



imago

PAMERAN
TUGAS AKHIR
FSD UMN

KATALOG TUGAS AKHIR FAKULTAS SENI & DESAIN
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
SEMESTER GANJIL & GENAP 2018/2019

PELINDUNG

Dr. Ninok Leksono, M.A

PEMBINA

Mohammad Rizaldi, S.T., M.Ds.

PROJECT MANAGER

Gideon K.F.H. Hutapea, S.T., M.Ds.
Adhreza Brahma, M.Ds.

DESIGNER

Pierre Ang
Tricia Wibisana
Dio Septian Permadi
Kartika Dwi Arianti
Olivia Christabel

COPYWRITER

Eldad Efata
Ervina
Chrissita Setiadi
Prisella Emanuela
Jason Tirtanegara
Vina Okthaviani
Najmazura Alifa
Leonardus alvin
Gelby Abigail
Christa Bella Evianti
Immanuela Michelika
Callista Elizabeth

PHOTOGRAPHER

Alvyn Edric Ghozal
Natasya Tanli Lianto
Brandon Jonathan
Ivan Johan
Patrick Wijaya
William Tionardi
Pim Budiman Octoviansyah
Guntur Alfurqan
Renatha Monica J.
Christopher Michael Jayadinata
Jonathan Martin

PAPER

Surya Palace Jaya

PRINTING

Bintang Sempurna

0

0

↓

0

0

0

0

↓

↓

↓

contents

↓





03

Quotes

06

Contents

08

Forewords

14

**Interaction
Design**

2D Game
3D Game
Application
Boardgame

36

**Visual Brand
Design**

Book
Branding
Campaign
Information Media
Promotion
Signage
Typefaces

291

Advisors



CAHYA DAULAY – DEKAN



Bagi insan kreatif muda di Fakultas Seni dan Desain, Universitas Multimedia Nusantara, tugas akhir merupakan salah satu tahapan mengekspresikan dirinya dalam bentuk karya. Setelah sekian waktu belajar dan bereksplorasi, maka akumulasi ide diwujudkan semaksimal mungkin dalam bentuk karya tugas akhir.

Proses yang dilalui para mahasiswa Fakultas Seni dan Desain, baik pada Prodi Desain Komunikasi Visual dengan peminatan Visual Brand Design dan Interactive Design; maupun Prodi Film dengan peminatan Film dan Animasi; serta Prodi Arsitektur, merupakan proses terintegrasi yang didukung para dosen handal, fasilitas yang mumpuni dan suasana akademik yang dinamis. Tahapan demi tahapan berkarya para mahasiswa merupakan bukti bahwa proses riset, pendekatan masalah dan implementasi ide menjadi inovasi kreatif yang terukur, serta dapat diwujudkan secara riil.

Tentunya sebuah hal yang membanggakan saat karya-karya ini diapresiasi, bahkan menjadi tolak ukur kemampuan juga pembuktian mereka kepada lingkup industri. Harapannya bagi para mahasiswa, apresiasi ini memberi ruang berkarya yang lebih baik lagi sebagai seorang pembelajar berkelanjutan yang terus berkarya dan menebar manfaat.

Akhir kata, terima kasih tak terhingga bagi seluruh stake-holder maupun pihak-pihak yang telah turut serta mendukung secara moril maupun materil, menjaga konsistensi pelaksanaan Imago dari tahun ke tahun. Imago akan selalu menjadi rekam jejak karya cipta insan kreatif Fakultas Seni dan Desain, Universitas Multimedia Nusantara.





MOHAMMAD RIZALDI – KAPRODI DKV

Tugas akhir atau skripsi merupakan suatu perancangan proyek akademis dari mahasiswa tingkat akhir program studi Desain Komunikasi Visual untuk memenuhi syarat kelulusan dari Universitas Multimedia Nusantara. Proyek tugas akhir ini merupakan rangkaian dari suatu pemikiran yang berlandaskan pada prinsip-prinsip riset dan metode desain yang terukur dan terencana dengan baik yang menghasilkan suatu luaran karya berupa karya tulis (laporan) dan juga berupa prototype karya desain. Seluruh proses dalam perancangan tugas akhir ini telah melalui proses pengujian dan verifikasi dari pembimbing dan dewan penguji yang turut pula melibatkan peran dari pakar dan professional yang sesuai bidangnya. Dengan demikian, suatu karya tugas akhir atau skripsi dari mahasiswa program Desain Komunikasi Visual dapat dipertanggungjawabkan proses dan hasilnya sehingga mampu untuk dapat dilanjutkan ataupun diterapkan dalam praktik dunia industri nyata. IMAGO merupakan suatu rangkaian acara tahunan persembahan dari Fakultas Seni dan Desain yang lahir dari program studi Desain Komunikasi

Visual untuk mendekatkan hasil akhir dari produk tugas akhir mahasiswa kepada dunia industri dan pelaku profesional dimana salah satu tujuannya adalah sebagai katalis untuk mempercepat hubungan kolaborasi dari dunia akademik dengan dunia industri dan profesional tersebut. IMAGO menyatukan antara akademisi dan industri dengan memberikan ruang bagi keduanya untuk secara langsung bertemu dan memberikan benefit bagi keberlangsungan tumbuh kembang industri di bidang Desain Komunikasi Visual serta ruang kreasi pada mahasiswa selepas mereka menyelesaikan tanggung jawab akademiknya di kampus UMN. Telah puluhan karya tugas akhir mahasiswa Desain Komunikasi Visual yang telah publish dan menjangkau masyarakat melalui industri yang relevan semenjak awal dimulainya IMAGO pada 2015 lalu. Selain itu juga ratusan mahasiswa telah merasakan manfaat ruang relasi dari IMAGO untuk menunjang karir industri dan profesional mereka selepas lulus dari UMN. IMAGO juga memberikan suatu set standar kualitas dari karya yang telah terkurasi sebagai pemicu semangat dari mahasiswa

yang belum dan akan mengampu Tugas Akhir sehingga berpotensi untuk menghasilkan suatu karya perancangan yang selalu lebih baik dan membanggakan.

Harapan saya untuk IMAGO kedepan adalah dengan memperluas ruang informasi dan kolaborasi ini ke tingkat yang lebih tinggi, yaitu di level ASEAN dengan berkolaborasi dengan lembaga luar. Hal ini tentunya agar mahasiswa DKV UMN dapat memperluas relasi danawasannya tidak hanya pada tingkat nasional, namun memiliki wawasan yang lebih luas lagi tentang standar kualitas yang berlaku di ASEAN. Tantangan peningkatan IMAGO kedepan ini tentunya membutuhkan peran serta kepanitiaan dan kepesertaan yang lebih tinggi lagi dari tingkat nasional serta membutuhkan suatu keberanian lebih untuk dapat meraih peluang dalam bersaing dan berkolaborasi pada tingkat internasional. Mari kita bersama meningkatkan IMAGO ini menjadi brand Internasional yang terpercaya dan menjadi barometer karya akademik di bidang Seni dan Desain. Bersiaplah, IMAGO Internasional!

Salam,



ADHREZA – KOORDINATOR TA DKV-VBD

Kata “Akhir” dalam Tugas Akhir adalah sebuah penegas bahwa proses ini memang yang paling menegangkan, paling mendebarkan, dan paling menentukan. Walau terdengar seperti sebuah hiperbola, kenyataannya memang Tugas Akhir selalu berkesan seperti itu. Jangankan dalam menjalani prosesnya, dari mulai pertimbangan mengambil mata kuliah ini, pendaftaran, pembimbingan, sidang-sidang bahkan pasca sidang, Tugas Akhir merupakan masa-masa paling krusial. Dibalik itu semua, masih banyak juga momen-momen yang menjadikan Tugas Akhir ini penting untuk diingat. Jika pada akhirnya yang diarsipkan oleh kampus adalah sebuah laporan dan memori sidang yang mengingat (walau nanti juga lupa) adalah Dosen Pembimbing dan Dewan Penyangkal, maka cerita-cerita dibalik itu semua akan diingat oleh Peserta TA untuk waktu yang lama.

IMAGO hadir untuk mendokumentasikan Tugas Akhir agar menjadi refleksi

Peserta TA yang telah melewatinya serta menjadi referensi mahasiswa lain agar bisa ikut merasakan kemegahan Tugas Akhir. Terlebih dari itu, IMAGO memperlihatkan pada kita semua seberapa penting sebuah karya bagi sebagai mahasiswa DKV ketika akan meninggalkan kebesaran nama UMN. Dengan memasuki tahun keempatnya, baru disadari ternyata IMAGO tercipta untuk merayakan keberhasilan peserta TA juga sebagai aksi mengheningkan cipta terhadap berlembar kertas, berjuta revisi, beribu volt listrik, pengorbanan waktu, keringat dan air mata yang akan terus diingat oleh mahasiswa bagaimana mereka bisa terbentuk menjadi pribadi yang lebih dewasa.

Harapan kedepannya, lahir lebih banyak lagi karya-karya mengagumkan dari tangan-tangan mahasiswa DKV UMN yang mampu dipresentasikan dan digunakan secara nyata yang tidak hanya sampai arsip perpustakaan tapi juga mampu bersaing dengan universitas-universitas lain maupun dengan dunia internasional.





Setelah melewati masa studi selama beberapa tahun, Tugas Akhir adalah satu output yang idealnya menjadi karya spektakuler untuk menunjukkan kompilasi kompetensi yang sudah dipelajari, sekaligus bukti kesiapan seorang mahasiswa untuk terjun ke dunia nyata dengan bekal ilmu yang telah diperoleh sepanjang studinya. Idealnya, Tugas Akhir menjadi karya paling membanggakan yang dibuat seorang mahasiswa sebelum mereka melepas dunia kampus dan terjun dalam dunia nyata.

Itulah yang terjadi di DKV UMN.

Karya-karya Tugas Akhir yang dihasilkan seringkali menumbuhkan rasa bangga dalam diri dosen-dosen pembimbing yang mendapat kehormatan untuk mendampingi mahasiswa dalam salah satu perjalanan terpenting mereka dalam dunia kampus. Dengan komunikasi dan kerja sama yang baik, tim dosen dan mahasiswa dapat berdiskusi untuk menelaah fenomena dan permasalahan hingga karya yang dihasilkan bukan sekedar bagus untuk dilihat, tapi juga tepat guna menjawab permasalahan yang diangkat.

Tugas Akhir sendiri bukanlah patokan utama akan kemampuan mahasiswa, bukan tolak ukur yang mendefinisikan kepiawaian mahasiswa saat mereka terjun ke masyarakat, dan bukan sebuah mahakarya yang membuat karya sebelum dan sesudahnya tidak lagi bermakna. Namun, Tugas Akhir adalah langkah besar awal bagi mahasiswa untuk belajar menyikapi fenomena dan realita dunia nyata dan mencoba untuk mengimplementasikan ilmu yang telah mereka pelajari untuk menuntaskan masalah dengan cara kreatif agar di kemudian hari saat mereka sudah terjun dalam masyarakat, lulusan DKV UMN dapat menyikapi fenomena dengan kritis dan menyelesaikan masalah dengan pendekatan desain yang solutif.

Harapan saya untuk ke depannya, DKV UMN akan terus menghasilkan karya-karya luar biasa dari hasil pemikiran mahasiswa, karya yang menjawab masalah, karya yang bukan hanya indah dilihat tapi juga bermanfaat, serta karya yang akan terus menumbuhkan rasa bangga sebagai civitas Universitas Multimedia Nusantara.

SUPPORTED BY



SPONSORED BY



MEDIA PARTNER





0 4

JENIS
KARYA

- 2D Game |
- 3D Game |
- Application |
- Board Game |

1 2

TOTAL
KARYA



id

I.

D.

2D Game

- 18 Audrey Simanand
Dennis
Franstino
- 19 Devi Ellyanti
Agnes Andreyana
- 20 Aldino Dian
Kevin Samuel
- 21 Ritzky Octavianus
Wisely Limawan
- 22 Eria Flavescensa Aprilia

id



10 KONTRI
-BUTOR

05 TOTAL
KARYA

Muara

by Audrey Simananda (00000011045), Dennis (00000011767), Franstino (00000011776)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E audrey.simananda@student.umn.ac.id
 E audrey.simananda@gmail.com
 PH 087879918824
 L [audrey_sr](#)

E dennis1@student.umn.ac.id
 E dennistanuwijaya@gmail.com
 PH 081288268877
 L [dennistanuwijaya](#)

E franstino@student.umn.ac.id
 E frnstneffendy@gmail.com
 PH 081381028228
 L [nothing_warrior](#)



Hutan mangrove saat ini mengalami kerusakan yang parah karena ulah manusia yang melakukan alih fungsi hutan mangrove menjadi pemukiman, industri, perkebunan, tetapi yang paling memperparah kerusakan adalah pertambangan. Agar warga Indonesia lebih mengetahui tentang kondisi hutan mangrove di Indonesia, dibutuhkan komunikasi yang baik melalui media yang handal. Oleh karena itu, dilakukan perancangan game dengan menciptakan karakter game yang mewakili pemain untuk menyelesaikan semua tantangan dalam game untuk menyelamatkan hutan mangrove. Melalui pembuatan game Muara ini diharapkan penyebaran semangat melestarikan hutan mangrove lebih mudah mencapai anak remaja.

Pongo

by Devi Ellyanti (0000009804), Agnes Andreyana (0000010923)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E devi.ellyanti@student.umn.ac.id
 E devielly1102@gmail.com
 PH 089525924688
 L aquanyo

E agnes.andreyana@student.umn.ac.id
 E agnesandreyana@gmail.com
 PH 085252477188
 L agnes7297



Di Indonesia, banyak aktivitas manusia yang merugikan alam sehingga mengancam populasi satwa langka. Orang utan adalah salah satu dari spesies payung yang saat ini terancam karena kehilangan habitatnya yaitu hutan hujan tropis. Masyarakat perlu diberikan edukasi mengenai pentingnya orang utan dan perannya dalam pelestarian hutan. Mobile game saat ini sedang berkembang pesat di Indonesia, khususnya genre mobile game kasual yang dapat menjangkau audiens yang luas.

Loireng

by Aldino Dian (0000009613), Kevin Samuel (0000009587)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E aldino.mandala@student.umn.ac.id
E aldino.dian@gmail.com
PH 081806753223

E kevin.samuel1@student.umn.ac.id
E crussader3@gmail.com
PH 081928281011



Suku Dayak Iban atau yang dikenal juga dengan sebutan Dayak Laut merupakan induk Suku Dayak yang memiliki populasi terbesar di Pulau Kalimantan Barat dan juga tersebar di Malaysia dan Brunei Darussalam. Suku Dayak Iban sangat terkenal dengan keunikan budaya dan tradisi serta adat menjaga alam yang mereka miliki. Pada dasarnya sangat menggantungkan hidupnya pada alam, oleh karena itu bagi masyarakat Dayak Iban alam merupakan supermarket yang menyediakan semua bahan makanan hingga obat-obatan. Namun, pada zaman yang modern ini, masyarakat Dayak Iban sedang menghadapi fenomena perubahan nilai budaya dan tradisi. Salah satunya, perubahan nilai serta makna dari budaya pantang iban yang tidak sama seperti dulu. Perancangan media informasi Mengenai Kehidupan Dayak Iban di Sungai Utik ini dilakukan dengan dalam mendokumentasikan budaya dan tradisi serta alam yang mereka miliki agar menjadi sarana penyampaian informasi kepada generasi muda di masa depan.

Perang Saudara

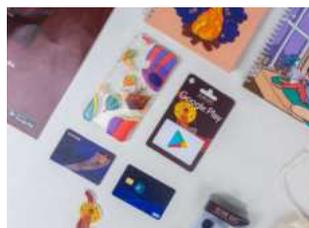
by Ritzky Octavianus (00000011343), Wisely Limawan (00000012720)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E ritzky.octavianus@student.umn.ac.id
 E ko.ryu@yahoo.com
 PH 081373475335

E wisely@student.umn.ac.id
 E lexwax00@gmail.com
 PH 085262449173



Stres merupakan hal yang umum dimiliki namun berbahaya bila dibiarkan berlarut-larut. Stres merupakan penyebab dari berbagai macam penyakit mental dan fisik yang membahayakan jiwa. Adanya kenaikan tingkat stres di kalangan dewasa muda yang salah satunya disebabkan karena ketidaktahuan dewasa muda untuk mengontrol stres mereka. Terdapat beberapa cara untuk mengurangi stres, salah satunya dengan metode Music Therapy. Namun banyak dewasa muda yang merasa enggan untuk mengunjungi psikolog atau terapis musik dikarenakan ingin dapat menyelesaikan masalahnya sendiri namun tetap membutuhkan panduan atau bantuan.

3D Game

- 24 Thevin Suchandra
Suwandy Budiman
- 25 Kamagi Des Nugraha
Galvin Suganda
William Suanto
- 26 Bagaskara Hadjar Putra

id





06 KONTRI
-BUTOR

03 TOTAL
KARYA

Chrysalis

by Thevin Suchandra (00000011242), Suwandy Budiman (00000010057)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E thevin.suchandra@student.umn.ac.id
PH 082110975511

E suwandy.budiman@student.umn.ac.id
suwandy96@gmail.com
PH 08990835970
LI suwandy94



Bullying merupakan fenomena yang terjadi disekitar kita. Korban bullying dapat mengalami luka fisik maupun psikologis. Dampak bullying juga tidak mudah hilang, malah cenderung menghasilkan trauma. Oleh karena itu, bullying harus dicegah ataupun dihentikan apabila sudah terjadi. Salah satu cara mengatasi bullying adalah melaporkannya ke lembaga berwenang. Namun, keberanian untuk melapor tersebut masihlah sangat kurang. Oleh karena itu, perlu dilakukan pemupukan keberanian tersebut dengan menggunakan medium video game. Video game dipilih karena kemampuannya untuk melibatkan pemainnya, terutama dalam hal pengambilan keputusan. Melalui game Chrysalis diharapkan dapat tumbuh keberanian maupun percaya diri seorang korban bullying agar dapat menyelesaikan bullying yang terjadi.

Jurnal Pahlawan Pertempuran Surabaya

by Kamagi Des Nugraha (00000012668), Galvin Suganda (00000011197), William Suanto (00000010420)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E kamagi@student.umn.ac.id
E 491.vbrat@gmail.com
PH 0877-7433-4420

E galvin.suganda@student.umn.ac.id
E galvinfrosts@gmail.com
PH 081285218813
LI galvin.s

E william.susanto1@student.umn.ac.id
PH 0896-7853-7538
LI william_6969



Indonesia memiliki sejarah yang panjang untuk mencapai kemerdekaan. Hal ini menjadikan sejarah Indonesia penting untuk diturunkan kepada generasi mudanya melalui pendidikan. Salah satu momen bersejarah yang membentuk Indonesia ialah Pertempuran Surabaya 10 November 1945. Namun, pendidikan sejarah dinilai oleh sebagian besar peserta didiknya sebagai sesuatu yang kurang menarik karena metode pengajarannya yang sebagian besar menghafal. Disisi lain, video game dinilai memiliki potensi untuk membantu pengajaran konten sejarah dengan menawarkan metode yang lebih mengajak keterlibatan peserta didik. Dengan kedua fenomena tersebut, dilakukan perancangan video game yang bertemakan sejarah lokal.

Simulasi Lomba Tembak Untuk Kopassus

by Bagaskara Hadjar Putra (14120210429)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

- E bagaskara.hadjar@student.umn.ac.id
- E bagas95141@gmail.com
- PH 081218609251
- LI bagaskarahadjarputra



Simulator digital sudah awam digunakan untuk membantu meningkatkan performa operator tanpa harus berlatih dengan mesin/peralatan yang sesungguhnya. Penerapan simulasi digital memberikan kontribusi pada penambahan jam latihan dan meningkatkan mental operator dalam situasi pekerjaan yang sesungguhnya yang akan mereka hadapi. Dengan pemahaman inilah, maka simulasi digital juga dicoba digunakan bagi para atlet petembak TNI AD yang akan berlaga dalam ASEAN Armies Rifle Meet yang merupakan lomba laga tahunan antar tentara angkatan darat se Asia Tenggara.

Application

30 Daniel Kawalo

31 Johanna Philisca CS

id



02

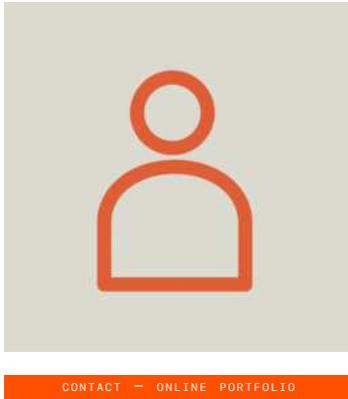
KONTRI
-BUTOR

02

TOTAL
KARYA

Tu Long

by Daniel Kawalo (0000012253)



E -
E -
PH -



Informasi fasilitas kesehatan dan nomor darurat masih belum banyak diketahui oleh masyarakat Indonesia. Hal ini mengakibatkan sebagian masyarakat tidak mendapatkan pelayanan maupun bantuan ketika mengalami kondisi kesehatan yang kurang baik seperti sakit, kecelakaan maupun kejadian lainnya. Di tahun 2018 yang sudah maju teknologi komunikasi, seharusnya masyarakat dapat menerima informasi yang bersifat penting dan perlu tentang kesehatan. Dengan adanya permasalahan informasi dan pertumbuhan teknologi, seharusnya mampu mengatasi permasalahan yang ada. Oleh karena itu, dilakukan perancangan aplikasi informasi fasilitas kesehatan dan nomor darurat "Tu Long".

Uhelp

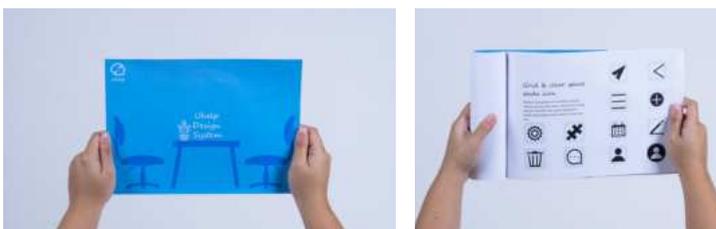
by Johanna Philisca CS (0000008563)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E ritzky.octavianus@student.umn.ac.id
 E ko.ryu@yahoo.com
 PH 081373475335

E wisely@student.umn.ac.id
 E lexwax00@gmail.com
 PH 085262449173



Dalam 10 tahun terakhir, banyak terjadi kasus bunuh diri di Indonesia. Bunuh diri memang disebabkan oleh berbagai macam faktor, namun yang paling sering ditemui adalah depresi. Di UMN, kasus mahasiswa mengalami depresi lumayan banyak. Sebagai pencegahan, pihak kampus memiliki fasilitas psikolog. Sayangnya, banyak mahasiswa yang sulit untuk menjangkau fasilitas tersebut karena keterbatasan waktu. Disisi lain, banyak orang di Indonesia menggunakan smartphone dan dapat berkomunikasi dengan mudah. Perbedaan atas kedua hal tersebut menjadi tujuan dari perancangan aplikasi Uhelp dengan mengombinasikan aplikasi smartphone dan konseling untuk membuat aplikasi layanan konseling secara online

Board Game

34 Daniel Kawalo

35 Johanna Philisca CS

id



02

KONTRI
-BUTOR

02

TOTAL
KARYA

MARIMAT!

by Vinita Dewi Wijaya (000008719)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E vinita.wijaya@student.umn.ac.id
E vinitaadewi@gmail.com
PH 085694146369
L vinitadewi



Banyak artikel yang membahas tentang berhemat dan tips-tipsnya, artikel-artikel ini bisa menggambarkan bahwa banyak orang masih kurang mengerti mengenai berhemat. Karya MARIMAT Board Game ditujukan untuk menjadi sebuah media yang memberikan contoh berhemat, di tambah lagi dengan penggunaan media board game yang membawa kesenangan terlebihnya pada pemain utama dari karya ini yang merupakan anak sekolah dasar kelas 4-6.

Perang Saga

by Eria Flavescensa Aprilia (000008622)

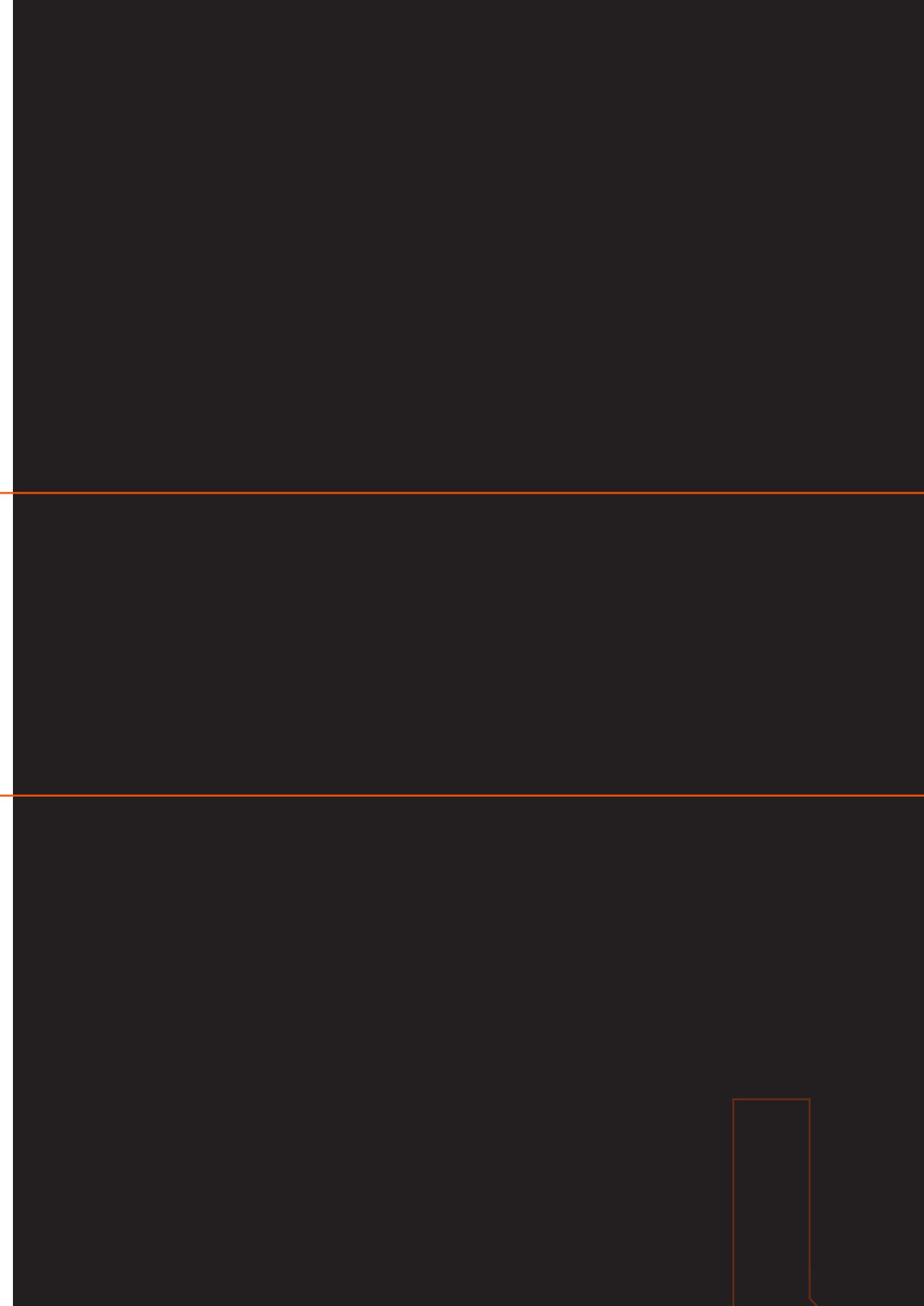


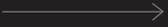
CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E Eria.aprilia@student.umn.ac.id
E eriaflavescensa
LI vinitadewi



Indonesia memiliki sangat banyak budaya. Salah satu contoh budaya yang ada di Indonesia adalah permainan tradisional. Akan tetapi, semakin banyak permainan tradisional dari berbagai daerah di Indonesia yang hampir punah atau sudah punah. Oleh karena itu, saya ingin membuat sebuah board game yang dapat dimengerti oleh anak-anak umur 8-12 tahun tentang salah satu permainan yang berasal dari Bangka yaitu biji saga. Board game ini dimaksudkan untuk melestarikan permainan biji saga yang hampir punah.





07 JENIS
KARYA

- Book | Promotion |
- Branding | Signage |
- Campaign | Typefaces |
- Media Information |

222 TOTAL
KARYA



v b o d

V.

B.

D.

Book

- | | | | | | |
|----|---------------------------|----|----------------------------|-----|----------------------------|
| 40 | Achelia Setiani | 70 | Marta Hardy | 100 | Joana Chrisane |
| 41 | Agung Cahyo Nugroho | 71 | Nadia Qomaddin Hanifah | 101 | Kimberly Winata |
| 42 | Aldi Jatmiko Rio Manggala | 72 | Nadya Chandra | 102 | Lim, Gabriela Feli Hartoko |
| 43 | Angela Fransiska Antonio | 73 | Pricilia Genea Laudia | 103 | Maureen Ariana Sentosa |
| 44 | Angelia Dewi | 74 | rafi zahirsyah | 104 | Muhamad Zaki Lazuardian H |
| 45 | Cece Bata | 75 | Regi Eryanto | 105 | Nabila Soraya |
| 46 | Chintya Oktaviani | 76 | Ristin | 106 | Natalia Nathania F |
| 47 | Christina Flora | 77 | Sharra | 107 | Ovita Pattari Purnamadjaya |
| 48 | Clarentia Tiffany Tjahja | 78 | Stelanny Nadila | 108 | Rachel Dewanto |
| 49 | Denifia Nugroho | 79 | Steven Prana Wargatjie | 109 | Ranny Meilika Hendrwan |
| 50 | Diandra Herlambang | 80 | Windy Lauvender | 110 | Regina Tracy |
| 51 | Dio Havied Rahmatullah | 81 | Yohanna Satwika Hutagalun- | 111 | Sandy Octavia |
| 52 | Elisabeth Tjoandi | 82 | gAdellia | 112 | Stanislaus Nielsen Kardani |
| 53 | Eunice Andika | 83 | Amelia Khairunnisa | 113 | Stevina Peni |
| 54 | Feiby Chaniago | 84 | Anastasia Joveta | 114 | Tita Anindyia Safitri |
| 55 | Giacinta Petrina Koswari | 85 | Aprilia Fayola | 115 | Wilson |
| 56 | Gladys Theresia Suryana | 86 | Aris Reinata Wlbawa | 116 | Yesica Stefanie |
| 57 | Janice Elva Pramuda | 87 | Ayleen Annette | 117 | Yoel Kevin Moeljono |
| 58 | Jeremy Juljan | 88 | Brillianta | 118 | Yolanda Chailani |
| 59 | jessica nathania suyanto | 89 | Clara Eunike | 119 | Debora |
| 60 | Kerin Wiryametta | 90 | Della Saraswati | | |
| 61 | Kitri Wulan Wijaya | 91 | Dian Kumalasari | | |
| 62 | Laras Zita Tedjokusumo | 92 | Elvira Yesica | | |
| 63 | Levina Ardelia | 93 | Fenniana Gunawan | | |
| 64 | Maisie Foustine | 94 | Henrikus Giovanni Leo | | |
| 65 | Marcia Devana | 95 | James Patrick L | | |
| 66 | Maria Venny Indriani | 96 | Jason Jayadi | | |
| 67 | Markus Fulgensio Nega | 97 | Jeffry Lunata | | |
| 68 | Niron | 98 | Jennifer Huang | | |
| 69 | Marla Kristianti | 99 | Jessica | | |



81 KONTRI
-BUTOR

81 TOTAL
KARYA

Perancangan Buku Panduan Cara Mengatasi OCD untuk Anak

by Achelia Setiani (00000010744)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E achelia.setiani@student.umn.ac.id
 E achelchelia@gmail.com
 PH 085780546611
 IG katch.ash



Obsessive Compulsive Disorder atau OCD merupakan salah satu gangguan kecemasan yang sudah cukup dikenal. Gangguan ini dapat dialami sejak usia kanak-kanak akibat faktor lingkungan yang memengaruhi pola pikir. Salah satu cara yang paling efektif dalam mengatasinya adalah melakukan Cognitive Behavioral Therapy atau CBT. Namun, terdapat beberapa kendala bagi orangtua yang sulit menemukan buku panduan cara mengatasi OCD dengan metode CBT bagi anak di Indonesia. Perancangan buku ini diharapkan dapat menjadi media CBT yang praktis dan menarik serta dapat membantu anak mengatasi OCDnya dan memberikan psikoedukasi OCD yang mudah dipahami oleh orangtua.

Perancangan Buku Pengetahuan Dasar Menangani Masalah Vespa Klasik

by Agung Cahyo Nugroho (14120210307)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E agung.cahyo@student.umn.ac.id
 E agungcahyo@gmail.com
 PH 08568393026
 L cahyoagung
 IG agung_cahyo



Perancangan buku mengenai pengetahuan dasar menangani masalah pada Vespa klasik ini bertujuan menyediakan literasi yang terpercaya dan mudah dimengerti. Buku ini dirancang untuk pendara Vespa klasik pemula dengan rentang usia 17-30 tahun dan tidak memiliki banyak waktu untuk bergabung dengan komunitas ataupun mempelajari mesin vespa di bengkel. Mengusung konsep buku jurnal seorang pendara Vespa klasik yang mendokumentasikan kisah hidupnya bersama Vespa di akhir dekade 1980 hingga 2000 awal. Diharapkan dengan dibuatnya buku ini, dapat membantu pendara Vespa klasik lebih mengerti dan mengatasi masalah Vespa klasiknya, serta dapat menarik minat masyarakat umum terhadap Vespa klasik.

Perancangan Buku Panduan Tata Cara Memodifikasi Motor Harian Sesuai Dengan Peraturan Pemerintah Indonesia

by Aldi Jatmiko Rio Manggala (14120210477)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E aldi.jatmiko@student.umn.ac.id
E aldi.jatmikoriom@gmail.com
PH 08998908451
L aldi.jatmiko
IG aldi.jatmikoriom



Dalam dunia modifikasi motor, masih banyak orang yang tidak tahu tentang aturan pemerintah tentang modifikasi. Tetapi ada juga yang mengerti aturan pemerintah tentang modifikasi namun mereka menghiraukan aturan tersebut karena mereka seperti terbatas kreativitas dibidang modifikasi motor. Dari fenomena tersebut penulis ingin membuat aturan pemerintah lebih diketahui oleh pecinta motor modifikasi dan terlihat lebih menarik supaya mereka yang menegerti aturan namun menghiraukan aturan tersebut mengikuti aturan pemerintah.

Perancangan Buku Komik Yap Tjwan Bing Tokoh Pejuang Kemerdekaan Indonesia

by Angela Fransiska Antonio (0000009810)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E angela.antonio@student.umn.ac.id
 E angelafransiskantonio@gmail.com
 PH 081213486788
 L frangelawr
 IG hellouglyduck



Topik ini bertujuan untuk melestarikan kisah sejarah tokoh pahlawan keturunan Tionghoa seperti Yap Tjwan Bing dalam benak masyarakat agar tidak terhapuskan seiring berjalannya waktu. Selain itu, sebagai bentuk apresiasi kepada tokoh Yap Tjwan Bing dalam kontribusinya untuk memperjuangkan kemerdekaan Indonesia dan setelah kemerdekaan Indonesia. Diharapkan topik ini dapat menginspirasi generasi penerus bangsa untuk selalu mengingat jasa para pahlawan tersebut dan meneladani sikap Yap Tjwan Bing untuk selalu mengupayakan usaha yang terbaik bagi bangsa dan meningkatkan rasa nasionalisme terhadap negeri tercinta yaitu Indonesia.

Perancangan Buku Ilustrasi Edukasi Penggunaan Kosmetik Wajah untuk Remaja

by Angelia Dewi (00000010191)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E angelia.dewi@student.umn.ac.id
 E angeliadewi6@gmail.com
 PH 081283787530
 L [angeliadewi55](https://www.instagram.com/angeliadewi55)
 P [pinterest.com/angeliadewi6/my-works/](https://www.pinterest.com/angeliadewi6/my-works/)



Perancangan buku ilustrasi ini membahas penggunaan kosmetik secara umum bagi remaja. Edukasi penggunaan kosmetik sangat diperlukan karena masih banyak remaja yang belum mengetahui cara memilih kosmetik yang tepat sesuai dengan kulit mereka. Bahaya dari penggunaan kosmetik yang tidak sesuai dengan kondisi kulit dapat memperburuk kondisi wajah dan menyebabkan komplikasi pada kulit. Untuk itu, buku ilustrasi ini berisi mengenai edukasi penggunaan kosmetik yang akan mengajarkan cara pemilihan kosmetik yang tepat sesuai dengan kondisi kulit, penggunaan kosmetik yang benar, serta mengetahui kandungan bahan yang berbahaya bagi kulit dan perawatan setelah penggunaan kosmetik.

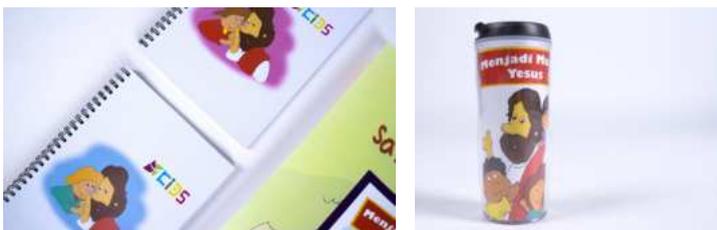
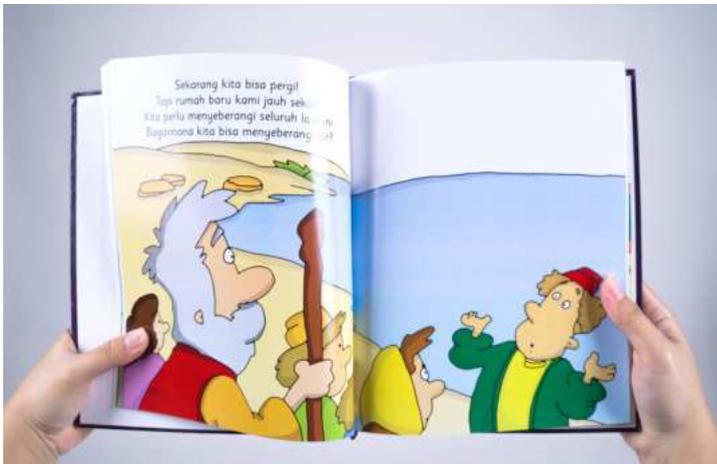
Perancangan Buku Cerita Bergambar Alkitab untuk Anak Sekolah Minggu Usia 8-10 Tahun di Gereja NDC

by Cece Bata (14120210167)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E cece.bata@student.umn.ac.id
 E insuyeon@yahoo.com
 PH 089680081751
 L insuyeon
 IG hellouglyduck



Sekalian pendidikan secara akademik anak-anak juga perlu ditanamkan nilai-nilai kebaikan sejak dini. Sekolah minggu merupakan salah satu wadah untuk membentuk perilaku anak kelak sampai anak tersebut beranjak dewasa. Anak-anak sekarang ini banyak sekali berperilaku menyimpang. Oleh karena itu dibutuhkan media pembelajaran Alkitab yang memudahkan anak-anak untuk memahami pesan-pesan moral sehingga dibuatlah buku cerita Alkitab untuk membantu para guru sekolah minggu menyampaikan materi Alkitab dengan cara yang sesuai dengan usia anak-anak.

Perancangan Ilustrasi Novel Amba

by Chintya Oktaviani (0000009416)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E chintya.oktaviani@student.um.ac.id
 E chintya.witarsa@gmail.com
 P 087853089091
 L genovevachintya
 IG genovevachintya



Novel Amba merupakan karya sastra panjang garapan Laksmi Pamuntjak yang berlatar belakang sejarah. Novel ini memuat pergolakan emosi sebagai dampak dari peristiwa kesejarahan Indonesia tahun 1965, dikemas dengan tema romantis. Membaca novel Amba memberikan dampak positif baik sebagai sastra ataupun dari kontennya. Namun sayangnya, di Indonesia, minat baca sastra hanya 6,2% saja. Diketahui penyebabnya adalah sulitnya memahami sastra. Setelah diteliti, ternyata ilustrasi dapat menjadi solusi. Naskah dipadukan dengan ilustrasi untuk meningkatkan minat baca dan mempermudah pemahaman. Untuk hasil akhir, yaitu buku ilustrasi, dipromosikan melalui media sosial untuk menarik pembaca yang lebih banyak.

Perancangan Buku Ilustrasi mengenai Kisah Panchatantra yang terdapat pada Relief Candi di Indonesia

by Christina Flora (0000011538)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E christina.flora@student.umn.ac.id
 E christinflow@gmail.com
 PH 08127024875
 L christinflow
 P christinflow



Kurangnya keinginan masyarakat untuk mengetahui dan meneruskan kisah dari relief candi di Indonesia menyebabkan akan hilangnya kisah relief tersebut seiring berjalannya waktu. Salah satunya adalah kisah Panchatantra yang bernilai. Melihat hal itu, dibutuhkan sebuah media buku mengenai kisah Panchatantra yang terdapat pada relief candi di Indonesia sebagai bentuk pengenalan akan kisah-kisah tersebut kepada masyarakat, khususnya anak-anak. Diharapkan melalui perancangan buku ini, masyarakat Indonesia khususnya anak-anak bisa mengetahui dan melestarikan kisah tersebut serta dapat menjadi salah satu bentuk penanaman nilai.

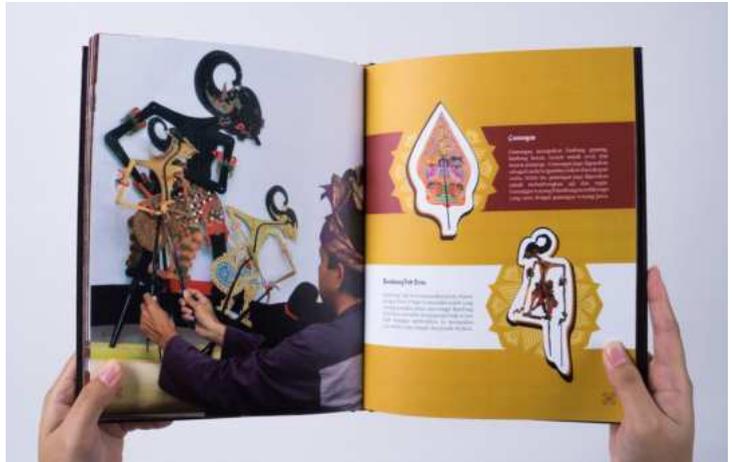
Perancangan Buku Informasi Mengenai Wayang Palembang

by Clarentia Tiffany Tjahja (0000009813)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E clarentia.tjahja@student.umn.ac.id
 E clarentiatiffany@gmail.com
 PH 085274029511
 L clarentiatiffany
 IG clarentiatiffany



Wayang Palembang merupakan salah satu kebudayaan di bidang seni yang dimiliki oleh kota Palembang. Namun, keberadaan Wayang Palembang ini sulit dikenal oleh generasi muda hingga hanya tersisa satu sanggar wayang yang bertahan di kota Palembang. Semakin punahnya kebudayaan wayang Palembang disebabkan karena kurangnya pengetahuan dan kesadaran masyarakat untuk melestarikan Wayang Palembang. Oleh karena itu, penulis merancang buku informasi tentang Wayang Palembang dengan tujuan untuk membantu pelestarian Wayang Palembang sehingga kelak dapat menjadi sumber informasi dan referensi bagi masyarakat muda Palembang.

Perancangan Buku Ilustrasi Mengenai Kehamilan Kembar

by Denifia Nugroho (0000010441)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO



E denifia.nugroho@student.umn.ac.id
 E denifiiaa.nugroho@gmail.com
 PH 0895396845510
 L denifia.n
 IG denifianugroho



Kehamilan kembar merupakan istilah untuk dua janin atau lebih pada rahim dan beresiko tinggi. Angka Perinatal Mortality Rate (PMR) pada bayi kembar sendiri berkisar antara 139 per 1.000 kelahiran. Sayangnya, pengetahuan ibu hamil kembar mengenai kehamilannya masih kurang. Buku ilustrasi akan memberikan edukasi mengenai perawatan kehamilan, masalah, risiko, pertumbuhan janin, dan persiapan-persiapan yang diperlukan ibu hamil kembar dengan tujuan untuk menekan kemungkinan terjadinya komplikasi yang berbahaya. Perancangan buku ilustrasi ini ditujukan untuk seluruh wilayah Indonesia, agar semua ibu hamil kembar memiliki pengetahuan yang cukup untuk menjalani kehamilannya dengan aman dan sehat.

Perancangan Buku Mengenai Gambang Kromong

by Diandra Herlambang (00000010694)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E diandra.herlambang@student.um.ac.id
 E diandra.herlambang@yahoo.com
 PH 081212747917
 L Diandraherlambang
 IG smileyspr
 P behance.net/diandraherdff5



Musik Gambang Kromong merupakan salah satu dari ragam kesenian budaya Indonesia. Pada awalnya, dimainkan dengan alat musik tradisional Tionghoa, tetapi kemudian bercampur dengan unsur musik Betawi, sehingga membuktikan keharmonisan anaretnis di Indonesia sejak 1700-an. Sayangnya menjadi kurang diminati sejak tahun 1980-an karena sedikitnya informasi mengenai Gambang Kromong dalam media. Musik Gambang Kromong terus tergerus karena sedikit sekali buku yang secara komprehensif membahas gambang kromong. Karena itu, perancangan buku mengenai Gambang Kromong ini bertujuan untuk mendokumentasikan sejarah dan perkembangan musik Gambang Kromong sehingga dapat dinikmati generasi Indonesia pada masa depan.

Perancangan Buku Ilustrasi Video Game Paling Populer di Era 90-an

by Dio Havied Rahmatullah (13120210240)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E dio.havied@student.umn.ac.id
 E diohavied@yahoo.com
 PH 081282367142
 L diohavied
 IG diothexillia



Secara global video game mengalami perkembangan lebih cepat dibanding teknologi lainnya. Selama lebih dari empat puluh tahun, video game berkembang dari benda berbentuk kotak besar yang hanya bisa dimainkan di tempat tertentu seperti toko dan rental, berkembang hingga kini bisa dimainkan di rumah sendiri. Bahkan saat ini, kita tidak hanya bisa bermain video game, tetapi juga bisa memainkan virtual game seperti dalam film The Matrix dan Tron di mana kita yang masuk ke dalam dan bermain di dalam game tersebut dengan menggunakan alat khusus.

Perancangan Buku Ilustrasi Pengenalan dan Penanganan Gangguan Bipolar

by Elisabeth Tjoandi (00000010546)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E elisabeth.tjoandi@student.umn.ac.id
E elisabeth.cuandy@gmail.com
PH 081212747917
L ellz.tan
P behance.net/elisabethtjoandi



Bipolar merupakan gangguan mental yang banyak pengidapnya. Namun, pengetahuan masyarakat mengenai bipolar masih sangat kurang. Pengenalan bipolar sendiri sangat penting karena penderitanya memiliki resiko bunuh diri yang besar akibat emosi yang tidak stabil. Penanganan bipolar berfokus pada metode cognitive atau terapi yang memperhatikan perasaan dan tingkah laku penderita bipolar. Untuk mengenali gangguan bipolar, penulis merancang buku ilustrasi yang berisikan informasi mengenai bipolar agar lebih mudah diingant dan dipahami.

Perancangan Buku Pengenalan Disleksia dan Cara Penanganannya untuk Orangtua

by Eunice Andika (0000010413)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E eunice.andika@student.umn.ac.id
 E eunice.andika@yahoo.com
 PH 085883138148
 L euniceandika



Disleksia merupakan gangguan pada otak sehingga mengakibatkan terganggunya proses penerimaan informasi yang membuat seseorang sulit untuk membaca, mengingat dan memahami sesuatu. Namun, seringkali orangtua dari penyandang disleksia tidak tahu mengenai disleksia itu sendiri serta cara penanganannya. Melalui media buku ini sosialisasi dan edukasi mengenai pengenalan dan cara menangani anak penyandang disleksia diajarkan berdasarkan metode-metode yang disarankan oleh psikolog. Diharapkan ke depannya orangtua dapat mendidik anak mereka secara optimal dan anak penyandang disleksia dapat lebih sukses di lingkungannya.

Perancangan Buku Panduan Hidup Berkesadaran untuk Remaja Buddhis

by Feiby Chaniago (0000011336)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E feiby.chaniago@student.umn.ac.id
E feiby.chaniago@gmail.com
PH 082184019999
L feibytjen
P feiby.chaniago / feiby.chaniago



Emosi merupakan suatu keadaan yang dirasakan oleh individu disertai dengan gejala-gejala fisiologis, perasaan, dan perilaku. Terutama masa remaja dianggap sebagai masa penuh tekanan. Remaja memiliki emosi yang berubah-ubah dan mudah meledak. Melihat hal itu, Hidup Berkesadaran adalah sebuah praktik spiritual atau gaya hidup yang dianut umat Buddha atau biasa dikenal "Mindfulness". Hidup Berkesadaran merupakan salah satu praktik Buddhism yang mengusung konsep meditasi dan sudah dikembangkan agar orang awam dapat menerapkannya. Berlatih Mindfulness sudah terbukti dapat mengatasi permasalahan psikologis yang melibatkan pikiran dan emosi. Seperti takut, cemas, marah, sedih, kecanduan, dan lainnya.

Perancangan Buku Panduan Mengatasi Rasa Panik dan Cemas Untuk Remaja Perempuan

by Giacinta Petrina K. (14120210428)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E giacinta.petrina@student.umh.ac.id
 E giacintapk@gmail.com
 PH 081807941995
 L [giacintapk](https://www.instagram.com/giacintapk)



Rasa cemas dan panik adalah hal normal dan dialami semua orang. Walaupun semua orang bisa mengalaminya, studi mengatakan bahwa remaja perempuan lebih mudah mengalami kecemasan. Penyebabnya adalah faktor biologis dan masa pubertas. Hal ini dapat mengganggu performa kehidupan sehari-hari dan jika tambah parah bisa berlanjut ke depresi. Maka dari itu dibuatlah buku panduan untuk membantu para remaja perempuan mengatasi masalah ini. Buku dirancang dengan tipe jurnal dengan penggunaan ilustrasi agar terlihat menarik. Diharapkan melalui buku jurnal panduan ini dapat membantu remaja perempuan dalam mengatasi kepanikan atau kecemasan mereka.

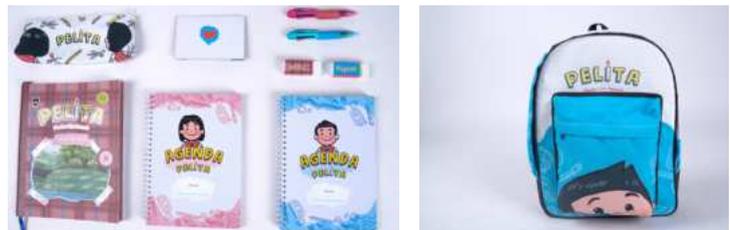
Perancangan Ulang Buku Renungan Harian Pelita

by Gladys Theresia Suryana (0000009748)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

- E gladys.suryana@student.umn.ac.id
- E gladystheresia97@gmail.com
- PH 081510080075
- L Gladystheresia
- IG gladystheres



Tugas akhir ini membahas tentang Perancangan Ulang Buku Renungan Harian Pelita yang ditargetkan untuk kelas 1, 2, dan 3 sekolah dasar BPK Penabur. Topik ini dipilih karena kedekatan dengan Tuhan menjadi sesuatu yang semakin hilang di mata anak muda hingga lebih memilih menjadi atheist. Melihat hal ini, upaya pencegahan yang dilakukan oleh BPK Penabur adalah membaca renungan harian sejak dini seperti yang diterapkan oleh BPK Penabur. Namun, masalah yang dihadapi saat ini adalah sulitnya mengingat materi yang disampaikan oleh buku renungan tersebut. Oleh karena itu, dilakukan perancangan ulang pada buku renungan Pelita agar dapat diingat dengan baik.

Perancangan Buku Mengenai Alat Musik Bambu Asal Sunda Dalam "Celempungan"

by Janice Elva Pramuda (0000009452)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E elva.pramuda@student.umn.ac.id
 E janice.elva@gmail.com
 PH 089634579255
 L [janicelva](#)
 IG [janicelva](#)



Jawa Barat khususnya tanah Sunda memiliki banyak kesenian, seperti kesenian musiknya. Celempungan merupakan bagian dari perjalanan masyarakat dari zaman dulu dengan nilai kearifan lokal di dalamnya. Celempungan berumur sangat tua, namun justru tidak begitu dikenal dan terancam punah. Maka dari itu penulis ingin merangkum semua informasi yang berhasil didapat dan menyatukan kumpulan informasi, dan dokumentasi dalam bentuk buku berjudul "Celempungan". Dengan adanya buku yang bertujuan sebagai media dokumentasi, diharapkan masyarakat Sunda dan Indonesia bisa mengetahui mengenai kesenian musik Celempungan.

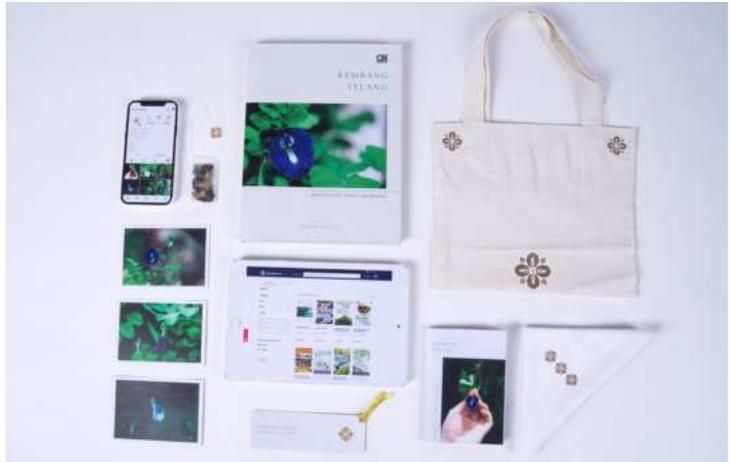
Perancangan Buku "Mengenal Bunga Telang dan Manfaatnya bagi Kesehatan"

by Jeremy Julian (0000009748)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E jeremy.julian@student.umn.ac.id
E jeryjulian1997@gmail.com
PH 087889996677
L jery-julian
IG jerry_julian
P unsplash.com/@jerry1997



Bunga Telang memiliki banyak manfaat. Bunga Telang sangat bermanfaat bagi kesehatan serta dapat dijadikan pewarna makanan dan minuman. Namun sayangnya, banyak orang belum mengetahui bahkan pernah mendengar bunga ini. Berdasarkan hasil observasi, tidak ditemukannya buku mengenai Bunga Telang. Mengetahui hal tersebut, penulis merancang buku berjudul "Mengenal Bunga Telang dan Manfaatnya Bagi Kesehatan" dengan tujuan untuk memberi tahu keuntungan dari Bunga Telang. Harapan dari penulis yaitu masyarakat dapat mengetahui dan memanfaatkan Bunga Telang untuk kesehatannya.

Perancangan Buku Interaktif Mengenai P3K Dasar Sebagai Media Pembelajaran Anak

by Jessica Nathania Suyanto (0000008541)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E jessica.suyanto@student.umn.ac.id
 E jessicanatha18@gmail.com
 PH 08170852353
 L jessicanatha
 IG jessicanatha



Cedera dapat terjadi di mana saja dan kapan saja. Cedera paling sering terjadi pada anak-anak. Namun, kurangnya pengetahuan tentang penanganan kecelakaan membuat anak-anak panik, takut dan tidak bisa menolong dirinya maupun orang lain. Untuk itu, diperlukan persiapan dalam menghadapinya, yaitu pengenalan mengenai pertolongan awal. Penulis kemudian merancang media edukatif berupa buku interaktif mengenai pertolongan pertama pada kecelakaan dasar yang ditujukan bagi anak-anak, khususnya usia 8-12 tahun. Diharapkan buku ini, dapat membantu mengedukasi anak-anak mengenai pertolongan pertama pada kecelakaan dasar agar mereka dapat menolong diri sendiri maupun orang lain.

Perancangan Buku tentang Varian Jenis Sambal Khas Nusantara

by Kerin Wiryametta (00000010376)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E kerin.wiryametta@student.umn.ac.id
 E kerinwiryametta@gmail.com
 PH 082112027184
 L kerinwiryametta
 IG kerinwiryamettaa



Sambal khas Nusantara memiliki jenis dan rasa yang sangat bervariasi. Namun, mayoritas masyarakat Indonesia hanya mengenal jenis sambal tertentu dan tidak mengenal asal daerah sambal tersebut ataupun sejarahnya. Hal tersebut akan berdampak pada hilangnya budaya khas kuliner yang ada di Nusantara. Perancangan buku mengenai jenis sambal khas Nusantara ini memiliki tujuan untuk memperkenalkan jenis-jenis sambal khas Nusantara beserta sejarah dibalikinya kepada masyarakat. Diharapkan perancangan buku ini membuat masyarakat mengenal lebih jauh sambal khas Nusantara dari perspektif sejarah, budaya, jenis serta sekilas proses pembuatannya.

Perancangan Buku Mengenai Bahan dan Bentuk Sesaji Pejati Dalam Tradisi Hindu Bali

by Kitri Wulan Wijaya (0000009370)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO



E kitri.wijaya@student.umn.ac.id
 E rilanwijaya11@gmail.com
 PH 081212460672
 L rilan-91656
 IG kitriwulan



Banten merupakan alat bantu pemujaan dalam upacara keagamaan umat Hindu di Bali. Banten selalu dikaitkan dengan simbol, alasan, dan tujuan pembuatan sebagai sarana untuk berkomunikasi kepada Sang Hyang Widhi. Masyarakat Bali yang kemudian tinggal dan menetap di luar Bali tetap harus menjaga dan merawat tradisi sebagai warisan budaya bangsa. Salah satu Banten yang sering dipakai dalam upacara Yadnya adalah Pejati yang merupakan lambang kesungguhan hati kepada Sang Hyang Widhi. Peran media berupa buku yaitu dapat memberikan pengetahuan tentang berbagai bahan dan bentuk sesaji Pejati. Penggunaan gambar dan teks juga memudahkan pembaca dalam memahami isi dari buku yang akan dirancang.

Perancangan Buku Panduan Kesehatan Maternal dan Neonatal Pasca-Bencana

by Laras Zita Tedjokusumo (0000009850)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E Laras.tedjokusumo@student.umn.ac.id
 E Zitatedjokusumo@gmail.com
 PH 08995596690
 L hii_ze
 IG Laraszita



Letak geografis Indonesia yang berada di cincin api (ring of fire) menjadikan hampir seluruh wilayah Indonesia rawan bencana. Dampak dari bencana yaitu selain banyaknya korban meninggal atau hilang juga terjadi kerusakan fisik pada rumah dan fasilitas umum. Bencana yang dapat terjadi sewaktu-waktu ini dibutuhkan adanya upaya penanggulangan baik pada tahap pra-krisis kesehatan, tanggap darurat, serta pasca-krisis. Melihat situasi tersebut, penulis memilih topik "Perancangan Panduan Buku Kesehatan Maternal dan Neonatal Pasca-Bencana", yang diharapkan kedepannya dapat menjadi sumber informasi dan pedoman kesehatan maternal dan neo-natal yang seringkali tidak diprioritaskan pada masa bencana.

Perancangan Buku Mengenai Primata Endemik Di Indonesia Untuk Anak

by Levina Ardelia (00000010761)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E levina.ardelia@student.umn.ac.id
 E levinardelia@gmail.com
 PH 089635835220
 L levinardelia



Primata memiliki peran penting dalam ekosistem dunia sebagai seed disperse dari buah-buahan yang mereka konsumsi. Indonesia sendiri menempati urutan ketiga jumlah primata terbanyak di dunia. Sebanyak 60% dari 59 primata di Indonesia merupakan primata endemik. Namun, edukasi mengenai primata endemik di Indonesia masih sangat kurang. Penulis menemukan bahwa buku mengenai primata endemik di Indonesia masih sangat minim. Untuk itu, penulis merancang buku mengenai primata endemik di Indonesia bagi anak usia 7-11 tahun yang dilengkapi dengan permainan interaktif sehingga dapat membantu proses pembelajaran.

Perancangan Buku Informasi Wisata Kota Pontianak

by Maisie Foustine (14120210009)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E maisie.foustine@student.umn.ac.id
 E maisiefoustine@gmail.com
 PH 08971883882
 L maisiefoustine
 IG maisiefoustine



Pontianak merupakan ibukota provinsi Kalimantan Barat dan dikenal sebagai Kota Khatulistiwa karena dilalui garis khatulistiwa. Selain itu, Kota Pontianak memiliki beragam wisata kuliner dan tempat wisata yang khas dan menarik. Namun, kurangnya promosi yang baik membuat masyarakat kurang melirik kota Khatulistiwa ini. Oleh sebab itu, penulis ingin memperkenalkan wisata Kota Pontianak melalui buku informasi wisata Kota Pontianak. Perancangan ini ditujukan kepada masyarakat luar Kota Pontianak agar lebih mengetahui mengenai wisata kota pontianak dan tertarik untuk berwisata ke Kota Pontianak.

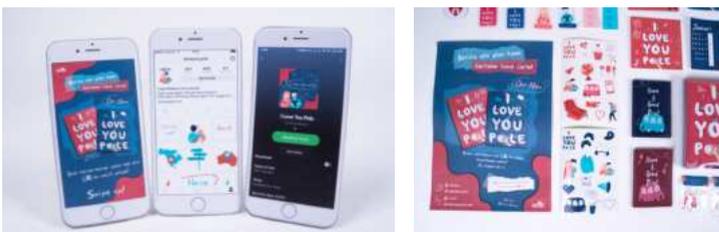
Perancangan Buku Persiapan LDR untuk Pasangan Pada Masa Pacaran

by Marcia Devana (00000010252)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E marcia.devana@student.umn.ac.id
 E felisiamarca@gmail.com
 PH 087872022015
 L [felisiamarca](#)
 P [behance.net/marciadvna](https://www.behance.net/marciadvna)



Hubungan jarak jauh merupakan suatu keadaan dimana pasangan harus terpisahkan jarak secara geografis. Saat usia 17-25 tahun remaja mulai mencari jati diri mereka dengan menempuh pendidikan di universitas impian, bekerja di perusahaan asing, ataupun sekedar pindah demi kehidupan yang lebih baik. Beberapa faktor tersebut, memaksa mereka menjalani LDR dengan pasangannya. Namun, kurangnya informasi mengenai persiapan menghadapi LDR membuat banyak pasangan mengalami kegagalan. Oleh karena itu, penulis merancang buku panduan berilustrasi sebagai media informasi persiapan LDR bagi para pasangan dengan tujuan menjaga keharmonisan hubungannya sekalipun terpisah jarak.

Perancangan Buku Ilustrasi Tentang Kue Khas Jambi

by Maria Venny Indriani (0000009435)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E maria.indriani@student.um.ac.id
 E mvennyi@yahoo.com
 PH 087888027120
 L mariavenven



Selama manusia hidup, mereka tidak akan bisa lepas dengan makanan. Makanan merupakan suatu unsur penting dalam kehidupan mereka. Seiring derasnya perkembangan modernisasi, sangat berpengaruh pada budaya bangsa ini, khususnya kue tradisional khas Jambi. Keberadaan kue tradisional khas Jambi semakin memudar dan generasi muda tidak tahu mengenai hal itu. Jika hal tersebut dibiarkan dan tidak ada upaya pelestarian, maka lambat laun akan hilang. Maka, dibuat perancangan buku ilustrasi tentang kue tradisional khas Jambi kepada generasi bangsa dan masyarakat agar bisa membudayakan budayanya.

Perancangan Buku Sebagai Media Belajar Aksara Lota Ende Flores

by Markus Fulgensio Nega Niron (13120210249)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E markus.fulgensio@student.umn.ac.id
 E kelvinfulgensio25@gmail.com
 PH 082340635787
 IG kelvinniron



Aksara Lota Ende merupakan aksara turunan dari aksara Lontara Bugis. Pada masanya, aksara ini digunakan dalam bidang kesenian dan ritual adat. Namun memasuki era modern, eksistensi aksara Lota mulai menghilang. Masyarakat lokal banyak yang tidak mengetahui keberadaan aksara ini dalam tatanan budaya mereka sendiri. Sedikit titik terang muncul ketika segelintir orang ingin belajar dan melestarikan aksara ini. Melihat hal tersebut, penulis ingin menciptakan suatu media yang berfungsi sebagai jalur dan sarana edukasi serta pelestarian budaya bagi masyarakat lokal khususnya aksara Lota Ende ini.

Perancangan Buku Mengenai Teh Premium Indonesia

by Marla Kristianti (0000010444)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

- E marla.kristianti@student.umn.ac.id
- E maknajeda@gmail.com
- PH 081389866587
- L stellademase
- IG marlakristianti



Sejak masa penjajahan Belanda, Indonesia terkenal memiliki teh dengan kualitas premium. Namun, kebanyakan orang Indonesia tidak mengetahui keberadaan teh premium Indonesia. Keadaan ini menimbulkan usaha untuk meningkatkan pengetahuan akan teh premium Indonesia. Namun, media yang tersedia belum efektif menyimpan dan menyampaikan informasi ini. Oleh karena itu, dilakukan perancangan buku mengenai teh premium untuk mengatasi masalah tersebut. Diharapkan buku ini dapat menyampaikan informasi mengenai teh premium Indonesia agar lebih banyak orang Indonesia yang mengenalnya.

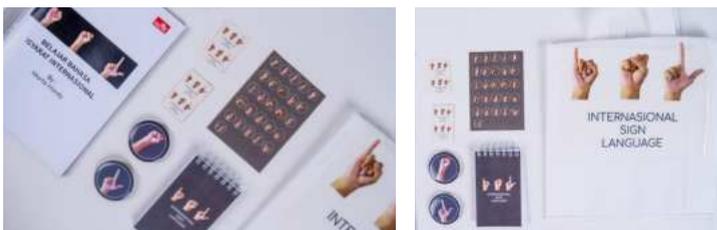
Perancangan Buku Bahasa Isyarat Internasional Untuk Orang Tuli

by Marta Hardy (13120210369)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E marta.hardy@student.umn.ac.id
 E marta.hardy92@gmail.com
 PH 087885347260
 L [marthahardy92](https://www.instagram.com/marthahardy92)
 IG [marthahardy92](https://www.instagram.com/marthahardy92)



Studi ini bermanfaat sebagai panduan dalam mengenali, mengetahui, dan memberi informasi mengenai ISL (International Sign Language) yang dikenalkan oleh WFD (World Federation of The Deaf) atau CISS (The Comite International des Sports des Sourds) kepada masyarakat Indonesia yang tuli. Hal ini dikarenakan BISINDO (Bahasa Isyarat Indonesia) berbeda dengan ISL dalam bahasa komunikasinya. ISL hanya dimiliki oleh WFD dan CISS yang digunakan para anggota tuli agar lebih mengenal dan memiliki pengetahuan ISI. Perancangan buku ini ditujukan untuk memahami penggunaan ISL serta mengajarkan berkomunikasi dengan orang asing sesama penyandang tuli.

Perancangan Buku Teks Ilustrasi Tentang Penerapan Mind Mapping dalam Proses Belajar Siswa Sekolah Dasar

by Nadia Qomaddin Hanifah (0000009243)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E nadia.qomaddin@student.umn.ac.id
 E qomaddinnadia@gmail.com
 PH 081296750990
 L [nadiaqomaddin](https://www.instagram.com/nadiaqomaddin)
 IG [nqomaddin](https://www.instagram.com/nqomaddin)



Penerapan sistem full-day school berdampak pada waktu belajar anak di rumah yang semakin sedikit. Sehingga, metode belajar yang cepat dan efektif dibutuhkan oleh anak-anak. Hal tersebut dapat diatasi dengan penerapan metode mind mapping dalam proses belajar siswa Sekolah Dasar. Anak-anak dapat menjalani proses belajar dengan menyenangkan, cepat, dan efektif. Namun, mind mapping ini belum didukung oleh buku yang sesuai untuk anak sebagai media pendamping dalam proses pemahamannya. Maka dari itu, penulis merancang buku teks ilustrasi mengenai penerapan metode mind mapping dalam proses belajar siswa Sekolah Dasar sebagai media pendamping mereka.

Perancangan Buku Ilustrasi Laksamana Keumalahayati

by Nadya Chandra (00000010581)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E nadya.chandra@student.umn.ac.id
 E nadya.chandr@gmail.com
 PH 081288303000
 L naddoi
 IG naddoism



Pahlawan Nasional merupakan gelar penghargaan tingkat tertinggi di Indonesia. Gelar tersebut diberikan kepada seseorang atas tindakannya yang heroik. Sejah ini terdapat 173 orang Pahlawan Nasional di Indonesia. Penulis mengangkat salah satu Pahlawan Wanita Indonesia yang bernama Laksamana Keumalahayati karena jasa dan kehebatan beliau dalam memperjuangkan tanah Indonesia, khususnya di daerah Aceh. Namun sayangnya jasanya kurang dikenal oleh anak-anak. Oleh karena itu, penulis ingin merancang buku ilustrasi mengenai jasa Beliau sebagai Pahlawan Wanita Indonesia agar khalayak lebih mengenal dan sekiranya tidak melupakan sejarah penting bangsa Indonesia.

Perancangan Buku Ilustrasi Pertunjukan Seni Tradisional di Yogyakarta Untuk Usia 17 – 25 Tahun

by Pricilia Genea Laudia (0000012171)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E pricilia.laudia@student.umn.ac.id
 E priciliagenealaudia@gmail.com
 PH 081314228551
 L fransinsa
 IG pricilllll



Pertunjukan seni tradisional di Yogyakarta merupakan salah satu warisan seni budaya provinsi yang turut menyumbang kekayaan budaya bangsa. Sampai saat ini masih ada tempat yang rutin menggelar pertunjukan seni tradisional di Yogyakarta di tengah hiburan modern yang sudah mulai berkembang. Buku ilustrasi dibuat sebagai upaya penyediaan sumber edukasi, informasi, dan pendokumentasian mengenai pertunjukan seni tradisional di Yogyakarta, khususnya kepada remaja di Yogyakarta dan diluar Yogyakarta. Melalui buku ilustrasi ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman, menumbuhkan apresiasi dan memotivasi generasi muda untuk melestarikan kebudayaan di Indonesia, khususnya di Yogyakarta.

Perancangan Buku Ilustrasi Perkembangan Musik Rock di Indonesia pada Tahun 1960–2010

by Rafi Zahirsyah (13120210448)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E rafi.zahirsyah@student.umn.ac.id
 E zahirsyahrafi@gmail.com
 PH 087839076426
 L rtonez
 IG zahirsyahrafi



Musik rock pada tahun 1960–2010 menjadi sarana mengekspresikan diri terutama untuk anak muda di Amerika Serikat. Kuatnya pengaruh globalisasi membawa musik rock ke Indonesia. Awalnya, musik rock and roll hanya menunjukkan pertunjukan kecil. Namun seiring berkembangnya zaman, musik rock mulai berpengaruh dalam budaya sosial. Oleh karena itu, penulis mengangkat topik mengenai perkembangan musik rock di Indonesia dari tahun 1960–2010 dalam bentuk perancangan buku ilustrasi sebagai bentuk media informasi visual mengenai musik rock lokal.

Perancangan Visual Buku Sie Jin Kui Melawan Macan sebagai Pelestarian Wayang Potehi

by Regi Eryanto (00000010917)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E regi.eryanto@student.umn.ac.id
 E regjeryanto@gmail.com
 PH 081251410751
 L regjeryanto



Wayang Potehi merupakan kebudayaan Tionghoa Peranakan yang kemudian berbau dengan kebudayaan Indonesia sejak abad 16. Kebudayaan ini sempat tenggelam selama 33 tahun pada masa pemerintahan Presiden Soeharto. Setelahnya, Wayang Potehi muncul kembali namun tidak banyak dikenali terutama kaum muda. Setelah melakukan penelitian, karakter Wayang Potehi dianggap kurang menarik dan terlalu menakutkan bagi anak-anak dan orang dewasa. Oleh karena itu, penulis merancang buku Sie Jin Kui Melawan Macan untuk mengenalkan dan mengajarkan Wayang Potehi secara sederhana bagi anak-anak sebagai bagian dari pelestarian Wayang Potehi dengan menggunakan boneka tangan dan buku sebagai panduannya.

Perancangan Buku Ilustrasi Mengenai Becak Motor BSA di Kota Pematangsiantar

by Ristin (00000011860)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO



E ristin@student.umn.ac.id
 E ristindec@gmail.com
 PH 087749491720
 L [ristinchu](https://www.instagram.com/ristinchu)



Becak BSA adalah transportasi lokal pertama dan satu-satunya di Indonesia yang menggunakan motor BSA. Transportasi unik ini hanya ditemukan di Kota Pematangsiantar. Seiring perkembangan zaman, masyarakat Kota Siantar sudah jarang menggunakannya. Pengemudi becak BSA pun menjual motor BSA kepada kolektor dengan harga tinggi. Hal ini menyebabkan jumlah becak motor BSA semakin sedikit. Meskipun pernah menjadi transportasi Kota Pematangsiantar, sejarahnya tidak pernah terdokumentasikan. Hal ini sangat disayangkan apabila becak BSA punah. Maka dari itu, dirancang sebuah buku ilustrasi becak BSA sebagai media informasi sekaligus dokumentasi untuk remaja usia 15-21 tahun di Kota Pematangsiantar.

Perancangan Buku Berilustrasi mengenai Perayaan Nyepi di Bali

by Sharra (0000011864)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E sharra@student.umn.ac.id
 E sharrarusli@gmail.com
 PH 08998880225
 L sahararuslii
 IG sharrarusli



Nyepi di Bali adalah sebuah rangkaian kegiatan keagamaan yang telah menyatu padu dengan tradisi dan kebudayaan setempat. Penyatuan ini tentu membuat rangkaian Nyepi memiliki nilai budaya yang unik dan makna historis yang dalam sehingga mengundang ketertarikan tidak hanya dari masyarakat Indonesia di dalam dan di luar Bali, tetapi juga dari masyarakat internasional. Sayangnya, hal tersebut berbanding terbalik dengan data yang ditunjukkan bahwa masih banyak masyarakat yang tidak memiliki informasi yang utuh dan mendalam tentang perayaan lokalnya sendiri.

Perancangan Buku Berilustrasi Mengenai Panduan Orang Tua Untuk Mencegah Perilaku Konsumtif Sejak Dini

by Stelanny Nadila (0000010058)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E stelanny.nadila@student.umn.ac.id
 E stelannynadila@gmail.com
 PH 08974125949
 L stelannadila
 IG stelanny



Konsumerisme telah melekat pada kehidupan masyarakat, semakin banyak keinginan seseorang, maka akan semakin terus menerus orang tersebut membeli suatu barang demi mencapai kepuasannya. Meskipun konsumerisme telah melekat, orang tua mampu mencegah perilaku konsumerisme pada anaknya dari usia dini. Orang tua dapat menyeimbangi antara keinginan dan kebutuhan sang anak. Maka penulis membuat buku panduan orang tua untuk mencegah perilaku konsumtif pada usia dini dengan media buku berilustrasi. Hasil penelitian akan menjadi konten dari buku panduan orang tua, agar orang tua senantiasa dapat menyeimbangi keinginan dan kebutuhan sang anak.

Perancangan Buku Informasi Kuliner Otentik Khas Kota Semarang

by Steven Prana Wargatjie (14120210223)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E steven.prana@student.umn.ac.id
E stevenwargatjie@gmail.com
PH 08112702858
L Stevenprana
IG stevenwargatjie



Kota Semarang merupakan kota yang terkenal akan ragam kulinernya, menurut riset yang dilakukan Hilton Worldwide sebanyak 36% wisatawan memilih tempat berlibur dengan bergantung pada faktor kuliner lokalnya. Semarang sebagai kota yang memiliki ragam kuliner belum cukup memberikan informasi akan kuliner mana saja yang otentik dan khas di Kota Semarang.

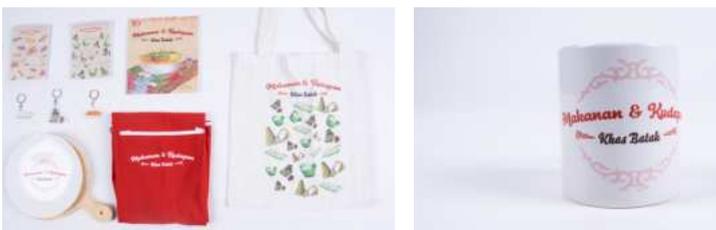
Perancangan Buku Ilustrasi Tentang Makanan Khas Batak

by Windy Lauvender (0000009809)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E windy.lauvender@student.umn.ac.id
 E wlauvender@gmail.com
 PH 082272246078
 L Windylauvender



Makanan khas Batak merupakan salah satu ciri khas suku Batak. Makanan khas tersebut biasa digunakan dalam acara adat Batak. Namun saat ini, beberapa acara adat tidak lagi menggunakan makanan khas, melainkan lebih memilih menghadirkan makanan yang sederhana dan mudah ditemukan. Akibatnya, makanan khas Batak menjadi kurang dikenal oleh masyarakat. Oleh karena itu, penulis merancang buku yang menjelaskan makanan khas Batak dan cara pembuatannya. Buku tersebut dirancang menggunakan ilustrasi dengan teknik watercolour dan target usia pembaca adalah 17-25 tahun. Harapannya masyarakat tetap dapat mengenal makanan khas Batak sehingga dapat dilestarikan dan dinikmati oleh generasi kedepannya.

Perancangan Buku Informasi Berilustrasi Cara Merawat Bayi Prematur di Rumah bagi Orang Tua

by Yohanna Satwika Hutagalung (0000009689)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E yohanna.satwika@student.um.ac.id
E yohannahtg17@gmail.com
PH 087771106798
L yohannahtg
IG yohannahtg



Indonesia merupakan negara yang menempati peringkat ke 5 dengan jumlah kelahiran prematur terbanyak, yaitu 675.700 bayi. Meskipun kelahiran bayi prematur banyak terjadi akan tetapi banyak juga orang tua yang tidak mengetahui cara menangani bayi tersebut. Karena untuk merawat bayi prematur memerlukan banyak pengetahuan khusus dan cara perawatan bayi prematur berbeda dari perawatan bayi normal lainnya. Jika orang tua salah dalam menangani bayinya, maka akan berpengaruh pula pada kesehatan bayi tersebut. Penulis percaya bahwa dengan adanya buku ilustrasi sebagai media pengajaran, maka informasi tersebut dapat diterima dan dimengerti oleh target pembaca. Sehingga para target pembaca dapat memahami pola perawatan bayi prematur saat di rumah.

Perancangan Buku Ilustrasi Parenting Nilai Mudita/Rejoice untuk Anak

by Adellia (00000011711)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E adelia@student.umn.ac.id
 E adel.adellia.97@gmail.com
 PH 085210179878
 IG adelliayu



Topik mengenai parenting dipilih untuk mengetahui cara pendidikan karakter melalui mudita. Rumusan masalahnya adalah perancangan buku ilustrasi nilai mudita/rejoice, sehingga orang tua memahami nilai-nilai mudita dan penerapannya pada anak. Tujuan yang hendak dicapai adalah merancang buku ilustrasi mengenai parenting nilai mudita/rejoice untuk anak sebagai media edukasi bagi orang tua usia 30-40 tahun. Manfaatnya untuk orang tua adalah pemahaman mengenai pola asuh yang memerhatikan perkembangan kognitif serta emosi anak.

Perancangan Buku Ilustrasi Panduan Berwirausaha Bagi Anak Muda

by Amelia Khairunnisa (0000012000)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E amelia.khairunnisa@student.umn.ac.id
E amelianoo@gmail.com
PH 081293201606
IG ameliakrnisa



Anak-anak muda di Indonesia memiliki banyak ide kreatif yang berpeluang dalam wirausaha. Namun masih banyak anak muda yang minim pengetahuan seputar wirausaha dan belum berani untuk memulainya. Padahal dengan berwirausaha anak muda dapat menciptakan lapangan pekerjaan, meningkatkan perekonomian negara, dan mempersiapkan masa depannya. Karena itu, maka penulis membuat perancangan buku ilustrasi panduan berwirausaha bagi anak muda. Buku ini diharapkan dapat mengedukasi dalam hal berwirausaha dan meningkatkan keberanian untuk membuka bisnis dengan kreativitas yang mereka miliki.

Perancangan Buku Kebudayaan Tionghoa Benteng Tangerang untuk Remaja Tangerang

by Anastasia Joveta (0000010372)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E anastasia.joveta@student.umn.ac.id
 E jovetanastasia@gmail.com
 PH 082179435470
 IG [anastasiajoveta](https://www.instagram.com/anastasiajoveta)



Tionghoa Benteng merupakan salah satu peranakan Tionghoa di Nusantara yang terbentuk dari akulturasi antara kebudayaan Tionghoa dengan budaya lokal di Tangerang. Hal ini membuat kebudayaan Tionghoa Benteng menjadi salah satu kebudayaan khas Tangerang yang harus dilestarikan, terutama para remaja Tangerang sebagai generasi penerus. Namun keberadaan dari kebudayaan Tionghoa Benteng sebagai aset budaya Tangerang belum diketahui masyarakat, terutama para remaja yang tinggal dan lahir di Tangerang. Oleh karena itu, buku ini hadir sebagai solusi alternatif pengenalan dan media informasi bagi remaja Tangerang untuk bisa memahami dan melestarikannya sebagai salah satu budaya khas Tangerang.

Perancangan Buku Ilustrasi tentang Body Image Positif untuk Anak sejak dini

by Aprilia Fayola (00000011342)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E aprilia.fayola@student.umn.ac.id
 E aprilifayola@gmail.com
 PH 082374695090
 IG [apriliafayola](https://www.instagram.com/apriliafayola)



Kesadaran akan bentuk fisik dan ingin menjadi lebih ideal kini telah dirasakan anak dari usia yang sangat dini. Hal ini dipengaruhi berbagai faktor seperti media dan lingkungan. Body image atau tanggapan tentang tubuh yang negatif akan mengganggu kesehatan fisik dan mental. Menanamkan ide dan nilai body image positif bisa dimulai sejak kecil, terutama ketika anak sudah dapat mengevaluasi. Dalam pembelajaran anak, buku ilustrasi merupakan media yang bisa membangun ikatan dan mengajarkan nilai baru. Anak dengan body image yang positif akan lebih maksimal dalam melakukan segala hal. Oleh karena itu, dibutuhkan buku ilustrasi yang membantu menanamkan nilai body image positif sejak dini.

Perancangan Buku Batik Tulis Lasem Sebagai Sarana Revitalisasi

by Aris Reinata Wibawa (12120210265)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E aris.reinata@student.umn.ac.id
E arisrenata34@gmail.com
PH 085781112654



Batik Tulis Lasem adalah warisan budaya yang harus kita pertahankan agar tidak punah dimakan zaman. Motifnya unik karena perpaduan dua budaya yaitu Tionghoa dan Jawa menghasilkan batik pesisir utara yang cantik dan menarik. Namun makna filosofis yang terkandung dibalik setiap coraknya hanya diceritakan dari mulut ke mulut secara sporadis. Hasil wawancara dengan rumah kerajinan Kidang Mas dengan bapak Rudi mengatakan bahwa ada beberapa corak yang hingga saat ini tidak diketahui maknanya karena tidak memiliki catatan resmi. Sehingga dirancanglah sebuah buku dalam bentuk Coffee Table Book yang menarik agar tidak membosankan tentang batik tulis Lasem dan makna filosofis dari corak yang ada.

Perancangan Buku Informasi Tentang Fotografi Komersial Tahun 90-an di Indonesia

by Ayleen Annette (0000010104)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E ayleen.annette@student.umn.ac.id
 E ayleenannette@gmail.com
 PH 087878081848
 IG ayleenannette



Fotografi telah ada sejak 175 tahun yang lalu dan juga sudah digunakan di Indonesia. Sekarang ini, pemerintah mulai mengapresiasi dan mengakui seni fotografi di Indonesia. Namun sayangnya, jarang sekali adanya arsip fisik yang merekam jejak sejarah fotografi di Indonesia. Maka dari itu penulis membuat sebuah buku informasi yang berisikan perkembangan fotografi di Indonesia. Khususnya membahas mengenai praktik fotografi komersial tahun 90-an di Indonesia. Sehingga tercipta sebuah buku ilustrasi yang menerangkan tentang fotografi komersial tahun 90an di Indonesia.

Perancangan Buku Informasi Penanganan Generalized Anxiety Disorder

by Brillianta (0000011715)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E brillianta@student.umn.ac.id
 E brilli.brillianta@gmail.com
 PH 081310282385
 IG portofbrilli



Gangguan kecemasan adalah gangguan mental yang dapat menyerang siapapun. Generalized Anxiety Disorder merupakan gangguan kecemasan yang paling sering terjadi terutama pada wanita usia dewasa. Namun biaya pengobatan Generalized Anxiety Disorder sendiri tidaklah murah, sehingga tidak banyak penderita yang memeriksakan kondisinya. Kenyataannya, Generalized Anxiety Disorder dapat ditangani secara mandiri. Media yang tepat dapat memberikan informasi yang mudah dimengerti oleh penderita. Sehingga buku penanganan Generalized Anxiety Disorder akan membantu penderita dalam melakukan penanganan awal secara mandiri sehingga gangguan tidak semakin parah.

Perancangan Buku Aktivitas Aksara Bali

by Clara Eunike (00000010501)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E clara.eunike@student.umn.ac.id
 E eunikeclara80@gmail.com
 PH 085711028305



Perancangan buku aktivitas aksara Bali ini dibuat karena kurangnya pemahaman anak-anak di Bali dalam konsep penulisan dan aturan-aturan penulisan aksara Bali. Tujuan penulis merancang buku ini adalah untuk membantu anak-anak belajar aksara Bali dari dasarnya dan mengerti konsep dan aturan-aturan dari aksara Bali. Pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis adalah dengan melakukan wawancara, kuesioner, observasi, dan studi eksisting. Semua data hasil penelitian akan penulis gunakan untuk menjadi acuan dalam perancangan buku aktivitas aksara Bali. Sehingga perancangan buku aksara Bali adalah solusi dari permasalahan pembelajaran aksara Bali.

Perancangan Buku Informasi Untuk Organisasi Pecinta Alam

by Della Saraswati (000001197)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E della.saraswati@student.umn.ac.id
 E dellaSaraswati10@gmail.com
 PH 0817100197



Organisasi pecinta alam merupakan sekumpulan orang yang mencintai alam dan mau bergerak untuk memperjuangkan kelestarian alam. Kegiatan yang dilakukan organisasi pecinta alam pun tergolong ekstrem karena bergerak di alam bebas. Sehingga, anggotanya wajib dibekali ilmu berupa materi perjalanan sebelum turun ke lapangan. Namun ternyata masih banyak organisasi pecinta alam yang tidak memiliki pedoman materi dalam bentuk media apapun. Padahal pedoman materi sangatlah penting dalam penanaman materi tiap organisasi. Dengan adanya perancangan buku informasi untuk pecinta alam, organisasi pecinta alam manapun dapat mengakses informasi tersebut dan menggunakannya sebagai media pembelajaran.

Perancangan Buku Ilustrasi tentang Perbedaan Fisik Manusia untuk Anak Usia 4-6 Tahun

by Dian Kumalasari (0000010528)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E Dian.kumalasari@student.um.ac.id
E Dikumalasari8@gmail.com
PH 0895326988499



Perbedaan fisik pada manusia merupakan hal yang wajar. Namun ternyata menjadi salah satu alasan bullying verbal terhadap anak-anak. Agar bullying karena perbedaan fisik dapat berkurang, anak-anak perlu belajar tentang perbedaan fisik dan dapat dimulai sejak dini. Sayangnya, tidak semua orang dewasa dapat menjelaskan perbedaan fisik ke anak dengan cara yang benar. Oleh karena itu, dibuatlah sebuah buku ilustrasi agar anak dapat mengenali perbedaan fisik dengan cara yang mudah dimengerti. Buku ilustrasi ini dirancang sebagai buku cerita bergambar agar anak lebih paham terhadap pesan yang ingin disampaikan. Serta agar anak dapat mengenali perbedaan fisik tanpa media yang terlalu berat.

Perancangan Buku Pelestarian Budaya Mentawai di Pulau Siberut

by Elvira Yesica (00000010162)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E elvira.yesica@student.umn.ac.id
 E elvira12.ev@gmail.com
 PH 081282261644



Budaya Mentawai kini sedang mengalami kemerosotan akan eksistensinya. Terdapat sejarah panjang yang menyebabkan hal itu terjadi dan membuat suku Mentawai kini kesulitan dalam mempertahankan budaya mereka di tengah perubahan zaman. Di sisi lain, remaja Mentawai memiliki tingkat pengetahuan yang rendah tentang budaya Mentawai, memiliki semangat untuk meningkatkan eksistensi budaya Mentawai tapi tidak memiliki landasan tertulis yang memadai mengenai budaya mereka sendiri. Maka dari itu, dibuatlah buku pelestarian budaya Mentawai yang dapat dibaca oleh remaja Mentawai sebagai target audien dan sebagai bentuk dari preservasi budaya Mentawai yang mengalami kemerosotan eksistensinya.

Perancangan Buku Aktivitas Seni untuk Stimulasi Motorik Halus Anak Usia 4-6 Tahun

by Fenniana Gunawan (00000010999)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E fenniana.gunawan@student.umn.ac.id
 E fennianagunawan@gmail.com
 PH 08176584313
 IG fenniana



Pada usia prasekolah, anak banyak menghabiskan waktu bermain di rumah. Kurangnya stimulasi lewat aktivitas positif di rumah dapat mempengaruhi tumbuh kembang anak, terutama mengakibatkan keterlambatan fungsi motorik halus. Dari masalah tersebut, penulis mengangkat solusi dari kegiatan lokakarya seni anak yang sedang menjadi fenomena modern saat ini. Kegiatan cetak dan membentuk tanah liat dipilih karena mudah diperoleh materialnya, murah, bisa dipakai berulang kali, dan melatih fungsi motorik halus anak secara maksimal. Sebuah buku panduan berilustrasi akan dirancang untuk memudahkan orang tua memberikan stimulasi sekaligus menciptakan kegiatan kebersamaan lewat berkreasi dengan anak.

Perancangan Buku Ilustrasi Anak Mengenai Komitmen Terhadap Hewan Peliharaan

by Henrikus Giovanni Leo (0000009409)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E henrikus.leo@student.umn.ac.id
 E leohenrikus@gmail.com
 PH 082112027107
 P <https://drive.google.com/drive/folders/1Qv-LIS0jBn400nRIXEJ4u4ezqJZQHhKc2>



Kehidupan merupakan sesuatu yang berharga. Setiap makhluk hidup memiliki hak untuk hidup layak, khususnya hewan peliharaan yang wajib dirawat dan diberi kasih sayang. Sebagai manusia kita memiliki tanggung jawab untuk merawat hewan yang kita pelihara. Tanggung jawab sederhana seperti menjaga kebersihan kandang, memberi makan, dan mengobati hewan peliharaan ketika mereka sakit. Buku ilustrasi adalah media yang tepat karena komitmen terhadap hewan peliharaan harus ditanamkan sejak dini. Karena ternyata, anak-anak masih kurang berkomitmen terhadap hewan peliharaan mereka. Sehingga pengenalan sejak dini mengenai perawatan hewan peliharaan penting untuk menekankan komitmen pada anak-anak.

Perancangan Buku Panduan Wisata Kuliner Cemilan Betawi Daerah Jakarta

by James Patrick L (0000008956)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E James.leonardo@student.umn.ac.id
 E Jamez_pat@yahoo.com
 PH 087886803958
 IG Jktngobrolinmakan



Negara Indonesia sangat kaya akan makanan berjenis kudapan yang beraneka ragam. Terdiri berupa permen, kue basah, gorengan, minuman, kue kering, dan lainnya. Namun, minat ketertarikan mereka atas budayanya sendiri, semakin kurang dikarenakan masyarakat generasi muda lebih tertarik untuk mengetahui lebih mengenai budaya asing. Salah satu penyebabnya adalah, persaingan antar kuliner dengan toko-toko yang lebih banyak menjual jenis jajanan yang telah beradaptasi dengan wilayah barat. Konten-konten di dalamnya berisi informasi-informasi jajanan pasar di daerah Jakarta yang sudah semakin kurang diminati oleh masyarakat generasi muda, dengan sebuah tujuan untuk memberikan sajian informasi mengenai berbagai jenis jajanan pasar terhadap masyarakat generasi muda ini.

Perancangan Buku Ilustrasi Tentang Panduan Untuk Keluarga Dalam Membantu Kehidupan Lansia

by Jason Jayadi (00000010063)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E jason.jayadi@student.umn.ac.id
 E contact.hierotubas@gmail.com
 PH 087775497319
 IG hierotubas



Lansia merupakan fase perkembangan terakhir yang dialami oleh manusia. Jumlah lansia yang ada di dunia kini terus bertambah berkat peningkatan kualitas hidup dan usia harapan hidup. Namun, penurunan fungsi dan rentannya tubuh dari lansia mengharuskan keluarga dekat merawat lansia dalam menjalani kehidupan. Adanya kemungkinan keluarga merasa terbebani dan stres adalah hal yang perlu diperhatikan untuk mencegah kasus kekerasan dan penelantaran lansia. Salah satu solusi untuk mengurangi beban tersebut adalah memberikan pengetahuan tentang cara merawat yang efektif. Berdasarkan solusi tersebut penulis merancang buku ilustrasi tentang panduan untuk keluarga dalam membantu kehidupan lansia.

Perancangan Buku Dongeng Fabel dengan Origami untuk Anak Umur 4 – 8 Tahun

by Jeffry Lunata (0000010363)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E jeffry.lunata@student.umn.ac.id
 E jeffrylunata15@gmail.com
 PH 081807001757
 IG jeffrylunata



Dongeng fabel memiliki banyak manfaat untuk anak. Seperti mengajarkan nilai moral, sebagai teladan manusia, hingga menjelaskan pengalaman manusia dalam karakter binatang. Namun faktanya, manfaat fabel tidak selalu diketahui atau dipahami anak. Anak-anak lebih menyukai fabel karena kesukaan mereka terhadap rupa binatang, gambar, dan warna fabel tersebut. Maka itu dirancanglah buku berisi dongeng fabel yang memiliki nilai moral serta petunjuk origami di dalamnya agar anak-anak bisa bercerita menggunakan origami yang mereka buat. Buku ini diharapkan menjadi sarana untuk mengajarkan kognitif, afektif, dan psikomotorik melalui bercerita dengan origami sekaligus menanamkan nilai moral di dalamnya.

Perancangan Buku Pengenalan Bahasa Hokkien Keseharian

by Jennifer Huang (0000011277)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E Jennifer.huang@student.umn.ac.id
 E Jenniferhuang@gmail.com
 PH 085717137716
 P [behance.net/jenniferhuang](https://www.behance.net/jenniferhuang)



Bahasa Hokkien sebagai bahasa sehari-hari Keluarga Hokkien di Indonesia, kini semakin sulit diwariskan. Hal ini disebabkan oleh orangtua yang lebih memilih mengajarkan Bahasa Indonesia, Inggris, dan Mandarin kepada anaknya karena takut anak sulit memahami pelajaran sekolah. Bila hal ini terus terjadi, maka Bahasa Hokkien di Indonesia dapat punah. Berbagai penelitian telah menyimpulkan bahwa dibutuhkan suatu pendekatan kreatif agar anak dapat mempelajari bahasa dengan baik. Maka dari itu dibuatlah buku pengenalan Bahasa Hokkien untuk anak berusia 8-11 tahun. Melalui buku ini diharapkan anak lebih mudah mempelajari Bahasa Hokkien dan akan sering menggunakan Bahasa Hokkien dalam kesehariannya.

Perancangan Buku Ilustrasi Manajemen Waktu Bagi Mahasiswa Awal

by Jessica (00000011765)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E Jessica14@student.umn.ac.id
 E Jessicatjju14@gmail.com
 PH 087771198934
 IG Jessica_tjju



Masa perkuliahan jauh berbeda dengan Sekolah, mahasiswa dituntut bertanggung jawab dengan dirinya sendiri. Mahasiswa ada ditahap sebelum terjun di dunia masyarakat dan memiliki tanggung jawab lebih besar. Namun banyak dari mereka yang belum mengorganisir waktunya dengan baik, sehingga hal ini membuat waktu mereka tidak terpakai secara maksimal. Karena itu penulis ingin membantu mahasiswa dengan membuat sebuah media informasi manajemen waktu. Media Informasi ini diharapkan dapat memudahkan dalam menjalankan manajemen waktu. Penulis berharap dengan adanya media informasi manajemen waktu ini, mahasiswa dapat memanfaatkan waktunya sehingga mereka dapat melaksanakan kewajiban dengan maksimal.

Perancangan Buku Berilustrasi "Elisa Manusia Mukjizat" dengan Media Pop-Up

by Joana Chrisane (0000009584)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E joana.angeline@student.umn.ac.id
 E joanacna11@gmail.com
 PH 081280015446
 P Joana CNA



Sekolah Minggu di GPIB Zebaoth Bogor merupakan salah satu wujud pelayanan khusus tempat anak-anak belajar Firman Tuhan dengan tujuan membawa mereka untuk mengenal Yesus Kristus sebagai Tuhan dan Juruselamat. Salah satu cara pengenalan akan Kristus, dengan memahami isi Alkitab. Namun Alkitab yang tersebar saat ini ditulis dalam bahasa yang baku, sehingga anak kurang memahaminya. Oleh karena itu, dibutuhkan perancangan buku informasi tentang kisah Elisa yang dirancang khusus dalam segi bahasa serta gambar, dengan beberapa teknik pop-up yang sesuai dengan usia anak 7-12 tahun sehingga anak tertarik, berpartisipasi aktif dan mendapatkan pengalaman iman yang membawa damai sejahtera bagi dirinya.

Perancangan Buku Panduan Cara Berkebun di Lahan Sempit untuk Anak

by Kimberly Winata (0000010280)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E kimberly.winata@student.um.ac.id
 E kimberlywinata13@gmail.com
 PH 0895334242806
 IG kiwillustration



Target penyediaan Ruang Terbuka Hijau (RTH) seluas 30 persen luas tanah Jakarta sangat sulit dicapai. Selama 17 tahun, luas RTH Jakarta hanya meningkat sebesar 0,98 persen saja karena sudah banyak RTH yang beralih fungsi menjadi pemukiman warga. Setidaknya, jika tiap rumah di Jakarta memiliki tanaman hijau atau warganya melakukan penghijauan sendiri, maka kebutuhan fungsi dari tanaman hijau orang di rumah tersebut akan tercukupi. Warga dapat berkontribusi melakukan penghijauan dengan berkebun di rumahnya masing-masing. Selain mendukung penghijauan kota, aktivitas berkebun juga memiliki banyak manfaat, apalagi untuk anak. Mereka akan banyak belajar sehingga dapat berkembang ke arah positif.

Perancangan Buku Ilustrasi Cerita Rakyat Asal-Usul Kawah Sikidang

by Lim, Gabriela Feli Hartoko (0000009585)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E lim.feli@student.umh.ac.id
 E gabriela17@gmail.com
 PH 08118846818



"Asal-Usul Kawah Sikidang" adalah cerita rakyat yang berasal dari Dieng, Jawa Tengah, yang menceritakan mengenai asal mula terbentuknya Kawah Sikidang di daerah Dataran Tinggi Dieng. Cerita ini memiliki hubungan dengan fenomena alam yang unik, yaitu Kawah Sikidang yang dapat berpindah tempat. Namun, cerita ini hampir punah karena kurang dikenal oleh anak-anak, terutama di daerah Jawa Tengah dan di Dieng itu sendiri. Bila cerita ini tidak dilestarikan, maka lama-kelamaan cerita ini akan hilang seiring berjalannya waktu. Maka dari itu penulis membuat buku cerita rakyat yang berasal dari Dieng, yaitu "Asal-Usul Kawah Sikidang" yang diharapkan dapat membangkitkan kembali cerita rakyat ini.

Perancangan Buku Panduan Kuliner Suryakencana

by Maureen Ariana Sentosa (0000009630)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E maureen.sentosa@student.umn.ac.id
 E maureenarianasentosa@gmail.com
 PH 08121882765
 IG anothermorin



Kuliner di Suryakencana diangkat karena jalan tersebut dipenuhi oleh beragam kuliner Bogor, sehingga menjadi pilihan yang baik jika ingin mencicipi kuliner tradisional yang ada. Adanya informasi tentang makanan tradisional nusantara pun menjadi penting. Karena tak jarang anak muda lebih mengenal makanan luar daripada kuliner lokal, menyebabkan punahnya berbagai kuliner tradisional. Topik yang dibahas mengutamakan pelestarian kuliner tradisional lewat media informasi kuliner di Suryakencana. Buku panduan kuliner Suryakencana ini dirancang agar memudahkan pengguna dalam mendapatkan informasi tentang sejarah kuliner di Jalan Suryakencana, sembari membantu pelestarian kuliner daerah tersebut.

Perancangan Buku Biografi Dara Puspita

by Muhamad Zaki Lazuardian Hakim (13120210229)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E muhamad.zaki@student.umn.ac.id
E zaki.lazuardian@gmail.com
PH 082210344108
IG lazuardianzaki



Dara Puspita merupakan band legendaris Indonesia tahun 60-an yang membawa nilai-nilai yang masih relevan hingga sekarang. Isu-isu seperti kesetaraan gender, nilai terobosan, dan perlawanan terangkum dalam sejarah perjalanan Dara Puspita. Hal tersebut membuat Dara Puspita patut diarsipkan sejarahnya dalam bentuk buku berilustrasi agar sejarah dan karya-karya Dara Puspita tidak pudar dan tetap diapresiasi oleh generasi di masa mendatang.

Perancangan Buku Panduan Berkuda untuk Anak

by Nabila Zoraya (0000012385)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E nabila@student.umn.ac.id
 E nabzeey@gmail.com
 PH 087774116159
 IG nabzeey
 P Nabila Zoraya



Kegiatan berkuda sedang berkembang, dengan pengunjung melihat-lihat kuda di stable, meningkatnya penunggang berkuda, banyaknya kompetisi berkuda untuk anak-anak sampai dewasa, serta organisasi dan atlet Indonesia yang masuk ke babak final di Asian Games. Walaupun begitu tidak ada media yang membahas mengenai berkuda, padahal berkuda merupakan kegiatan yang memiliki banyak dampak positif pada fisik dan mental perkembangan anak-anak. Namun ada penjelasan dan tahapan yang harus dimengerti mengenai berkuda untuk anak-anak. Oleh karena itu, dibuatlah buku panduan yang merupakan media tertulis sebagai referensi untuk pemula dan memperkenalkan berkuda kepada peminat kuda yaitu anak-anak.

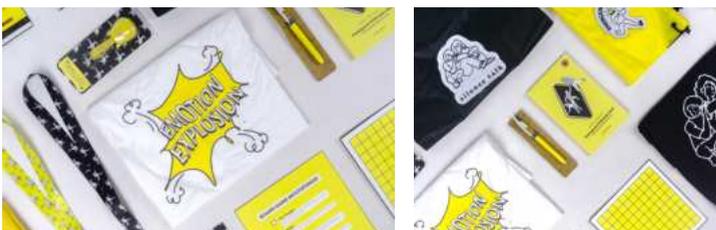
Perancangan Buku Panduan Penanganan Psikologis Awal (PPA) untuk Relawan Bencana Alam

by Natalia (00000011868)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E natalia5@student.umn.ac.id
 E ntlhrtn@gmail.com
 PH 08977356525
 IG nataliahrtn



Bencana alam sering terjadi di Indonesia, penanganan secara fisik dan infrastruktur oleh BNPB dikerahkan pasca bencana alam terjadi. Namun penanganan psikologis untuk penyintas bencana alam belum mendapat perhatian yang sama. Padahal, penanganan psikologis yang terpadu dan secara merata dapat menurunkan potensi gangguan psikologis dan trauma jangka panjang. Dengan menyediakan sarana edukasi penanganan psikologis dengan metode yang tepat, diharapkan relawan organisasi maupun relawan lokal dapat bahu-membahu untuk memberi penanganan awal untuk penyintas bencana alam yang membantu mereka menghadapi trauma psikologisnya.

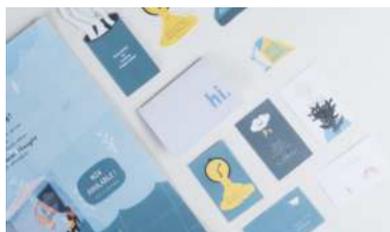
Perancangan Buku Berilustrasi Untuk Mengatasi Irrational Thought Pada Usia 18-25 Tahun

by Nathania F (00000012723)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E nathania3@student.umn.ac.id
 E archangelataniaa@gmail.com
 PH 087789287261
 P behance.net/archangelatania



Irrational thought merupakan pikiran yang dialami hampir semua orang. Terutama remaja di akhir usia 18-25 tahun saat mereka menghadapi masalah yang tidak memiliki penyelesaian. Jika dibiarkan, irrational thought tersebut dapat menjadi depresi. Namun berdasarkan hasil penelitian, masyarakat masih banyak yang belum mengetahui apa itu irrational thought dan bagaimana cara mereka mengatasi irrational thought tersebut. Maka, dapat dirumuskan sebuah masalah bagaimana merancang buku berilustrasi mengenai cara mengatasi irrational thought untuk usia 18-25 tahun. Melalui perancangan ini diharapkan buku ini dapat menginformasikan mengenai hal-hal mengenai irrational thought dan cara mengatasinya.

Perancangan Buku Tentang Pola Tlahab

by Ovita Pattari Purnamadjaya (0000008437)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E ovita.purnamadjaya@student.um.ac.id
 E ovitapp@gmail.com
 PH 081911199570



Kondisi petani Indonesia yang kerap disudutkan dari banyak sisi, yang justru membuat petani Desa Tlahab di Jawa Tengah berinovasi menciptakan sebuah pola pertanian yang bermanfaat bagi ekonomi sekaligus alam. Pola pertanian ini diberi nama Pola Tlahab oleh Mardiyanto selaku Gubernur Jawa Tengah pada tahun 2003. Namun, sejak 20 tahun terciptanya pola ini belum ada media informasi tentang Pola Tlahab yang dapat menjadi referensi pertanian di daerah lain. Dari pengolahan data, penulis menemukan ide utama perancangan yaitu keteguhan hati yang mengubah garis kehidupan, yang terbentuk dari tiga keyword yakni metamorfosis, inovasi, dan pantang menyerah.

Perancangan Buku Tentang Kupu-Kupu Endemik Indonesia

by Rachel Dewanto (0000010586)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E rachel.dewanto@student.umn.ac.id
 E racheldewanto@gmail.com
 PH 085929850973
 P issuu.com/racheldewanto



Kupu-kupu endemik merupakan jenis kupu-kupu yang hanya dapat ditemukan di suatu wilayah tertentu, yang populasinya tidak dapat/jarang ditemukan di wilayah lain. Indonesia memiliki 2000 jenis kupu-kupu dan 40% di antaranya merupakan jenis endemik yang hanya ditemukan di Indonesia. Namun, informasi mengenai kupu-kupu endemik masih terbatas. Oleh karena itu, penyebaran informasi dan ilmu pengetahuan mengenai jenis kupu-kupu endemik Indonesia ini perlu dilakukan untuk generasi muda. Ilmu pengetahuan disampaikan dalam bentuk buku dengan kegiatan interaktif agar membuat pembaca tertarik pada informasi yang diberikan. Sehingga generasi muda dapat mencintai dan melestarikan kupu-kupu di Indonesia.

Perancangan Activity Book Pemilihan Jajanan yang Sehat pada Anak Usia 6–12 Tahun

by Ranny Meilika Hendrawan (0000009604)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E ranny.hendrawan@student.umn.ac.id
E rannymeilika@gmail.umn.ac.id
PH 087889639138



Maraknya keracunan jajanan dengan anak SD sebagai korban utama kian marak terjadi. Keracunan makanan sendiri masuk ke dalam kategori Kejadian Luar Biasa oleh Departemen Kesehatan Republik Indonesia. Oleh karena itu, perancangan activity book ini diharapkan dapat membuat para anak lebih cermat dalam memilih jajanan yang sehat. Melalui buku ini, anak-anak akan diberikan informasi tentang bagaimana cara melakukan identifikasi makanan yang tidak layak konsumsi serta dampak negatifnya bagi kesehatan. Buku ilustrasi ini dibuat agar membuat anak lebih cermat dalam memilih jajanan.

Perancangan Buku Informasi Menjaga Kesehatan Gigi dan Mulut Untuk Anak Usia 9–12 Tahun

by Regina Tracy(00000010110)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E regina.tracy@student.umn.ac.id
 E reginatrac711@gmail.com
 PH 087875445298
 IG rtracy



Kesehatan gigi dan mulut meliputi gigi, gusi, lidah, dan jaringan lunak seperti bagian dalam pipi, langit-langit, bagian dalam bibir, dan bagian bawah lidah. Bila hal ini tidak dijaga, dapat menimbulkan berbagai gangguan seperti karies, radang gusi, plak, karang gigi, bau mulut, dan sariawan. Namun, masih banyak anak-anak Indonesia yang menderita gangguan gigi dan mulut, serta belum memiliki pengetahuan yang cukup tentang hal tersebut. Sehingga dibuat media informasi berupa buku yang disertai dengan beberapa elemen interaktif untuk anak usia 9-12 tahun. Melalui perancangan ini, diharapkan dapat menambah pengetahuan dan kesadaran pembaca mengenai kesehatan gigi dan mulut.

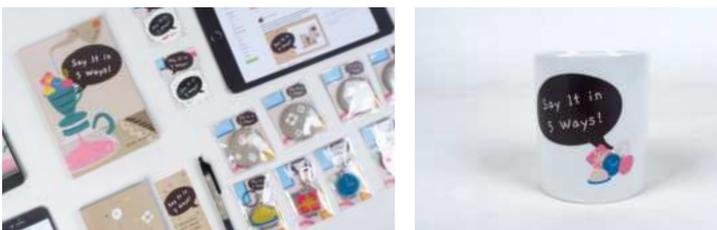
Perancangan Buku Teks Berilustrasi tentang 5 Bahasa Kasih

by Sandy Octavia (00000010375)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E sandy.octavia@student.umn.ac.id
 E sandyoctaviago@gmail.com
 PH 08998863638
 P [behance.net/sandyoctaviago](https://www.behance.net/sandyoctaviago)



Rasa kasih sayang adalah salah satu kebutuhan yang mendasar bagi semua orang. Namun layaknya orang-orang dari negara yang berbeda berbicara dengan bahasa yang berbeda-beda, setiap orang juga mungkin memiliki cara yang berbeda-beda dalam mengkomunikasikan rasa kasih. Hal ini lah yang disebut dengan Bahasa Kasih. Beberapa orang sayangnya tidak mengetahui Bahasa Kasih orang-orang terdekatnya dan bahkan Bahasa Kasih dirinya sendiri. Maka itu dibutuhkan sebuah media yang dapat mengenalkan tentang Bahasa Kasih serta jenis dan pengaplikasiannya dalam kehidupan sehari-hari agar orang-orang dapat lebih mengerti tentang dirinya sendiri dan orang-orang terdekatnya.

Perancangan Buku Ilustrasi Kisah Ikan Dewa untuk Anak Usia 7-10 Tahun

by Stanislaus Nielsen Kardani (0000009528)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E stanislaus.kardani@student.umn.ac.id
 E stanislausweisen@gmail.com
 PH 085939619357
 P wei_ssen



Kisah Ikan Dewa adalah cerita legenda atau mitos yang berasal dari daerah Kuningan, Jawa Barat. Habitat asli ikan dewa adalah kolam pemandian Cibulan yang terletak di desa Manis Kidul Kecamatan Jalaksana. Namun masih banyak masyarakat luar yang belum mengetahui cerita legenda khas Kuningan ini. Oleh karena itu cerita rakyat atau legenda dari suatu daerah haruslah dikembangkan, sebagai warisan budaya daerah tersebut. Pada perancangan buku ilustrasi kisah ikan dewa digambarkan dengan ilustrasi yang menarik untuk anak usia 7-10 tahun. Perancangan buku ilustrasi ini diharapkan dapat memberikan pesan moral yang bisa dipetik dari kisah Ikan Dewa dan juga dapat meningkatkan minat baca pada anak.

Perancangan Buku tentang Tipe Karakter Manusia untuk Usia 18–23 Tahun

by Stevina Peni (0000011504)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E stevina.peni@student.umn.ac.id
 E vinedgy@gmail.com
 PH 089643781056
 IG [vinedgy](https://www.instagram.com/vinedgy)



Masih banyak orang yang merasa dirinya tidak berarti dan hidup dalam bayang-bayang kehebatan orang lain. Padahal, setiap orang memiliki potensi dan kelemahannya masing-masing. Karena itu, diperlukan pemahaman akan diri sendiri sehingga bisa memaksimalkan potensi dan meminimalisir kelemahan yang ada pada diri kita, salah satu caranya adalah dengan mengenali tipe kepribadian kita. Dari perancangan ini, dihasilkan buku ilustrasi yang dapat menyampaikan informasi tentang tipe karakter manusia yang menyenangkan untuk dibaca sehingga dapat diaplikasikan ke dalam kehidupan nyata untuk membuat pembaca menyadari potensi dan kelemahan sehingga bisa menjadi versi terbaik dari diri mereka.

Perancangan Buku Antologi Karya Chairil Anwar

by Tita Anindya Safitri (0000011402)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E tita.anindya@student.umn.ac.id
 E titahuangji@gmail.com
 PH 081319753727
 IG titaanindyas



Chairil Anwar merupakan seorang sastrawan besar yang banyak memengaruhi kesusasteraan di Indonesia. Namun remaja masa kini hanya mengetahui sajak perjuangannya sehingga tidak lagi membaca karya Chairil dan terjebak dalam persepsi mereka sehingga menganggap karya Chairil tidak relevan. Hal ini dapat menyebabkan hilangnya karya-karya kehidupan Chairil dari ranah sastra karena tidak adanya penyesuaian. Dibutuhkan sebuah media informasi berisi karya-karya kehidupan Chairil Anwar yang sesuai dengan selera pembaca remaja. Maka dari itu penulis melakukan perancangan buku antologi dengan tema yang sesuai karena buku merupakan media paling efektif untuk pembaca sastra.

Perancangan Buku Cerita Kartini untuk Anak Usia 7-12 Tahun

by Wilson (14120210265)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E wilson@student.umn.ac.id
E wilson@student.umn.ac.id
PH 081213999999



Diskriminasi gender berdasarkan pengertian Volart (2004) merupakan proses disimilasi terhadap satu gender kepada gender lain dan pada umumnya yang terjadi adalah pemojokan posisi perempuan dengan membuat persepsi bahwa mereka memiliki status dan kemampuan yang lebih rendah dari pria. Hal ini berbanding terbalik dengna semangat dari Raden Ajeng Kartini yang merupakan tokoh Indonesia yang dikenang sebagai pionir kebangkitan perempuan pribumi Tingkat pengetahuan mereka terhadap Kartini yang hanya sebatas perayaan hari Kartini dan buku pelajaran sejarah. Serta banyak dari anak perempuan tersebut yang tidak mengenal buku biografi Kartini, yakni sebesar 96,4%.

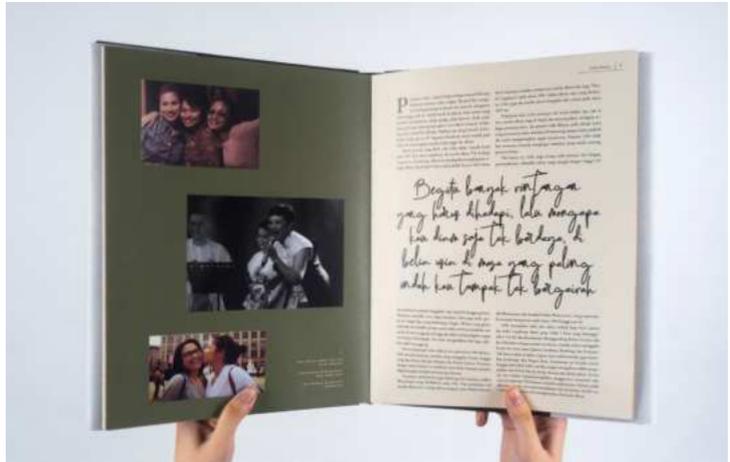
Perancangan Buku Kumpulan Biografi Penyanyi Legendaris Wanita Indonesia

by Yesica Stefanie (00000010179)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E yesica.stefanie@student.umn.ac.id
 E hello.yesticastefanie@gmail.com
 PH 081319753727
 IG sketchic
 P behance.net/yesicastef2eb9



Dunia permusikan di tanah air tentu sudah tidak asing lagi dengan kehadiran penyanyi wanita. Namun masyarakat terkadang tidak sadar bahwa wanita juga memiliki andil dalam perkembangan permusikan di Indonesia sejak dulu. Beberapa contohnya adalah Titiek Puspa, Ernie Djohan, dan Vina Panduwinata, adalah segelintir nama dari musisi-musisi wanita Indonesia yang murni sukses di dunia permusikan tanah air karena kualitas karyanya. Oleh karena itu, dihasilkan sebuah buku kumpulan biografi penyanyi legendaris wanita Indonesia untuk mendokumentasikan kisah hidup dan perjalanan karir para penyanyi legendaris wanita demi menjaga kelestarian sejarah permusikan di tanah air.

Perancangan Visual Kamus Desain Interaktif Tuturancang

by Yoel Kevin Moeljono (0000009392)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E yoel.moeljono@student.umn.ac.id
 E :yoelkmoeljono@gmail.com
 PH 087700166111
 P be.net/yoelkevin



Desain grafis terutama desain interaktif saat ini berperan penting dalam perkembangan industri startup digital. Peran penting ini harus didukung dengan kemampuan merancang yang baik oleh tenaga kerjanya di antaranya penguasaan istilah baik teknis maupun fundamental. Penguasaan istilah ini penting dalam efektivitas dan ketepatan proses komunikasi saat merancang. Dengan perbaruan teknologi dan kajian desain interaktif yang terus berkembang, diperlukan media informasi yang dapat mengkomodir perbaruan tersebut serta relevan.

Perancangan Visualisasi Buku Puisi 'Tigress' Karya Ayu Meutia Azevy

by Yolanda Chailani (00000011673)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E yolanda.chailani@student.umn.ac.id
 E yolandachailani@icloud.com
 PH 08111025052
 IG yolandachailani



Puisi kontemporer merupakan puisi yang dapat beradaptasi dengan eranya. Karya-karya maupun proyek lintas seni yang menggabungkan puisi dengan bentuk seni visual telah banyak bermunculan. Proyek yang muncul tersebut banyak merupakan bentuk apresiasi sastra dan pengarsipan karya puisi ke dalam bentuk yang menarik. Penulis puisi atau penyair di Indonesia yang merupakan masyarakat muda tidaklah banyak. Penyair muda wanita lebih sedikit lagi. Sehingga perancangan visualisasi buku puisi 'Tigress' karya Ayu Meutia Azevy sebagai salah satu penyair muda wanita di Indonesia diharapkan dapat mengapresiasi sastra sekaligus adaptasi sastra terhadap budaya modern dan agar karyanya dapat terus dikenang.

Perancangan Buku Ilustrasi mengenai Perceraian pada Anak Klasik

by Debora (00000011813)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E debora@student.umn.ac.id
E debora.ksantoso@gmail.com
PH 081226135522
P debora_ks



Perceraian menjadi salah satu permasalahan yang banyak terjadi di Indonesia Dampak dari perceraian tersebut dapat menimbulkan banyak hal negatif bagi pertumbuhan anak khususnya dalam pengembangan emosinya. Apabila permasalahan ini terus berlanjut, maka akan menimbulkan dampak yang lebih besar seperti lemahnya mental dan emosional dalam membangun hubungan dengan orang lain di masa yang akan datang. Atas dasar inilah penulis membuat perancangan buku untuk anak usia 7-12 tahun dimana mereka dapat memahami dan menghadapi masa-masa sulit tersebut dengan cara memberi respon yang benar

Branding

- | | | | |
|-----|---------------------------------|-----|------------------------------|
| 122 | Bella Amelia | 149 | Clara Chryzilla |
| 123 | Brenda Tiara | 150 | Daniel |
| 124 | Claudia Audy | 151 | Debbie Kristina |
| 125 | Felicia Sarah Wijaya | 152 | Erika Angelina Loekito Putri |
| 126 | Ganendra Padminiakirrti | 153 | Eva Mega Astria |
| 127 | Laetitia Caeli Hermawan | 154 | Filbert Etantyo |
| 128 | Matius Anthony Purwanto | 155 | Ignatius Pangestu |
| 129 | Melica Anthea | 156 | Indrayudha |
| 130 | Michael Jonathan | 157 | Jeconiah Carel Wirianto |
| 131 | Muhamad Reynald Zahfal | 158 | Jonathan Dimas |
| 132 | Oktaviani Stella | 159 | Laurentius Daryl |
| 133 | Ranu Mufidiana | 160 | Maria Magdalena Ayuningtias |
| 134 | Revin Satyanegara Raharjo | 161 | Maria Marcella |
| 135 | Salsabila Tsuraya | 162 | Marvin Louis Honanda |
| 136 | Stefanie Sugiharto | 163 | Monica Ariesta Fergus |
| 137 | Varian Jonathan | 164 | Nicholas Vallen Pradana |
| 138 | Aditya Prasetya Wiraatmaja | 165 | Patrick Jason Andri |
| 139 | Albert Satria | 166 | Renhard Joshua |
| 140 | Alexandra Cathlen Sidhartaputri | 167 | Reza Aditya Syachputra |
| 141 | Alika Peony Lukito | 168 | Shena Angelista |
| 142 | Alvin Gunawan | 169 | Stefan |
| 143 | Amedita Mitta Ayu | 170 | Tamara Christy |
| 144 | Andreas Darmawan | 171 | Vian Maselyn |
| 145 | Andy Wijaya | 172 | Vostino Immanuel |
| 146 | Angela Grace Tanamas | 173 | Yusak Yosefianus |
| 147 | Balrajbir | 174 | Yustinus Giovanni Sarwono |
| 148 | Brandon Oey | | |



45 KONTRI
-BUTOR

45 TOTAL
KARYA

Perancangan Ulang Brand Identity Alive Love Arts

by Bella Amelia (00000010187)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E bella.amelia@student.umn.ac.id
E bellaameliac@gmail.com
PH 082297044408
L bellmeliaa
P instagram.com/bellmelia



Setiap perusahaan perlu memperkenalkan bisnis yang ditawarkan kepada konsumen. Cara utama untuk melakukannya adalah membuat brand identity. Brand identity merupakan pesan dari sebuah produk, benda, atau seseorang yang ingin disampaikan kepada konsumen. Alive Love Arts akan melakukan re-positioning dari brand sepatu menjadi fashion brand untuk wanita karena adanya diversifikasi produk berupa tas dan baju. Selain itu, Alive Love Arts tidak mempunyai identitas brand yang konsisten. Oleh karena itu, identitas baru akan dibuat untuk Alive Love Arts. Penulis sangat berharap perubahan brand identity ini dapat membantu Alive Love Arts untuk berkembang dan menjalankan bisnisnya.

Perancangan Ulang Identitas Visual Produk Makanan Kucing Merk C'Cat

by Brenda Tiara (00000012255)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E brenda.tiara@student.umn.ac.id
 E brendatiarae@gmail.com
 PH 0811605046
 L brendatiara



Tujuan dari tugas akhir ini adalah mengetahui sejauh mana penerapan ilmu Desain Komunikasi Visual dapat membantu memecahkan permasalahan-permasalahan real yang ditemukan dalam perancangan identitas visual dari sebuah produk. Hasil yang akan dicapai adalah perancangan identitas visual yang dapat memecahkan permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh desain sebelumnya. Perbaikan untuk identitas visual baru dari CV Bahari Lestarindo diharapkan dapat bersaing dengan produk makanan kucing impor dari luar negeri.

Perancangan Identitas Visual Raja Holiday Indonesia

by Claudia Audy (00000010536)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E claudia.audy@student.um.ac.id
 E dyau19997@yahoo.co.id
 PH 087886030353
 L g.caudy
 P @_claudiaudy



Seiring dengan berkembangnya industri, lapangan kerja bagi pengusaha untuk menanamkan modalnya semakin luas. Untuk itu, penting bagi sebuah perusahaan travel memiliki sebuah identitas visual yang menarik dan profesional, agar konsumen dapat mempercayai agen tersebut dibandingkan kompetitornya. Raja Holiday merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pariwisata. Berdiri sejak tahun 2011 dan ingin mengembangkan cakupannya hingga ke Eropa dan Amerika. Raja Holiday sendiri pernah gagal untuk mendaftarkan logonya kepada HAKI karena tingkat kemiripan dengan kompetitor yang cukup tinggi. Untuk itu, Raja Holiday perlu membuat ulang logonya agar dapat mencakup audiens yang lebih luas.

Perancangan Rebranding Cemal Cemil

by Felicia Wijaya (0000012255)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E felicia.wijaya@student.umn.ac.id
 E felicia.sarah1610@gmail.com
 PH 083813659041
 L feliciasarahh
 P instagram: @felicefilii



Berisi tentang perancangan pembuatan ulang atau rebranding Cemal Cemil, latar belakang pemilihan topik ini didasarkan pada keunikan toko yang menjual berbagai makanan serta mainan anak-anak jaman dulu (80-90an). Target konsumennya adalah orang dewasa dengan tujuan membawa mereka bernostalgia. Namun, terdapat beberapa kekurangan yaitu desain logo yang kurang merepresentasikan toko serta produk yang dijual. Penjualanpun sempat mengalami penurunan dalam dua tahun terakhir. Berangkat dari permasalahan yang ada, perancangan ulang Cemal Cemil bertujuan agar lebih merepresentasikan produk dan mengangkat brand toko tersebut sehingga lebih dikenal masyarakat luas, serta meningkatkan kembali penjualan.

Perancangan Ulang Brand Bali Alus

by Ganendra Padminiakirtti (00000010775)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E ganendra.padminiakirtti@student.umn.ac.id
E Ganendrakirtti@live.com
PH 087881535500
L ganendrakirtti
P instagram.com/padminiakirtti



Bali Alus merupakan sebuah brand perawatan tubuh asal Bali yang didirikan oleh Ni Kadek Eka Citrawati. Bali Alus mengedepankan kualitas produknya yang alami dan tradisional hingga tak heran memiliki pasar yang besar di Bali. Sejak berdirinya tahun 2001, Bali Alus terus berkembang dan produknya laris sebagai cinderamata dan souvenir, namun hal tersebut tidak cukup untuk mengangkat nama brandnya di luar pulau Bali. Permasalahan ini akan dijawab dengan perancangan ulang brand Bali Alus.

Perancangan Destination Branding Gelora Bung Karno

by Laetitia Caeli Hermawan (14120210059)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E laetitia.caeli@student.umn.ac.id
 E laetitiacae@gmail.com
 PH 082240182628
 L [laetitiacae](https://www.instagram.com/laetitiacae)
 P www.behance.net/laetitiacae;
www.instagram.com/laetitiacae;
www.youtube.com/user/laetitiacae

Gelora Bung Karno merupakan kawasan dengan fasilitas olahraga dan arena multifungsi sekaligus monumen spektakular dan cagar budaya yang masih aktif sebagai ruang publik. Namun sayangnya, masyarakat cenderung melihat Gelora Bung Karno sebatas fasilitas yang mengakibatkan Gelora Bung Karno rentan terhadap kerusakan. Oleh sebab itu, dibutuhkan destination branding untuk menambah nilai pada Gelora Bung Karno agar masyarakat mulai memandang Gelora Bung Karno sebagai bangunan bersejarah. Perancangan destination branding merupakan salah satu langkah menanamkan rasa cinta, meningkatkan kepedulian terhadap bangunan dan mendatangkan pengunjung baru Gelora Bung Karno.

Perancangan Ulang Identitas Visual Khairo Tour

by Muhamad Reynald Zahfal (0000009922)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E muhamad.zahfal@student.umn.ac.id
 E rzahfal@gmail.com
 PH 081911096097
 L michaelist
 P instagram: mrzahfal



Khairo Tour adalah perusahaan travel haji dan umrah. Dalam perkembangannya, Khairo Tour harus bisa menyesuaikan diri dengan perkembangan industri travel haji dan umrah pada saat ini. Hal ini menuntut Khairo Tour untuk menjadi pilihan travel bagi orang-orang yang ingin pergi menunaikan haji atau umrah. Dari banyaknya travel yang ada di Kota Tangerang Khairo Tour perlu memiliki identitas visual yang mempresentasikan Khairo Tour itu sendiri yang berguna untuk menjadi pembeda antara travel satu dengan yang lainnya. Perancangan tugas akhir ini bertujuan untuk membuat identitas visual yang mempresentasikan Khairo Tour sesuai dengan visi dan misi dari Khairo Tour.

Perancangan Brand Rejuvenation DAMRI

by Matus Anthony Purwanto (0000009381)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E matus.purwanto@student.umn.ac.id
 E anthonyprwanto@gmail.com
 PH 08174172745
 L [anthonyprwanto](#)
 P <https://www.behance.net/anthonyprwbff3>



Damri adalah sebuah perum yang bergerak dalam bidang transportasi darat khususnya bus. Dalam perkembangannya, usia perum ini terus menua dan banyak stigma yang buruk terhadap perum ini. Namun, banyak perkembangan dan perubahan yang sudah dilakukan oleh perum Damri sehingga memiliki banyak fasilitas baru. Untuk melengkapinya, perlu dilakukan rebranding dan pembuatan brand identity yang baru sehingga masyarakat lebih mengetahui value dan visi yang terdapat dalam perum Damri sehingga menghilangkan stigma yang buruk.

Perancangan Ulang Identitas Visual Pada Han's Bakery

by Melica Anthea (14120210017)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E melica.anthea@student.umn.ac.id
E melica_anthea@yahoo.com
PH 089604429235
P Instagram: @melmelica



Perancangan ulang identitas visual Han's Bakery bertujuan untuk memperbaiki identitas visual yang sesuai dengan ciri khas Han's Bakery agar mampu bersaing dengan kompetitornya. Perancangan identitas visual Han's Bakery sendiri terdiri dari perancangan logo, Graphic Standar Manual, serta implementasi media. Melalui, perancangan ulang identitas visual ini, penulis berharap Han's Bakery dapat memiliki sense of belonging terhadap brandnya serta mampu bersaing secara visual dengan kompetitornya.

Perancangan Ulang Brand Identity Klinik Sehat Bahagia Jababeka

by Michael Jonathan (0000009610)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E michael.jonathan@student.umn.ac.id
 E michasutanto.mj@gmail.com
 PH 087822011887
 P @michael_jst



Tugas akhir ini bertujuan untuk merancang brand identity baru bagi Klinik Sehat Bahagia Jababeka agar memiliki identitas yang sesuai. Latar belakang penulisan adalah ketidaksesuaian brand identity dengan jenis klinik yang sebenarnya. Klinik Sehat Bahagia merupakan jenis klinik pratama. Jenis klinik pratama adalah klinik yang melayani pelayanan medis umum. Namun, brand identity Klinik Sehat Bahagia menyerupai jenis klinik utama karena menonjolkan pelayanan medis spesialis yaitu pelayanan medis gigi dan kulit. Brand identity yang dirancang ulang akan disesuaikan dengan jenis, struktur, operasional dan target pasar Klinik Sehat Bahagia yang merupakan kelas ekonomi menengah.

Perancangan Rejuvenation Brand Identity Keripik Ubi Khas Jambi Cap

by Oktaviani Stella (00000010085)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E oktaviani.stella@student.umh.ac.id
 E oktavianistella.3@gmail.com
 PH 087876787756
 P Instagram: @oktavianistella



Keripik adalah salah satu makanan yang mudah ditemukan di Indonesia. Keripik Ubi Angso Duo merupakan salah satu merek keripik yang sangat terkenal di Jambi. Angso Duo berdiri sejak tahun 1980, sangat dikenali dan melekat dalam masyarakat kota Jambi. Sayangnya dari berdirinya brand tersebut, keripik Angso Duo belum pernah berganti identitas. Pembuatan logo dapat dikatakan sangat singkat dan terlalu dipaksakan hingga membuat nilai dari brand tersebut menjadi hilang. Rencana Angso Duo untuk maju ke pasar nasional harus disertai dengan perbaikan identitas brand. Untuk itu, diharapkan perancangan ini dapat membentuk brand Angso Duo untuk lebih siap menghadapi pasar nasional dan kompetitor lainnya.

Revitalisasi Krimer Kental Manis Tiga Sapi Melalui Perancangan Ulang Brand Identity

by Ranu Mufidiana (0000011420)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E ranu.mufidiana@student.um.ac.id
 E mufidianaranu@gmail.com
 PH 087776148519
 P @flatgraphic



Krimer kental manis Tiga Sapi dikeluarkan oleh PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. Namun, Tiga Sapi masih belum diketahui oleh masyarakat. Hal ini membuat nilai dari ekuitas brand Tiga Sapi rendah. Identitas visual juga kurang merepresentasikan produk ini. Untuk itu, penulis merancang revitalisasi krimer kental manis Tiga Sapi melalui brand identity dengan tujuan merancang identitas visual yang membangun brand awareness. Hasil akhir adalah identitas visual yang baru dan Graphic Standard Manual (GSM) untuk menjaga konsistensi identitas visual. Adanya identitas visual yang baru diharapkan krimer kental manis Tiga Sapi dapat mengalahkan kompetitor-kompetitornya di pasaran.

Perancangan Ulang Brand Identity Orto Centre Harapan Indah

by Revin Satyanegara Raharjo (14120210406)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E revin.satyanegara@student.um.ac.id
 E revin.satyanegara.raharjo@gmail.com
 PH 085885123458
 P Instagram: @revinsr



Ortodontik merupakan cabang ilmu kedokteran gigi yang menangani masalah susunan gigi dan rahang. Orto Centre adalah salah satu klinik perawatan gigi yang bergerak di spesialis ortodontik. Berlokasi di Kota Harapan Indah, Bekasi, Orto Centre merupakan klinik pertama di kawasannya. Alat rontgen menjadi alat diagnosis unggulannya. Namun, Orto Centre tidak didukung dengan brand identity yang rapi dan konsisten terutama pada logonya. Untuk itu, penulis melakukan perancangan ulang brand identity Orto Centre untuk menghasilkan brand identity yang tepat dan konsisten agar lebih sesuai dan menunjukkan nilai dan visi misi Orto Centre serta meningkatkan brand promise di masyarakat.

Perancangan Ulang Brand Identity Cafe Herbal Jamu Godhog Khas Yogyakarta

by Salsabila Tsuraya (0000010801)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E salsabila.tsuraya@student.umn.ac.id
 E salsabts@gmail.com
 PH 081280994138
 P salsaturaya.com



Jamu adalah sebutan untuk obat tradisional khas Indonesia. Kafe Herbal Jamu Godhog merupakan salah satu penjual jamu di Daerah Istimewa Yogyakarta. Jamu Godhog merupakan salah satu jamu unggulan yang dijual di kafe ini. Disebut Jamu Godhog karena perlu direbus terlebih dahulu sebelum diminum. Namun, kafe ini memerlukan pengembangan lebih lanjut dalam penerapan desain kemasan jamu serta brand identity. Melalui perancangan brand identity diharapkan mampu membuat image kafe ini semakin diingat dan diterima bersanding dengan kompetitornya serta dapat membawa citra jamu ini lebih baik di kalangan masyarakat luas. Adapun targetnya adalah usia 20-40 tahun.

Perancangan Ulang Brand Identity Brilianto

by Stefanie Sugiharto (00000011196)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E stefanie.sugiharto@student.umn.ac.id
 E stefaniesugiharto@gmail.com
 PH 08980855529
 P bit.ly/stefaniesugiharto



Brilianto merupakan brand yang ingin melestarikan budaya Palembang melalui desain pakaianya. Brilianto menggunakan kain jumputan dengan motif khas Palembang. Namun, brand ini masih kurang dalam menunjukkan citra tersebut. Maka, dilakukan perancangan ulang brand identity Brilianto. Melalui tiga kata kunci yaitu Palembang, modern, dan authentic dihasilkan big idea berupa Seeking an Authentic Palembang Heritage Modernly. Kemudian, dilanjutkan perancangan logo berbentuk geometris, sederhana dan mewah untuk merepresentasikan tiga kata kunci tersebut. Terakhir, implementasi logo ke berbagai media seperti stationary, packaging, dan media promosi.

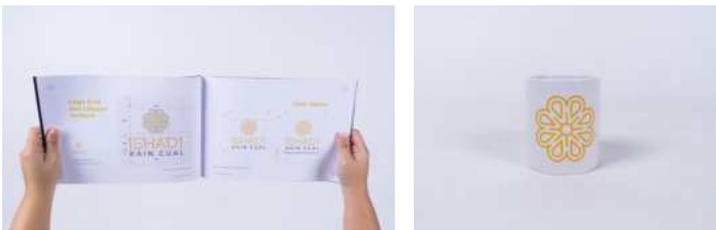
Perancangan Brand Identity Ishadi Kain Cual

by Varian Jonathan (14120210436)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E varian.jonathan@student.umn.ac.id
 E varian.joe@gmail.com
 PH 081367727668
 P Instagram @veejeyy



Cual merupakan kain tenun khas Bangka Belitung yang awalnya dikenal dengan nama Limar Muntok. Ishadi Kain Cual adalah salah satu toko yang memproduksi kain Cual dan produk turunannya dalam bentuk pakaian dengan tujuan memperkenalkan dan melestarikan kain Cual. Konsumen kain Cual berusia 36-55 tahun sehingga menimbulkan kekhawatiran hilangnya konsumen di kemudian hari. Promosi yang dilakukan masih minimal dan kurang efektif serta identitas yang dimiliki tidak konsisten karena tidak memiliki sistem yang jelas. Oleh karena itu, dibutuhkan perancangan brand identity agar mampu menarik konsumen dari generasi muda serta graphic standard manual yang mengatur penggunaannya.

Perancangan Brand Rejuvenation Pusat Dokumentasi Sastra H.B. Jassin

by Aditya Prasetya Wiraatmaja (0000009959)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

- E aditya.wiraatmaja@student.umn.ac.id
- E adityapwiraatmaja@gmail.com
- PH 082153621414
- P IG: yuventusadit



H.B. Jassin mengoleksi karya dari sastrawan Indonesia dengan mendirikan Pusat Dokumentasi Sastra H.B. Jassin. Pada saat ini kepengurusan PDS H.B. Jassin telah diambil alih oleh pemerintah daerah DKI Jakarta di bawah pimpinan Anies Baswedan. Oleh karenanya, terbentuklah sebuah cita-cita baru yang ingin menjadikan PDS H.B. Jassin sebagai pusat dokumentasi sastra terbesar di Asia Tenggara. Namun pada kenyataannya, dengan beragam permasalahan yang ada menyebabkan citra dari PDS H.B. Jassin belum sesuai dengan cita-cita tersebut. Maka dari itu dibutuhkanlah sebuah strategi peremajaan brand agar citra dari PDS H.B. Jassin mengalami pembaharuan yang dapat menyesuaikan dengan cita-cita baru tersebut.

Perancangan Ulang Pisang Goreng Madu Bu Nanik melalui Identitas Visual

by Albert Satria (00000011316)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E albert.satria@student.umn.ac.id
 E albertsatriaw@gmail.com
 PH 082114511154



“Perancangan Ulang Identitas Visual Pisang Goreng Madu Bu Nanik” ini dilatarbelakangi oleh pandangan publik dalam menyebutkan brand secara lengkap dan tidak terciptanya konsistensi sebuah nama brand sehingga muncul interpretasi lain bagi publik. Selain itu, pandangan publik dalam melihat identitas brand ini, sulit untuk diingat sehingga tidak ada gambaran yang tercipta saat mendengar nama brand. Hasil dari Tugas Akhir ini berupa identitas visual dan panduan pengaplikasiannya dalam beberapa media dalam bentuk Graphic Standard Manual (GSM).

Perancangan Rebranding Tahu Petis Yudhistira

by Alexandra Cathlen Sidhartaputri (00000012508)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E alexandra.sidhartaputri@student.umn.ac.id
 E alexandracathlen@gmail.com
 PH 087700294254
 P <https://bit.ly/2Y2nXto>



Tahu Petis Yudhistira merupakan sebuah usaha kuliner yang menjual camilan khas Semarang berupa tahu petis, lumpia, tahu bakso dan petis siap saji. Tahu Petis Yudhistira sudah berdiri sejak tahun 2006 di Tebet, Jakarta, dan kini sudah memiliki 11 cabang di Jabodetabek. Semakin banyaknya usaha camilan yang bermunculan dengan beragam inovasi menjadi kekhawatiran dalam persaingan pasar. Maka, Tahu Petis Yudhistira berupaya untuk memperluas segmentasi dan masuk pada pangsa pasar di kalangan muda dengan konsep baru yang lebih relevan. Perancangan rebranding diperlukan untuk menciptakan konsep dan image baru dengan tujuan meningkatkan awareness bagi target konsumen baru.

Perancangan Ulang Brand Identity RM. Akoen

by Alika Peony Lukito (00000012366)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E alika.lukito@student.umn.ac.id
 E alikapeon@gmail.com
 PH 089506280324
 P bit.ly/peonygraphic



Seiring perkembangan jaman, pertumbuhan restoran dan rumah makan di Jakarta, mengalami pertumbuhan pesat. Masakan Tionghoa di Jakarta menduduki posisi ke-3 menurut jumlahnya diantara berbagai macam jenis restoran di Jakarta. Setiap restoran memiliki brand identitynya dengan keunikannya masing-masing agar memiliki tempat khusus di ingatan para pelanggan. RM. Akoen adalah Rumah Makan Chinese Food yang merupakan sebuah rumah makan Cina peranakan. RM Akoen dipilih sebagai topik untuk tugas akhir karena memiliki brand identity yang tidak mencerminkan produknya dan menggunakan elemen umum untuk sebuah brand identity yang idealnya memiliki identitas yang khusus agar mudah dipahami oleh konsumen.

Perancangan Ulang Brand Identity Sirup Cap Bangau

by Alvin Gunawan (14120210091)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E alvin.gunawan@student.umn.ac.id
 E gunawanalvin81@gmail.com
 PH 081298156688
 P IG: alvingunawaan



Nama Sirup Cap Bangau berasal dari nama jalan, karena pertama kali diproduksi di jalan bangau sejak tahun 1938. Sirup Cap Bangau mampu mempertahankan eksistensi hingga saat ini karena mempertahankan kualitas dari segi bahan baku dengan menggunakan gula murni dan quality control yang baik. Namun Sirup Cap Bangau sekarang ini kurang bisa bersaing dikarenakan kemasan yang kurang menarik dibandingkan dengan para kompetitor. Hal ini berdampak pada penjualan sirup yang stagnan serta tidak dapat melakukan ekspansi ke luar Jabodetabek. Oleh karena itu, penulis membuat perancangan ulang brand identity Sirup Cap Bangau agar mampu meningkatkan daya saing dan ekspansi ke luar Jabodetabek.

Rebranding Ikan Kaleng Botan melalui Perancangan Identitas Visual

by Amedita Mitta Ayu (00000011939)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E amedita.ayu@student.umn.ac.id
E amedita.ayu@gmail.com
PH 08119478803



Botan adalah satu satu merek top of mind di bidang ikan kaleng di Indonesia. Dari hasil penelitian didapati bahwa ikan kaleng Botan yang belum pernah mengalami perubahan tampilan sejak tahun 1957 mulai kehilangan kejayaannya. Ikan kaleng Botan memiliki persepsi brand image yang kuno dan berdampak pada persepsi proses produksi yang konvensional. Awareness ikan kaleng Botan diidentifikasi melalui visualnya yaitu warna merah yang terdapat pada hampir seluruh ikan kaleng serupa. Oleh karena itu, penulis melakukan rebranding terhadap merek Botan dengan harapan sistem identitas visual yang baru dan terstruktur dapat memperkuat posisi Botan di pasar sehingga dapat bersaing dengan kompetitor.

Rejuvenasi Wingko Babad Cap Kereta Api Melalui Perancangan Brand Identity

by Andreas Darmawan (00000010733)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E andreas.darmawan@student.umn.ac.id
 E andreas.darmawan97@gmail.com
 PH 08112529800



Wingko babad merupakan salah satu kuliner khas Kota Semarang yang dipelopori oleh Cap Kereta Api oleh Bapak D. Mulyono sejak 1946. Kompetitor Cap Kereta Api mulai bermunculan dengan identitas yang serupa baik nama maupun desain sehingga menyebabkan identitas visual Cap Kereta Api kini sangat sulit untuk diidentifikasi di tengah ketatnya persaingan pasar. Selain itu, juga bermunculan kompetitor dengan pembawaan dan desain yang lebih modern yang juga mengancam pasar Cap Kereta Api. Oleh sebab itu, Cap Kereta Api membutuhkan peremajaan desain untuk memunculkan kembali identitas yang memiliki faktor diferensiasi yang kuat guna memperkuat posisi Cap Kereta Api.

Perancangan Ulang Brand Identity Sagon Bakar Bu Irma

by Andy Wijaya (0000011132)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E andy.wijaya@student.umn.ac.id
 E 155andywijaya@gmail.com
 PH 082249582932



MSEs is the backbone of the Indonesian economy. MSEs contribute to the country's gross domestic product up to 39% or 5500 trillion per year, and have absorbed more than 75% of the workforce. Although it has great potential, until now, the potential of several MSEs in Indonesia such as Sagon Bakar Bu Irma is still not fully utilized, there are still many issues that must be addressed, including brand identity. Brand identity is important thing, therefore, a good design is needed and supported by an in-depth research process in order to be easily differentiated and identified society.

Rebranding Rumah Kopi Melalui Perancangan Identitas Visual

by Angela Grace Tanamas (0000008473)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E angela.tanamas@student.umn.ac.id
 E grace.tanamas@gmail.com
 PH 085718892435



Rumah Kopi adalah sebuah kedai kopi milik PD. Celebes Coffee yang sudah berdiri selama kurang lebih 15 tahun sejak 2004. Memiliki nama yang terlalu umum, membuat usaha dengan nama hampir serupa banyak bermunculan baik sengaja maupun tidak. Maka, Rumah Kopi membutuhkan perubahan pada nama agar memiliki sisi pembeda dengan usaha lain serta unsur khas yang mampu tertanam di benak konsumen. Salah satu ilmu dalam Desain Komunikasi Visual, yaitu branding, menjadi sebuah pemecahan masalah, diikuti dengan renaming atau penyederhanaan nama. Value dan identitas brand juga dapat diperkenalkan secara lebih baik dan jelas kepada masyarakat melalui visual.

Perancangan Rejuvenation Brand Lauw Bakery

by Balrajbir (14120210257)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E balrajbir@student.umn.ac.id
 E balrajbir21@gmail.com
 PH 085714573564
 P LinkedIn : Balrajbir singh
 Wix : Balrajbir.wixsite.com/blrj
 Instagram : Balrajbir_



Lauw Bakery merupakan salah satu produsen roti tertua di Indonesia yang telah berdiri sejak tahun 1940. Ciri khas dari Lauw Bakery adalah masih menjajakan produknya menggunakan gerobak keliling dan juga masih menjual roti tradisional seperti roti Gambang dan roti buaya. Namun perusahaan ini mulai kehilangan brand awarenessnya dimasyarakat dan mulai mengalami perubahan target pasar menjadi menengah kebawah dikarenakan banyaknya produk roti sejenis yang lebih modern dan lebih memanfaatkan media promosi. Hal tersebut membuat penulis ingin melakukan rejuvenating brand terhadap Lauw Bakery agar dapat meningkatkan brand awareness dan juga penjualannya.

Rebranding PT. Garuda Dewata Elok

by Brandon Oey (0000009122)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E brandon.oey@student.umn.ac.id
E brandonoey13@gmail.com
PH 0896151360615



GDE Tour & Travel adalah sebuah perusahaan agensi perjalanan yang telah berdiri sejak 2005. Memasuki era teknologi digital, GDE berupaya mengembangkan usahanya dengan mengikuti perkembangan media-media digital. Hal ini secara langsung merubah model bisnis GDE yang kini melayani pelanggan dengan jasa layanan berbasis media digital online. GDE hendak membidik target market baru yaitu milenial. Milenial adalah generasi yang memandang perjalanan liburan sebagai gaya hidup utama. GDE perlu membenahi citra diri melalui perancangan ulang identitas visual, menyusun preposisi nilai perusahaan dan strategi promosi yang efektif bagi target marketnya.

Rebranding Maison Weiner Cake Shop Melalui Identitas Visual

by Clara Chryzilla (00000011032)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E clara.chryzilla@student.umn.ac.id
 E clara.chrs@gmail.com
 PH 08119238197
 P <https://www.behance.net/clarachrs>



Maison Weiner Cake Shop merupakan suatu usaha toko roti dan kue yang berdiri sejak tahun 1936 di Jakarta Pusat. Maison Weiner merupakan sebuah toko yang dikenal akan resep zaman dahulu dan juga mengusung tema Belanda. Kini, Maison Weiner ingin mengubah fokus usahanya menjadi sebuah Bakery, dimana Bakery menjual roti sebagai pemasukkan utama. Nama Cake Shop membuat pengunjung memiliki pandangan toko tersebut hanya membuat kue saja. Maka dari itu, perancangan dibuat agar Maison Weiner dapat menyesuaikan identitas visual yang baru agar dapat dibedakan oleh konsumen lewat identitas visual yang dibentuk sesuai visi misi dan fokus usahanya.

Perancangan Ulang Brand Identity Njedjamoe Shake

by Daniel (0000011815)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E daniel6@student.umn.ac.id
 E danielwijaya5@gmail.com
 PH 087833828908
 P behance.net/danielwjy
 IG: danielwjy



Njedjamoe Shake merupakan jamu siap minum dalam kemasan. Namun, Njedjamoe Shake memiliki beberapa masalah terkait dengan brandnya. Masalah tersebut adalah identitas yang dimiliki tidak sesuai dengan entitas dari Njedjamoe Shake. Selain itu, elemen brand identity yang dimiliki juga generik dan penggunaannya tidak konsisten. Dengan dilakukan penelitian terhadap Njedjamoe Shake, diharapkan mampu menghasilkan sebuah brand identity yang mampu menunjukkan entitasnya secara unik. Dengan begitu konsumen mudah mengidentifikasi dan membedakan produk-produk Njedjamoe Shake.

Perancangan Ulang Identitas Visual Gepuk Ny.Ong

by Debbie Kristina (00000010288)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E debbie.kristina@student.umn.ac.id
 E debbiekristina16121996@gmail.com
 PH 089677245332



Gepuk Ny.Ong merupakan salah satu oleh-oleh kuliner khas Bandung yang sudah berdiri pada tahun 1968 oleh Ibu Ong. Akan tetapi, Gepuk Ny.Ong dinilai memiliki identitas visual yang tidak sesuai dengan konsepnya yang ingin mengkomunikasikan sebagai produk oleh-oleh kuliner khas Bandung yang bernilai unik dan modern. Berdasarkan hasil kuesioner dan wawancara, sebagian masyarakat menganggap identitas visual Gepuk Ny.Ong memiliki konsep sederhana dan kuno dan warna yang digunakan untuk identitas visual Gepuk Ny.Ong sebagai produk kesehatan. Melalui perancangan ulang identitas visual, diharapkan dapat menggambarkan konsep yang ingin diasosiasikan oleh Gepuk Ny.Ong.

Perancangan Brand Identity Kawasan Wisata Kota Lama Semarang

by Erika Angelina Loekito Putri (0000009396)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E erika.loekitoputri@student.umn.ac.id
 E erikaangelinaa23@gmail.com
 PH 08112519000



Kota Lama Semarang merupakan kawasan wisata berbasis budaya dan memiliki banyak edukasi sejarah karena merupakan salah satu kawasan bekas peninggalan kolonial Belanda. Pada tahun 2020, Kota Lama Semarang ditargetkan untuk menjadi World Heritage oleh UNESCO, sehingga perlu untuk dirancang identitas visualnya. Branding merupakan salah satu cara untuk mengenalkan sebuah merek atau tempat kepada masyarakat agar mudah dikenali dan diingat. Oleh karena itu, penulis ingin merancang identitas visual Kota Lama Semarang sebagai tugas akhir agar kawasan tersebut dapat memiliki sebuah identitas yang kuat dan dikenal oleh masyarakat luas.

Rebranding Sokola Institute

by Eva Mega Astria (0000009185)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E eva.astria@student.umn.ac.id
 E evamega12@gmail.com
 PH 087869098652
 P [instagram.com/evave](https://www.instagram.com/evave)



Sokola Rimba didirikan pada tahun 2003 untuk memberikan pendidikan kontekstual yang sesuai dengan adat dan budaya setempat. Pada tahun 2018 Sokola Rimba secara resmi berganti nama menjadi Sokola Institute, bersamaan dengan pembaharuan visi dan misinya. Hal ini dilandasi oleh perluasan program yang dijalankan Sokola Institute di seluruh Indonesia serta penambahan misi yakni pengembangan dan penyebaran metode pendidikan Sokola Institute. Maka dari itu diperlukan rebranding dari Sokola Institute agar nilai-nilai serta visi dan misinya yang baru dapat tersampaikan dengan baik, serta untuk menciptakan image dari Sokola Institute yang bersifat institusional.

Perancangan Rebranding Komunitas Rumah Angklung Indonesia

by Filbert Etantyo (0000010913)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E filbert.etantyo@student.umn.ac.id
E filbertetantyo@gmail.com
PH 087788865688
P bit.ly/FilbertEPortfolio



Rumah Angklung Indonesia merupakan komunitas berbasis yayasan yang bergerak untuk menjejakkan kebudayaan Angklung. Perancangan ini bertujuan untuk memperkenalkan Rumah Angklung Indonesia sesuai dengan fokus yang ia miliki yang adalah pendidikan sehingga memiliki pembeda yang khas diantara pesaingannya dengan kompetitor pelestari Angklung lainnya. Perancangan ini juga bertujuan untuk mengenalkan Rumah Angklung Indonesia sebagai pusat edukasi kebudayaan yang berfokus kepada pengembangan karakter, penyejahteraan pendidikan dan ilmu pertunjukan musik melalui Angklung.

Perancangan City Branding Kota Tangerang

by Ignatius Pangestu (00000008436)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E ignatius.tresna@student.umn.ac.id
 E pangestu_ej@gmail.com
 PH 081297192326
 P IG : @ignass18



Perancangan city branding Kota Tangerang merupakan perancangan yang membahas mengenai proses pembentukan dan memperkuat identitas dari Kota Tangerang yang sudah memudar, dimana Kota Tangerang dengan segala keunggulan dan potensinya masih belum dapat teridentifikasi dengan baik karena masih sering dikaitkan dengan kota tetangganya terutama Kota Tangerang Selatan. Dengan memperkuat identitas serta citranya saat ini, diharapkan Kota Tangerang dapat bersaing dengan kota-kota lainnya dan semakin dikenal oleh masyarakat. Hasil identitas visual yang dirancang dalam city branding nantinya berupa buku pedoman standar manual yang akan menjadi acuan dalam penerapan identitas visual dalam berbagai media.

Perancangan Identitas Visual Sushi Rakyat

by Indrayudha (12120210300)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E indrayudha@student.umh.ac.id
 E indrayudha200@gmail.com
 PH 089623388003
 P instagram.com/indrasworks



Sushi adalah makanan jepang yang sangat mudah diproduksi dari segi penyajiannya. Belakangan ini restoran sushi semakin banyak ditemui di Indonesia, dari restoran sushi yang ada di mall hingga online. Sushi Rakyat adalah salah satu produk makanan sushi yang membuka kedainya di daerah Tangerang. Namun pada perkembangannya sushi rakyat belum mempunyai identitas visual yang tepat. Terlebih lagi banyak yang salah mempersepsikan Sushi Rakyat. Tujuan utama dari perancangan ini adalah membuat identitas visual yang tepat untuk sushi rakyat yang sesuai dengan persepsi yang diinginkan yaitu produk sushi yang dinikmati secara kebersamaan.

Perancangan Ulang Identitas Visual Lanang Barbershop

by Jeconiah Carel Wirianto (0000009115)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E jeconiah.wirianto@student.umn.ac.id
 E jeconiahcarel0207@gmail.com
 PH 089506484744
 P IG : Jecocare!



Lanang barbershop merupakan usaha yang bergerak dalam bidang pangkas rambut yang sudah berdiri sejak 10 tahun. Lanang barbershop menciptakan identitas visual yang bermakna tempat cukur rambut khusus bagi pria sebagai pelengkap identitas visual. Namun, hal tersebut belum dapat mengkomunikasikan visi misi dan tema yang dimiliki oleh Lanang barbershop. Dibutuhkan perancangan identitas visual yang konsisten dan sesuai dengan visi Lanang barbershop untuk mencapai identitas visual yang dapat merepresentasikan merek secara global. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana kesesuaian antara tujuan dari penelitian yang dilakukan. Maka dibuatlah Graphic standart manual dan media sekunder.

Rebranding Melalui Perancangan Ulang Identitas Visual Suwe Ora Jamu

by Jonathan Dimas (14120210502)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E jonathan.dimas@student.umn.ac.id
 E jonathandimas.design@gmail.com
 PH 085772600864
 P instagram.com/jondimss



Jamu merupakan ramuan kesehatan tradisional yang telah digunakan bangsa Indonesia sejak lama. Namun, eksistensi jamu khususnya dikalangan anak muda mulai menurun karena jamu memiliki rasa pahit dan aroma yang tidak begitu sedap. Hal inilah yang memprakarsai berdirinya Suwe Ora Jamu, sebuah kafe untuk anak-anak muda mencicipi jamu. Berdiri sejak 2013, kini Suwe Ora Jamu sudah memiliki tiga cabang dan telah mendistribusikan jamu kemasannya ke Jawa dan Bali. Namun, awareness masyarakat terhadap kafe ini masih terbilang rendah. Mayoritas responden dari kuesioner dan focus group discussion menyatakan tidak tahu tentang produk ini. Melihat fenomena tersebut, maka merancang ulang brand melalui identitas visual adalah hal yang harus dilakukan guna meningkatkan awareness mengenai Suwe Ora Jamu.

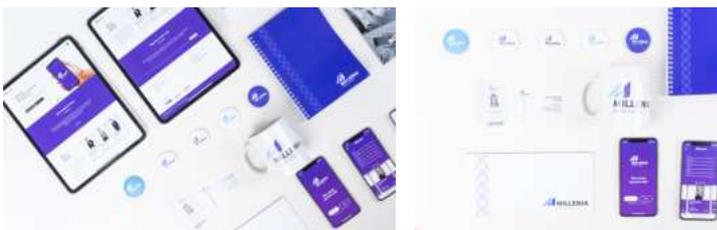
Perancangan Ulang Identitas Visual Millenia Seller Center (MSC)

by Laurentius Daryl (0000010763)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E laurentius.daryl@student.um.ac.id
 E laudaryl.id@gmail.com
 PH 082213202842
 P laurentiusdaryl



Millenia Seller Center atau MSC merupakan anak perusahaan dari CV.Indostocklots yang merupakan sistem dropship pakaian pertama yang ada di Indonesia sejak tahun 2013. Pada tahun 2010, CV.Indostocklots memiliki online shop bernama Millenia. MSC sendiri belum memiliki identitas, terlihat dari pengalaman orang yang ingin membeli produk di Millenia melalui MSC karena adanya potongan harga tertentu. Sedangkan MSC dan Millenia menjual produk yang berbeda. Berdasarkan wawancara dengan pemilik, logo MSC dibuat sendiri hanya dengan typeface Myriad Pro. Perancangan ulang identitas visual MSC ini diharapkan masyarakat dapat mengidentifikasi MSC sebagai sistem dropship dan berbeda dari Millenia.

Rebranding Marlupi Dance Academy Melalui Perancangan Identitas Visual

by Maria Magdalena Ayuningtias (0000008681)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E maria.ayuningtias@student.um.ac.id
E magdalenamaria27@gmail.com
PH 081291126626



Marlupi Dance Academy atau MDA didirikan oleh Marlupi Sijangga pertama kali sebagai sekolah balet yang berdiri sejak tahun 1956. Kini, MDA memiliki kelas balet dan modern dance yang meliputi tari jazz, hip hop dan kontemporer, dengan metode pengajaran internasional. MDA berkembang pesat hingga memiliki 41 cabang di Indonesia, dengan lebih dari 3500 murid. Namun, hingga kini MDA hanya dikenal masyarakat sebagai sekolah balet saja. Masyarakat kurang mengetahui bahwa MDA memiliki kelas tari lain selain balet. Perancangan Tugas Akhir ini dibuat untuk merancang kembali identitas visual MDA, untuk merepresentasikan MDA sebagai sekolah balet dan tari agar dapat bersaing dengan kompetitor luas.

Perancangan Ulang Identitas Visual Sasha Berry Bakery and Cake

by Maria Marcella (00000010406)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E maria.marcella@student.umn.ac.id
 E mariamarcella97@gmail.com
 PH 085710071727
 P @_mariamarcella



Sasha Berry Bakery and Cake merupakan usaha yang bergerak di bidang bakery sejak tahun 2007. Mereka selalu berinovasi untuk dapat menyesuaikan kebutuhan konsumen jaman kini. Sasha Berry Bakery and Cake ini berencana untuk mengembangkan bisnis hingga ke pasar yang lebih besar. Oleh karena itu, penting untuk memiliki identitas visual yang menarik dan unik agar konsumen dapat mempercayai toko tersebut dibandingkan kompetitor lain. Identitas visual dari Sasha Berry Bakery and Cake masih belum bisa memiliki nilai dan citra. Perancangan ulang identitas visual Sasha Berry Bakery and Cake perlu dilakukan agar dapat mencerminkan kualitas dan citra yang ingin dibangun dibenak masyarakat.

Perancangan Ulang Brand Identity Q'Rin Laundry

by Marvin Louis Honanda (0000009118)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E marvin.honanda@student.umh.ac.id
 E marvinlouish@gmail.com
 081519131323
 P instagram.com/marvinlouish
 behance.net/marvinlouish



Meningkatnya kebutuhan masyarakat modern akan layanan laundry menyebabkan persaingan yang semakin ketat pada bidang usaha ini. Untuk meningkatkan brand recognition dan awareness, sebuah brand harus dapat mengkomunikasikan citra dan keunikannya kepada publik. Q'Rin Laundry merupakan sebuah usaha laundry yang belum memiliki konsep identitas yang kuat sehingga berpengaruh pada citranya di mata publik. Oleh karena itu, penulis merancang ulang brand identity dari Q'Rin Laundry. Untuk mendukung perancangan, penulis melakukan pengumpulan data dengan metode campuran, yaitu observasi, kuesioner serta wawancara yang dilakukan terhadap pendiri Q'Rin Laundry.

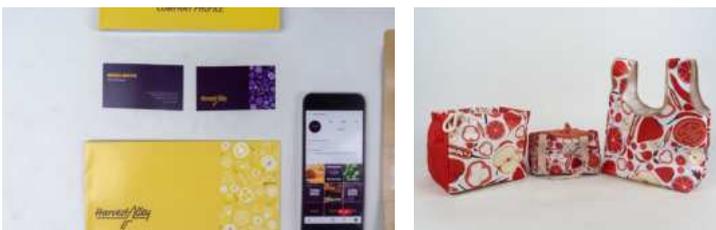
Perancangan Ulang Brand Identity Rumah Buah

by Monica Ariesta Fergus (0000008671)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E monica.fergus@student.umn.ac.id
 E monicaariestaf@gmail.com
 PH 081808321088
 P monicaariesta



Rumah Buah adalah sebuah toko buah yang terletak di daerah Jakarta, Tangerang, dan Bandung yang dulunya merupakan bagian dari Total Buah Group yang adalah sebuah usaha keluarga di bidang yang sama. Meski sudah berpisah selama 8 tahun, masyarakat masih belum bisa membedakan Rumah Buah dengan Total Buah yang justru tidak sesuai dengan alasan utama berpisahya kedua usaha tersebut. Fenomena ini dikenal juga sebagai brand confusion dan memerlukan suatu penyelesaian yaitu perancangan ulang brand Rumah Buah. Kata kunci: Rumah Buah, toko buah, brand confusion, rebranding, identitas visual

Perancangan Reposisi Brand Restoran Eka Ria

by Nicholas Vallen Pradana (0000008542)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E nicholas.pradana@student.umn.ac.id
 E nicholasvallen@outlook.com
 PH 081807580888
 P instagram.com/nicholasvallen



Eka Ria adalah salah satu Restoran Cina tertua di Jakarta, yang telah berdiri sejak 1925. Eka Ria memiliki beberapa pelanggan keluarga tetap sejak dulu. Tapi, setelah hampir seabad berjalan, muncullah kompetitor baru yang membuat persaingan kian ketat. Karena pelanggan reguler Eka Ria telah bertambah tua, generasi baru yang lebih muda kini telah mengambil alih posisi sebagai kepala keluarga. Namun, Eka Ria sendiri belum menanggapi perubahan tersebut. Identitas mereka masih sama sejak saat itu, membuatnya terlihat stagnan dan konservatif. Penulis berencana membuat strategi merancang reposisi brand untuk Eka Ria agar mendapatkan posisi yang diinginkan pada generasi baru ini.

Perancangan Rebranding Museum Pustaka Peranakan Tionghoa

by Patrick Jason Andri (0000009162)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E patrick.andri@student.umn.ac.id
 E patrickjasonandri@gmail.com
 PH 08161951016
 P behance.net/patrickjason



Museum Pustaka Peranakan Tionghoa adalah sebuah museum non-profit yang didirikan pada tahun 2011 dengan tujuan mengenalkan tokoh-tokoh etnis Tionghoa yang memiliki peran signifikan untuk negara. Atas dasar keinginan pak Azmi untuk melakukan perluasan fisik museum, aktivitas museum, dan fungsi museum, beliau akan membuat museum sah secara hukum menjadi museum sejarah. Harapan beliau untuk membuat museum lebih besar dan menjadi ruang publik sehingga lebih efektif dalam melaksanakan misi dan visinya kepada massa yang lebih besar. Perancangan rebranding untuk Museum Pustaka Peranakan Tionghoa hadir sebagai solusi untuk membantu memajukan visi dan misinya.

Perancangan Ulang Brand Identity Irama Nusantara

by Reza Aditya Syachputra (14120210299)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E reza.aditya@student.umn.ac.id
 E reza.syachputra@gmail.com
 PH 085939708956
 P behance.net/rezasyachp856e



Irama Nusantara ialah satu-satunya organisasi yang mengarsipkan karya-karya musik populer Indonesia sejak tahun 2013. Hal ini, menjadi sangat penting untuk para musisi dan pecinta musik mengenali dan mendukung Irama Nusantara. Sayangnya, para musisi dan juga music enthusiast belum mengenal dan mispersepsi terhadap brand identity yang dimilikinya. Berangkat dari permasalahan diatas, dibutuhkanya perancangan ulang brand identity untuk Irama Nusantara agar bisa dikenali dengan tepat oleh musisi dan juga pecinta musik. Dalam perancangan ini, penulis membuat brand identity dan Graphic Standard Manual sebagai kebutuhan atas permasalahan Irama Nusantara.

Perancangan Brand Identity RPP Indonesia

by Shena Angelista (14120210365)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E shena.angelista@student.umn.ac.id
E shena.angelista27@gmail.com
PH 081908980890
P behance.net/shenaangelista



RPP Indonesia merupakan sebuah restaurant yang berlokasi di Muara Karang, Jakarta Utara. Melihat peluang bisnis restaurant yang baik, penulis ingin membuat brand identity karena terdapat masalah internal sehingga terjadi perpecahan pada Ropang Plus - Plus, maka terciptalah RPP dan Ropang Plus - Plus di tempat yang berbeda. Namun, belum adanya identitas visual membuat RPP split untuk berkembang. Dengan adanya brand identity yang tepat, diharapkan RPP Indonesia mampu bersaing dan mengembangkan bisnis lebih baik kedepannya.

Rebranding RM Singgalang Jaya Melalui Perancangan Identitas Visual

by Stefan (00000011740)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E stefan@student.um.ac.id
E stefanardjo@gmail.com
PH 081383171204



Alasan memilih RM Singgalang Jaya sebagai topik dikarenakan memiliki masalah yang belum bisa dipecahkan dari pihak RM Singgalang Jaya dan topik ini dipilih karena memiliki keunggulan yang unik. Rumusan masalahnya yaitu bagaimana merancang identitas visual RM Singhalang Jaya agar ada perubahan dan bagaimana pembuatan GSM RM Singgalang Jaya agar bisa konsisten. Metode yang penulis gunakan yaitu kualitatif dan kuantitatif dengan wawancara dan kuisioner.

Perancangan Brand Identity Wisata Edukasi Seni Budaya Eco Bambu Cipaku

by Tamara Christy (0000010772)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E tamara.christy@student.umn.ac.id
 E tamarachristy06@gmail.com
 PH 087809110610
 P @tamarachrsty



ECO Bambu Cipaku merupakan sebuah obyek wisata edukasi seni budaya Sunda dengan visi misi melestarikan seni budaya di Indonesia, khususnya Jawa Barat. Selain mendapat ilmu pengetahuan secara lisan atau pertunjukkan, di tempat ini pengunjung terlibat sepenuhnya pada praktek alam yang asri. Edukasi yang disajikan berupa alat musik tradisional, permainan tradisional, mengolah jajanan tradisional, seni tari, seni lukis dan festival seni budaya. Dibalik itu semua, ECO Bambu Cipaku belum memiliki sistem visual yang selaras, serta adanya perluasan segmentasi, sehingga dibutuhkan perancangan brand identity wisata edukasi seni budaya ECO Bambu Cipaku.

Perancangan Ulang Identitas Visual Iko Gantinyo

by Vian Maselyn (000000831)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E Vian.maselyn@student.umn.ac.id
 E Maselynvian@gmail.com
 PH 085881852440
 P Vianmaselyn



Iko Gantinyo merupakan es durian khas Padang yang sudah berdiri sejak tahun 1986 dan sudah memiliki beberapa cabang di Indonesia. Sejak awal sampai sekarang, iko gantinyo mengalami pergeseran target konsumen dan memiliki asosiasi yang salah terhadap brandnya. Oleh karena itu dibutuhkan perancangan ulang identitas Iko Gantinyo

Perancangan Identitas Visual Maritim

by Vostino Immanuel (00000010432)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E vostino.immanuel@student.umn.ac.id
E vostinotanod@gmail.com
PH 08118876400
P [behance.net/vostinotanod](https://www.behance.net/vostinotanod)



Maritim merupakan brand fashion & aksesoris pria yang menjadi solusi dari Voyej untuk melakukan mass production yang efisien biaya & waktu dengan menggunakan bahan dasar kulit lokal dan mesin jahit. Maritim dengan harga produk lebih ekonomis diharapkan mampu menjadi main revenue stream dari Voyej. Untuk dapat diidentifikasi konsumen sebagai produk yang berbeda, dibutuhkan identitas visual baru bagi Maritim. Penulis merancang dan menghasilkan identitas visual Maritim berupa buku GSM, collateral, promotional materials, dan merchandise.

Brand Rejuvenation Museum Bahari Jakarta

by Yusak Yosefianus (0000009064)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E yusak.yosefianus@student.umn.ac.id
 E joesakjosefianoes@gmail.com
 PH 085102501727
 P instagram.com/joesakjosefianoes
 be.net/joesakjosefianoes
 medium.com/@joesakjosefianoes



Museum Bahari Jakarta didirikan atas dasar perwujudan perhatian terhadap sejarah bahari Indonesia yang merupakan negara bahari. Minat dan apresiasi masyarakat Jakarta yang semakin tinggi terhadap museum menjadikan beberapa museum di Jakarta yang melakukan kegiatan branding mengalami kenaikan jumlah pengunjung. Oleh karena itu dilakukan brand rejuvenation terhadap Museum Bahari Jakarta sehingga Museum Bahari Jakarta dapat terus bersaing dengan museum lainnya, dalam segi identitas visual hingga proses promosi dan komunikasi. Data yang telah didapat menghasilkan core idea yang kemudian diaplikasikan melalui identitas visual berupa logo, graphic standard manual, poster, brochure, dan website.

Perancangan Ulang Brand Identity Kaose Ethnicholic Solo

by Yustinus Giovanni Sarwono (00000012347)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E yustinus.sarwono@student.umn.ac.id
E giyo.giyo.bi@gmail.com
PH 082112737120



Kaose Ethnicholic Corner Solo merupakan sebuah brand pakaian batik dari kota Solo. Kaose memproduksi berbagai pakaian bermotif batik hasil modifikasi dari motif yang ada. Sebagai sebuah brand, Kaose memiliki target jangka panjang untuk bisa menjadi toko oleh-oleh daerah khas kota Solo. Namun, setelah melakukan penelitian, tingkat awareness dan persepsi pada brand Kaose masih sangat rendah dan cenderung negatif. Maka dari itu dapat dirumuskan sebuah masalah bagaimana merancang ulang brand identity Kaose dengan tujuan membantu Kaose untuk mencapai misinya. Melalui perancangan ini, diharapkan dapat terbentuknya sebuah persepsi baru untuk brand Kaose, terutama dikalangan target pembelinya.

Campaign

178	Christa Livia Widyanto	199	Christabel Aradyta
179	Dio Abby Dharma	200	Claudia Susanto Karyo
180	Dwi Oktoriana	201	Edwin
181	Eva Monica Hana Suryadinata	202	Elisabeth Silvana Effendi
182	Everalda Oktavian	203	Eprillio Almosyar
183	Gusti Nuzulia Rahmi	204	Evaniawati Salim
184	Irma Priandhi	205	Fandu Winata
185	Janice Claudia	206	Leviathan Crista Umimichi
186	Jennifer Anastasia Simon	207	Liko Sukhoy Dwihandoko
187	Jennyfer Alberrica Sutanto	208	Lydia Nathania
188	Jocelin Junita Luke	209	Marcelline Dinda Sekar A
189	Laurencia Cindy Saputra	210	Marsella Andela
190	Lulu Annisa	211	Nadya
191	Maria Lysa	212	Natasha Febriyanti
192	Rizky Yohanes	213	Patrick
193	Teresa Diana Japaris	214	Priska Ayuning Kurnia
194	Thomas William Zaoputra	215	Virginia Arumdhari T
195	Valencia Saputra	216	Vito Rahardian Dwiputra
196	Yoab Anderson		
197	Alvita Jane Hidayat		
198	Chris Andrian		

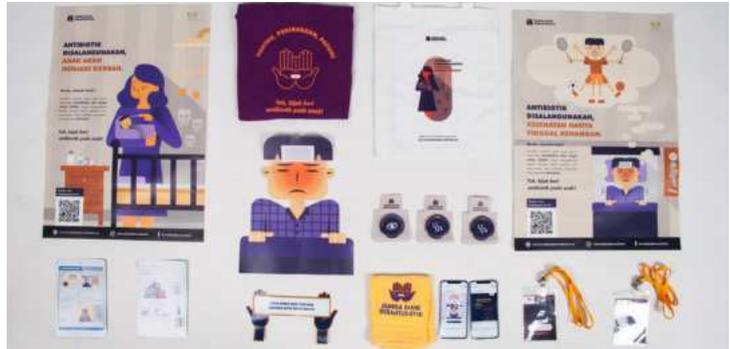


35 KONTRI
-BUTOR

35 TOTAL
KARYA

Perancangan Kampanye Sosial Mengurangi Penggunaan Antibiotik Pada Penyakit Harian Anak

by Christa Livia Widyanto (0000009984)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E christa.widyanto@student.umn.ac.id
 E xtalivia@gmail.com
 PH 081230041074
 P Instagram: @xtalivia



Antibiotik memiliki dampak positif dan negatif. Positifnya adalah sebagai salah satu jenis pengobatan untuk membunuh bakteri dalam tubuh. Negatifnya, jika digunakan secara berlebihan akan menimbulkan resistensi antibiotik. Masyarakat memiliki pola pikir yang salah bahwa antibiotik adalah obat segala penyakit, padahal tidak. WHO dan Kemenkes Indonesia, Nila Moeloek, menyatakan bahwa resistensi antibiotik merupakan ancaman serius dan memerlukan kepedulian masyarakat luas untuk melakukan pencegahan sejak dini. Sejak dini yang dimaksud adalah sejak orang pertama kali mengonsumsi antibiotik, yaitu sejak masih anak-anak. Oleh karena itu, maka diperlukan perancangan kampanye sosial mengurangi penggunaan antibiotik pada penyakit harian anak.

Perancangan Kampanye Sosial Mengenai Donor Apheresis

by Dio Abby Dharma (14120210463)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E dio.abby@student.umn.ac.id
 E dio.abby46@gmail.com
 PH 085959899101



Perancangan kampanye sosial ini dibuat bertujuan untuk meningkatkan minat masyarakat untuk melakukan donor Apheresis, sekaligus mengurangi tingkat kematian akibat kanker di Indonesia. Donor Apheresis merupakan sebuah proses pendonoran melalui mesin Apheresis. Sel yang di ambil hanyalah Trombosit. Pendonor Apheresis di Indonesia masih terbilang cukup rendah, oleh sebab itu perancangan kampanye ini dibuat. Penulis menggunakan metode kuantitatif dan kualitatif dalam mengumpulkan data.

Perancangan Kampanye Sosial Mencegah Agresivitas Fisik Penggemar K-pop Untuk Usia 15-25 Tahun

by Dwi Oktoriana (00000011436)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E dwi.oktoriana@student.umn.ac.id
 E dwi.oktoriana@hotmail.com
 PH 081290883270
 P Instagram: @frdwioktoriana



Perancangan kampanye sosial ini dibuat dengan tujuan untuk mencegah agresivitas fisik penggemar K-pop khususnya untuk usia 15 sampai 25 tahun. Adanya beberapa insiden yang terjadi akibat agresivitas fisik penggemar K-pop yang merugikan idol K-pop di Bandara pada beberapa tahun terakhir. Tidak hanya itu, sesama penggemar K-pop juga mengalami hal tidak menyenangkan dalam konser K-pop akibat keagresifan penggemar lainnya. Dalam proses pembuatan kampanye sosial, penulis menggunakan metode teori kampanye Ostegard. Perancangan kampanye sosial ini menggunakan metode pengumpulan data gabungan (campuran), yaitu kuantitatif dan kualitatif untuk mendapatkan data terkait perancangan kampanye sosial ini.

Perancangan Kampanye Sosial Dampak Negatif Penggunaan Rokok Elektrik

by Eva Monica Hana Suryadinata (0000008611)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E eva.hana@student.umn.ac.id
 E evamonica13@gmail.com
 PH 08998797912
 P Instagram: @evamonica



Pemilihan topik dikarenakan banyaknya asumsi masyarakat mengenai rokok elektrik yang lebih baik dari pada rokok konvensional (tembakau). Kenyataannya bahwa rokok elektrik sama berbahayanya dengan rokok konvensional karena memiliki zat yang bersifat karsinogen dan menyebabkan kanker. Penulis ingin memberitahukan kepada masyarakat bahwa rokok elektrik sama berbahayanya dengan rokok konvensional. Bahwa dengan menggunakan rokok elektrik untuk berhenti merokok tembakau hanyalah sia-sia. Sehingga rumusan masalah dari topik ini adalah bagaimana merancang visualisasi kampanye sosial bahaya rokok elektrik bagi kesehatan.

Perancangan Kampanye Sosial Pengawasan Konten Digital pada Gawai untuk Anak

by Everalda Oktavian (00000010387)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E everalda.oktavian@student.umn.ac.id
 E everaldaoh@gmail.com
 PH 081905265582



Banyak orangtua kini membesarkan anaknya beserta dampingan teknologi baik televisi, gawai, internet, dan lainnya. Perkembangan teknologi yang pesat ini tentunya dimanfaatkan oleh banyak, terutama oleh orangtua dengan tujuan untuk memperluas pengetahuan anak dan juga sebagai sarana hiburan. Sayangnya, Perkembangan ini tidak dimanfaatkan se-sesuaiinya. Menunjukkan anak tata penggunaan teknologi lebih spesifik gawai seperti smartphone dan tablet adalah hal yang umum untuk dilakukan, tetapi tidak banyak yang dapat mengawasi konten ataupun waktu yang terekspos kepada anaknya.

Perancangan Kampanye Sosial Mengenai Gaya Hidup Sehat Bagi Ibu Hamil

by Gusti Nuzulia Rahmi (0000009873)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E gusti.nuzulia@student.umn.ac.id
 E nuzulia24r@gmail.com
 PH 082159022004



Gaya hidup sehat bagi ibu hamil diperlukan untuk menunjang kesehatan janin yang ada dalam rahimnya. Janin yang sehat dapat tumbuh dan berkembang dengan baik serta terhindar dari berbagai gangguan yang bisa membahayakannya. Sekarang ini banyak kehamilan dengan gaya hidup tidak sehat yang diterapkan oleh ibu hamil yang dapat berpengaruh kepada janin sang ibu. Gaya hidup sehat bagi ibu hamil menjadi hal penting dan mendapat perhatian lebih, karena akan sangat mempengaruhi kondisi janin di dalam kandungan.

Perancangan Kampanye Sosial SOPAN

by Irma Priandhi (00000010458)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E Irma.priandhi@student.um.ac.id
 E lrmapiandhi16@gmail.com
 PH 082172206292



Orang tua merupakan peran yang sangat penting bagi anak dan dijadikan sebagai wadah utama yang dapat memberikan kenyamanan. Peranan orang tua dalam mengasuh anak memiliki pengaruh yang paling besar dalam membwtuk kepribadian anak. Kerap terjadi kesibukan karir yang dimiliki orang tua membuat mereka kesulitan untuk meluangkan waktu bersama anak, bahkan justru meluapkan emosi dari persoalan pekerjaan mereka kepada anak di rumah. Hal tersebut membuat anak mencari perhatian ke tempat lain yang cenderung memberi dampak buruk bagi perkembangan ilmunya.

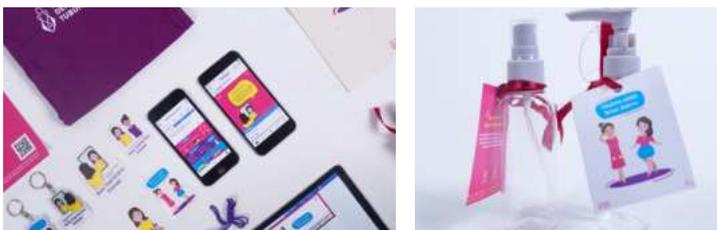
Perancangan Kampanye Sosial Tentang Mencegah Body Dysmorphic Disorder Untuk Remaja Putri

by Janice Claudia (00000010989)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E janice.claudia@student.umn.ac.id
 E janjanclaudia@gmail.com
 PH 082110102223



Body Dysmorphic Disorder adalah kondisi dimana pasien biasanya merasa cemas terhadap penampilan fisik mereka dan berpikir bahwa tubuh mereka mengidap kelainan atau defek tertentu baik yang memang nyata maupun hanya imajinasi pasien saja. Pembuatan kampanye ini bertujuan untuk memberikan kesadaran kepada seluruh remaja putri tentang Body Dysmorphic Disorder. Kampanye ini dilatar belakangi dengan banyaknya remaja putri yang tidak puas, tidak percaya diri dan sangat terobsesi dengan bentuk tubuh yang ideal sehingga rela berkorban melakukan hal-hal yang tidak wajar seperti selalu bercermin, memikirkan sesuatu defek pada tubuh yang tidak terlihat bahkan tidak ada secara terus menerus, sering melakukan operasi plastik, olahraga dan diet ketat yang bisa berujung pada kematian. Tidak hanya itu, mereka juga tidak mengetahui apa arti dari Body Dysmorphic Disorder.

Perancangan Kampanye Sosial Gangguan Psikosomatis

by Jennifer Anastasia Simon (0000009491)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E jennifer.simon@student.umn.ac.id
E jenipelas@hotmail.com
PH 081932105117



Masyarakat di Indonesia terutama di usia dewasa awal beresiko mengalami gangguan psikosomatis. Salah satu faktor utama munculnya gangguan psikosomatis adalah beban pikiran dan stress yang berkelanjutan sehingga berdampak sampai ke fisik. Secara psikologis, masa dewasa awal merupakan masa dimana banyak dari mereka, khususnya mahasiswa serta pekerja di bidang kreatif, memiliki ambisi dalam menunjukkan prestasi dan kemampuannya. Namun, hal tersebut cenderung menimbulkan stress dan beban pikiran yang sulit dihindari karena tantangan pekerjaan yang dihadapi sehingga mereka beresiko terkena gejala psikosomatis. Oleh karena itu, pemahaman serta penanganan gangguan psikosomatis yang tepat perlu dilakukan lewat kampanye sosial.

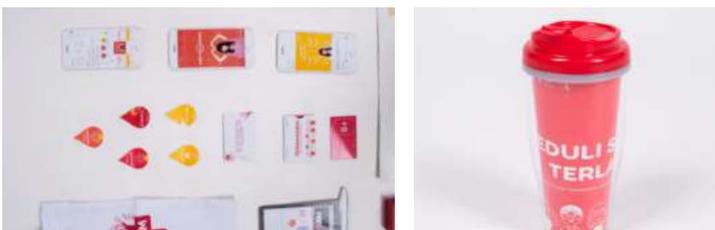
Kampanye Sosial Donor Darah untuk Memenuhi Kebutuhan Kantung Darah Bagi Pasien Thalassemia di Tangerang

by Jennyfer Alberrica Sutanto (0000008983)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E jennyfer.sutanto@student.umn.ac.id
 E jennyferjennyfer12@yahoo.com
 PH 081904861997



Thalassemia merupakan penyakit genetik yang diturunkan dari orangtua ke anak mereka. Penyakit Thalassemia merupakan penyakit kronis yang diderita seumur hidup dan satu-satunya cara untuk mengobati penyakit ini adalah dengan melakukan transfusi darah dalam satu bulan sekali. Sedangkan, PMI kerap kali tidak dapat memenuhi kebutuhan kantong darah terutama pada bulan puasa, lebaran, pasca lebaran, dan hari libur lainnya. Selain itu, masih banyak masyarakat yang mengurungkan niat untuk donor darah karena berpegang teguh pada mitos-mitos yang tidak benar mengenai donor darah. Perancangan kampanye sosial ini memiliki tujuan untuk memberikan informasi mengenai penyakit Thalassemia kepada masyarakat agar dapat mencegah menurunnya gen Thalassemia kepada anak mereka dan memberi edukasi kepada masyarakat mengenai donor darah serta manfaatnya.

Perancangan Kampanye Sosial Meningkatkan Efektivitas Komunikasi Antara Orang Dengar dan Orang Tuli

by Jocelin Junita Luke (0000009022)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E jocelin.luke@student.umn.ac.id
 E jocelinjo21@gmail.com
 PH 081381480570
 P Instagram : @jocelinjunitaluke



Dalam kehidupan manusia, komunikasi sudah setara dengan kebutuhan primernya. Namun, ada orang-orang yang tidak dapat berkomunikasi secara verbal dengan baik, yaitu orang Tuli. Orang Tuli adalah orang yang mengalami gangguan pendengaran, sehingga mereka tidak dapat berkomunikasi layaknya orang lainnya. Orang Tuli hidup dengan kebudayaan Tuli, dimana mereka berkomunikasi dengan bahasa isyarat. Namun bahasa isyarat bukan satu-satunya cara berkomunikasi dengan orang Tuli, masih banyak hal sederhana yang bisa kita lakukan untuk dapat berkomunikasi dengan orang Tuli.

Perancangan Kampanye Sosial Stop Victim Blaming pada Perempuan Korban Pemerkosaan

by Laurencia Cindy Saputra (14120210399)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E laurencia.cindy@student.umn.ac.id
 E laurenciacindys@gmail.com
 PH 082114280047
 P Instagram : @laurenciapx



Victim blaming adalah perilaku yang menyalahkan korban ketidakadilan dan dapat terjadi pada berbagai kasus dan salah satunya adalah kasus pemerkosaan perempuan. Padahal, victim blaming memiliki dampak negatif bagi korban. Dampak negatif dari perilaku ini selain menimbulkan stress dan depresi serta depresi berkelanjutan bahkan sakit secara fisik karena depresi, juga dapat mengakibatkan tindakan bunuh diri jika tidak ditangani. Namun, masih banyak orang yang melakukan victim blaming karena mereka tidak tahu dampak negatif dari perilaku tersebut. Hal ini dibuktikan dari penelitian yang dilakukan melalui wawancara kepada beberapa orang yang ahli dibidang perempuan dan kasus pemerkosaan dan penyebaran kuisioner kepada laki-laki dan perempuan usia 27-41. Ketidaktahuan masyarakat ini menimbulkan masalah dilingkungan.

Perancangan Kampanye Sosial Mengurangi Penggunaan Alat Makan Plastik Satu Kali Pakai

by Lulu Annisa (0000012519)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E lulu.annisa@student.umn.ac.id
 E luluanisa06@gmail.com
 PH 087784223754
 P <https://issuu.com/luluannisa>



Alat makan merupakan objek yang sering dipakai untuk melakukan kegiatan makan. Alat makan memiliki berbagai macam bahan. Dari yang berbahan stainless, kaca dan berbahan plastik. Penggunaan alat makan plastik satu kali pakai menyebabkan sampah plastik semakin banyak. Selain itu, penggunaan alat makan plastik satu kali pakai dapat berdampak negatif pada kesehatan setiap individu, lingkungan, pangan, dan bahkan hewan. Untuk meminimalisir sampah plastik, masyarakat dapat menanggulangi dengan mengurangi penggunaannya. Melihat permasalahan yang ada, masyarakat harus lebih peduli dengan apa yang mereka gunakan dan bagaimana dampaknya.

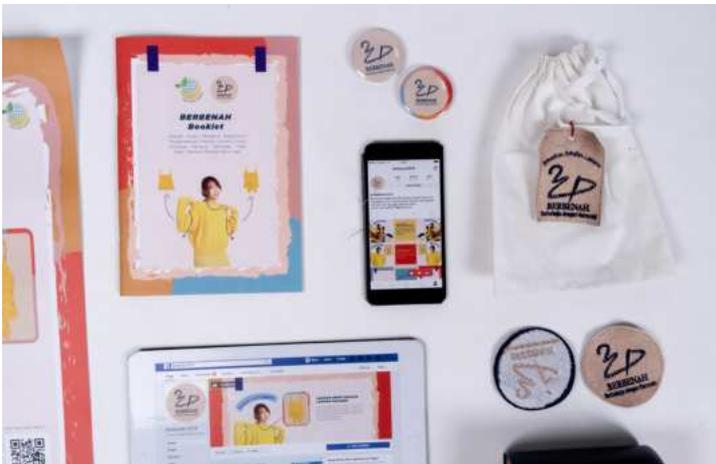
Perancangan Kampanye Sosial Mengurangi Konsumsi Pakaian Berlebihan Dengan Metode Slow Fashion

by Maria Lysa (0000010624)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E maria.lysa@student.umn.ac.id
 E marialysa81@gmail.com
 PH 081314795177
 P Instagram: @marialysa



Produk pakaian hasil produksi massal menggunakan bahan sintesis dan bahan-bahan kimia, sehingga pencucian pakaian yang baru dibeli menyebabkan serat-serat zat kimia larut ke perairan sehingga mencemari lingkungan laut. Jika hal ini terus berlangsung tanpa penanganan, maka terjadinya perubahan iklim dari tercemarnya lingkungan. Oleh karena itu, dengan membuat pakaian tak terpakai menjadi baru lagi tanpa harus membeli pakaian baru sehingga membantu meminimalisir terjadinya pencemaran tersebut. Ajakan mengurangi konsumsi pakaian baru berlebihan dengan mengkreasikan pakaian tak terpakai menjadi baru dilakukan dengan perancangan kampanye sosial.

Perancangan Kampanye Sosial Tentang Keunikan Taman Tematik di Kota Tangerang

by Rizky Yohanes (14120210392)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E rizky.yohanes@student.umn.ac.id
E rizkyohanes@gmail.com
PH 085959626714
P Instagram : @Rizky_yohanes



Penulis memilih topik tentang taman tematik di Kota Tangerang karena taman mempunyai peran cukup penting di dalam perkotaan. Penulis juga ingin mengajak serta memberikan informasi tentang taman – taman tematik yang berada di Kota Tangerang. Rumusan masalah pada tugas akhir yaitu bagaimana cara merancang kampanye sosial yang tepat sasaran tentang taman tematik di Kota Tangerang kepada masyarakat dengan usia sekitar 17 – 24 tahun.

Perancangan Kampanye Sosial Mengenai Penyakit Aritmia Bagi Remaja

by Teresa Diana Japaris (0000008522)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E Teresa.japaris@student.umn.ac.id
 E Teresadianajaparis.19@gmail.com
 PH 087785302131
 P Instagram @teresadianaa_



Aritmia merupakan penyakit jantung yang belum dikenali oleh masyarakat Indonesia, khususnya remaja. Remaja hanya mengenali penyakit jantung yang umum seperti penyakit jantung koroner atau gagal jantung, dan menganggap penyakit jantung adalah penyakit yang hanya diderita oleh orang tua. Namun sebagian besar orang yang meninggal karena penyakit jantung koroner memiliki riwayat penyakit aritmia, dan remaja beresiko lebih besar untuk terkena penyakit aritmia ini. Padahal, aritmia dapat diobati jika cepat didiagnosis sejak dini dan ditangani secara tepat.

Perancangan Kampanye Sosial Penanggulangan Bystander Effect

by Thomas William Zaoputra (14120210535)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E thomas.william@student.umn.ac.id
 E zaoputrawilliam@yahoo.com
 P 081290883270
 P Instagram: williamzao | Behance: William Zaoputra



Kerumunan atau bystanders, dalam istilah psikologi mempunyai peran sangat penting dalam menentukan keselamatan korban setiap kali suatu kecelakaan baru saja terjadi. Sedangkan kecelakaan itu sendiri merupakan sebuah hal yang bersifat spontan, tidak dapat dikendalikan dan dapat menimbulkan kerugian baik itu berdampak pada manusia maupun lingkungan sekitarnya. Setiap kali ada kecelakaan yang baru saja terjadi pada umumnya sebuah kerumunan pun akan terbentuk. Namun sayangnya dikarenakan oleh tekanan sosial, pembagian tanggung jawab (diffusion of responsibility), serta berbagai unsur lainnya, mayoritas bystander hanya menyaksikan korban di sekitar tempat kejadian perkara (TKP) dan tidak langsung turun tangan dalam membantu korban. Fenomena Bystander Effect ini sudah diketahui memakan banyak korban jiwa di berbagai negara di seluruh dunia.

Perancangan Kampanye Sosial untuk Menanamkan Kebiasaan Jalan Kaki

by Valencia Saputra (0000011872)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E Valencia@student.umn.ac.id
 E Valencia33.vc@gmail.com
 PH 081290280112
 P Instagram: @valenciaa33



Jalan kaki merupakan aktivitas termudah tanpa menggunakan alat dan dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja oleh siapa pun. Begitu banyak manfaat yang akan didapatkan jika berjalan kaki secara rutin. Salah satunya adalah mengurangi faktor resiko penyakit tidak menular seperti penyakit jantung, obesitas, kanker, dll. Sayangnya budaya berjalan kaki di Indonesia masih sangatlah kurang. Maka dari itu perlu adanya sebuah kampanye sosial untuk menumbuhkan budaya jalan kaki dari usia 6-12 tahun, mampu untuk mengurangi kematian penyakit tidak menular.

Perancangan Kampanye Sosial Bagaimana Penanganan Hipotensi yang Benar

by Yoab Anderson (0000010306)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E Yoab.anderson@student.umn.ac.id
 E Yoab.anderson@gmail.com
 PH 087886647496
 P www.portfoliobox.com/yoabanderson



Hipotensi atau tekanan darah rendah adalah kondisi dimana tekanan darah dalam tubuh manusia berada pada 90/60 MmHg. Banyak masyarakat pada masa sekarang ini belum mengetahui dampak bahaya dari penyakit hipotensi ini serta bagaimana harus menangani hipotensi atau penyakit tekanan darah ini. Dampak dari hipotensi ini adalah usus iskemia, penyakit jantung, stroke, serta gagal ginjal. Maka dari itu perlu adanya kampanye sosial agar masyarakat maupun penderita hipotensi mengetahui bagaimana harus menangani penanganan hipotensi yang benar. Penggunaan website dan motion graphic memudahkan audiens yang berusia 20 tahun keatas untuk memahami informasi bagaimana penanganan hipotensi yang benar. Sehingga tidak adanya lagi atau berkurangnya masyarakat atau penderita hipotensi yang tidak mengetahui bagaimana penanganan hipotensi yang benar.

Perancangan Kampanye Meningkatkan Kesadaran Remaja Terhadap Sindrom Ovarium Polikistik

by Alvita Jeane Hidayat (0000008718)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E alvita.hidayat@student.umn.ac.id
 E alvitajeane@gmail.com
 PH 087887698859
 P [behance.net/alvitajeane](https://www.behance.net/alvitajeane)



Topik yang diangkat sebagai tugas akhir adalah mengenai Sindrom Ovarium Polikistik. Sindrom tersebut sangat umum diderita oleh wanita berusia reproduksi. Namun untuk saat ini, di Indonesia banyak wanita yang tidak mengetahui tentang sindrom ini, terutama remaja. Padahal sindrom ini dapat diderita sejak remaja. Atas dasar itu, penulis berencana untuk membuat kampanye untuk meningkatkan kesadaran remaja terhadap Sindrom Ovarium Polikistik agar dapat diatasi sejak dini. Penulis ingin memberikan pesan bahwa wanita bisa mencapai mimpi-mimpinya dengan pola hidup yang sehat, dan dengan pola hidup sehat para wanita bisa terhindar dari Sindrom Ovarium Polikistik.

Perancangan Kampanye Sosial Penanganan Anak yang Menyandang Epilepsi bagi Keluarga

by Chris Andrian (00000011518)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

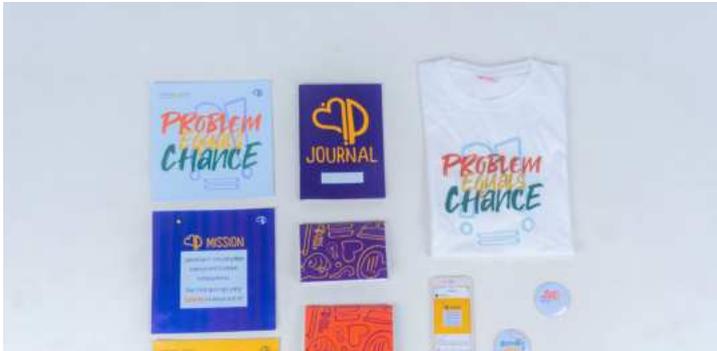
E chris.andrian@student.umn.ac.id
 E andrian.chris@gmail.com
 PH 08121000660



Epilepsi atau lebih dikenal sebagai ayun oleh masyarakat Indonesia adalah suatu penyakit yang menyerang bagian saraf otak dan tidak memandang jenis kelamin maupun usia. Sayangnya, banyak stigma buruk yang masih beredar seputar epilepsi membuat keluarga seringkali kurang mendalami tentang epilepsi, bahkan menutupi keadaan sang penyandang epilepsi. Tidak jarang penyandang epilepsi meninggal karena keteledoran dari keluarga dan orang-orang terdekat penyandang tersebut. Oleh karena itu, dibutuhkan suatu kampanye sosial bagi keluarga yang memiliki saudara penyandang epilepsi tersebut agar dapat mengatasi permasalahan secara efektif.

Perancangan Kampanye Mengenai Growth Mindset Untuk Melawan Depresi

by Christabel Aradyta (00000010534)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E christabel.aradyta@student.umn.ac.id
 E christabel.aradyta@gmail.com
 PH 08388697912



Cara seseorang memandang kehidupan akan menentukan cara orang tersebut menjalankan kehidupannya yang disebut juga sebagai pola pikir. Pola pikir negatif dan pesimistis membawa dampak negatif pula, salah satunya depresi yang telah menjadi salah satu penyakit psikologis paling banyak diderita di dunia, dan seringkali disebabkan oleh pikiran negatif dalam diri sendiri. Dapat diatasi dengan mengadopsi pola pikir yang positif atau disebut juga growth mindset dalam dunia psikologi. Oleh karena itu penulis melakukan perancangan kampanye mengenai growth mindset agar masyarakat mengenal lebih pola pikir optimis dan dapat hidup dengan penuh harapan.

Perancangan Kampanye Sosial Sarapan Sehat bagi Mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara

by Claudia Susanto Karyo (0000009296)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E claudia.karyo@student.umn.ac.id
 E claudiasusanto13@gmail.com
 PH 085695553913



Sarapan adalah asupan makanan pertama yang dilakukan setelah bangun tidur sebelum beraktivitas. Sebanyak 26,1% anak di Indonesia hanya mengonsumsi minuman sebagai sarapan, seperti air putih, teh, maupun susu. Sedangkan mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara yang belum memiliki kebiasaan untuk sarapan sebesar 63%. Memulai hari dengan sarapan dapat membuat lebih fokus dan memiliki energi dalam menjalani hari. Dengan minat dan pemahaman mahasiswa terhadap sarapan sehat yang masih sangat rendah, maka salah satu cara untuk meningkatkan kesadaran tersebut adalah kampanye yang diharapkan dapat meningkatkan kebiasaan sarapan mahasiswa UMN. Perancangan kampanye ini dilakukan di daerah Tangerang.

Kampanye Sosial Tentang Bahaya Kanker Prostat

by Edwin (13120210179)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E edwin4@student.umn.ac.id
 E edwin.stujiadi@gmail.com
 PH 081219753103
 P edwin_sutjadi



Prostat merupakan organ berkemih yang ada didalam tubuh semua pria yang berperan sebagai alat reproduksi pria. Saat terkena penyakit pada organ tersebut biasanya banyak menimbulkan masalah pada kemih dan juga masalah reproduksi pada pria. Kini penyakit prostat banyak sekali menyerang pria terutama yang sudah berumur lebih dari 50 tahun keatas dan salah satunya adalah kanker prostat. Masyarakat di Indonesia masih banyak yang belum begitu sadar akan penyakit tersebut sehingga sering disepelekan. Ketidaksadaran tersebut membuat penyakit ini banyak menyerang kalangan pria yang sudah berumur dan biasanya kanker prostat baru diketahui saat sudah memasuki stadium 2.

Kampanye Sosial Bahaya Tidur Dekat Smartphone

by Elisabeth Silvana Effendi (0000008835)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E elisabeth.effendi@student.umn.ac.id
 E silvanaeffendiii@gmail.com
 PH 082298785795



Perkembangan smartphone semakin berkembang pesat. Di mana banyak orang setiap kali mereka selalu bermain dengan smartphone mereka, seperti saat menjelang tidur dan mereka masih bermain smartphone. Penulis melihat bahwa kini masyarakat sangat tergantung pada smartphone. Oleh karena itu, penulis membuat kampanye sosial mengenai bahaya tidur dengan smartphone sehingga orang tahu bahwa tidur di dekat smartphone akan membuat masalah kesehatan semakin buruk.

Perancangan Kampanye Sosial Aksi Tanam 25 Pohon Untuk Bumi

by Eprillio Almosyar (13120210179)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E eprillio.almosyar@student.umn.ac.id
 E almosyar@gmail.com
 PH 085710781733
 P @almosyarilio



Aksi Tanam 25 Pohon Untuk Bumi merupakan sebuah partisipasi dari kita sebagai manusia untuk menjaga kelestarian bumi, tetapi ini menjadi gerakan ketika perubahan iklim sudah datang . Aksi ini merupakan rasa terimakasih manusia untuk bumi sebagai mana tempat tinggal mereka. Dengan menanam pohon kalian menanam sebuah kebaikan bagi kehidupan di lingkungan sekitar, manfaatnya dirasakan oleh banyak makhluk hidup. Hal ini menjadi upaya untuk menumbuh kembangkan budaya cinta menanam pohon sedari dini.

Perancangan Kampanye Sosial Stop Mengonsumsi Penyu di Indonesia

by Evaniawati Salim (0000010576)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E evaniawati.salim@student.umn.ac.id
 E evaniawatisalim869@gmail.com
 PH 081906046673
 P ishikawa_lee_hyo_ha



Penyu merupakan hewan reptilia yang saat ini sedang terancam punah. Ada sebanyak 7 jenis penyu di dunia dan diantaranya sebanyak 6 jenis ada di Indonesia. Banyak orang yang masih gemar untuk mengonsumsi penyu di era modern ini. Sehingga dengan permasalahan tersebut yang membuat akhirnya penulis membuat sebuah kampanye sosial untuk dapat menghentikan pengonsumsi penyu. Karena penyu bukanlah hewan yang baik dikonsumsi serta sudah terdapat peraturan perundang-undangan yang melindungi penyu. Namun, akibat kurangnya pengetahuan masyarakat mengenai hal tersebut membuat penyu menjadi punah perlahan-lahan.

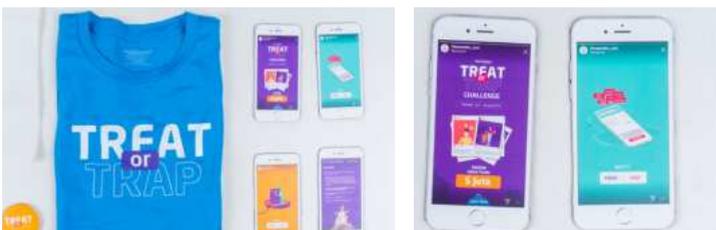
Perancangan Advertising Campaign Aplikasi Digital Finansialku

by Fandu Winata (13120210179)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E fandu.winata@student.umn.ac.id
 E winatafandu@gmail.com
 PH 082119536868
 P [fandu.winata](#)



Milenial dan keuangan sebuah topik yang terus menjadi perbincangan dikarenakan sifat dan perilaku dalam hal finansial menjadi sebuah kendala dalam mengatur serta merencanakan keuangan. Finansialku hadir sebagai platform aplikasi digital yang memberikan solusi atas permasalahan keuangan milenial. Namun Finansialku masih belum banyak diketahui dan positioning yang masih keliru dibenak masyarakat tentang aplikasi ini khususnya di generasi milenial. Ada tiga hal besar yang dilakukan dalam perancangan ini yaitu untuk membangun kesadaran brand dibenak masyarakat, memberi pertimbangan keputusan dan melakukan aksi untuk mengunduh aplikasi ini.

Perancangan Kampanye Sosial mengenai Teliti Sebelum Membeli Kosmetik

by Leviathan Crista Umimichi (00000009921)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E leviathan.umimichi@student.umn.ac.id
 E via_crista@hotmail.com
 PH 087878187591
 P @umimichiii.id



Kampanye ini bertujuan untuk membedakan kosmetik asli dan palsu agar tidak membuat banyak wanita terkena efek samping akibat penggunaan produk tersebut. Kosmetik palsu merupakan kosmetik abal-abal, KW, hingga ilegal sehingga memudahkan untuk di teliti. Kandungan zat berbahaya yang terdapat pada kosmetik palsu dapat memberikan efek ringan hingga berat. Oleh karena itu perancangan mengenai dampak, perbedaan, serta tips sangat dibutuhkan. Kampanye ini menggunakan metode AISAS (Attention, Interest, Action, dan Share) dengan menggunakan media utama dan beberapa media sekunder lainnya yang dapat membantu perancangan kampanye ini.

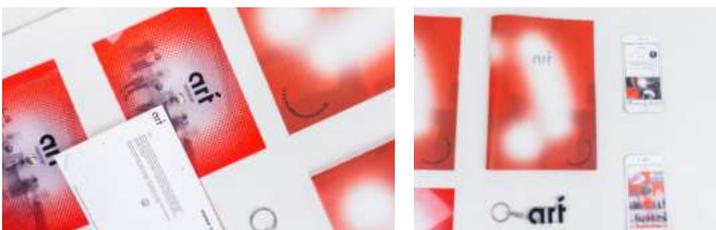
Perancangan Visual Kampanye Informasi Etiket Pengapresiasian Karya Seni di Museum Macan

by Liko Sukhoy Dwihandoko (0000009921)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E liko.dwiandoko@student.umn.ac.id
 E sukhoyliko@gmail.com
 PH 087885162433
 P @likosukhoyd,
www.likosukhoyd.com,
www.behance.net/likosukhoyd



Industri seni rupa Indonesia disokong oleh pilar-pilar yang berperan untuk menopang sirkulasi kegiatan seni rupa Indonesia salah satunya adalah audiens sebagai mata atau penikmat karya seni (apresiator). Banyak masyarakat yang kurang peka akan pentingnya bentuk etiket apresiasi karya seni khususnya di ruang pameran Museum MACAN. Penulis tergerak untuk merancang kampanye informasi mengenai etiket pengapresiasian karya seni khususnya terhadap masyarakat muda yang tertarik pada karya seni di Museum MACAN. Kampanye ini bertujuan untuk meningkatkan awareness agar dapat melakukan apresiasi karya seni, dari apresiasi visual menuju apresiasi yang lebih menyeluruh.

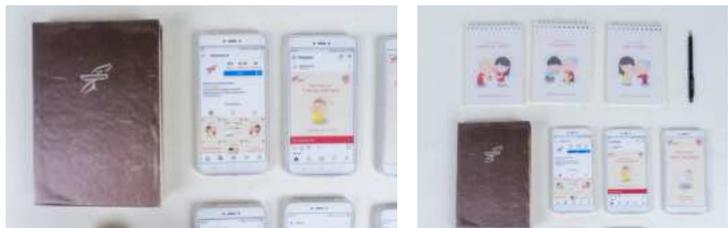
Perancangan Kampanye Sosial Pelestarian Bahasa Teochew

by Lydia Nathania (0000010001)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E lydia.nathania@student.umn.ac.id
 E lydianathania5@gmail.com
 PH 087880803943



Orang Teochew di Indonesia banyak ditemukan di Kota Pontianak dengan jumlah 31,24% dari jumlah populasi. Walaupun memiliki penduduk mayoritas orang Teochew, namun bahasa Teochew di Pontianak tetap mulai hilang. Hanya tersisa 27,27% anak usia 5-14 tahun yang dapat berkomunikasi dengan bahasa Teochew. Sebanyak 52% calon orang tua Teochew tidak keberatan jika anak mereka tidak dapat berbahasa Teochew. Padahal peran orang tua sangatlah penting untuk meneruskan bahasa ibu kepada generasi penerus. Jika dibiarkan, maka bahasa Teochew di Pontianak akan hilang. Oleh karena itu, dirancang sebuah Kampanye Sosial Pelestarian Bahasa Teochew agar calon orang tua menurunkannya ke generasi selanjutnya.

Perancangan Kampanye Kesehatan Mencegah Kanker Melanoma

by Marcelline Dinda Sekar Adhitya (0000009963)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E marcelline.sekar@student.umn.ac.id
E mdindasekar.a@gmail.com
PH 0818858782



Kanker Melanoma merupakan jenis kanker kulit terganas yang membunuh 75% pasien dari semua jenis kanker kulit. Melanoma ditandai dengan munculnya tahi lalat baru, atau dapat juga merupakan perubahan pada tahi lalat yang sudah ada. Masyarakat terkadang tidak sadar akan munculnya tanda ini, sehingga baru memeriksakan kondisinya saat kanker sudah mulai menyebar dan membuat banyak pasien tidak dapat tertolong karena sudah memasuki stadium lanjut. Karena hal itu, penulis ingin membuat sebuah kampanye kesehatan yang memberikan informasi kepada masyarakat tentang bahaya dari Kanker Melanoma.

Perancangan Kampanye Sosial Menjaga Kelestarian Terumbu Karang untuk Wisatawan di Kepulauan Seribu

by Marsella Andela (00000010076)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E marsella.andela@student.umn.ac.id
 E marsellaa@gmail.com
 PH 081291751313
 P https://issuu.com/marsellaandela/docs/portfolio_fix_35f4b7cfe43aba



Terumbu karang merupakan aspek yang penting dalam ekosistem kehidupan laut, akan tetapi kondisinya di Indonesia tidak dalam kategori baik. Penulis membuat rancangan kampanye sosial menjaga terumbu karang dengan harapan masyarakat dapat lebih mengerti mengenai kondisi terumbu karang saat ini dan turut berperan aktif untuk melindungi terumbu karang. Hal tersebut dapat dimulai dari berwisata secara bertanggung jawab. Segmentasi dari perancangan ini adalah untuk dewasa muda yang sering melakukan kegiatan wisata bahari, terutama di Kepulauan Seribu. Penulis berharap kondisi wisata di Kepulauan Seribu dapat membaik serta ekosistem lautnya terjaga dengan baik.

Perancangan Kampanye Sosial Untuk Meningkatkan Kegemaran Anak Balita Dalam Mengkonsumsi Sayuran Hijau

by Nadya (00000011852)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E nadya@student.umn.ac.id
 E nadyabudiman6@gmail.com
 PH 083895006300
 P nadyabudimann



Konstipasi merupakan masalah pencernaan yang disebabkan karena kurangnya makanan yang berserat. Konstipasi yang terjadi pada anak disebabkan karena anak tidak menyukai sayuran. Kurang lebih 93% anak Indonesia pada zaman ini kurang mengonsumsi sayuran, hal tersebut diketahui melalui riset yang dilakukan oleh Kesehatan Dasar dan 60% merupakan anak kecil. Oleh sebab itu, penulis membuat sebuah kampanye sosial yang bertemakan sayuran khususnya sayuran hijau yang ditargetkan kepada ibu muda yang mempunyai anak usia balita untuk memberi cara untuk mengatasi anak yang tidak menyukai sayuran hijau. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan kegemaran anak dalam meningkatkan untuk mengonsumsi sayuran.

Perancangan Kampanye Sosial Menjaga Kebersihan Organ Reproduksi Perempuan Usia 9–12 Tahun

by Natasha Febriyanti (00000010983)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E natasha.febriyanti@student.um.ac.id
E anatahafebriyanti@gmail.com
PH 081808831597
P aurelianatashaa



Kampanye yang mengajak perempuan untuk menjaga kebersihan organ reproduksi dengan baik dan benar.

Perancangan Kampanye Sosial Pentingnya Memiliki Asuransi Jiwa

by Patrick (00000010320)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E patrick.kosanto@student.um.ac.id
 E patrickkosanto3@gmail.com
 PH 087782913966
 P instagram/patrickkosanto



Dalam perjalanan hidup, manusia dapat mengalami kejadian yang mengakibatkan kerugian secara finansial seperti sakit, kecelakaan, bencana alam hingga yang terburuk adalah meninggal dunia. Banyak anak usia muda yang meninggal. Terdapat salah satu cara meminimalisir risiko meninggal dunia tersebut adalah dengan memiliki polis asuransi jiwa. Uang pertanggungannya dapat digunakan oleh pihak keluarga yang ditinggalkan. Kampanye ini ditujukan untuk menyadarkan generasi milenial mengenai pentingnya memiliki asuransi jiwa, yang bukan hanya untuk diri sendiri, namun juga untuk keluarga dan juga dapat meminimalisir kerugian finansial yang dapat terjadi kepada keluarga seandainya risiko terjadi.

Perancangan Kampanye Iklan Value Plus

by Priska Ayuning Kurnia (0000008717)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E Priska.kurnia@student.umn.ac.id
 E Priskayuning@gmail.com
 PH 087771914848
 P Instagram: @pikart_



Hypermart merupakan ritel modern yang sudah beroperasi sejak tahun 2004 dan memiliki brand sendiri (private label) bernama Value Plus. Meskipun brand ini sudah berdiri cukup lama, masih banyak yang tidak mengetahui dan mempunyai kesan yang tidak baik karena dianggap barang murah. Hal ini dikarenakan promosi yang dilakukan kurang terfokus kepada Value Plus serta hanya membicarakan harganya yang murah, dan tidak menunjukkan kualitas produk tersebut sehingga image produk kurang tertanam di benak target market. Penulis ingin mengubah pola pikir target market agar mereka mau beralih ke produk Private Label Value Plus melalui kampanye promosi.

Perancangan Kampanye Mencegah Penerapan Pola Asuh Otoriter dalam Mendidik Anak

by Virginia Arumdhari T (0000008717)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E virginia.tanurahardja@student.umn.ac.id
 E arumdhari@yahoo.com
 PH 081318813801



Tuntutan akademik yang diberikan oleh orang tua harus diiringi dengan pola asuh yang dapat membangun, bukan merusak mental anak. Pola asuh otoriter adalah pola asuh yang masih banyak berkembang di Indonesia karena secara tidak sadar, kultur dan budaya mempengaruhi masyarakat terhadap perilaku dan pola asuh yang berlangsung saat ini. Akibatnya anak akan mengalami kehidupan yang penuh dengan ketakutan. Data didapatkan secara kuantitatif dan kualitatif untuk mendukung dan memvalidasi masalah yang terjadi. Hasil data menunjukkan bahwa masih banyak orang tua yang pola asuhnya cenderung otoriter. Perlu adanya tindak pencegahan terhadap penerapan pola asuh yang salah dengan melakukan kampanye.

Perancangan Kampanye Sosial Tentang Bahaya Kecanduan Game Online

by Vito Rahadian Dwiputra (0000009744)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E vito.rahadian@student.umn.ac.id
 E vitorahadian@gmail.com
 PH 087879370066
 P <https://www.behance.net/vitorahadi47f3>



Game online merupakan salah satu permainan yang sangat digemari oleh masyarakat, terutama bagi yang berusia muda. Aneka bentuk permainan yang baru, membuat game online semakin melonjak kepopulerannya, hal itu membuat jumlah game online terus meningkat tiap tahunnya dengan beragam bentuk permainan yang unik. Dibalik itu ditemukan beberapa kasus kecanduan game online yang memperhatikan dan tidak begitu terdengar oleh masyarakat dikarenakan kurangnya hal tersebut di expose lebih dalam. Melihat permasalahan tersebut penulis akan membuat perancangan kampanye sosial tentang bahaya kecanduan game online untuk meningkatkan awareness terhadap kecanduan game online dan tidak meremehkan hal tersebut.

Information Media

- 220 Tresna Krisnadi Waluya
- 221 Alfa Indyanti
- 222 Cynthia Evangelina
- 223 Melania Grecila Princess Ayu Listyani
- 224 Nicoletta Joan Ongko
- 225 Ray Prayudha Afandy
- 226 Vanessa Salamintargo

ubd



07

KONTRI
-BUTOR

07

TOTAL
KARYA

Perancangan Visual Media Infomasi Mamaos Cianjuran

by Tresna Krisnadi Waluya (14120210152)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E tresna.krisnadi@student.umn.ac.id
 E tresnakrisna@gmail.com
 PH 085692550882
 L tresnakrisna



Mamaos Cianjuran merupakan musik yang berasal dari Cianjuran yang pada awal mulanya hanya dinikmati oleh kalangan ningrat. Namun dalam perkembangannya, musik ini bisa dinikmati oleh siapapun tanpa memandang status sosial. Musik ini memiliki makna mengenai hubungan manusia dengan sesama dan Tuhan. Musik ini juga memiliki sarat makna dan dapat menjadi identitas dari kota Cianjur. Dikarenakan kurangnya pengetahuan kaum muda mengenai Mamaos Cianjuran, maka penulis merancang Media Infomasi berupa website dan Motion Graphic untuk memberikan infomasi mengenai Mamaos Cianjuran, media ini dipilih karena efektif di zaman ini yang serba digital.

Perancangan Media Informasi Mengenai Kehidupan Dayak Iban di Sungai Utik

by Alfa Indyanti (14120210012)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E alfa.indyanti@student.umn.ac.id
 E indyantiafaa@gmail.com
 PH 081213472710
 IG <https://www.instagram.com/alfaindy/>



Suku Dayak Iban atau yang dikenal juga dengan sebutan Dayak Laut merupakan induk Suku Dayak yang memiliki populasi terbesar di Pulau Kalimantan Barat dan juga tersebar di Malaysia dan Brunei Darussalam. Suku Dayak Iban sangat terkenal dengan keunikan budaya dan tradisi serta adat menjaga alam yang mereka miliki. Pada dasarnya sangat menggantungkan hidupnya pada alam, oleh karena itu bagi masyarakat Dayak Iban alam merupakan supermarket yang menyediakan semua bahan makanan hingga obat-obatan. Namun, pada zaman yang modern ini, masyarakat Dayak Iban sedang menghadapi fenomena perubahan nilai budaya dan tradisi. Salah satunya, perubahan nilai serta makna dari budaya pantang iban yang tidak sama seperti dulu.

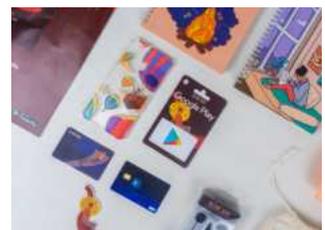
Perancangan Media Informasi Pengaruh Music Therapy untuk Mengurangi Stres

by Cynthia Evangelina (00000010981)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E cynthia.evangelina@student.umn.ac.id
 E cynthiaevangelina18@gmail.com
 PH 081383888699



Stres merupakan hal yang umum dimiliki namun berbahaya bila dibiarkan berlarut-larut. Stres merupakan penyebab dari berbagai macam penyakit mental dan fisik yang membahayakan jiwa. Adanya kenaikan tingkat stres di kalangan dewasa muda yang salah satunya disebabkan karena ketidaktahuan dewasa muda untuk mengontrol stres mereka. Terdapat beberapa cara untuk mengurangi stres, salah satunya dengan metode Music Therapy. Namun banyak dewasa muda yang merasa enggan untuk mengunjungi psikolog atau terapis musik dikarenakan ingin dapat menyelesaikan masalahnya sendiri namun tetap membutuhkan panduan atau bantuan.

Perancangan Media Informasi Olahraga Orienteering

by Melania Grecila Princess Ayu Listyani (0000009490)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E melania.princess@student.umn.ac.id
 E melaniagrecila@gmail.com
 PH 081224056943



Orienteering merupakan olahraga lintas alam dengan menggunakan peta dan kompas sebagai alat bantu bernavigasi. Perkembangan olahraga orienteering di Indonesia terbilang lama salah satunya karena kurangnya media informasi dan publikasi mengenai olahraga orienteering sehingga banyak masyarakat yang belum mengetahui adanya olahraga orienteering. Media informasi yang penulis buat berupa website. Metode penelitian yang digunakan adalah menggunakan teori Terry Lee Stone yang menjelaskan proses perancangan mulai dari tahap awal pertemuan dengan klien sampai produksi.

Perancangan Media Informasi Taman Nasional di Indonesia untuk Anak-Anak Umur 8-12 Tahun

by Nicoletta Joan Ongko (0000008599)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E nicoletta.ongko@student.um.ac.id
 E joanicoletta@gmail.com
 PH 081232175386



Tiga dari 54 taman nasional di Indonesia, yang disebut dengan Tropical Rainforest Heritage of Sumatra termasuk ke dalam List of World Heritage in Danger oleh UNESCO pada tahun 2011. Penyebabnya menurut Rahmad yaitu tingginya ancaman perburuan satwa, perambahan, dan lain-lain. Berdasarkan pernyataan dari Itsubo bahwa Indonesia memiliki tingkat kesadaran akan keanekaragaman hayati terendah di antara negara-negara G20. Rendahnya tingkat kesadaran tersebut diakibatkan oleh minimnya literasi yang diperoleh oleh masyarakat umum, khususnya generasi muda menurut Dunggio & Gunawan. Padahal, Siti Nurbaya selaku Menteri Lingkungan Hidup dan Kehutanan menjelaskan bahwa generasi muda mempunyai peranan utama sebagai penerus bangsa untuk melindungi lingkungan hidup dan keanekaragaman hayati di Indonesia, sehingga penting untuk menanamkan kesadaran akan hal tersebut pada generasi muda.

Perancangan Media Informasi Pariwisata di Tangerang

by Ray Prayudha Afandy (141202010449)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E Ray.Prayudha@student.umn.ac.id
 E Ray.Prayudha@gmail.com
 PH 083893711335
 IG Rayafandy



Menurut data dari Badan Pusat Statistik Tangerang menyatakan bahwa Tangerang adalah salah satu dari beberapa tempat di Indonesia yang memiliki jumlah industri terbanyak di Indonesia dari industri kecil, industri menengah hingga industri besar. Tangerang hanya kalah dari Karawang dan Bekasi sebagai kawasan industri terbanyak di Indonesia. Pemerintah Daerah (Pemda) ingin Tangerang menjadi alternatif wisata bagi para wisatawan dari dalam dan luar Tangerang. Pemda sudah melakukan berbagai macam cara seperti membuat sebuah acara-acara besar di berbagai tempat wisata di Tangerang agar menarik minat wisatawan. Hal tersebut terbukti Tangerang memiliki kenaikan jumlah wisatawan setiap tahunnya. Namun minimnya media informasi yang dimiliki Tangerang menjadi salah satu faktor masalah bagi wisatawan yang ingin berkunjung ke Tangerang.

Perancangan Media Informasi Asal-Usul Adat Minangkabau Untuk Anak Anak Usia 7-12 Tahun

by Vanessa Salamintargo (0000011172)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E vanessa.salamintargo@student.umn.ac.id
 E vanessagho12@gmail.com
 PH 081363386777
 W vanessagho.crevado.com



Indonesia memiliki keberagaman suku dan budaya. Salah satunya adalah suku Minangkabau yang menetap di Sumatera Barat dan memiliki kebudayaan berupa karya sastra yaitu Tambo. Tambo merekam segala peristiwa sejarah yang terjadi di dalam masyarakat Minangkabau. Tambo juga mengajarkan mengenai nilai moral dan tata krama yang hingga kini masih digunakan. Melihat pentingnya Tambo dalam kehidupan masyarakat orang Minang, Tambo sebaiknya diajarkan sejak dini kepada generasi muda. Namun, Tambo tersebut tidak lagi tersampaikan karena mata pelajaran Budaya Adat Minangkabau atau BAM dihapuskan dari kurikulum Sekolah Dasar yang ada di Kota Padang sejak tahun 2015 dan media informasi mengenai Tambo sangat diperlukan untuk memberikan informasi mengenai sejarah dan menyampaikan nilai moral serta tata krama yang ada di dalamnya.

Promotion

230	Angela Kristi Pambini	252	Edward
231	Deny Immanuel	253	Gusta Fasdoba
232	Fajar Fathoni	254	Jonathan Mulyono
233	Jesslyn Pratama	255	M. Ghiffari Rayhan
234	Leonardo Krista Mahardika	256	Marcia Christine Ipsan
235	Muhammad Awliya Aris S.	257	Muhammad Hilmi
236	Muhammad Mozart Rizky S.	258	Muhammad Rezky Murti
237	Osmond Ranger	259	Muhammad Ridhwan Syafiq
238	Reviana Evellyna Sari	260	Nastiti Putri Kinanti
239	Reyner Riady	261	Pepita Karina Martasya
240	Rika Favilla	262	Regina Gani
241	Sayyid Arif Kurniawan	263	Ricky Try Yuliardy
242	Steven Adrian	264	Stevanus Willem Sugata
243	Vika Koosnia	265	Sumakhthika Galar Riska
244	Albert Sudarto	266	Theofani Setiawan
245	Angela Dita Sari	267	Vannia Christianto
246	Angelina Florentia Iskandar	268	Wilson Christian Cendanal
247	Angellysa	269	Wisnu Lingga Wardana
248	Astrit Virgiana Putri		
249	Audrea Antonia		
250	Bayu Fajar Mustaqim		
251	Clara Mikhaella		



40 KONTRI
-BUTOR

40 TOTAL
KARYA

Perancangan Media Promosi Wisata Air Terjun Sri Gethuk

by Angela Kristi Pambini (13120210078)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E angela.kristi@student.umn.ac.id
 E angelakristi1@gmail.com
 PH 085275357625
 P Instagram: ilovector



Kabupaten Gunungkidul merupakan salah satu kabupaten di Daerah Istimewa Yogyakarta yang terkenal dengan surganya pantai. Berbagai objek wisata lainnya terdapat di Gunungkidul seperti geowisata goa dan desa wisata. Sayangnya, objek wisata Air Terjun Sri Gethuk belum diketahui secara maksimal oleh wisatawan dan promosi masih belum terealisasi sepenuhnya menimbulkan kurangnya minat dan kunjungan masyarakat.

Perancangan Promosi Gitar Secco

by Deny Immanuel (00000010388)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E deny.immanuel@student.um.ac.id
 E denymanuel@gmail.com
 PH 081911161151
 P https://www.youtube.com/channel/UCue1NeBA_oatk4Mfaz_vsQ



Gitar akustik merupakan salah satu alat musik yang paling banyak dimainkan oleh berbagai kalangan baik musisi maupun lainnya. Di Indonesia, gitar akustik cukup dikuasai oleh brand-brand dari luar negeri. Di Bandung terdapat salah satu produsen gitar akustik handmade bernama Secco. Meski gitar Secco memiliki kualitas yang tinggi dengan harga yang masih jauh dibawah gitar-gitar dengan brand ternama dengan perbandingan spesifikasi yang hampir sama, gitar Secco dan kualitasnya masih belum dikenal luas.

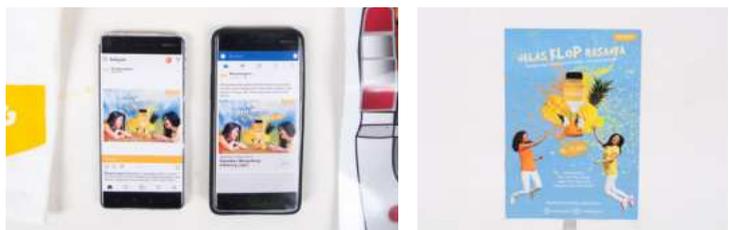
Perancangan Brand Communication Minuman Sari Buah Subang "Mangobang"

by Fajar Fathoni (13120210386)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E fajar.fathoni@student.umn.ac.id
E fajarfathoni27@gmail.com
PH 087741458220



Minuman sari buah subang mangobang adalah minuman khas subang yang dibuat pada tahun 2016, dengan mengedepankan buah mangga dan nanas. tujuan pembuatan brand communication ini adalah mengangkat brand awareness produk mangobang supaya dapat dikenal dengan masyarakat luas

Perancangan Brand Communication We Curate

by Jesslyn Pratama (00000010384)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E jesslyn.pratama@student.umn.ac.id
 E jesslynpratama@gmail.com
 PH 08128774730



We Curate merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dibidang fesyen sejak tahun 2015, dan terletak di Gading Serpong, Tangerang Selatan. Namun, meski pemilik usaha sudah berusaha untuk mempromosikan We Curate melalui pemasangan iklan dimajalah, membuka booth di pusat perbelanjaan, dan aktivitas promosi lainnya, nyatanya masih banyak dari target pasar yang tidak mengetahui tentang keberadaan We Curate, dan hal ini menimbulkan permasalahan dalam hal target penjualan.

Perancangan Media Promosi Sekolah Bulu Tangkis Candra Wijaya Badminton Center

by Leonardo Krista Mahardika (11120210343)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

- E leonardo.krista@student.umn.ac.id
- E leonardo.krista08@gmail.com
- PH 08221112316
- P <http://46e79a55.ngrok.io/obet/#gallery>



Sekolah bulu tangkis merupakan wadah bagi anak-anak yang ingin menyalurkan hobi dan bakatnya di bidang bulu tangkis. Salah satu sekolah bulu tangkis yang berhasil melahirkan atlet muda berprestasi dalam bidang bulu tangkis adalah DCWIBC. Candra Wijaya sebagai mantan atlet bulu tangkis dan pemilik DCWIBC telah membangun sekolah bulu tangkis dengan fasilitas internasional. Namun, promosi yang dilakukan DCWIBC belum cukup untuk membuat konsumen tertarik belajar di sana.

Perancangan Promosi Intro Jazz Bistro & Cafe

by Muhammad Awliya Aris Sa'danoer (14120210481)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E M.awliya@student.umn.ac.id
 E Awliyaaris20@gmail.com
 PH 085946351726
 P aris_sadanoer



Intro Jazz Bistro & Cafe merupakan cafe yg mengusung konsep jazz didalamnya dengan menghadirkan live performance the jazz style. Sehingga pengunjung dapat menikmati makanan dan minuman dengan menyaksikan alunan berbagai aliran jazz secara langsung. Melihat dari hal tersebut, penulis merancang promosi yang bertujuan untuk memberitahukan keunggulan yang dimiliki cafe tersebut.

Perancangan Brand Communication untuk Nala Coffee

by Muhammad Mozart Rizky Sulaeman (11120210294)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E muhammad.mozart@student.umn.ac.id
 E mozartrizky@gmail.com
 PH 087784848289
 P ig: @mozartrizky



Nala Coffee merupakan coffee shop dengan konsep khusus specialty coffee yang berdiri sejak 2016. Nala Coffee lebih fokus terhadap minuman pure coffee dengan harga yang terjangkau. Kurangnya kegiatan promosi yang dilakukan oleh Nala coffee menyebabkan kurang dikenalnya Nala Coffee oleh masyarakat sehingga mengakibatkan rendahnya daya beli terhadap produk Nala Coffee dan berdampak pada kebangkrutan. Hal tersebut dibuktikan dengan tutupnya dua cabang Nala Coffee di Jakarta. Saat ini Nala Coffee lebih fokus melakukan promosi secara sales promotion tanpa didukung oleh visual yang cukup. Oleh karena hal tersebut, dibutuhkan perancangan brand communication Nala Coffee untuk meningkatkan awareness dan meningkatkan konsumsi masyarakat terhadap produk Nala Coffee.

Perancangan Brand Communication untuk Cat M-One

by Osmond Ranger (13120210049)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E osmond.ranger@student.um.ac.id
 E osmond.sanchez@gmail.com
 PH 089622226501
 P <https://www.instagram.com/osmond ranger/>



Cat M-One merupakan cat yang diproduksi oleh PT. Bintang Bunut Indonesia. Cat M-One memiliki kualitas yang tidak kalah dengan cat bermerek lainnya selain itu cat ini memiliki harga yang terjangkau untuk masyarakat kalangan menengah. Banyak masyarakat yang belum mengetahui tentang keberadaan cat M-One hal tersebut dikarenakan kurangnya kegiatan promosi dan beriklan yang dilakukan oleh PT. Bintang Bunut Indonesia yang berujung pada kurangnya minat masyarakat tentang cat ini.

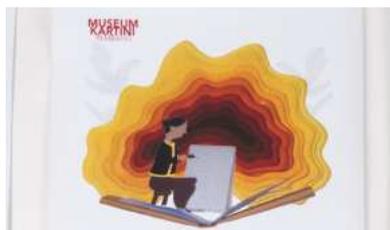
Perancangan Visual Promosi Museum R.A Kartini Rembang

by Reviana Evellyna Sari (0000009497)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E reviana.sari@student.umn.ac.id
 E revianaevellyna@gmail.com
 PH 085776968819



Museum R.A. Kartini merupakan museum sejarah. Museum memiliki fungsi sebagai tempat wisata edukatif yang dapat memberikan informasi kepada pengunjungnya. Di Indonesia, Museum R.A. Kartini terdapat di dua lokasi berbeda yaitu Kabupaten dan Jepara. Namun masih banyak masyarakat yang hanya mengetahui bahwa Museum R.A. kartini hanya berlokasi di Kabupaten Jepara. Oleh karena itu dilakukan perancangan visual promosi Museum R.A. Kartini Rembang agar masyarakat mengetahui keberadaan museum ini.

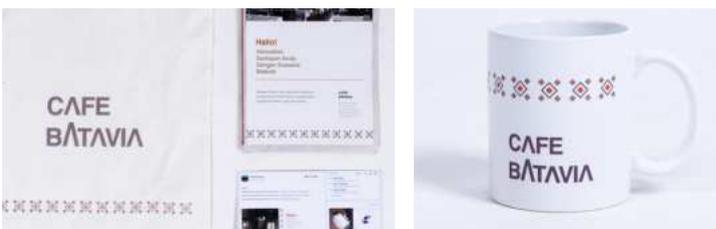
Perancangan Promosi Cafe Batavia

by Reyner Riady (14120210183)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E reyner.riady@student.umn.ac.id
 E reyner456@gmail.com
 PH 081212179552
 P [reyneriady](#)



Telah berdiri sejak tahun 1830, Cafe Batavia merupakan salah satu bangunan bersejarah yang berlokasi di Kota Tua, Jakarta Barat. Sebelumnya, Cafe Batavia digunakan sebagai pameran galeri. Bangunan ini dibeli dan dibangun kembali menjadi restoran pada tahun 1993 dengan konsep gaya Batavia tahun 1930. Mempunyai nilai sejarah yang kuat membuat Cafe Batavia berbeda dengan cafe lainnya, namun masih banyak masyarakat DKI Jakarta yang belum mengetahui tentang keberadaan Cafe Batavia.

Perancangan Media Promosi Restoran Ayam Kremes Bu Tjondro

by Rika Favilla (00000010661)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E rika.favilla@student.umn.ac.id
E rikafavilla31@gmail.com
PH 087875008861
P rika_favilla



Laporan tugas akhir ini mengangkat tentang perancangan media promosi untuk Restoran Ayam Kremes Bu Tjondro yang telah berdiri sejak tahun 1982. Restoran ini memproduksi berbagai macam jenis makanan khas Jawa Tengah terutama menu andalan mereka adalah ayam kremes. Permasalahan yang dihadapi Restoran Ayam Kremes Bu Tjondro yaitu belum diketahui oleh orang dikarenakan media promosi yang dilakukan tidak tersampaikan dengan baik kepada masyarakat.

Perancangan Promosi Westbike Messenger

by Sayyid Arif Kurniawan (14120210462)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E Sayyid.arif@student.um.ac.id
 E Sayyid.arif06@gmail.com
 PH 081288814775
 P Behance: @sayyid_kurniawan



Westbike Messenger merupakan bisnis logistik yang menawarkan jasa kurir sepeda yang berdiri sejak tahun 2013. Keunikan dan manfaat nyata yang ditawarkan Westbike Messenger memiliki potensi dan dampak baik terhadap lingkungan dan industri logistik, namun hingga saat ini Westbike Messenger belum dikenal luas oleh masyarakat Jakarta ketimbang bisnis penyedia jasa kurir lainnya. Melihat hal ini, penulis merasa Westbike Messenger memerlukan perancangan promosi guna memperkenalkan dan menginformasikan bisnisnya.

Perancangan Promosi Sekolah PKBM Alfa Omega Tangerang

by Steven Adrian (14120210457)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E Steven.adrian@student.umn.ac.id
 E Stevenadriann@gmail.com
 PH 082111256327
 P Instagram: stevenadriann



Sekolah PKBM Alfa Omega adalah sebuah sekolah yang berada di Tangerang. Sekolah tersebut memiliki perbedaan dengan sekolah-sekolah pada umumnya. Karena sekolah ini menyeimbangkan antara pelajaran akademis dan minat bakat dari anak-anak muridnya. Sekolah ini memiliki tujuan untuk menyiapkan murid-muridnya siap bekerja setelah murid-muridnya lulus dari bangku SMA. Namun, masalah dari sekolah ini adalah kurang dikenal oleh masyarakat sekitar kabupaten Tangerang.

Perancangan Promosi Comic Cafe

by Vika Koosnia (00000010163)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E vika.koosnia@student.umh.ac.id
 E vikatwork.project@gmail.com
 PH 081219101497



Comic Cafe merupakan tempat makan berdekorasi komik yang berada di pusat kuliner Tebet sejak 2006. Selama 12 tahun berdiri, Comic Cafe mengalami pasang surut dalam penjualannya. Dan dalam setahun belakangan ini, Comic Cafe sedang mengalami penurunan. Terlebih banyaknya tempat baru di dekatnya, membuat Comic Cafe kalah saing dengan kompetitor. Pembuatan promosi pada Comic Cafe ini bertujuan agar Comic Cafe dapat lebih diketahui oleh masyarakat luas.

Perancangan Promosi Dharma Kitchen

by Albert Sudarto (0000010379)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E albert.sudarto@student.umn.ac.id
 E albertsudarto96@gmail.com
 PH 087881385585
 BE behance.com/dsignartist



Dharma Kitchen merupakan salah satu restoran vegetarian yang sudah berdiri sejak tahun 2009 dengan beberapa produk buatan sendiri dan diambil dari supplier yang diuji lab terlebih dahulu untuk memastikan bahwa produk makanan ini benar-benar vegetarian. Dharma Kitchen juga memiliki 1 cabang di Central Park Mall. Meski menjual produk asli 100% vegetarian dengan rasa yang mirip daging aslinya dan memiliki quality control, serta dapur yang bersih dan pelayanan yang baik, Dharma Kitchen masih belum dikenal dengan baik oleh masyarakat. Hal ini dikarenakan minimnya promosi yang dilakukan oleh Dharma Kitchen. Perancangan ini diharapkan dapat membantu Dharma Kitchen dalam meningkatkan penjualan lewat promosi.

Perancangan Promosi Wisata Candi Plaosan Klaten

by Angela Dita Sari (13120210338)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E angela.dita@student.umn.ac.id
 E angelasumardi@gmail.com
 PH 081382803509



Candi Plaosan adalah Candi Buddha terbesar ketiga se Jawa Tengah yang letaknya di desa Bugisan, Jawa Tengah. Daya tarik candi ini antara lain keunikan arsitektur bangunannya percampuran hindu dan Buddha, romantisme dibalik sejarah pembangunan Candi, satu-satunya percandian yang memiliki dua Candi Induk yang ukuran, bentuk, dan besarnya sama, pemandangan yang eksotis sunset maupun sunrise, dan area persawahan yang asri. Diperkirakan Candi ini didirikan pada pertengahan abad ke 9M namun jumlah pengunjungnya masih belum memenuhi target sehingga kurang memiliki brand awareness mengenai wisata sejarah Candi plaosan ditambah pula dengan promosi yang telah dilakukan kurang tepat.

Perancangan Promosi Museum Kereta Api Ambarawa

by Angelina Florentia Iskandar (0000009390)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E angelina.iskandar@student.umn.ac.id
 E angelinaflorentia@gmail.com
 PH 081225333599



Museum Kereta Api Ambarawa merupakan museum kereta api terbesar di Asia Tenggara. Awalnya, Museum ini merupakan stasiun kereta api yang didirikan oleh Belanda untuk keperluan militer pada masa kolonialisme. Kereta api, lokomotif, dan rel yang tersimpan di Museum Kereta Api Ambarawa juga termasuk langka di dunia. Museum ini merupakan salah satu cagar budaya tingkat Nasional yang memiliki potensi besar sebagai destinasi wisata. Meskipun begitu hingga saat ini Museum Kereta Api Ambarawa belum dikenal oleh masyarakat Indonesia. Maka dari itu melalui perancangan Tugas Akhir yang berjudul Perancangan Promosi Museum Kereta Api Ambarawa.

Perancangan Promosi Restoran Socialite

by Angellysa (14120210191)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E angellysa@student.umn.ac.id
 E angellysa.januar@gmail.com
 PH 085733113600



Socialite adalah sebuah restoran di Surabaya yang mempunyai tempat mewah namun menjual makanan dan minuman dengan harga yang terjangkau. Restoran ini sudah berdiri sejak tanggal 1 Desember 2016 yang dikelola oleh 3 orang sahabat, yaitu Suryo, Hendra dan Kevin. Menurut Kevin selaku direktur operasional yang sudah penulis wawancara pada tanggal 22 Februari 2019, Socialite masih mempunyai kendala yaitu kurangnya awareness kepada penduduk Surabaya khususnya kepada SES B. Penulis akan menggunakan metode promosi ke media digital dan media cetak yang diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat Surabaya mengenai restoran Socialite.

Perancangan Promosi Keboen Kopi Karanganjjar

by Astrit Virgiana Putri (0000009574)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

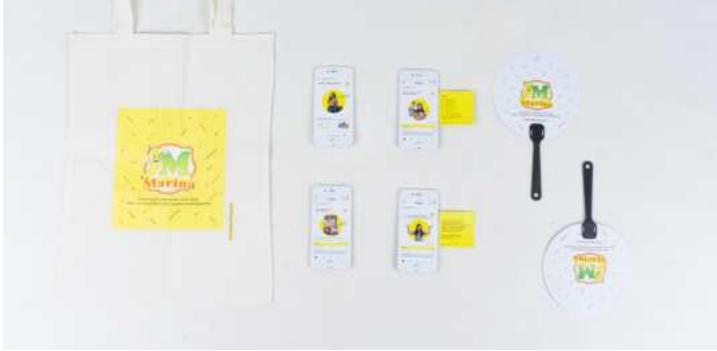
E astrit.putri@student.umn.ac.id
 E astritvirgiana@gmail.com
 PH 081287891096
 BE [behance.com/Astrit VP](https://www.behance.net/AstritVP)



Keboen Kopi Karanganjjar adalah sebuah wisata perkebunan yang di bangun sejak zaman kolonialisme oleh H.J. Velsink pada tahun 1874. Namun setelah Indonesia merdeka perkebunan ini diambil alih oleh Denny Roshadi dan kini perkebunan tersebut dikelola oleh generasi ketiga yaitu Wima Bramantya. Namun, seiring berkembangnya wisata di Kota Blitar mulai menggeser nama Keboen Kopi Karanganjjar sebagai destinasi wisata pilihan yang berada di Kota Blitar. Lokasi tersebut memadukan objek wisata alam dengan sejarah sehingga mengedukasi dengan suasana yang asri. Maka dari itu, diperlukan promosi agar menarik wisatawan untuk ikut merasakan berpetualang dan mendapatkan informasi mengenai Blitar masa lampau

Perancangan Promosi Pusat Oleh-oleh Marina di Kota Bandar Lampung

by Audrea Antonia (0000010969)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E audrea.antonia@student.umn.ac.id
 E audreaantonia17@gmail.com
 PH 085357561188



Pusat Oleh-Oleh Marina adalah salah satu toko oleh-oleh tertua khas Lampung yang menjual keripik pisang dan cinderamata khas Lampung. Berdasarkan hasil wawancara dan hasil observasi penulis, pusat oleh-oleh ini membutuhkan perancangan promosi. Dengan tujuan agar dikenali oleh wisatawan muda, tidak hanya dikunjungi oleh pelanggan lama dan para orang tua. Penulis ingin membuat rancangan promosi dengan menggunakan sosial media sebagai media promosi utama, Umbul- umbul sebagai salah satu alat promosi untuk membahas informasi mengenai toko manisan dan souvenir. Dengan harapan pelanggan dapat mengingat toko ini saat barang yang telah diberikan dan dapat menarik perhatian pengunjung lainnya.

Perancangan Media Promosi Museum Juang Taruna Tangerang

by Bayu Fajar Mustaqim (0000009781)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E bayu.mustakim@student.umn.ac.id
 E bayufajarmustaqim@gmail.com
 PH 085693221265



Museum Juang Taruna Tangerang adalah satu-satunya museum yang menceritakan sejarah pahlawan pertempuran Lengkong di Kota Tangerang yang diresmikan pada tahun 2015. Namun museum ini masih kurang dikenal oleh masyarakat Kota Tangerang terutama pelajar. Kurangnya media promosi yang dilakukan museum menjadi alasan kurang terkenalnya museum ini di kalangan masyarakat Tangerang. Penulis membuat solusi yaitu dengan perancangan media promosi untuk Museum Juang Taruna Tangerang, diharapkan media promosi yang dibuat dapat menginformasikan dan mempromosikan keberadaan museum kepada masyarakat dan membuat Museum ini dapat menjadi obyek wisata edukasi andalan kota Tangerang.

Perancangan Promosi Es Puter & Es Krim Brasil

by Clara Mikhaella (00000010970)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E clara.mikhaella@student.umn.ac.id
 E ceem1120@gmail.com
 PH 081295432410



Penelitian ini bertujuan utama untuk merancang promosi Es Puter & Es Krim Brasil. Toko ini menjual berbagai macam es tradisional seperti es mambo, es potong dan es krim cup, dengan bermacam rasa dan bahan alami. Di tengah munculnya banyak toko es krim yang kekinian, toko ini tetap berdiri teguh menjaga nilai tradisionalnya yang menjadi citra unik tersendiri. Penulis menemukan fakta bahwa toko es ini kurang dikenal masyarakat walaupun sudah berdiri lama sehingga penulis ingin merancang promosi untuk Es Puter & Es Krim Brasil. Perancangan promosi ini bertujuan untuk menciptakan promosi yang baru dan menarik agar dapat beradaptasi sesuai dengan perkembangan zaman dan semakin dikenal masyarakat.

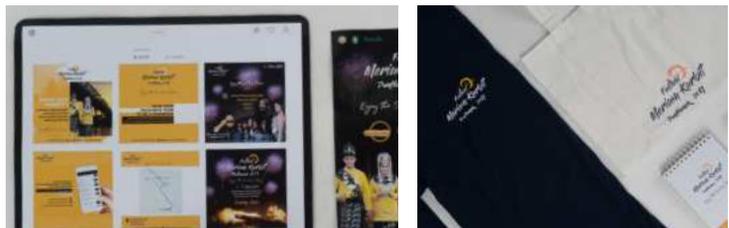
Perancangan Media Promosi Festival Meriam Karbit Pontianak

by Edward (14120210439)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

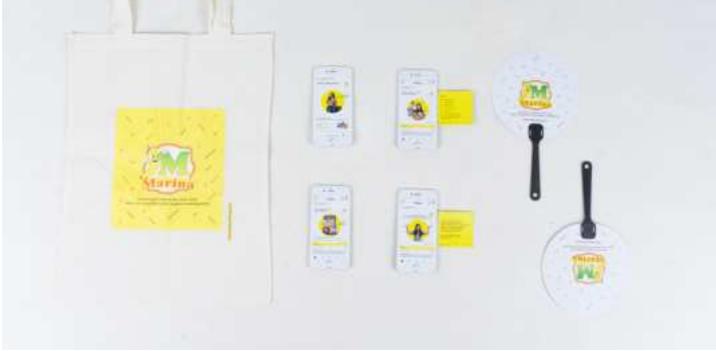
E edward2@student.umn.ac.id
 E ed.ward01@yahoo.com
 PH 087818399044
 BE <https://edward2341.wixsite.com/festivalmeriamkarbit>



Festival Meriam Karbit Pontianak merupakan acara permainan meriam karbit. Festival ini hanya berada di Pontianak yang kemudian membua masyarakat Indonesia harus menjaga dan mengenalkan kepada masyarakat yang belum mengetahui festival ini agar terus dilaksanakan. Oleh karena itu, penulis membuat perancangan media promosi mengenai Festival Meriam Karbit Pontianak untuk mengenalkan festival ini kepada masyarakat dan meningkatkan minat masyarakat untuk menyaksikan festival ini. Penulis membuat media promosi menggunakan media online dan offline agar dapat menjangkau masyarakat yang lebih luas dan mengenalkan Festival ini kepada masyarakat Indonesia.

Perancangan Media Promosi Keibar (Kedai Roti Bakar Pamulang)

by Gusta Fasdoba (14120210220)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E gusta.fasdoba@student.umn.ac.id
 E fasdoba.net@gmail.com
 PH 087771844614



Bisnis roti bakar di Indonesia saat ini sungguh populer, berbagai brand kedai roti bakar muncul untuk bersaing secara kompetitif di era bisnis kuliner modern membuat Keibar merasa kehilangan awareness-nya. Perancangan media promosi Keibar menjadi fokus utama untuk meningkatkan awareness konsumen serta membangun Keibar sebagai tempat hangout yang asyik dengan menunjukkan kelebihan Keibar yaitu eksplorasi varian rasa agar terus bersaing dengan kompetitor. Untuk bisa bersaing dan meningkatkan awareness masyarakat, Keibar memerlukan media promosi yang efektif. Diharapkan agar posisi Keibar kembali bersaing dalam era bisnis kuliner modern.

Perancangan Promosi Kopi Lampung Sinar Baru Cap Bola Dunia

by Jonathan Mulyono Gomulya (0000009007)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

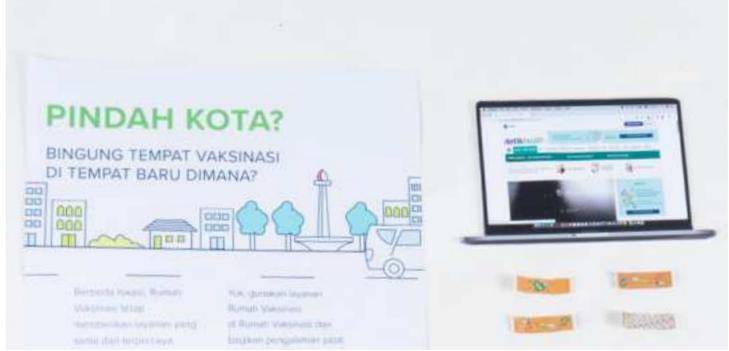
E jonathan.gomulya@student.um.ac.id
 E jonathangomulya@yahoo.co.id
 PH 081996846884
 IG @realjo_



Perusahaan kopi bubuk Sinar Baru Cap Bola Dunia merupakan salah satu perusahaan kopi bubuk olahan tertua di Lampung yang sudah berdiri sebelum tahun 1911. Namun perusahaan kopi tertua di Lampung ini masih tidak dikenal oleh masyarakat Lampung, banyaknya produsen kopi bubuk baru yang serupa di Lampung dan lebih dikenal, menyebabkan penjualan kopi bubuk Sinar Baru Cap Bola Dunia menurun. Selain itu kurangnya promosi yang dilakukan menyebabkan kurangnya brand awareness di benak konsumen. Maka dari itu penulis berencana untuk melakukan perancangan promosi untuk kopi Sinar Baru Cap Bola Dunia agar meningkatkan brand awareness dan meningkatkan penjualan.

Perancangan Promosi Rumah Vaksinasi

by Marcia Christine Ipsan (0000010111)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E marcia.ipsan@student.umn.ac.id
 E mrciaipsn@gmail.com
 PH 085254418103
 IG [instagram : www.instagram.com/mrciaipsn](https://www.instagram.com/mrciaipsn)
 BE www.behance.net/mrciaipsn



Rumah Vaksinasi adalah klinik vaksinasi dengan harga lebih terjangkau dibandingkan dengan rumah sakit lain. Rumah Vaksinasi memiliki cabang yang tersebar di Jabodetabek dan kota lainnya. Pengunjung mengalami peningkatan namun tidak stabil karena kurangnya loyalitas pengunjungnya. Sehingga, perlu perancangan promosi dengan tujuan meningkatkan loyalitas pengunjung. Target khalayak perancangan ini adalah orang berusia 22-35 tahun yang mempunyai anak di bawah 5 tahun atau belum, dan peduli kesehatan dengan memilih mencegah daripada mengobati. Big idea perancangan ini adalah rujukan pencegahan yang pasti. Objektivitas promosi ini adalah meningkatkan loyalitas pengunjung menggunakan media sosial.

Perancangan Iklan Batik Tulis Kana

by Muhammad Hilmi (12120210291)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E Muhammad.hilmi@student.umn.ac.id
 E mhilmifarizqi03@gmail.com
 PH 081381125647
 BE Behance.net/HilmiFarizqi



Kana adalah salah satu merek batik kontemporer yang didirikan oleh Sancaya Rini di Tangerang Selatan sejak tahun 2012. Batik Kana menggunakan teknik tulis dan memiliki karakter warna biru pada setiap produknya yang menggunakan pewarnaan alami Indigofera Tinctoria. Visi dan Misi dari Kana menciptakan produk batik yang ready to wear dan sustainable fashion agar generasi muda memakai batik sebagai busana sehari-hari. Namun, masih banyak masyarakat yang belum mengetahui batik Kana serta munculnya kompetitor serupa yang menjadi dampak menurunnya penjualan produk Kana. Brand batik Kana tidak melakukan promosi yang terencana dan bisa dibilang dilakukan secara organik.

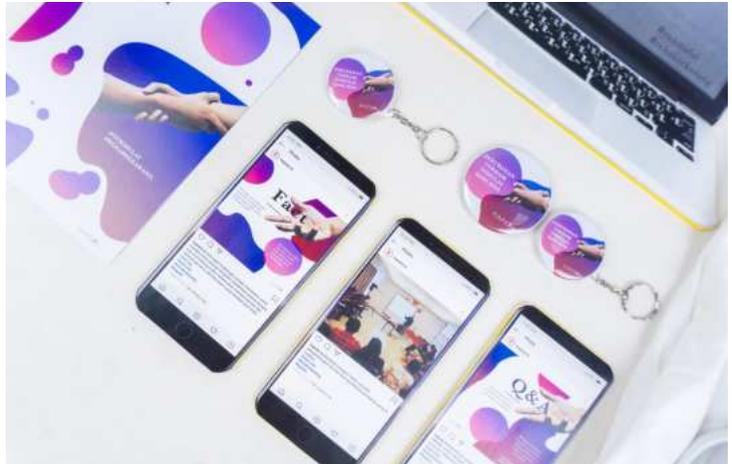
Perancangan promosi yayasan rehabilitasi narkoba (KAPETA)

by Muhammad Rezky Murti (12120210256)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E Muhammad.rezky@student.um.ac.id
E Rezkyurti@gmail.com
PH 081383713497



Rehabilitasi narkoba di Jakarta.

Perancangan Promosi Gayobies Kopi

by Muhammad Ridhwan Syafiq (12120210359)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E Muhammad.ridhwan@student.umn.ac.id
 E Mridhwansyafiq@gmail.com
 PH 081222830699
 BE <https://www.behance.net/mridhwansy5e23>



Gayobies Kopi merupakan sebuah coffee shop yang berdiri Tahun 2014 yang biji kopinya ditanam, diroasting dan dihidangkan oleh sebuah keluarga petani kopi gayo Dari kecamatan Bies Aceh, penulis merancang promosi yang efektif dan efisien bagi target audience Gayobies Kopi.

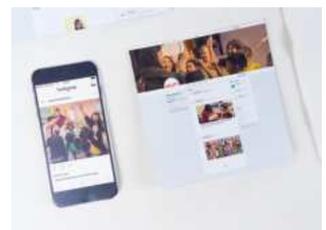
Perancangan Promosi Jakarta Hidden Tour

by Nastiti Putri Kinanti (0000012627)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E nastiti.kinanti@student.um.ac.id
 E nastitiputri08@gmail.com
 PH 08787727268



Jakarta Hidden Tour merupakan tour perjalanan ke daerah kumuh, tujuannya untuk berbagi kepada orang-orang yang membutuhkan. Kegiatan sosial melalui perjalanan merupakan cara yang sesuai dengan ketertarikan usia dewasa awal yaitu 19-25 tahun yang tertarik dengan perjalanan atau pengalaman. Namun masih sedikit yang mengetahui mengenai Jakarta Hidden Tour, maka dibutuhkan promosi agar menarik para pemuda untuk memberikan bantuan. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian gabungan antara kuantitatif dan kualitatif. Media sosial, video dan website adalah media komunikasi yang digunakan agar pesan tersampaikan kepada target audiens.

Perancangan Promosi Toko Oen Semarang

by Pepita Karina Martasya (0000009400)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E pepita.martasya@student.umn.ac.id
 E martasyasj@gmail.com
 PH 087832851997
 IG www.instagram.com/pepitamartasya_art



Perancangan tugas akhir ini penulis dilakukan agar anak muda masa kini dapat mengenal atau mengingat kembali salah satu sejarah yang ada di Indonesia, khususnya kota Semarang. Dengan melakukan perancangan promosi Toko Oen, penulis berharap akan banyak muncul anak muda yang peduli dengan sejarah bangsa. Sesuai dengan kalimat Presiden Soekarno, "JAS MERAH. Jangan Sekali Sekali Melupakan Sejarah!". Dalam kejadian ini, penulis bukan hanya ingin memperkenalkan produk suatu restoran saja tetapi juga memperkenalkan warisan kota Semarang yang telah mulai terlupakan. Terlebih anak muda masa kini telah banyak teralihkan oleh hal-hal lain yang menyebabkan mereka lupa akan sejarah warisan sendiri.

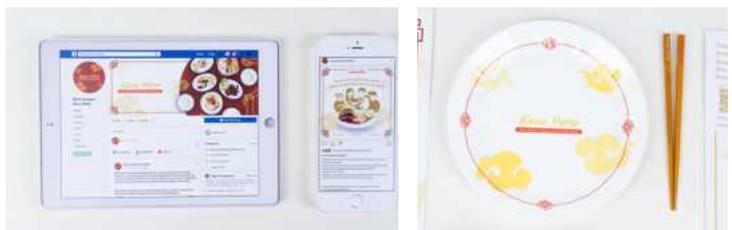
Perancangan Promosi Restoran Kaca Mata

by Regina Gani (0000010504)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E regina.gani@student.umn.ac.id
 E ganiregina@yahoo.co.id
 PH 085692420213
 IG <https://www.instagram.com/ganiregina/>



Restoran Kaca Mata merupakan restoran chinese food yang mempunyai sejarah lama dari awal dibangun di Medan tahun 1956. Restoran Kaca Mata yang telah berkembang di Medan memulai mencoba lembaran baru di daerah Jakarta. Permasalahannya walaupun sudah menjalankan bisnis restoran lebih dari 20 tahun di Jakarta tetap banyak dari masyarakat yang kurang tahu mengenai restoran Kaca Mata dan masih salah persepsi mengenai produk yang dijualnya dikarenakan minimnya melakukan promosi.

Perancangan Promosi Alat Kopi RED Presso

by Ricky Try Yuliardy (14120210529)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E ricky.try@student.umn.ac.id
 E rickytryyuliardy@gmail.com
 PH 081213982397
 BE www.behance.net/rici_kikic0cc & @rickytry



RED Presso adalah alat kopi buatan lokal untuk menghasilkan espresso based namun alat ini belum pernah melakukan promosi secara aktif sehingga menyebabkan kurangnya informasi yang diterima oleh konsumen maupun target konsumen. Metode perancangan yang digunakan oleh penulis adalah kualitatif yaitu wawancara, observasi dan studi pustaka. Metode yang digunakan adalah orientasi, strategi, ide, desain, produksi dan implementasi. Tujuan utama dari perancangan ini adalah membuat positioning dari alat kopi RED Presso menjadi salah satu alat kopi yang cukup diminati dan dikenal di wilayah Kota Tangerang. Dalam merancang perancangan promosi alat kopi RED Presso media yang digunakan yaitu ATL & BTL.

Perancangan Promosi Pedalizer

by Stevanus Willem Sugata (0000008447)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E stevanus.sugata@student.umn.ac.id
 E stevan.batubara@gmail.com
 PH 081298106818
 IG @stevanbatubara



Tuntutan untuk menghasilkan karakteristik suara yang kian beragam membuat gitaris memerlukan pedalboard sebagai wadah bagi pedal-pedal efeknya. Penggunaan pedalboard yang semakin banyak membuat berbagai macam merek pedalboard muncul, namun dari sekian banyak merek pedalboard di dunia hanya sedikit pedalboard lokal Indonesia yang mempunyai kualitas global. Dengan berbagai fitur dan keunggulannya yang praktis Pedalizer dapat merambah pasar pedalboard lokal bahkan Singapura, namun pada persaingannya keunggulan dari Pedalizer masih kurang terkomunikasikan. Berharap dengan adanya perancangan ini dapat lebih menanamkan keunggulan produk ini di benak konsumen akan produk Pedalizer semakin meningkat.

Perancangan Promosi Event Kook Festival 2019

by Sumakthika Galar Riksa (12120210368)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E sumakthika.galar@student.umn.ac.id
 E galariksa@gmail.com
 PH 087734020776
 IG @galariksa



Kook Festival merupakan sebuah event surfing longboard competition tahunan yang diadakan oleh komunitas 'Batukarasbagus', event ini digelar di pantai Batu Karas, yaitu di Kecamatan Pangandaran, Kabupaten Cijulang. Kook Festival pertama diselenggarakan pada tahun 2017 sampai sekarang, namun hingga saat ini Kook Festival belum dikenal luas oleh masyarakat Indonesia, Melihat hal ini, penulis merasa Kook Festival memerlukan perancangan promosi guna memperkenalkan dan menginformasikan festivalnya. Dalam perancangan promosi ini dibutuhkan pengumpulan data untuk proses perancangan, melalui wawancara dengan ketua, panitia, masyarakat setempat, pendekatan target pasar, dan pengumpulan data melalui studi pustaka. Promosi dijelaskan didalam creative brief dan diterapkan dalam berbagai media.

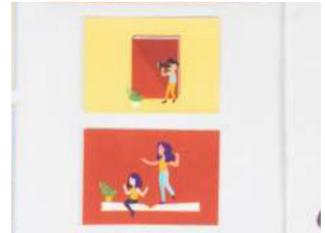
Perancangan Promosi Ruangles untuk Aplikasi Ruangguru

by Theofani Setiawan (00000010336)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

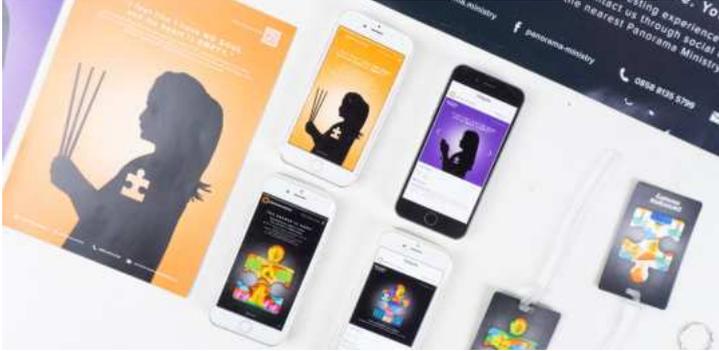
E theofani.setiawan@student.um.ac.id
 E leetheofani@gmail.com
 PH 082117653941
 BE bit.ly/ruangles



Ruangles menawarkan marketplace untuk mencari guru les privat. Namun, keberadaan Ruangles masih kurang diketahui oleh banyak orang. Ketidaktahuan masyarakat atas Ruangles karena kurangnya promosi yang dilakukan oleh Ruangguru untuk Ruangles. Selama ini promosi yang dilakukan oleh Ruangguru hanya terfokus kepada produk mereka yang menawarkan jasa elearning secara mandiri. Melihat hal tersebut, promosi untuk Ruangles perlu dilakukan, agar lebih banyak orang yang mengetahui fitur dari aplikasi ini, dan dapat membantu mereka. Oleh karena itu penulis membuat perancangan promosi Ruangles untuk aplikasi Ruangguru.

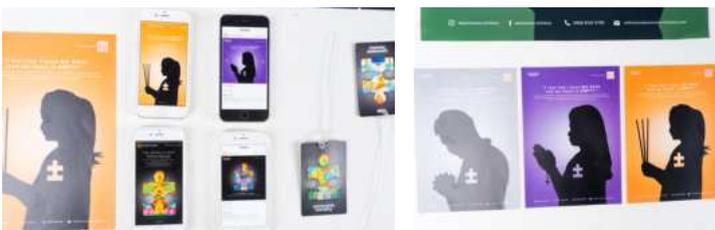
Perancangan Promosi Untuk Panorama Ministry

by Vannia Christianto (00000010313)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E vannia.christianto@student.umn.ac.id
 E christianto@live.ca
 PH 087875072539



Panorama Ministry merupakan jasa Tour dan Travel yang menyediakan perjalanan rohani asal Indonesia di bawah naungan Panorama JTB Indonesia, diperuntukkan untuk para umat beragama Kristen, Katolik, Hindu dan Buddha yang memiliki minat untuk melakukan perjalanan rohani. Panorama Ministry menyediakan produk perjalanan rohani yang berbagai macam dengan harga terjangkau sesuai durasi lama perjalanan namun dengan pelayanan yang baik. Macam-macam produk Panorama Ministry terdiri dari 3 bagian yakni The Cross yaitu untuk umat Kristen di Yerusalem, The Cross Beyond Holyland untuk umat Katolik ke Eropa, Asia untuk umat Hindu dan Buddha ke India, Bhutan dan lainnya.

Perancangan Ulang Visual Promosi PT. CBN Tangerang

by Wilson Christian Cendanal (0000009278)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E wilson.christian@student.umn.ac.id
 E wilsoncendana12@gmail.com
 PH 089629632363
 IG [wilsoncendana](#)



Salah satu perusahaan yang sedang berkembang di Indonesia adalah penyewaan ruangan dan gedung. Pada masa ini, banyak perusahaan yang sedang mencari lokasi penempatan acara training, seminar, dan workshop lainnya untuk mendukung karyawan perusahaan agar terlatih lebih baik lagi dalam hasil pekerjaannya. PT. CBN Tangerang merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang penyewaan yang berdiri sejak tahun 1998, perusahaan ini ingin mengembangkan cakupannya hingga kepada masyarakat Kota Tangerang. Selain itu, PT. CBN Tangerang memiliki potensi yang baik dan bagus untuk dijadikan tempat seminar, workshop, meeting, dan training yang ditujukan kepada perusahaan besar. Berdasarkan hal ini, perlu bagi PT. CBN Tangerang untuk merancang media promosinya agar dapat menarik perhatian audiens yang lebih luas.

Perancangan Promosi Acara Vespa World Days di Bali Tahun 2020

by Wisnu Lingga Wardana (12120210361)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E wisnu.lingga@student.umn.ac.id
 E wisnulinggawardana@gmail.com
 PH 085939849124
 IG @denwisnu20



Pada tahun 2018, Indonesia terpilih menjadi tuan rumah Acara Vespa World Days di tahun 2020. Hal ini akan menjadikan sebuah catatan sejarah bahwa Indonesia menjadi yang pertama di benua Asia menjadi tuan rumah acara Vespa World Days, akan tetapi pihak panitia yaitu Vespa Club Indonesia belum melakukan kegiatan promosi secara massive dan mengakibatkan dampak negatif atas kebenaran acara Vespa World Days 2020 di mata pecinta dan penggemar khususnya di Indonesia. karena hal tersebut, penulis memberikan sebuah solusi berupa perancangan promosi untuk acara Vespa World Days di Bali tahun 2020 supaya acara tersebut dapat diketahui dan dihadiri oleh pecinta serta penggemar vespa di seluruh dunia.

Signage

- 272 Andrian Wicaksono
- 273 Fiona Tasia
- 274 Anastasia Cynara Sekolastika
- 275 Angelina Rosalin
- 276 Antonius Bagas Triatmojo
- 277 Oberto Widjaja
- 278 Rizky Hardik

ubd





07

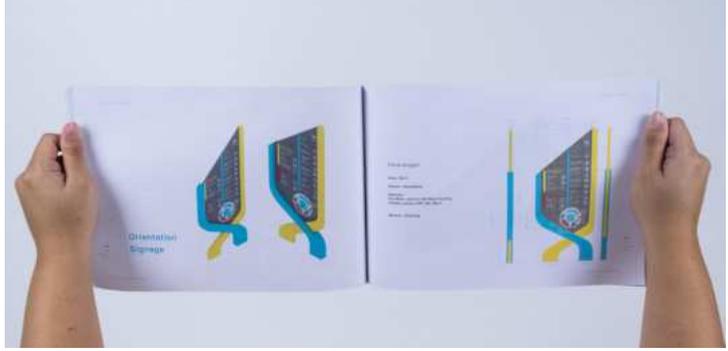
KONTRI
-BUTOR

07

TOTAL
KARYA

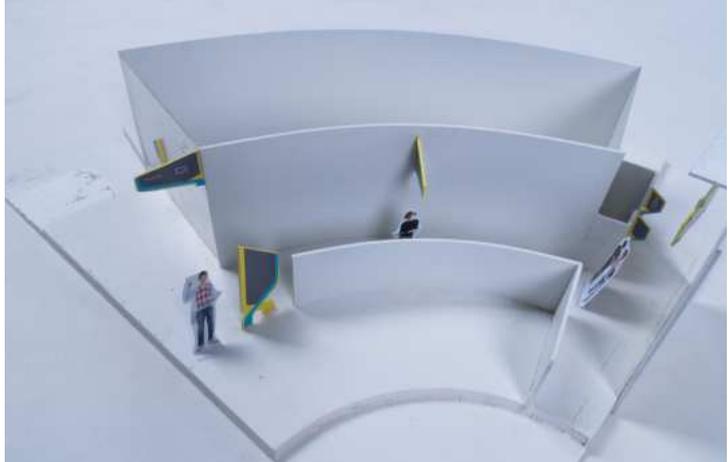
Perancangan Signage Pusat Peragaan IPTEK

by Andrian Wicaksono (14120210536)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E andrian.wicaksono@student.umn.ac.id
 E andrianwicak@gmail.com
 PH 085939711158
 L andrianwicak
 P instagram.com/andrianwicak



Pusat Peragaan IPTEK yang terletak di Taman Mini Indonesia Indah merupakan museum yang dibuat sebagai wadah untuk belajar sains sekaligus bermain. PP-IPTEK merupakan tempat pertama di Indonesia pada masa Presiden Soeharto yang memiliki wahana belajar dengan alat peraga interaktif dan program sains. Museum ini dibangun dengan arsitektural yang futuristik, menyesuaikan dengan tema IPTEK. Dengan luas wilayah 24.000m², wahana pada PP-IPTEK kurang didukung dengan keberadaan signage yang mumpuni, sehingga pengunjung kesulitan mencapai lokasi yang ingin dikunjungi. Oleh sebab itu, penulis terdorong melakukan perancangan ini agar dapat menyelesaikan permasalahan pada PP-IPTEK dalam hal signage.

Perancangan Sign System Taman Sari Guha Sunyaragi Cirebon

by Fiona Tasia (0000011425)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E fiona.tasia@student.umn.ac.id
 E fionatasia@gmail.com
 PH 082213119765
 L [fionatasiawijaya](#)



Taman Sari Guha Sunyaragi adalah cagar budaya yang dikelola oleh Keraton Kasepuhan di Cirebon. Tempat ini memiliki dua zona yaitu zona situs yang berisi kompleks guha dan zona penyangga yang berisi fasilitas pendukung. Banyaknya area dan alur pada tempat ini membuat pengunjung yang berwisata bingung dan hilang arah. Selain itu, penempatan regulasi dan penunjuk arah yang sudah ada kurang efektif, sehingga mengurangi keamanan pengunjung. Oleh karena itu, dilakukan perancangan sign system untuk membantu navigasi dan meningkatkan keamanan pengunjung. Signage yang dirancang berupa identification sign, orientation sign, directional sign, serta regulatory sign.

Perancangan Signage Museum Dirgantara Mandala

by Anastasia Cynara Sekolastika (00000010183)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E anastasia.cynara@student.umn.ac.id
 E anastasiacynara@gmail.com
 PH 085959722020
 L -
 P Instagram:@raranaraaa



Museum Pusat TNI AU Dirgantara Mandala telah berdiri sejak 21 April 1967 adalah wadah bagi peninggalan sejarah dan media komunikasi nilai-nilai perjuangan. Dengan perkembangan dari saat berdiri museum saat ini memiliki luas 4,2 hektar ini memiliki 3.275 dan tujuh ruangan utama. Namun media komunikasi yang tersedia sangat minim sehingga mengurangi kenyamanan pengunjung. Museum belum menunjang dalam hal navigasi untuk membantu pengunjung. Perancangan signage dibutuhkan sebagai media dukungan bagi pengunjung saat berada di area museum. Dilakukan observasi dengan memperhatikan suasana dan ambience lingkungan museum.

Perancangan Signage Kawasan Kota Tua Jakarta di Taman Fatahillah

by Angelina Rosalin (0000010300)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E angelina.rosalin@student.um.ac.id
 E angelinarosalinn@gmail.com
 PH 087777412838
 P lg : angelinarosalinn



Taman Sari Guha Sunyaragi adalah cagar budaya yang dikelola oleh Keraton Kasepuhan di Cirebon. Tempat ini memiliki dua zona yaitu zona situs yang berisi kompleks guha dan zona penyangga yang berisi fasilitas pendukung. Banyaknya area dan alur pada tempat ini membuat pengunjung yang berwisata bingung dan hilang arah. Selain itu, penempatan regulasi dan penunjuk arah yang sudah ada kurang efektif, sehingga mengurangi keamanan pengunjung. Oleh karena itu, dilakukan perancangan sign system untuk membantu navigasi dan meningkatkan keamanan pengunjung. Signage yang dirancang berupa identification sign, orientation sign, directional sign, serta regulatory sign.

Perancangan Signage Taman Bunga Nusantara

by Antonius Bagas Triatmojo (14120210051)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E antonius.bagas@student.umn.ac.id
 E :bagaatriat.ab@gmail.com
 PH 085959070748
 P b.triat



Taman bunga merupakan lahan terbuka hijau yang ditanami berbagai jenis bunga. Taman Bunga Nusantara merupakan salah satu wisata berbasis agrowisata yang beralamatkan di Jalan Mariwati km 7, Cianjur, Jawa Barat. Taman Bunga Nusantara menjadi objek wisata seluas 35 hektar, namun signage di kawasan tersebut masih kurang sehingga membuat pengunjung merasa kebingungan menemukan lokasi yang ingin mereka tuju. Saat ini directional sign dan regulatory sign kurang tersebar, kurang informasi pada orientational sign, dan identification sign belum memiliki citra Taman Bunga Nusantara. Maka, perlu dirancang signage demi kenyamanan pengunjung yang datang.

Perancangan Signage Shuttle Bus Summarecon

by Oberto Widjaja (0000009936)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E oberto.widjaja@student.umn.ac.id
 E oberto.widjaja@gmail.com
 PH 081293479747



Transportasi adalah hal yang sudah menjadi kebutuhan penting dalam kehidupan sehari-hari. Fenomena yang terjadi dalam operasional halte shuttle bus Summarecon selama observasi sebagai sarana transportasi memiliki beberapa permasalahan ketersediaan informasi bagi para penggunanya menyebabkan terjadinya berbagai dampak negatif bagi pengguna maupun operasional, sehingga membutuhkan perancangan signage. Perancangan signage ini menggunakan metodologi perancangan yang dikemukakan oleh Chris Calori (2015). Tujuan akhir dari perancangan ini adalah agar dapat diaplikasikan secara langsung pada halte-halte bus summarecon serta bermanfaat bagi penulis, universitas, dan masyarakat.

Perancangan Signage Taman Bunga Nusantara

by Rizky Hardik (14120210295)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E rizky.hardik@student.umn.ac.id
 E hardikrizky02@gmail.com
 PH 087809401683
 P IG : rizky_hardik, behance : rizky hardik



Taman bunga merupakan lahan terbuka hijau yang ditanami berbagai jenis bunga. Taman Bunga Nusantara merupakan salah satu wisata berbasis agrowisata yang beralamatkan di Jalan Mariwati km 7, Cianjur, Jawa Barat. Taman Bunga Nusantara menjadi objek wisata seluas 35 hektar, namun signage di kawasan tersebut masih kurang sehingga membuat pengunjung merasa kebingungan menemukan lokasi yang ingin mereka tuju. Saat ini directional sign dan regulatory sign kurang tersebar, kurang informasi pada orientational sign, dan identification sign belum memiliki citra Taman Bunga Nusantara. Maka, perlu dirancang signage demi kenyamanan pengunjung yang datang.

Typeface

- 282 Elrica Gresensia
- 283 Gracelia Purnomo
- 284 Inessa Linardi
- 285 Josia Clementius
- 286 Maria Fransiska
- 287 Anvirtia Priska Manangkalangi
- 288 Martina

ubd





07

KONTRI
-BUTOR

07

TOTAL
KARYA

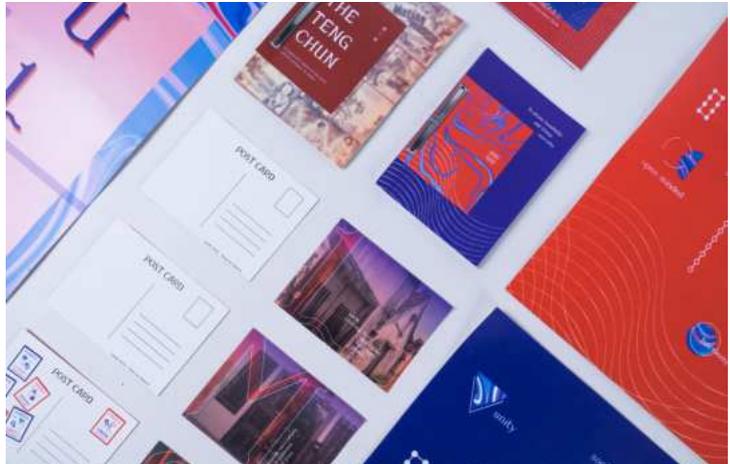
Perancangan Typeface Latin Hasil Adaptasi Batik Lasem Untuk Memperkaya Kebudayaan Peranakan Tionghoa

by Elrica Gresensia (00000010921)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E elrica.cresensia@student.umn.ac.id
 E elricacresensia@gmail.com
 PH 081288098847
 L elrica.cresensia



Perancangan typeface yang mengadaptasi kebudayaan Peranakan Tionghoa ini dirancang bertujuan memperkuat identitas Peranakan Tionghoa yang lambat laun semakin dilupakan oleh generasi muda karena terbawa oleh kiblat Barat, Korea dan Jepang. Maka dari itu, dilakukan pendekatan kebudayaan Peranakan Tionghoa ke generasi muda melalui tipografi karena dapat diaplikasikan ke dalam berbagai media. Perancangan typeface didapatkan dari eksplorasi motif batik Pesisir di Jawa. Diharapkan melalui typeface ini dapat memperkaya khasanah budaya Peranakan Tionghoa, sehingga dapat memperkuat entitas Peranakan Tionghoa sebagai bagian dari warisan budaya Nusantara yang sudah selayaknya dijaga dan dilestarikan.

Perancangan Typeface Adaptasi Huruf Latin dari Ornamen Bali sebagai Identitas Bali

by Gracelia Purnomo (0000011397)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E gracelia.purnomo@student.um.ac.id
 E graceliapurnomo@gmail.com
 PH 081219698039
 L graceliap
 P https://www.instagram.com/ni_a_ra/



Ornamen Bali secara eksterior mulai ditinggalkan oleh masyarakat Bali. Alasannya adalah dibutuhkan biaya yang lebih dalam proses pembuatan serta pemeliharannya. Hal ini menyebabkan fungsi ornamen yang bersifat komunikatif tidak lagi terlihat pada bangunan di Bali dan dapat membuat Bali kehilangan identitas budayanya. Maka dari itu, dengan dibuatnya perancangan typeface ornamen Bali yang mengadaptasi huruf Latin akan membuat penggunaan ornamen Bali menjadi lebih fleksibel di setiap media dan tidak dibutuhkan biaya mahal untuk menggunakannya. Melalui perancangan ini diharapkan masyarakat maupun pemerintah dapat menggunakannya dalam mempromosikan pariwisata yang berlangsung di Bali.

Perancangan Typeface Latin Adaptasi dari Karakter Aksara Sunda

by Inessa Linardi (0000010545)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E inessa.linardi@student.umn.ac.id
 E linardiinessa@gmail.com
 PH 08971042534
 L inessalinardi
 P <https://www.behance.net/linardiined13f>



Aksara Sunda merupakan warisan budaya nusantara yang berasal dari wilayah Jawa Barat. Seiring dengan perkembangan teknologi, aksara sebagai media komunikasi pun jarang digunakan dan nyaris ditinggalkan karena pengaplikasiannya yang terbatas serta keterbacaan yang sulit. Kebutuhan akan perhatian khusus serta rekognisi ke masyarakat yang kemudian mencetuskan ide untuk merancang set typeface ini. Dengan menggabungkan aksara Sunda yang asli dengan huruf Latin yang sudah menemani komunikasi sehari-hari, diharapkan pengaplikasian typeface dari adaptasi aksara Sunda ini bisa digunakan sebagai teks komunikasi.

Perancangan Alternatif Typeface Menggunakan Pendekatan Green Graphic Design

by Josia Clementius (0000010107)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E josia.clementius@student.umn.ac.id
 E josiaclementius@gmail.com
 PH 081213994967
 L jossiaaa
 P [instagram.com/joclementius](https://www.instagram.com/joclementius)



Tulisan merupakan media komunikasi untuk menyampaikan gagasan kepada khalayak, seperti melalui media cetak. Media cetak diproduksi menggunakan tinta yang tentu menghasilkan berbagai macam limbah tinta yang termasuk kategori Bahan Beracun dan Berbahaya (B3) yang dapat merusak lingkungan. Kesadaran masyarakat mulai terbentuk melalui gerakan pecinta lingkungan, seperti Green Graphic Design. Tujuan perancangan typeface ini adalah menghasilkan typeface dengan prinsip Green Graphic Design tanpa mengurangi legibility dan readability dari huruf itu sendiri. Hasil perancangan ini diharapkan dapat menyelesaikan permasalahan pencemaran lingkungan.

Perancangan Typeface Latin Berdasarkan Aksara Kaganga Sumatera Selatan

by Maria Fransiska (00000011993)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E maria.fransiska@student.umn.ac.id
 E maria.fransiska97@gmail.com
 PH 089601367930
 L mariafransiska
 P mariafrnsiska (instagram)



Penggunaan bahasa Latin dalam berkomunikasi di Indonesia saat ini membuat aksara Nusantara sulit berkembang, salah satunya adalah aksara Kaganga Sumatera Selatan yang sudah tidak digunakan dan tidak diketahui masyarakat. Wujud nyata aksara Kaganga yang masih ada sampai sekarang hanya berupa naskah Surat Ulu. Bentuk yang diadaptasi dari aksara Pallawa menyebabkan masyarakat tidak bisa membaca aksara Kaganga lagi. Untuk memperkenalkan kembali warisan budaya ini, diperlukanlah adaptasi aksara Kaganga ke dalam typeface Latin. Typeface ini juga dapat menjadi identitas budaya lokal Sumatera Selatan dalam menghadapi perkembangan budaya dan zaman.

Perancangan Typeface Latin Hasil Adaptasi Budaya Suku Minahasa

by Anvirtia Priska Manangkalangi (0000009249)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E anvirtia.manangkalangi@student.umn.ac.id
 E manangkalangitia.cs@gmail.com
 PH 081318348717
 P Instagram: thephotophilee



Tidak adanya sistem penulisan dan hanya berkomunikasi secara verbal menyebabkan banyak sejarah suku Minahasa yang belum terungkap dan bahkan perlahan menghilang. Adapun ornamen-ornamen seperti pada kain Benteenan memiliki sifat komunikatif. Pembahasan elemen-elemen visual ini menjadi sangat penting, mengingat identitas dari suku Minahasa yang perlahan menghilang. Untuk itu, muncul sebuah gagasan untuk merancang sebuah typeface Latin dengan karakteristik budaya Minahasa. Hal ini bertujuan untuk menambah kekayaan budaya Indonesia, menambah khasanah budaya Minahasa, dan dapat memperkenalkan identitas suku Minahasa kepada masyarakat melalui media-media yang digunakan masyarakat sekarang.

Perancangan Typeface Hasil Adaptasi Budaya Sumba

by Martina (0000011654)



CONTACT — ONLINE PORTFOLIO

E martina@student.umn.ac.id
 E martynali@gmail.com
 PH 082299888389



Suku Sumba merupakan suku yang menempati wilayah Pulau Sumba di Nusa Tenggara Timur, Indonesia. Suku Sumba memiliki berbagai macam budaya yang memiliki karakteristik dan budaya lokal yang sangat kuat dan melekat pada masyarakatnya, namun sayangnya Sumba tidak memiliki aksara untuk mengekspresikan karakteristik identitas budaya suku tersebut dan namanya mulai tenggelam diantara Suku Flores dan Suku Timor. Untuk melambungkan kuatnya karakteristik kebudayaan lokal tersebut, diperlukan identitas bagi Budaya Sumba. Maka dari itu, dirancanglah sebuah typeface sebagai aksara untuk mengekspresikan dan memberikan identitas serta menambah khasanah Nusantara melalui hasil adaptasi Budaya Sumba.

Advisors



ADHREZA BRAHMA, M.D.S.



ADITYA SATYAGRAHA, S.SN, M.DS.



AGATHA MAISIE T. S.SN., M.DS.

Final Project Coordinator of Visual Brand Design



CLEMENS FELIX, S.SN



PRIMA MURTI RANE, M.DS



GIDEON K.F.H. HUTAPEA, S.T, M.DS



ERWIN ALFIAN, S.SN, M.DS



JONI NUR BUDI KAWULUR, S.SN, M.DS



LALITYA TALITHA, M.DS

Final Project Coordinator of Interactive Design



MOHAMMAD RIZALDI, S.T., M.DS



NADIA MAHATMI, M.DS



ARDYANSYAH, S.SN., M.DS., M.M.



ZAMZAMI ALMAKKI, S.PD., M.DS.



ROY ANTHONIUS SUSANTO, S.SN., M.DS.



TOLENTINO, S.DS., M.M.



RANI ARYANI, S.SN, M.DS



FRANSISCA RETNO, S.DS., M.SN.



DARFI RIZKAVIRWAN, S.SN., M.DS

Advisors



JUHRI SELAMET, S.ST., M.DES.



CHARA SUSANTI, S.DS., M.DS.

Advisors

ARI DINA KRSTIAMAN, S.SOS., M.SN.



SALIMA HAKIM, S.SN., M.HUM.



BASKORO ADI WURVANTO, S.E., M.M.



LUCKY KUSWANDI, BFA.



MOCHAMAD FAISAL, S.SN., M.SN.



DAN JUGA,
AGUS MEDIARTA, S.S.
BAYU PRIHANTORO FILEMON, S.I.KOM.
BISMA FABIO SANTABUDI, S.SOS., M.SN.
DAMAS CENDEKIA, S.SN.
FAISAL RAMADHAN, S.T., M.SN.
LAILA NUR AZIZAH, S.SOS., M.A.B.
PUTRI SARAH AMELIA, M.SN.
STEFANUS BINAWAN UTAMA, S.SN.