

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL MENGENAI
PENCEGAHAN PREEKLAMPSIA PADA IBU HAMIL**



LAPORAN TUGAS AKHIR

Kayla Zahra Putri Harjanto

00000088970

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

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL MENGENAI
PENCEGAHAN PREEKLAMPSIA PADA IBU HAMIL**



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual

Kayla Zahra Putri Harjanto

0000088970

**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 : Kayla Zahra Putri Harjanto
Nomor Induk Mahasiswa : 00000088970
Program Studi : Desain Komunikasi Visual (DKV)

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir saya yang berjudul:

PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL MENGENAI PENCEGAHAN PREEKLAMISIA 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



(Kayla Zahra Putri Harjanto)

HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Kayla Zahra Putri Harjanto
NIM : 00000088970
Program Studi : Desain Komunikasi Visual (DKV)
Judul Laporan : PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL
MENGENAI PENCEGAHAN PREEKLAMISIA PADA
IBU HAMIL

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,



(Kayla Zahra Putri Harjanto)

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul
**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL MENGENAI PENCEGAHAN
PREEKLAMISIA PADA IBU HAMIL**

Oleh

Nama Lengkap : Kayla Zahra Putri Harjanto
Nomor Induk Mahasiswa : 00000088970
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

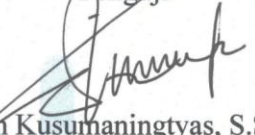
Telah diujikan pada hari Jumat, 9 Januari 2026
Pukul 16.00 s.d. 16.45 WIB dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

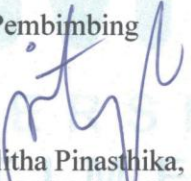
Ketua Sidang


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

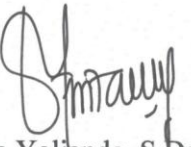
Penguji


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

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 : Kayla Zahra Putri Harjanto
Nomor Induk Mahasiswa : 00000088970
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : ~~D3~~/ S1/ S2*
Judul Karya Ilmiah : PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL
MENGENAI PENCEGAHAN
PREEKLAMSI PADA IBU HAMIL

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



(Kayla Zahra Putri Harjanto)

* 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 kepada Tuhan Yang Maha Esa, Allah SWT, karena telah memberi penulis kemudahan dalam menyelesaikan proposal tugas akhir ini dengan judul “Perancangan Kampanye Sosial mengenai Pencegahan Preeklamsia pada Ibu Hamil”. Proposal ini ditulis sebagai syarat kelulusan Tugas Akhir dengan harapan meningkatkan kesadaran ibu hamil untuk mencegah preeklamsia, khususnya di Indonesia. Tanpa adanya bantuan dari pihak-pihak terkait, tentunya sulit bagi penulis untuk menyelesaikan proposal ini tepat waktu.

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. Teman-teman saya yang telah memberi dukungan dalam selama proses pengerjaan proposal tugas akhir ini

Semoga tugas akhir ini dapat menjadi referensi serta bermanfaat untuk kedepannya.

Tangerang, 9 Januari 2026



(Kayla Zahra Putri Harjanto)

PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL MENGENAI PENCEGAHAN PREEKLAMPSIA PADA IBU HAMIL

(Kayla Zahra Putri Harjanto)

ABSTRAK

Preeklamsia didefinisikan sebagai kondisi di mana terjadi hipertensi serta peningkatan protein berlebih dalam *urine* pada ibu hamil dengan usia kehamilan lebih dari 20 minggu. POGI (Perkumpulan Obstetri dan Ginekologi Indonesia) menyatakan bahwa terdapat 128.273 kasus preeklamsia per tahun atau sebesar 5,3% dengan kejadian prevalensi tercatat sebesar 9,4% yang menjadikan Indonesia menduduki urutan kedua di ASEAN setelah Kamboja dengan Angka Kematian Ibu (AKI) terbesar, yaitu sebesar AKI/100.00 kelahiran hidup di awal tahun 2023 yang berkisar sebanyak 305. Selain faktor usia atau riwayat penyakit keturunan yang menjadi penyebab terjadinya preeklamsia, status ekonomi juga menjadi faktor utama yang mempengaruhi tingkat kesadaran ibu hamil akan pemeriksaan kesehatan untuk mencegah preeklamsia. Kurangnya persuasi kepada ibu hamil untuk memeriksakan kandungan juga meningkatkan angka preeklamsia, terutama di Jabodetabek. Dalam perancangan media persuasi ini, dibuat media berupa kampanye sosial dengan metode penelitian campuran (*mix menthod*) pada Ibu hamil usia 35-45 tahun dan menggunakan metode perancangan *Design Thinking*.

Kata kunci: Media Persuasi, Preeklamsia, Ibu Hamil



DESIGNING SOCIAL CAMPAIGN TO PREVENT PREECLAMPSIA IN PREGNANT WOMEN

(Kayla Zahra Putri Harjanto)

ABSTRACT (English)

Preeclampsia defined as a condition characterized by hypertension and an increased level of protein in the urine of pregnant women with second trimester of pregnancy. Indonesian Obstetrics and Gynecology Association (POGI) states that there are more than 128,273 cases of preeclampsia annually (5.3%) with prevalence rate of 9.4%. This condition places Indonesia in second place in ASEAN after Cambodia with the highest Maternal Mortality Rate (MMR) of 305 per 100,000 live births in early 2023. Beside age or family medical history being contributing factors to the occurrence of preeclampsia, economic status also plays a major role in influencing pregnant women's awareness of the importance of health check-ups to prevent preeclampsia. This could happen because the lack of persuasion for pregnant women to undergo regular check-ups has also contributed to the increasing rate of preeclampsia, especially in Jabodetabek area. In this persuasive media design, the medium created is a social media campaign with mixed-method research approach targeting pregnant women aged 35-45 using the Design Thinking methodology through the designing process.

Keywords: *Persuasive Media, Preeclampsia, Pregnant Women*



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT (English)</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
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 Media Persuasi	5
2.1.1 Manfaat Media Persuasi.....	5
2.1.2 Jenis-Jenis Media Persuasi.....	6
2.2 Desain Kampanye Sosial	8
2.2.1 Prinsip Kampanye Sosial.....	8
2.2.2 Jenis Kampanye Sosial	10
2.2.3 Website Kampanye	12
2.2.4 Elemen Desain Kampanye.....	14
2.3 Kehamilan.....	30
2.3.1 Persiapan Kehamilan.....	31
2.3.2 Kebutuhan Ibu Hamil.....	31
2.4 Preeklamsia.....	33

2.4.1 Jenis Preeklamsia	33
2.4.2 Gejala Awal Preeklamsia	34
2.4.3 Pencegahan Preeklamsia	35
2.4.4 Penanganan Preeklamsia	36
2.5 Penelitian yang Relevan.....	37
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN	40
3.1 Subjek Perancangan	40
3.2 Metode dan Prosedur Perancangan	41
3.2.1 <i>Analysis</i>	42
3.2.2 <i>Aims</i>	43
3.2.3 <i>Objectives</i>	43
3.2.4 <i>Stakeholders and Publics</i>	43
3.2.5 <i>Content</i>	43
3.2.6 <i>Strategy</i>	44
3.2.7 <i>Tactics</i>	44
3.2.8 <i>Timescales</i>	45
3.2.9 <i>Resources</i>	45
3.2.10 <i>Monitoring</i>	45
3.2.11 <i>Evaluation</i>	45
3.2.12 <i>Review</i>	46
3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan	46
3.3.1 Wawancara	46
3.3.2 Kuesioner	50
3.3.3 Studi Eksisting dan Studi Referensi	53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN	55
4.1 Hasil Perancangan	55
4.1.1 <i>Analysis</i>	55
4.1.2 <i>Aims</i>	88
4.1.3 <i>Objectives</i>	89
4.1.4 <i>Stakeholders and Publics</i>	90
4.1.5 <i>Content</i>	97
4.1.6 <i>Strategy</i>	111

4.1.7 <i>Tactics</i>	118
4.1.8 <i>Timescales</i>	168
4.1.9 <i>Resources</i>	169
4.1.10 <i>Monitoring</i>	170
4.1.11 <i>Evaluation</i>	170
4.1.12 <i>Review</i>	171
4.2 Pembahasan Perancangan.....	172
4.2.1 Analisis <i>Market Validation</i>	172
4.2.2 Analisis Logo “Ranum”	179
4.2.3 Analisis Ilustrasi	180
4.2.4 Analisis Desain Poster	181
4.2.5 Analisis Desain Youtube <i>Ads</i>	182
4.2.6 Analisis Desain Instagram <i>Story</i>	182
4.2.7 Analisis Desain <i>Instagram Feeds</i>	183
4.2.8 Analisis Desain Website.....	185
4.2.9 Analisis Desain <i>Backdrop</i>	187
4.2.10 Analisis Desain <i>Journaling Book</i>	188
4.2.11 Analisis Desain <i>Leaflet</i>	189
4.2.12 Analisis Desain <i>Merch</i>	189
4.2.13 Analisis Desain Instagram <i>Filter</i>	190
4.2.14 Anggaran.....	191
BAB V PENUTUP.....	194
5.1 Simpulan	194
5.2 Saran	195
DAFTAR PUSTAKA	xv
LAMPIRAN.....	xx

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan.....	37
Tabel 4.1 Hasil Kuesioner terkait Data Responden	65
Tabel 4.2 Hasil Kuesioner terkait Preeklamsia dan Kehamilan.....	66
Tabel 4.3 Hasil Kuesioner terkait Preferensi Media	68
Tabel 4.4 Analisis Buku KIA.....	72
Tabel 4.5 Analisis Kampanye Preeklamsia Dinkes Kab, Grobogan.....	76
Tabel 4.6 Analisis Hear Her Campaign	78
Tabel 4.7 Tabel SWOT Hear Her Campaign	80
Tabel 4.8 Analisis Every Mother Counts.....	81
Tabel 4.9 Tabel SWOT Every Mother Counts	83
Tabel 4.10 Analisis Cegah Stunting, ItuPenting!.....	85
Tabel 4.11 Tabel SWOT Cegah Stunting, Itu Penting!	86
Tabel 4.12 Tabel Media AISAS.....	112
Tabel 4.13 Pembagian Konten Instagram <i>Feeds</i>	116
Tabel 4.14 Timeline Kampanye	168
Tabel 4.15 Daftar Pertanyaan <i>Market Validation</i>	173



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Contoh Media Cetak.....	7
Gambar 2.2 Contoh Media Digital.....	7
Gambar 2.3 Metode AISAS	9
Gambar 2.4 Grid dalam Website.....	13
Gambar 2.5 Ukuran <i>Button</i> Website	14
Gambar 2.6 Contoh Wordmark Logo	18
Gambar 2.7 Contoh <i>Pictorial</i> Mark Logo.....	18
Gambar 2.8 Contoh <i>Abstract</i> Logo	19
Gambar 2.9 Contoh <i>Emblem</i> Logo.....	19
Gambar 2.10 Contoh <i>Letterform</i> Logo.....	20
Gambar 2.11 Contoh <i>Mascot</i> Logo.....	20
Gambar 2.12 RGB <i>Display Color Model</i>	24
Gambar 2.13 CMYK <i>Display Color Model</i>	24
Gambar 2.14 RYB <i>Display Color Model</i>	25
Gambar 2.15 Contoh <i>Monochromatic Harmony</i>	26
Gambar 2.16 Contoh <i>Analogous Harmony</i>	26
Gambar 2.17 Contoh <i>Complementary Harmony</i>	27
Gambar 2.18 Contoh <i>Triad Harmony</i>	28
Gambar 2.19 <i>One Column Grid</i>	29
Gambar 2.20 <i>Two Column Grid</i>	29
Gambar 2.21 <i>Multi Column Grid</i>	30
Gambar 3.1 <i>The 12 Stage of Planning</i>	42
Gambar 4.1 Wawancara dengan dokter Spesialis Obgyn	56
Gambar 4.2 Wawancara Pasien Preeklamsia Ringan	60
Gambar 4.3 Wawancara Pasien Preeklamsia Berat	62
Gambar 4.4 Buku KIA	71
Gambar 4.5 Halaman Skrining Preeklamsia	73
Gambar 4.6 Halaman Penjelasan Trimester 2.....	74
Gambar 4.7 Kampanye Penyuluhan Preeklamsia, Dinkes Kab. Grobogan	75
Gambar 4.8 Caption pada Instagram Dinkes Kab. Grobogan.....	77
Gambar 4.9 Hear Her Campaign.....	77
Gambar 4.10 Every Mother Counts	81
Gambar 4.11 Cegah Stunting, Itu Penting!	84
Gambar 4.12 Triangulasi Data	87
Gambar 4.13 Logo Kemenkes.....	91
Gambar 4.14 Pedoman Logo Kemenkes.....	92
Gambar 4.15 <i>User Persona Extreme</i>	93

Gambar 4.16 <i>User Persona Mainstream</i>	94
Gambar 4.17 <i>User Persona Secondary</i>	96
Gambar 4.18 <i>Mindmap</i>	98
Gambar 4.19 <i>Big Idea & Keywords</i> Ranum	101
Gambar 4.20 <i>Big Idea & Tone of Voice</i> Ranum	102
Gambar 4.21 <i>Moodboard</i>	104
Gambar 4.22 Alternatif <i>Font</i>	105
Gambar 4.23 <i>Font</i> yang Dipilih	106
Gambar 4.24 Referensi Logo	106
Gambar 4.25 Sketsa Alternatif Logo	107
Gambar 4.26 Logo Ranum	107
Gambar 4.27 Referensi Ilustrasi	108
Gambar 4.28 Proses Perancangan Ilustrasi Karakter	109
Gambar 4.29 Finalisasi Ilustrasi Karakter	109
Gambar 4.30 Proses Perancangan Ilustrasi Bunga	110
Gambar 4.31 Finalisasi Alat Medis	110
Gambar 4.32 Finalisasi Aset Visual Pendukung	111
Gambar 4.33 <i>User Journey</i>	117
Gambar 4.34 Sketsa Poster <i>Attention</i>	119
Gambar 4.35 Proses <i>Layouting</i> Poster	120
Gambar 4.36 Proses <i>Layouting</i> IG Story <i>Attention</i>	122
Gambar 4.37 <i>Layouting</i> Instagram <i>Feeds Attention</i>	123
Gambar 4.38 Proses <i>Layouting</i> Youtube <i>Ads</i>	124
Gambar 4.39 <i>Feeds Interest</i> Cerita Bumil	125
Gambar 4.40 Referensi Instagram <i>Story</i> Mitos dan Fakta	127
Gambar 4.41 Proses <i>Layouting</i> Instagram <i>Story Search</i>	128
Gambar 4.42 <i>Feeds</i> Pengenalan Preeklamsia	129
Gambar 4.43 <i>Feeds</i> Pengenalan Preeklamsia Ringan	130
Gambar 4.44 <i>Feeds</i> Pengenalan Preeklamsia Berat	131
Gambar 4.45 <i>Feeds</i> Mengenai Dampak Preeklamsia	132
Gambar 4.46 <i>Feeds</i> Mitos dan Fakta Preeklamsia	133
Gambar 4.47 <i>Feeds</i> Jenis- Jenis Hipertensi	134
Gambar 4.48 <i>Feeds</i> mengenai Makanan dan Minuman bagi Ibu Hamil	135
Gambar 4.49 <i>Feeds</i> mengenai USG	136
Gambar 4.50 <i>Feeds</i> mengenai Persiapan sebelum USG	138
Gambar 4.51 Referensi Website	139
Gambar 4.52 <i>Sitemap</i>	139
Gambar 4.53 <i>Low Fidelity</i>	140
Gambar 4.54 <i>High Fidelity</i> Website	142
Gambar 4.55 <i>Homepage</i>	142
Gambar 4.56 Penjelasan Hipertensi dan Preeklamsia	143
Gambar 4.57 Kategori Hipertensi	144
Gambar 4.58 Penjelasan Kategori Hipertensi	146

Gambar 4.59 Waktu USG yang Tepat	148
Gambar 4.60 Panduan USG selama Kehamilan	149
Gambar 4.61 Mitos vs Fakta	150
Gambar 4.62 Infografis	151
Gambar 4.63 Informasi Workshop	153
Gambar 4.64 Form Pendaftaran	155
Gambar 4.65 Informasi Kemenkes	156
Gambar 4.66 Artikel Lengkap	157
Gambar 4.67 Proses <i>Layouting Backdrop</i>	159
Gambar 4.68 Proses <i>Layouting Journaling Book</i>	160
Gambar 4.69 Proses <i>Layouting Sticker</i>	161
Gambar 4.70 Feeds Informasi <i>Workshop</i>	162
Gambar 4.71 Feeds mengenai <i>Merch</i> Ranum	163
Gambar 4.72 Cara Pendaftaran Kampanye	164
Gambar 4.73 Proses <i>Layouting Instagram Filter</i>	165
Gambar 4.74 <i>Mockup Hospital Kit & Tumblr</i>	165
Gambar 4.75 <i>Dummy Leaflet</i>	166
Gambar 4.76 Proses <i>Layouting Leaflet</i>	166
Gambar 4.77 <i>Feeds Testimoni</i>	167
Gambar 4.78 Wawancara dengan Ranti	175
Gambar 4.79 Wawancara dengan Annisa	176
Gambar 4.80 Wawancara dengan Iis	178
Gambar 4.81 Logo Final Ranum	179
Gambar 4.82 Aset Ilustrasi	180
Gambar 4.83 <i>Mockup Poster</i>	181
Gambar 4.84 <i>Mockup Youtube Ads</i>	182
Gambar 4.85 <i>Mockup Instagram Story</i>	183
Gambar 4.86 <i>Mockup Instagram Feeds</i>	184
Gambar 4.87 <i>Mockup Website</i>	186
Gambar 4.88 <i>Mockup Backdrop</i>	187
Gambar 4.89 <i>Mockup Journaling Book dan Sticker Sheets</i>	188
Gambar 4.90 <i>Mockup Leaflet</i>	189
Gambar 4.91 <i>Mockup Merch</i>	190
Gambar 4.92 Finalisasi Instagram <i>Filter</i>	191

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Hasil Persentase Turnitin.....	xx
Lampiran Form Bimbingan.....	xxvii
Lampiran <i>Non-Disclosure Agreement</i> Wawancara.....	xxxvii
Lampiran <i>Non-Disclosure Statement</i> Penulis	xl
Lampiran Hasil Kuesioner	xliv
Lampiran Transkrip Wawancara.....	lii
Lampiran Dokumentasi.....	xcii

