

# **TUGAS AKHIR**

## **PERANCANGAN KAMPANYE EDUKASI PENGENALAN PROFESI DI BIDANG DKV (DESAIN KOMUNIKASI VISUAL) UNTUK REMAJA USIA 16-19 TAHUN**

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan dalam Memperoleh Gelar Sarjana (S-1)



Oleh:

**Indah Fitria Cahyani**

**(19052010018)**

Pembimbing 1:

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

Pembimbing 2:

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

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL  
FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR  
2022/2023**

**HALAMAN PENGESAHAN**  
**PERANCANGAN KAMPANYE EDUKASI**  
**PENGENALAN PROFESI DI BIDANG DKV (DESAIN KOMUNIKASI VISUAL)**  
**UNTUK REMAJA USIA 16-19 TAHUN**

Disusun oleh:

**INDAH FITRIA CAHYANI**

**19052010018**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji

Pada Tanggal: 24 Mei 2023

**Pembimbing 1**



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

**NIPPPK. 198109292021211002**

**Pembimbing 2**



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

**NPT. 182 19870119 076**

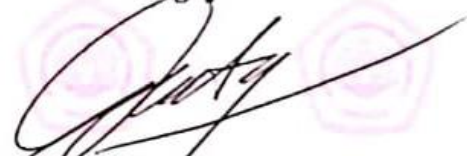
**Penguji 1**



**Aris Sutejo, S.Sn, M.Sn.**

**NIP. 19851106 201903 1002**

**Penguji 2**



**Diana Aqidatun Nisa, S.T., M.Ds.**

**NIP. 19900611 201803 2001**

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., MT**  
**NIPPPK. 19710916 202121 1004**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**PERANCANGAN KAMPANYE EDUKASI  
PENGENALAN PROFESI DI BIDANG DKV (DESAIN KOMUNIKASI VISUAL)  
UNTUK REMAJA USIA 16-19 TAHUN**

Disusun oleh:

**INDAH FITRIA CAHYANI**

**19052010018**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji

Pada Tanggal: 24 Mei 2023

**Pembimbing 1**



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

**NIPPPK. 198109292021211002**

**Pembimbing 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)

**Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual**



**Masnuna, S.T., M.Sn.**

**NIPPPK. 198405122021212004**

Muncul banyaknya profesi di bidang DKV (Desain Komunikasi Visual) saat ini dapat dijadikan kesempatan bagi remaja usia 16-19 tahun, yang mengalami tahap perkembangan karir. Tetapi mayoritas dari mereka kurang mengetahui profesi di bidang DKV dikarenakan mayoritas dari mereka kurang memahami DKV itu sendiri, disisi lain untuk bersaing di bidang DKV tidaklah mudah, diperlukan persiapan yang matang. Perancangan kampanye edukasi ini atas dasar permasalahan remaja usia 16-19 tahun yang membutuhkan persiapan dalam menghadapi masa depannya baik profesi atau pendidikan di bidang DKV, salah satu persiapannya dapat dengan informasi.

Untuk memperoleh data yang mendukung dalam perancangan ini yaitu dengan menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif. Metode kualitatif yang digunakan adalah melalui wawancara yang ditujukan kepada ahli yang berhubungan dengan perancangan ini, FGD (*Fokus Group Discussion*) dan observasi yang dilakukan kepada audien, sedangkan metode kuantitatif dengan pendekatan kuesioner yang ditujukan kepada target segmen.

Hasil perancangan ini menunjukkan bahwa diperlukannya informasi kepada remaja mengenai bidang DKV, yang dalam penyampaiannya dengan kampanye edukasi pengenalan profesi di bidang DKV. Perancangan ini juga menghasilkan nama kampanye yaitu “Mari Ber-DKV!”, pesan kampanye harus disampaikan dengan bahasa yang singkat, padat, dan jelas, dan implementasi desainnya harus sesuai dengan konsep perancangan.

Diharapkan dengan adanya kampanye edukasi ini dapat memberikan edukasi atau menginformasikan dan menyediakan *platform* kepada remaja usia 16-19 tahun yang ingin menjadikan bidang DKV pilihan untuk pendidikan dan profesi mereka di masa depan.

**Kata Kunci:** Kampanye, Edukasi, Profesi, DKV, Remaja



## **ABSTRACT**

*The proliferation of professions in the field of Visual Communication Design (DKV) today presents an opportunity for teenagers aged 16-19 who are in the stage of career development. However, the majority of them lack knowledge about professions in the field of DKV due to their limited understanding of DKV itself. On the other hand, competing in the field of DKV is not easy and requires thorough preparation. The design of this educational campaign is based on the issues faced by teenagers aged 16-19 who need preparation to face their future, whether in terms of professions or education in the field of DKV. One of the preparations can be done through the provision of information.*

*To obtain supporting data for this design, both qualitative and quantitative methods are employed. The qualitative method involves interviews with experts related to this design, focus group discussions (FGD), and observations conducted among the audience. Meanwhile, the quantitative method utilizes questionnaires targeting the intended audience segment.*

*The results of this design indicate the need for information to be provided to teenagers regarding the field of DKV, which can be delivered through an educational campaign introducing professions in the field of DKV. This design also gives rise to the campaign name "Let's Embrace DKV!" The campaign message should be conveyed using concise, concise, and clear language, while the design implementation should align with the design concept.*

*It is hoped that through this educational campaign, teenagers aged 16-19 who are interested in pursuing DKV as their education and profession in the future will receive education, information, and a platform to support their aspirations.*

**Keywords:** *Campaign, Education, Profession, VCD, Teenagers.*

## 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, 24 Mei 2023

Yang membuat pernyataan,



Indah Fitria Cahyani

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadirat Allah SWT, atas rahmat, hidayat, dan karunianya sehingga laporan “Perancangan Kampanye Edukasi Pengenalan Profesi Di Bidang DKV (Desain Komunikasi Visual) Untuk Remaja Usia 16-19 Tahun” dapat terselesaikan dengan baik. Perancangan kampanye edukasi pengenalan profesi di bidang Desain Komunikasi Visual ini merupakan sarana edukasi untuk memperkenalkan bidang DKV khususnya profesinya kepada anak usia 16-19 tahun agar mempunyai persiapan jika ingin terjun ke dunia DKV.

Terimakasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan banyak dukungan dan bersedia membantu saya dalam proses pembuatan laporan sehingga dapat terselesaikan. Dengan setulus hati penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kepada Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW
2. Kepada orang tua saya yang telah memberikan perhatian, mendoakan saya, dan memberikan dukungan baik secara lahir dan batin maupun finansial.
3. Kepada Aditya Rahman Yani, ST., M.Med.Kom. sebagai dosen pembimbing pertama yang telah memberikan banyak saran dan masukan dalam perancangan ini.
4. Kepada Aileena S.C.R.E.C, ST., M. Ds sebagai dosen pembimbing kedua yang telah membantu memberikan evaluasi dalam penulisan.
5. Kepada Hastjarjo Boedi Wibowo, S.Sn., M.Sn. selaku Ketua Umum AIDIA-Asosiasi Profesional Desain Komunikasi Visual Indonesia yang merupakan narasumber untuk ahli topik yang banyak membantu dalam perancangan ini.
6. Kepada Windyasari Septriani, selaku pemilik akun Instagram @infodkv yang berisi mengenai informasi seputar DKV yang merupakan narasumber untuk ahli media yang banyak membantu dalam perancangan ini.
7. Kepada Dr. Intan R. Mutiaz, M. Ds selaku ketua Asprodi DKV (Asosiasi Program Studi Desain Komunikasi Visual) yang merupakan narasumber untuk menggali latar belakang permasalahan perancangan ini.
8. Kepada Masnuna, ST., M.Sn selaku dosen di UPN “Veteran” Jawa Timur yang merupakan narasumber untuk menggali latar belakang permasalahan perancangan ini.
9. Kepada Irenia Jastisia sebagai pengisi konten pertama untuk perancangan kampanye ini.
10. Kepada Devasya Wahyu S sebagai pengisi konten kedua untuk perancangan kampanye ini.

11. Kepada Anom sebagai pengisi konten ketiga untuk perancangan kampanye ini.
12. Kepada seluruh dosen DKV UPN “Veteran” Jawa Timur yang sudah mendidik saya.
13. Kepada teman-teman DAMNKEV angkatan 2019 DKV UPN “Veteran” Jawa Timur sebagai teman dalam seperjuangan dan memberikan suport satu sama lain.

Akhir kata saya menyadari bahwa laporan saya masih jauh dari kata sempurna, namun setidaknya perancangan ini dapat memberikan informasi kepada remaja usia 16-19 tahun mengenai profesi DKV.

Surabaya, 28 Mei 2023



Indah Fitria Cahyani



## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	i
ABSTRAK .....	ii
<i>ABSTRACT</i> .....	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR .....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL .....	xvii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	7
1.3 Rumusan Masalah .....	8
1.4 Batasan Masalah.....	8
1.5 Tujuan Perancangan .....	8
1.6 Manfaat .....	9
1.6.1 Manfaat Bagi Penulis .....	9
1.6.2 Manfaat Bagi Remaja Usia 16-19 Tahun.....	9
1.6.3 Manfaat Bagi Instansi.....	9
BAB II STUDI EKSISTING DAN PUSTAKA.....	10
2.1 Tinjauan Profesi .....	10
2.1.1 Definisi Profesi.....	10
2.1.2 Ciri-Ciri Profesi.....	10
2.1.3 Profesi di Bidang DKV .....	11
2.1.4 Karakteristik Profesi di Bidang DKV .....	13
2.2 Tinjauan Remaja Usia 16-19 Tahun.....	15
2.2.1 Definisi Remaja.....	15
2.2.2 Remaja Usia 16-19 Tahun.....	15

2.3	Tinjauan Edukasi.....	16
2.4	Tinjauan Kampanye .....	16
2.3.1	Definisi kampanye.....	16
2.3.2	Jenis- Jenis Kampanye .....	17
2.3.3	Tujuan Kampanye .....	18
2.3.4	Media Kampanye .....	20
2.3.5	Perancangan Kampanye .....	21
2.5	Tinjauan Instagram.....	25
2.6	Tinjauan Komunikasi .....	26
2.4.1	Komunikasi dalam Kampanye .....	26
2.7	Tinjauan Desain Komunikasi Visual.....	28
2.5.1	Desain Komunikasi Visual dalam Kampanye.....	28
2.5.2	Logo dalam Kampanye .....	29
2.5.3	Tipografi dalam Kampanye.....	30
2.5.4	<i>Copywriting</i> dalam Kampanye.....	32
2.5.5	Warna dalam Kampanye .....	34
2.5.6	Ilustrasi dalam Kampanye.....	35
2.5.7	<i>Layout</i> dalam Kampanye.....	38
2.6	Tinjauan Lembaga.....	40
2.6.1	AIDIA - Asosiasi Profesional Desain Komunikasi Visual Indonesia .....	40
2.7	Tinjauan Eksisting.....	42
2.7.1	Studi Eksisting “Buku Dasar Pengadaan & Pengelolaan Jasa Desain di Indonesia” ....	42
2.7.2	Studi Eksisting Desain Postingan <i>Feed</i> Instagram AIDIA.....	46
2.7.3	Studi Komparator .....	49
<b>BAB III METODOLOGI PERANCANGAN .....</b>		<b>58</b>
3.1	Definisi Operasional Judul .....	58
3.1.1	Kampanye.....	58
3.1.2	Edukasi .....	58
3.1.3	Profesi .....	58
3.1.4	Profesi di Bidang DKV .....	58
3.1.5	Remaja Usia 16-19 Tahun.....	58

3.2	Data Primer .....	59
3.3	Data Sekunder .....	60
3.4	Teknik Sampling .....	63
3.4.1	Populasi .....	63
3.4.2	Sampel.....	64
3.5	Tahapan Perancangan.....	64
3.5.1	Menemukan Permasalahan.....	64
3.5.2	Hipotesa Sementara.....	64
3.5.3	Perumusan Masalah.....	65
3.5.4	Penentuan Tujuan dan Manfaat Perancangan .....	65
3.5.5	Pengumpulan Data .....	65
3.5.6	Analisa Data .....	65
3.5.7	Perumusan Konsep Desain.....	65
3.5.8	Merancang Strategi Kreatif .....	66
3.5.9	Eksplorasi Desain.....	66
3.5.10	Hasil akhir (final desain) .....	66
3.6	Teknik Analisis Data.....	66
3.7	Alur Berfikir.....	67
BAB IV .....		68
ANALISIS DATA .....		68
4.1	Analisis Data .....	68
4.1.1	Analisis Data Kuesioner.....	68
4.1.2	Analisis Data Wawancara FGD (Forum Grup Discussion) .....	71
4.1.3	Analisis Data Wawancara .....	76
4.1.4	Analisis Deskriptif Observasi.....	79
4.1.5	Analisis <i>Consumer Insight</i> .....	80
4.1.6	Sintesa Data.....	80
4.1.7	USP (Unique Selling Proposition) .....	82
BAB V .....		84
KONSEP DESAIN .....		84
5.1	Perumusan Konsep <i>Keyword</i> .....	84

5.2	Definisi <i>Keyword</i> .....	85
5.3	Konsep Verbal.....	86
5.4	Konsep Visual .....	103
5.5	Media.....	106
5.5.1	Media yang Digunakan .....	106
5.5.2	Distribusi Media.....	107
BAB VI.....		110
IMPLEMENTASI DESAIN.....		110
6.1	Alternatif Desain .....	110
6.1.1	Logo .....	110
6.1.2	Studi Warna.....	113
6.1.3	Karakter.....	113
6.1.4	Desain Media Utama (Instagram) .....	121
6.1.5	Desain Media Pendukung.....	135
6.2	Implementasi dalam Media .....	142
6.2.1	Media Utama.....	142
6.2.2	Media Pendukung.....	153
6.3	Rancangan Anggaran Proyek .....	155
6.3.1	Tarif Desainer.....	155
6.3.2	Biaya Produksi Media Cetak.....	156
BAB VII .....		157
PENUTUP .....		157
7.1	Kesimpulan .....	157
7.2	Saran.....	157
DAFTAR PUSTAKA.....		158
LAMPIRAN .....		160

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 <i>Pie chart</i> pengetahuan remaja mengenai provesi yang berkaitan dengan DKV ...3	3
Gambar 1. 2 <i>Pie chart</i> pemahaman remaja mengenai DKV .....3	3
Gambar 1. 3 <i>Pie chart</i> stereotipe remaja mengenai DKV .....3	3
Gambar 1. 4 <i>Pie chart</i> apakah DKV penting menurut remaja .....3	3
Gambar 1. 5 <i>Pie chart</i> ketertarikan remaja mengetahui informasi lebih lanjut mengenai DKV5	5
Gambar 2. 1 Survei pengguna Instagram melihat atau mencari informasi .....26	26
Gambar 2. 2 Poster kampanye menggunakan font Serif dan Sans Serif .....30	30
Gambar 2. 3 Font Lato.....31	31
Gambar 2. 4 Font PT Serif .....31	31
Gambar 2. 5 Font Vidaloka .....31	31
Gambar 2. 6 Contoh command <i>headline</i> dari akun Instagram @sadarsandang.....33	33
Gambar 2. 7 Contoh news <i>headline</i> dari akun Instagram @sadarsandang .....33	33
Gambar 2. 8 Warna RGB dan CYMK.....34	34
Gambar 2. 9 Contoh jenis ilustrasi gambar dan grafik pada media kampanye di poster .....37	37
Gambar 2. 10 Contoh jenis ilustrasi foto, gambar, dan animasi pada media kampanye di sosial media .....38	38
Gambar 2. 11 Logo AIDIA.....40	40
Gambar 2. 12 Buku Dasar Pengadaan & Pengelolaan Jasa Desain di Indonesia.....42	42
Gambar 2. 13 Akun Instagram AIDIA .....46	46
Gambar 2. 14 Beberapa contoh desain informasi acara dari Instagram AIDIA.....47	47
Gambar 2. 15 Akun Instagram @dkv.unpas .....49	49
Gambar 2. 16 Salah satu postingan Instagram @dkv.unpas .....50	50
Gambar 2. 17 Akun Instagram @infodkv .....52	52
Gambar 2. 18 Postingan akun Instagram @infodkv.....52	52
Gambar 2. 19 Akun Instagram @dkvdaily.....55	55
Gambar 2. 20 Postingan skun Instagram @dkvdaily .....55	55
Gambar 3. 1 Alur berpikir .....67	67
Gambar 4. 1 Wawancara FGD kesatu .....71	71

Gambar 4. 2 Wawancara FGD kedua.....	72
Gambar 4. 3 Wawancara FGD ketiga.....	75
Gambar 4. 4 Wawancara bersama Bapak Hastjarjo Boedi Wibowo.....	76
Gambar 4. 5 Wawancara bersama Windyasari Septriani (Sumber: Dokumentasi Pribadi) .....	78
Gambar 5. 1 Alur berfikir <i>keyword</i> .....	84
Gambar 5. 3 Acuan gaya gambar terpilih.....	104
Gambar 5. 4 Acuan font .....	105
Gambar 5. 5 Huruf Font Vidaloka.....	105
Gambar 5. 6Acuan warna pilihan target audiens.....	105
Gambar 6. 1 <i>Brainstorming</i> logo.....	110
Gambar 6. 2 Alternatif <i>icon</i> Logo .....	111
Gambar 6. 3 Alternatif logo gambar.....	111
Gambar 6. 4 Alternatif <i>logotype</i> .....	111
Gambar 6. 5 Alternatif logo.....	112
Gambar 6. 6 Alternatif warna logo .....	112
Gambar 6. 7 Final desain logo terpilih .....	112
Gambar 6. 8 Warna acuan terpilih.....	113
Gambar 6. 9 Warna turunan .....	113
Gambar 6. 10 Referensi anak SMA.....	114
Gambar 6. 11 Sketsa alternatif karakter Geta dan Tara.....	114
Gambar 6. 12 Sketsa alternatif Geta dan Tara.....	114
Gambar 6. 13 Alternatif warna karakter Geta dan Tara .....	115
Gambar 6. 14 Karakter Geta dan Tara terpilih .....	115
Gambar 6. 15 Referensi Dey .....	116
Gambar 6. 16 Studi keprofesian DKV di bidang formal.....	116
Gambar 6. 17 Sketsa alternatif karakter Dey.....	116
Gambar 6. 18 Alternatif warna karakter .....	117
Gambar 6. 19 Karakter terpilih Dey .....	117
Gambar 6. 20 Referensi Key .....	118



Gambar 6. 21 Studi keprofesian DKV di bidang fotografi, videographer, dan lain sebagainya .....	118
Gambar 6. 22 Sketsa alternatif karakter Key.....	118
Gambar 6. 23 Alternatif karakter Key .....	119
Gambar 6. 24 Karakter terpilih Dey .....	119
Gambar 6. 25 Referensi Vey .....	119
Gambar 6. 26 Studi keprofesian DKV di bidang ilustrator, muralist, dan lain sebagainya ...	120
Gambar 6. 27 Sketsa karakter Vey .....	120
Gambar 6. 28 Alternatif karakter Vey .....	120
Gambar 6. 29 Karakter terpilih Vey .....	121
Gambar 6. 30 Alternatif sketsa feed Instagram.....	121
Gambar 6. 31 Sketsa digital feed Instagram.....	122
Gambar 6. 32 Referensi desain.....	122
Gambar 6. 33 Referensi desain.....	122
Gambar 6. 34 Alternatif desain Instagram.....	123
Gambar 6. 35 Desain Instagram terpilih.....	124
Gambar 6. 36 Alternatif desain feed 13-18 .....	124
Gambar 6. 37 Alternatif desain feed 18-27 .....	125
Gambar 6. 38 Alternatif desain feed 28-30 .....	125
Gambar 6. 39 Desain feed 13-30 terpilih .....	127
Gambar 6. 40 Alternatif desain <i>template story</i> Instagram.....	127
Gambar 6. 41 Desain <i>template</i> Instagram terpilih.....	128
Gambar 6. 42 Alternatif desain <i>template story</i> Instagram (jawaban).....	128
Gambar 6. 43 Desain <i>template</i> Instagram terpilih.....	129
Gambar 6. 44 Alternatif desain <i>cover highlight</i> Instagram .....	129
Gambar 6. 45 Desain <i>cover highlight</i> terpilih .....	130
Gambar 6. 46 Alternatif desain <i>video challenge</i> .....	130
Gambar 6. 47 Desain <i>video challenge</i> terpilih .....	131
Gambar 6. 48 Alternatif desain <i>template</i> video dokumentasi .....	132
Gambar 6. 49 Desain <i>template</i> video dokumentasi terpilih.....	133

Gambar 6. 50 Alternatif Desain template video <i>podcast</i> .....	133
Gambar 6. 51 Desain video <i>podcast</i> terpilih .....	134
Gambar 6. 52 Alternatif desain poster.....	135
Gambar 6. 53 Desain poster terpilih.....	136
Gambar 6. 54 Alternatif desain pamflet .....	136
Gambar 6. 55 Desain pamflet terpilih .....	137
Gambar 6. 56 Alternatif desain <i>x-banner</i> .....	137
Gambar 6. 57 Desain <i>x-banner</i> terpilih .....	138
Gambar 6. 58 Alternatif desain stiker.....	139
Gambar 6. 59 Desain stiker terpilih.....	139
Gambar 6. 60 Alternatif desain kaos .....	140
Gambar 6. 61 Desain kaos terpilih .....	141
Gambar 6. 62 Gambar alternatif desain topi.....	141
Gambar 6. 63 Desain topi terpilih .....	142
Gambar 6. 64 Implementasi logo .....	142
Gambar 6. 65 Implementasi <i>cover highlight</i> .....	143
Gambar 6. 66 Implementasi isi <i>highlight</i> “Yuk Diskusi”.....	143
Gambar 6. 67 Implementasi isi <i>highlight</i> “ <i>Merchandise</i> ”.....	144
Gambar 6. 68 Implementasi isi <i>highlight</i> “Info Kampanye”.....	144
Gambar 6. 69 Implementasi isi <i>highlight</i> “Kegiatan Kampanye”.....	144
Gambar 6. 70 Implementasi feed Instagram.....	145
Gambar 6. 71 Implementasi feed konten <i>launching</i> .....	145
Gambar 6. 72 Implementasi feed konten perkenalan karakter .....	146
Gambar 6. 73 Implementasi feed konten “Tahukah Kamu?”.....	147
Gambar 6. 74 Implementasi feed konten “Yuk Diskusi” .....	147
Gambar 6. 75 Implementasi feed konten “Info Menarik Buat Kamu”.....	148
Gambar 6. 76 Implementasi feed konten “Profesi Di Bidang DKV”.....	149
Gambar 6. 77 Implementasi feed konten <i>challenge</i> .....	149
Gambar 6. 78 Implementasi feed konten <i>merchandise</i> .....	150

Gambar 6. 79 Implementasi <i>story</i> Instagram.....	150
Gambar 6. 80 Implementasi <i>reels</i> .....	151
Gambar 6. 81 Implementasi <i>podcast</i> .....	152
Gambar 6. 82 Implementasi <i>challenge</i> .....	152
Gambar 6. 83 Implementasi dokumentasi.....	153
Gambar 6. 84 Implementasi poster.....	153
Gambar 6. 85 Implementasi pamflet.....	154
Gambar 6. 86 Implementasi <i>x-banner</i> .....	154
Gambar 6. 87 Implementasi <i>merchandise</i> (kaos, topi, dan stiker).....	155

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Psikologi Warna .....	34
Tabel 2. 2 Analisis Media Buku Pengadaan & Pengelolaan Jasa Desain di Indonesia.....	45
Tabel 2. 3 Analisis studi eksisting desain sosial media AIDIA .....	48
Tabel 2. 4 Analisis media postingan Instagram @dkv.unpas.....	51
Tabel 2. 5 Analisis media akun Instagram @infodkv .....	53
Tabel 2. 6 Analisis Media Akun Instagram @dkvdaily .....	56
Tabel 5. 1 Tahapan tujuan kampanye.....	87
Tabel 5. 2 Program kampanye.....	88
Tabel 5. 3 <i>Timeline</i> kegiatan kampanye .....	91
Tabel 5. 4 Keterangan <i>tagline</i> kampanye .....	91
Tabel 5. 5 Konten kampanye.....	91
Tabel 6. 1 Tabel pengeluaran selama 6 bulan .....	155
Tabel 6. 2 Biaya produksi.....	156