

**TUGAS AKHIR**  
**PERANCANGAN KAMPANYE *SELF-LOVE AWARENESS* KEPADA REMAJA**  
**DENGAN KONDISI *INNER CHILD* YANG TERLUKA AKIBAT**  
**KEKERASAN ORANG TUA**

Untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana (S-1)



Oleh:

**Berliana Nanda Prihapsari**

NPM. 19052010042

Pembimbing 1:

**Diana Aqidatun Nisa, S.T., MDs**

NIP. 19900611 201803 2001

Pembimbing 2:

**Widyasari, S.T., M.T**

NPT. 182 19890920 075

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**  
**FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN**  
**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR**

**2023/2024**

**HALAMAN PENGESAHAN**  
**PERANCANGAN KAMPANYE**  
***SELF-LOVE AWARENESS* KEPADA REMAJA DENGAN KONDISI *INNER CHILD***  
**YANG TERLUKA AKIBAT KEKERASAN ORANG TUA**

Disusun Oleh:

**BERLIANA NANDA PRIHAPSARI**

**19052010042**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji

Pada Tanggal: 7 Januari 2024

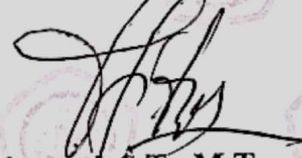
Pembimbing 1



Diana Aqidatun Nisa, S.T., MDs.

NIP. 19900611 201803 2001

Pembimbing 2



Widvasari, S.T., M.T.

NPT. 182 19890920 075


Penguji 1



Aditya Rahman Y, S.T., M.Med.kom.

NIPPPK. 198109292021211002

Penguji 2



Aileena Solicitor.C.R.E.C, S.T.,M.Ds.

NPT. 182 19870119 076

Tugas Akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Desain (S-1)

Dekan Fakultas Arsitektur dan Desain

  
Ibnu Sholichin, S.T., M.T.  
NIPPPK.19710916 202121 1004

HALAMAN PERSETUJUAN  
PERANCANGAN KAMPANYE  
*SELF-LOVE AWARENESS* KEPADA REMAJA DENGAN KONDISI *INNER CHILD*  
YANG TERLUKA AKIBAT KEKERASAN ORANG TUA

Disusun Oleh:

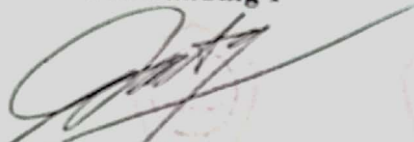
**BERLIANA NANDA PRIHAPSARI**

19052010042

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji

Pada Tanggal: 7 Januari 2024

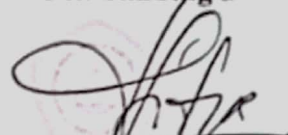
Pembimbing 1



Diana Agidatun Nisa, S.T., M.Ds.

NIP. 19900611 201803 2001

Pembimbing 2



Widwasari, S.T., M.T.

NPT. 182 19890920 075

Tugas Akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Desain (S-1)

Koordinator Program Studi Desain Komunikasi Visual



Masnuna, S.T., M.Sn.

NIPPPK. 198405122021212004

## ABSTRAK

Perancangan kampanye edukasi *self-love* melalui media sosial Instagram yang ditujukan khususnya remaja akhir, bergerak dengan latar belakang remaja akhir yang mengalami masa transisi cenderung kurang mencintai dirinya sendiri. Kondisi ini dapat diperparah dengan kondisi *inner-child* dan minimnya informasi untuk pertolongan pertama pada kondisi ini. Pengolahan data pendukung untuk perancangan ini menggunakan Analisis deskriptif dan TOWS Metrik dengan metode pengumpulan data secara kualitatif dan kuantitatif

Sehingga diperoleh judul kampanye “Mari Cintai Diri Sendiri” dengan *tagline* “Karena diriku Prioritasku” dengan konsep verbal dan visual yang diterapkan pada media utama yaitu kampanye media sosial Instagram dan media pendukung berupa *sticker*, *cangkir*, *tote-bag*, poster, gantungan kunci, dan *spotify playlist*.

***Kata Kunci:*** *kampanye, media sosial, self-love, inner child*

## **ABSTRACT**

*The design of a self-love education campaign through Instagram social media aimed specifically at late adolescents, moves against the background of late adolescents who experience transitional periods tend to love themselves less. This condition can be exacerbated by inner-child conditions and the lack of information for first aid in this condition. The processing of supporting data for this design uses descriptive analysis and TOWS Metrics with qualitative and quantitative data collection methods.*

*So that the campaign title "Mari Cintai Diri Sendiri" with the tagline "Karena diriku Prioritasku" with verbal and visual concepts applied to the main media, namely Instagram social media campaigns and supporting media in the form of stickers, cups, tote-bags, posters, key chains, and spotify playlists.*

**Keywords:** *campaign, social media, self-love, inner child*

## PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam Naskah Tugas Akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Tugas Akhir ini, dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, daya bersedia Tugas Akhir ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (Sarjana) dibatalkan, serta proses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang telah berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Surabaya, 7 Januari 2024

buat pernyataan,  


Berliana Nanda Prihapsari

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadirat Allah SWT, atas rahmat, hidayat, dan karunianya sehingga laporan “Perancangan Kampanye *Self-Love Awareness* Kepada Remaja Dengan Kondisi *Inner Child* Yang Terluka Akibat Kekerasan Orang Tua” dapat terselesaikan dengan baik. Perancangan ini merupakan sebuah kampanye sosial sebagai bentuk sarana edukasi menumbuhkan *awareness* mengenai Kesehatan mental, khususnya *self-love* pada remaja dengan *inner child* yang terluka.

Terimakasih penulis berikan kepada pihak-pihak yang telah memberikan dukungan dan turut berkontribusi dalam proses Panjang ini sehingga karya tugas akhir ini dapat terselesaikan. Dengan setulus hati penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada.

1. Kepada Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW.
2. Kepada Ibu Puji Rahayu dan Bapak Supriyo sebagai kedua orang tua penulis yang sepenuh hati membesarkan, mendidik dan memberi dukungan serta nafkah lahir dan batin.
3. Kepada Alm. Ibu Sadjuk dan Bapak Mustofa sebagai kedua orang tua asuh yang sepenuh hati telah membesarkan penulis dengan penuh kasih.
4. Kepada Ny. Diana Aqidatun Nisa, S.T., MDS. sebagai dosen pembimbing pertama yang telah memberikan banyak saran dan masukan dalam perancangan tugas akhir ini.
5. Kepada Ny. Widyasari, S.T., M.T sebagai dosen pembimbing kedua yang telah membantu memberikan evaluasi dalam penulisan.
6. Kepada Ny. Hartatik, S.Psi, Psi sebagai Psikolog dan terapis di HDEEJA Psychology Center yang telah bersedia memberikan ilmu dan materi seputar *inner child* dan Kesehatan mental.
7. Kepada Ustadz Aditya Rahman Y, S.T., M.Med.kom. selaku Founder dari Better Youth Foundation yang menanungi Ruang Mendengar sebagai *stack holder* perancangan dan sebagai dosen program studi Desain Komunikasi Visual UPN “Veteran” Jawa Timur.
8. Kepada Ustadzah Melliana Octavia selaku manager dari Ruang Mendengar by Better Youth Foundation atas ilmu, dukungan serta bantuan kepada penulis menyusun serta mewujudkan simulasi program live campaign pada target *sample*.
9. Kepada Ustadzah Nuri Fauziah M.Psi sebagai psikolog di Ruang Mendengar dan di @Keluarga\_Cahaya yang telah memberikan ilmu dan juga membantu memberikan materi relevan seputar keilmuan psikologi dari *self-love* dan *inner child* untuk menyusun materi edukasi dari perancangan Kampanye ini.

10. Kepada Mbak Mei, Mbak Daniar dan seluruh Tim Ladies Class yang telah membantu mewujudkan event simulasi program kampanye *Live Campaign* bersama Ladies Class dengan Kajian berjudul “Who Should I Love First?”
11. Kepada Qurota A’yun sebagai pengisi konten reels promosi *challenge #cintaidirijourney* pertama untuk perancangan kampanye ini.
12. Kepada Muhammad Firdaus Berlianto sebagai pengisi konten reels promosi *challenge #cintaidirijourney* kedua untuk perancangan kampanye ini.
13. Kepada Arini Azzinda Ningrum sebagai pengisi konten reels promosi *challenge #cintaidirijourney* ketiga untuk perancangan kampanye ini.
14. Kepada seluruh jajaran dosen DKV UPN “Veteran” Jawa Timur sebagai tenaga didik berkompeten yang telah memberikan ilmu nan berharga.
15. Kepada teman-teman DAMNKEV angkatan 2019 DKV UPN “Veteran” Jawa Timur sebagai teman dalam seperjuangan dan memberikan suport satu sama lain.
16. Kepada Dian Noralita, dan Allin Retno Siamindari selaku keluarga dan saudara yang memberi dukungan penuh pada penulis.
17. Kepada Arini, Sengko, Feby, Julia, Nisa, Desy, Fido, Jikin Yunus, Novita, Dian, Ari, dan Ferly, sebagai sahabat hati yang memberikan dukungan dan bantuan yang berarti.
18. Kepada Berlin karena telah berjuang hingga akhir.

Akhir kata saya menyadari bahwa laporan saya masih jauh dari kata sempurna, namun setidaknya perancangan ini dapat memberikan kontribusi dalam mendukung kesehatan mental remaja, terutama untuk lebih mencintai diri dan memahami dirinya sendiri.

Surabaya, 7 Januari 2024

Berliana Nanda Prihapsari



## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR.....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	5
1.3 Rumusan Masalah .....	6
1.4 Batasan Masalah.....	6
1.5 Tujuan Perancangan .....	6
1.6 Manfaat Perancangan .....	6
BAB II.....	8
STUDI EKSISTING DAN PUSTAKA .....	8
2.1 Tinjauan Self Love .....	8
2.1.1 Definisi <i>Self-Love</i> .....	8
2.1.2 Konsep <i>Self Love</i> .....	8
2.1.3 Penerapan <i>Self Love</i> .....	8
2.1.4 Manfaat <i>Self Love</i> .....	9
2.2 Tinjauan Inner Child .....	9
2.2.1 Definisi <i>Inner Child</i> .....	9
2.2.2 <i>Inner Child</i> yang Terluka. ....	10
2.2.3 Dampak <i>Inner Child</i> yang terluka terhadap psikologis. ....	10
2.3 Tinjauan Kekerasan Pada Pola Asuh Anak.....	10
2.3.1 Definisi Pola Asuh.....	10
2.3.2 Jenis Pola Asuh.....	10
2.4 Tinjauan Remaja Akhir .....	11
2.4.1 Definisi Remaja .....	11
2.4.2 Fase Remaja Akhir .....	12
2.5 Tinjauan Edukasi.....	12
2.5.1 Definisi Edukasi.....	12

2.5.2	Tujuan Edukasi .....	12
2.5.3	Manfaat Edukasi .....	12
2.6	Tinjauan Kampanye .....	13
2.6.1	Definisi Kampanye .....	13
2.6.2	Jenis Kampanye .....	13
2.6.3	Tujuan Kampanye.....	14
2.6.4	Metode Kampanye .....	14
2.7	Media Kampanye .....	15
2.7.1	Media Sosial sebagai media kampanye.....	15
2.8	Perancangan Kampanye .....	15
2.9	Strategi Komunikasi dalam Kampanye.....	17
2.10	Tinjauan Desain Komunikasi Visual.....	18
2.10.1	Definisi Desain Komunikasi visual dalam Kampanye .....	18
2.10.2	Logo dalam Kampanye .....	19
2.10.3	Tipografi dalam kampanye .....	20
2.10.4	<i>Copywriting</i> dalam Kampanye .....	22
2.10.5	Warna Dalam Kampanye.....	24
2.10.6	Layout dalam Kampanye .....	26
2.11	Tinjauan Lembaga.....	27
2.11.1	Ruang Mendengar by Better Youth Foundation.....	27
2.11.2	Tinjauan Eksisting .....	27
2.11.2.2	Studi Eksisting “Webinar Merangkul Inner Child” by Better Youth dan @ruangmendengar.byf .....	31
2.12	Studi Komparator .....	34
2.12.1	Tinjauan Komparator Kampanye Media Sosial Instagram oleh akun @selflovewarrior.id.....	34
BAB III .....		37
METODOLOGI PERANCANGAN.....		37
3.1	Definisi Operasional Judul .....	37
3.2	Pengumpulan Data .....	39
3.2.1	Data Primer .....	39
3.3	Teknik Sampling .....	41
3.5	Teknik Analisis Data.....	45
3.6	Alur Berfikir.....	46
BAB IV .....		47

ANALISA DATA .....	47
4.1 Teknik Analisis Data .....	47
4.1.1 Analisis Data Wawancara .....	47
4.1.2 Analisis Data Focus Group Discussion (FGD) .....	54
4.1.3 Analisis Data Kuesioner .....	60
4.1.4 <i>Consumer Insight</i> .....	71
4.1.5 Consumer Journey .....	72
4.1.6 Point of Contact .....	74
4.1.8 Sintesa Data .....	77
4.1.9 Unique Selling Point (USP) .....	79
BAB V .....	81
KONSEP DESAIN .....	81
5.1 <i>Mindmapping Keyword</i> .....	81
5.2 Definisi <i>Keyword</i> .....	81
5.3 Makna Denotatif .....	81
5.4 Makna Konotatif .....	82
5.5 Konsep Verbal .....	82
5.5.1 Judul Kampanye .....	82
5.5.2 <i>Tagline</i> Kampanye .....	83
5.5.3 Gaya Bahasa .....	83
5.5.4 Isi Kampanye .....	83
5.5.5 Tahapan Tujuan Kampanye .....	84
5.5.6 <i>Timeline</i> Kampanye .....	85
5.5.7 Program Kegiatan Kampanye .....	85
5.5.8 <i>Konten Plan</i> .....	88
5.6 Konsep Visual .....	90
5.6.1 Gaya Desain .....	90
5.6.2 Warna .....	91
5.6.3 Layout .....	92
5.6.4 Tipografi .....	93
5.7 Konsep Media .....	93
5.7.1 Media Utama .....	93
5.7.2 Media Pendukung .....	94
5.7.3 Simulasi event <i>Live Campaign</i> berama Ladies Class by Better Youth Foundation. ....	95

5.8	Alternatif Desain .....	96
5.8.1	Logo.....	96
5.8.2	Studi Warna .....	102
5.8.3	Karakter.....	102
	.....	103
C.	Sketsa Karakter.....	104
D.	Komperhensif Desain .....	106
5.8.4	<i>Feeds</i> Instagram .....	109
5.8.4	Desain Tamplate Filter Challenge Instagram .....	111
5.8.7	Merchandise.....	123
6.1	Media Utama .....	128
6.1.1	Implementasi Desain Feed Coming soon .....	128
6.1.2	Implementasi Desain Feed <i>Self Love</i> .....	128
6.1.3	Implementas Media Feed Inner Child .....	131
6.1.4	Implementasi Media Utama Feed <i>Self Healing</i> dan Ruang Mendengar.....	132
6.1.5	Implementasi Media Utama Feed <i>#Cintaidirijourney Challenge</i> .....	132
6.1.6	Implementasi Media Utama Feed Ketentuan <i>#Cintaidirijourney Challenge</i> ...	133
6.1.7	Implementasi Media Utama Feed Reminder Tips .....	133
6.1.8	Implementasi Media Utama <i>Live Campaign</i> .....	133
6.1.9	Implementasi Media Utama Video Promosi <i>#Cintaidirijourney Challenge</i> ....	134
6.2	Implementasi Media Pendukung .....	136
6.2.1	Implementasi Media Pendukung Filter Instagram.....	136
6.2.2	Implementasi Media Pendukung Instagram <i>stories</i> .....	137
6.2.3	Implementasi Media Pendukung Poster Cetak .....	137
6.2.4	Implementasi Media Pendukung X Banner Cetak.....	138
6.2.5	Implementasi Media Pendukung <i>Sticker</i> . .....	139
6.2.6	Implementasi Media Pendukung <i>Totebag</i> . .....	139
6.2.7	Implementasi Media Pendukung Gantungan Kunci. ....	140
6.2.8	Implementasi Media Pendukung Cangkir.....	140
6.2.9	Implementasi Media Pendukung Brosur Cetak .....	140
6.2.10	Implementasi Media Pendukung Playlist.....	141
6.3	Rancangan Anggaran Proyek.....	142
BAB VII.....		144
DAFTAR PUSTAKA .....		145
TENTANG PENULIS .....		148

LAMPIRAN.....	149
---------------	-----

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Contoh Penggunaan Tipografi dalam Poster kampanye .....	22
Gambar 2.2 Contoh Penggunaan Tipografi dalam Poster kampanye .....	22
Gambar 2.5 Struktur <i>Copywriting</i> dan penerapannya.....	23
Gambar 2.6 Teori Warna .....	24
Gambar 2.7 Contoh <i>pallet</i> warna pastel panas dingin.....	26
Gambar 2.8 Ilustrasi visual foto dan gambar pada kampanye sosial.....	26
Gambar 2.9 Kampanye di akun Instagram @ruangmendengar.byf.....	27
Gambar 2.10 Kampanye Media Sosial Instagram dari Akun @belindagustya .....	28
Gambar 2.11 Beberapa contoh Desain Feed Media Sosial Instagram @ruangmendengar.byf.....	29
Gambar 2.12 Video Webinar <i>Inner Child</i> oleh Nuri Fauziah dari Ruang Mendengar.....	31
Gambar 2.13 Nuri Fauziah (kiri) Meliiana Octavia (kanan) .....	32
Gambar 2.14 Akun Instagram Kampanye Media Sosial @selflovewarrior.id.....	34
Gambar 3.1 Alur Berpikir.....	46
Gambar 4.1 Wawancara bersama Psikolog Hartatik, S.Psi, Psi .....	48
Gambar 4.2 Chat dengan Manager Ruang Mendengar.....	53
Gambar 4.3 Melliana Octavia .....	53
Gambar 4.4 Sesi FGD dengan narasumber.....	55
Gambar 4.5 Hasil Kuesioner Usia Responden.....	60
Gambar 4.6 Hasil Kuesioner Kesibukan Responden.....	61
Gambar 4.7 Hasil Kuesioner pengetahuan <i>self-love</i> responden.....	61
Gambar 4.8 Hasil Kuesioner pengetahuan <i>self-love</i> responden .....	62
Gambar 4.9 Hasil Kuesioner Opini responden terhadap urgensi <i>self love</i> .....	62
Gambar 4.10 Hasil Kuesioner Penerapan <i>self love</i> Responden.....	63
Gambar 4.11 Hasil Kuesioner Faktor sulitnya menerapkan self love.....	63
Gambar 4.12 Hasil Kuesioner Faktor sulitnya menerapkan self love .....	64
Gambar 4.13 Hasil Kuesioner Pengetahuan responden terhadap Inner Child .....	64
Gambar 4.14 Hasil Kuesioner Pengetahuan responden terhadap kondisi Inner Child .....	65

Gambar 4.15 Hasil Kuesioner Pengetahuan responden terhadap kondisi <i>Inner Child</i> .....	65
Gambar 4.16 Hasil Kuesioner Pemicu trauma masa kecil responden.....	66
Gambar 4.17 Hasil Kuesioner Opini responden terhadap inner child dan trauma.....	66
Gambar 4.18 Hasil Kuesioner pengetahuan kekerasan anak.....	67
Gambar 4.19 Hasil Kuesioner pengetahuan kekerasan anak.....	67
Gambar 4.20 Hasil Kuesioner Opini responden terhadap tingginya angka kekerasan .....	68
Gambar 4.22 Hasil Kuesioner Pengetahuan responden terhadap kampanye.....	69
Gambar 4.23 Hasil Kuesioner Opini responden terhadap efektivitas media kampanye .....	69
Gambar 4.24 Hasil Kuesioner Opini responden terhadap Opini responden terhadap .....	70
Gambar 4.25 Hasil Kuesioner Ketertarikan responden terhadap perancangan kampanye ...	70
Gambar 4.4 <i>Sample</i> : Farid Nur Muharram .....	72
Gambar 5.1 Referensi Style Ilustrasi Digital painting.....	91
Gambar 5.2 Color Pallet.....	92
Gambar 5.3 Layout Feed Kampanye Self Love Warrior .....	92
Gambar 5.4 Font Blue Tea .....	93
Gambar 5.5 Font Harvest Bread .....	93
Gambar 5.6 Source Sans Font .....	93
Gambar 5.7 <i>Brainstorming</i> .....	97
Gambar 5.8 Observasi.....	98
Gambar 5.9 Alternatif Logo .....	98
Gambar 5.10 Alternatif Logo .....	98
Gambar 5.11 Alternatif Logo .....	98
Gambar 5.12 Alternatif Logo .....	99
Gambar 5.13 Alternatif Logo.....	99
Gambar 5.14 Alternatif 1 <i>Logo Type</i> .....	99
Gambar 5.15 Alternatif 2 <i>Logo Type</i> .....	100
Gambar 5.16 Alternatif 3 <i>Logo Type</i> .....	100
Gambar 5.17 Alternatif 4 <i>Logo Type</i> .....	100
Gambar 5.18 Alternatif 5 <i>Logo Type</i> .....	100
Gambar 5.19 Alternatif <i>Logo Type</i> .....	100

Gambar 5.20 Alternatif Logo BW .....	101
Gambar 5.21 Alternatif Logo dan warna.....	101
Gambar 5.22 Alternatif Logo dan warna.....	101
Gambar 5.23 Desain Final Logo .....	102
Gambar 5.24 Studi warna .....	102
Gambar 5.25 <i>Influencer</i> Kesehatan mental dan <i>self-love</i> .....	103
Gambar 5.26 Acuan style gambar karakter 1 .....	103
Gambar 5.27 Acuan style gambar karakter 2.....	103
Gambar 5.28 Referensi Karakter: Ananza Aprili,, @itsrandomkidd, Meisya Sallwa.....	104
Gambar 5.29 Sketsa kasar karakter.....	104
Gambar 5.30 Sketsa kasar karakter .....	104
Gambar 5.31 Sketsa kasar karakter.....	105
Gambar 5.32 Sketsa kasar karakter .....	105
Gambar 5.33 Sketsa kasar karakter .....	105
Gambar 5.34 Sketsa kasar karakter .....	105
Gambar 5.35 Sketsa kasar karakter .....	105
Gambar 5.36 Komprehensif desain 01.....	106
Gambar 5.37 Komprehensif desain 02.....	106
Gambar 5.38 Komprehensif desain 03.....	106
Gambar 5.39 Komprehensif desain 04.....	106
Gambar 5.40 Komprehensif desain 05.....	106
Gambar 5.41 Komprehensif desain 06.....	106
Gambar 5.42 Komprehensif desain 06.....	107
Gambar 5.43 Desain Karakter Final.....	107
Gambar 5.44 Studi Karakter Final.....	108
Gambar 5.45 Studi Karakter Final.....	108
Gambar 5.46 Studi Karakter Final.....	109
Gambar 5.47 Referensi Desain.....	109
Gambar 5.48 Sketsa Kasar Feed.....	109
Gambar 5.49 Sketsa Feed Digital.....	110



Gambar 5.50 Alternatif feed 1.....	110
Gambar 5.51 Alternatif feed 2.....	110
Gambar 5.52 Feed final.....	111
Gambar 5.53 Desain terpilih .....	112
Gambar 5.54 Sketsa Digital.....	113
Gambar 5.55 Alternatif eksekusi.....	114
Gambar 5.56 Desain terpilih.....	114
Gambar 5.57 Sketsa digital.....	115
Gambar 5.58 Alternatif desain poster.....	115
Gambar 5.59 Desain terpilih .....	116
Gambar 5.60 Sketsa digital.....	116
Gambar 5.61 Alternatif Desain Poster .....	117
Gambar 5.62 Desain Poster terpilih .....	117
Gambar 5.63 <i>Shoot list</i> reels promo 01.....	118
Gambar 5.64 <i>Story Board</i> reels promo 01.....	118
Gambar 5.65 Eksekusi reels promo 01.....	119
Gambar 5.66 <i>Concept</i> dan <i>shoot list</i> reels promo 02.....	119
Gambar 5.67 <i>Story Board</i> reels promo 02.....	120
Gambar 5.68 Eksekusi reels promo 02.....	120
Gambar 5.69 Konsep dan <i>shoot list reels</i> promo 03.....	121
Gambar 5.70 <i>Story Board reels</i> promo 03.....	121
Gambar 5.71 Eksekusi reels promo 03.....	122
Gambar 5.72 Konsep dan <i>shoot list reels</i> promo 04.....	122
Gambar 5.73 <i>Story Board</i> reels promo 04.....	123
Gambar 5.74 Eksekusi <i>reels</i> promo 04.....	123
Gambar 5.75 Sketsa cangkir alternaif 01.....	124
Gambar 5.76 Eksekusi desain cangkir alternatif 01.....	124
Gambar 5.77 Sketsa cangkir alternaif 02.....	124
Gambar 5.78 Eksekusi desain cangkir alternatif 02.....	124
Gambar 5.79 Sketsa cangkir alternaif 03.....	125

Gambar 5.80 Eksekusi desain cangkir alternatif 03.....	125
Gambar 5.81 Desain cangkir terpilih .....	125
Gambar 5.82 Totebag alternaif 01.....	126
Gambar 5.83 Totebag alternaif 02.....	126
Gambar 5.84 Totebag alternaif 03.....	126
Gambar 5.85 Desain <i>Tote-bag</i> terpilih.....	127
Gambar 6.1 Konten feed 1-6 <i>Coming soon</i> .....	128
Gambar 6.2 Konten feed 7-9 <i>Self love</i> .....	128
Gambar 6.3 Konten feed 7-9 <i>self-love</i> .....	128
Gambar 6.4 Konten feed 7-9 <i>self-love</i> .....	129
Gambar 6.5 Konten feed 10-12 <i>Self love</i> .....	129
Gambar 6.6 Konten feed 7-9 <i>coming soon</i> .....	129
Gambar 6.7 Konten feed 13-15 <i>carousel Self-love</i> .....	130
Gambar 6.8 Konten feed 16-18 <i>Self love</i> .....	131
Gambar 6.9 Konten feed 19-21 <i>Inner Child</i> .....	131
Gambar 6.10 Konten feed 22-24 <i>Inner Child</i> .....	131
Gambar 6.11 Konten feed 22-24 <i>Inner Child</i> .....	132
Gambar 6.12 Konten feed 25-26 <i>Self-healing dan Ruang Mendengar</i> .....	132
Gambar 6.13 Konten feed 27-30 <i>#Cintaidirijourney Challenge</i> .....	132
Gambar 6.14 Konten feed 28 <i>Ketentuan #Cintaidirijourney Challenge Carousel</i> .....	133
Gambar 6.15 Konten feed 31-33 <i>Reminder Tips</i> .....	133
Gambar 6.16 Konten feed 28 <i>Ketentuan #Cintaidirijourney Challenge Carousel</i> .....	134
Gambar 6.17 Konten Video Promosi <i>#Cintaidirijourney Challenge</i> “ <i>Tips anti insecure ala Ayun</i> ” .....	134
Gambar 6.18 Konten Video Promosi <i>#Cintaidirijourney Challenge</i> “ <i>Tips Jogging for self-love dari Fido</i> ” .....	135
Gambar 6.19 Konten Video Promosi <i>#Cintaidirijourney Challenge</i> “ <i>Inner Child Food – Slow Living with child hood story</i> ” .....	135
Gambar 6.20 Konten Video Promosi <i>#Cintaidirijourney Challenge</i> “ <i>Quality time as Illustrator</i> ” .....	136
Gambar 6.21 <i>Frame Filter</i> Instagram “ <i>Tunjukkan senyum indahmu</i> ” .....	136

Gambar 6.22 Instagram <i>stories</i> poster <i>Self-love awareness</i> dan Rangkul <i>Inner-child</i> mu.....	137
Gambar 6.23 Instagram <i>stories</i> promosi #Cintaidirijourney <i>Challenge</i> .....	137
Gambar 6.24 Instagram poster cetak A3.....	138
Gambar 6.25 Implementasi x banner.....	138
Gambar 6.26 Media pendukung stiker.....	139
Gambar 6.27 Media pendukung <i>tote-bag</i> .....	140
Gambar 6.28 Media pendukung gantungan kunci. ....	140
Gambar 6.29 Media pendukung cangkir.....	140
Gambar 6.30 Media pendukung brosur depan.....	141
Gambar 6.31 Media pendukung brosur belakang.....	141
Gambar 6.32 Instagram <i>stories</i> promosi <i>playlist</i> dan Yuk Spill <i>Playlist</i> mu.....	142