 4. 86 Mockup Kartu Hasil Pemeriksaan (<i>Action</i>).....	196
Gambar 4. 87 Mockup Booth dan Stand Registrasi (<i>Action</i>)	197
Gambar 4. 88 <i>Mockup Totebag (Action)</i>	198
Gambar 4. 89 <i>Mockup Notebook (Action)</i>	199
Gambar 4. 90 <i>Mockup</i> Gelas (<i>Action</i>).....	200



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Persentase Turnitin.....	xxv
Lampiran 2 Form Bimbingan & Spesialis	xxvi
Lampiran 3 Non-Disclosure Agreement (kualitatif - wawancara & FGD).....	xxviii
Lampiran 4 Non-Disclosure Statement.....	xxxv
Lampiran 5 Hasil Kuesioner	xxxvi
Lampiran 6 Transkrip Wawancara.....	xlvi
Lampiran 7 Dokumentasi.....	lvii

