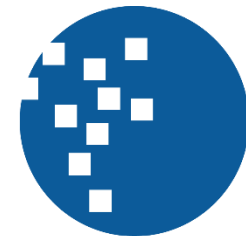


**PERANCANGAN KAMPANYE INTERAKTIF UNTUK  
MENINGKATKAN KESADARAN VAKSINASI DEWASA**



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**LAPORAN TUGAS AKHIR**

**Tendo Wiroyudo**

**00000075317**

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

**PERANCANGAN KAMPANYE INTERAKTIF UNTUK  
MENINGKATKAN KESADARAN VAKSINASI DEWASA**



**LAPORAN TUGAS AKHIR**

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh**

**Gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual**

**Tendo Wiroyudo**

**00000075317**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

**FAKULTAS SENI &DESAIN**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2026**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Tendo Wiroyudo

Nomor Induk Mahasiswa : 00000075317

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir saya yang berjudul :

### **PERANCANGAN KAMPANYE INTERAKTIF UNTUK MENINGKATKAN KESADARAN VAKSINASI DEWASA**

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



Tendo Wiroyudo

## HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Tendo Wiroyudo

NIM : 00000075317

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Judul Laporan: **PERANCANGAN KAMPANYE INTERAKTIF UNTUK  
MENINGKATKAN KESADARAN VAKSINASI  
DEWASA**

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, 9 Januari 2026  
Yang Menyatakan,

UNIVERSITA  
MULTIMEDI  
NUSANTARA



Tendo Wiroyudo

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

### **PERANCANGAN KAMPANYE INTERAKTIF UNTUK MENINGKATKAN KESADARAN VAKSINASI DEWASA**

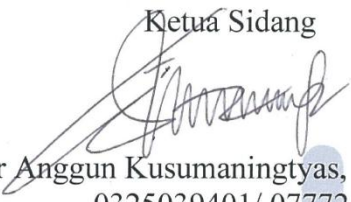
Oleh

Nama Lengkap : Tendo Wiroyudo  
Nomor Induk Mahasiswa : 00000075317  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Fakultas : Seni dan Desain

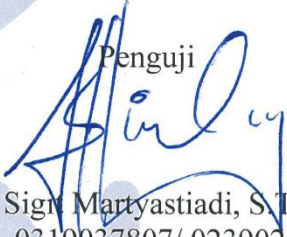
Telah diujikan pada hari Jumat, 9 Januari 2026  
Pukul 13.45 s.d. 14.30 WIB dan dinyatakan  
**LULUS**

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

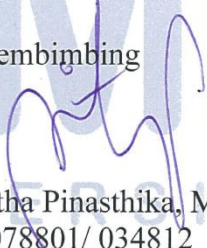
Ketua Sidang

  
Ester Anggun Kusumaningtyas, S.Sn., M.Ds.  
0325039401/ 077724

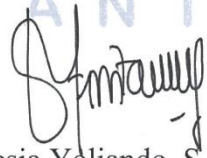
Penguji

  
Dr.Sn. Yusup Sign Martyastiadi, S.T., M.Inf.Tech.  
0319037807/ 023902

Pembimbing

  
Lalitya Talitha Pinasthika, M.Ds.  
0308078801/ 034812

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 : Tendo Wiroyudo

Nomor Induk Mahasiswa : 00000075317

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Jenjang : ~~D3~~/ S1/ S2

Judul Karya Ilmiah : PERANCANGAN KAMPANYE  
INTERAKTIF UNTUK MENINGKATKAN KESADARAN VAKSINASI  
DEWASA

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.

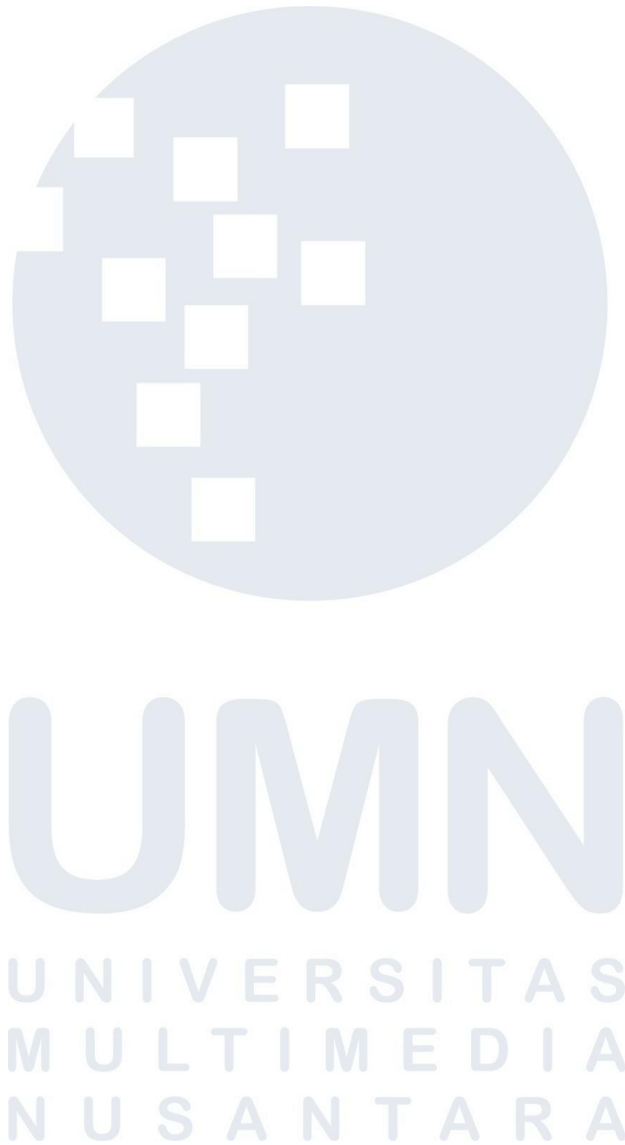
Tangerang, 9 Januari 2026



Tendo Wiroyudo

\* 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 dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan judul Perancangan Media Kampanye Membangun Kesadaran Vaksinasi Dewasa Awal. Tugas akhir ini disusun sebagai salah satu syarat akademik dalam menyelesaikan studi di Universitas Multimedia Nusantara, Program Studi Desain Komunikasi Visual.

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. Lalitya Talitha Pinasthika, 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. Andrea Abigail Purba, yang selalu memberikan dukungan material dan juga sebagai dukungan emosional, sehingga penulis dapat melalui dan juga menyelesaikan tugas akhir ini.

Dengan adanya proposal tugas akhir ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam perancangan media kampanye selanjutnya dalam bentuk bidang desain komunikasi visual serta menjadi referensi bagi penelitian dan pengembangan lebih lanjut.

Tangerang, 9 Januari 2026



Tendo Wiroyudo



# **PERANCANGAN KAMPANYE INTERAKTIF UNTUK MENINGKATKAN KESADARAN VAKSINASI DEWASA**

(Tendo Wiroyudo)

## **ABSTRAK**

Kesadaran terhadap vaksinasi dewasa di Indonesia masih sangat rendah, meskipun angka kejadian penyakit yang dapat dicegah dengan vaksinasi cukup tinggi. Kondisi ini meningkatkan kerentanan individu usia produktif terhadap penyakit menular serta menambah beban sosial-ekonomi akibat biaya pengobatan dan penurunan produktivitas. Penelitian ini bertujuan untuk merancang kampanye interaktif yang dapat membangun kesadaran vaksinasi dewasa, khususnya pada kelompok usia 18–25 tahun di Tangerang Selatan sebagai wilayah studi kasus. Metode penelitian dilakukan melalui studi literatur, wawancara dengan tenaga kesehatan, serta survei terhadap target audiens untuk menggali persepsi, hambatan, dan kebutuhan terkait vaksinasi dewasa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rendahnya pemahaman masyarakat dipengaruhi oleh faktor biaya vaksin yang tinggi, kurangnya sosialisasi publik, serta minimnya akses informasi yang mudah dipahami. Berdasarkan temuan tersebut, perancangan media kampanye dikembangkan dalam bentuk poster sebagai media visual utama yang didukung oleh website sebagai media utama membangun kesadaran dan perspektif masyarakat, kemudian aplikasi sebagai media pendukung. Kampanye interaktif ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran, membentuk kebiasaan, dan mendorong masyarakat muda untuk lebih peduli terhadap pentingnya vaksinasi dewasa.

**Kata kunci:** Vaksinasi Dewasa, Kampanye, Media Digital

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

# PERANCANGAN KAMPANYE INTERAKTIF UNTUK MENINGKATKAN KESADARAN VAKSINASI DEWASA

(Tendo Wiroyudo)

## ***ABSTRACT (English)***

*Awareness of adult vaccination in Indonesia remains significantly low despite the high incidence of vaccine-preventable diseases. This condition increases the vulnerability of individuals in productive age groups and contributes to greater socio-economic burdens due to medical expenses and reduced productivity. This study aims to design an interactive campaign to raise awareness of adult vaccination, particularly among individuals aged 18–25 in South Tangerang as the selected case study area. The research employed literature review, interviews with healthcare professionals, and surveys targeting the intended audience to explore their perceptions, barriers, and needs related to adult vaccination. The findings indicate that low public understanding is influenced by the high cost of vaccines, limited public outreach, and the lack of accessible and comprehensible information. Based on these insights, the campaign media was developed using posters as the primary visual medium, supported by a website as the main platform for shaping awareness and perspectives, and an application as an additional supporting medium. This interactive campaign is expected to improve awareness, encourage positive habits, and motivate young adults to become more attentive to the importance of adult vaccination.*

**Keywords:** *Adult Vaccination, Campaign, Media Digital*

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

## DAFTAR ISI

|                                                  |      |
|--------------------------------------------------|------|
| HALAMAN JUDUL .....                              | i    |
| HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....           | ii   |
| HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN (AI).....          | iii  |
| HALAMAN PENGESAHAN.....                          | iv   |
| HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH ..... | v    |
| KATA PENGANTAR.....                              | vii  |
| 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.....                         | 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 .....                               | 5    |
| 2.1.1 Tujuan Kampanye .....                      | 5    |
| 2.1.2 Jenis Kampanye .....                       | 6    |
| 2.1.3 Strategi Kampanye AISAS.....               | 7    |
| 2.1.4 Taktik Pesan .....                         | 10   |
| 2.1.5 Media Kampanye .....                       | 11   |
| 2.2 Desain .....                                 | 14   |
| 2.2.1 Elemen Desain .....                        | 15   |
| 2.3 <i>Copywriting</i> .....                     | 16   |
| 2.3.1 Jenis <i>Copywriting</i> .....             | 16   |
| 2.4 <i>UI &amp; UX Design</i> .....              | 18   |
| 2.4.1 Anatomi.....                               | 18   |

|                                                     |           |
|-----------------------------------------------------|-----------|
| 2.4.2 Prinsip Desain.....                           | 20        |
| 2.4.3 <i>User Interface (UI)</i> .....              | 22        |
| 2.4.4 <i>User Experience (UX)</i> .....             | 32        |
| 2.4.5 Tipografi.....                                | 36        |
| 2.4.6 <i>Grid</i> .....                             | 37        |
| 2.5 Vaksinasi.....                                  | 39        |
| 2.5.1 Jenis – Jenis Vaksin.....                     | 39        |
| 2.5.2 Vaksin Dewasa Awal.....                       | 40        |
| 2.6 Penelitian yang Relevan.....                    | 43        |
| <b>BAB III METODOLOGI PERANCANGAN.....</b>          | <b>45</b> |
| 3.1 Subjek Perancangan.....                         | 45        |
| 3.2 Metode dan Prosedur Perancangan.....            | 47        |
| 3.2.1 <i>Emphatize</i> .....                        | 48        |
| 3.2.2 <i>Define</i> .....                           | 49        |
| 3.2.3 <i>Ideate</i> .....                           | 49        |
| 3.2.4 <i>Prototype</i> .....                        | 49        |
| 3.2.5 <i>Test</i> .....                             | 50        |
| 3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan.....            | 50        |
| 3.3.1 Wawancara.....                                | 51        |
| 3.3.2 Focus Group Discussion.....                   | 55        |
| 3.3.3 Kuesioner.....                                | 56        |
| 3.3.4 Studi Eksisting.....                          | 59        |
| 3.3.5 Studi Referensi.....                          | 59        |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN.....</b> | <b>60</b> |
| 4.1 Hasil Perancangan.....                          | 60        |
| 4.1.1 <i>Empathize</i> .....                        | 60        |
| 4.1.1.1 Wawancara.....                              | 60        |
| 4.1.1.2 <i>Focus Group Discussion</i> .....         | 67        |
| 4.1.1.3 Kuesioner.....                              | 69        |
| 4.1.1.4 Studi Eksisting.....                        | 73        |
| 4.1.1.5 Studi Referensi.....                        | 77        |
| 4.1.2 <i>Define</i> .....                           | 83        |

|                                         |            |
|-----------------------------------------|------------|
| 4.1.3 Ideate.....                       | 97         |
| 4.1.4 Prototype.....                    | 112        |
| 4.1.5 Test.....                         | 130        |
| 4.1.5.1 Alpha Test.....                 | 130        |
| 4.1.5.2 Iterasi Pasca Alpha Test.....   | 136        |
| 4.1.6 Kesimpulan Perancangan.....       | 140        |
| 4.2 Pembahasan Perancangan.....         | 141        |
| 4.2.1 Analisis Beta Test.....           | 142        |
| 4.2.2 Analisis Final Karya Website..... | 148        |
| 4.2.3 Analisis Media Sekunder.....      | 152        |
| 4.2.4 Anggaran.....                     | 163        |
| <b>BAB V PENUTUP.....</b>               | <b>165</b> |
| 5.1 Simpulan.....                       | 165        |
| 5.2 Saran.....                          | 166        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>              | <b>168</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>                    | <b>171</b> |



## DAFTAR TABEL

|                                                         |     |
|---------------------------------------------------------|-----|
| Tabel 2. 1 Penelitian yang Relevan.....                 | 43  |
| Tabel 3. 1 Tabel Pertanyaan kuesioner .....             | 56  |
| Tabel 4. 1 Hasil Data Kuesioner .....                   | 69  |
| Tabel 4. 2 SWOT Kampanye #ParuParuKesayanganku.....     | 74  |
| Tabel 4. 3 SWOT Website Klinik Prostasia.....           | 76  |
| Tabel 4. 4 SWOT Microsite The Bodyshop RUUPKS.....      | 77  |
| Tabel 4. 5 Tabel Identifikasi Segmentasi Kampanye.....  | 85  |
| Tabel 4. 6 Brand Mandatory .....                        | 91  |
| Tabel 4. 7 Creative Brief.....                          | 92  |
| Tabel 4. 8 Media Komunikasi Pesan AISAS .....           | 110 |
| Tabel 4. 9 Timeline Kampanye.....                       | 112 |
| Tabel 4. 10 Tabel indikator Interval.....               | 131 |
| Tabel 4. 11 Tabel Analisis Konten Website.....          | 132 |
| Tabel 4. 12 Tabel Analisis Visual Website.....          | 133 |
| Tabel 4. 13 Tabel Analisis User Experience Website..... | 135 |
| Tabel 4. 14 Iterasi Pasca Alpha Test.....               | 136 |



## DAFTAR GAMBAR

|                                                                     |    |
|---------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 2. 1 Model <i>AIDMA</i> dan <i>AISAS</i> .....               | 8  |
| Gambar 2. 2 Model <i>AISAS Non-Linear</i> .....                     | 9  |
| Gambar 2. 3 Contoh penggunaan Taktik <i>Lecture</i> .....           | 10 |
| Gambar 2. 4 Penggunaan Taktik <i>Drama</i> .....                    | 11 |
| Gambar 2. 5 Penggunaan Taktik <i>Participation</i> .....            | 11 |
| Gambar 2. 6 Penerapan contoh Media <i>Print</i> .....               | 12 |
| Gambar 2. 7 Penggunaan Media <i>Motion advertiisng</i> .....        | 12 |
| Gambar 2. 8 Penggunaan Media <i>Website</i> .....                   | 13 |
| Gambar 2. 9 Penggunaan Media <i>Mobile Advertising</i> .....        | 14 |
| Gambar 2. 10 Penggunaan Media <i>Social Media Advertising</i> ..... | 14 |
| Gambar 2. 11 Penerapan <i>Visual Framework</i> .....                | 23 |
| Gambar 2. 12 Penerapan <i>Center Stage</i> .....                    | 24 |
| Gambar 2. 13 Penerapan <i>Grid of Equals</i> .....                  | 24 |
| Gambar 2. 14 <i>Color Temperature</i> .....                         | 29 |
| Gambar 2. 15 Contoh Perbandingan <i>Value</i> .....                 | 29 |
| Gambar 2. 16 Perbedaan <i>Contrast</i> .....                        | 30 |
| Gambar 2. 17 Perbedaan <i>Saturation</i> .....                      | 30 |
| Gambar 2. 18 <i>Serif Typeface</i> .....                            | 31 |
| Gambar 2. 19 <i>Sans Serif Typeface</i> .....                       | 31 |
| Gambar 2. 20 <i>Display Typeface</i> .....                          | 32 |
| Gambar 2. 21 <i>Monospace Typeface</i> .....                        | 32 |
| Gambar 2. 22 <i>Elemen UX</i> .....                                 | 33 |
| Gambar 2. 23 <i>User Experience Honeycomb</i> .....                 | 35 |
| Gambar 2. 24 Penerapan <i>Column Grid</i> .....                     | 38 |
| Gambar 2. 25 Penerapan <i>Hierarchical Grid</i> .....               | 38 |
| Gambar 2. 26 Penerapan <i>Modular Grid</i> .....                    | 39 |
| Gambar 3. 1 <i>Design Thinking Process</i> .....                    | 48 |
| Gambar 4. 1 Wawancara dengan dr.Ido di Klinik Prostatia .....       | 64 |
| Gambar 4. 2 Wawancara dengan Milatu melalui <i>Zoom</i> .....       | 66 |
| Gambar 4. 3 <i>Focus Group Discussion</i> .....                     | 67 |
| Gambar 4. 4 Kampanye Hari Pneumonia Sedunia 2023.....               | 74 |
| Gambar 4. 5 Website Klinik Prostatia .....                          | 75 |
| Gambar 4. 6 Website The Body Shop #SahkanRUUPKS Campaign.....       | 77 |
| Gambar 4. 7 Website <i>Derimnialize Poverty in Tennessee</i> .....  | 79 |
| Gambar 4. 8 Website <i>Gelato La Boca</i> .....                     | 81 |
| Gambar 4. 9 Website <i>Don't board me</i> .....                     | 82 |
| Gambar 4. 10 Triangulasi Data .....                                 | 83 |
| Gambar 4. 11 <i>Empathy Map</i> .....                               | 84 |
| Gambar 4. 12 <i>User Persona 1</i> .....                            | 87 |
| Gambar 4. 13 <i>User Persona 2</i> .....                            | 88 |

|                                                                                  |     |
|----------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Gambar 4. 14 <i>User Journey 1</i> .....                                         | 89  |
| Gambar 4. 15 <i>User Journey 2</i> .....                                         | 90  |
| Gambar 4. 16 <i>Mindmap Proposition</i> .....                                    | 98  |
| Gambar 4. 17 <i>Big Idea</i> .....                                               | 98  |
| Gambar 4. 18 <i>Alternatif Big Idea</i> .....                                    | 100 |
| Gambar 4. 19 <i>Moodboard</i> .....                                              | 102 |
| Gambar 4. 20 <i>Color Palette</i> .....                                          | 102 |
| Gambar 4. 21 <i>Tipografi Halenoir, Advercase, Neue Regrade</i> .....            | 103 |
| Gambar 4. 22 Gambar referensi logo .....                                         | 104 |
| Gambar 4. 23 Alternatif Sketsa Logo .....                                        | 105 |
| Gambar 4. 24 <i>Logo Final Idle</i> dan dinamis .....                            | 105 |
| Gambar 4. 25 Gambar Referensi Visual .....                                       | 108 |
| Gambar 4. 26 Sitemap Website Kampanye .....                                      | 113 |
| Gambar 4. 27 <i>Flowchart microsite</i> Kampanye .....                           | 114 |
| Gambar 4. 28 <i>Low Fidelity Website</i> Kampanye.....                           | 115 |
| Gambar 4. 29 Aset aset fotografi .....                                           | 116 |
| Gambar 4. 30 Aset aset <i>Icon</i> dan <i>Button</i> .....                       | 117 |
| Gambar 4. 31 Sistem <i>Grid Microsite</i> .....                                  | 118 |
| Gambar 4. 32 <i>High-Fidelity Microsite</i> .....                                | 119 |
| Gambar 4. 33 <i>High Fidelity</i> Halaman Pendukung .....                        | 121 |
| Gambar 4. 34 <i>Low Fidelity</i> Aplikasi .....                                  | 123 |
| Gambar 4. 35 <i>Layout</i> Aplikasi Kesehatan.....                               | 123 |
| Gambar 4. 36 <i>Grid Layout Instagram Post</i> .....                             | 125 |
| Gambar 4. 37 Hasil Poster <i>Intagram Post</i> .....                             | 125 |
| Gambar 4. 38 <i>Low Fidelity</i> Poster Konvensional dan Digital .....           | 126 |
| Gambar 4. 39 <i>High Fidelity</i> Poster Konvensional dan Poster Digital .....   | 127 |
| Gambar 4. 40 Finalisasi Karya <i>Filter Instagram</i> .....                      | 128 |
| Gambar 4. 41 Aset - aset <i>Merchandise</i> .....                                | 129 |
| Gambar 4. 42Aset - aset <i>Gimmicks</i> .....                                    | 130 |
| Gambar 4. 43 Gambar Dokumentasi Wawancara Matthew Philipe .....                  | 144 |
| Gambar 4. 44 Wawancara dengan Dylan Nathanael .....                              | 145 |
| Gambar 4. 45 Wawancara beta test dengan Nelsen Pratama Wijaya .....              | 147 |
| Gambar 4. 46 Desain final <i>Landing Page</i> .....                              | 148 |
| Gambar 4. 47 Desain Final <i>Introduction</i> .....                              | 149 |
| Gambar 4. 48 Gambar Final <i>Wake Up Call</i> .....                              | 149 |
| Gambar 4. 49 Gambar Final <i>Take Your Shot</i> .....                            | 150 |
| Gambar 4. 50 Gambar Final <i>The Chosen One</i> dan <i>Big Shot Energy</i> ..... | 150 |
| Gambar 4. 51 Gambar Final Halaman Pendukung .....                                | 152 |
| Gambar 4. 52 Gambar Final <i>Onboarding Screen</i> .....                         | 153 |
| Gambar 4. 53 Gambar Final halaman <i>Sign In</i> dan <i>Sign Up</i> .....        | 153 |
| Gambar 4. 54 Halaman pendukung aplikasi .....                                    | 154 |
| Gambar 4. 55 <i>Instagram Post</i> .....                                         | 156 |
| Gambar 4. 56 Gambar Final & <i>Mockup</i> Poster Konvensional.....               | 158 |



|                                                              |     |
|--------------------------------------------------------------|-----|
| Gambar 4. 57 Gambar Final <i>Mockup Digital Poster</i> ..... | 158 |
| Gambar 4. 58 Finalisasi <i>Filter Instagram</i> .....        | 160 |
| Gambar 4. 59 Finalisasi Aset <i>Mechandise</i> .....         | 161 |
| Gambar 4. 60 Gambar <i>Mernchandise</i> Kampanye.....        | 162 |

