IMAGO VIII

Katalog Tugas Akhir Fakultas Seni & Desain
Universitas Multimedia Nusantara

Semester Ganjil Genap 2022-2023

KATALOG TUGAS AKHIR
FAKULTAS SENI & DESAIN
UNIVERSITAS MULTIMEDIA
NUSANTARA
SEMESTER
GANJIL GENAP
2022—2023

KATALOG TUGAS AKHIR
FAKULTAS SENI & DESAIN
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

SEMESTER GANJIL & GENAP 2022/2023

PELINDUNG

Dr. Ninok Leksono, M.A

PEMBINA

Adhreza Brahma, M.Ds

DESIGNER

Silvia Halim
Keshia Elleora
Venny
Muhammad Bintang Basyrah
Fiona Patricia Darma
Jessie Elisa Iana
Peony Yohanes
Sherline
Angellie
Kinza Olivia Santosa
Ditha Paramita Gunawan
Josephine Jessie
Alvin Sebastian
Tyaswening Trihatma Kurniani
Shannon Elke Lavinia

PAMERAN
TUGAS AKHIR
FSD UMN

TABLE OF

Contents 01

Forewords 02

Interaction Design 04

Interactive Media
Interactive Storytelling
Interactive Illustration
Information Media
Boardgame

2D Game
3D Game
UI/UX Design
Promotion
Campaign

Visual Brand Design 03

Information Media
Promotion

Book Design
Branding
Brand Identity
Campaign

CONTENTS

01 **Film**

Corporate Video
Dokumenter
Music Video
Feature Length Script
Fiksi
Pengkajian

02 **Peminatan Animasi**

2D Short Animation
3D Short Animation
Motion Graphic
Hybrid Short Animation
TV Commercial

03 **Arsitektur**

04 **Final Project Advisors**

MUHAMMAD CAHYA DAULAY, S.SN., M.DS.

Dekan Fakultas Seni dan Desain & Kepala Program Studi Arsitektur

IMAGO merupakan kegiatan Pameran Karya Tugas Akhir Fakultas Seni dan Desain UMN, yang diinisiasi oleh Prodi Desain Komunikasi Visual sebelum fakultas berkembang menjadi tiga Prodi seperti saat ini, yaitu Desain Komunikasi Visual, Film dan Arsitektur. Karya tugas akhir mahasiswa dari ketiga Prodi diangkat untuk diapresiasi bersama khalayak sebagai bentuk tolok ukur dan evaluasi hasil pembelajaran yang berdaya cipta. Beragam rupa karya yang diapresiasi menjadi bukti keluasan keilmuan seni dan desain yang dapat diaplikasikan manfaatnya. Mewakili Fakultas, saya menghaturkan terima kasih tak terhingga kepada para panitia serta tim dosen pembina yang telah berupaya keras hingga terlaksananya acara ini. Juga dukungan penuh rektorat, Prodi dan divisi divisi terkait. Termasuk seluruh partner dan rekan-rekan dari sponsor, institusi, industri dan asosiasi yang turut bersumbangsih pada kegiatan IMAGO 8.

Sesuatu yang sangat membanggakan bahwa kreativitas, kolaborasi dan semangat berkarya cipta tetap terjaga walau masih dalam kondisi pandemi yang serba membatasi. Proses menjaga keberadaan IMAGO sangat penting dalam lingkup kecendekiawanan di FSD UMN. Akhir kata selamat berkarya-cipta dan berkolaborasi secara kreatif. Terima kasih atas antusiasme dan partisipasi aktif semua pihak dalam IMAGO 8. sampai bertemu di acara IMAGO berikutnya.

Salam sehat selalu.

FONITA THERESIA YOLIANDO, S.DS., M.A

Kepala Program Studi DKV UMN

“Melalui karsa, kita berkarya.”

Melalui IMAGO VIII, para mahasiswa tingkat akhir Prodi Desain Komunikasi Visual diberi kesempatan untuk unjuk karya terbaiknya dalam salah satu ajang tahunan di Fakultas Seni dan Desain Universitas Multimedia Nusantara. Kami percaya bahwa setiap karya Tugas Akhir yang telah melalui proses kurasi, katalogisasi, dan publikasi memiliki potensi yang tidak terbatas dan melalui IMAGO VIII, karya mereka dapat dinikmati tidak hanya oleh civitas akademika UMN tetapi juga oleh segenap masyarakat Indonesia atau bahkan internasional. Prodi berharap rekam jejak ini dapat terus diingat oleh para mahasiswa sebagai suatu pencapaian kreatif yang diperoleh di bangku kuliah sehingga dapat terus dikembangkan dalam skala yang lebih luas dan dapat berdampak positif secara berkelanjutan.

Tentunya, semua ini tidak terlepas dari upaya dan jerih payah berbagai pihak, mulai dari Dekan, Kaprodi, Dosen, Mahasiswa, Staf, Narasumber, dan Panitia dari IMAGO VIII yang telah memberikan efort terbaiknya sepanjang proses Tugas Akhir hingga terselesaikannya rangkaian acara IMAGO VIII ini, mulai dari seminar, bedah karya, screening karya, dan talkshow. Kami mengucapkan proviciat bagi seluruh mahasiswa yang telah tuntas menjalankan Tugas Akhir dan tim dosen yang telah mengawal jalannya proses ini, serta kontribusi dari seluruh pihak panitia, narasumber, dan pembina IMAGO VIII yang memungkinkan acara ini dapat kembali dilangsungkan tahun ini. Namun, janganlah menjadikan ini sebagai garis fnish dari perjalanan kreatif kita semua, karena ini adalah permulaan dan garis start yang baru. Mari terus berkarya dan terus menjadi individu pencipta. Sampai berjumpa di IMAGO berikutnya

KUS SUDARSONO S.E., M.SN.

Kepala Program Studi Film UMN

IMAGO merupakan kegiatan tahunan dari FSD UMN yang selalu saya tunggu, selama bertahun-tahun kualitas karya Mahasiswa UMN selalu meningkat dari tahun ke tahun. Hal ini merupakan kebanggaan bagi kami para dosen, bisa melihat perkembangan skill dan knowledge dari para mahasiswa tersebut.

Tema tahun ini adalah Showstopper, menilik tema ini, mahasiswa sudah memiliki karya-karya yang mampu menjadi showstoppers untuk ditampilkan dan dinikmati oleh semua orang.

Saya mengucapkan terima kasih untuk para mahasiswa, para panitia, para dosen, dan para pimpinan universitas atas penyelenggaraan IMAGO VIII kali ini, serta selamat menikmati bagi para pengunjung

FRINDHINIA MEDYASEPTI, S.SN., M.SC.

Koordinator Tugas Akhir DKV

"Pandemi menjadi momentum tepat pengembangan seni dan desain yang masif melalui teknologi dan media baru. Inovatif dan adaptif menjadi kunci dalam menghadapi transformasi ke era disupsi ini. Segala keterbatasan yang kita rasakan sebelumnya di era pandemi ternyata mampu melahirkan berbagai bentuk inovasi artistik, dan di era pasca pandemi saat ini lah akhirnya kita dapat melihat berbagai bukti nyata transformasi tersebut di sekitar kita.

Imago generasi ke-8 telah dimulai, generasi yang tidak hanya survive perkuliahan masa pandemi namun mendapat privilege merasakan dinamika tugas akhir pasca pandemi. Sejalan dengan tema yg diusung oleh Imago 8, yaitu Showstopper, wujud transformasi artistik dunia baru ini layaknya para individu kreatif yang melambung ke angkasa dengan mengusung berbagai keunikan solusi desain yang mereka hadirkan.

Setiap karya yang dipamerkan disini bukan hanya sekadar hasil dari sebuah proyek akademis. Mereka adalah perwujudan dari perjalanan panjang yang dilalui oleh para mahasiswa tugas akhir. Tidak hanya menyuguhkan perubahan estetika dalam kreativitas mahasiswa, melainkan juga merenungi transformasi mendalam dalam cara berpikir mereka yang diperkaya oleh era disrupsi. Halaman-halaman katalog ini menjadi saksi bukan hanya terhadap keindahan visual, tetapi juga mencerminkan esensi inovasi dan adaptasi terhadap perubahan radikal yang membentuk landasan kreativitas mahasiswa.

Selamat menikmati peneropongan yang kritis terhadap kreativitas akademis ini, yang tatkala terjalin dengan nuansa era disruptif, memperlihatkan betapa mahasiswa mampu memahami dan merangkul tantangan, mengubahnya menjadi peluang untuk menciptakan karya yang tidak hanya mengikuti perkembangan zaman, tetapi juga menjadi arsitektur perubahan itu sendiri. Karya-karya ini adalah bukti nyata dari perjalanan epik para mahasiswa, dan bukti nyata akan potensi kreatif yang luar biasa yang dimiliki oleh para generasi penerus seni dan desain."

JASON OBADIAH, S.SN., M.DES.SC.

Koordinator Tugas Akhir Film

Kita kadang menganggap bahwa Tugas Akhir hanya merupakan suatu kewajiban yang harus kita lakukan sebelum kita lulus dan berkarya di dunia industri. Tetapi karya Tugas Akhir dapat menjadi sesuatu yang lebih. Karya tugas akhir dapat menjadi sebuah portfolio karya terbaik kalian selama menjalankan masa kuliah yang dapat dipublikasikan kepada masyarakat luas. IMAGO merupakan salah satu sarana yang disediakan untuk hal tersebut dimana karya kalian dapat diperkenalkan kepada seluruh kalangan masyarakat baik dari kalangan profesional maupun non-profesional. Walaupun setiap mahasiswa memiliki cara berkarya yang berbeda-beda, tetapi apabila dilakukan dengan serius, maka tidak akan menutup kemungkinan bahwa karya tersebut akan menjadi karya yang memiliki kualitas yang dapat bersaing dengan karya lainnya di tingkat internasional. Oleh karena itu, setiap mahasiswa harus memiliki sebuah ambisi untuk mencari tahu segala hal dan bereksperimen melalui karya selama masa kuliah. Tidak terasa kita sudah melaksanakan IMAGO yang kedelapan. Saya sebagai koordinator Tugas Akhir peminatan Film mengucapkan selamat kepada para mahasiswa atas karya yang telah dipublikasikan di IMAGO. Semoga karya kalian menjadi sebuah portfolio yang dapat membawa kalian lebih maju lagi di dunia industri kreatif.

CHRISTINE MERSIANA LUKMANTO, S.SN.,

Koordinator Tugas Akhir Animasi

Terima kasih saya ucapkan kepada seluruh panitia IMAGO yang setiap tahunnya memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk menunjukan bakatnya dan memberikan apresiasi yang sangat baik. Semoga mahasiswa menjadikan kesempatan ini sebagai sebuah pencapaian yang dapat mendorong mereka untuk terus berkarya. Saya berharap agar mahasiswa terus semangat dalam mengejar cita-cita dan impian mereka. Kerahkanlah imajinasi dan kreativitas yang sesuai pada tempatnya.

YOSEPHINE SITANGGANG, S. ARS., M. ARS.

Koordinator Tugas Akhir Arsitektur

IMAGO VIII: Showstoppers! Acara IMAGO yang menjadi event pameran tahunan yang memamerkan karya Tugas Akhir dari mahasiswa/mahasiswi kali ini mengangkat konsep luar angkasa. Mari kita bersama-sama mari kita jelajahi keindahan berbagai macam karya Tugas Akhir dari prodi Arsitektur, DKV, Film dan Animasi dalam pameran ini yang sudah dikurasi menjadi sorotan utama. Dari prodi Arsitektur sendiri karya yang dipamerkan ini merupakan perwakilan dari karya terbaik Tugas Akhir dari mahasiswa prodi Arsitektur yang dikemas dalam bentuk 2D dan 3D. Selamat menikmati petualangan visual dan artistik yang memukau di IMAGO VIII!

SUPPORTED BY:

fsd fakultas seni & desain umn

dkv desain komunikasi visual umn

ars arsitektur umn

film film & animasi umn

BEM Universitas Multimedia Nusantara

himars umn

id

hmdkv umn

hmfilm umn

Keluarga Besar Mahasiswa

SPONSORED BY:

AS About Studio

Your Partner in Trust PANDABOO GARMENT

pH 8+ U Maxx

MEDIA PARTNER:

UMN Career Day

CDC Career Development Centre

Event Campus

#EVENT TANGSEL

EVENTFEST.ID

hmdkv umn

Im Kan

NusakarA artspace

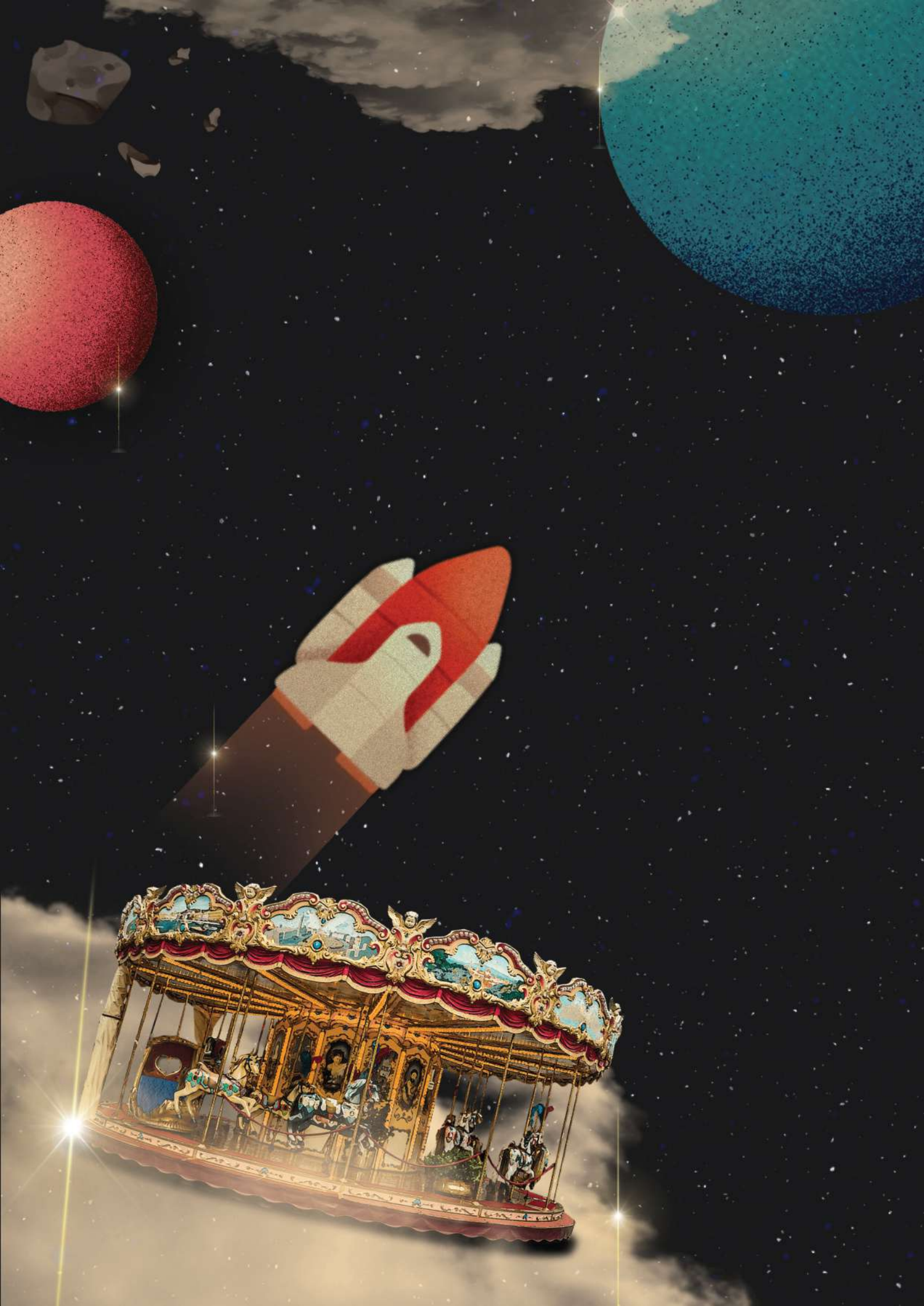
KATAK Komunitas Anak Teater Kampus

Teman Serpong

ULTIMAGZ

UMN Juice Beyond Journalism

UMN tv

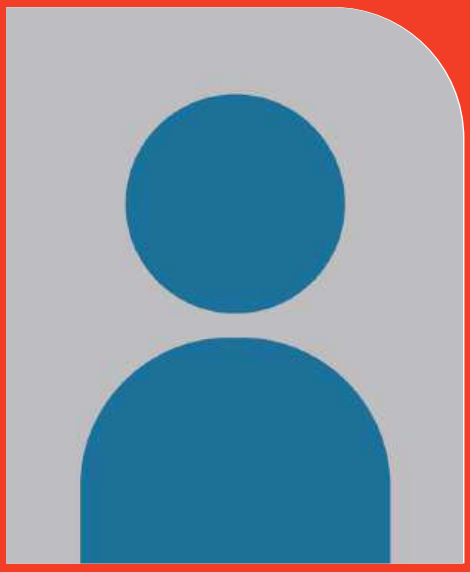


INTERACTION
DESIGN
2d Game
3d Game
UI/UX Design
Promotion
Campaign
Interactive Media
Interactive Storytelling
Interactive Illustration
Information Media
Boardgame

Perancangan Website Kampanye Interactive Mengenai Pengelolaan Sampah Di Kawasan Taman Wisata Alam Hutan Mangrove Angke Kapuk

by ***Angeline Selly Aurelya(00000034027)***

Kota Jakarta rawan akan peningkatan volume air laut karena penurunan permukaan tanahnya. Hutan mangrove bisa menjadi solusi dari permasalahan tersebut. Jakarta memiliki solusi tersebut di Taman Wisata Alam Hutan Mangrove di Angke Kapuk. Hutan mangrove bisa menahan erosi pantai sekaligus mencegah pemanasan global. Namun sebagai hutan ekosistem, TWA Hutan Mangrove Angke masih memiliki banyak sampah. Sampah adalah salah satu ancaman bagi pohon mangrove karena sampah menjadi factor terbesar kematian pohon mangrove disana. Oleh karena itu, penulis merancang kampanye interaktif mengenai pengelolaan sampah di Kawasan Taman Wisata Alam Hutan Mangrove Angke Kapuk untuk mengajak masyarakat ikut melestarikan pohon mangrove. Penulis menggunakan metodologi penelitian Human Centered Design yang memiliki 3 tahapan utama yaitu inspiration, ideation, dan implementation. Dari hasil penelitian, penulis mengetahui pengelolaan sampah yang dilakukan pihak TWA Hutan Mangrove Angke Kapuk, dan kekurangan dari pihak pengelolaan sampah di Kawasan tersebut. Pada tahapan ideation penulis mengolah data yang sudah didapatkan menjadi sebuah Prototype website yang akan di testing pada tahapan implementation.

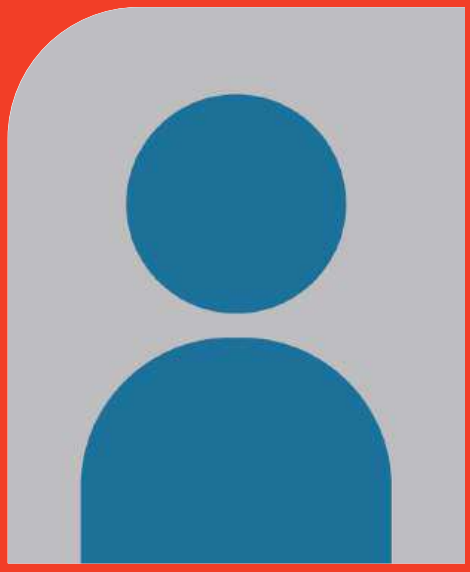


Contact

angeline.selly@student.umn.ac.id
angeline.selly0202@gmail.com
‘087880691812

Perancangan Ui/Ux Media Informasi Hewan Ternak Sapi

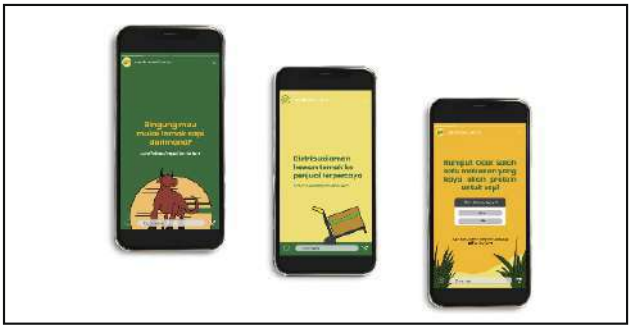
by ***Arien Nindya (00000033451)***



Contact

arien.nindya@student.umn.ac.id
arien.nindya@gmail.com
‘085281788075

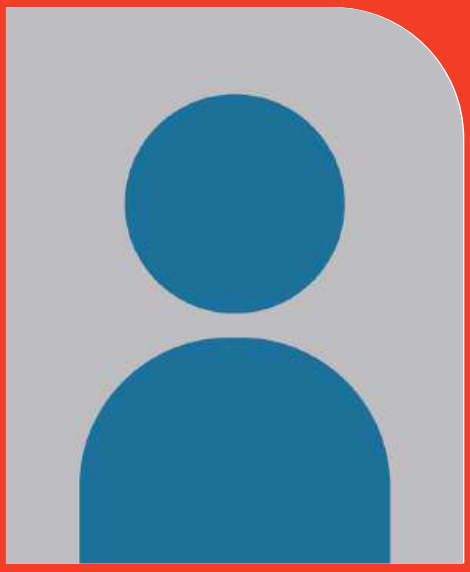
Media informasi digital sangat dibutuhkan pada perkembangan teknologi saat ini karena mempermudah masyarakat dalam mengakses suatu informasi secara cepat dan praktis. Namun untuk bagian sektor peternakan khususnya sapi masih begitu minim dan cenderung sulit, karena kebanyakan masyarakat yang ingin mengetahui informasi peternakan harus bergabung dalam suatu komunitas terlebih dahulu. Peternakan Kandang Adi Lembu Farm siap untuk memberikan edukasi dan informasi seputar peternakan berdasarkan pengalaman peternakan yang telah mereka lakukan. Namun, kebanyakan pihak peternak belum memiliki sarana media informasi secara digital. Maka dari itu, dibutuhkan sarana media informasi digital yang dapat membantu masyarakat mengakses informasi tentang peternakan sapi secara mudah dan efisien. Sehingga rumusan masalah yang ingin dibentuk ialah bagaimana membentuk UI/UX Media Informasi Hewan Ternak Sapi. Hasil dari penelitian ini mengharapkan sektor peternakan khususnya hewan ternak sapi memiliki sarana media informasi digital yang dapat dikases secara mudah dan terpercaya dan mudah dipahami untuk digunakan oleh masyarakat yang baru terjun ataupun lama di sektor peternakan sapi.



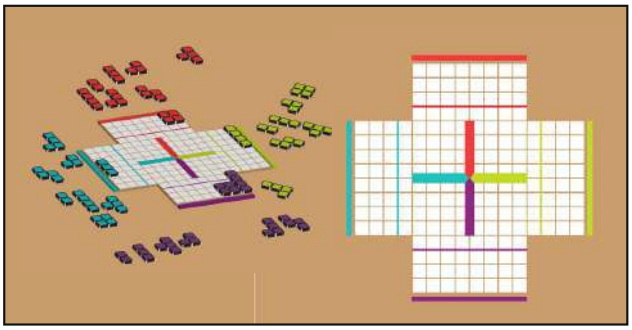
Perancangan Board Game Untuk Mengurangi Efek Negatif Kecanduan Game Online Bagi Remaja Usia 12-16 Tahun

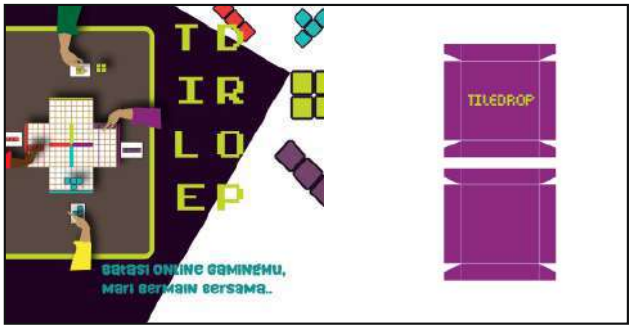
by ***Arvin Amtonio Tanuwijaya(00000023784)***

Jumlah pengguna game online semakin meningkat dari tahun ke tahun. Saat bermain game, pemain menerima hadiah dalam game, yang membuat pemain merasa bangga dan bahagia saat menerimanya. Proses ini akan memakan waktu yang cukup lama, karena reward dari game ini diimbangi dengan tingkat kesulitan yang cukup tinggi. Jadi pemain menghabiskan waktu lama untuk mencoba mendapatkan hadiah ini. Dengan game yang terus diperbarui dan konten baru yang dikembangkan, siklus ini tidak pernah berakhir dan membuat pemain ketagihan. Masalah kecanduan game ini perlu dieksplorasi terlebih dahulu apa yang memicu terjadinya komplikasi kecanduan game. Kecanduan game,menurut dr. Elisa, bisa terjadi pada siapa saja, tidak terbatas pada usia tertentu. Lokasi penyebab kecanduan game ada pada orangnya, dimana akar masalahnya terletak di sana. Pengetahuan masyarakat umum tentang ukuran waktu bermain game yang sehat dapat dikatakan cukup, namun masih dapat ditingkatkan melalui edukasi tentang waktu penggunaan game online.



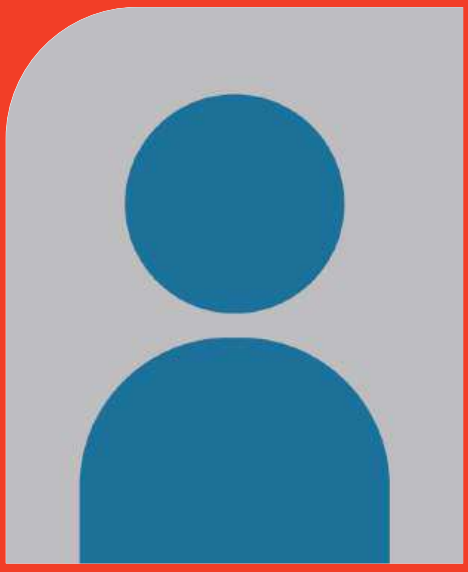
Contact
arvin@student.umn.ac.id
arvinlibra24@gmail.com
‘081380103962





Perancangan Buku Panduan Pariwisata Kepulauan Karimunjawa Untuk Solo Traveling

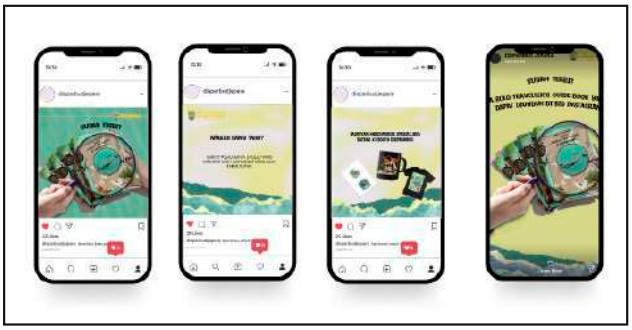
by ***Athiyah Mumtazah (00000033286)***



Contact

athiyah.mumtazah@student.com
mumtazaathiya@gmail.com
‘089638520972

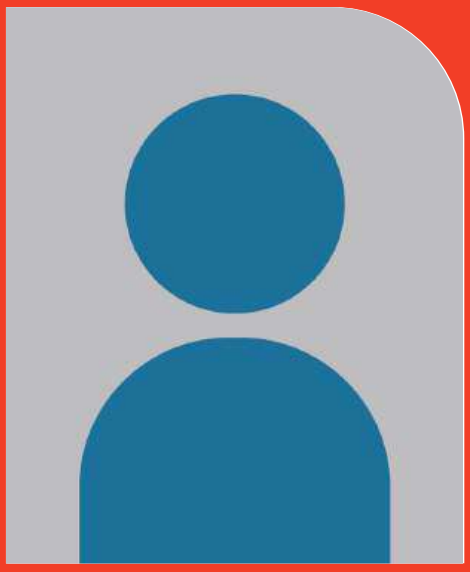
Kepulauan Karimunjawa adalah kepulauan yang terletak di kabupaten Jepara, kepulauan ini memiliki pantai berpasir putih dan merupakan bagian dari taman nasional Karimunjawa. Taman nasional Karimunjawa ini juga merupakan rumah bagi hutan mangrove, terumbu karang, ratusan Ikan hias, bahkan hewan hewan langka seperti elang, penyu hijau, kura kura dada putih, dan penyu sisik. Saat ini kepulauan Karimunjawa sudah dikenal oleh kalangan masyarakat, dan di promosikan dengan berbagai pihak berserta berbagai media, namun masih kurangnya adanya media informasi yang memberikan seputar informasi pariwisata kepulauan karimunjawa kepada wisatawan. Dengan demikian penulis melakukan penelitian dengan judul Perancangan Buku Panduan Pariwisata Kepulauan Karimunjawa untuk Solo Traveling. Penelitian ini menggunakan campuran dari metode kualitatif dalam bentuk kuesioner, dan juga metode kuantitatif dalam bentuk interview. Maka dari itu, penulis bertujuan untuk membuat media informasi mengenai kepulauan Karimunjawa untuk menyediakan informasi dan mengajak orang orang untuk berwisata di Karimunjawa.



Perancangan Website Dakon Sebagai Pengenalan Karakter Wayang Kulit Kisah Mahabharata

by ***Caroline Thefany(00000035043)***

Sudah menjadi rahasia umum bahwa wayang merupakan warisan kebudayaan Indonesia yang telah diakui oleh UNESCO, terutama wayang kulit. Wayang kulit selain pada pertunjukan dan pembawaannya, karakter wayang kulit sendiri menjadi poin menarik dan khas yang melekat pada masyarakat. Karakter wayang kulit memiliki banyak bagian, seperti Tatah Sungging pada ukiran/ pahatan dan pewarnaanya, penokohan karakter, serta pembawaannya oleh dalang yang sudah termasuk pada geraknya. Pengetahuan mengenai karakter wayang sendiri hanya sebatas penokohan secara umum, sisanya menjadi pengetahuan minor yang jarang diketahui. Pelestarian akan pengetahuan dan informasi ini juga penting sebagai langkah pelestarian dan dokumentasi, ditambah setiap zamannya wayang selalu berubah-ubah. Maka dari itu, penulis merancang website Dakon yang menyediakan informasi untuk menarik minat literasi para generasi muda sebagai target utama dalam pelestarian, dengan memberikan informasi yang dapat lebih mudah diserap dan interaktif.

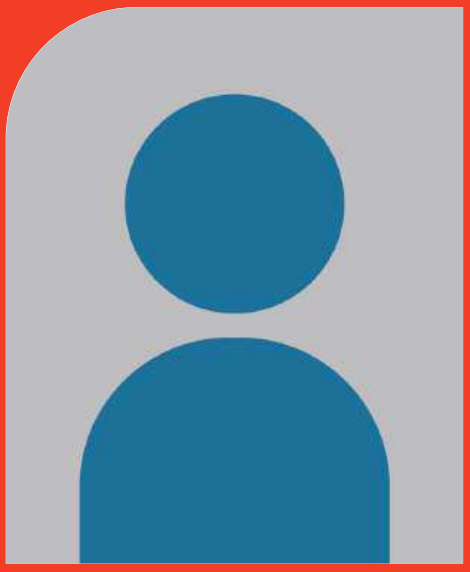


Contact

caroline.thefany@student.umn.ac.id
lyn.kerin90@gmail.com
‘082380772223

Perancangan Board Game Bahaya Penggunaan Ponsel Berlebihan Pada Anak Untuk Orang Tua

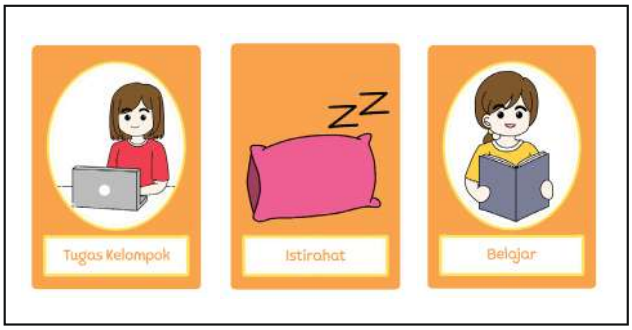
by ***Celine Viona (00000032895)***



Contact

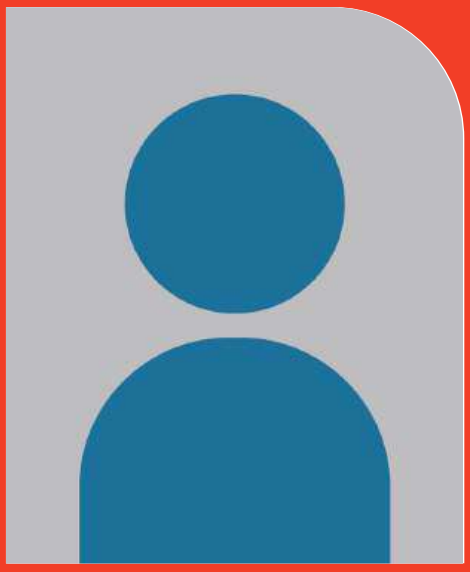
celine.viona@student.umn.ac.id
cviona6@gmail.com
‘087788026678

Diawal tahun 2020, masyarakat Indonesia dikejutkan oleh berita mengenai virus mematikan yaitu COVID-19 yang menyebar dengan cepat serta mengubah aktivitas manusia sepenuhnya, termasuk aktivitas belajar dan mengajar. Sebelum pandemi berjalan, biasanya aktivitas belajar dan mengajar selalu dilakukan di rumah secara tatap muka. Akan tetapi, peraturan lockdown yang masih berlangsung selama pandemic ini cukup membuat para siswa menjadi bosan dan menghabiskan sebagian besar waktu untuk bermain ponsel. Penggunaan ponsel pintar dengan kuantitas yang tidak semestinya tentu akan memberikan dampak yang tidak baik bagi siswa diusia muda. Beberapa dampak tersebut diantaranya adalah siswa yang lupa akan waktu sehingga tugas-tugasnya terlalaikan, hilang ketertarikan pada aktivitas lain dan lebih sering menghabiskan waktunya sendiri, bermain ponsel, kesehatan mata serta perkembangan otak juga akan terganggu. Selain itu, jika anak sudah kecanduan bermain ponsel pintar maka hal tersebut dapat mengganggu perkembangan otak pada anak.



Perancangan User Interface Aplikasi Crefobe Untuk Konsultasi Bisnis Pengembangan Umkm

by ***Dita Istiana(00000033300)***

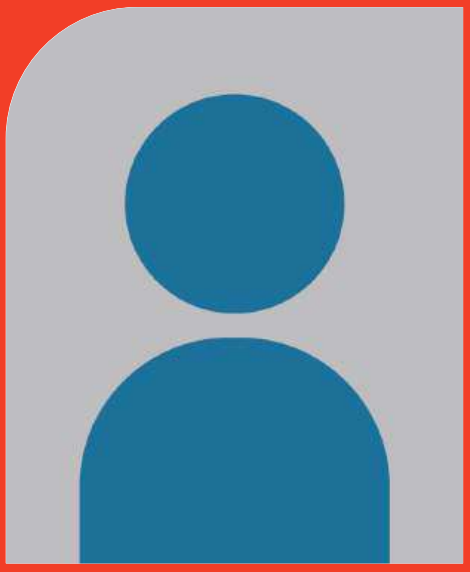


Contact
dita.istiana@student.umn.ac.id
ditaistiana97@gmail.com
‘087888708048

UMKM atau Usaha Mikro Kecil Menengah selalu menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari. Contohnya jual beli makanan dan minuman yang sering dijumpai pada lingkungan sekitar, toko kopi bagi kalangan anak muda yang kini kian menjamur, dan masih banyak lagi UMKM yang menjadi tempat jual beli kebutuhan. Permasalahan muncul dengan masih banyak UMKM di lingkungan masyarakat terbilang kecil dan susah untuk menuju pada sektor menengah yang dikarenakan kurangnya modal usaha, tidak banyak para UMKM mau melakukan konsultasi bisnis untuk mengembangkan unit usaha agar semakin maju. Dengan Metode kualitatif yaitu dengan melakukan wawancara kepada pelaku UMKM sektor kecil secara langsung dengan beberapa pertanyaan dan melakukan observasi langsung ke tempat para UMKM menjual barang khusunya bidang makanan dan minuman. Selain menggunakan metode kualitatif, metode kuantitatif juga dibutuhkan agar penulis dapat mengumpulkan data berupa statistik dari UMKM. Metode kuantitatif melalui form daring yaitu Google Form. Dari permasalahan yang didapatkan, penulis merancang suatu solusi media informasi berupa tampilan user interface konsultasi bisnis untuk pengembangan UMKM.

Perancangan Kampanye Interaktif Tentang Pendeteksian Dini Spinal Muscular Atrophy

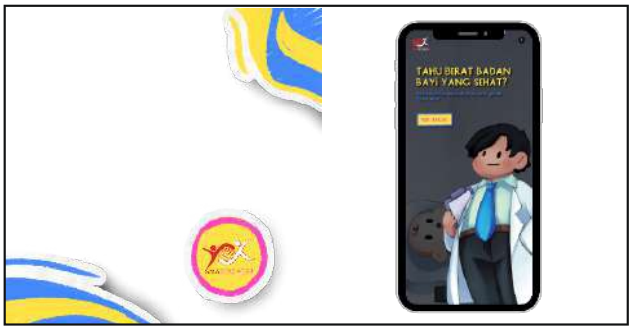
by ***Graciella Elizabeth (00000026891)***



Contact

graciella.elizabeth@student.umn.ac.id
graciellizabeth@gmail.com
‘6283875077525

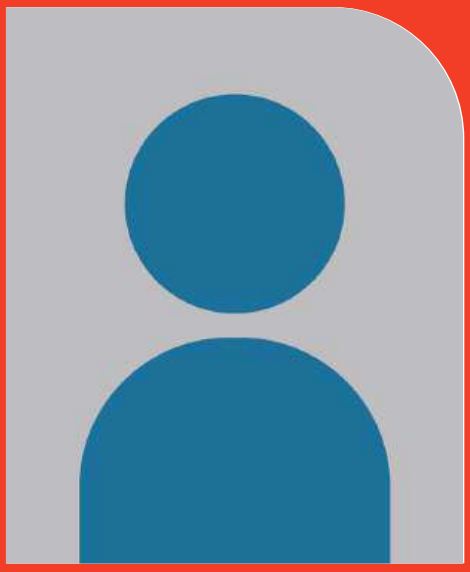
Walaupun diperkirakan 1 dari 6.000 sampai 10.000 bayi yang lahir memiliki penyakit spinal muscular atrophy, masih belum adanya laporan resmi mengenai jumlah penderita spinal muscular atrophy di Indonesia. Hal ini menyebabkan kurangnya kesadaran di kalangan dewasa muda, terutama orang tua yang memiliki anak berusia di bawah 3 tahun, umur kritis untuk mendeteksi dan menangani spinal muscular atrophy. Perancangan dibuat untuk merancang sebuah kampanye interaktif untuk membantu dewasa muda terutama yang berencana untuk memiliki anak agar dapat memonitor pertumbuhan kembang anak sebagai salah satu cara pendeteksian dini spinal muscular atrophy. Selama perancangan, penulis telah mengumpulkan data menggunakan beberapa metode seperti wawancara dengan seorang bioteknika yang membuat alat bantu mobilitas untuk penyandang spinal muscular atrophy dan seseorang yang aktif dalam komunitas SMA Indonesia, menyebarkan kuesioner ke target khalayak, dan melakukan studi eksisting pada media dan kampanye yang telah ada sebelumnya mengenai topik spinal muscular atrophy. Melalui perancangan ini, penulis menemukan fitur-fitur yang dapat membantu target lebih memahami hal tersebut menggunakan cerita interaktif sebagai media utama kampanye.



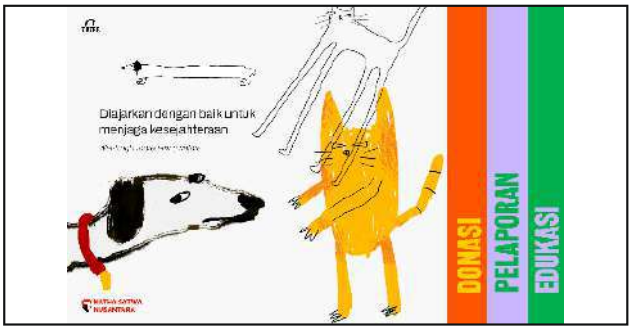
Perancangan Kampanye Sosial Untuk Mengurangi Kekerasan Pada Anjing Dan Kucing Di Jabodetabek

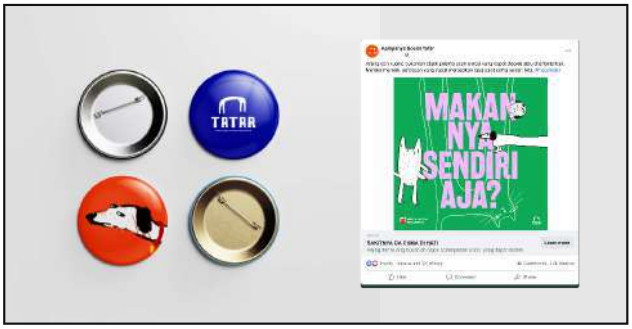
by ***Hardy Octovan Amurisi Zega(00000037831)***

Perancangan kampanye sosial mengenai kekerasan pada hewan peliharaan untuk masyarakat di DKI Jakarta dan sekitarnya. Karena Indonesia merupakan salah satu negara yang paling banyak menyumbang video kekerasan pada hewan peliharaan di media sosial. Masyarakat masih banyak yang tidak mengetahui tentang hukum yang mengatur tentang tindak kekerasan pada hewan peliharaan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode hybrid, sedangkan metode perancangan yang digunakan adalah metode perancangan desain Robin Landa dengan orientasi, analisis, konsep, visualisasi, dan implementasi.



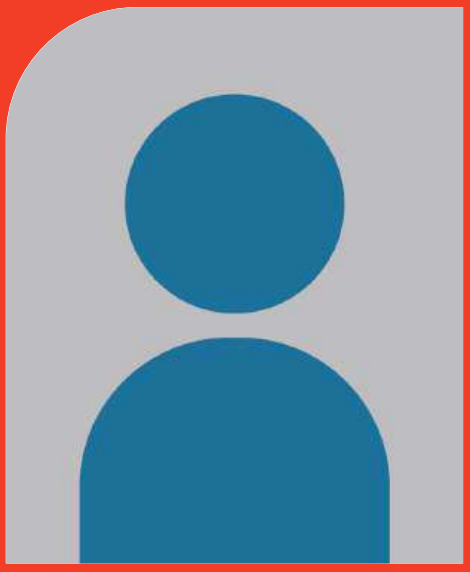
Contact
hardy.octovan@student.umn.ad.id
hardyoctovan@gmail.com
‘082161143166





Perancangan Ui/Ux Aplikasi Resep Dan Edukasi Diet Bebas Gluten Bagi Penderita Celiac Dan Intoleransi Gluten Usia 25-30 Tahun

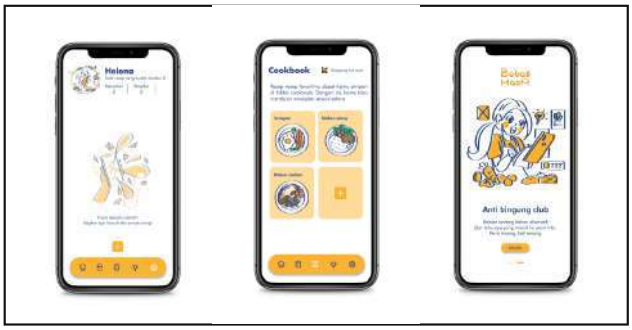
by ***Helena Wirawan Tandean (00000035788)***

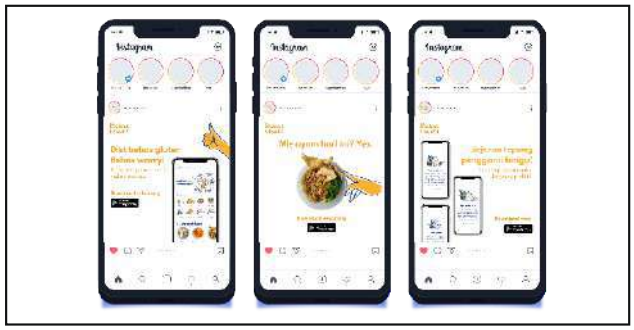


Contact

helena.wirawan@student.umn.ac.id
helenawirawan28@gmail.com
‘087786140345

Gluten didefinisikan oleh Celiac Disease Foundation sebagai protein yang ditemukan dalam gandum, rye, dan barley. Salah satu bahan yang mengandung gluten adalah tepung terigu yang sudah tidak asing lagi dalam makanan kita. Meski begitu, terdapat beberapa kondisi kesehatan yang tidak bersahabat dengan gluten, yaitu penyakit celiac dan intoleransi gluten. Prevelansi penyakit celiac di Indonesia saat ini adalah 0,5-5% atau sekitar 150.000 kasus per tahun, sedangkan intoleransi gluten mencapai angka 13%. Solusi dari penyakit celiac maupun intoleransi gluten adalah penerapan diet bebas gluten. Wawancara ahli menyebutkan bahwa diet ini cukup kompleks dan tidak dapat dilakukan secara sembarangan, pelaku diet bebas gluten perlu mengedukasi diri tentang bahan alternatif, cara pengolahan makanan, dan penerapan kebiasaan makan lainnya. Melalui kuesioner daring yang disebarkan, kesulitan yang dialami responden dalam menemukan informasi diet bebas gluten adalah banyaknya informasi yang tidak terverifikasi, informasi dalam bahasa asing/ bahasa ilmiah yang sulit dipahami, dan kurangnya instruksi/ panduan. Menanggapi fenomena dan kebutuhan tersebut, penulis merancang media informasi mengenai pola makan bebas gluten.

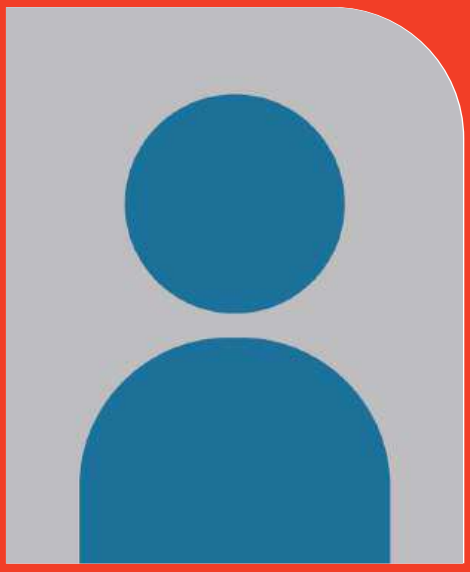




Perancangan Antarmuka Aplikasi Kelilink Untuk Pedagang Keliling Makanan Berbasis Geolokasi

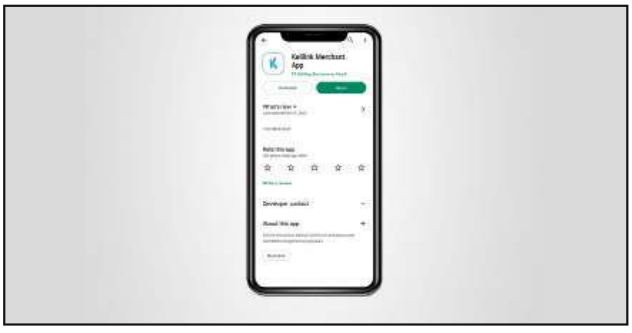
by ***Jaydee Saputra(00000035673)***

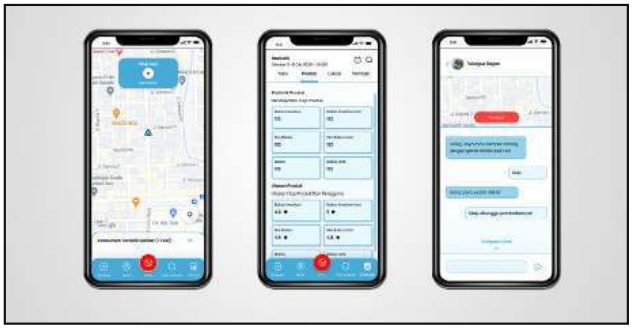
Di era revolusi industri 4.0 ini, teknologi informasi menjadi sangat penting perannya dalam menggerakkan ekonomi, namun pedagang keliling belum dapat memanfaatkan perkembangan teknologi tersebut. Pedagang keliling yang belum terakomodir kegiatannya oleh teknologi ini terbukti dari berbagai masalah yang dialami pedagang keliling, seperti hilangnya calon pembeli karena lokasi pedagang yang tidak pasti, sehingga menurunkan tingkat penjualan pedagang. Dengan terciptanya aplikasi, diharapkan tingkat efisiensi pedagang dapat meningkat sehingga penjualan dapat bertambah, serta membuka peluang ekonomi baru bagi para pengusaha yang ingin memulai bisnis dengan metode jualan berdagang keliling. Metode perancangan yang digunakan adalah metode perancangan design thinking yang meliputi lima tahap yaitu emphatize, define, ideate, prototype, dan test. Hasil karya berupa antarmuka aplikasi yang dapat menampilkan lokasi pedagang keliling melalui geolokasi berupa GPS, dimana lokasi dapat terlihat di peta, dan pembeli dapat memesan serta bayar secara daring.



Contact

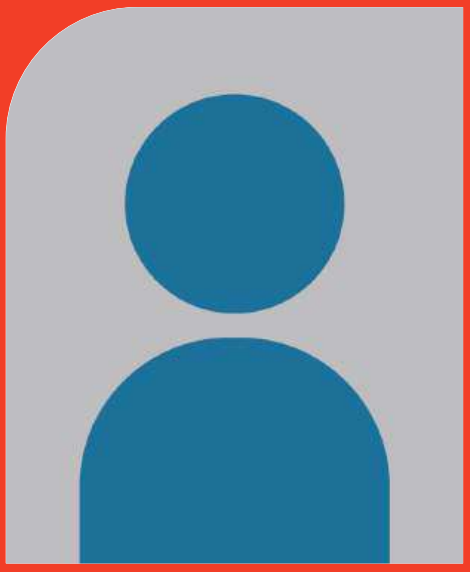
jaydee.saputra@student.umn.ac.id
jaydeesaputradua@gmail.com
‘087771738284





Perancangan Ulang Ui/Ux Presisi Polri Super App

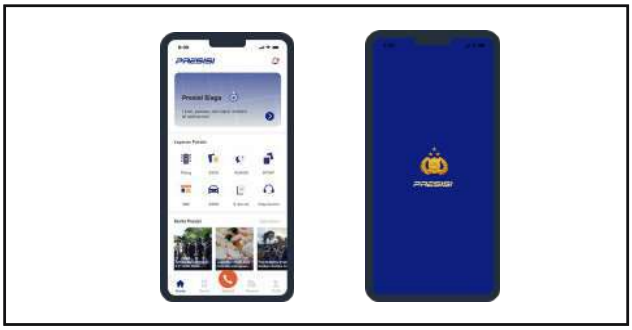
by ***Jeane Hilary (00000035123)***



Contact

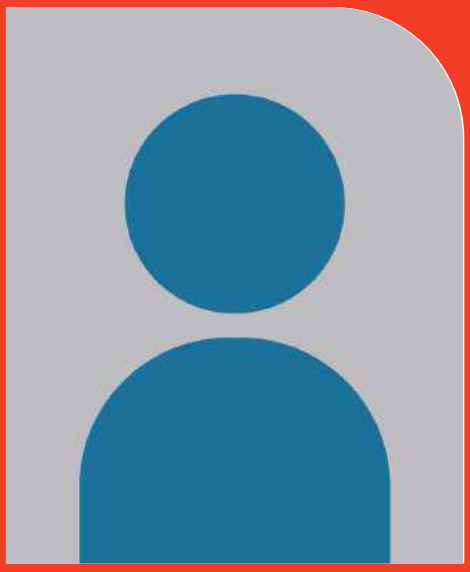
jeane.hilary@student.umn.ac.id
jeanehilary01@gmail.com
‘087780776162

Tugas Akhir Perancangan Ulang UI/UX Presisi Polri Super App dilatarbelakangi oleh tujuan Polri untuk terus berkembang di era digital. Presisi Polri Super App dibuat dengan tujuan untuk pendekatan digital, membantu masyarakat, dan meningkatkan kepercayaan masyarakat. Namun demikian, Super App tetap mengandung aspek yang dapat ditingkatkan secara signifikan, baik fitur maupun visual desain untuk memberikan UI/UX yang maksimal kepada pengguna.Teori penelitian yang penulis gunakan adalah prinsip desain visual, prinsip gestalt, elemen desain, elemen UI, UX honeycomb, dan hukum UX. Sedangkan metodologi penelitian yang penulis pilih adalah metode hybrid yang menggabungkan cara kuantitatif dan kualitatif. Metode kuantitatif yang dipilih adalah kuesioner dengan menggunakan metode Slovin untuk menentukan jumlah responden. Metode kualitatif yaitu wawancara dengan Polri, wawancara dengan pakar UI/UX, focus group discussion, studi eksisting dan studi referensi. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, penulis dapat menyimpulkan bahwa Presisi Polri Super App perlu dilakukan redesign untuk memaksimalkan potensinya



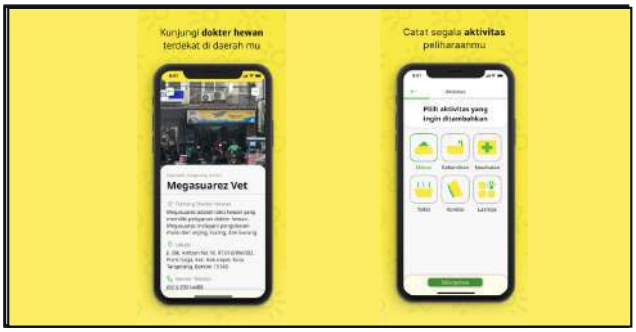
Perancangan Ulang Ui/Ux Aplikasi Faunago

by ***Jeremy Irsan (00000035801)***



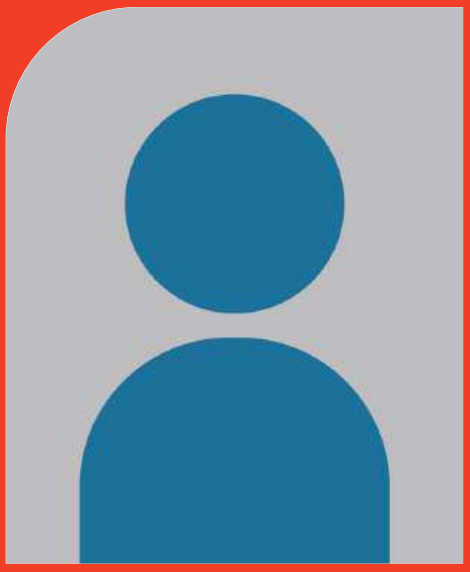
Contact
jeremy.irsan@student.umn.ac.id
jeremyirsan@gmail.com
‘081291122001

Indonesia merupakan negara ke empat di Asia dengan jumlah pemilik hewan terbanyak, selain itu pemilik hewan di Indonesia juga datang dari berbagai kalangan mulai dari penduduk dari kelas menengah juga sampai kelas atas. Dalam memelihara hewan ada banyak kebutuhan yang harus diperhatikan seperti memberi makan, mengajak bermain, membersihkan kandang atau memandikan hewan. Namun terkadang manusia memiliki kesibukan tersendiri, sehingga lupa untuk memenuhi kebutuhan hewan peliharaannya, oleh karena itu Hartono membuat aplikasi FaunaGO. FaunaGO adalah aplikasi yang dibuat untuk membantu pemilik hewan, dalam merawat dan memenuhi kebutuhan peliharaan mereka. Namun User Interface yang terdapat pada FaunaGO mempersulit pengguna dalam menyerap informasi yang terdapat pada aplikasi dan menimbulkan pengalaman yang kurang baik bagi pengguna. Untuk itu dibutuhkan perancangan ulang terhadap UI/UX aplikasi FaunaGO agar bisa digunakan dengan lebih mudah oleh pengguna. Perancangan dilakukan menggunakan metode Design Thinking oleh Hasso Plattner Institute of Design. Melalui perancangan ulang ini diharapkan pemilik hewan dapat merawat peliharaan mereka dengan baik dengan memanfaatkan aplikasi FaunaGO dengan maksimal.



Perancangan Interactive Storytelling Untuk Anak Dalam Mitigasi Bencana Banjir

by ***Joss Soros(00000032567)***



Contact

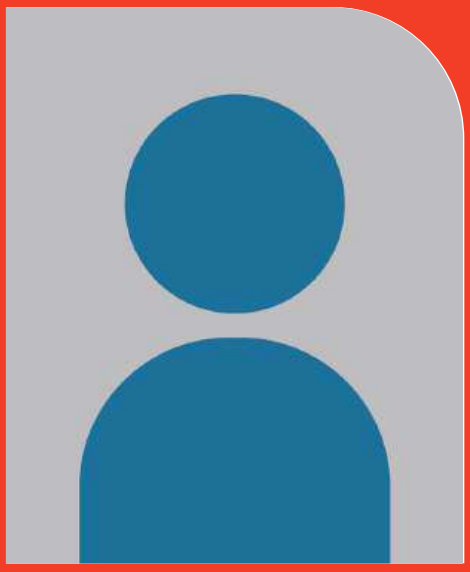
joss.soros@student.umn.ac.id
retiresoros@gmail.com
‘081213023404

Indonesia adalah negara yang sangat rentan diguncang oleh bencana alam dikarenakan oleh Cincin Api yang meliputi nyars seluruh wilayah Indonesia dan iklim tropis yang menimbulkan berbagai macam bencana seperti gempa bumi, gunung meletus, longsor, dan banjir. Anak-anak sangat rentan dari bahaya banjir dikarenakan kebiasaan mereka untuk meremehkan sesuatu yang dapat menyebabkan sebuah kecelakaan. Maka dari itu Penulis setelah melakukan berbagai jenis pengumpulan data seperti wawancara, kuisioner, secondary research, studi referensi dan studi eksisting memutuskan untuk membuat sebuah cara agar anak-anak mampu belajar mengenai bagaimana cara memitigasi bencana banjir yang merupakan bencana yang paling sering di tempuh oleh sebagian besar masyarakat Indonesia.

Perancangan Visual Novel Kisah Ken Arok Untuk Remaja Usia 17 - 23

by ***Julian (00000025500)***

Depresi adalah masalah emosional yang dapat mengganggu produktivitas dan kehidupan sehari-hari. Untuk menanggulanginya dapat digunakan pemahaman akan self-worth mencapai kognisi mental yang sehat terkait diri. Depresi sendiri paling lazim ditemukan pada remaja diatas umur 15 tahun dimana seseorang baru mulai mencari jati diri dan merintis karir yang penuh ketidakstabilan. Dalam perancangan digunakan kisah Ken Arok untuk pembelajaran self-worth, karena ceritanya yang meresonansi dengan prinsip self-worth seperti memiliki fokus terhadap suatu tujuan dan menggunakan penilaian yang objektif terhadap diri. Dalam penelitiannya, penulis menggunakan metode penelitian campuran. Data yang diperoleh berupa data kuantitatif dan kualitatif. Data kuantitatif diperoleh melalui penyebaran kuesioner sedangkan data kualitatif diperoleh melalui wawancara.

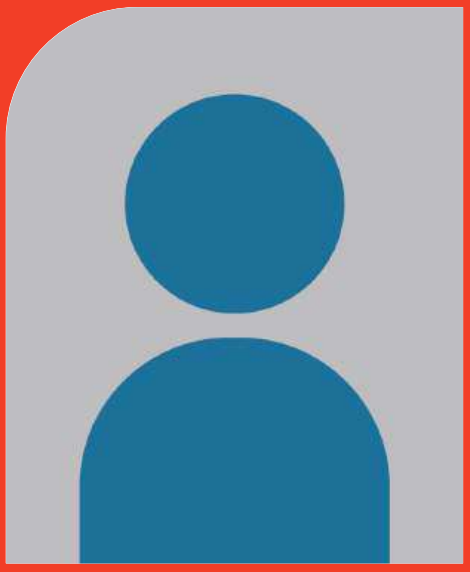


Contact

julian.purnama@student.umn.ac.id
julianpurnama23@gmail.com
‘0858885828588

Perancangan Mobile Website Mengenai Cara Merawat Leopard Gecko Untuk Orang Tua Pemilik Leopard Gecko

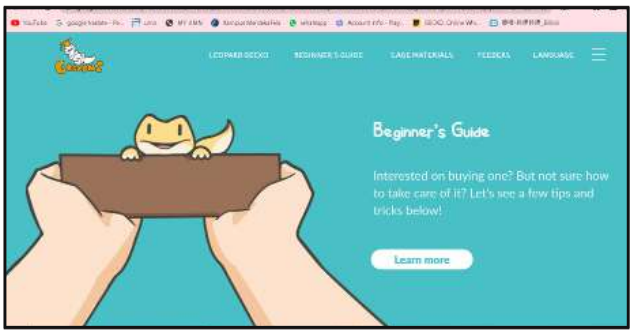
by ***Katharina Deoni Fela (00000041880)***

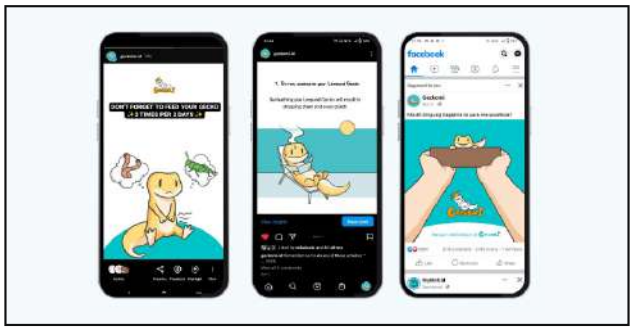


Contact

katharina.deoni@student.umn.ac.id
deonifela5438@gmail.com
‘087777831408

Di masa pandemi, kesempatan untuk berinteraksi dengan orang lain semakin berkurang yang berdampak pada kondisi psikologis dan fisik. Banyak orang memutuskan untuk memiliki hewan peliharaan demi interaksi. Menurut sebuah penelitian di Indonesia, terjadi peningkatan pencarian mengenai hewan peliharaan, salah satu hewan peliharaan yang lagi trending adalah Leopard Gecko Leopard Gecko cenderung mudah dipelihara, namun karena informasi cara merawatnya masih beragam, bisa jadi ada kesalahpahaman, menyebabkan banyak masalah seperti gangguan kesehatan pada Leopard Gecko, dan juga dapat mempengaruhi pemiliknya juga. Dari hasil penelitian seperti wawancara dan FGD, banyak yang tidak diketahui oleh penulis mengenai Leopard Gecko, dari segi jenis Leopard Gecko yang memiliki penyakit bawaan, pentingnya kebersihan dalam merawat Leopard Gecko, dan bagaimana cara merawat yang gagal. satu juga akan mempengaruhi pemilik. Hal ini membuat penulis berpikiran terbuka terhadap Leopard Gecko sebagai reptil “pemula”, tidak bisa diremehkan begitu saja.

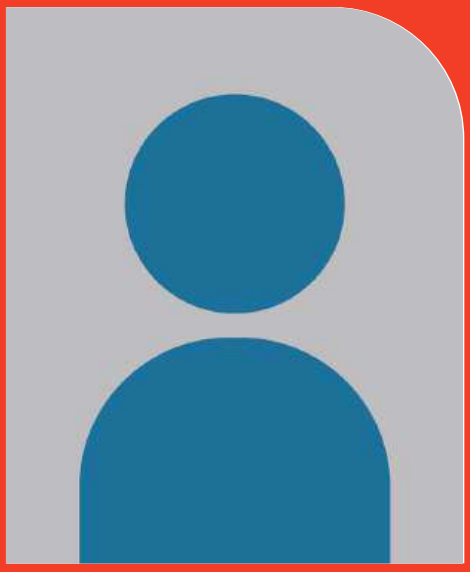




Perancangan Interaktif Story-Telling Mengenai Bahaya Over-Exercising Untuk Remaja Akhir

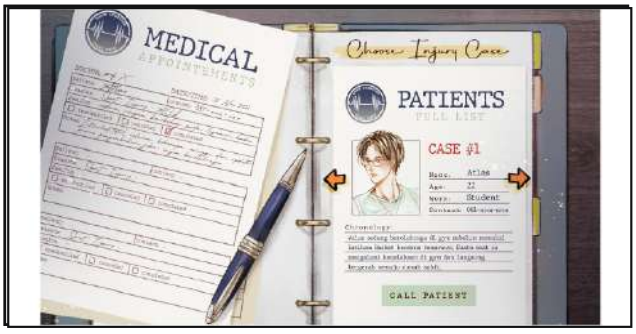
by ***Keysha Andrea Sutandi (00000033859)***

Over-exercising adalah fenomena dimana orang berolahraga dengan porsi yang berlebihan dan tidak mengimbangkan diri dengan waktu istirahat yang cukup. Hal tersebut dapat memicu penyakit-penyakit tubuh yang justru dapat membahayakan kesehatan tubuh seperti cedera atau kerusakan otot bahkan patah tulang, penyakit pernafasan, penyakit jantung, penyakit ginjal, penurunan kadar imun tubuh, bahkan penyakit mental seperti depresi. Setiap orang memiliki standar dan keterbatasan tubuh masing-masing yang harus dijaga dan tidak meremehkan bahwa beristirahat adalah salah satu proses dalam mencapai tujuan tersebut. Di sinilah penulis ingin mengangkat topik ini dan mencari solusi melalui perancangan sebuah media interaktif yang dapat mengedukasi masyarakat dengan cara yang menarik mengenai over-exercising. Hal tersebut bertujuan agar masyarakat awam atau masyarakat yang sedang rajin berolahraga dapat meningkatkan kesadaran akan keterbatasan dan kesehatan tubuh mereka agar terhindar dari cara berolahraga yang berlebihan yang justru dapat membahayakan tubuh.



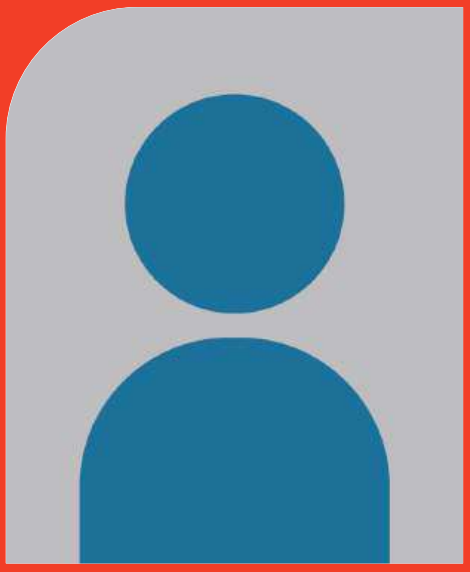
Contact

keysha.andrea@student.umn.ac.id
kuroneko009.KA@gmail.com
‘087870507540



Perancangan Aplikasi Edukatif Untuk Siswa Autisme Sekolah Khusus Menara Kasih

by ***Leonard Christopher Mahardhika (00000041880)***



Contact

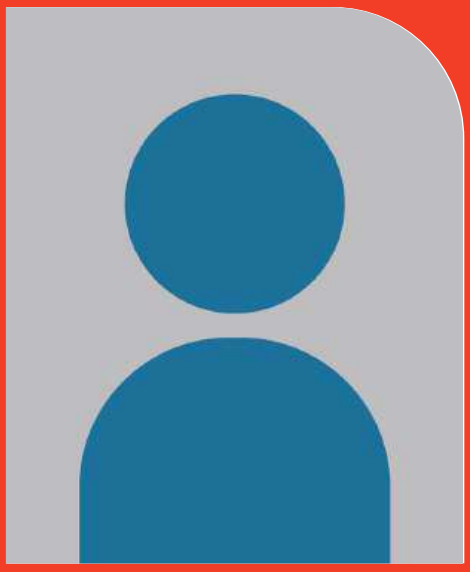
leonard.christopher@student.umn.ac.id
leonardmahardikha@gmail.com
‘082125989671

Setiap manusia pastinya membutuhkan edukasi yang layak dan tentunya mampu menempuh gelar setinggi mungkin karena pentingnya pendidikan menjadikan pendidikan dasar tidak hanya sebagai kewarganegaraan tetapi juga kewajiban nasional. Baik itu manusia dengan kondisi fisik dan psikologis yang sempurna maupun manusia yang memiliki disabilitas, keduanya membutuhkan sistem dan fasilitas edukasi yang setimpal sesuai kemampuannya masing-masing.hal ini dapat tersebut dapat tercapai apabila seluruh siswa mendapatkan pendidikan dengan baik yang didukung oleh perkembangan di era digital sekarang.Maka dengan ini penulis membuat sebuah rancangan aplikasi edukatif yang akan membantu proses pembelajaran bagi siswa siswa yang memiliki kebuutuhan khusus. Metodologi penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif yaitu menggunakan wawancara dan juga observasi Diharapkan penelitian ini dapat berguna dalam menangani semua masalah pendidikan untuk siswa siswa berkebutuhan khusus dalam mengasah soft skillnya agar bisa berinteraksi di lingkungan mereka

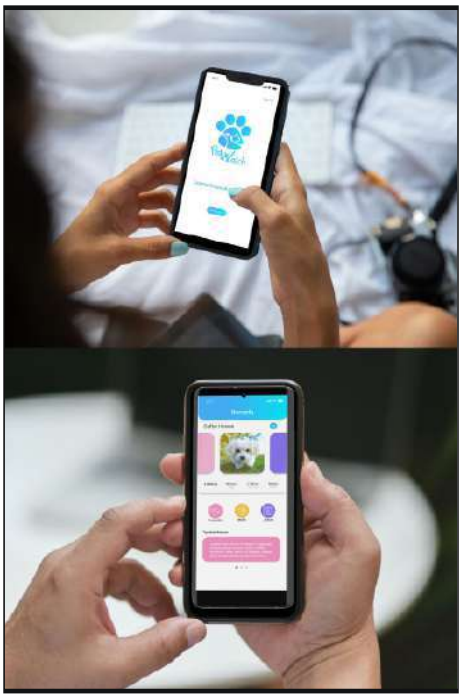
Perancangan Aplilkasi Perawatan Dan Kesehatan Hewan Peliharaan Anjing Dan Kucing

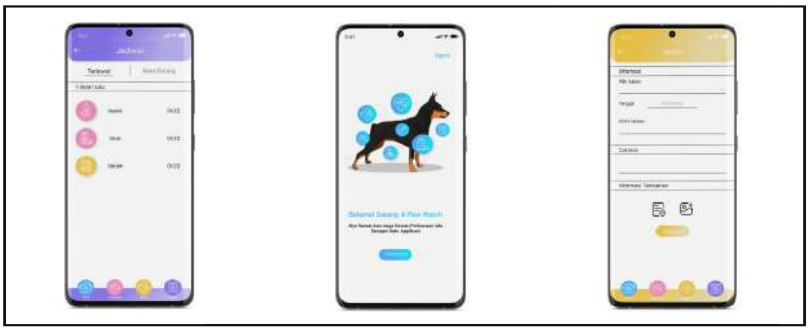
by ***Michael (00000015668)***

Selama pandemi, banyak yang terpaksa bekerja dari rumah atau online. Saat seseorang sendirian di rumah dan bosan, mereka mungkin mulai merawat anjing, kucing, kelinci, ikan, dan hewan lainnya. Memiliki hewan peliharaan berarti tidak pernah benar-benar sendirian, sehingga hewan peliharaan sering dianggap sebagai anggota keluarga atau pendamping. Beberapa daerah telah kembali ke PPKM level 1 karena kasus COVID-19 menurun. Jabodetabek mencapai level 1 dengan mengizinkan operasi berkapasitas penuh. WFO menghadirkan tantangan baru, rutinitas yang padat dan penuh tekanan dapat menyebabkan pemilik hewan peliharaan lupa atau tidak memiliki waktu untuk memenuhi kebutuhan hewan peliharaannya yang dapat mengakibatkan hewan peliharaan sakit atau stress karena tidak terawat dan tidak mendapatkan kasih sayang. Perancangan media aplikasi penulis lakukan untuk menjadi solusi dalam membantu pemilik hewan peliharaan untuk tetap ingat dan tidak lalai dalam merawat dan menjaga Kesehatan hewan peliharaan.



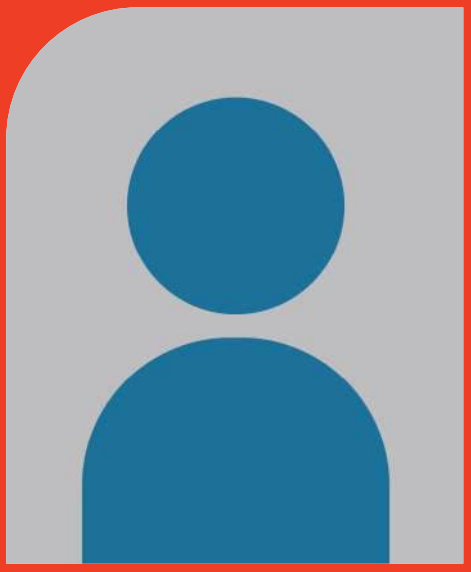
Contact
michael16@student.umn.ac.id
micmilo21@gmail.com
‘081381003525





Perancangan Kampanye Tentang Ritme Sirkadian Untuk Perempuan Umur 18-24

by ***Otniel Nathaen Putra Onang Wijaya (00000032745)***



Contact

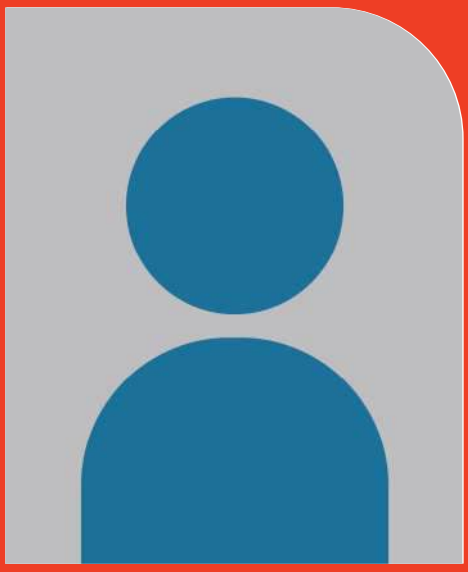
otniel.nathanen@student.umn.ac.id
otnielnath@gmail.com
085892861045

Tidur dapat mempengaruhi kualitas hidup seseorang. Dengan kualitas tidur yang baik seorang dapat menjadi lebih konsentrasi, memperkuat daya tahan tubuh dan sekresi hormon yang teratur (Chang, et.al, 2020). Perempuan membutuhkan tidur yang lebih dikarenakan kerja otak dari perempuan lebih kompleks. Ritme Sirkadian adalah salah satu hal yang mengatur siklus tidur manusia, jikalau siklus tersebut terganggu maka dapat menyebabkan terganggunya tidur dan hal tersebut dapat menyebabkan ketidakseimbangan pengeluaran hormon ke tubuh, nafsu makan yang tidak teratur, stres, dan juga bahkan masalah pada siklus menstruasi pada wanita. Berdasarkan data yang didapat juga terbukti bahwa perempuan pada umur 18-24 memiliki waktu lebur terbesar dibandingkan yang lainnya dikarenakan banyak hal dan dari data yang didapatkan pengetahuan mereka terhadap ritme sirkadian sangatlah minim bahkan ada yang sama sekali tidak mengetahui apa itu ritme sirkadian.

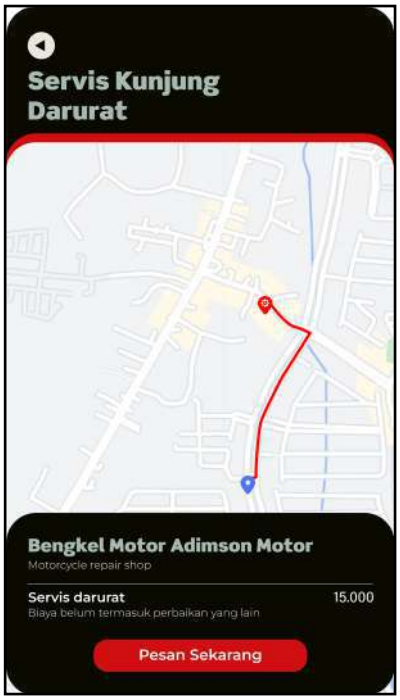
Perancangan Aplikasi Bengkel Online Kendaraan Pribadi Roda Dua Wilayah Tangerang

by ***Noval Andhika Kurnia Faizal (00000033283)***

Wilayah Tangerang kini menjadi pertumbuhan sektor bisnis, industri dan pariwisata yang pesat. Hal ini berpengaruh pada pertumbuhan jumlah kendaraan pribadi di wilayah Tangerang. Menurut BPSP Banten sepeda motor mendominasi total unit kendaraan pribadi di seluruh wilayah Tangerang pada tahun 2021. Sepeda motor menjadi kendaraan yang sangat praktis dan efisien dari biaya transportasi yang lebih murah dan waktu tempuh yang lebih cepat sampai ke tujuan. Tidak heran jika sepeda motor menjadi pilihan warga Tangerang untuk menunjang mobilitasnya. Menurut data kuesioner, banyak pengendara sepeda motor wilayah Tangerang yang mengalami kesulitan saat sepeda motornya mogok di jalan tiba - tiba. Ada beberapa pengendara yang terlambat kerja atau kuliah akibat sepeda motornya mogok dan belum ada atau belum efektifnya aplikasi bengkel online membuat pengendara sepeda motor mengalami kesulitan saat membutuhkan servis darurat.

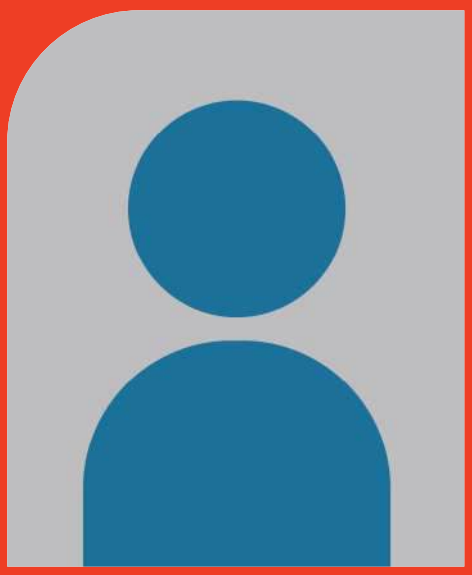


Contact
noval.andhika@student.umn.ac.id
novalandhi98@gmail.com
08568453000



Perancangan Website Mengenai Impostor Syndrome Pada Mahasiswa

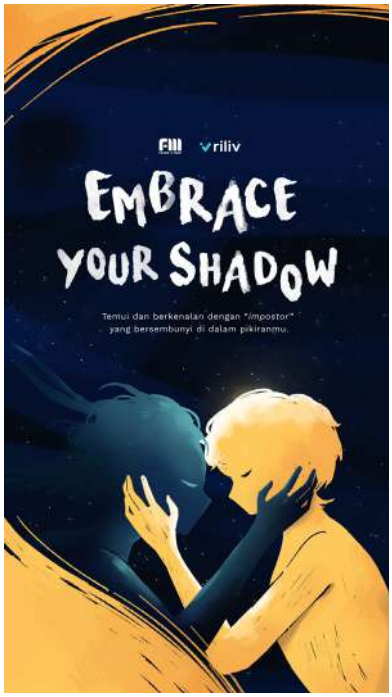
by ***Nikita Lavinda (00000033894)***



Contact

nikita.lavinda@student.umn.ac.id
nikitalavindapax30@gmail.com
085157588025t

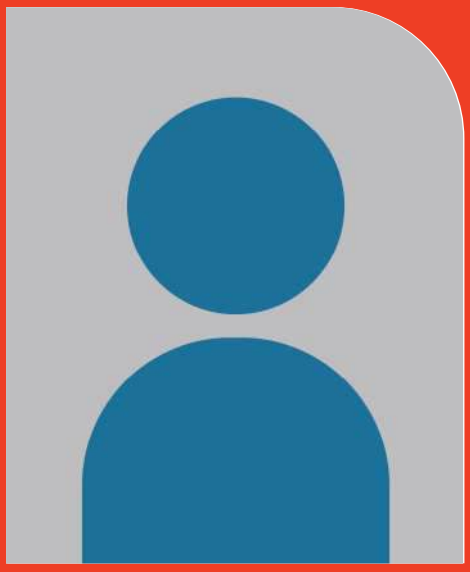
Impostor Syndrome atau Impostor Phenomenon adalah sebuah fenomena psikologis yangmana menyebabkan seseorang tidak mampu menginternalisasi keberhasilan yang diperoleh. Fenomena ini kerap terjadi di mahasiswa dalam lingkungan perkuliahan yang penuh persaingan. Kondisi ini dapat berdampak negatif bagi mahasiswa yang dapat berdampak pada kehidupan sosial dan kemampuan untuk bekerja jika tidak segera disadari dan ditangani. Sayangnya pengetahuan mahasiswa terhadap kondisi ini masih sangat minim karena media informasi yang tidak efektif dan efisien. Penelitian dilakukan dengan metode campuran; kuesioner, wawancara, studi eksisting, dan studi referensi. Melalui pengumpulan data, didapati bahwa tingkat urgensi fenomena ini sudah tinggi dan media edukasi sebagai salah satu bentuk penanganan yang bisa diberikan. Perancangan website dibuat oleh penulis untuk mengedukasi mahasiswa di Indonesia mengenai penyebab, ciri, dampak, hingga penanggulangan dari fenomena impostor syndrome.



Perancangan Ulang Website Maobisa.Id

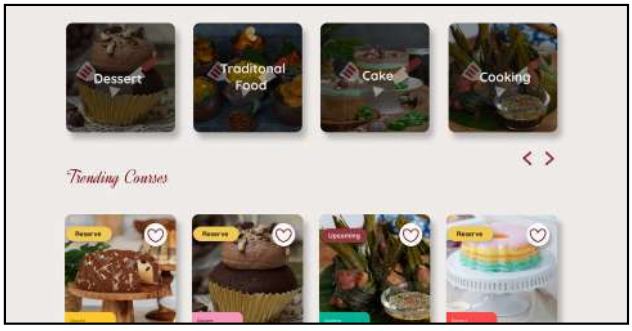
by ***Ratna Avelokitesvarah (00000027188)***

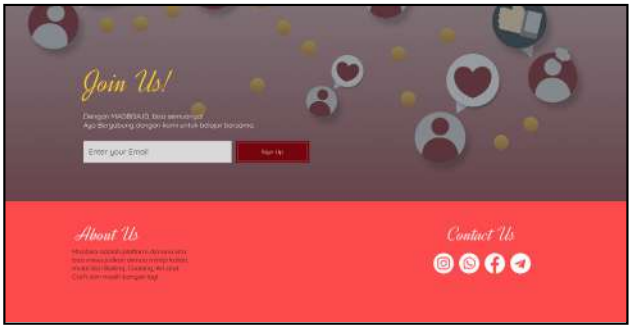
MAOBISA.ID merupakan salah satu platform yang berspesialisasi dalam masak serta Arts and Craft. Seperti Udemy, peserta dapat melakukan pengambilan kursus dilakukan pada Website atau Aplikasi. Dalam Interview dengan PIC dalam proyek MAOBISA. ID, Andi Diputra, website yang telah dibuat memiliki beberapa isu sehingga website tersebut tidak dapat, atau mempunyai daya tarik kepada target audiens. MAOBISA.ID memiliki beberapa kekurangan informasi pada Landing Page dibandingkan website lainnya seperti Chefmamaclass.com yang langsung memberikan header maupun elemen desain untuk mengkomunikasikan bahwa situs tersebut merupakan situs memasak. Dengan perancangan ulang Website MAOBISA.ID, menambahkan informasi untuk menarik kepercayaan. Memberikan peningkatan dalam desain User Interface serta memberikan User Experience yang semestinya.



Contact

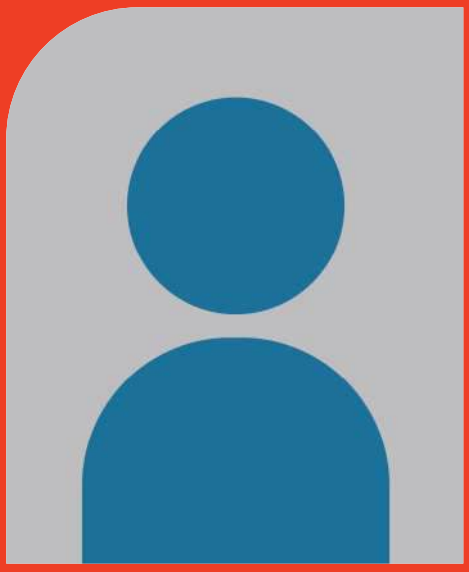
ratna.avelokitesvara@student.umn.ac.id
ratna.rave@gmail.comtv
08119799877





Perancangan Ulang UI/UX Website Boom Marina Banyuwangi

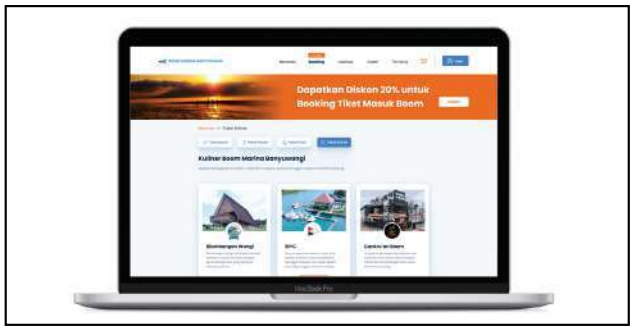
by ***Rega Dikri Yanda (00000033267)***



Contact

rega.dikri@student.umn.ac.id
regadyanda14@gmail.com
089680871494

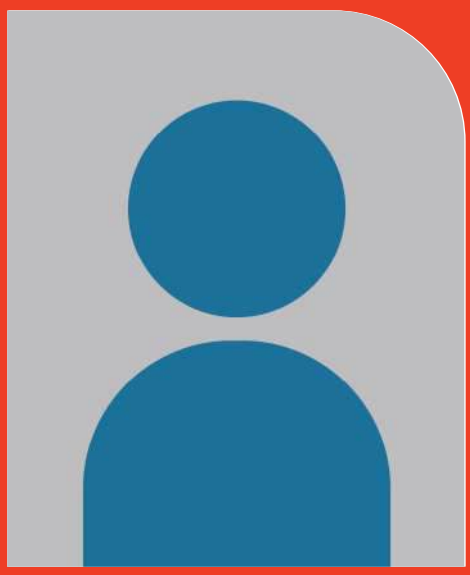
Boom Marina Banyuwangi adalah destinasi wisata yang dikelola oleh PT Pelindo Properti Indonesia dengan keunikan tersendiri yaitu, didukung fasilitas kapal yacht. Selain itu, destinasi ini memiliki berbagai macam wisata seperti pantai, musik, budaya, maupun kulinernya. Berdasarkan hasil kuesioner, masyarakat Jawa Timur tidak mengetahui tentang wisata Boom Marina Banyuwangi. Salah satu media informasi dan promosi yang digunakan adalah melalui situs resmi Boom Marina Banyuwangi. Namun, berdasarkan focus group discussion dan wawancara yang sudah dilakukan penulis, ditemukan bahwa situs tersebut tidak memuat informasi yang dibutuhkan oleh calon wisatawan dan terdapat permasalahan pada UI dan UX. Hal ini menyebabkan wisatawan dalam focus group discussion tidak tertarik untuk berkunjung saat melihat situs tersebut. Boom Marina Banyuwangi juga ditargetkan menjadi destinasi pemulihan ekonomi nasional oleh pemerintahan pusat. Oleh karena itu, penulis merancang ulang situs boommarinabanyuwangi.com menjadi efektif dan efisien.



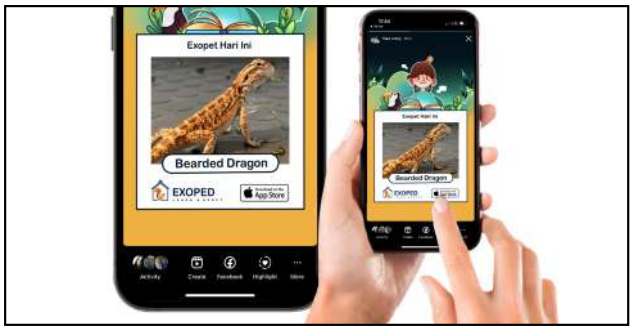
Perancangan Aplikasi Adopsi Hewan Eksotis Bagi Masyarakat Jabodetabek

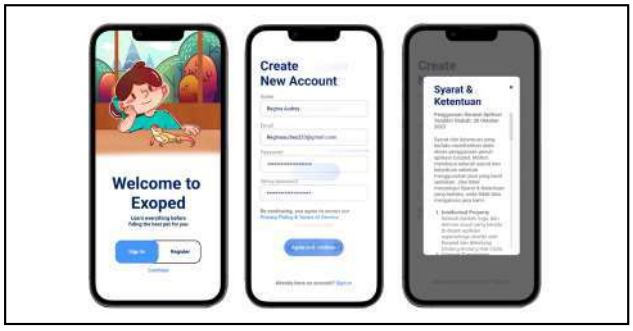
by ***Regina Audrey Allyne Chandra (00000035122)***

Hewan eksotis adalah hewan peliharaan non-konvensional yang perilakunya kurang diketahui saat ditempatkan di dalam rumah tangga. Semakin tahun, hewan eksotis semakin digemari dan banyak dipelihara baik oleh anak-anak, remaja, maupun orang dewasa. Namun, banyak orang yang tidak mengetahui jumlah waktu, uang, dan komitmen yang dibutuhkan untuk memelihara dan menjaga kesejahteraan hewan eksotis. Hal tersebut bisa disebabkan oleh berbagai faktor, beberapa di antaranya adalah misinformasi dan juga kurangnya media informasi terpercaya yang tersedia. Misinformasi bisa meliputi habitat yang benar untuk hewan tersebut, pakan, perawatan, dan lain-lain. Sebagai hasilnya, tidak sedikit hewan eksotis yang dijual kembali kepada penjual atau dilepasliarkan ke sembarang tempat lantaran pemilik yang kurang riset sebelum memelihara hewan tersebut atau misinformasi. Maka dari itu, penulis bermaksud merancang sebuah aplikasi yang bisa mengedukasi masyarakat mengenai hewan eksotis sebelum proses adopsi eksotis miliknya.



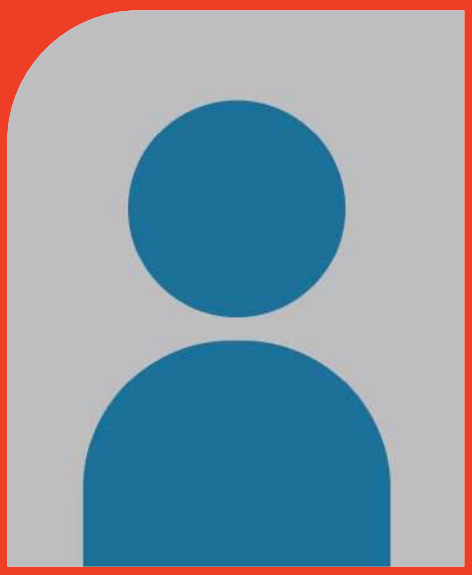
Contact
regina.audrey@student.umn.ac.id
reginaaudrey223@gmail.com
085959665582t





Perancangan Game 2D Tentang Lapisan Ozon Untuk Anak 10-14 Tahun

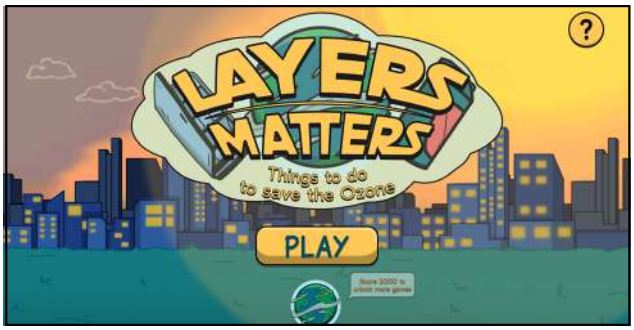
by ***Richie Liady (000000035030)***



Contact

richie.liady@student.umn.ac.id
lindafo2000@gmail.comt
088274327725t

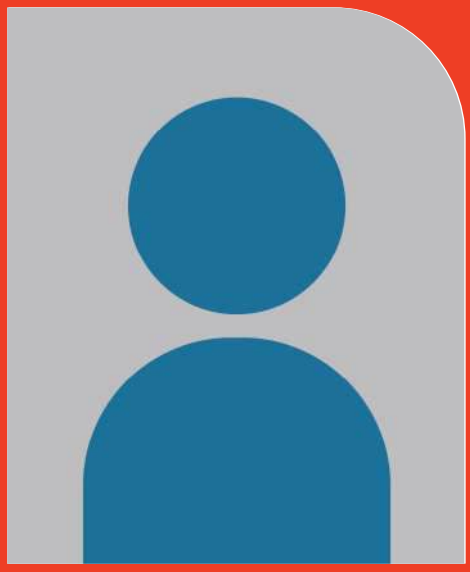
Lapisan ozon menjaga bumi dari radiasi sinar ultraviolet yang diberikan matahari. Penipisan lapisan ozon terus-menerus menimbulkan lubang ozon di Antartika sejak tahun 1980 dan diperkirakan akan menutup pada tahun 2050 karena persetujuan protokol montreal untuk melarang produksi barang yang mengandung gas bahan perusak ozon. Penyebabnya karena masih ada penggunaan bahan perusak ozon, efek pemanasan global, perubahan iklim dan kegiatan sehari-hari yang telah menjadi kebiasaan. Jika lapisan ozon habis di bumi, maka radiasi sinar ultraviolet akan merusak kulit, mata, kekebalan tubuh pada manusia dan seluruh kehidupan di bumi. Oleh karena itu, media interaktif ini berupa game yang dibuat untuk menginformasikan kegiatan yang mempengaruhi lapisan ozon dari penipisan untuk anak kelas 4—6 SD. Metode perancangan yang digunakan adalah metode desain gim dari buku "Game Design Workshop: A Playcentric Approach to Creating Innovative Games".



Perancangan Website Tentang Tanaman Kelor Untuk Dewasa Muda Usia 19-29 Tahun

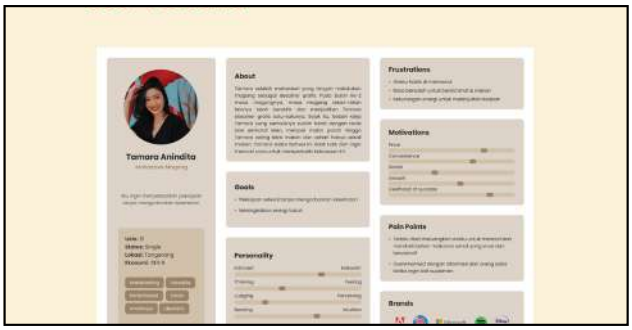
by ***Shera Amira Rinaldy (00000036632)***

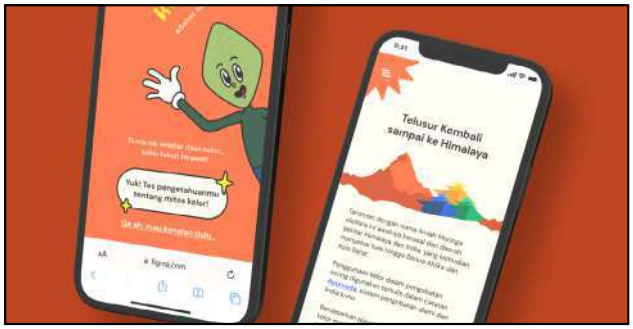
Pada zaman modern ini dengan adanya sistem WFH, beban pekerjaan dewasa muda menjadi semakin banyak dari yang seharusnya sehingga jarang melakukan aktivitas fisik, jarang menerapkan kehidupan sehat, dan kurang peduli akan kesehatan. Sementara para dewasa muda ini memerlukan energi untuk melakukan pekerjaanya, karena terdapat keterkaitan antara asupan energi dengan produktivitas bekerja. Akan tetapi, generasi muda sekarang sangat memperhatikan harga sebuah produk kesehatan dan berharap ingin mendapatkan produk yang memiliki khasiat tinggi namun dengan harga terjangkau. Solusi untuk ini ada dalam tanaman obat yang kurang mendapat sorotan publik yaitu tanaman kelor. Kelor atau Moringa oleifera ini mudah untuk dibudidayakan dan memiliki harga yang relatif terjangkau namun mengandung banyak manfaat terutama untuk kesehatan. Maka dari itu, penulis mengajukan perancangan media informasi interaktif tentang tanaman kelor. Media informasi interaktif ini ditujukan kepada mahasiswa dan pekerja muda berusia 19-29 tahun.

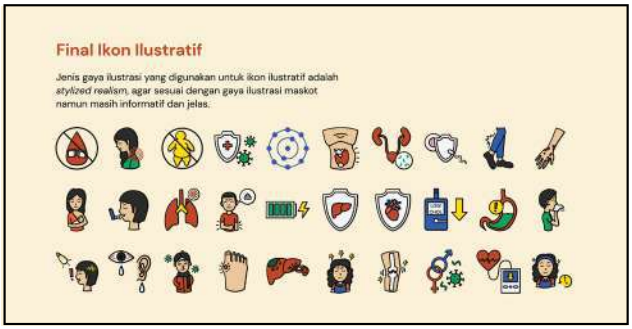


Contact

shera.amira@student.umn.ac.idt
shera.amira@student.umn.ac.id
083871771890t







Perancangan Website Interaktif Dalam Membantu Pelajaran Tumbuhan Untuk Anak Usia 9-10 Tahun

by ***Michelle (00000034932)***

Contact

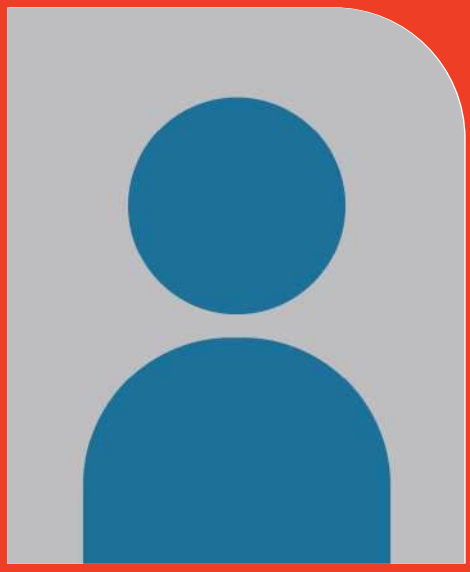
michelle23@student.umn.ac.id
wiryadimichelle@gmail.com
089642408247

Ilmu pengetahuan alam merupakan pelajaran yang sudah dipelajari sejak jenjang awal proses belajar secara formal yaitu, sekolah dasar. Namum, dalam prosesnya masih banyak anak yang kesulitan dalam mempelajari pelajaran ilmu pengetahuan alam. Menurut hasil wawancara bersama Ibu Wiwin selaku guru sekolah dasar menyatakan bahwa, kebanyakan dari anak didiknya masih kesulitan dalam memahami materi yang hanya diterangkan sebatas verbal. Terlebih kepada materi yang prosesnya tidak dapat dilihat secara langusng. Diperkuat dengan hasil pernyebaran kuesioner ke 143 responden kepada anak usia 9—10 tahun, sebanyak 58,7% kesulitan dalam memperlajari materi tumbuhan. Dengan alasan, kurangnya gambar dan kegiatan praktek dalam mempelajari materi tumbuhan, sehingga pada kuesioner kedua sebanyak 101 responden dari 110 anak menyatakan mereka membutuhkan media lain dalam mempelajari IPA. Alasan tersebut, mendorong penulis untuk melakukan perancangan website interaktif dalam membantu pelajaran ilmu pengetahuan alam untuk anak usia 9—10 tahun.

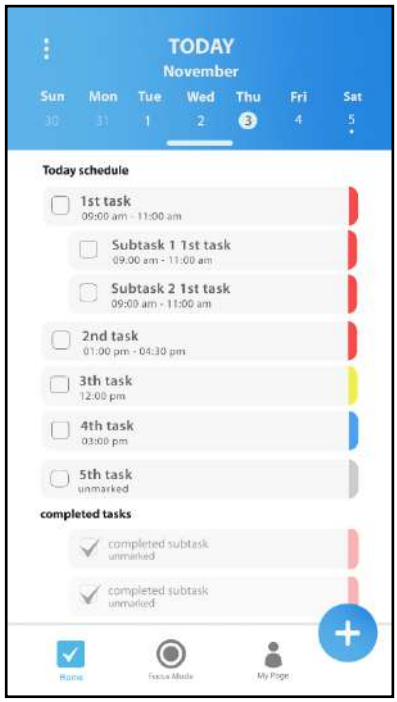
Perancangan Ui/Ux Aplikasi Untuk Melatih Pola Kerja Teratur Bagi Remaja Berumur 18 – 22 Tahun

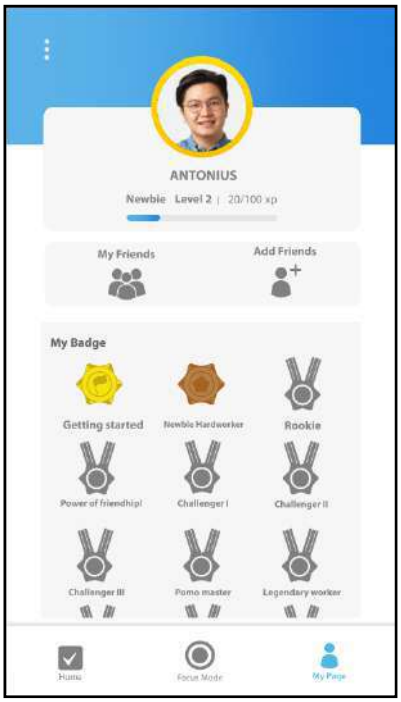
by ***Sebastian A Harsonot (00000035080)***

Pola hidup merupakan suatu pola dan kebiasaan akan bagaimana seseorang menjalani hidupnya dan memiliki pengaruh besar dalam kehidupan seseorang. Pola kerja yang buruk dapat menghasilkan pola hidup yang buruk dan berpengaruh buruk pada kehidupan seseorang. Resiko memiliki pola kerja yang tidak teratur ini dapat dialami siapa saja namun umur remaja memiliki kemungkinan terbesar untuk memiliki pola hidup ini. Kebiasaan hidup tidak teratur ini dapat mempengaruhi kesehatan baik fisik maupun mental remaja, oleh sebab itu penulis berkesimpulan bahwa topik ini penting untuk dibahas. Penulis mengajukan solusi berupa media interaktif yang dapat membantu memperbaiki pola kerja seseorang dalam bentuk aplikasi gawai. Aplikasi gawai dipilih karena anggka pengguna gawai yang tinggi di Indonesia dan jangga waktu penggunaan gawai di Indonesia.



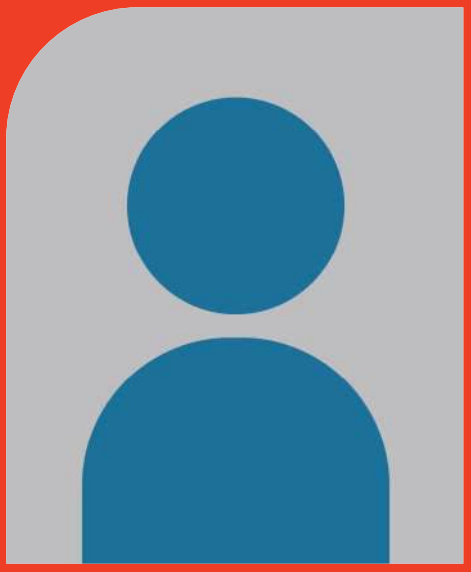
Contact
sebastian.a@student.umn.ac.id
sebastianarifh@gmail.com
081805933346





Perancangan UI/UX Aplikasi Pembelajaran Untuk Digitalisasi Umkm Untuk Milenial Di Pulau Jawa

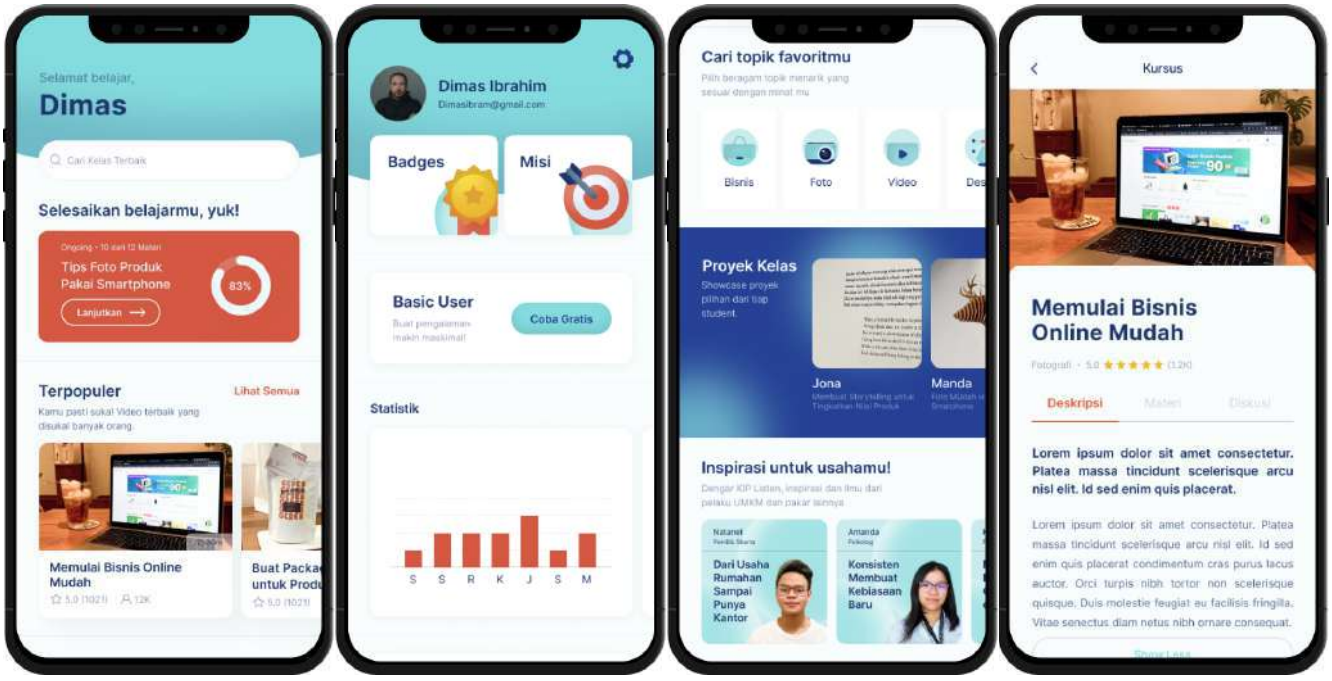
by ***Serafina Setiawan (00000037664)***



Contact

Serafina.setiawan@student.umn.ac.id
Serafinastwn@gmail.com
081285938191t

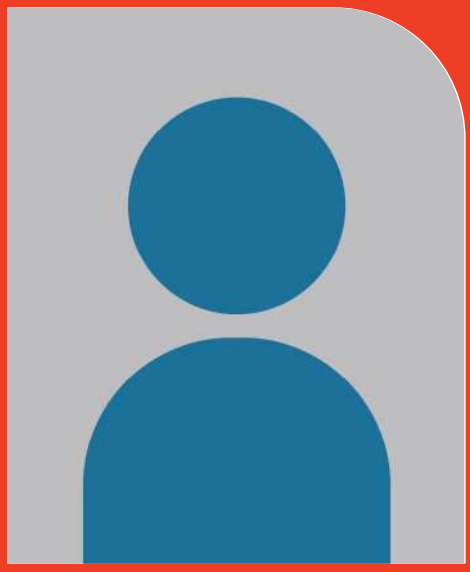
Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) mengambil andil besar dalam perekonomian di Indonesia. Pandemi COVID-19 yang masuk ke Indonesia pada tahun 2020 telah membawa dampak besar dalam sektor ekonomi. Perubahan perilaku pembeli semenjak masa pandemi membuat UMKM harus beradaptasi untuk melakukan transformasi digital. Walau begitu, banyak keterbatasan yang dirasakan oleh pelaku UMKM ini. Minimnya pendampingan dari pemerintah akan pemahaman tentang digitalisasi, dan potensi media sosial sebagai sarana promosi juga jadi pengaruh (Yudi Candra, 2019). Oleh sebab itu, diperlukan perancangan media interaktif dalam bentuk aplikasi yang bertujuan untuk memberikan edukasi dan pelatihan yang mudah dipahami kepada pelaku UMKM mengenai panduan untuk masuk dan mengembangkan usaha secara online sehingga bisa survive dalam perkembangan zaman dan teknologi.



Perancangan Ulang Website SMP Xaverius Metro Sebagai Media Informasi Pendaftaran Siswa Baru

by ***Tretusya Thiopini (00000037627)***

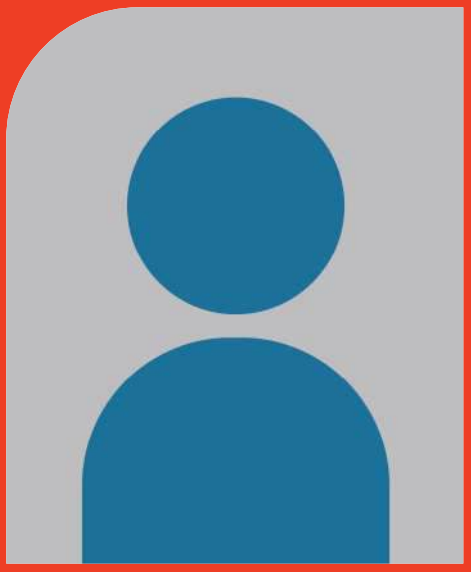
Perkembangan teknologi yang semakin pesat, berdampak pada penggunaan media digital dalam menyebarkan informasi, salah satunya melalui website. Dalam dunia pendidikan, tak jarang sekolah-sekolah mulai menerapkan penggunaan website sebagai salah satu bentuk strategi pemasaran untuk menarik orang tua. SMP Xaverius Metro merupakan salah satu sekolah swasta di daerah Metro, Lampung yang telah memiliki website resmi sekolahnya sendiri. Ide pembuatan website yang telah berjalan satu tahun tersebut muncul karena masa pandemi yang berdampak pada jumlah pendaftar siswa baru yang menurun secara signifikan. Namun, situs web belum dapat berjalan secara maksimal dalam memenuhi fungsi utama dan mememuhi kebutuhan pengguna. Sedangkan perancangan Hasil penelitian yang diharapkan yaitu website SMP Xaverius Metro dapat diakses dengan lebih mudah memenuhi kebutuhan dari target sasaran desain terutama orang tua yang ingin mendaftarkan anaknya ke SMP Xaverius Metro.



Contact
tretusya.thiopini@student.umn.ac.id
@gmail.com
082278854837t

Perancangan Aplikasi Pengenalan Teh Herbal Untuk Remaja Akhir 17-23 Tahun

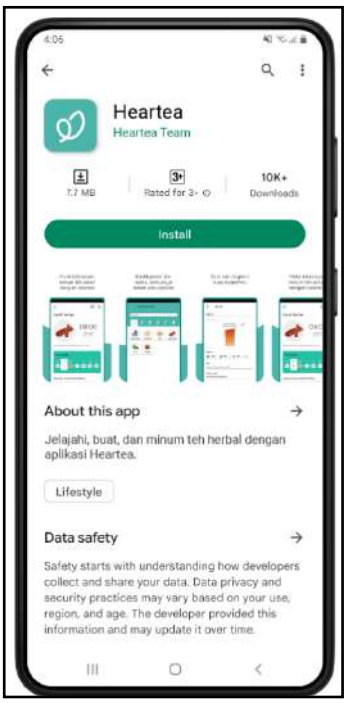
by *Vania Amadea Dameria Radjagukgukh (00000028802)*

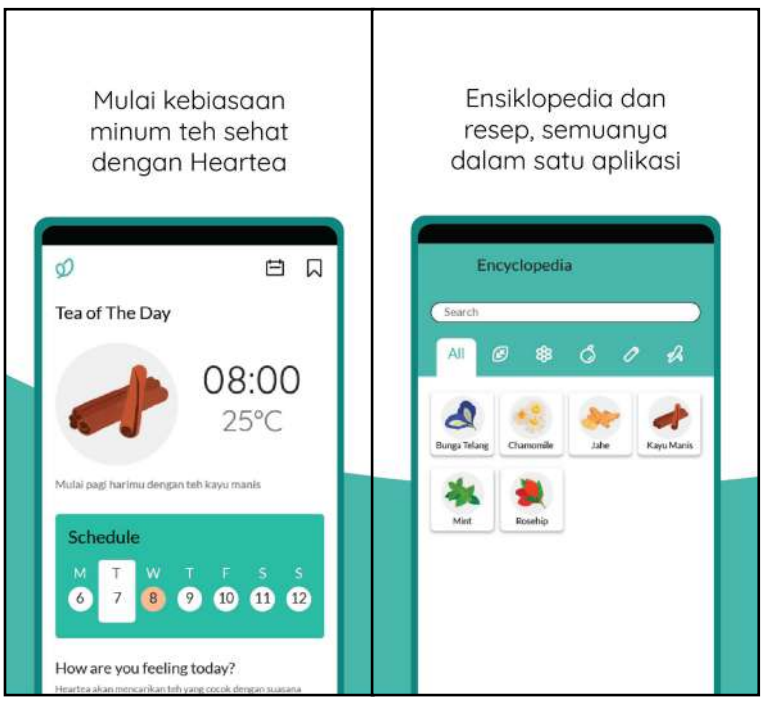


Contact

vania.amadea@student.umn.ac.id
vaniamaryllis@gmail.com
085880342077

Teh merupakan minuman yang sudah tidak asing di masyarakat. Akhirakhir ini bermunculan kreasi minuman dengan bahan dasar teh yang menjadi tren terutama di kalangan muda. Selain dari segi rasa dan penampilan, penikmat teh juga menginginkan minuman yang aman bagi kesehatan. Perancangan karya tugas akhir ini memperkenalkan teh herbal sebagai jenis minuman teh yang relatif lebih sehat melalui media aplikasi. Teh herbal merupakan sebutan untuk minuman infusi bahan herbal selain Camellia sinensis. Teh herbal memiliki jenis, khasiat, dan bermacammacam rasa yang akan diperkenalkan melalui karya. Aplikasi dirancang dengan menggunakan unsur interaktivitas sehingga pengguna dapat mempelajari tentang teh herbal secara efektif dan juga menyenangkan. Laporan tugas akhir ini mencakup perancangan UI/UX dari aplikasi tersebut.

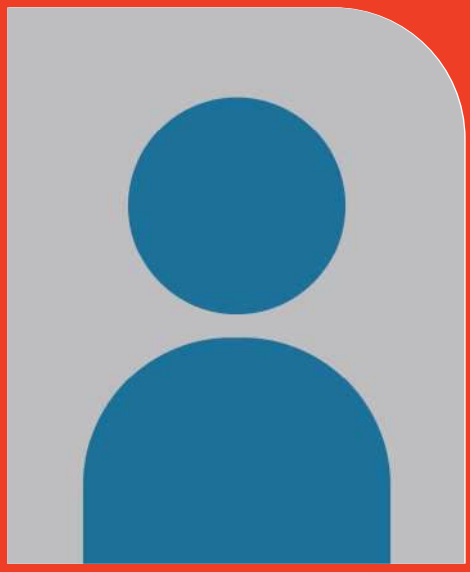




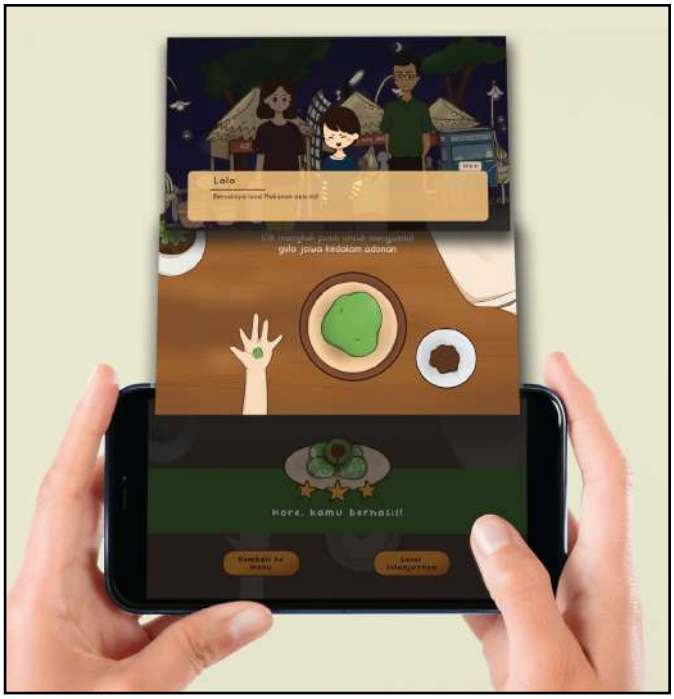
Perancangan 2D Game Bertema Camilan Tradisional Khas Jawa Untuk Anak Berusia 7—11 Tahun

by ***Violeta Senaputra (00000035631)***

Indonesia memiliki keberagaman budaya yang luas, tak terkecuali dari bidang kuliner. Sejak zaman dahulu, masyarakat menggemari makanan ringan sebagai pengganjal perut maupun pencuci mulut. Rasanya yang manis dan variasinya yang beragam membuat tak hanya orang dewasa, tetapi juga anak muda menikmati camilan tradisional. Namun, seiring maraknya globalisasi, budaya asing mulai masuk ke Indonesia, termasuk makanan. Nahak (2019) dan Effendi (2014) menyatakan bahwa karena banyaknya variasi camilan modern dan impor yang masuk ke Indonesia, anak-anak lebih memilih camilan masa kini yang dianggap lebih menarik dan enak, sehingga tak jarang anak muda di Indonesia tak lagi mengetahui ragam camilan tradisional Indonesia terutama milik daerahnya sendiri. Padahal, penting bagi anak Indonesia untuk mengenali ragam camilan tradisional karena selain lebih menyehatkan, juga merupakan warisan budaya Nusantara yang tidak boleh hilang. Perancangan media interaktif edukatif berupa 2D game dipilih karena selain dapat meningkatkan motivasi anak untuk belajar,

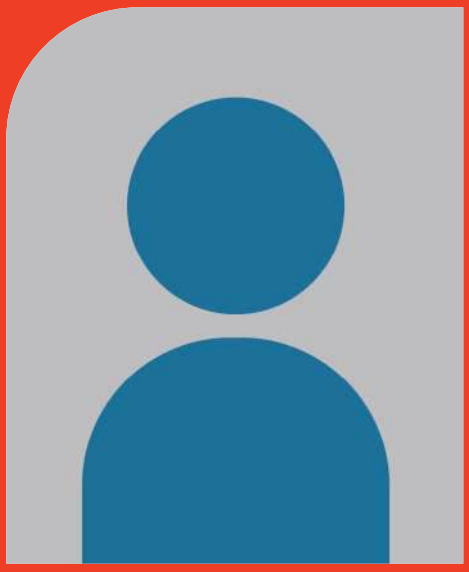


Contact
violeta.senaputra@student.umn.ac.id
eufrasiavioleta@gmail.com
083806158777



Perancangan Permainan Kartu Mengenai Aksara Sunda Untuk Siswa SMP Di Bandung

by ***Vita Bella Ruth Mangape (00000031198)***



Contact

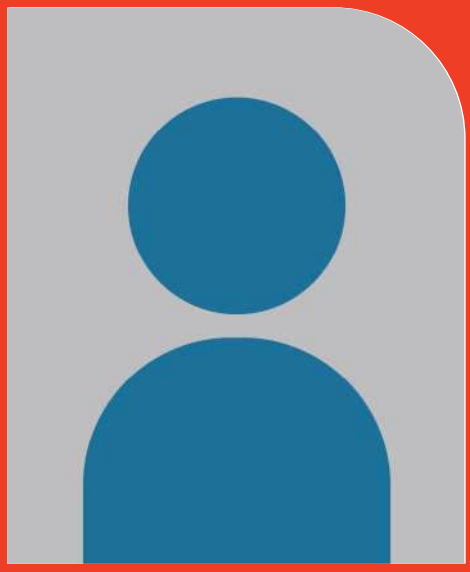
vita.bella@student.umn.ac.id
mvitabellaruth@gmail.com
08112203937

Aksara Sunda adalah bentuk tulisan dari bahasa Sunda yang berasal dari Jawa Barat. Aksara Sunda telah lama digunakan oleh masyarakat Sunda semenjak abad ke-14 berupa aksara Sunda kuno. Pada saat ini, masyarakat telah menggunakan aksara Sunda baku yang berdasarkan pada aksara Sunda kuno. Namun seiring waktu masyarakat Sunda mulai mengabaikannya dikarenakan penggunaan huruf latin yang lebih sering pada kesehariannya. Pembelajaran aksara Sunda telah diwajibkan kepada seluruh satuan pendidikan. Pada tingkat SMP, media pembelajaran aksara Sunda masih belum efektif dalam segi jumlah dan visual yang menarik bagi siswa. Untuk itu penulis merancang sebuah permainan kartu menggunakan metode perancangan board game menurut Joe Slack (2017) dengan tujuan mengajarkan aksara Sunda kepada tingkat SMP melalui media interaktif permainan kartu.

Perancangan Website Menceritakan Tragedi Mei 1998 Untuk Remaja SMA

by ***Wynnie (00000035010)***

Kejadian Tragedi Mei 1998 adalah puncak ketidakpuasan masyarakat terhadap Orde Baru. Ketidakpuasan publik serta inflasi keuangan menyebabkan kegiatankegiatan demonstrasi oleh mahasiswa, penjarahan dan pemerkosaan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab. Kejadian ini merupakan fondasi demokrasi Indonesia peristiwa ini juga harus dijadikan sebuah pelajaran bagi masyarakat Indonesia. Karena banyaknya korban dan kerugian yang terjadi disebabkan oleh pihak tidak bertanggung jawab serta massa setempat yang ikut-ikutan dalam aksi menjarah dan membakar tanpa mengetahui secara dalam persoalan yang dihadapi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Penelitian ini menggunakan metode hybrid kuantitatif dan kualitatif dengan dominan kualitatif. Metode kualitatif dan kuantatif yang digunakan adalah wawancara berserta dengan kuisioner. Hasil dari tugas akhir ini adalah sebuah Media Interaktif yang menceritakan perspektif masyarakat ketika tragedi ini terjadi.

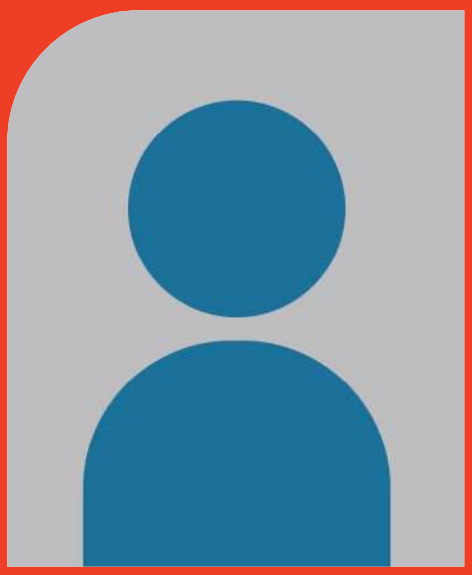


Contact

Wynnie@student.umn.ac.id
Wynniew60@gmail.com
082114639411

Perancangan Website Interaktif Pengenalan Cendrawasih Pada "Defending Paradise"

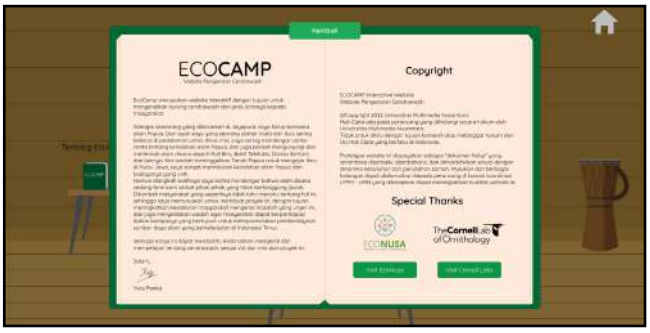
by ***Yves Panka (00000027373)***



Contact

yves.panka@student.umn.ac.id
yvespanka@gmail.com
082239502434

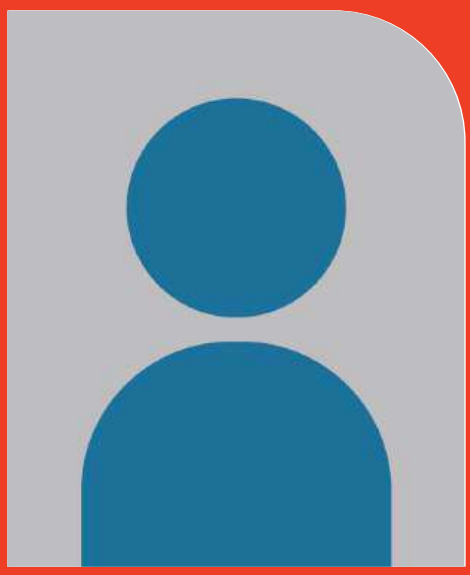
Populasi burung cendrawasih menurun, akibat pembalakan hutan dan pengalihan fungsi lahan di Tanah Papua. EcoNusa membuat kampanye "Defending Paradise" untuk meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai isu ini. EcoNusa sudah berkolaborasi dengan Cornell Lab of Ornithology dan mitra lainnya untuk mencapai tujuan ini. Sayangnya, berdasarkan survey yang dilakukan penulis, tidak banyak orang tahu tentang berbagai jenis burung cendrawasih dan kampanye ini. Sehingga, penulis memutuskan untuk membuat website interaktif berdasarkan metode desain IDEO (2015), yang bertujuan untuk mengenalkan berbagai jenis cendrawasih kepada masyarakat, dan memberikan wadah untuk mereka yang ingin berpartisipasi dalam kampanye "Defending Paradise".



Perancangan Interactive Digital Wayfinding Untuk Pengguna Transportasi Umum Di Jakarta

by ***Aldan Fatu Rahman (00000034472)***

Transportasi umum adalah cara mobilitas masyarakat yang mengedepankan konsep kota berkelanjutan karena mengurangi polusi udara yang disebabkan oleh penggunaan kendaraan pribadi. Saat ini pemerintah DKI Jakarta sedang gencar-gencarnya membuat kampanye untuk pindah ke transportasi umum. Hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya media luar ruang (poster, billboard, dan juga videotron) yang membahas tentang pengguna transportasi umum. Pemerintah DKI Jakarta sendiri masih kesulitan untuk mengajak masyarakat pindah ke moda transportasi publik yang dibuktikan dengan data yang menyatakan penurunan drastis pengguna transportasi umum Jakarta pada tahun 2019 dari yang awalnya 49 persen turun ke 19 persen. Kebutuhan media informasi yang dapat menampung semua kebutuhan pengguna transportasi umum di Jakarta merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan untuk memudahkan masyarakat dalam penggunaan transportasi umum, sehingga diharapkan dengan adanya platform ini pengguna transportasi umum di Jakarta meningkat.



Contact
aldan.fatu@student.umn.ac.id
aldanfaturahman@gmail.com
081282707430

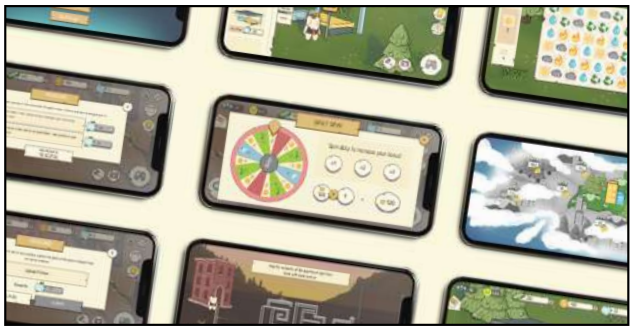
Perancangan Gim Mengenai Dampak Penggunaan Non-Renewable Energy Terhadap Lingkungan

by ***Alifah Siti Amalia (00000037576)***

Contact

alifah.siti@student.umn.ac.id
alifahamalia15@gmail.com
081290044370

Energi yang tidak dapat diperbarui merupakan SDA yang pembuatannya sangat lambat dengan ketersediaan yang terbatas. Saat SDA ini dibakar, SDA ini merilis CO2 ke permukaan bumi sehingga menyebabkan memanasnya bumi seiring berjalannya waktu. Banyak usaha yang telah dilakukan pemerintah serta masyarakat seperti melakukan car free day. Ironisnya, menurut penelitian yang dilakukan oleh Saputra (2012), sekitar 68% pengungjung car free day masih menggunakan kendaraan pribadi untuk mencapai lokasi. Survei yang dilakukan oleh British Council terhadap pemuda dengan rentang usia 16 hingga 35 tahun menunjukkan bahwa hanya 21% menganggap sustainability adalah hal yang penting. Hal ini menimbulkan urgensi adanya peningkatan kesadaran mengenai dampak yang ditimbulkan apabila kita terus mengonsumsi energi ini. Maka dari itu, diharapkan dapat membuat sebuah media informasi interaktif mengenai penggunaan dan dampak dari energi ini. Media informasi ini dirancang melalui metode desain media interaktif oleh Julia Griffey



Perancangan Ulang UI/UX Situs Sistem Informasi Akademik (SIA) MyUMN

by ***Susan Salim (00000034130)***

Sistem Informasi Akademik (SIA) adalah sistem yang mengelola seluruh informasi pada sebuah instansi pendidikan. Situs SIA yang dimiliki oleh instansi pendidikan Universitas Multimedia Nusantara adalah situs MyUMN. Situs MyUMN sering diakses oleh mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara untuk mencari informasi terkait akademik. Situs tersebut menggunakan platform ERP sehingga memiliki tampilan yang terbatas dan tidak user friendly berdasarkan interface dan experience-nya. Situs yang tidak user-friendly dapat menghambat penelusuran pengguna dalam mencari informasi yang dibutuhkan. Perancangan ulang UI/UX situs tersebut dapat membantu mahasiswa/i UMN mengakses informasi terkait akademik di situs SIA MyUMN. Penelitian menggunakan metode wawancara, kuesioner, usability testing, dan studi eksisting. Perancangan menggunakan metode IDEO yang melibatkan Human Centered Design (HCD). Hasil dari perancangan tersebut adalah prototype situs MyUMN yang lebih user-friendly berdasarkan interface dan experience.

Contact

susan.salim@student.umn.ac.id
susansalim08@gmail.com
081210303882

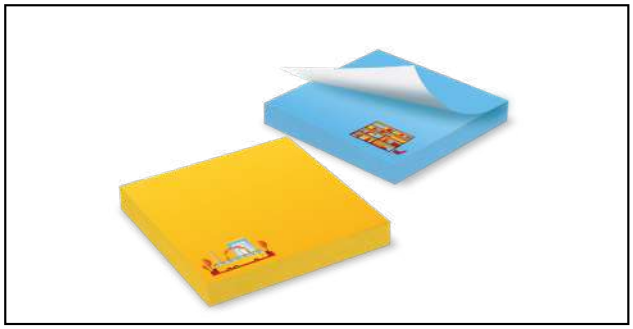
Perancangan Ulang Website Rumah Literasi 45

by ***Joanna Patricia (00000034262)***

Contact

joanna.patricia@student.umn.ac.id
joannapatricia3@gmail.com
08119272001

Rumah Literasi 45 merupakan sebuah kegiatan berada di bawah naungan Yayasan Pendidikan Griya Acitya yang didirikan oleh Andreas Tambah pada tahun 2021. Pendirian Yayasan bertujuan untuk meningkatkan pendidikan dan literasi masyarakat. Salah satunya ialah dengan membuat sebuat situs web. Dari hasil observasi sederhana didukung dengan hasil usability testing dan wawancara dengan pendiri, ditemukan beberapa hal yang menjadi urgensi situs web Rumah Literasi 45. Urgensi-urgensi tersebut seperti tampilan visual yang tidak tertata dengan baik, penggunaan elemen yang berlebihan, halaman yang tidak dapat ditemukan, dan dari wawancara dengan pendiri dinyatakan bahwa memang ingin mengembangkan dari segi tampilan, interaksi, dan konten situs web Rumah Literasi 45. Penulis menggunakan metode perancangan design thinking process oleh Hasso Plattner. Metode ini terdiri atas 5 tahapan yaitu empathize, define, ideate, prototype, dan test. eksisting, studi referensi, dan kuisioner.

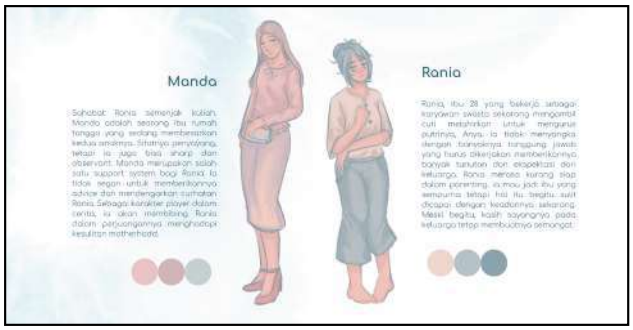


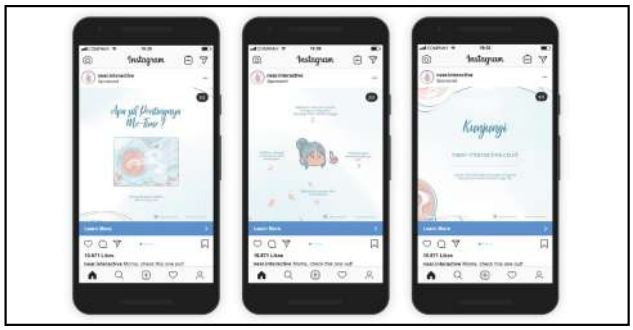
Perancangan Cerita Interaktif Sebagai Media Uzntuk Meningkatkan Awareness Tentang Matenal Depression

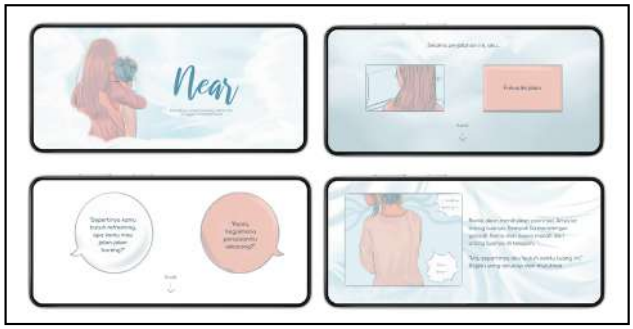
by ***Ivena Valentine Ferischa (00000034055)***

Kondisi depresi tidak lepas dari gender, wanita, apalagi seorang ibu rentanmengalaminya, apalagi pada ibu yang sedang mengandung hingga ia mempunyai anak. Efeknya berdampak pada pola pengasuhan pada anak, dan ketidakmampuan dirinya merawat diri sendiri maupun keluarga. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa, masa setelah melahirkan merupakan masa dimana ibu sangat dependan dengan keluarganya. Maka, dukungan sosial begitu penting bagi ibu dalam bentuk afirmasi positif, serta kehadiran pihak terdekatnya, supaya bisa membantu menanggulangi gangguan perasaan yang dialami seorang ibu tersebut. Bentuk dukungan dapat diperoleh lewat wawasan edukasi, tidak hanya dari pihak ibu saja tetapi keluarga dan terdekatnya juga perlu terlibat tentang kesehatan mental dan motherhood sebagai upaya capaian pemahaman kedua belah pihak. Dalam perancangan ini, penulis menggambarkan what-if solution berupa media interaktif dengan pendekatan transmedia yang bisa membangun partisipasi ibu sebagai audiens terdekat ibu sebagai support system.

Contact
ivena.valentine@student.umn.ac.id
ivenavalentine@gmail.com
081213958762

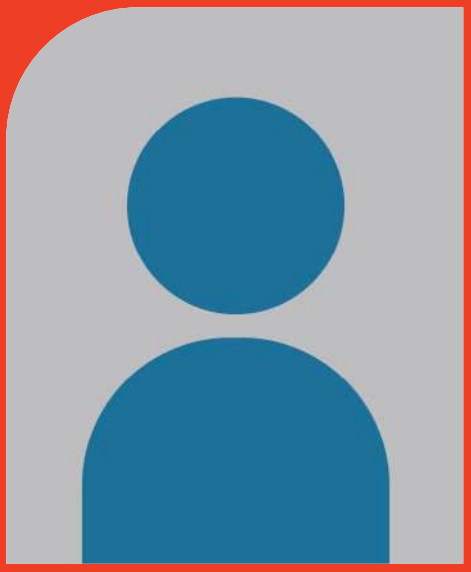






Perancangan Cerita Interaktif Mengenai Dysfunctional Family Untuk Remaja Akhir

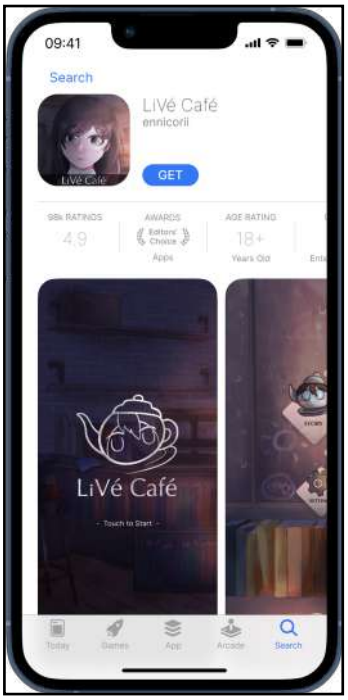
by ***Nicole Olivia Mulya (00000034684)***



Contact

nicole.olivia@student.umn.ac.id
nicoleoliviamulya@gmail.com
08111856800

Dysfunctional Family merupakan fenomena ketika orang tua tidak dapat memenuhi kebutuhan anak, sehingga menciptakan lingkungan rumah tangga dimana tumbuh kembang anak terhalang. Fenomena ini mempunyai beberapa bentuk, salah satunya adalah adult child of dysfunctional family, yaitu remaja akhir & dewasa muda dengan berbagai gangguan psikologis yang menjatuhkan mental mereka namun tetap terlihat seperti individu yang stabil karena mempunyai kebiasaan memendam perasaan negatif & menyembunyikan masalah keluarganya. Mayoritas masyarakat umum tidak mengetahui tentang adult child of dysfunctional family, termasuk remaja akhir yang berasal dari dysfunctional family sehingga tidak mengetahui bagaimana cara menghadapi masalah yang berasal dari disfungsi keluarganya. Oleh karena itu penulis mengajukan perancangan media interaktif informatif berbasis storytelling tentang dysfunctional family yang diharapkan dapat memberikan remaja akhir edukasi tentang dysfunctional family sebagai sarana pembelajaran transformatif secara fleksibel.



Perancangan Website Montessori Practical Life Untuk Orang Tua Usia 27-35 Tahun

by ***Katya Ruthven Rumambi (00000036592)***

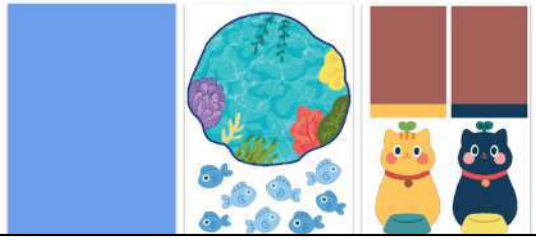
Berbeda dengan negara Timur, pendidikan di negara Barat cenderung memberikan pengajaran tentang cara berpikir kritis dan bagaimana seorang individu dapat menentukan pilihan – pilihan dalam hidup mereka sedari dini. Dalam pendidikan Montessori anak tidak hanya diajarkan bagaimana bertindak atau berperilaku dalam masyarakat namun anak juga di berikan kesempatan untuk memilih, berpikir kritis, dan anak juga diajarkan bagaimana cara untuk mengatur emosi dalam diri mereka. Oleh karena itu anak dengan pendidikan Montessori cenderung memiliki pendewasaan secara emosional yang lebih baik di karenakan sejak dini mereka sudah terlatih untuk belajar memahami kebutuhan diri dan memahami lingkungan di sekitarnya. Melalui hasil pengumpulan data diketahui bahwa sebagian besar target memilih website sebagai media untuk mencari informasi oleh karena itu penulis merancang media informasi dengan basis website.

Contact
katya.ruthven@student.umn.ac.id
katyaruth13@gmail.com
085697923333

Media Utama
Website

Media Sekunder
Scarf 100x100

Media Sekunder
Template Kegiatan



Media Sekunder
Poster A4

Perancangan Website Untuk Kampanye Tentang Greenwashing Bagi Generasi Z

by ***Alicia Bella (00000034992)***

Contact

alicia.bella@student.umn.ac.id
aliciabellatjen@gmail.com
08118903126

Pemanasan global mengakibatkan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap perlindungan lingkungan. Hal tersebut membuat konsumen memikirkan dampak lingkungan dari pembelian mereka. Ketika konsumen semakin sadar akan potensi dampak lingkungan dari pembelian mereka, konsumen kini cenderung memikirkan sisi keberlanjutan dalam membeli produk. Sehingga, banyak perusahaan mengambil kesempatan ini untuk memasarkan produk mereka sebagai produk ramah lingkungan sebagai opsi yang lebih meyakinkan. Tetapi, ketika mereka menghasilkan melebih- lebihkan klaim keberlanjutan mereka dan menghadirkan disinformasi yang disebarluaskan oleh suatu organisasi untuk menghadirkan citra publik yang bertanggung jawab terhadap lingkungan, tindakan tersebut disebut dengan greenwashing. Atas permasalahan tersebut, penulis mengajukan perancangan kampanye untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap tindakan greenwashing.

Perancangan Aplikasi Mengenai Kucing dengan Kebutuhan Khusus di Shelter dan Rumah Foster

by ***Iin Hardina Merlin (00000037798)***

Prevalensi kucing liar di Indonesia yang membutuhkan bantuan cukup tinggi. Shelter dan rumah foster membantu populasi tersebut dengan menampung dan memberikan pengobatan. Tingkat adopsi kucing yang sakit atau cacat lebih rendah dibandingkan hewan yang sehat karena mereka membutuhkan perhatian lebih. Selain itu, informasi tentang cara menjaga kucing yang sakit masih kurang efektif. Saat ini, jumlah kucing liar terus meningkat dan membuat kapasitas shelter dan rumah foster untuk membantu menurun. Oleh sebab itu penulis mengajukan perancangan aplikasi mengenai kucing dengan kebutuhan khusus di shelter dan rumah foster dengan tujuan meningkatkan edukasi bahwa kucing yang sakit atau cacat juga tetap dapat hidup dengan baik dengan adanya penanganan yang tepat. Karya ini dirancang berdasarkan metodologi perancangan Human-Centered Design oleh IDEO (2015) yang terdiri dari 3 fase, yakni inspiration, ideation, dan implementation. Metodologi penelitian yang digunakan dalam karya ini adalah wawancara, studi eksisting, studi referensi, dan kuesioner.

Contact

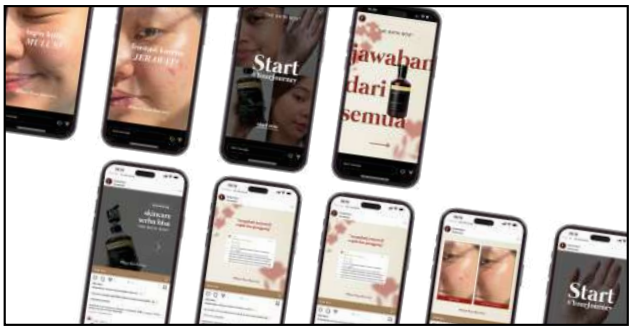
iin.hardina@student.umn.ac.id
iin_hardina@live.com
087877587787

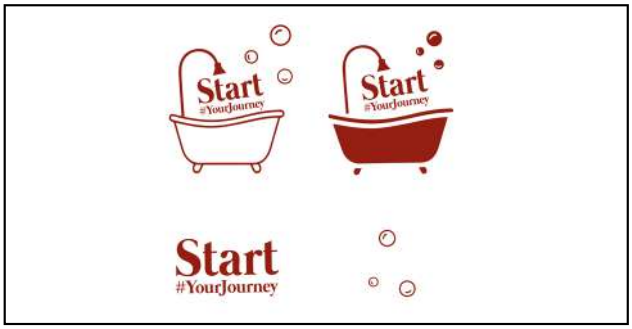
Perancangan Kampanye Promosi untuk Brand The Bath Box

by Saretta Raissa *(00000034074)*

Contact
saretta.raissa@student.umn.ac.id
sarettaraissa@gmail.com
081210509778

The Bath Box merupakan sebuah brand perawatan kulit lokal. Seluruh produk The Bath Box telah memiliki BPOM dan memiliki keunikan yakni menggunakan bahan alami terutama susu kambing yang aman untuk kulit sensitif dan mampu menyelesaikan permasalahan kulit seperti eksim dan psoriasis. Namun, pertumbuhan industri kecantikan di Indonesia, exposure yang kurang terhadap brand, serta promosi yang tidak maksimal membuat The Bath Box mengalami stagnan karena belum dikenal secara luas oleh target audiensnya. Oleh karena itu, diperlukannya sebuah kampanye promosi untuk The Bath Box. Perancangan ini ditargetkan bagi perempuan berusia 18-25 tahun yang berdomisili di Jabodetabek dengan SES A sampai B. Proses penelitian dilakukan secara hybrid dengan perpaduan metode kualitatif melalui wawancara, Focus group discussion, studi eksisting, dan studi referensi, dan metode kuantitatif yang dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara online.





Kampanye Interaktif Limbah Makanan Pencegahan Di Rumah Tangga Indonesia

by *Yola Fransisca (00000035112)*

Food Waste merupakan sebuah masalah yang telah terjadi di Indonesia sejak lama. Berbagai data yang mendukung keberadaan serta kegentingan masalah tersebut sudah muncul dari berbagai ragam sumber, baik itu swasta maupun dari pemerintahan. Sumber utama Food Waste di Indonesia sendiri merupakan rumah tangga. Dari gaya hidup yang konsumtif serta kepercayaan-kepercayaan dan budaya yang sudah kental di darah, beberapa alasan utama dari tumpukan food waste tersebut adalah gaya hidup yang tidak preventif serta konsumtif. Ironisnya, pemerintah sendiri sudah menyediakan beberapa jenis cara untuk mengurangi serta mencegah timbulan tersebut namun perubahan hampir minim dan timbulan food waste masih terjadi. Maka dari itu, perancangan ini dibuat untuk menargetkan rumah tangga di Jakarta dan sekitarnya untuk mengajak ibu-ibu dari keluarga millennial untuk mengajak keluarganya dalam menjalani hidup yang preventif terhadap food waste. Metode Perancangan Tugas Akhir ini diambil dari Creswell (2014) dimana akan dirancang sebuah kampanye sosial.

Contact
yola.fransisca@student.umn.ac.id
yola.fransiscaf@gmail.com
085779039042

Kampanye Sosial Pencegahan Perkawinan Anak di Jawa Barat

by ***Kamilia Shaffa (00000041374)***

Contact
kamilia.shaffa@student.umn.ac.id
082113866990

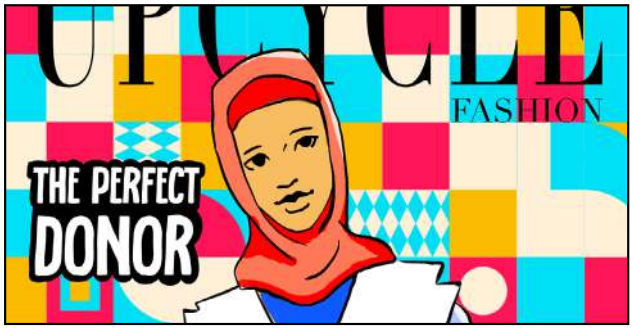
Perkawinan anak merupakan masalah mendesak di Jawa Barat, Indonesia, dengan jumlah dispensasi perkawinan anak tertinggi di negara ini. Pada tahun 2022, sebanyak 5.523 pasangan melangsungkan pernikahan dini di Jawa Barat, menurut Pemprov Jabar. Sebagian besar pernikahan ini diterima oleh Pengadilan Agama, memberikan dispensasi pernikahan kepada pasangan muda tersebut. Kehamilan yang tidak diinginkan adalah penyebab utama pernikahan dini di provinsi ini. Meskipun jumlah perkawinan anak di Indonesia mengalami penurunan dari tahun ke tahun, banyak perkawinan anak yang tidak tercatat. Untuk melakukan penelitian, penulis mewawancarai perwakilan dari Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak, seorang perempuan yang menikah di bawah umur, seorang gadis yang tinggal di Jawa Barat, dan spesialis kampanye. Dalam proyek ini, kampanye sosial dirancang oleh penulis dengan maksud mempengaruhi arah tindakan yang diambil untuk mengubah perilaku, keadaan, dan meningkatkan kesadaran masyarakat Indonesia tentang bahaya perkawinan anak.

Perancangan Kampanye Upycycle Baju Bekas Untuk Mengurangi Limbah Fast Fashion Pada Usia 18-25 Tahun

by ***Enzo Tiomikoa (00000039044)***

Upcycle baju adalah sebuah proses untuk memperpanjang masa hidup atau pemakaian baju, upcycle sudah banyak diterapkan pada fashion untuk mengurangi limbah. Sebanyak 2.3 juta ton baju terproduksi tiap tahun, limbah tersebut dapat disebabkan dengan fast fashion di mana baju diproduksi menggunakan bahan kualitas rendah, di Indonesia 80% penduduk adalah penggemar fashion terutama Gen Z. Meskipun Gen Z peduli dengan lingkungan hanya 32% melaksanakan upcycle baju dan maka itu solusinya adalah merancang kampanye social untuk upcycle baju mengurangi pembuangan baju bekas serta mengenali dan memanfaatkan proses tersebut. Dalam perancangan menggunakan teori Landa, IDEO, dan Dentsu dalam pengertian perancangan dan pelaksanaan. Berharap merancang kampanye social dengan media yang memiliki dampak dimana Gen Z sadar dan mengenal upcycle supaya mereka akan mulai melaksanakanya untuk mengurangi limbah tekstil.

Contact
enzo.tiomiko@student.umn.ac.id
enzotiomiko@gmail.com
083898989300



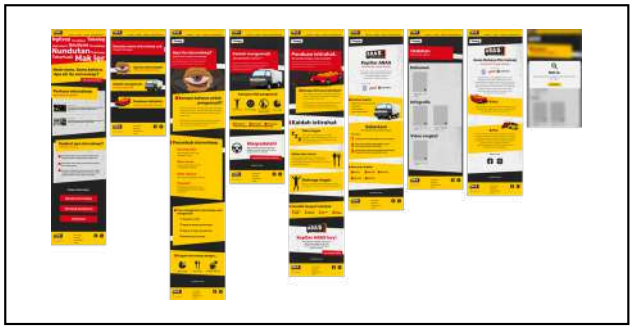
Perancangan Kampanye Interaktif Bahaya Microsleep Saat Mengemudi

by ***Anung Dewanto (00000030667)***

Contact

anung.dewanto@student.umn.ac.id
anungdew25@gmail.com
08568273663

Mengemudi adalah salah satu kegiatan penting di era modern ini. Baik kendaraan pribadi atau umum, kegiatan mengemudi adalah bagiam integral dalam mobilitas. Karenanya, kesiapan jasmani dan rohani pengemudi menjadi aspek penting dalam keselamatan bersama. Microsleep dapat dijelaskan sebagai fenomena dimana seseorang tertidur sesaat. Karena diakibatkan beberapa hal seperti kurang tidur, kelelahan, dan kurang nutrisi, microsleep dapat dialami siapapun. Hal ini menjadi berbahaya bagi pengemudi karena sistem sensorik yang tidak bekerja saat mengalami microsleep. Dari penelitian yang dilakukan, diketahui banyak orang yang mengetahui akan bahaya microsleep saat mengemudi, namun banyak juga orang yang mengaku pernah mengemudi dalam kondisi mengantuk, bahkan hingga mengalami microsleep. Kampanye yang mengangkat isu bahaya microsleep saat mengemudi dirancang menggunakan metode yang dikemukakan oleh Perloff dan Venus. Salah satunya dengan istirahat. Karenanya, ambient media digunakan dalam kampanye ini, terutama yang terletak berdekatan dengan jalan raya.



Perancangan Website mengenai Perkembangan Musik Dangdut Koplo di Indonesia

by ***Valen Priscilla (00000034056)***

Dangdut Koplo selalu hadir dengan karakteristik yang unik dan menonjol dimasyarakat. Genre turunan dari dangdut ini hadir pada awal 90-an di Jawa Timur, tepatnya di Pantura, Dangdut koplo memiliki ciri khas tabuhan gendang dengan tempo lagu yang cepat. Faktor utama kemunculan genre turunan dangdut koplo ini dikarenakan kejenuhan masyarakat terhadap aliran musik dangdut. Keunikannya memiliki latar belakang dan sejarah yang menarik untuk dipelajari. Berdasarkan pengumpulan data yang kuantitatif dan kualitatif yang telah dilakukan, pengetahuan dan apresiasi masyarakat terhadap dangdut koplo masih minim. Padahal, banyak nilai positif yang dapat masyarakat pelajari dari perkembangan dangdut koplo yang tumbuh sebagai budaya Indonesia. Minimnya apresiasi ini dapat mengakibatkan dilupakannya nilai budaya dan perjuangan pegiat dangdut koplo. Perancangan website tentang perkembangan dangdut koplo bertujuan untuk mengedukasi masyarakat mengenai linimasa perkembangan dangdut koplo dan merasakan sensasi berada di dalam setiap masanya.

Contact
valen.priscilla@student.umn.ac.id
valensccs@gmail.com
085779430877

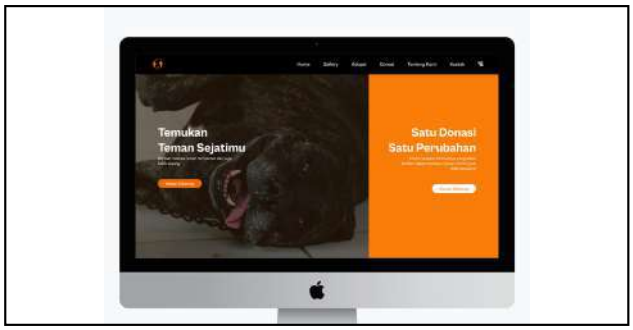
Perancangan Ulang UI/UX Website Animal Defenders Indonesia

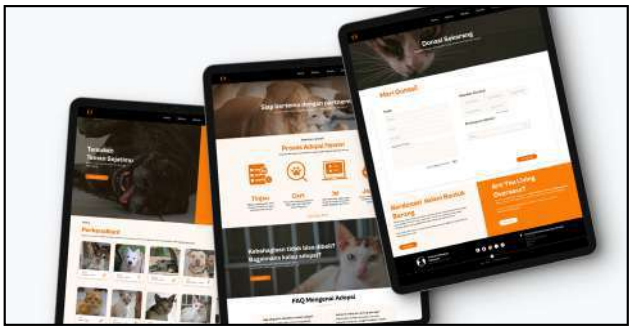
by ***Rachel Arabella Effenmeita (00000037634)***

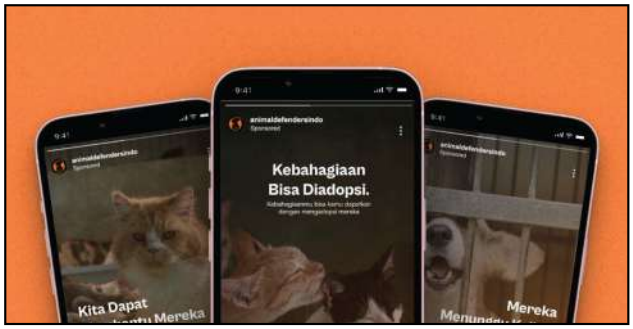
Contact

rachel.anabella@student.umn.ac.id
racheleffenmeita02@gmail.com
081219337778

Animal Defenders Indonesia merupakan salah satu organisasi non-profit yang bergerak dalam hal pro-satwa yang didirikan sejak 2011. Mereka telah banyak menindaki kasus terkait penyiksaan dan penelantaran hewan. Tidak sedikit pula orang yang menyerahkan hewannya ke pihak ADI karena tidak sanggup merawat lagi atau hal lainnya. ADI sendiri memiliki penampungan yang bernama Hacienda Animal Defenders Shelter. Di sana jumlah hewan terus bertambah dan kebutuhannya akan meningkat. Melalui konten sosial medianya, ADI akan menyediakan pembukaan donasi dan adopsi. Namun informasi yang disampaikan tersebut dapat sewaktu-waktu tertimbun. Terpantau ADI memiliki sebuah website sebelumnya. Sangat disayangkan pada website tersebut memiliki informasi dan konten yang kurang efisien untuk dibaca dan diakses oleh para penggunanya. Dengan adanya perancangan ulang UI/UX website ini bertujuan agar dapat menopang kebutuhan ADI dan menjadi wadah informasi dan fitur yang lebih universal.







Perancangan Media Informasi Interaktif Terhadap Keputusan Childfree untuk Usia 25-30 Tahun

by ***Marshel Ryan Christanto (00000034614)***

Voluntary Childlessness atau childfree merupakan istilah yang merajuk pada keputusan dari seorang individu untuk tidak memiliki anak. Pada lingkup negara Indonesia, individu childfree memiliki jumlah yang kecil, dan hidup ditengah masyarakat dengan budaya memiliki anak, sehingga tercipta stigma-stigma negatif terhadap individu tersebut. Stigma-stigma negatif tercipta terhadap pilihan childfree sebagai penanda yang diberikan atas keputusan yang dianggap aneh dan menyimpang, dan hanya berdasar pada asumsi-asumsi yang dibentuk oleh lingkungan sosial mereka. Tidak adanya keterbukaan informasi, mengakibatkan berkembangnya stigma negatif tersebut menghasilkan pandangan masyarakat terhadap keputusan childfree terus berputar dalam perdebatan antar salah dan benar, yang pada kenyataannya hanyalah sebuah pilihan yang dipilih sebagai pilihan terbaik untuk setiap individu dengan latar belakang masing-masing. Penulis mengajukan perancangan media informasi interaktif sebagai sarana keterbukaan informasi dan wadah informasi konsep childfree di lingkup negara.

Contact
marshel.ryan@student.umn.ac.id
marshelryan@gmail.com
085880636343

Perancangan Rhythm Game Grand Staff Membaca Not Balok Dan Istilah Musik Untuk Usia 16-19 Tahun

by ***Denisse Celia Permanasari (00000034198)***

Contact

denisse.celia@student.umn.ac.id
denissecelia68@gmail.com
085286302070

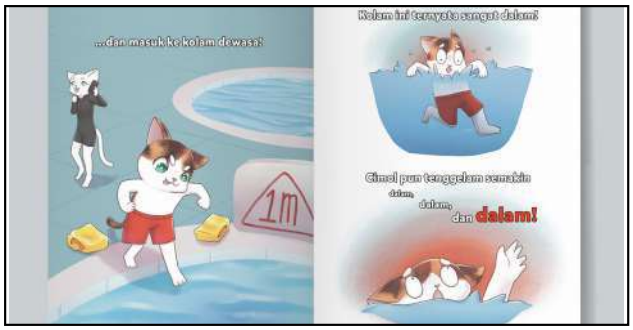
Sampai saat ini istilah musik secara umum hanya menyediakan penjabaran secara tulisan dengan bahasa rumit, sehingga musisi ataupun non mengalami demotivas terjadi ketika belajar i ketika mempelajari istilah membaca not balok, yang seharusnya membutuhkan gaya belajar Visual, Auditori, dan Kinestetik Maka dari itu penulis mengajukan perancangan media interaktif membaca not balok dan istilah musik yang tidak rumit sehingga mudah dipahami oleh musisi dan non musisi, serta memiliki kombinasi gaya belajar VAK (Visual, Auditori dan Kinestetik) agar dapat memberikan pengalaman pengenalan musik klasik yang lebih dalam.

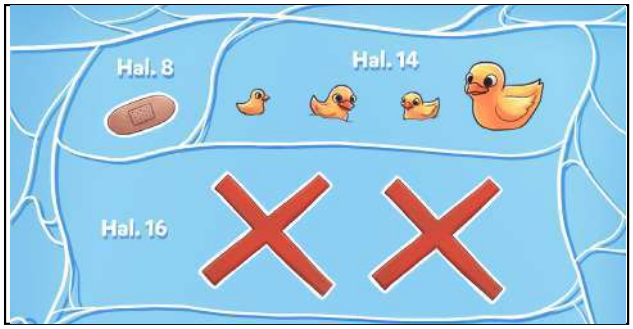
Perancangan Buku Panduan Interaktif Tentang Water Safety Untuk Orang Tua Anak Usia 6-12 Tahun

by ***Gabriella Aretha Vania (00000034996)***

Berenang dan bermain air merupakan kegiatan yang menyenangkan bagi anak-anak, namun water safety diperlukan untuk mencegah terjadinya kasus anak tenggelam, terutama bagi kalangan usia 6—12 tahun. Tenggelam bagi anak-anak dapat disebabkan terutama oleh edukasi mengenai water safety yang rendah, kurangnya pengetahuan mengenai cara mengidentifikasi tanda-tanda orang tenggelam maupun cara membangkitkan korban tenggelam, serta kelalaian melakukan supervisi dari pihak orang tua. Di Indonesia, tenggelam merupakan akibat kematian tertinggi ke-3 bagi anakanak berusia 5—14 tahun. Edukasi mengenai water safety di Indonesia pun masih rendah, baik bagi anak-anak maupun orang dewasa. Walaupun telah dilakukan upaya untuk mengajarkan water safety di sekolah-sekolah, penyebaran edukasi tersebut tidak mencapai 25% dari populasi Indonesia. Orang tua memiliki peran utama dalam perkembangan karakter dan pengetahuan anak. Penting bagi orang tua untuk bisa menjadi jembatan edukasi water safety bagi anak-anak.

Contact
gabriella.aretha@student.umn.ac.id
gabriellaarethav@gmail.com
089605774657





Perancangan Mobile Website Mengenai Pacaran Sehat untuk Remaja

by ***Eric Prajna Jaya (00000034195)***

Contact

eric.prajna@student.umn.ac.id
ericpj1809@gmail.com
081298165185

Fenomena pacaran pada remaja merupakan hal yang umum terjadi di masyarakat. Hal ini terjadi karena adanya perubahan hormon seksual yang terjadi pada remaja. Selain itu, pacaran juga didorong oleh faktor eksternal seperti lingkungan pertemanan, media yang dikonsumsi, dll. Hal ini sebenarnya wajar, namun remaja seringkali berhadapan dengan beberapa permasalahan yang memicu pacaran tidak sehat, seperti fenomena bucin dan toxic relationship. Pacaran tidak sehat tidak hanya berdampak buruk bagi diri sendiri, namun juga dapat membahayakan orang lain. Kurangnya media informasi mengenai pacaran sehat membuat remaja rentan melakukan pacaran tidak sehat. Oleh karena itu, penulis melakukan perancangan media informasi mengenai pacaran sehat bagi remaja. Hasil dari perancangan menjawab kebutuhan pengguna jika website yang dirancang memiliki UI/UX yang ramah bagi pengguna dan konten yang disajikan mampu membuat pengguna betah di website tersebut.

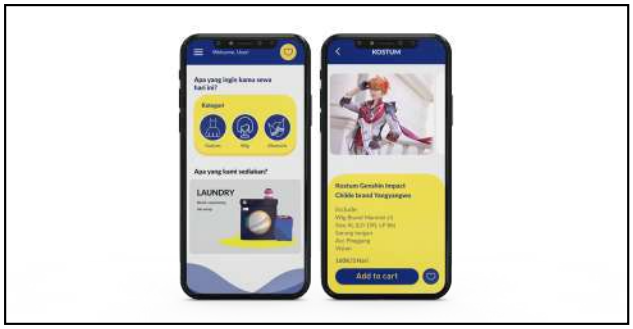
Perancangan Media Interaktif Untuk Penyewaan Kostum Lelemmbut Cosplay

by ***Monika Adelia Gunawan (00000034613)***

Cosplay merupakan salah satu budaya Jepang yang mendunia khususnya di Indonesia. Dunia percosplayan semakin berkembang dengan munculnya cosplayer-cosplayer baru. Hal ini kemudian diikuti dengan munculnya usaha baru yaitu usaha jasa sewa. Usaha jasa sewa ini menjadi usaha yang biasa dilakukan oleh anak-anak muda bahkan dewasa pada platform media sosial sebagai bisnis sampingan untuk menambah pendapatan tambahan. Besarnya minat cosplay membuat penyedia jasa harus terus mendata banyak barang yang diperlukan dan itu membutuhkan waktu yang cukup banyak karena didata secara manual dan terkadang sering terjadi misinformasi dari kedua pihak. Penulis menggunakan metode wawancara dan kuisioner, dan menggunakan metodologi perancangan yang mengacu pada design thinking. Berdasarkan wawancara dan penyebaran kuisioner yang dilakukan, penulis mendapati bahwa penyedia jasa sewa membutuhkan suatu media untuk menampung segala informasi yang mereka butuhkan.

Contact

monika.adelia@student.umn.ac.id
monikaadelia5@gmail.com
08112777045



Perancangan E-book Interaktif Perawatan Kesehatan Gigi Susu Untuk Anak Usia 4 - 6 Tahun

by ***Kevin Gavriel (00000036878)***

Contact

kevin.gavriel@student.umn.ac.id
kevingavriel34@gmail.com
081210496236

Tanggalnya gigi susu yang nantinya digantikan oleh gigi tetap menyebabkan orang tua berpikir untuk tidak perlu memperhatikan kesehatan gigi anaknya. Padahal gigi susu memiliki peran yang penting untuk membantu anak mengunyah makan dan membantu dalam pembentukan rahang. Gigi susu yang terlambat dirawat dapat menimbulkan penyakit pada gigi susu anak seperti karies gigi, gusi bengkak, dan gigi tetap yang tumbuh berantakan. Maka dari itu, penting bagi orang tua untuk merawat dan menjaga kesehatan gigi susu anaknya. Namun, masih banyak orang tua yang tidak memiliki pengetahuan bagaimana cara merawat dan menjaga kesehatan gigi susu anaknya serta kondisi dimana banyak anak-anak yang mengalami penyakit pada gigi susunya. Sebagai solusi, penulis mengajukan perancanagn buku informasi yang di dalamnya berisi informasi cara merawat dan menjaga kesehatan gigi susu anak. Penulis berharap agar perancangan ini dapat memberikan informasi kepada orang tua dan anak-anak dalam merawat dan menjaga kesehatan gigi susu.

Perancangan Kampanye Sosial Interaktif Mengenai Posisi Duduk Ergonomis Bagi Mahasiswa

by ***Theodora Angelie Marshanda (00000036419)***

Mengerjakan tugas-tugas dengan komputer menuntut seseorang untuk duduk dalam waktu yang lama. Apabila posisi duduk yang diterapkan tidak ergonomis, maka dapat menimbulkan nyeri-nyeri pada tubuh. Bila kebiasaan tersebut tidak segera diubah maka nyeri tersebut kedepannya dapat berujung pada masalah kesehatan sistem muskuloskeletal seperti pada tulang, otot dan sendi. Menurut hasil pencarian data baik secara kuantitatif dan kualitatif didapati bahwa posisi duduk ergonomis telah diketahui oleh mahasiswa tetapi tidak diterapkan karena tidak terbiasa dan bukan menjadi prioritas saat mengerjakan tugas. Oleh karena itu penulis melakukan perancangan kampanye sosial interaktif mengenai posisi duduk ergonomis bagi mahasiswa usia 18 hingga 24 tahun di DKI Jakarta. Perancangan dilakukan berdasarkan metode perancangan oleh Landa pada bukunya Advertising by Design. Perancangan ini penulis harapkan dapat meningkatkan kesadaran akan pentingnya duduk ergonomis saat mengerjakan tugas dan mendorong penerapan posisi duduk yang ergonomis.

Contact
theodora.angelie@student.umn.ac.id
theodoraangeliemarshanda20@gmail.com
085213205960

Perancangan Media Interaktif Dalang Cilik Untuk Anak Usia 8-10 Tahun

by ***Ignatius Juan Harjono (00000030540)***

Contact

ignatius.juan@student.umn.ac.id
juan20ignatius@gmail.com
082112418128

Wayang dijadikan sebagai sarana hiburan yang positif dengan tujuan pencerahan dan pendidikan. Contohnya dalam pertunjukan wayang golek, wayang dibuat menggunakan boneka kayu yang ringan yang diukir, dicat, dan diberi busana yang menggambarkan karakter manusia. Wayang diperkenalkan kepada kalangan pelajar karena memiliki pesan-pesan yang berhubungan dengan pemahaman agama, budi pekerti, dan moralitas. Cerita dalam wayang memberikan pendidikan dalam berbagai bidang seperti ilmu pengetahuan dan sejarah, serta mengandung pesan-pesan yang memiliki nilai-nilai yang bermanfaat. Kurangnya minat dari generasi penerus dalang dalam mengembangkan cerita dan pertunjukan juga menjadi salah satu alasan mengapa wayang kehilangan peminatnya. Permainan edukatif merupakan alat yang bermanfaat untuk mengurangi kebosanan dan meningkatkan proses pembelajaran. Karakteristik permainan tersebut mampu memotivasi, menghibur, dan memberikan kesenangan kepada anak- anak dalam aktivitas yang mendidik.

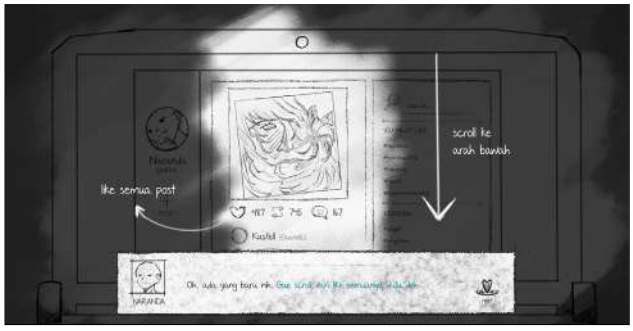
Perancangan Media Interaktif Mengenai Mob Mentality Dalam Media Sosial Untuk Dewasa Awal

by ***Filbert Lee (00000034697)***

Mob mentality adalah sebuah mentalitas yang mendorong seseroang untuk mengikuti kelompok massa tanpa bertanya apakah perilaku tersebut benar atau tidak. Di jaman sekarang, hal tersebut sering terjadi di dunia maya, dimana informasi yang belum tentu benar bisa mendorong gerakan netizen untuk menargetkan individu atau kelompok tertentu hingga mencelakakan karir atau bahkan nyawa mereka. Gerakan tersebut dikenal dengan nama cancel culture. Padahal, dampak dari mob mentality tersebut dapat dikurangi bila pengguna internet bersedia untuk meluangkan waktu sedikit saja untuk mengecek kebenaran informasi tersebut. Maka dari itu, diperlukan perancangan sebuah media interaktif agar dapat menunjukkan dampak dari mob mentality, berdasarkan metode perancanganan oleh Julia Griffrey dalam bukunya berjudul Introduction to Interactive Digital Media: Concept and Practice. Penulis berharap dengan perancangan ini, pengguna internet dapat lebih bersimpati dan memilki moral ketika bersosialisasi di dalam media sosial.

Contact

Filbert.lee@student.umn.ac.id
Filbertleebzn@gmail.com
089628625630



Perancangan Kampanye Interaktif Pola Makan Sehat untuk Pekerja Berusia Produktif 22-28 Tahun

by ***Calistia Evelyn (00000036523)***

Contact

calistia.evelyn@student.umn.ac.id
calistiaevelyn@gmail.com
082251107402

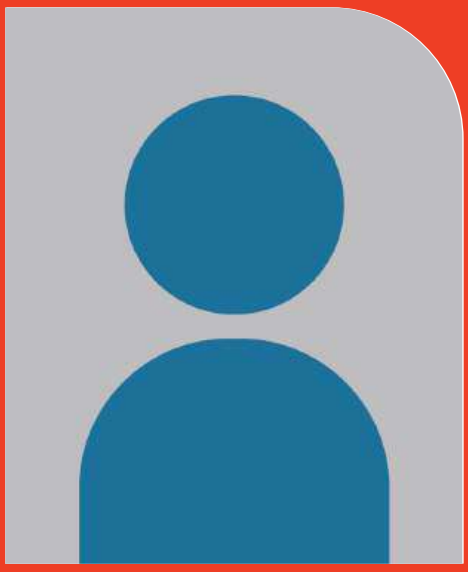
Setiap tenaga kerja di usia produktif membutuhkan kesehatan yang prima untuk menjaga produktivitasnya. Hal ini perlu didampingi dengan gaya hidup sehat yang salah satunya mencakup pola makan sehat sebagaimana yang telah dibuktikan oleh berbagai penelitian. Center for Health Research di Healthways menunjukkan bahwa adanya peningkatan performa dan produktivitas kerja sebesar 25% pada karyawan yang mengonsumsi makanan sehat. Selain itu, Jurnal Population Health Management juga mencatat bahwa adanya peningkatan risiko loss productivity sebesar 66% terhadap karyawan dengan pola makan buruk. Bahkan, World Health Assembly mencatat bahwa 73% kematian di Indonesia disebabkan oleh PTM. Oleh karena itu, perancangan kampanye interaktif pola makan sehat untuk pekerja berusia produktif 22-28 tahun ini pun dibuat untuk mewujudkan generasi yang lebih sehat menuju Indonesia maju 2045. Kampanye interaktif ini mengusung tema perjalanan yang menunjukkan pesan bahwa pola makan sehat merupakan proses perjalanan investasi jangka panjang.

Interactive Media for Campaign

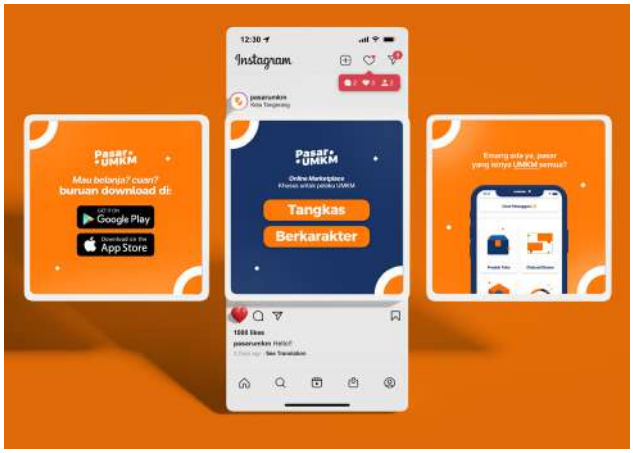
Perancangan Aplikasi Berbasis Marketplace UMKM Kota Tangerang

by ***Muhammad Raihan Alif Asshidiq (00000031754)***

Dalam era digital seperti saat ini, terdapat berbagai metode penjualan produk yang bisa dilakukan oleh pelaku usaha seperti berjualan di online marketplace yang memiliki jangkauan pasar luas. Bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), penjualan adalah tahap awal yang krusial bagi keberlangsungan usaha, akan tetapi dalam opsi berjualan di online marketplace masih terdapat hambatan seperti persaingan dengan usaha-usaha besar serta sumber daya dan usaha yang diperlukan untuk membuat suatu toko online yang menghasilkan. Oleh karena itu penulis berinisiatif untuk membuat solusi terhadap topik permasalahan melalui pendekatan dan kaidah desain komunikasi visual.



Contact
muhammad.raihan1@student.umn.ac.id
Raihanslife.creative@gmail.com
081909205303



Perancangan Board Game Mengenai Pentingnya Sterilisasi Kucing

by *Farivia Diffa Ul Haq (00000036841)*

Contact
farivia.diffa@student.umn.ac.id
nekohime456@gmail.com
081213475694

Kucing merupakan salah satu hewan yang populer untuk dijadikan hewan peliharaan di Indonesia. Meskipun populer untuk dipelihara, masih banyak kucing liar di Indonesia yang tidak memiliki kepemilikan. Dinas Ketahanan Pangan, Kelautan, dan Pertanian (DKPKP) Provinsi DKI Jakarta mencatat bahwa pada 2021 populasi kucing diperkirakan berjumlah sekitar 2,8 juta ekor. Dalam setahun, kucing mampu bereproduksi sebanyak tiga hingga empat kali. Jika berhasil kawin, kucing betina akan mengalami masa kehamilan 58 - 71 hari, dan menghasilkan sekitar 1 - 10 anak kucing tiap kehamilan. Bila reproduksi kucing terus dibiarkan dan tidak terkontrol, maka dapat mengakibatkan overpopulasi. Overpopulasi kucing dapat dikendalikan dengan langkah sterilisasi. Langkah steril dapat dimulai dari kucing peliharaan, karena kucing peliharaan merupakan tanggung jawab dari pemiliknya. Melalui experience yang didapat dari perancangan board game simulasi pemeliharaan kucing yang tidak steril, diharapkan pemain memahami akibat yang ditimbulkan.

Perancangan Board Game Pengenalan Emosi untuk Remaja

by ***Christian Vincent Santoso (00000034226)***

Emosi mengacu pada pemikiran dan perasaan yang spesial secara psikologis dan biologis untuk melakukan suatu tindakan (Goleman, 2020). Emosi berpengaruh terhadap perkembangan setiap manusia, terutama pada saat remaja. Hal ini dikarenakan remaja masih memiliki pemikiran yang belum sempurna sehingga seringkali merasa bingung atas apa yang sedang dialami oleh dirinya, salah satunya adalah emosi. Remaja yang merasa bingung akan emosinya bisa saja memikirkan akan dirinya sehingga membuat dirinya merasa cemas, hingga penyakit mental yang diakibatkan oleh cemas yang berlebih. Pengenalan emosi perlu dilakukan agar mengurangi terjadinya penyakit mental yang diakibatkan secara emosional. Penulis memilih untuk membuat media interaktif berbasis permainan papan untuk mengenalkan emosi pada remaja karena board game merupakan salah satu media informasi yang efektif. Metodelogi perancangan yang penulis gunakan adalah “How I Design a Game” dari Andrew Looney yang dituliskan pada bukunya yang berjudul “Kobold Guide to Board Game Design”.

Contact
christian.vincent@student.umn.ac.id
christianvincent112@gmail.com
081228079200

Perancangan Website Mengenai Literasi Keuangan Untuk Remaja Akhir

by ***Juan Susanto (00000035769)***

Contact

juansusanto@student.umn.ac.id
juansusanto.js@gmail.com
082120621800

Pada tahun ini seluruh dunia sedang mengalami resesi yang tinggi, sehingga harga barang dan kebutuhan primer memiliki kenaikan. Pada bulan September 2022, Indonesia sudah mengalami kenaikan inflasi sebesar 5,98% yoy yang merupakan inflasi tertinggi sejak tahun 2014. Akibat resesi ini, daya beli masyarakat berkurang, dan dituntut untuk cermat dalam mengatur keuangannya. Namun, Berdasarkan Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) yang dilakukan pada tahun 2019 menunjukkan indeks literasi keuangan di Indonesia sebesar 38,03% dan indeks inklusi keuangan sebesar 76,19%. pada data ini dapat membuktikan bahwa sebagian besar dari warga Indonesia masih belum memahami produk maupun jasa keuangan yang disediakan lembaga keuangan. Maka dari itu penulis mengajukan perancangan media informasi mengenai literasi keuangan pada remaja dengan harapan meningkatkan minat dan pemahaman remaja terhadap literasi keuangan.

Perancangan Aplikasi Untuk Tracking Diet Penderita Penyakit Autoimun

by ***Yohanes Louis Hendrawan (00000035811)***

Penyakit autoimun selama beberapa tahun ke belakang mengalami peningkatan prevalensi yang tinggi, menandakan kuatnya faktor eksternal dalam timbulnya penyakit autoimun pada masyarakat. Berbagai studi menyatakan tingginya peran diet dalam perkembangan penyakit autoimun. Pada penderita penyakit autoimun yang baru terdiagnosis, observasi diet berkala dapat membantu menginvestigasi dan mengantisipasi pemicu flare sebagai gejala kambuh penyakit autoimun. Sayangnya, belum ada media yang memadai untuk melakukan tracking diet bagi penderita penyakit autoimun terutama di Indonesia. Penulis memutuskan menggunakan teori perancangan desain UI/UX untuk merancang sebuah aplikasi untuk tracking diet penderita penyakit autoimun.

Contact
yohanes.louis@student.umn.ac.id
yohaneslouis21@gmail.com
085693959021

Perancangan Aplikasi Augmented Reality Mengenai Lukisan-Lukisan Legendaris di Indonesia untuk Gen Z

by ***Jeniosa Dias Efrata (00000036841)***

Contact

jeniosa.dias@student.umn.ac.id
jeniosae@gmai.com
081232031016

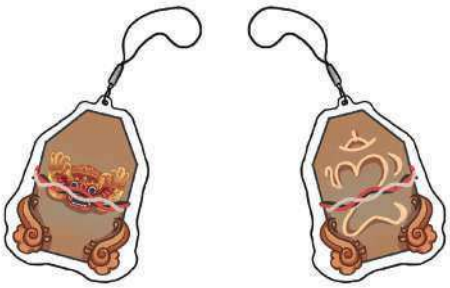
Museum tradisional yang menampilkan lukisan-lukisan tersebut sering dianggap membosankan oleh sebagian besar individu dalam generasi ini. Namun, pendidikan seni memainkan peran penting dalam membentuk identitas, keterampilan berpikir kritis, dan kreativitas. Teknologi Augmented Reality (AR) menawarkan solusi inovatif dengan memungkinkan pengguna melihat objek virtual 2D atau 3D di dunia nyata, menciptakan pengalaman yang lebih imersif dan interaktif dibandingkan dengan informasi berbasis situs web tradisional. Penelitian ini fokus pada memperkenalkan cara baru bagi Generasi Z untuk belajar tentang Indonesia melalui desain media informasi interaktif untuk lukisan legendaris Indonesia. Audiens target untuk media informasi interaktif ini adalah remaja berusia 17-25 tahun, mengingat rasa ingin tahu dan keinginan eksplorasi yang tinggi pada kelompok usia tersebut.Melalui penelitian ini, tujuannya adalah menciptakan platform media yang imersif yang tidak hanya membuat pembelajaran tentang lukisan legendaris Indonesia lebih menyenangkan dan menarik, tetapi juga berkontribusi pada kesadaran seni dan desain di Indonesia.

Perancangan Kampanye Interaktif mengenai Etika Budaya di Bali untuk Wisatawan Asing

by *Ida Ayu Advaita (00000036789)*

Bali merupakan salah satu tujuan wisatawan mancanegara untuk berlibur. Banyak wisatawan asing tertarik untuk mengunjungi Bali karena keindahan alam dan budaya yang ditawarkan. Namun, beberapa wisatawan menimbulkan permasalahan di masyarakat lokal, seperti mencelakai warga lokal, menduduki kawasan suci, dan merusak fasilitas. Hasil data menyatakan bahwa pemerintah belum bertindak tegas pada wisatawan asing. Peraturan tersebut dapat menginformasikan tentang apa yang boleh dilakukan dan tidak dilakukan selama berada di tempat wisata. Para wisatawan juga perlu memahami adat dan budaya yang diterapkan di wilayah Bali agar bertingkah sesuai dengan etika terhadap masyarakat lokal. Selain itu, miskomunikasi juga dapat memunculkan konflik antara wisatawan asing dan warga lokal. Adapun gerakan yang memiliki tujuan yang sama sebagai referensi perancangan serta kampanye lainnya. Jadi, perancangan kampanye interaktif mengenai etika budaya Bali ini dapat mempengaruhi tingkah laku wisatawan asing selama berkunjung.

Contact
ida.ayu@student.umn.ac.id
torukiiroru@gmail.com
081246928983



Perancangan Video Game Mengenai Critical Thinking Remaja Perempuan

by ***Fira Nabila (00000034089)***

Contact

fira.nabila@student.umn.ac.id
firanabila00@gmail.com
081298901118

Pesatnya perkembangan teknologi memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam mengakses informasi. Akan tetapi, kemudahan ini membuat banyak informasi palsu atau hoax yang beredar. Untuk memilah informasi yang benar diperlukan kemampuan seseorang dalam menganalisa kebenaran informasi yaitu critical thinking. Kemampuan ini menjadi penting untuk dikembangkan bagi remaja perempuan. Hal ini didasari dengan jumlah kelompok usia tertinggi dalam mengkonsumsi informasi digital serta sebagian besar kasus penipuan online terjadi kepada remaja perempuan. Media yang menyajikan pembelajaran critical thinking sebagian besar masih menggunakan komunikasi satu arah. Oleh karena itu, penulis mengajukan perancangan mengenai video game mengenai critical thinking remaja perempuan. Media ini dirancang melalui media game-based learning dengan pendekatan storytelling mengenai cerita petualangan yang bertujuan untuk menstimulasi remaja perempuan dalam menganalisa dan membuat keputusan yang baik.

Perancangan Mobile Website Interaktif tentang Lifetrap pada Mahasiswa Berumur 18-24 Tahun

by ***Jafferson Edria Kusnadi (00000034581)***

Lifetrap atau Early Maladaptive Schemas (EMS) adalah pandangan terdistorsi pada diri sendiri dan orang lain yang disebabkan oleh memori-memori yang tidak menyenangkan dari masa kecil yang menyebabkan tindakan-tindakan yang self-destruktif. Dua faktor penting dari terbentuknya lifetrap adalah dinamika keluarga dan lingkungan dengan dinamika keluarga sebagai factor yang paling mempengaruhi. Salah satu lifetrap yang dapat berkembang adalah lifetrap Failure, pandangan terdistorsi bahwa individu adalah seorang yang gagal dan ia akan selalu gagal dalam segala yang ia lakukan dengan bereaksi melalui pengerjaan tugas asal-asalan, prokrastinasi, dan sikap ketakutan akan gagal yang menghambat perkembangan individu, berdampak negatif pada performa individu terutama mahasiswa. Media tentang lifetrap Failure di Indonesia masih sedikit, sehingga banyak mahasiswa di Indonesia tidak mengerti bagaimana melepaskan lifetrap Failure tersebut. Oleh karena itu, penulis merancang sebuah media informasi interaktif mengenai lifetrap Failure yang ditujukan kepada mahasiswa.

Contact
jafferson.edria@student.umn.ac.id
jafferson.edria@gmail.com
08989277196

Perancangan Website Informasi Mengenai Trauma Little T Untuk Remaja Akhir

by ***Frisca Auriel (00000041506)***

Contact

frisca.auriel@student.umn.ac.id
friscaauriel28@gmail.com
082374391182

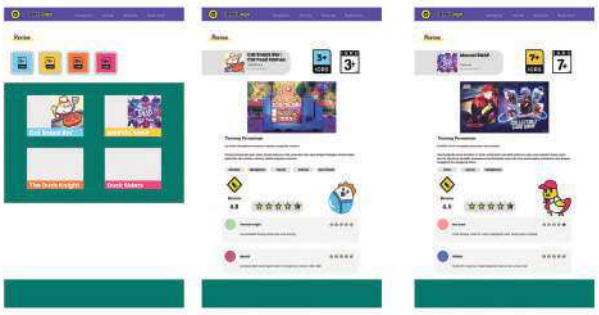
Trauma yang tidak disadari, tidak diidentifikasi, dan tidak diatasi dengan benar adalah salah satu faktor utama penyebab munculnya gangguan mental dan perubahan perilaku. Anak-anak hingga remaja akhir merupakan usia prevalen mengalami trauma dan kesulitan memprosesnya (Paradigm Treatment, 2014). Penelitian Indonesia-National Adolescent Mental Health Survey (I-NAMHS) menyebutkan terdapat 2.45 juta remaja dewasa muda di Indonesia yang terganggu psikisnya. Minimnya media informasi yang komprehensif dan efektif untuk masyarakat menyebabkan pemahaman atas trauma terutama trauma kecil masih bersifat dangkal. Hal ini adalah bukti bahwa Indonesia masih belum mampu memfasilitasi edukasi dan penanganan atas trauma (Millenia, 2022). Maka daripada itu, diperlukan media informasi interaktif yang mampu mendukung penyampaian informasi mengenai trauma kepada remaja dewasa muda secara efektif untuk mencegah hal-hal buruk yang dapat terjadi sebagai akibat dari kurangnya pemahaman atas trauma mental.

Perancangan Kampanye Mengenai Rating Usia Pada Mobile Game Android untuk Anak

by ***Joseph Vidian Hartono (00000034581)***

Game merupakan salah satu teknologi hiburan yang cukup digemari di masyarakat. Dengan adanya kemajuan teknologi, game dapat diakses hanya dengan sentuhan jari dengan cara mengunduh melalui Gadget. Gadget berbasis Android lebih memudahkan penggunanya mengunduh berbagai permainan dan lebih banyak opsi yang dapat dipilih saat melakukan mobile gaming. Sebuah game dapat mengandung unsur positif dan edukatif, namun tidak jarang ditemukan game yang memiliki dampak negatif kepada anak jika tidak diawasi. Efek negatif tersebut berupa kecanduan game, penurunan kualitas belajar, dan dampak pada kesehatan secara fisik dan mental. an peran orang tua untuk mengawasi anak ketika bermain mobile game (Gray, 2011). Dengan pengawasan dari orang tua, anak-anak dapat memainkan game yang sesuai dengan usianya agartetap aman dan sesuai dengan kepribadiannya (Kominfo, 2018). Maka, penulis merancang sebuah kampanye untuk mengenalkan pentingnya mengawasi anak ketika bermain mobile game.

Contact
joseph.vidian@student.umn.ac.idj
vidianjoseph@gmail.com
085945319022



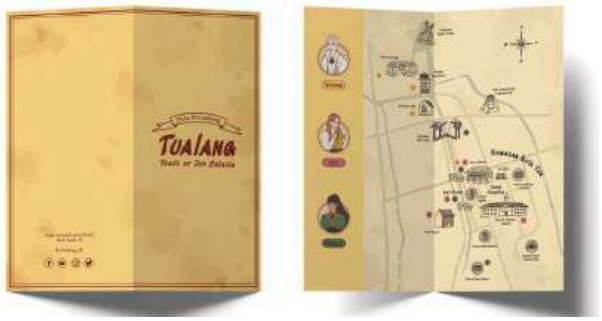
Perancangan 2D Location Based Game Berbasis Transmedia Tourism Untuk Wisata Kota Tua Jakarta

by ***Chiana Kalinda (00000037657)***

Contact

chiana.kalinda@student.umn.ac.id
chianakalinda@gmail.com
081977862334

Kawasan Kota Tua Jakarta adalah tempat wisata yang menyimpan peninggalan sejarah zaman VOC dan Hindia Belanda. Selain situs sejarah dan rekreasi, Kota Tua juga berperan sebagai wahana edukasi untuk masyarakat. Akan tetapi, pengalaman dari aktivitas wisata di Kota Tua monoton, seperti museum sejarah pada umumnya. Akibatnya, pengalaman wisata masyarakat di Kota Tua menjadi kurang menghibur dan kurang edukatif. Karena itu, diperlukan pendekatan yang dapat meningkatkan pengalaman wisata di Kota Tua. Menurut Dionisio dan Nisi (2021), Transmedia Storytelling dalam pariwisata dapat melibatkan wisatawan dengan nilai dari suatu destinasi wisata karena sifatnya yang imersif dan partisipatif. Media informasi mengenai museum ini sudah ada di buku atau website. Namun, media tersebut bersifat satu arah sehingga kurang efektif. Dalam peyampaian informasi yang melibatkan pengalaman pengunjung, dibutuhkan interaktivitas. pengunjung dalam pariwisata. Maka, untuk menjawab permasalahan tersebut, penulis merancang media informasi interaktif berbasis transmedia tourism untuk Wisata Kota Tua Jakarta.



Perancangan 2D Game Tentang Informasi Bahaya Phising

by ***Felicia Angeline (00000042050)***

Phising merupakan salah satu metode penipuan yang sering digunakan para peretas untuk memperoleh informasi kredensial seseorang, seperti data diri, nomor kartu kredit, kata sandi, dan sebagainya. Salah satu faktor yang menyebabkan tingginya tingkat keberhasilan penipuan digital ini adalah rendahnya kewaspadaan dan kurangnya pengetahuan masyarakat Indonesia terhadap kejahatan elektronik. Berdasarkan observasi penulis, baru terdapat beberapa media saja yang menyediakan informasi mengenai bahaya phising dan mayoritas media tersebut hanya berbentuk teks dan tidak memberikan gambaran dari tampilan phising itu sendiri. Maka dari itu, penulis melakukan perancangan media informasi mengenai bahaya phising dengan tujuan untuk meingkatkan pengetahuan dan kesadaran masyarakat mengenai karakteristik dan cara kerja penipuan berbasis digital ini. Untuk metode perancangan, penulis menggunakan metode Human-Centered Design oleh IDEO.org yang terdiri dari 3 tahap, yaitu inspiration, ideation, dan implementation.

Contact
felicia.angeline1@student.umn.ac.id
feliciaangeline226@gmail.com
082176812196

Perancangan Website Mengenai Diet Intermittent Fasting Bagi Remaja Akhir Perempuan

by ***Maria Joscelyn Prabowo (00000035931)***

Contact

maria.joscelyn@student.umn.ac.id
mariajoscelynn@gmail.com
087871350520

Diet intermittent fasting merupakan suatu pengaturan pola makan dan minum seseorang dengan melakukan puasa di jam-jam tertentu. Mark Mattson, seorang pakar saraf di Johns Hopkins Medicine menyatakan jika intermittent fasting dapat membantu meningkatkan kondisi kesehatan seseorang. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Jannah dan Muniroh (2019), terdapat 80% responden remaja perempuan yang melakukan diet dengan cara yang kurang sesuai. Sehingga menimbulkan rendahnya asupan energi dan berdampak secara langsung pada kondisi kesehatannya. Hal ini menjadi penting karena kesehatan remaja akhir menjadi suatu hal yang perlu diperhatikan terkait dengan padatnya mobilitas. Namun, informasi mengenai diet intermittent fasting sendiri masih sangat minim. Karena itu, perancangan media informasi mengenai diet intermittent fasting untuk remaja akhir berusia 17-20 tahun diperlukan. Diharapkan perancangan media informasi ini dapat memberikan pemahaman mengenai metode diet intermittent fasting, serta manfaatnya bagi kesehatan.

Perancangan Buku Ilustrasi Augmented Reality Mengenai Tiga Akar Kejahatan Dalam Agama Buddha

by ***Abilio Tantra (00000034010)***

Indonesia memiliki enam agama secara resmi, salah satunya adalah agama Buddha. Dalam agama Buddha terdapat ajaran yang mempelajari tiga akar kejahatan yang terdiri dari lobha, dosa, dan moha. Tiga hal ini merupakan asal mula seorang manusia melakukan perbuatan jahat yang seharusnya dihindarkan. Pelajaran mengenai tiga akar kejahatan ini merupakan salah satu topik pembelajaran dalam agama buddha di sekolah dasar. Namun media informasi yang mengangkat topik tiga akar kejahatan ini masih kurang. Berdasarkan topik permasalahan tersebut, penulis berinisiatif untuk membuat media interaktif yang dapat memberikan informasi mengenai tiga akar kejahatan dalam agama buddha dengan menarik. Metode yang dilakukan pada penelitian ini adalah metode kualitatif. Diharapkan dengan perancangan media interaktif ini penulis dapat memberikan informasi yang bermanfaat sejak dini dan meningkatkan ketertarikan lebih lanjut mengenai pelajaran lainya yang ada di dalam agama Buddha.

Contact

abilio.tantra@student.umn.ac.id
abiliotan@gmail.com
0895636734624

Perancangan Website Mengenai Toeti Heraty

by ***Stephany Koswara (00000035008)***

Contact

stephany.koswara@student.umn.ac.id
stephanykoalexander25@gmail.com
082112983050

Masa pubertas anak seringkali hanya dikaitkan dengan perubahan fisiologis, padahal terdapat perubahan penting lainnya seperti emosi, kognitif hingga psiko-sosial. Orang tua yang seharusnya menjadi sumber informasi mengalami hambatan komunikasi karena adanya rasa canggung dan malu serta bingung dalam cara penyampaian. Hal ini dapat menyebabkan anak mendapatkan informasi yang salah. Pemaparan konten pubertas juga seringkali hanya dikaitkan pada pubertas perempuan sehingga minimnya media yang membahas mengenai pubertas laki-laki. Media pembelajaran mengenai pubertas umumnya dikemas dengan cara komunikasi satu arah yang tidak memiliki timbal balik. Pemahaman yang kurang akan membentuk kecemasan yang nantinya menjadi rasa takut, ketidakpastian dan kebingungan. Risiko yang dapat timbul adalah terbentuk sikap negatif seperti penolakan hingga kelalaian menjaga kesehatan reproduksi. Oleh karena itu, dibutuhkan media edukasi interaktif yang berperan sebagai pendampingan anak laki-laki dan perempuan usia 9-12 tahun.

Perancangan Website Desktop Tentang Hipertensi Untuk Anak Muda 15-24 Tahun

by ***Vanessa Christie (00000036536)***

Hipertensi merupakan penyakit tidak menular yang sekarang mulai menyerang anak muda. Kesadaran dan pemahaman anak muda tentang kondisi serta bahaya penyakit ini masih rendah. Hal ini dibuktikan dengan adanya kekeliruan terhadap pengetahuan kesehatan terutama hipertensi di kalangan masyarakat tersebut. Di zaman sekarang, seharusnya menelusuri suatu informasi bukan lah hal yang sulit karena sudah internet. Sampai sekarang, masih belum ada sebuah media informasi yang fokus ditujukan kepada anak muda. Informasi yang disajikan masih bersifat umum dan lebih banyak ditujukan kepada audiens berusia dewasa maupun lansia. Padahal anak muda juga tidak kalah penting dalam memperoleh informasi tersebut untuk menjaga kesehatan diri mereka. Platform informasi yang ada belum ada yang sesuai dengan anak muda baik dari sesgi visual, pengalaman, bahasa, dan format. Oleh karena itu, tugas akhir ini dibuat dengan merancang media informasi berbasis website desktop yang mampu menjadi jembatan dalam penyampaian informasi kesehatan kepada anak muda.

Contact
vanessa.christie@student.umn.ac.id
vchristiee03@gmail.com
085356270121

Perancangan Aplikasi Penangkalan Impulsive Buying Untuk Masyarakat Usia 25-39 Tahun

by ***Satria Widya Kumara William (00000030843)***

Contact

satria.widya@student.umn.ac.id
satria108976@gmail.com
085711365972

Kemajuan teknologi e-commerce membuat masyarakat melakukan segala aktivitas dari ponsel pintar, ini mengakibatkan masyarakat memiliki waktu senggang sehingga menimbulkan sifat konsumtif yang sama dengan pembelian impulsif. Impulsive Buying berbahaya karena akan membuat kebiasaan berbelanja, ini disebabkan adanya emosi positif yang membuat keluarnya hormon endorfin dan dopamin. Finansial pelaku pembelian impulsif juga akan terancam jika perilaku ini tidak bisa ditahan. Perilaku ini terkait erat dengan emosi pada orang-orang dan diperlukan solusi agar pelaku sadar akan emosi yang dirasakan. Maka dari itu peneliti melakukan perancangan aplikasi, sebab dapat mempersuasikan masyarakat dalam mengurangi pembelian impulsif dan pengguna smartphone di Indonesia mencapai 192,15 juta jiwa dari penduduk sebanyak 275an juta jiwa. Umur 25-39 tahun dipilih karena termasuk ke dalam kategori usia produktif dominan. Hasil penelitian diharapkan untuk bisa membantu masyarakat dalam mengurangi perilaku impulsif.

Perancangan Website Storytelling Interaktif Tentang Hoarding Disorder Pada Remaja Usia 15-20 Tahun

by *Maria Felicia (00000034383)*

Hoarding disorder merupakan sebuah kondisi dimana para pengidapnya memiliki kesulitan untuk membuang harta benda tertentu. Dengan dampak beragam hoarding dapat menjadi bahaya. Saat ini belum ada cara penyembuhan tertentu namun gejalanya dapat terlihat sejak usia 15-20 tahun. Veronica Adesla M.Psi. mengatakan bahwa tindakan preventif pada remaja dapat menjadi salah satu pencegahan dalam terjadinya hoarding. Namun, informasi serta pengenalan akan hoarding di Indonesia masih sangat minim, dengan tidak adanya media bahkan organisasi yang pernah mengungkit isu ini. Maka dari itu, perancangan media informasi interaktif mengenai hoarding yang ditujukan kepada remaja usia 15-20 tahun diperlukan, agar mereka dapat mengerti bahaya yang ditimbulkan dari hoarding. Berdasarkan penelitian, media interaktif storytelling menjadi media efektif dalam untuk memberikan informasi dan pengalam hoarding. Diharapkan media informasi dapat memberikan konten informasi yang berbobot dan membantu para target audiens.

Contact
maria.felicia@student.umn.ac.id
feliciasim92@yahoo.co.id
0818698930

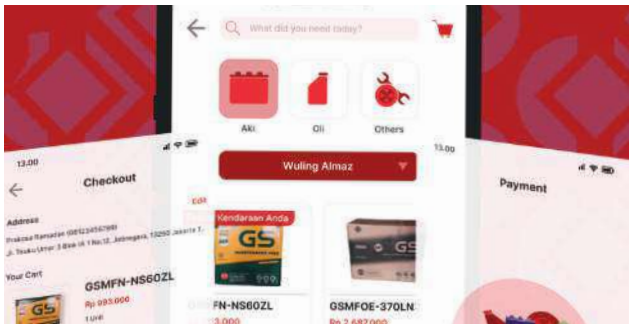
Perancangan Ulang Ui/Ux Aplikasi Shop And Drive

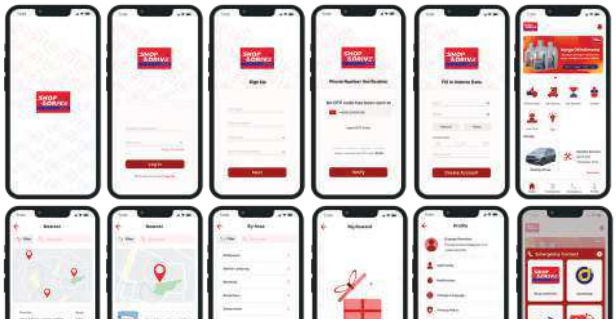
by ***Kevin Yusran (00000034122)***

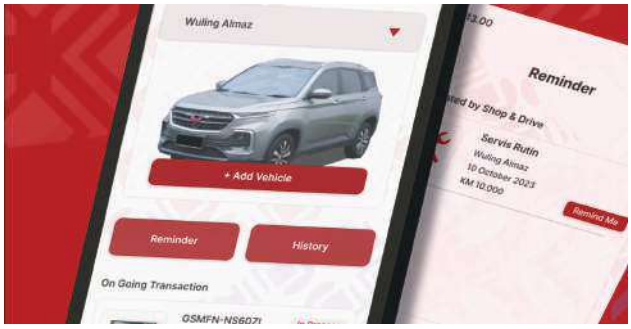
Contact

kevin.yusran@student.umn.ac.id
kevingavriel34@gmail.com
0818694694

Aplikasi Shop and Drive diciptakan dengan tujuan untuk menyediakan layanan jasa kepada konsumennya secara online. Aplikasi Shop and Drive memiliki aspek yang masih perlu ditingkatkan, baik dari segi fitur, visual, user journey, ketersediaan informasi, dan penggunaan ilustrasi pada page kosong yang memberikan pengalaman UI/UX yang lebih maksimal kepada pengguna. Penelitian menggunakan metode pengumpulan data secara kualitatif yang terdiri dari wawancara ahli, studi eksisting, focus group discussion, dan kuantitatif menggunakan kuesioner. Penelitian ini menggunakan lima fase design thinking sebagai metodologi perancangan. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa aplikasi Shop and Drive perlu dilakukan perancangan ulang dan ditambahkan beberapa fitur pendukung seperti live chat, informasi suku cadang yang sesuai, reminder untuk jadwal servis kendaraan, dan daftar kontak darurat yang disesuaikan dengan aplikasi agar dapat memberikan potensinya secara maksimal.







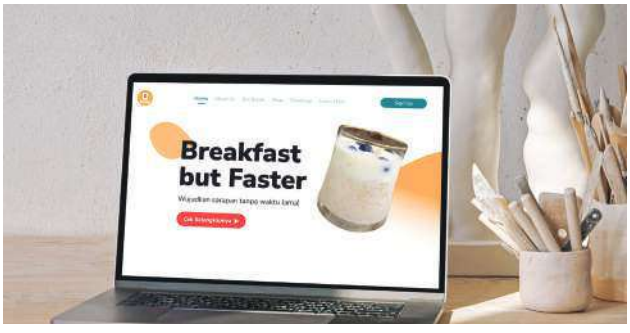
Perancangan Kampanye Pemasaran Brand Oatata Tentang Sarapan Sehat Dengan Overnight Oats

by ***Ferren Gomes (00000036461)***

Sarapan merupakan makanan yang disantap pertama kali setelah bangun dari tidur malam. Sarapan mampu memberikan energi pada tubuh untuk beraktivitas. Sehingga jika terlewat akan memberikan sejumlah dampak buruk, seperti penurunan fungsi otak hingga resiko obesitas. Berdasarkan Survei Sarapan Sehat Asia Pasifik yang dilakukan oleh HerbaLife Nutrition pada 2019, orang Indonesia termasuk golongan yang sering melewatkan sarapan sehat dengan alasan utamanya adalah rasa malas untuk menyiapkan sarapan di pagi hari, dan kekurangan waktu untuk menyiapkan sarapan. Hal ini membuat mereka cenderung makan-makanan yang tidak sehat atau benarbenar melewatkan sarapan. Dari permasalahan tersebut, penulis bermaksud merancang sebuah kampanye pemasaran untuk brand Oatata tentang sarapan sehat dengan overnight oats. Oatata merupakan brand yang berfokus pada produksi overnight oats berbasis homemade. Metode perancangan yang digunakan adalah Human Centered Design yang berpusat pada permasalahan target audiensnya.

Contact

ferren.gomes@student.umn.ac.id
ferrengomess@gmail.com
085332687689



Perancangan Aplikasi Mengenai Peraturan Lalu Lintas Bagi Pengendara Roda Dua Dan Roda Empat

by ***Reza Deni Saputra (00000040006)***

Contact

reza.deni@student.umn.ac.id
onlyarandomusername@gmail.com
081584250244

Berkendara adalah aktivitas yang menjadi tulang punggung sebuah negara, dimana banyak kalangan yang menggunakan kendaraan bermotor bergerak dan menjalankan poros hidup negara melalui lalu lintas. Namun banyak pengendara kendaraan bermotor, yang didapati belum memahami sejumlah peraturan dan masih sering melanggar sejumlah peraturanyang ada. Kesiapan seorang calon pengendara kendaraan bermotor ketika ingin membaut Surat Ijin Mengemudi, terkadang masih terhitung rendah dan belum matang. Beberapa orang, menganggap remeh akan pentingnya mempelajari dan memahami peraturan-peraturan berlalu lintas. Jika sebuah informasi pembelajaran mengenai peraturan berlalu lintas yang baik dan benar, maka orang-orang dapat mempersiapkan diri mereka untuk menjadi pengendara kendaraan yang memahami serta mematuhi peraturan berlalu lintas. Oleh karena itu, penulis merancanga sebuah media informasi interaktif berbasis aplikasi, yang bertujuan untuk mengedukasi masyarakat akan peraturan-peraturan berlalu lintas secara interaktif dan engaging.

Perancangan Ulang Ui/Ux Aplikasi E-Wallet Sakuku

by ***Grace Felicia (00000036855)***

Tujuan dibuat nya perancangan ulang UI/UX aplikasi e-wallet Sakuku ini ialah mengembangkan potensi dari aplikasi Sakuku agar pengguna dapat menggunakan aplikasi dengan nyaman dari segi UI/UX nya sehingga pengguna dapat mengenali dan mempercayai aplikasi Sakuku sebagai produk dompet digital dari BCA sehingga dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan popularitas dan brand awareness. Teori penelitian yang digunakan adalah prinsip gestalt, elemen user interface, UX honeycomb, hukum UX, dan information architecture. Metode penelitian menggunakan metode hybrid yaitu pengumpulan data dengan metode kualitatif dan kuantitatif. Metode kualitatif dilakukan dengan wawancara, FGD, studi existing, dan studi referensi. Metode kuantitatif dilakukan melalui kuesioner dengan metode Slovin untuk menentukan jumlah responden. Perlu dilakukan perancangan ulang Aplikasi Sakuku untuk mengembangkan potensi, memperbaiki tampilan antarmuka dan merancang design system baru untuk meningkatkan brand awareness Sakuku.

Contact

grace.felicia@student.umn.ac.id
gracefelicia777@gmail.com
089530002071

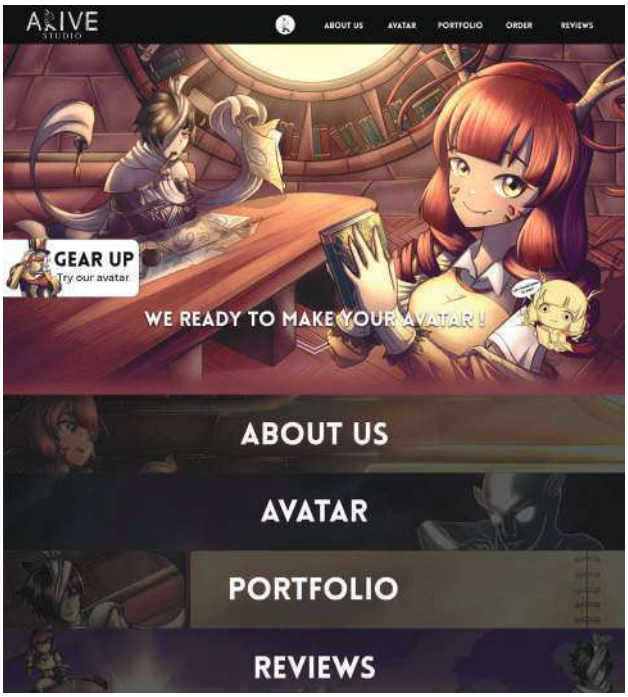
Perancangan Media Promosi Virtual Avatar Oleh Arive Studio Bagi Konten Kreator Di Indonesia

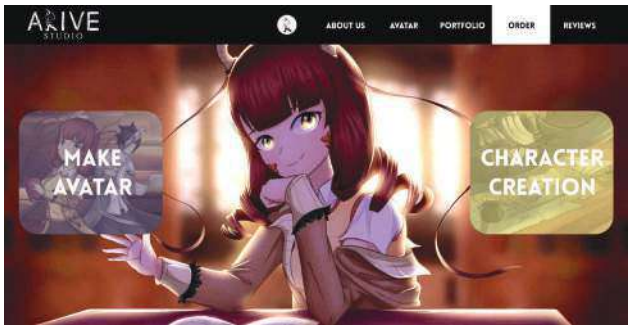
by ***Leonardo Sentosa (00000036276)***

Contact

leonardo.sentosa@student.umn.ac.id
leonardosentosa@gmail.com
085741882605

Perkembangan teknologi di zaman modern mendorong untuk terjadinya fenomena seperti vtuber untuk naik dikalangan konten kreator dan pengguna sosial media. Vtuber atau virtual youtuber merupakan sebuah konsep alternatif bagi konten kreator. Jika umumnya konten kreator menunjukan penampilan mereka di yang sebenarnya hadapan para penonton, vtuber justru melakukan yang sebaliknya dan menggunakan virtual avatar sebagai bentuk representasi diri mereka di hadapan audiens. Untuk menanggapi fenomena ini, sebuah bisnis bernama pembuatan avatar bernama Arive Studio didirikan tahun 2022 di Indonesia. Akan tetapi karena usianya dan jenis produk/jasa yang ditawarkan masih baru, maka nama Arive Studio kurang diketahui keberadaanya oleh masyarakat. Padahal perlu diketahui kalau penggunaan avatar bagi konten kreator bisa memberikan dampak seperti meningkatkan jumlah engagement pada penonton, memperkuat identitas konten kreator di dunia digital, serta mendorong konten kreator untuk lebih bebas dalam mengekspresikan diri.





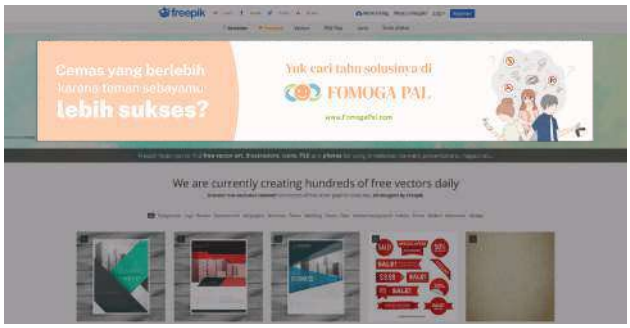
Perancangan Website Mengenai Fear Of Missing Out On Goal Achieving (Fomoga) Untuk Remaja Akhir

by ***Irine (00000039732)***

Tujuan dibuat nya perancangan ulang UI/UX aplikasi e-wallet Sakuku ini ialah mengembangkan potensi dari aplikasi Sakuku agar pengguna dapat menggunakan aplikasi dengan nyaman dari segi UI/UX nya sehingga pengguna dapat mengenali dan mempercayai aplikasi Sakuku sebagai produk dompet digital dari BCA sehingga dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan popularitas dan brand awareness. Teori penelitian yang digunakan adalah prinsip gestalt, elemen user interface, UX honeycomb, hukum UX, dan information architecture. Metode penelitian menggunakan metode hybrid yaitu pengumpulan data dengan metode kualitatif dan kuantitatif. Metode kualitatif dilakukan dengan wawancara, FGD, studi existing, dan studi referensi. Metode kuantitatif dilakukan melalui kuesioner dengan metode Slovin untuk menentukan jumlah responden. Perlu dilakukan perancangan ulang Aplikasi Sakuku untuk mengembangkan potensi, memperbaiki tampilan antarmuka dan merancang design system baru untuk meningkatkan brand awareness Sakuku.

Contact

irine@student.umn.ac.id
ardeliairine88@gmail.com
082250866605

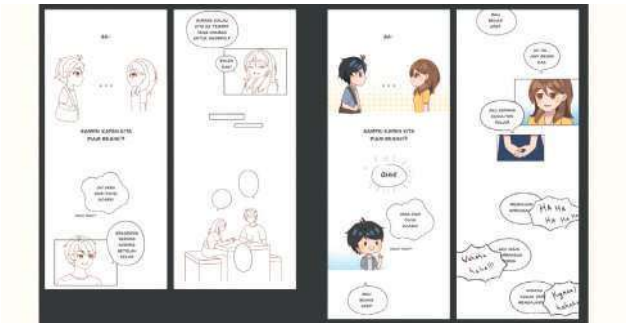


Wirausaha Bagi M

by ***Ivon Agustin (00000036824)***

Contact
ivon.agustin@student.umn.ac.id
ivon.agstinn@gmail.com
08973434305

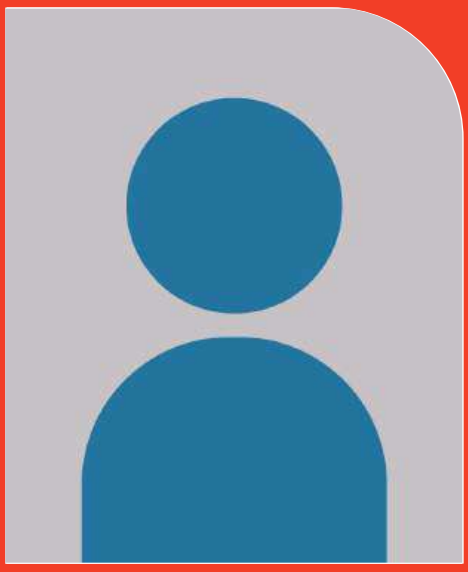
Kesenjangan antara jumlah lulusan sarjana/diploma dengan lapangan kerja yang tersedia setiap tahunnya turut menambah jumlah pengangguran. Wirausaha dapat menjadi solusi untuk mengatasi fenomena ini. Namun sayangnya, hasil riset dari Mentri Investasi Bahlil Lahadila menyatakan bahwa minat wirausaha pada mahasiswa masih rendah. Hasil kuesioner yang telah dilakukan penulis menunjukkan bahwa alasan mahasiswa tidak berwirausaha adalah karena kurangnya wawasan wirausaha yang dimiliki. Oleh sebab itu, penulis menghadirkan media edukasi berupa komik interaktif untuk meningkatkan minat wirausaha pada mahasiswa. Dalam pengerjaan tugas akhir ini, penulis menggunakan teori desain dan teori wirausaha. Penulis juga mengumpulkan data dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dan kuantitatif. Hasil interview menjelaskan tentang pengalaman wirausahawan di lapangan dan pandangan mereka terhadap fenomena ini. Hasil FGD menjelaskan pendapat mahasiswa terhadap wirausaha dan memahami hambatan yang ditemui ketika mempelajari wirausaha.



Perancangan Desain Aplikasi Mengenai Perawatan Mandiri Kendaraan Motor Bagi Pengendara Pemula

by ***Decki (00000036500)***

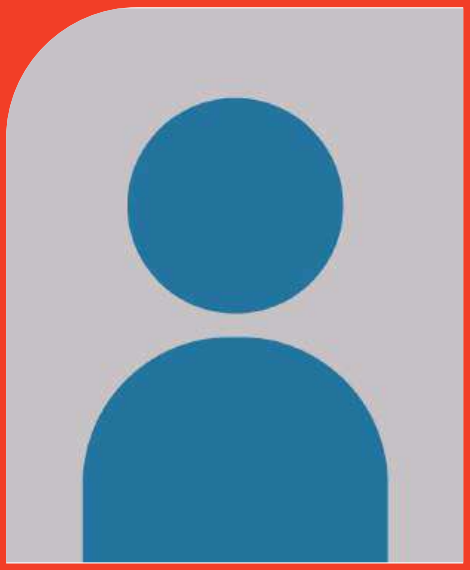
Masyarakat rentang usia 17-25 tahun disebut sebagai pengendara muda atau awal dan secara hukum baru memasuki usia yang layak untuk membuat SIM, dengan salah satu kewajibannya adalah menguasai teknik berkendara. Namun pada saat pembuatan SIM, pengetahuan terhadap perawatan kendaraan khususnya motor bukan menjadi salah satu syarat utama, padahal hal tersebut juga merupakan salah satu aspek penting dalam penggunaan kendaraan motor. Mayoritas pengendara motor pemula kurang memiliki pemahaman mengenai perawatan motor yang salah satunya diakibatkan oleh kurangnya media informasi yang mudah dipahami serta hal teknis yang terbilang rumit. Pengetahuan terhadap kondisi part motor yang penting untuk dijaga dapat dijadikan tindakan preventif mengurangi resiko berkendara dan peningkatan jumlah kasus kecelakaan motor faktor kendaraan di Indonesia. Oleh karena itu, penulis mengajukan perancangan desain aplikasi agar secara aktif mampu mengingatkan serta memberitahu kondisi kelayakan berkendara motor pengguna.



Contact
decki@student.umn.ac.id
dqdeamaki@gmail.com
089687340106

Scrolling Pada Pro

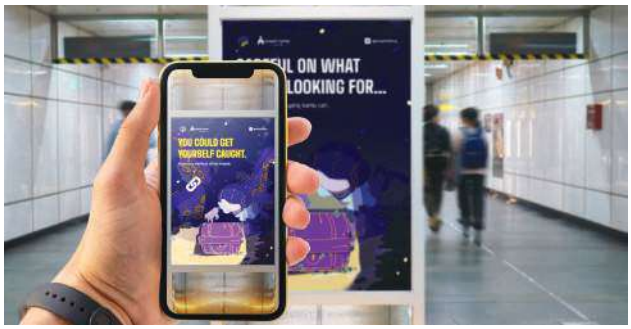
by ***Quincy Tane (00000036034)***

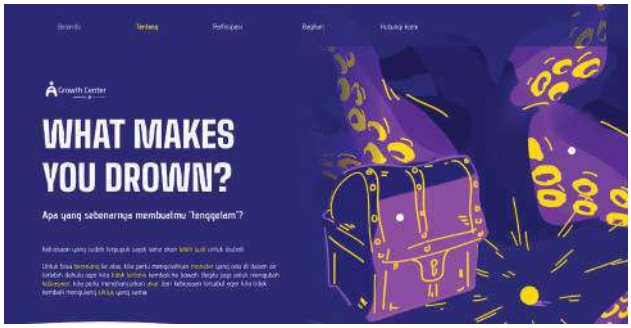


Contact

quincy.tane@student.umn.ac.id
quincytane@gmail.com
081310221387

Mindless scrolling adalah sebuah aktivitas scrolling media digital yang membuat seseorang jatuh pada siklus scrolling dalam waktu yang lama, sehingga menghilangkan kemampuan fokus seseorang dengan hal yang ada di sekitarnya. Mindless scrolling dapat membuat seseorang mengalami ketergantungan dopamin, terbuangnya waktu dengan sia-sia, kekurangan fokus pada masa kini, dan mempengaruhi kondisi mood dan pengalaman seseorang. Jika tidak segera dihentikan, mindless scrolling dapat menyebabkan penurunan produktivitas karena banyaknya waktu yang terbuang secara tidak produktif, kecanduan, dan mempengaruhi kesehatan mental dan fisik seseorang. Berdasarkan wawancara yang dilakukan penulis dengan seorang psikolog, belum ada rasa urgensi dalam diri para remaja mengenai dampak negatif dari mindless scrolling, sehingga tidak merasa perlu untuk berubah. Maka dari itu, dibuat media persuasi mengenai pengaruh mindless scrolling pada produktivitas untuk remaja akhir usia 18-25 tahun di Jabodetabek, dengan menggunakan metode pengumpulan data hybrid.

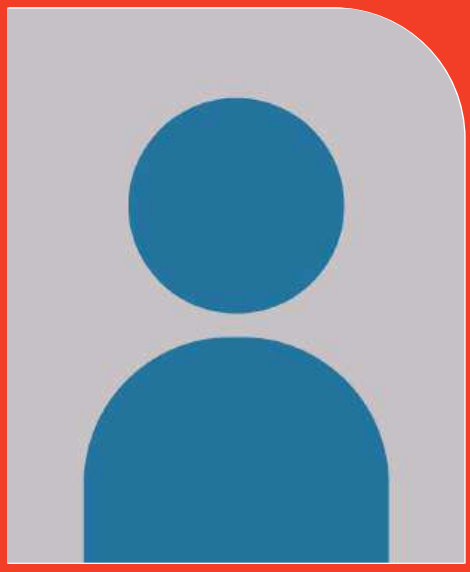




Perancangan Website Sebagai Media Promosi Coterie

by ***Catherine Heraldi (00000037971)***

Coterie merupakan coffee shop dengan konsep desain bohemian yang berada di Tangerang. Coterie didirikan oleh tiga orang yang memiliki interest berbeda-beda sejak April 2018. Coterie menyediakan berbagai pilihan jenis biji kopi filter dari wilayah yang beragam yang dapat disesuaikan dengan selera customer. Selain minuman kopi, Coterie juga menyediakan berbagai minuman non coffee, makanan ringan, dan makanan berat, seperti smoothies, teh, dan lainnya. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan penulis, Coterie mengalami penurunan pengunjung dalam beberapa tahun terakhir karena pesaing bisnis coffee shop yang semakin ketat.Profit yang didapatkan juga belum sesuai dengan terget yang diharapkan. Dalam pengumpulan data, penulis menggunakan teknik hybrid atau campuran kualitatif dan kuantitatif sebagai metodologi penelitian. Berdasarakan metodologi penelitian teresebut, didapatkan permasalahan yaitu media promosi Coterie yang belum efektif. Berdasarkan pemasalahan tersebut, penulis mengajukan perancangan website sebagai media promosi Coterie.

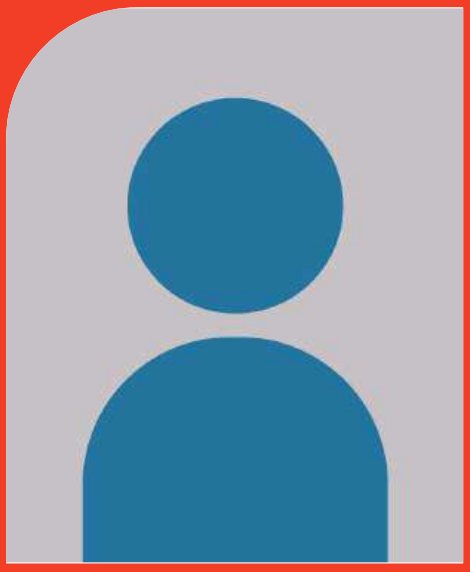


Contact

Catherine.heraldi@student.umn.ac.id
catherineheraldi12@gmail.com
0895377082213

Perancangan Website Backyard Recycled Untuk Memafaatkan Limbah Papan Seluncur

by ***Gamaliel Fredi (00000031845)***



Contact

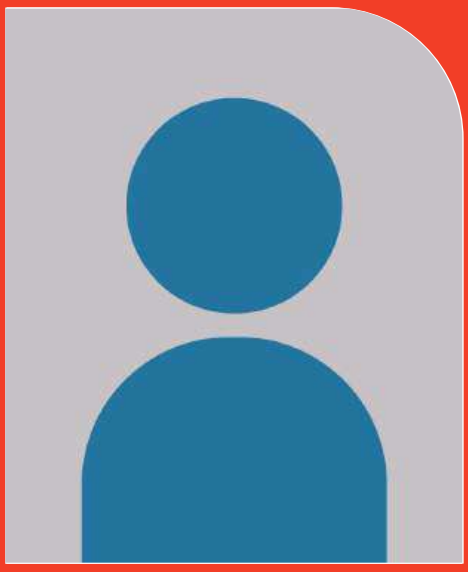
gamaliel.fredi@student.umn.ac.id
gamalfred30@gmail.com
081511576302

Skateboard merupakan salah satu olahraga ekstrim yang seringkali menampilkan trik-trik seperti berselunjur diatas rel yang dapat mempercepat papan skateboard tersebut patah dan tidak dapat digunakan untuk bermain lagi. Dengan bentuk papan yang sudah tidak layak dimainkan tersebut membuat banyak pemain membuang papan skateboard meskipun masih dapat di daur ulang. Terdapat beberapa alasan lain yang membuat banyak pemain memilih untuk membuang daripada melakukan daur ulang papan skateboard-nya tersebut adalah minimnya keterbatasan alat produksi, kurang mengetahui cara mendaur ulang, dan juga sulitnya menemukan akses untuk mendaur ulang papan skateboard tersebut. Dampak pembuangan tersebut dapat merusak dan mencemari lingkungan alam terutama jika limbah tersebut dibakar karena dapat menghasilkan zat kimia berbahaya ke udara. Oleh karena itu, Penulis telah merancang website Backyard Recycled yang dapat memberi akses bagi pemain dalam mendaur ulang atau hanya ingin mendonasikan limbah papan skateboard-nya.

Perancangan Ulang Media Informasi Untuk Pengguna Jalan Tol Trans Jawa

by ***Ariel Melchizedek Simanjuntak (00000034580)***

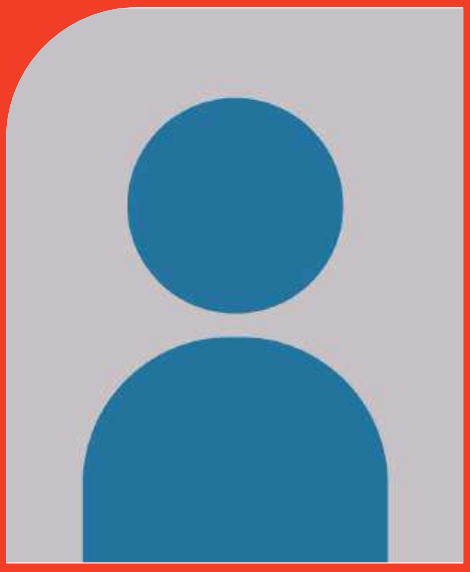
Jalan tol trans Jawa merupakan jalan tol yang menghubungkan pulau Jawa. Ruas jalan tol tersebut pada saat ini meliputi area Merak, Banten hingga Probolinggo dan berencana untuk kedepannya akan disambungkan hingga Banyuwangi. Seiring semakin berkembangnya ruas tol di pulau Jawa, maka semakin banyak orang memilih untuk bepergian melalui jalan tol. Akan tetapi, pengguna jalan tersebut memerlukan sumber informasi yang mudah diakses agar mempermudah perjalanan mereka terutama dalam hal mencari informasi, seperti lokasi rest area, tempat pengisian bahan bakar, informasi tarif tol dan juga informasi untuk bantuan darurat. Saat ini kebanyakan pengguna tol memakai aplikasi navigasi sebagai media informasi utama mereka, namun aplikasi navigasi memiliki beberapa keterbatasan dikarenakan fungsinya yang berfokus untuk mencari rute. Oleh karena itu, penulis ingin menyediakan sebuah platform yang dapat menjadi ekosistem bagi pengguna untuk mencari informasi terkait dengan perjalanan mereka di tol trans Jawa.



Contact
ariel.melchizedek@student.umn.ac.id
melchizedek4801@gmail.com
081236765808

Perancangan Media Informasi Pusat Kuliner Berkonsep Smart Food Court Di Gading Serpong

by ***Kalton Saz Pokke (00000034841)***



Contact

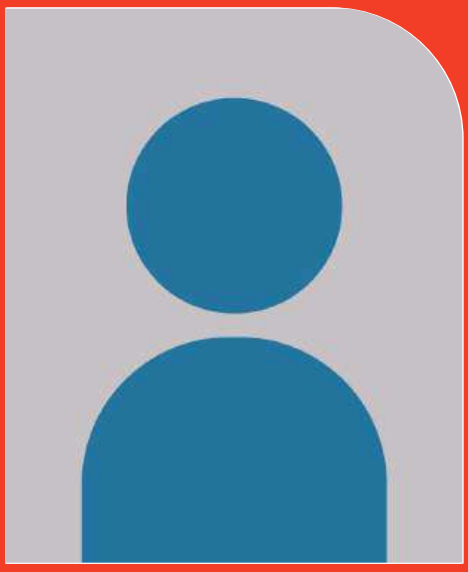
kalton.saz@student.umn.ac.id
johan.123freude@gmail.com
08877217979

Perkembangan teknologi digital pada sektor bisnis kuliner menyebabkan peningkatan pengguna alat pembayaran digital atau cashless serta pemesanan online. Didorong dengan pasca pandemi covid-19 yang mengharuskan orang untuk melakukan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) dan isolasi mandiri menyebabkan terhambatnya pemenuhan kebutuhan pokok pangan. Oleh karena itu penggunaan media digital sebagai alat untuk promosi tempat dan pemesanan makanan menjadi salah satu solusi bagi masyarakat untuk memudahkan cara pemenuhan kebutuhan hidup. Maka dari itu, Smart Food Court hadir untuk membantu tenant agar mendapatkan fasilitas yang dapat mencukupi keperluan usaha di era digital. Namun pemerataan digitalisasi untuk usaha UMKM kuliner masih kurang merata dengan tandanya integrasi digital yang baru mencapai pembayaran. Oleh karena itu penulis menawarkan sebuah perancangan media informasi berupa aplikasi yang mampu memenuhi dan mendukung perubahan cara kerja sesuai dengan program Smart Food Court.

Perancangan Buku Pop-Up Mengenai Asal Usul Cerita Rakyat Cikaputrian Untuk Usia 9 - 12 Tahun

by ***Ni Ketut Riana Cintya Dewi (00000042286)***

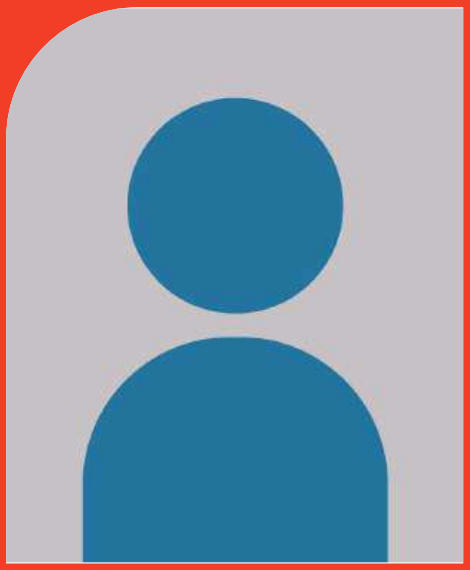
Indonesia memiliki warisan budaya yang beragam, salah satunya adalah cerita rakyat. Cerita rakyat berasal dari kebudayaan setempat dan disampaikan secara turun-temurun. Cerita rakyat mengandung unsur budaya Indonesia dan pesan moral dapat menjadi pelajaran untuk anak usia dini, salah satunya adalah cerita rakyat Cikaputrian yang berasal dari Banten. Dari hasil kuesioner yang dibagikan, sebanyak 84% atau 104 anak yang tidak pernah mendengar cerita rakyat Cikaputrian. Maka, penulis ingin merancang buku pop-up mengenalkan cerita rakyat Cikaputrian. Penelitian dilakukan melalui wawancara dengan ilustrator buku anak, narasumber penulis cerita rakyat Cikaputrian, dan dua sesi FGD dengan 10 anak, kuesioner dengan 121 anak, studi referensi dan eksisting. Hasil perancangan desain berupa buku pop-up yang berisi 8 spread dan menggunakan teknik pop-up dan lift a flap. Harapannya, hasil perancangan buku pop-up mampu membuat anak-anak provinsi Banten mengenal cerita rakyat Cikaputrian, memahami pesan nilai moral serta budaya Indonesia.



Contact
ketut1@student.umn.ac.id
nkrcdewi@gmail.com
087888286195

Perancangan Media Interaktif Untuk Mencari Informasi Beasiswa Bagi Pelajar Indonesia

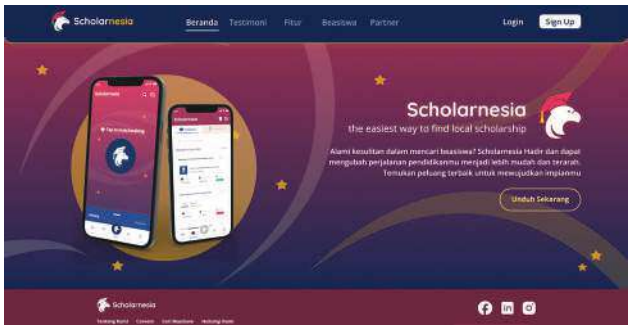
by ***Yohanes (00000035152)***



Contact

yohanes2@student.umn.ac.id
yohanestabranii@gmail.com
081316295009

Mencari beasiswa merupakan sebuah tantangan dan memakan waktu yang sulit bagi pelajar di Indonesia. Meskipun ada banyak sumberinformasibeasiswayangtersedia,pelajarseringkalikesulitan dalam menemukan informasi beasiswa yang tepat, sehingga memakan waktu yang banyak dan kurang efisien. Oleh karena itu, dirancanglah sebuah media interaktif yang dapat membantu pelajar dalam mencari informasi beasiswa dengan mudah dan efisien. Perancangan ini menggunakan metode elemen desain dan prinsip desain, termasuk desain interaktif, media informasi, prinsip & elemen user interface serta user experience. Elemen dan prinsip desain digunakan untuk menciptakan pengalaman pengguna yang intuitif dan efisien dalam pencarian informasi beasiswa. Penelitian ini menggunakan metode mix, yaitu kualitatif dan kuantitatif. Metode kualitatif melibatkan wawancara, studi eksisting, dan studi referensi, sementara metode kuantitatif melibatkan pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan metode Slovin.

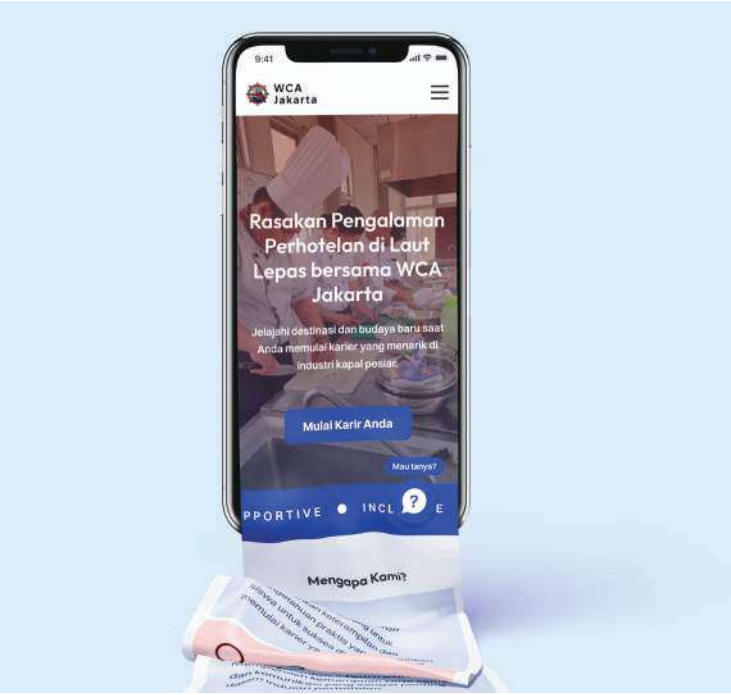


Perancangan Ulang Website World Cruise Academy Jakarta

by ***Gavrila Georgy Pingkan Paath (00000037726)***

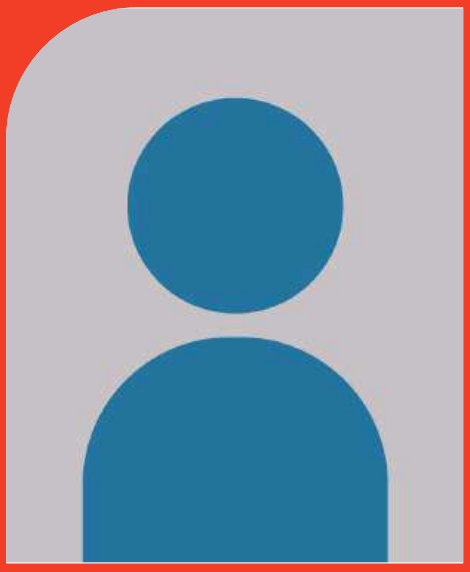
WCA Jakarta merupakan tempat pelatihan kerja yang berfokus di bidang perhotelan untuk siap kerja di kapal pesiar yang terletak di Cempaka Putih, Jakarta Pusat. Program yang disediakan ada Food and Beverage Service, Housekeeping, dan Food Product. WCA Jakarta memiliki website yang mengisi informasi dan profil. Dalam melakukan user test ¸terdapat bahwa tampilan website masih memiliki beberapa masalah. Seperti salah satu contohnya infomrasi yang terlalu padat dan banyak. Oleh karena itu, penulis melakukan perancangan ulang website WCA Jakarta, dapat membantu pengguna untuk mengakses website dengan informasi yang dapat dimengerti serta meningkatkan pengalaman pengguna. Pengambilan data dilakukan melalui wawancara, user testing, studi eksisting, studi referensi, dan kuesioner. Lalu metode yang digunakan untuk perancangan ini menggunakan Human Centered Design yang memiliki tiga tahap. Hasil desain berupa tampilan website yang memiliki informasi yang mudah dimengerti, navigasi yang lebih baik, dan tampilan visual yang baik.

Contact
gavrila.georgy@student.umn.ac.id
gavy23lange@gmail.com
081905066523



Perancangan Buku Ilustrasi Interaktid Edukasi 3 Kata Ajaib: Maaf, Terima Kasih, Dan Tolong Untuk Siswa Tk Negeri Di Jabodetabek

by ***Alicia Suciadi (00000035818)***



Contact

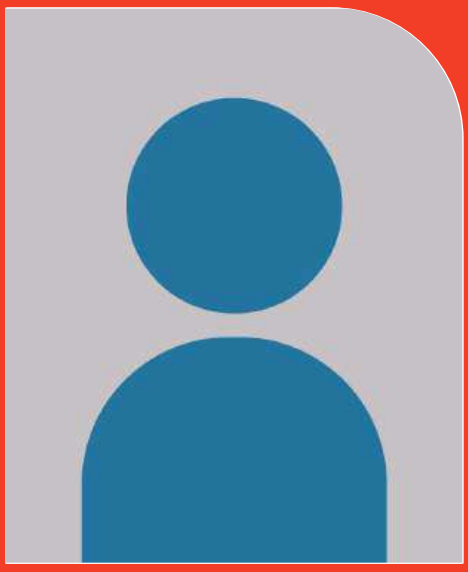
alicia.suciadi@student.umn.ac.id
aliciasuciadi@gmail.com
085813102509

Kata ‘maaf’, ‘terima kasih’, dan ‘tolong’ merupakan 3 kata kunci dasar dalam bersifat sopan santun. Hal ini sangat penting diketahui dan dibiasakan oleh setiap manusia sebagai tanda menghargai orang lain. 3 kata tersebut akan sulit diucapkan oleh seorang individu karena kurangnya penanaman pendidikan karakter sejak dini, sehingga seorang individu tidak memiliki rasa hormat dan menghargai orang lain. Sekolah menjadi lingkungan yang berperan penting dalam meningkatkan dan memperkuat perkembangan sikap/karakter anak. Nyatanya, keinginan belajar seorang anak ditentukan dari media yang ditawarkan. Melihat dari program kurikulum merdeka, Kemendikbud membutuhkan media buku bacaan anak untuk memfasilitasi kegiatan utama yaitu menguatkan literasi dan penanaman karakter melalui kegiatan bermain-belajar berbasis buku bacaan anak. Maka dari itu, penulis mengajukan perancangan media berupa buku ilustrasi interaktif anak untuk membantu guru dan menarik perhatian anak usia 3-6 tahun dalam belajar memahami dan menerapkan 3 kata ajaib secara menyenangkan.

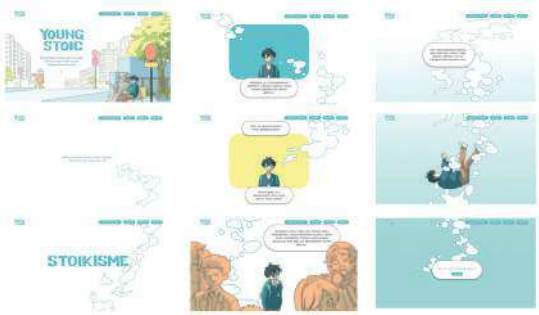
Perancangan Website Tentang Stoikisme Sebagai Cara Kontrol Emosi Untuk Remaja Akhir

by ***Dieva Derwanti Zanubari (00000041765)***

Stoikisme telah ada sejak zaman Yunani kuno diciptakan oleh Zeno dari Citium. Meskipun keberadaannya sudah lama, stoikisme mendapatkan popularitasnya di zaman modern tepatnya semenjak masa-masa pandemi Covid-19. Pembelajaran filsafat ini digunakan untuk mengontrol emosi negatif dan menjaga kesehatan mental di masa sulit. Nilai-nilai stoikisme sudah terbukti kerjanya dengan adanya program CBT yang terkenal digunakan untuk menyembuhkan pasien overthinking, anxiety, dan depresi. Berdasarkan penelitian resiko dunia 2021 yang diterbitkan World Economic, disebutkan bahwa 80% generasi muda mengalami penurunan syarat mental. Media informasi mengenai stoikisme telah beredar di internet namun tidak banyak para remaja akhir yang mengetahui adanya stoikisme. Maka penulis mengajukan perancangan media informasi mengenai stoikisme khusus untuk para remaja akhir yang diharapkan dapat memberi ketertarikan para remaja akhir untuk mengimplementasikan nilai-nilai stoik untuk meningkatkan kualitas hidup mereka.

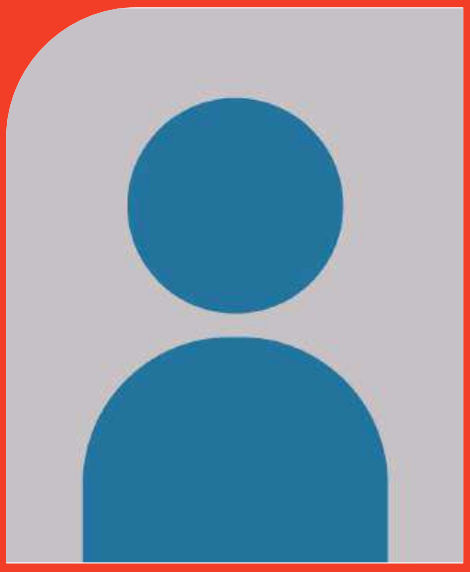


Contact
dieva.derwanti@student.umn.ac.id
usman.derwanto@gmail.com
081283121284



Perancangan Kampanye Interaktif Pencegahan Gangguan Muskuloskeletal Pada Mahasiswa

by ***Muhammad Ilham Febri Yahya (00000042305)***



Contact

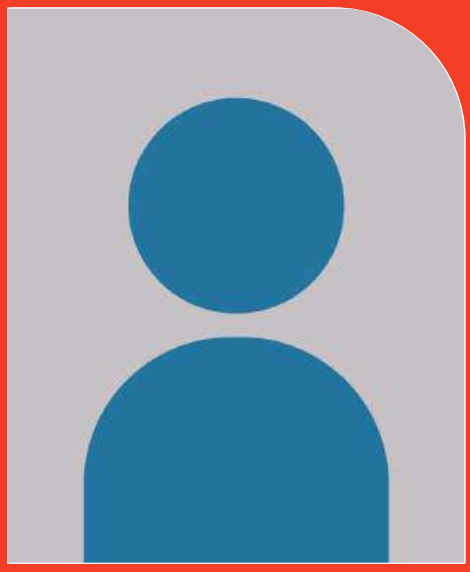
muhammad.ilham2@student.umn.ac.id
ilhamfebri26@gmail.com
085886095011

Duduk merupakan kegiatan krusial dari kehidupan manusia sehari-hari. Kegiatan duduk sangat dinamis karena dapat dilakukan dimana pun, kapan pun, bahkan dengan waktu yang cenderung lama. Berdasarkan data penelitian, manusia menghabiskan lebih dari 50% waktunya untuk duduk. Padahal, duduk selama 8 jam atau lebih per harinya dapat berdampak buruk bagi kesehatan karena dapat meningkatkan risiko berbagai penyakit. Bahkan, beredar istilah baru yaitu “Sitting is the new smoking”. Tetapi, hal itu dapat dicegah jika meneladani beberapa hal yaitu seperti duduk dengan tata cara yang benar dan melakukan peregangan agar dapat berdampak signifikan terhadap kesehatan dan produktivitas. Namun, masih banyak orang tidak memahami hal tersebut, sehingga masih banyak kasus keluhan seperti gangguan muskuloskeletal. Maka dari itu, pentingnya penanaman kebiasaan baik tersebut dapat dimulai dari jenjang mahasiswa sebagai subjek utama. Penulis merancang inisiatif solusi kampanye interaktif untuk meningkatkan kesadaran mahasiswa dan membangun kebiasaan untuk memerhatikan sikap duduk seperti peregangan.

Perancangan Website Permainan Olahraga Tradisional Balogo Sebagai Sarana Informasi Untuk Pegiat Balogo

by ***Michelle Augustine Santoso (00000038147)***

Balogo merupakan permainan tradisional dari Kalimantan Selatan yang sekarang masih sangat mengakar dan berkembang pesat di daerahnya. Balogo menjadi ditetapkan menjadi Warisan Budaya Tak Benda pada tahun 2017 dan menjadi olahraga tradisional yang rutin diadakan. Balogo sebagai permainan tradisional sudah sangat berkembang di era modern ini. Meskipun begitu, para pegiat Balogo belum memiliki wadah yang memadai untuk merekam dan menampung berbagai informasi serta perkembangan dan aset di dalamnya. Selain itu, pegiat Balogo dari daerah yang berbeda sulit untuk mendapatkan alat dan informasi tentang Balogo. Jika tidak dilakukan, maka penyebaran dan pelestarian Balogo yang sudah sangat berkembang pesat ini akan hilang termakan waktu dan akan kehilangan kesempatan serta potensi mengembangkan lebih lanjut. Oleh karena itu, diperlukan perancangan media informasi berupa website mengenai permainan tradisional Balogo yang dapat diakses di manapun dan kapan pun untuk menjadi sarana informasi bagi pegiat Balogo di berbagai daerah.



Contact
michelle.augustine@student.umn.ac.id
soph.magdalena8@gmail.com
081519914689

Perancangan Animasi Interaktif Bertema Genderless Fashion Brand Andrean Nr

by ***Christian Andreas (00000033753)***

Contact

christian.andreas1@student.umn.ac.id
christian.tokura@gmail.com
08118775709

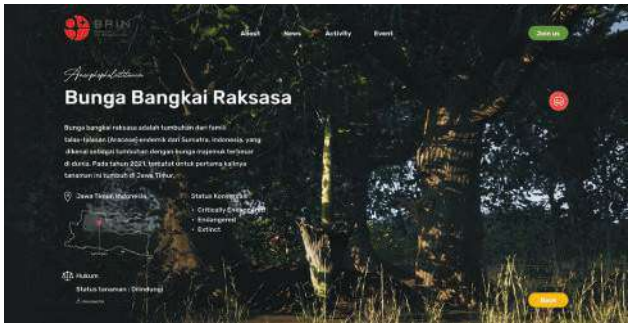
Genderless fashion mulai masuk di Indonesia dengan pengaruh influencer, fashion designers, dan selebgram di media sosial. Semakin berjalannya waktu, semakin banyak brand yang membuat atau memasuki tema genderless fashion. Andrean NR merupakan indie brand fashion berbasis Yogyakarta yang dibuat secara spesifik bertema genderless fashion. Namun, media utama yang digunakan brand Andrean NR berupa Instagram dan masih kekurangan dalam mempromosikan value yang dimiliki oleh brand, yaitu penggunaan bahan recycled atau sustainable, dan efek yang dapat dimiliki dalam desain pakaian milik brand Andrean NR. Brand Andrean NR membutuhkan sebuah metode yang dapat mempromosikan value yang dimiliki oleh brand Andrean NR sehingga diperlukan perancangan sebuah media promosi dalam bentuk animasi interaktif. Perancangan yang dibuat menghasilkan video promosi dalam rupa animasi interaktif seperti scan QR dan didukung oleh media pendukung, yaitu photocard transparan yang memiliki augmented reality, iklan media sosial, dan merch.

Perancangan Website Persebaran Flora Endemik Di Indonesia Dengan Metode Gamifikas

by ***David Lewi Tanjung (00000032716)***

Indonesia adalah negara yang kaya akan keanekaragaman hayati, khususnya pada sumber daya alam flora atau tumbuh-tumbuhannya. Tumbuhan ini meliputi beberapa jenis salah satunya adalah flora endemik, yang merupakan tanaman khas yang memiliki identitas dan lingkungan yang unik untuk dapat hidup, hal ini mempengaruhi keunikan tanaman dan jumlah persebarannya di Indonesia membuat wilayah-wilayah di Indonesia memiliki tanaman khas daerahnya masing-masing. Namun berbagai kasus yang terjadi di Indonesia menunjukkan bahwa masih banyaknya perusakan terhadap tanaman tersebut, hal ini disebabkan oleh informasi mengenaik flora endemik masih minim dan kurang jelas. Hal tersebut menyebabkan ketidaktahuan masyarakat akan keberadaan jenis-jenis flora endemik di Indonesia, mengarahkan seseorang pada tindakan perusakan. Oleh karena itu diperlukannya perancangan media yang dapat membangun awareness masyarakat akan kehadiran tanaman endemik dilingkungan. Website ditujukan kepada individu berumur 17-25 tahun yang berdomisili di wilayah JABODETABEK.

Contact
david.lewi@student.umn.ac.id
dlewitanjung822@gmail.com
089655116551



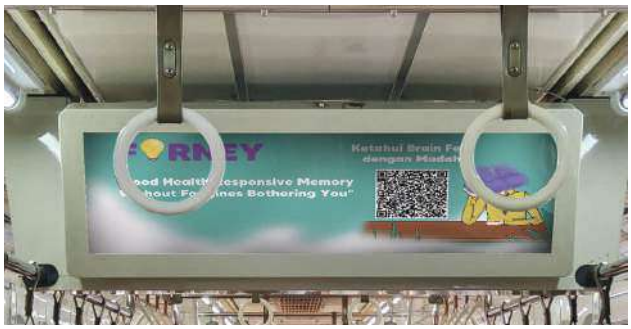
Perancangan Website Interaktif Storytelling Tentang Brain Fog Untuk 25-29 Tahun

by ***Hans Chayadi Sutanto (00000034057)***

Contact

hans.chayadi@student.umn.ac.id
cshans111@gmail.com
087808659038

Kondisi Brain Fog dapat menyerang siapa saja, namun kondisi Brain Fog akan lebih mudah terjadi bila orang melakukan kegiatan sedentary, stres, dehidrasi, dan mengkonsumsi kafein seperti karyawan. Namun informasi tentang kondisi Brain Fog di Indonesia masih sedikit dan pengenalan permasalahan tersebut masih kurang lengkap dengan penyampaian informasi yang penuh dengan teks tanpa adanya interaksi dan visual. Oleh karena itu perancangan media informasi yang memberikan pengetahuan dan pengenalan tentang kondisi Brain Fog seperti definisi, penyebab, penanganan, diagnosa singkat dan kumpulan artikel yang berkaitan dengan kondisi Brain Fog. Perancangann menggunakan design thinking dengan media utama perancangan merupakan website dan media sekunder untuk membantu media utama berupa iklan kereta, iklan web banner Google, dan iklan Instagram. Berdasarkan hasil alpha dan beta test website dengan pendekatan interaktif storytelling berpotensi mengenalkan Brain Fog untuk 25-29 tahun.



Perancangan Game Simulasi 3D Pendakian Gunung Papandayan Untuk Pemula

by ***Odelia Naomi (00000036865)***

Pendakian merupakan kegiatan rekreasi yang cukup diminati pelajar dan mahasiswa, namun memiliki resiko yang relatif tinggi. Pendaki pemula sudah memiliki kesadaran terhadap hiking safety, namun kerap tidak mengetahui apa saja yang harus dipelajari. Beberapa hal yang penting diketahui sebelum mendaki antara lain medan gunung, persiapan, dan perlengkapan yang harus dibawa. Namun, media informasi mengenai pendakian yang tersedia tidak dapat menggambarkan ilmu praktis pendakian secara akurat. Gunung Papandayan yang memiliki topografi landai cocok digunakan sebagai studi kasus untuk mengedukasi pendaki pemula mengenai ilmu dasar pendakian. Maka, media informasi interaktif pendakian Gunung Papandayan dirancang menggunakan teori perancangan Human-centered Design untuk menyediakan informasi secara lebih efektif dengan menyimulasikan kegiatan pendakian untuk pemula. Dengan perancangan ini, diharapkan pemula dapat mendaki dengan bekal informasi yang lebih matang, sehingga siap menghadapi berbagai situasi yang ditemui selama pendakian.

Contact
odelia.naomi@student.umn.ac.id
odelianaomi@gmail.com
081517129911

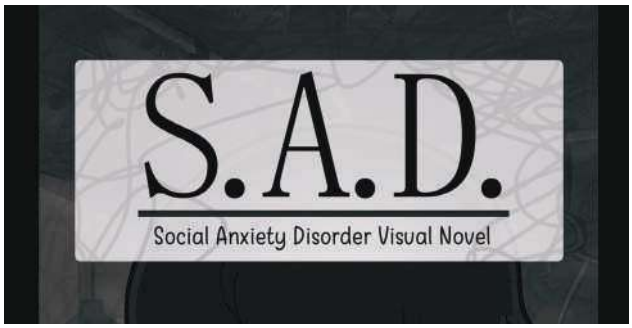
Perancangan Visual Novel Tentang Social Anxiety Disorder Untuk Dewasa Muda

by ***Marcella Tyoes Huibu (00000033699)***

Contact

muhammad.ilham2@student.umn.ac.id
ilhamfebri26@gmail.com
085886095011

Social Anxiety Disorder (SAD) adalah suatu gangguan kecemasan yang memengaruhi tindakan seseorang dalam situasi sosial, di mana mereka akan merasakan penilaian terus-menerus dari orang-orang di sekitarnya. Meskipun SAD muncul pada masa kanak-kanak, seseorang hanya dapat didiagnosis mengidap SAD setelah mereka mencapai usia dewasa. Meskipun gangguan ini umum terjadi, masih terdapat kesalahpahaman di masyarakat tentang penderita SAD. Mereka dianggap sebagai orang-orang yang memiliki kepribadian introvert, pemalu atau anti sosial, padahal tidak demikian. Di Indonesia sendiri, mencari bantuan psikolog dianggap tidak mensyukuri hal-hal yang diberikan dalam hidup. Tuduhan ini mencegah mereka yang menderita SAD untuk berhenti mencari bantuan dari luar. Menggunakan metodologi desain oleh Toiya Kristen Finley dalam bukunya, "Branching Story, Unlocked Dialogue Designing and Writing Visual Novels", penulis merancang novel visual tentang Gangguan Kecemasan Sosial untuk dewasa muda untuk mendidik mereka yang menderita SAD dan mereka yang tidak tentang gangguan itu sendiri.

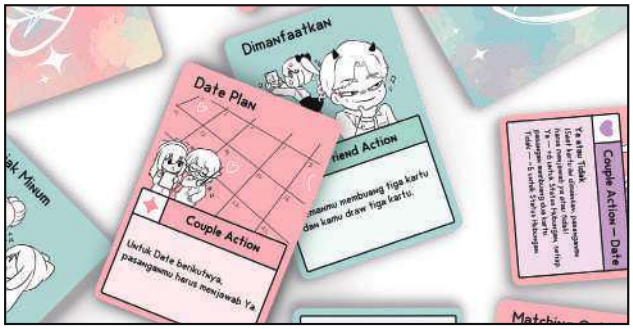


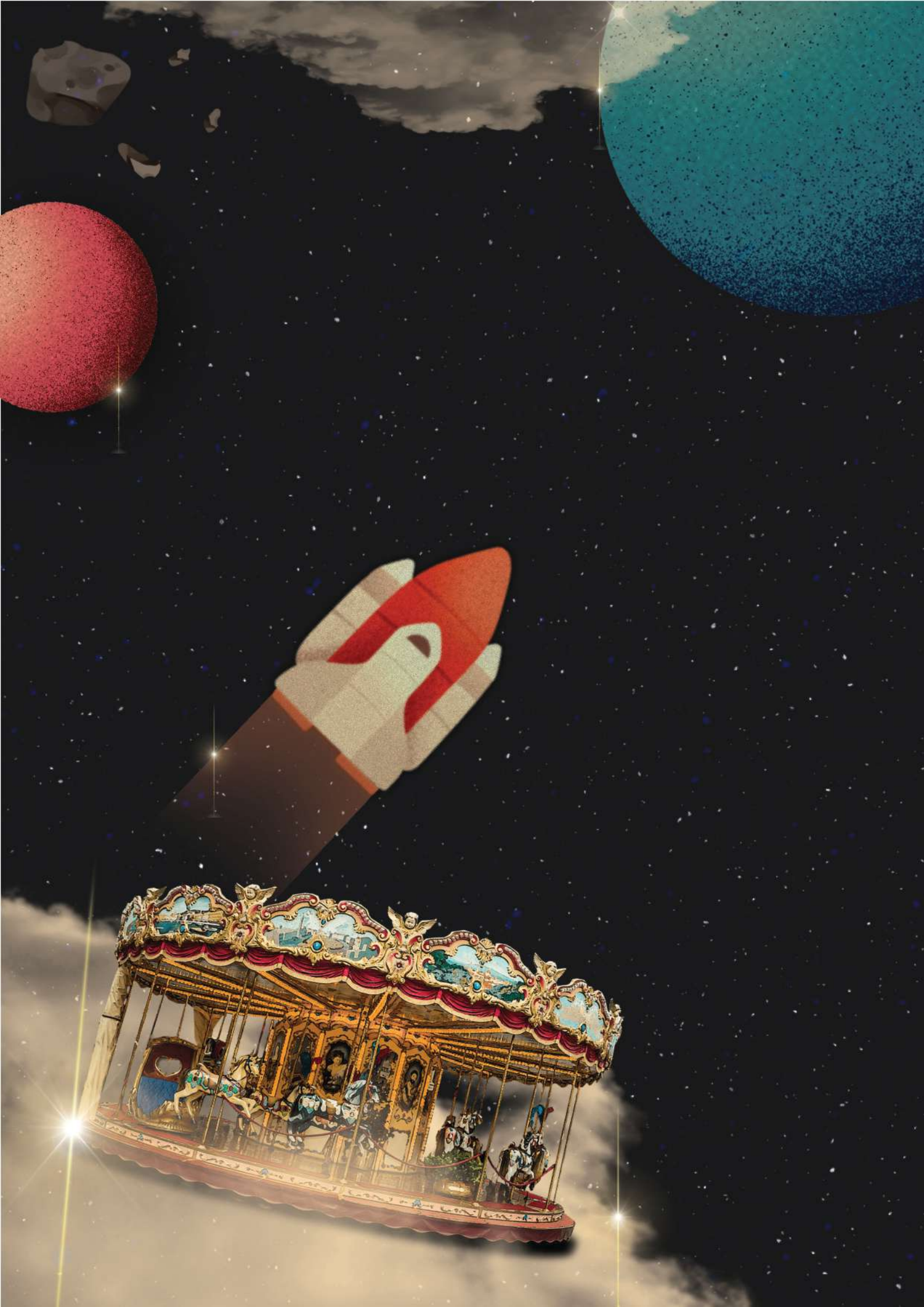
Perancangan Board Game Mengenai Sunk Cost Fallacy Dalam Hubungan Asmara Untuk Umur 20-25 Tahun

by ***Falencia Mediana (00000035680)***

Bucin telah menjadi sebutan umum yang ditujukan kepada seseorang yang terlalu mengidealisasikan pasangannya. Namun bucin dengan taraf extreme dapat berujung ke toxic relationship tetapi mayoritas pasangan bersikeras untuk bertahan dalam toxic relationship ini dikarenakan adanya faktor sunk cost fallacy. Sunk cost fallacy merupakan konsep ketika seseorang telah membuat keputusan untuk menginvestasikan waktu dan sumber daya tetapi sama sekali belum membuahkan hasil yang diharapkan sehingga mereka akan berusaha lebih banyak menginvestasikan hingga melipatgandakan. Hal ini juga muncul karena keberadaan pola pikir bahwa dengan banyaknya sumber daya baik waktu maupun uang yang telah diberikan dapat memperbaiki kesalahan masa lalu. Umumnya zaman sekarang ditemukan board game dengan tujuan pembelajaran. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat menjadi pengenalan terhadap sunk cost fallacy dalam hubungan asmara serta sebagai tindakan preventif awal bagi young adults sebelum menuju hubungan yang lebih serius.

Contact
falencia.mediana@student.umn.ac.id
falencia.mediana@gmail.com
085960510100





VISUAL BRAND
DESIGN
Book Design
Branding
Brand Identity
Campaign
Information Media
Promotion

Perancangan Panduan Transportasi Umum Di Jakarta Untuk Warga Lanjut Usia

by ***Shiphra Claudia (00000037781)***

Moda transportasi integrasi merupakan hasil upaya pembaruan pemerintah dalam sistem transportasi umum di DKI Jakarta. Melalui upaya pembaruan ini, dilakukan penerapan sistem transportasi berbasis digital yang menggunakan uang elektronik untuk melakukan transaksi pembayarannya. Sistem ini berorientasi pada penggunaan aplikasi dan media sosial untuk mempercepat penyebaran informasi ke khalayak umum. Akan tetapi, proses digitalisasi informasi ini cukup menyulitkan bagi masyarakat lansia dalam mengakses informasi karena mereka mengalami kesulitan adaptasi untuk mengakses sistem informasi yang sudah didigitalisasi tersebut. Selain itu, kegagapan terhadap akses informasi penggunaan moda transportasi integrasi tersebut membuat lansia menjadi enggan untuk menggunakan moda transportasi umum. Oleh sebab itu, penelitian ini merekomendasikan solusi desain berupa pemberian media informasi yang berdasarkan pada teori perancangan oleh Robin Landa. Penulis berharap hasil perancangan media informasi berupa buku panduan ini dapat memberikan pemahaman informasi mengenai penggunaan moda integrasi di Jakarta.

Contact
shipha.claudia@student.umn.ac.id
shiphraclaudia@gmail.com
‘081311220514

Perancangan Media Promosi Makanan Ringan Khakumsa

by ***Gracia Alifia Nugroho (00000034591)***

Contact

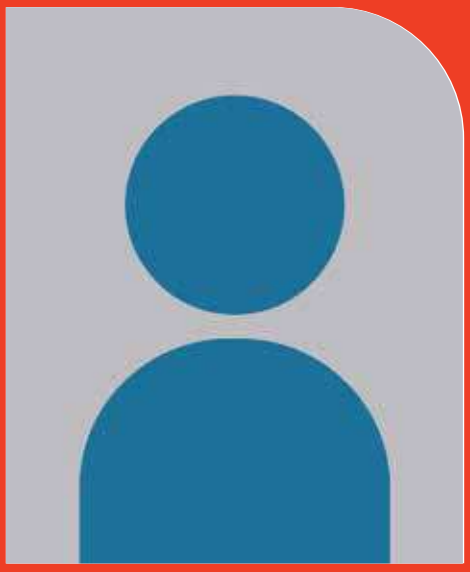
gracia.alifia@student.umn.ac.id
leeg99740@gmail.com
‘087884220754

Khakumsa adalah salah satu bisnis yang bergerak dalam produksi makanan ringan khas yang berdiri sejak tahun 2022. Untuk saat ini produk unggulan Khakumsa saat ini adalah camilan ulat sutra. Camilan ulat sutra merupakan camilan yang mirip seperti stik keju tapi memiliki bentuk seperti ulat. Camilan ulat sutra ini merupakan camilan dari Kalimantan Barat, sayangnya camilan ulat sutra ini masih kurang di kenal di berbagai kalangan. Dalam pengumpulan data metode yang digunkan adalah melalui wawancara, fokus dissussion group, dan observasi. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan pengetahuan mengenai media promosi yang efektif. Harapan dari perancangan media promosi ini supaya dapat memperkenalkan dan meningkatkan penjualan Khakumsa untuk ke depan nya.

Perancangan Media Promosi Pauwplay

by ***Salvator Gibran Andrianto(00000040088)***

Penulisan laporan ilmiah tugas akhir dengan judul “Perancangan Media Promosi Pauwplay” dilakukan dalam rangka untuk menarik fenomena dan permasalahan yang terjadi pada ruang lingkup Pet Industry di Indonesia. Di luar itu, perancangan laporan ilmiah dengan output media promosi ini juga ditujukkan sebagai solusi desain terhadap keberadaan brand Pauwplay sebagai salah satu brand Pet Fashion yang didirikan dan dikembangkan oleh penulis. Pauwplay adalah brand Pet Fashion yang memiliki nilai USP (Unique Selling Point) dan ESP (Emotional Selling Point) tersendiri yang dapat menarik perhatian para target audiens dalam segmentasi Niche Market. Akan tetapi, brand Pauwplay yang masih terbilang baru ini masih minim dalam aktivitas promosi dan pemasaran ke publik. Menyikapi hal tersebut, penulis hendak melakukan perancangan dalam bentuk media promosi agar brand image Pauwplay dapat semakin dikenal luas oleh masyarakat. Metode dalam perancangan ini mengacu pada metodologi perancangan milik Robin Landa. Pada kesimpulannya, perancangan media promosi pada brand Pauwplay ini akan dilakukan secara bertahap sesuai dengan ilmu-ilmu desain terapan dan nilai kreatifitas dari penulis.

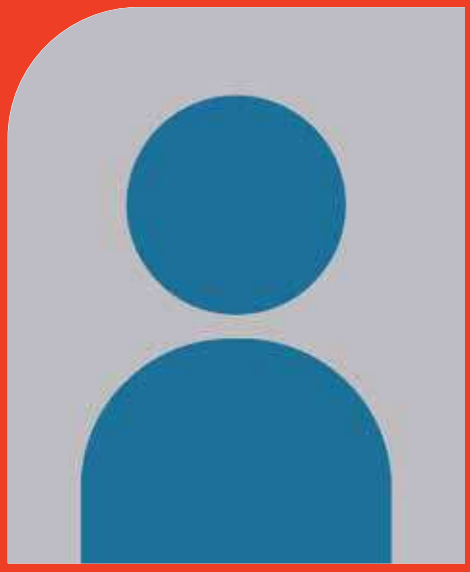


Contact

salvator.gibran@student.umn.ac.id
salvator2205@gmail.com
‘082149542418

Perancangan Aplikasi Lintasan Lari Di Daerah Jakarta

by ***Marshall Jesse Hermanto (00000034173)***



Contact

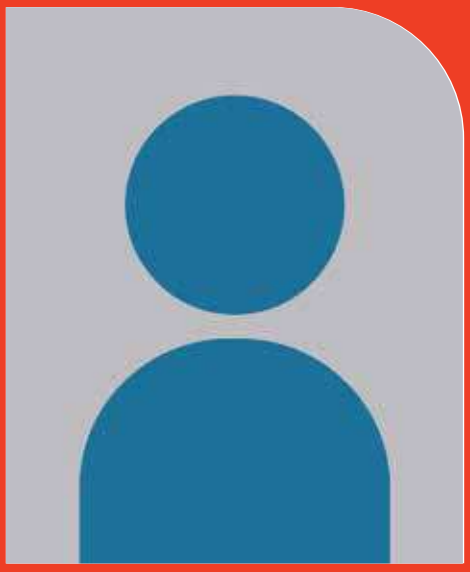
marshall.jesse@student.umn.ac.id
marshall.jesse16@gmail.com
‘083807628397

Olahraga lari sedang marak di masyarakat, hal ini ditandai dengan adanya banyak offline event yang diadakan sejak tahun 2022. Banyaknya event lari membuat banyak orang berlomba-lomba untuk mengikuti event yang ada. Setiap orang memiliki preferensi masing-masing terhadap lintasan yang dapat digunakan sebagai tempat latihan. Namun, saat ini belum ada media informasi yang mampu menyediakan rekomendasi lintasan lari yang sesuai dengan preferensi setiap pelari. Karena belum adanya media informasi yang tepat, kebanyakan orang mulai menggunakan lintasan yang ada tanpa memikirkan keselamatan diri, seperti di pinggir jalan raya, yang justru membahayakan diri mereka. Maka dari itu, adanya perancangan media informasi lintasan lari di daerah Jakarta, dengan tujuan agar setiap pelari bisa mendapatkan rekomendasi lintasan lari yang sesuai dengan preferensi mereka. Metode yang digunakan dalam peracangan ini adalah mix method. Dengan adanya perancangan ini diharapkan pelari bisa mendapatkan lintasan yang sesuai dengan preferensi pelari dan aman untuk keselamatan diri.

Perancangan Kampanye Sosial "Memeluk Luka" Untuk Menangani Dampak Buruk Sibling Rivalry

by ***Catherine(00000034170)***

Sibling rivalry merupakan sebuah bentuk persaingan antara saudara untuk memperebutkan perhatian dan kasih sayang orang tua. Sibling rivalry adalah fenomena yang umum terjadi pada masa kanak-kanak. Sibling rivalry yang tidak diatasi dengan baik dapat berkelanjutan dan menimbulkan dampak buruk pada usia dewasa. Dampak buruk ini dapat terjadi dalam berbagai bentuk, seperti pola perilaku, luka batin, dan kondisi psikologis lainnya. Dalam perancangannya, penulis mengumpulkan data menggunakan metode kualitatif dan metode kuantitatif. Adapun batasan masalah pada perancangan ini adalah dewasa muda berusia 20-30 tahun dan berdomisili di Jakarta. Penulis menemukan bahwa sebagian besar individu yang mengalami sibling rivalry memiliki luka batin dan merasakan dampak negatif dalam kehidupan sehari-harinya akibat peristiwa tersebut. Sementara itu, di Indonesia, belum terdapat kampanye yang memusatkan perhatiannya pada penanganan dampak buruk sibling rivalry saat usia dewasa. Oleh sebab itu, penulis hendak merancang sebuah kampanye untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dalam merawat diri dan menangani dampak buruk akibat peristiwa sibling rivalry pada usia dewasa muda.

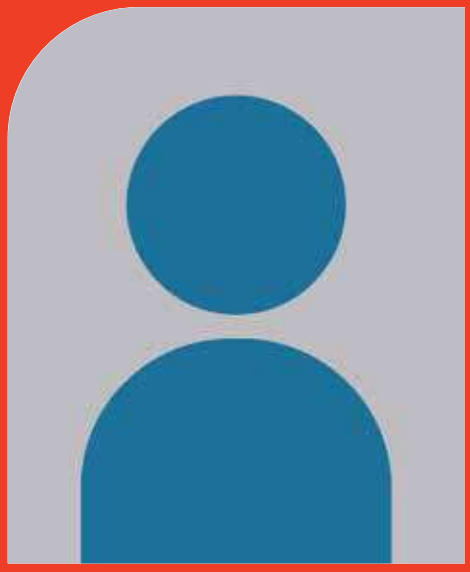


Contact

catherine7@student.umn.ac.id
catkosasih@gmail.com
'0895601413759

Perancangan Media Informasi Mitigasi Kebakaran Di Rumah Susun Klender

by ***Gana Teguh Prasasta (00000041369)***



Contact

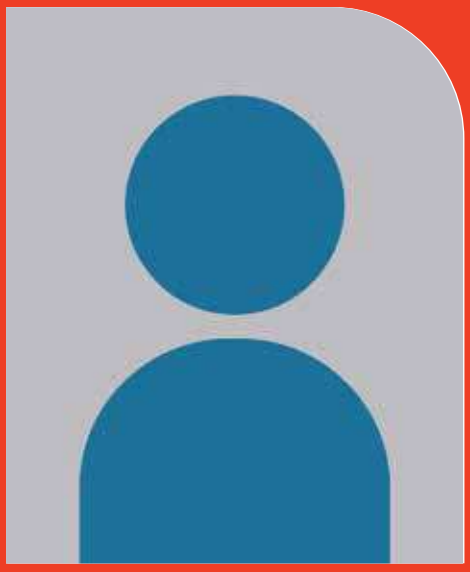
gana.teguh@student.umn.ac.id
ganajr10@gmail.com
‘081212895696

Kebakaran merupakan bencana yang tidak dapat diperkirakan kapan terjadinya, hal ini sangat berbahaya jika terjadi di pemukiman padat penduduk seperti rumah susun. Tercatat dalam kurun waktu sepuluh tahun, Rumah Susun Klender sudah dua kali mengalami kebakaran pada tahun 2012 dan 2021. Hingga saat ini, belum juga ada tindakan penyuluhan atau media mitigasi kebakaran untuk penduduk Rumah Susun Klender. Karena tidak ada media mitigasi yang sesuai, penduduk rusun bisa bertindak untuk menangani kebakaran tanpa mengetahui akibat yang akan ditimbulkan. Adanya media informasi mengenai mitigasi kebakaran untuk Rumah Susun Klender ini adalah untuk membantu penduduk rumah susun jika terjadi kebakaran dalam menangani dan juga cara evakuasi yang sesuai dengan keadaan bangunan Rumah Susun Klender agar mengurangi dampak yang besar. Metode yang digunakan dalam perancangan Penulis adalah metode The Big6 oleh Mike Eisenberg dan Bob Berkowitz. Dengan adanya perancangan ini diharapkan penduduk Rumah Susun Klender dapat mengatasi kebakaran jika suatu waktu terjadi kebakaran di Rumah Susun Klender.

Perancangan Buku Ilustrasi Kuliner Khas Belitung

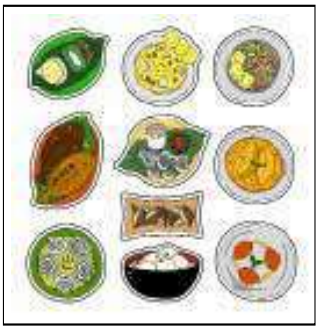
by ***Edrea Kalonica Tanuwijaya(00000036961)***

Belitung merupakan salah satu kota wisata pantai dan penghasil timah di Indonesia, sebuah pulau kecil yang diapit oleh selat gaspar dan selat karimata. Semenjak adanya film Laskar Pelangi jumlah kunjungan wisatawan semakin meningkat. Selain pantai, kuliner menjadi elemen wisata yang penting bagi kota Belitung. Akan tetapi, tidak semua wisatawan mengetahui makanan khas dan lokasi-lokasi untuk wisata kuliner di Belitung. Karena selain wisata alam, Belitung memiliki daya tarik yang kuat akan wisata kulinernya. Asisten Deputi Pengembangan SDM di bidang pengembangan industri dan lembaga pariwisata mengatakan makanan dengan suatu ciri khas memiliki posisi yang sangat penting di bidang pariwisata. Pengumpulan data yang dilakukan melalui wawancara, focus dissussion group, observasi dan kuesioner untuk mengetahui tujuan traveller foodie mengunjungi Belitung dan seberapa luas pengetahuan wisatawan terhadap kuliner khas Belitung serta bagaimana pengembangan pariwisata di Belitung dengan acuan metodologi perancangan oleh Robin Landa. Penulis berharap dari perancangan buku ilustrasi ini dapat memudahkan wisatawan untuk mengakses dan memanfaatkan media sebagai informasi mengenai kuliner khas dari masing-masing daerah di Belitung.



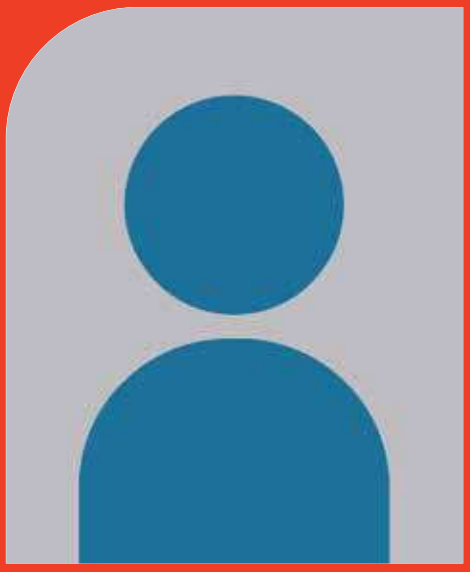
Contact

edrea.kalonica@student.umn.ac.id
edrea.tanuwijaya7@gmail.com
‘0877 52672083



Perancangan Kampanye Sosial Larangan Penggunaan Sandal Saat Mengendarai Sepeda Motor

by ***Augray Musdeva Wicaksono (00000041071)***



Contact

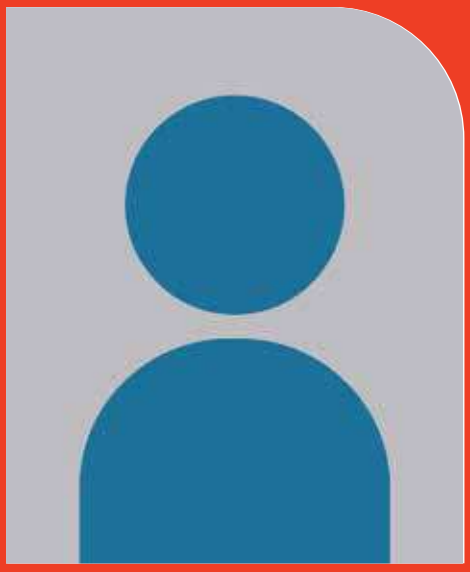
augray.musdeva@student.umn.ac.id
augraymoeswicaksono@gmail.com
‘087741786711

Kelengkapan atribut keamanan saat berkendara sepeda motor merupakan hal yang penting untuk dikenakan. Penggunaan sepatu sebagai pelindung keseluruhan kaki saat mengendarai sepeda motor dapat meminimalisir resiko cedera saat terjadinya kecelakaan dibandingkan dengan penggunaan sandal. Namun, masih banyak pengendara sepeda motor yang tidak menyadari bahkan mengabaikan penggunaan sepatu saat berkendara sepeda motor karena tidak praktis. Pada perancangan ini dengan kampanye sosial kepada masyarakat diharapkan dapat meningkatkan kepedulian terhadap keselamatan saat berkendara dan mematuhi tata tertib berlalu lintas di jalan. Berdasarkan hasil wawancara sebanyak 36,8% masyarakat sudah sepakat bahwa penggunaan sepatu menjadi atribut yang penting saat berkendara sepeda motor. Teori yang digunakan dalam perancangan ini yaitu R. Landa untuk Solution Graphic Design dan Venus untuk Kampanye. Strategi komunikasi yang digunakan pada perancangan ini yaitu menggunakan strategi AISAS sebagai acuan untuk membuat perancangan desain kampanye.

Perancangan Ulang Identitas Visual Balcon Indonesia

by ***Adeline Rahardja(00000036854)***

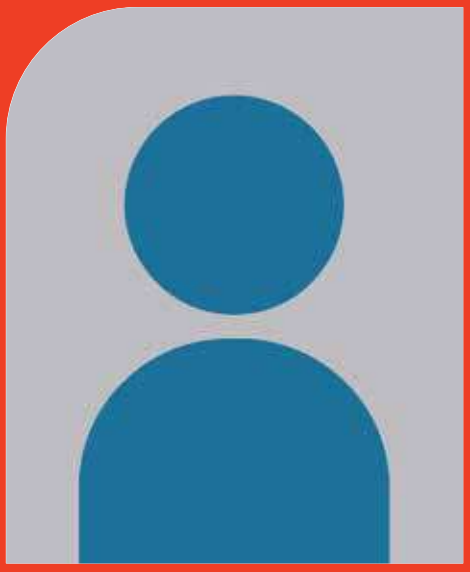
Balcon Indonesia merupakan perusahaan Food and Beverage Group yang didirikan sejak tahun 2010 dengan tujuan untuk mendirikan restoran makanan khas Nusantara Indonesia. Sebelumnya, Balcon Indonesia merupakan sebuah restoran bernama Bebek Asap Balcon yang menyajikan makanan Bebek, Ayam dan Lele. Namun, Bebek Asap Balcon melakukan repositioning untuk menjadi F&B Group Balcon Indonesia, dan telah berhasil mendirikan restoran Padi Padi dan D'Balcon dengan melakukan kemitraan. Namun, identitas visual Balcon Indonesia belum diubah sejak repositioning yang berdampak terhadap perkembangan perusahaan tersebut. Mixed methods dilakukan untuk metode penelitian perancangan ini, dan didapatkan bahwa Balcon Indonesia memerlukan perancangan ulang identitas visual agar dapat memberikan persepsi dan citra positif sehingga para pengusaha menjadi tertarik untuk mencari tahu lebih lanjut dan tertarik untuk melakukan kemitraan dengan Balcon Indonesia. Maka dengan itu, diharapkan dari perancangan ulang identitas tersebut Balcon Indonesia dapat membentuk persepsi dan kesan yang sesuai dan efektif terhadap perusahaan agar dapat meningkatkan keyakinan dan ketertarikan para pengusaha untuk melakukan kemitraan dengan Balcon Indonesia.



Contact
adeline.rahardja@student.umn.ac.id
adelinerahardja25@gmail.com
‘081288026200

Perancangan Media Sosial Instagram Tentang Perawatan Hewan Sugar Glider

by ***Fanny Celia (00000033807)***



Contact

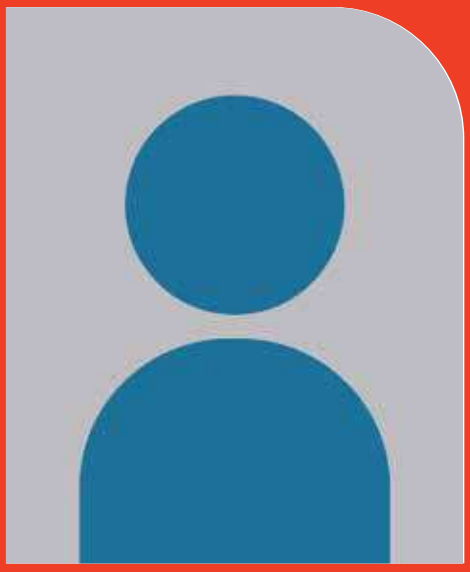
fanny.celia@student.umn.ac.id
fannycelia01@gmail.com
‘087786631151

Sugar glider merupakan salah satu hewan yang diminati untuk dipelihara sejak adanya pandemi covid-19. Meski sangat diminati untuk dipelihara, tidak sedikit pemelihara sugar glider yang minim informasi mengenai cara perawatan yang benar dan hal ini sangat mempengaruhi jangka hidup sugar glider. Berdasarkan hasil survei dan FGD yang telah penulis lakukan, masih banyak pemelihara sugar glider yang tidak melakukan riset sebelum memelihara sugar glider dan tidak mengetaui dengan benar dampak dari memperhatikan kebersihan kandang sugar glider yang dapat mempengaruhi kesehatan sugar glider, jika tidak diperhatikan dapat mengakibatkan kandang menjadi sarang bakteri dan sugar glider terserang penyakit atau bahkan mengalami kematian hal ini disebabkan oleh pemelihara sugar glider yang malas membaca informasi dalam bentuk jurnal. Berdasarkan permasalahan tersebut maka dirancanglah media informasi dalam bentuk grafis yang lebih efektif, praktis dan efisien untuk calon pemelihara ataupun pemelihara sugar glider. Pada perancangan ini media informasi berbentuk grafis dengan informasi yang tidak terlalu banyak tulisan sehingga memudahkan pemelihaara sugar glider dalam mencari informasi.

Perancangan Kampanye Pencegahan Obesitas Pada Kucing Dewasa

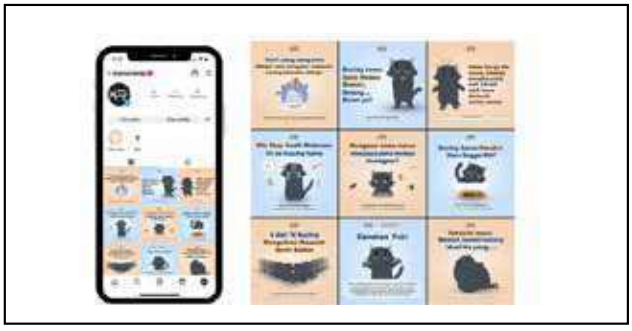
by ***Thalia Sandra Soe(00000036516)***

Kucing merupakan binatang peliharaan yang paling digemari oleh masyarakat Indonesia. Namun masih banyak masyarakat yang belum merawat peliharaan mereka dengan tepat. Salah satu kesalahan yang paling sering dilakukan oleh pemilik kucing adalah pemberian makanan yang tidak tepat. Jumlah makanan dan jenis makanan sangat penting untuk diatur untuk menghindari obesitas pada kucing. Obesitas merupakan penyakit yang paling sering dialami oleh kucing, dan penyakit ini dapat membuat kucing lebih rentan terkena penyakit serius lainnya. Maka dari itu, penulis mengusulkan perancangan kampanye dengan tujuan untuk memberi edukasi mengenai cara pemberian atau diet makanan terbaik bagi kucing agar pemilik kucing dapat menjaga kucing mereka dengan maksimal dan dapat hidup bersama kucing mereka lebih lama. Pada perancangan ini, penulis memanfaatkan metode perancangan kampanye oleh Robin Landa dengan cara penyampaian pesan AISAS oleh Sugiyama & Andree. Dengan metode pengumpulan data kualitatif dengan melakukan wawancara dengan ahli dan kuantitatif dengan menggunakan kuesioner online.



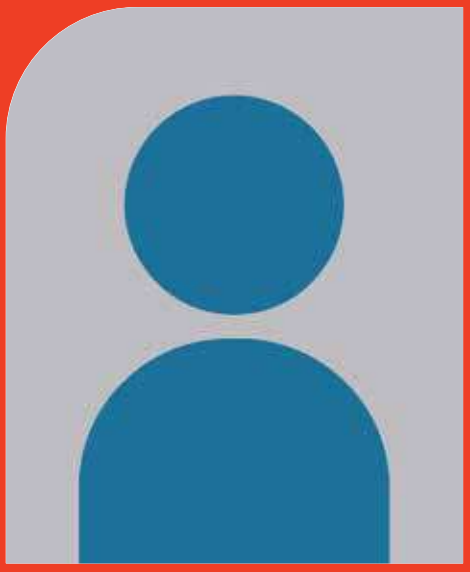
Contact

thalia.sandra@student.umn.ac.id
thaliasandrasoe@gmail.com
‘081285202288



Perancangan E-Book Belajar Bahasa Indonesia Untuk Mahasiswa Umn

by ***Candela (00000034955)***



Contact

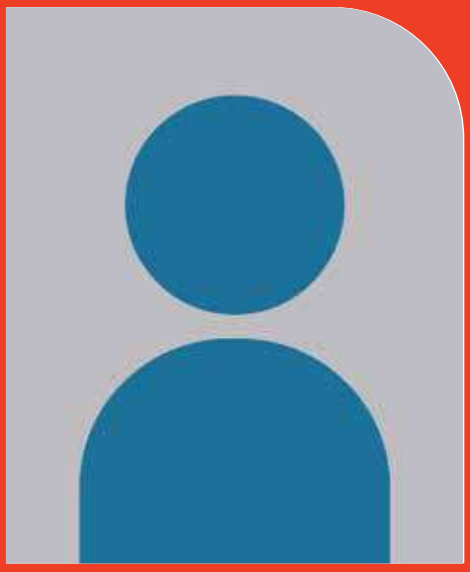
candela@student.umn.ac.id
candelalie02@gmail.com
‘085883231587

Indonesia memiliki bahasa yang digunakan secara nasional yaitu bahasa Indonesia. Dalam perkembangan global, generasi muda banyak yang sadar dan terbuka untuk meningkatkan kemampuan berbahasa asing. Namun sayangnya makin banyak kesadaran akan kemampuan bahasa asing tidak sejalan dengan kemampuan bahasa Indonesia dalam generasi muda Indonesia. 70% dari 50 anak muda mendapat nilai pelajaran bahasa Indonesia yang rendah dibandingkan bahasa asing. Masalah tersebut terjadi karena responden mengakui merasa mampu berbahasa Indonesia sehingga mereka tidak perlu lagi mempelajari pelajaran bahasa Indonesia.Menurut hasil wawancara dengan dua narasumber ahli, adanya indikasi mahasiswa merasa malas atau enggan belajar bahasa Indonesia. Penyebaran kuesioner baru menunjukkan angka terbukti benarnya ada 70% mahasiswa yang merasa malas atau enggan belajar bahasa Indonesia. Tiga alasan utama yang dipilih adalah malas untuk membuka KBBI dan PUEBI, bahasa Indonesia dinilai banyak dan rumit, dan bosan karena media belajar yang monoton. Sehingga melihat dari fakta tersebut solusi perancangan media pembelajaran diajukan.

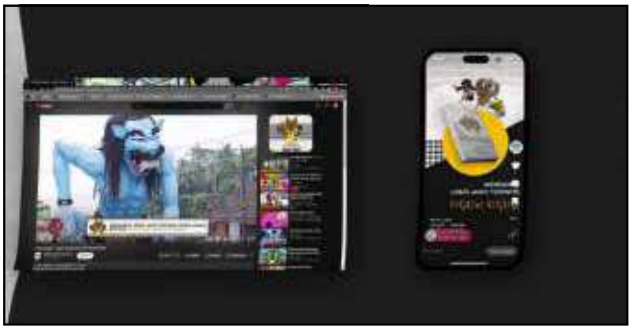
Perancangan Media Informasi Tentang Ogoh-Ogoh

by ***Putu Panji Wiradharma(00000023033)***

Indonesia memiliki kekayaan budaya yang beragam, salah satunya kebudayaan umat Hindu di Bali yaitu Ogoh-ogoh. Ogoh-ogoh merupakan kerajinan patung atau boneka berukuran besar yang berwujudkan sebagai Bhuta Kala sebagai simbolis kejahatan, sifat buruk manusia, serta peristiwa yang ada di kehidupan sehari hari. Ogoh-ogoh dirancang dan dibuat oleh para pemuda Hindu di Pura yang akan menjadi perwakilan di setiap Pura yang akan dilombakan. Ajaran keberagaman budaya dalam tradisi dan agama dipraktikan sejak dini dalam Lembaga sekolah agama Hindu seperti membuat canang, penjor dan bermain gamelan. Namun sayangnya belum ada sumber informasi sebagai pembelajaran yang lengkap tentang ogoh-ogoh khususnya bagi siswa sekolah agama Hindu di Banten. Maka dengan adanya perancangan media informasi tentang ogoh-ogoh dapat meningkatkan minat siswa siswi sekolah agama Hindu terkait tradisi budaya ogoh-ogoh sehingga ogoh-ogoh dapat berkembang menjadi yang lebih baik sebagai warisan budaya untuk generasi yang akan datang.

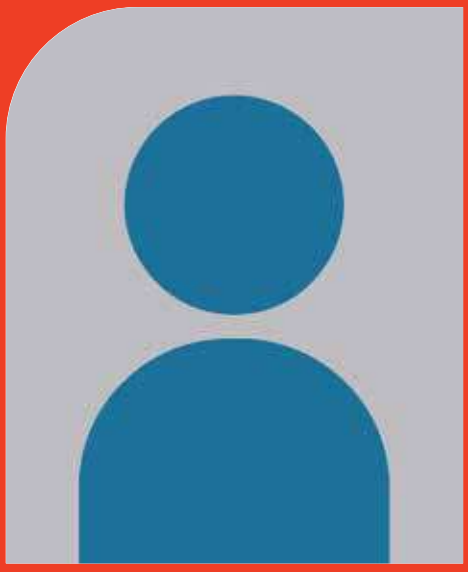


Contact
putu1@student.umn.ac.id
panjiwiradharma@gmail.com
‘085921546091



Perancangan Promosi Melalui Periklanan Museum Betawi

by ***Nauval Affan Lathif (00000037603)***



Contact

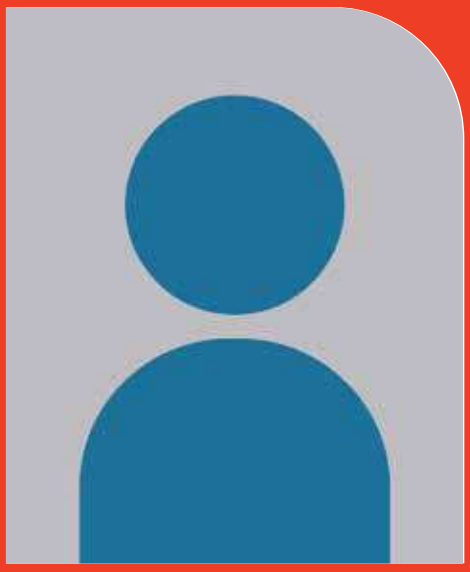
nauval.affan@student.umn.ac.id
vdartworkz@gmail.com
‘081212096507

Museum Betawi adalah museum yang terletak di Kecamatan Jagakarsa,Jakarta Selatan, Jakarta yang memiliki artefak koleksi yang terkait budaya Betawi. Selain itu, terdapat amfiteater pertunjukan kesenian Betawi dan replika rumah adat Betawi di sekitar museum. Pengunjung dapat mengenal dan mempelajari informasi bermanfaat terkait sejarah dan budaya Betawi secara langsung. Namun, berdasarkan wawancara dan observasi, belum ada promosi melalui periklanan untuk Museum Betawi. Hasil kuesioner juga menunjukkan bahwa 71,6% responden belum pernah mendengar Museum Betawi. Padahal, mempelajari tentang sejarah dan budaya Betawi merupakan hal penting supaya tidak terlupakan dan tetap terlestarikan. Solusi yang dipakai untuk masalah tersebut adalah merancang promosi melalui periklanan untuk Museum Betawi. Ini berdasarkan fungsi iklan yang dituturkan oleh Moriarty et al. (2013) yang menyatakan bahwa iklan berfungsi untuk mengidentifikasi produk, menginformasikan tentang produk, dan mempersuasikan audiens untuk membeli produk. Produk pada topik ini tentunya Museum Betawi dan perancangan iklan bertujuan untuk menginformasikan audiens tentang Museum Betawi.

Perancangan Identitas Visual Taman Wisata Alam Batu Putih

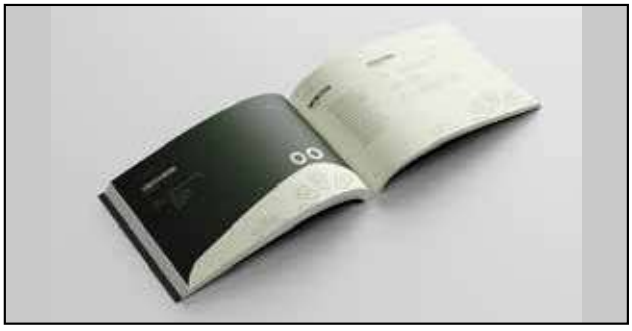
by ***Claudya Isabel Mandey(00000042324)***

Taman Wisata Alam Batu Putih merupakan tempat wisata yang berlokasi di Bitung, Sulawsi Utara dan di Kelola oleh Badan Konservasi Sumber Daya Alam Sulawesi Utara. Saat ini Taman Wisata Alam Batu Putih menyimpan berbagai satwa endemik dengan ekosistemnya yang beragam mulai dari hutan, pantai, hingga gunung. Berdasarkan hasil penelitian didapati bahwa Taman Wisata Alam Batu Putih belum memiliki identitas visual. Padahal identitas visual dapat membuat merek lebih dikenal dan dibedakan dengan kompetitor. Selain itu, Taman Wisata Alam Batu Putih bukan hanya sebagai tempat untuk berwisata namun juga menjadi sarana edukasi flora dan fauna endemik Indonesia. Oleh karena itu, diharapkan Taman Wisata Alam Batu Putih dapat dilestarikan dari generasi ke generasi, bukan hanya dari masyarakat sekitar namun berkolaborasi dengan audiens.Perancangan Identitas visual Taman Wisata Alam Batu Putih Menggunakan metode perancangan Alina Wheeler yang berjudul Designing Brand Identity dengan lima tahapan perancangan. Metode penelitian yang digunakan dalam perancangan ini adalah wawancara, observasi, dan studi eksisting.



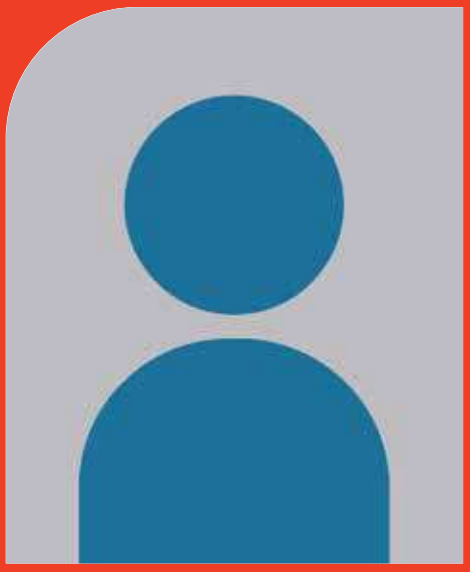
Contact

claudya.isabel@student.umn.ac.id
claudyamandey02@gmail.com
‘0895397355246



Perancangan Kampanye Pentingnya Berbagi Beban Mental Untuk Menghindari Pertengkaran Dalam Hubungan Pernikahan

by ***Audrey Priscilla Amandeani (00000034154)***



Contact

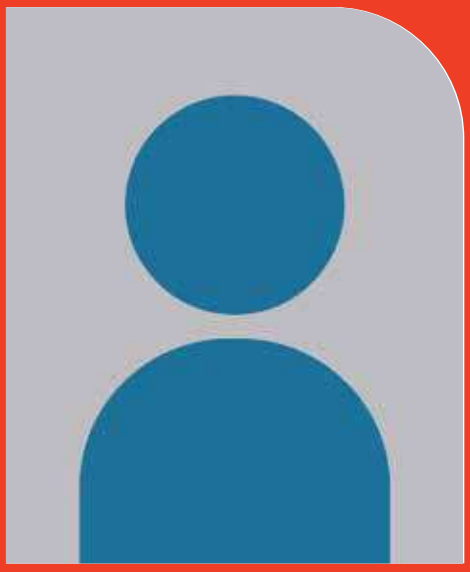
audrey.priscilla@student.umn.ac.id
audreypriscilla83@gmail.com
‘081282760557

Beban mental adalah pekerjaan tidak terlihat yang berhubungan dengan manajemen pekerjaan rumah tangga. Menumpuknya beban mental pada pundak seorang individu dapat menimbulkan perasaan negatif seperti insomnia, burn out, dan kelelahan fisik dan mental. Menumpuknya perasaan negatif tersebut dapat membuat hubungan menjadi tidak harmonis yang dapat menyebabkan pertengkaran, dan perpisahan. Stigma masyarakat yang masih kental juga merupakan salah satu faktor terbesar masih terjadinya fenomena beban mental di masyarakat. Hal ini menyebabkan minimnya pengetahuan masyarakat tentang beban mental. Kemudian, minimnya kampanye tentang beban mental menormalisasikan bahwa pekerjaan adalah tanggung jawab dan kodrat perempuan. Penulis kemudian menggunakan mixed methods untuk mencari data lebih dalam. Dari permasalahan dan juga penelitian yang dilakukan, penulis memutuskan untuk melakukan perancangan kampanye sosial pentingnya berbagi beban mental untuk memberikan kesadaran dan mendorong aksi dari target sasaran desan. Penulis menggunakan metode

Perancangan Promosi Produk Minuman Jahe Merah Bermerek Jeumaroe Abang

by ***Aldi Eri Susanto (00000041968)***

Jeumaroe Abang merupakan UMKM yang berada di Tangerang. UMKM ini bergerak dibidang FnB yang dimana menjual suatu varian minuman olahan jahe merah yang dibuat dalam bentuk bubuk yang praktis siap minum. Jeumaroe Abang sudah berdiri sejak 2020, akan tetapi dalam segi pemasaran yang selama ini dilakukan masih ditemukan masalah dalam promosi yang masih kurang efektif untuk dilakukan pemasaran. Penjualan produk juga masih minim karena masih banyak yang belum mengetahui UMKM ini. Maka dari itu diperlukan perancangan promosi untuk mempromosikan UMKM ini secara menyeluruh. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif yang dimana digunakan untuk mendapatkan informasi data-data yang sesuai dengan target. Pengumpulan data dilakukan menggunakan tahapan wawancara serta FGD. Selain itu hasil penelitian yang sudah didapatkan akan digunakan sebagai rancangan strategi promosi. Media promosi yang nantinya dihasilkan seperti Google ads, Website, Brosur, X-Banner, Spanduk, Instagram story, Gimmic. Berdasarkan analisis perancangan media tersebut direkomendasikan untuk menjadi alternatif Perancangan Promosi Produk Minuman Jahe Merah Bermerek Jeumaroe Abang.

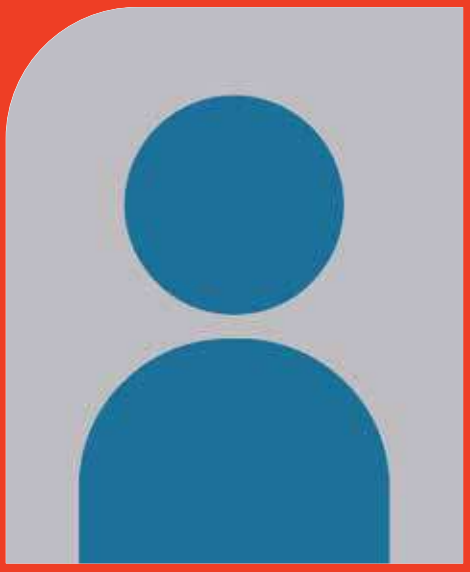


Contact

aldi.eri@student.umn.ac.id
aldieight4@gmail.com
‘081510070924

Perancangan Ulang Identitas Sentul International Circuit

by ***Dandre Lucas Wijaya (00000037643)***



Contact

dandre.lucas@student.umn.ac.id
dandrelucas21@gmail.com
‘085382987305

Indonesia sedang mendunia setelah sukses menggelar event balap dunia World Superbike (WSBK) dan Moto Gran Pix (MotoGP) di Mandalika, Lombok. Kesuksesan ini membuat nama Sentul International Circuit tersorot. Sentul International Circuit merupakan sejarah, pelopor dunia balap di Indonesia tersorot dan dibandingkan dengan kesuksesan yang diraih Pertamina Mandalika International Circuit yang baru memulai debutnya dengan menggelar WSBK dan MotoGP. Karena relevan, penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut untuk menjadikannya sebagai judul tugas akhir karena identitas yang dimiliki Sentul International ini sangat minim dan cenderung tidak memiliki identitas secara visual, hanya berupa logo. Setelah diteliti lebih dalam melalui wawancara bersama direktur niaga Sentul International Circuit, didapati bahwa Sentul International Circuit sedang menarget positioning baru. Namun sayang, keinginan itu tidak tercapai karena tidak mendapat support dari pemerintah dan mengakibatkan alokasi dana untuk identitas visual tidak ada hingga akhirnya menjadi tidak terurus. Setelah masalah dan urgensi didapatkan, maka dari itu penyelesaian masalah akan dilakukan dengan rebranding.

Perancangan Media Sosial Tentang Pertolongan Pertama Pada Anjing

by *Erika Arta Mirano (00000033784)*

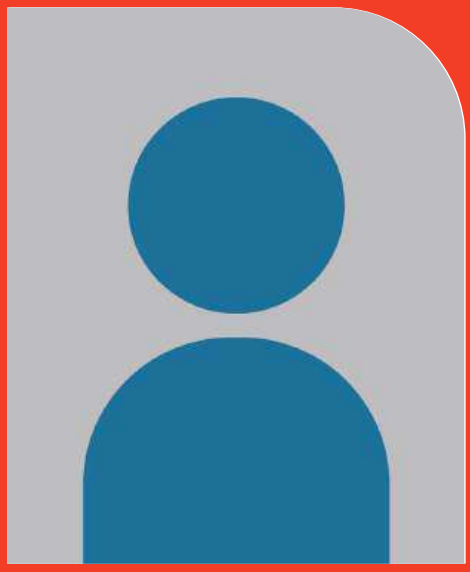
Contact
erika.arta@student.umn.ac.id
erika.a.mirano@gmail.com
081298987037

Indonesia sudah mengingkat peliharaan anjing sebesar 117% dari 2017 hingga 2021. Berdasarkan riset internal Royal Canin 3 dari 4 pemelihara belum pernah membawa hewan peliharaan mereka ke dokter hewan. Perawatan medis adalah salah satu hal terpenting saat merawat sebuah mahkluk hidup. Pengetahuan pertolongan pertama adalah awal dari penanganan medis ketika sebuah kecelakaan terjadi. Di Indonesia, media informasi yang memberi edukasi terkait pertolongan pertama pada anjing masih belum lengkap pada satu media. Media informasi yang sudah ada rata-rata hanya memberikan penjelasan dalam bentuk teks dan tidak ada visual penunjang. Dengan memberikan gambaran visual cara melakukan pertolongan pertama, bisa membuat pembaca lebih mengerti dengan informasi yang telah diberikan. Penulis akan melakukan wawancara dengan ahli dan observasi di klinik hewan.

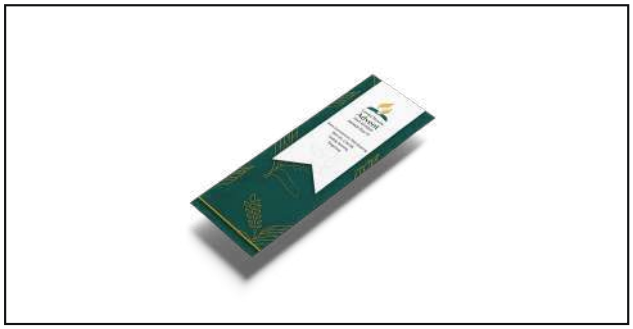
Perancangan Brand Rejuvenation untuk Gereja Masehi Advent Hari Ketujuh Jemaat Xue Yi

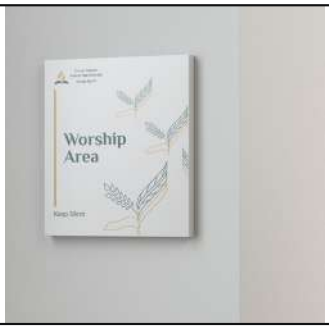
by ***Virgina Wedyanti (00000033725)***

GMAHK Jemaat Xue Yi merupakan gereja Advent yang berada di Gading Serpong Tangerang Selatan. Walau sudah ada sejak 2015, eksistensi GMAHK Jemaat Xue Yi masih terbilang kurang sehingga berdampak pada sedikitnya jumlah anggota jemaat, khususnya anggota muda. Hal ini dikarenakan GMAHK Jemaat Xue Yi tidak memiliki identitas visual yang lengkap dan kuat. Identitas visual yang dipakai di media-media tidak konsisten dan menggunakan template dari internet sehingga tidak mencerminkan visi misi gereja serta tidak memiliki ciri khas yang dapat menjadi tanda pengenal khusus. Penulis merancang brand rejuvenation untuk GMAHK Jemaat Xue Yi dalam rangka menghidupkan kembali dan memperbaharui gereja guna mengembalikan relevansi dan daya tarik dengan melakukan perubahan yang signifikan pada identitas visual merek media yang telah penulis dan anggota jemaat tentukan.



Contact
virgina.wedyanti@student.umn.ac.id
virginanugroho27@gmail.com
081281117536





Perancangan Kampanye Untuk Mendukung Pemakaian Brace Secara Rutin Pada Penderita Skoliosis

by ***Josephine Liliani (00000034735)***

Contact

josephine.liliani@student.umn.ac.id
josephine.liliani78@gmail.com
081908692243

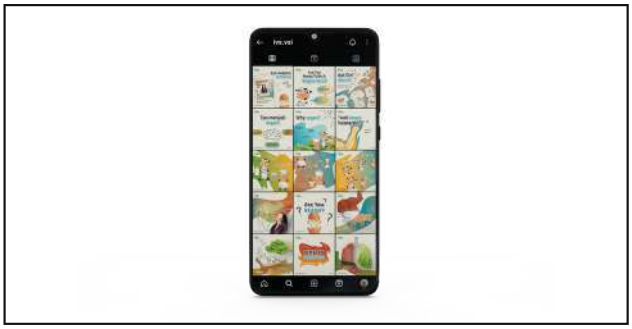
Skoliosis adalah sebuah penyakit pada tulang yang menyebabkan tulang punggung berubah bentuk menjadi huruf s atau c. Komitmen yang besar diperlukan untuk pengobatan ini. ScoliosisCare sudah memberikan bantuan dengan memberikan jadwal dan rutinitas senam yang bisa dilakukan pasien dengan mandiri. Namun, berdasarkan data kuantitatif dan kualitatif yang penulis temukan, pasien skoliosis merasa kesulitan untuk memakai brace secara rutin dan dorongan dari luar diri mereka dapat membantu pemakaian rutin brace. Penulis akan merancang sebuah kampanye berbasis aplikasi. Dari perancangan, penulis bertujuan untuk membuat kampanye sosial berbasis aplikasi yang dapat membantu pasien beradaptasi memakai brace agar pasien skoliosis lebih mudah menggunakan brace dan merasa lebih nyaman dengan pemakaian brace.

Perancangan Media Kampanye Mengenai Gaya Hidup Vegan untuk Kalangan Dewasa dengan Usia 27-42 Tahun

by ***Chealsey (00000034312)***

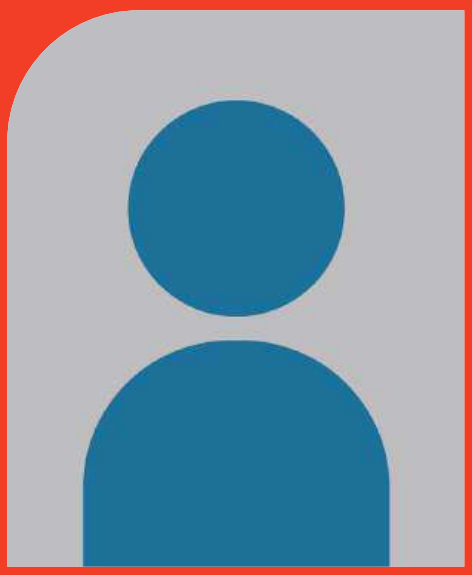
Vegan merupakan salah satu gaya hidup dimana seseorang tidak mengkonsumsi makanan hewani dan menghindari terjadinya eksploitasi hewan. Berdasarkan studi dan penelitian, makanan hewani memiliki risiko tinggi untuk terserang penyakit kronis, seperti kanker dengan risiko 4 kali lebih tinggi. Selain itu, makanan hewani yang berasal dari hewan yang diternak menyebabkan 18% gas emisi. Kemudian, hewan ternak yang stress bisa memicu pertumbuhan bakteri yang bisa berdampak pada kesehatan apabila di konsumsi. Hal tersebut dapat dicegah dengan satu solusi, yaitu dengan menjadi vegan. Namun, di Indonesia, orang yang vegetarian mencakup vegan hanya mendekati 1%. Selain itu, kampanye mengenai gaya hidup vegan masih belum cukup untuk mengajak masyarakat menjadivegan.Olehkarenaitu,tujuandaritugasakhiriniadalah merancang sebuah kampanye mengenai gaya hidup vegan.

Contact
chealsey@student.umn.ac.id
ng.chealsey@gmail.com
089504393828



Perancangan Website Edukasi Mengenai KPR bagi Generasi Z

by ***Priskila Inori Suryana (00000037052)***



Contact

priskila.inori@student.umn.ac.id
priskila250@gmail.com
08992086084

Generasi muda zaman sekarang sudah memiliki pekerjaan dan berpenghasilan sendiri sehingga dapat dengan mudah menutupi kebutuhannya mulai dari primer hingga tersier. Generasi Z ini pun sudah mulai mencari rumah untuk aset properti masa depan dan sebagai tempat tinggal. Pembelian rumah pun dapat dilakukan melalui metode KPR. Namun, jumlah anak muda yang ingin menggunakan KPR tidak sebanding dengan jumlah individu yang mengerti mengenai KPR. Minimnya edukasi mengenai KPR dapat berdampak pada skor kredit yang memburuk hingga penyitaan aset. Oleh karena itu, perancangan sebuah website untuk mengedukasi generasi Z mengenai KPR sangat diperlukan. Penulis menggunakan metodologi perancangan oleh Robin Landa sebagai teori dasar keseluruhan perancangan, yaitu orientasi, analisis, konsep, desain dan implementasi.

Perancangan Kampanye Mengenai Pentingnya Keterbukaan Dalam Komunikasi Antara Remaja Dan Orang Tua

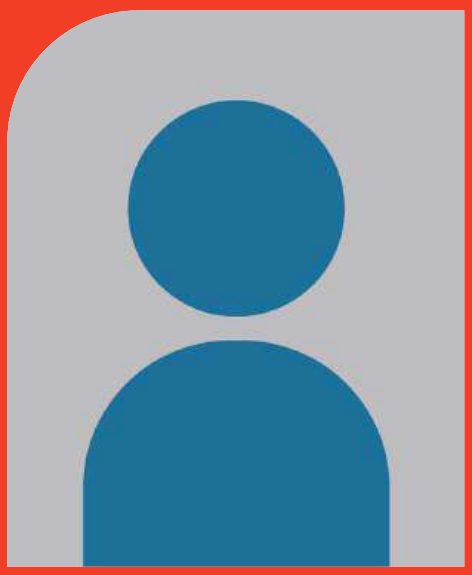
by ***Natasha Edlyn (00000036486)***

Keterbukaan diri merupakan karakteristik penting dalam komunikasi interpersonal. Tidaklah cukup jika hanya menyadari akan pentingnya keterbukaan dalam komunikasi antara remaja dan orang tua, tetapi belum mempraktekkannya. Keterbukaan dalam komunikasi dibutuhkan kedua pihak karena masa remaja adalah masa transisi yang membutuhkan dampingan dari orang tua sebagai pendidik pertama dan terutama. Dalam perancangan ini, dibutuhkan pengenalan secara mendalam terkait keterbukaan dalam komunikasi, mulai dari pola asuh, pola komunikasi, masalah yang umum terjadi, solusi yang bisa dilakukan, dan masih banyak lagi. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam perancangan ini adalah mixed methods yang terdiri dari wawancara, studi eksisting, dan kuesioner. Dari data tersebut, harapannya penulis mampu mendapatkan gambaran untuk menghasilkan media kampanye yang informatif dan aplikatif.

Contact
natasha.edlyn@student.umn.ac.id
natashaedlyn@gmail.com
089665618686

Perancangan Website Mengenai Sleep Apnea untuk Usia 30-50 Tahun

by ***Nikita Meliarosa (00000034718)***



Contact

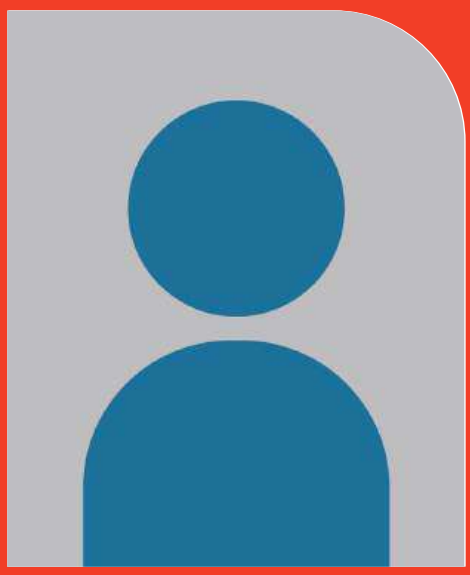
nikita.meliarosa@student.umn.ac.id
nikitameliarosa14@gmail.com
081112101601

Sleep Apnea merupakan gejala penyakit dimana pernapasan seseorang berhenti sementara saat tidur. Kondisi ini memunculkan berbagai keluhan seperti sesak napas di malam hari, terbangun karena rasa tercekik atau batuk-batuk dan dapat mengakibatkan kematian saat tidur karena kurangnya oksigen. Namun, banyak belum mengetahui bahwa mendengkur dan merasa mengantuk sebagai sebuah gejala. Kurangnya pengetahuan dan media informasi mengenai penyakit ini dapat membuat seseorang tidak mengenali dan tidak menanggulangi gejala.Tujuan tugas akhir ini adalah merancang sebuah website yang membahas mengenai sleep apnea.

Perancangan Commercial Campaign untuk Brand Futuru yang Mengangkat Kebudayaan Maluku Utara

by ***Rhausan Fikir A Hamid (00000042386)***

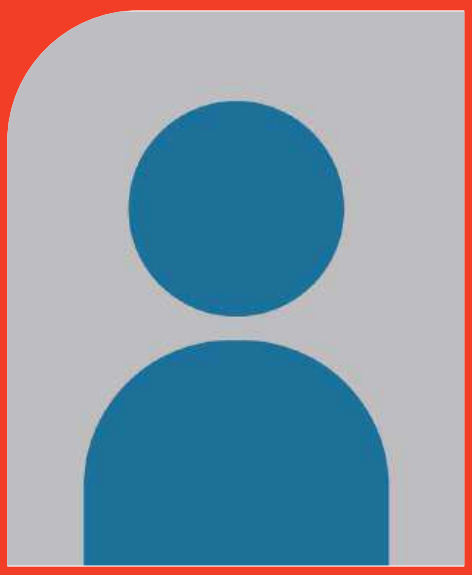
Kampanye ini ditargetkan khusus kepada mahasiswa diaspora asal Maluku Utara yang tinggal di wilayah Jabodetabek. Perancangan tersebut melibatkan pemuda-pemudi dari Maluku Utara yang tinggal di Jabodetabek sebagai responden, karena mereka memiliki kesadaran yang tinggi terhadap permasalahan kebudayaan di daerah tersebut. Metode penelitian menggunakan mix method perpaduan kualitatif dengan kuantitatif. Sementara metode perancangan kampanye yang digunakan dari Dr. Antar Venus dan model komunikasi menggunakan AISAS. Media massa dan media sosial dipilih sebagai saluran utama untuk menyebarkan pesan kampanye ini. Pendekatan media dipilih sesuai dengan target audiens dan permasalahan yang ingin diselesaikan. kampanye ini, diharapkan kesadaran tentang brand Futuru dan pemahaman tentang kebudayaan Maluku Utara dapat meningkat.



Contact
rhausan.fikir@student.umn.ac.id
rhausanf@gmail.com
082271261519 / 08889731371

Media Promosi Fai Sabilal Residence

by ***Fatih Hidayatullah (00000032541)***



Contact

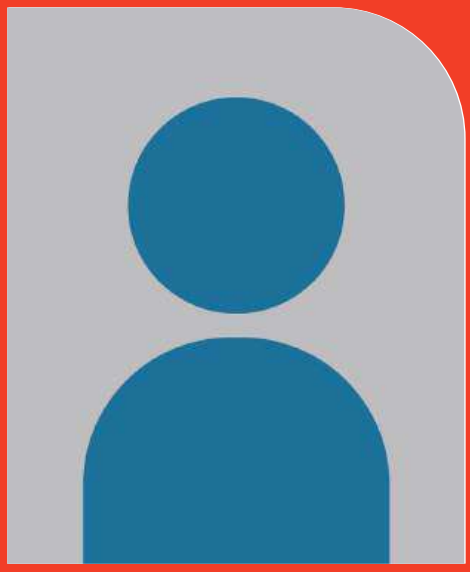
@student.umn.ac.id
@gmail.com
08xxxxxxx

Media Promosi Fai Sabilal Residence

Perancangan Buku Ilustrasi untuk Memperkenalkan Seni Teater kepada Anak Usia 6-11 Tahun

by ***Arina Pramudita Yohalim (00000033764)***

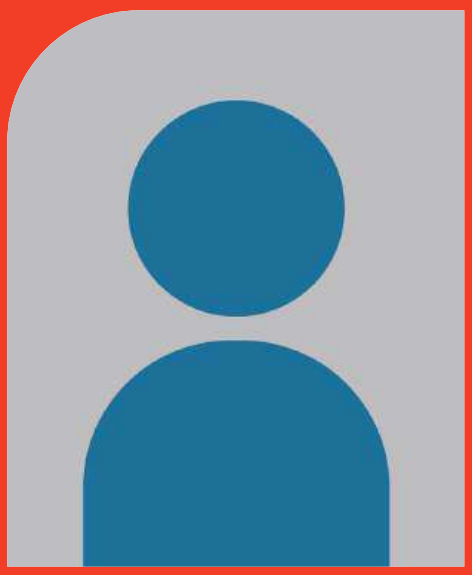
Fenomena pesatnya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi menyebabkan banyak generasi muda saat ini meninggalkan kesenian teater sebagai warisan budaya karena seni teater mulai kurang diminati dan dianggap tidak sesuai dengan perkembangan zaman. Meskipun demikian, masih tetap ada orang tua yang ingin mengenalkan seni teater kepada anak mereka karena seni teater mempunyai banyak manfaat bagi anak usia 6-11 tahun. Namun saat ini, media informasi mengenai seni teater yang ditargetkan kepada anak-anak untuk menggugah minat eksplorasi mereka belum banyak tersedia. Berdasarkan hasil penelitian, penulis merancang sebuah media informasi berupa buku ilustrasi yang dikombinasikan dengan augmented reality agar penyampaian materi dapat lebih interaktif dengan memanfaatkan kemampuan teknologi yang kita miliki saat ini.



Contact
arina.pramudita@student.umn.ac.id
arinaprdt@gmail.com
08118899133

Perancangan Buku Ilustrasi Belajar Bersyukur Melalui Tokoh Alkitab Ayub

by ***Kallista Anselina (00000033706)***



Contact

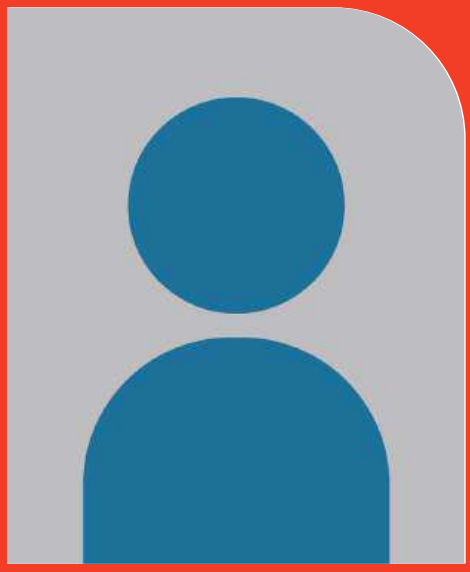
kallista.anselina@student.umn.ac.id
kallista.anselina@gmail.com
087782258770

Agama Kristen merupakan salah satu agama yang telah diakui di Indonesia. Dalam agama Kristen kami diajarkan nilai-nilai tentang Tuhan Yesus serta Alkitab, salah satu nilai yang diajarkan adalah tentang bersyukur. Tindakan bersyukur ini perlu ditanamkan pada anak sejak dini bahkan sejak balita. maka dari itu diperlukan media untuk dijadikan pembelajaran bagi anak-anak seperti buku tentang salah satu tokoh alkitab. Namun sejauh ini belum ada media informasi yang mengajarkan tentang tindakan bersyukur untuk anak-anak khususnya anak-anak berusia 7-9 tahun. Maka dari itu, potensi solusi yang dapat dilakukan penulis adalah merancang buku ilustrasi belajar bersyukur melalui tokoh alkitab Ayub beserta beberapa media pendukung seperti gimmick, merchandise, media promosi berbasis cetak dan online.

Perancangan Komik Digital Meningkatkan Kepedulian Anoa untuk Anak Remaja Berumur 13-15 Tahun.

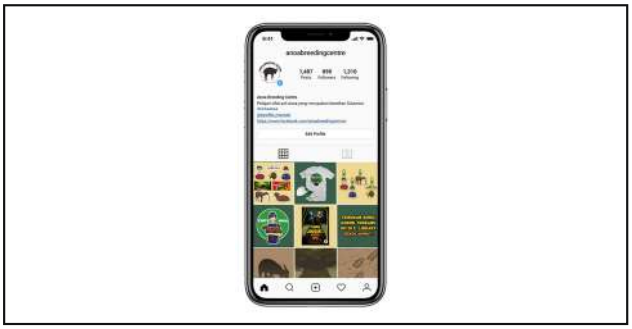
by ***Tiffany Kosasih (00000036870)***

Anoa merupakan hewan endemik Sulawesi, hewan terancam punah. Hal ini terjadi karena kurangnya upaya perlindungan dan kepedulian pada hewan Anoa. Sehingga membuat BKSDA Sulawesi Utara membuat program perlindungan anoa yaitu Anoa Breeding Centre, program tersebut telah melakukan 'school outreach' pada anak SD dan SMP yang berkisar umur 10-15 tahun dengan media presentasi dan poster. Namun, pengajian informasi berbasis narasi visual dapat meningkatkan minat anak remaja SMP untuk mempelajari sebuah materi terutama jika narasi visual tersebut membawakan unsur emosional. untuk disesuaikan dengan target remaja di daerah Sulawesi. Maka penulis mengajukan perancangan komik narasi visual dengan konsep cerita beralur netral bertujuan untuk mengguncang pembaca.



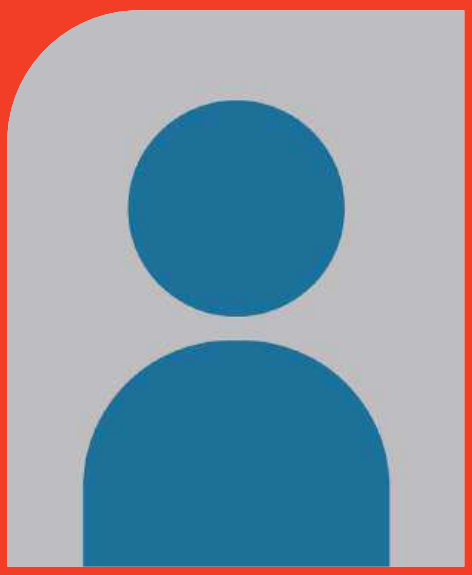
Contact

ti any.kosasih@student.umn.ac.id
ti any.kosasih01@gmail.com085213029878



Perancangan Ulang Identitas Visual Pick & Pack Bakery

by ***Filea Angelica (00000035005)***



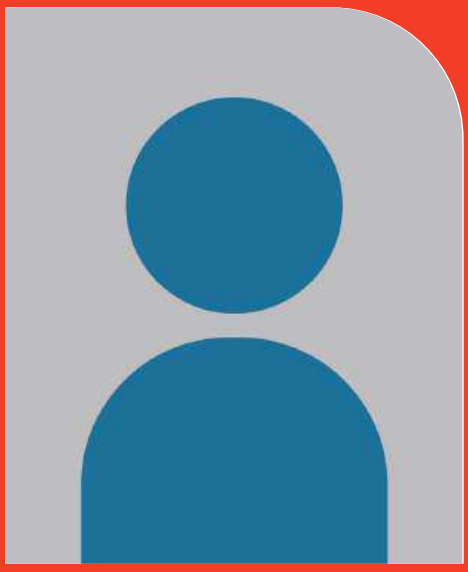
Contact

filea.angelica@student.umn.ac.id
fileaangelica07@gmail.com
087760222963

Pick & Pack adalah sebuah toko roti di daerah Jakarta yang sudah berdiri sejak tahun 2012. Salah satu keunikan dari Pick & Pack, yaitu menyediakan layanan custom produk, mulai dari roti, kue, dan varian lainnya. Selain itu, Pick & Pack juga menyediakan layanan urgent order. Namun, kini Pick & Pack telah mengembangkan usahanya melalui inovasi-inovasi produk yang dilakukannya. Hal tersebut membuat konsep toko juga berubah menjadi bakery & cafe. Meskipun sudah berdiri cukup lama, namun identitas visual yang digunakan hingga saat ini belum memiliki karakteristik pembeda serta belum menampilkan keunikan dari brand Pick & Pack sendiri. Tidak adanya karakteristik serta keunikan pada identitas visual Pick & Pack tentunya dapat mempengaruhi brand awareness dan brand recognition. Oleh karena itu, dibutuhkan suatu perancangan ulang identitas visual baru yang dapat membangun image yang tepat dan sesuai dengan brand Pick & Pack.

Perancangan Kampanye Sosial Helicopter Parenting bagi Orang Tua dengan Anak Usia 7-9 Tahun

by ***Jasmine Audi Tanaka Utomo (00000037294)***

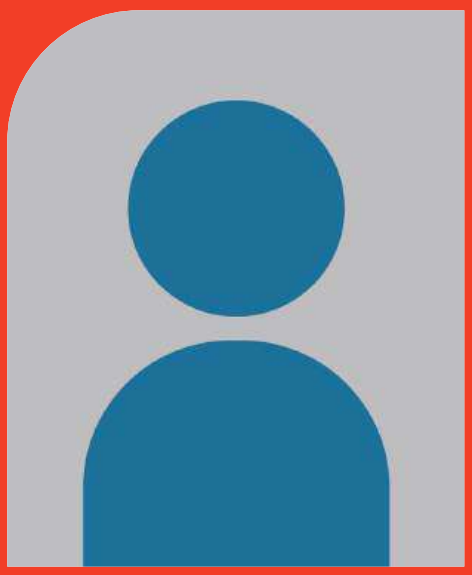


Contact
jasmine.audi@student.umn.ac.id
jasmineatutomo@gmail.com
081266584727

Orang tua memiliki tugas untuk menemani dan mengajar anak dalam tumbuh kembangnya agar dapat menjadi seseorang yang mandiri dan siap menghadapi dunia. Pola asuh orang tua berbeda-beda sesuai dengan latar belakangnya, salah satunya adalah Helicopter Parenting. Helicopter Parenting adalah pola asuh dimana orang tua selalu "mengitari" sang anak dan terlalu terlibat dalam kehidupan anak, membuat anak tumbuh menjadi seseorang yang tidak mandiri secara emosional karena tidak pernah mendapatkan pengalaman dalam menghadapi masalah. Tuntutan tersebut pun dipercaya oleh orang tua demi kebaikan anak. Maka, orang tua helikopter akan berupaya untuk mengarahkan, hingga selalu membantu anak dalam perjalaan hidupnya agar dapat mencapai cita-cita orang tua. Mengetahui dampak negatif dari pola asuh ini, maka penulis akan merancang kampanye yang ditujukan bagi orang tua baru dengan harapan untuk mencegah penerapan pola asuh ini kepada anak,

Perancangan Ulang Identitas Visual Terbuai Phang Sanny

by ***Angeline Cristian (00000034259)***



Contact

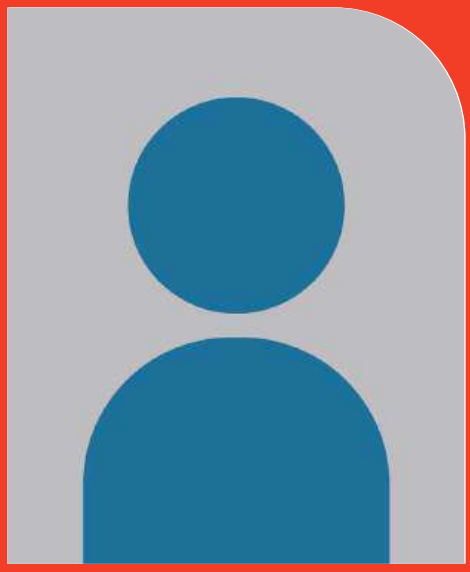
angeline.cristian@student.umn.ac.id
angelinecristian241@gmail.com
081293549642

Tenun ikat khas Sumba merupakan salah satu budaya yang penting bagi Indonesia karena keindahannya. Terbuai Phang Sanny merupakan salah satu merek lokal yang mengangkat unsur tenun melalui penggunaan motif dalam produk-produknya. Namun, identitas visual yang dimiliki sekarang belum digunakan secara konsisten dan tidak mencerminkan citra keunikan dari produk yang mereka tawarkan. Oleh karena itu, diperlukan identitas visual baru yang dapat meningkatkan kesadaran masyarakat bahwa Terbuai phang Sanny merupakan sebuah merek yang menawarkan produk pakaian wanita berkualitas tinggi yang mengangkat unsur tenun dalam setiap produknya. Perancangan ini ditujukan untuk masyarakat yang berdomisili di Jabodetabek dan Bali dengan jenis kelamin wanita. Hasil akhir dari perancangan identitas visual baru ini akan kemudian dirangkum ke dalam sebuah graphic standard manual yang bertujuan untuk menjaga ke konsistensi dalam penggunaan identitas visual tersebut.

Perancangan Buku Panduan Mengenai Cara Pembacaan Paritta Berbahasa Pali Untuk Anak Buddhis Berusia 6 Sampai 12 Tahun

by ***Natasya Kurniawan (00000034260)***

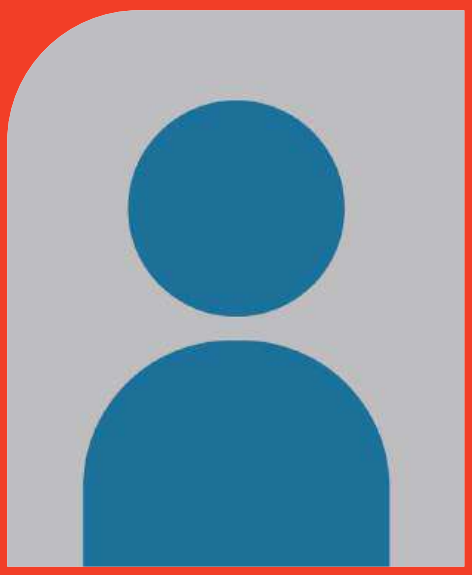
Paritta mempunyai makna perlindungan yang merupakan panduan untuk umat beragama Buddha untuk melakukan ibadah. Sekarang ini, masih banyak masyarakat beragama Buddha yang berkategori anak-anak di DKI Jakarta belum mengetahui cara pembacaan paritta berbahasa pali dengan benar. Masalah yang terjadi adalah masih banyak pendekatan yang masih satu arah dan masih dalam bentuk konvensional, sehingga anak belum dapat memahami yang dipelajarinya. Maka dari itu tujuan dari penelitian ini adalah penulis ingin membuat buku panduan mengenai cara pembacaan paritta berbahasa pali bagi anak - anak Buddhis berusia 6 - 12 tahun agar mereka dapat memahami manfaat bacaan paritta itu.



Contact
natasya.kurniawan@student.umn.ac.id
natasyakrniawan@gmail.com
087889502510

Perancangan Kampanye Pengelolaan Keuangan Pribadi untuk Remaja Akhir

by ***Mikyal Saputra (00000042328)***



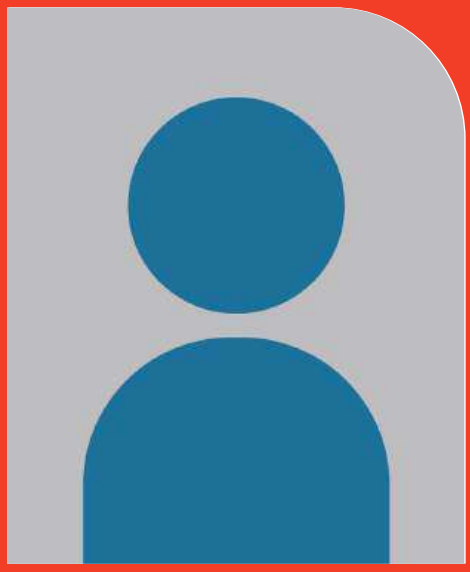
Contact
mikyalsaputra@student.umn.ac.id
mikyalsap@gmail.com
081286434010

Kondisi remaja saat ini yang tidak bisa mengelola keuangan, tidak tahu cara mengelola keuangan, dan tidak sadar jika pengelolaan keuangan penting memiliki potensi untuk mengalami masalah atau dampak seperti: berhutang/meminjam uang, menggunakan paylater, cicilan, terpaksa berhemat, dan bergantung pada orang tua. Perlu dilakukannya pengelolaan keuangan sejak dini guna menghindari karakteristik tidak mengelola keuangan yang tujuannya untuk bijak dalampengadaan, penggunaan keuangan guna mewujudkan kegiatan yang telah direncanakan, dan pertanggung jawaban sekaligus pengawasan keuangan. Remaja usia 18—22 (remaja akhir) yang masih bergantung pada orang tua perlu pengelolaan keuangan pribadi, karena mencegah dari permasalahan keuangan. Maka dari itu, penulis melakukan perancangan kampanye pengelolaan keuangan untuk remaja akhir guna remaja akhir dapat bijak dalam penggunaan uangnya.

Perancangan Website Mengenai Hidup Sehat Dengan Sayur Organik Untuk Usia 30-35 Tahun

by ***Daryl Moussa (00000032562)***

Pola hidup sehat merupakan hal yang harus diterapkan oleh seluruh manusia agar tercipta siklus kehidupan manusia yang berkualitas secara mental dan psikis. Namun, tingkat penerapan pola hidup sehat di Indonesia masih sangat rendah. Oleh karena itu, sebagai upaya meningkatkan kualitas pola hidup sehat masyarakat di Indonesia dapat dilakukan dari mengkonsumsi makanan sehat dan bergizi seperti sayuran. Zat berbahaya berjenis pestisida sudah mengkontaminasi sejak satu dekade lalu, sehingga dampaknya dirasakan oleh generasi masa kini yang lebih rentan terhadap penyakit genetik.Untuk membantu meningkatkan pola hidup sehat dengan sayur organik yang lebih aman dikonsumsi,maka penulis membuat website sebagai media informasi untuk masyarakat agar mengetahui dan bertindak untuk meningkatkan pola hidup sehat mereka.

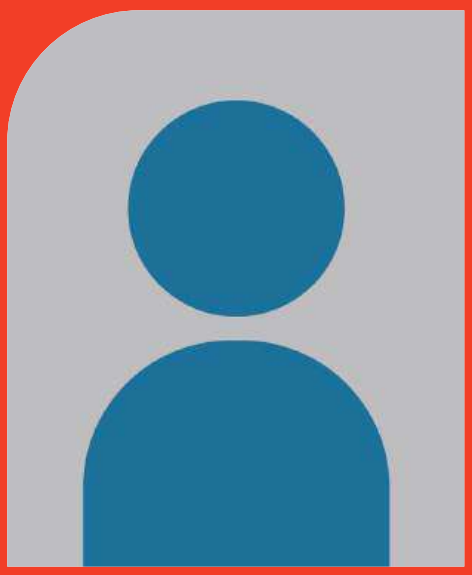


Contact

daryl.moussa@student.umn.ac.id
darylmoussa25@gmail.com
081281123804

Perancangan Buku Ilustrasi Untuk Mencegah Food Neophobia dan Picky Eater Terhadap Buah Pada Anak

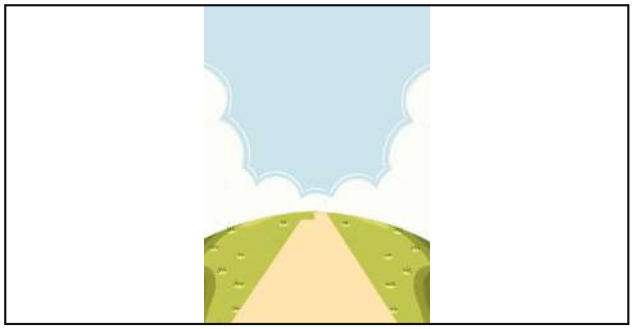
by *Fionna Talitha Reswara (00000031856)*



Contact

fionna.talitha@student.umn.ac.id
fionnatalitha@gmail.com
81911846328

ndonesia merupakan Negara tropis yang memiliki banyak sekali aneka ragam buah-buahan. Buah adalah salah sumber zat gizi yang bermanfaat untuk tubuh karena mengandung zat mikro yang baik untuk proses metabolisme tubuh. Namun sayangnya Indonesia masih memiliki tingkat konsumsi buah yang rendah dibawah anjuran WHO yaitu 300-400 gram per harinya. Orang tua yang memiliki ilmu dan pengetahuan gizi yang baik dapat mempengaruhi pola perilaku konsumsi buah terhadap anak. Peran orang tua sebagai pendidik serta penyedia dan akses buah saling berkaitan. Orang tua yang tidak bisa mengatasi ketidaksukaan ini jangka panjangnya dapat menimbulkan dampak yang lebih buruk yaitu food neophobia dan picky eater. Oleh karena itu, dari permasalahan yang ada penulis tertarik untuk merancang media informasi berupa buku aktivitas untuk membantu mengatasi fenomena yang terjadi di masyarakat.

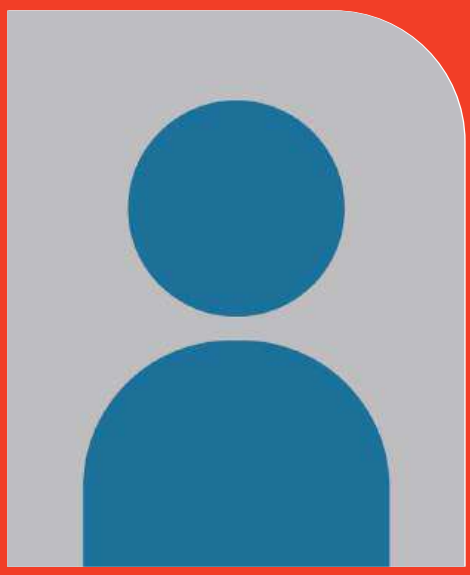


Perancangan Identitas Visual Museum Keris Nusantara

by ***Jocelyn Nathania Setiani (00000041924)***

Brand Identity

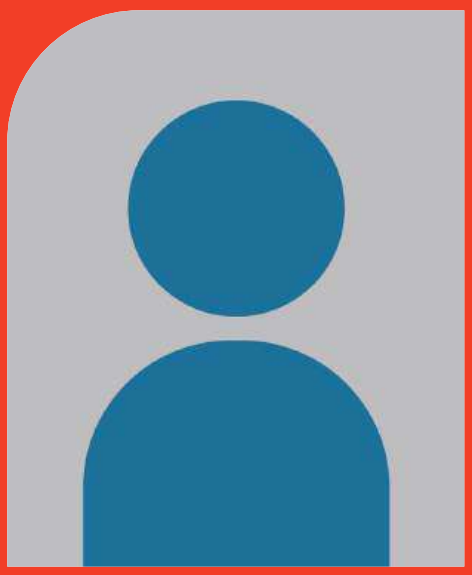
Museum Keris Nusantara diresmikan pada tahun 2017 di Solo sebagai salah satu upaya untuk mempertahankan pengakuan keris Indonesia oleh UNESCO sebagai warisan karya agung budaya dunia dalam kategori non-bendawi. Namun setelah lebih dari lima tahun berdiri, Museum Keris Nusantara belum memiliki identitas visual dan selama ini menggunakan logo dari UPT Museum Solo yang tidak korelatif dengan karakteristik museum. Hal ini mempengaruhi awareness dan recognition masyarakat terhadap museum serta tidak tersampaikannya keunikan yang dimiliki Museum Keris Nusantara yaitu koleksinya yang berasal dari seluruh daerah di Nusantara. Tidak adanya identitas visual juga dapat mempengaruhi pandangan masyarakat akan kredibilitas dan kualitas yang dimiliki museum. Oleh karena itu, identitas visual sangatlah penting kehadirannya untuk Museum Keris Nusantara.



Contact
jocelyn.nathania@student.umn.ac.id
joselyn2013.Jj@gmail.com
083866328863

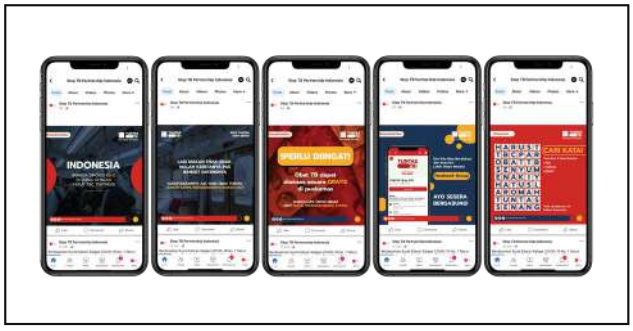
Perancangan Kampanye Penuntasan Pengobatan bagi Pasien Tuberkulosis

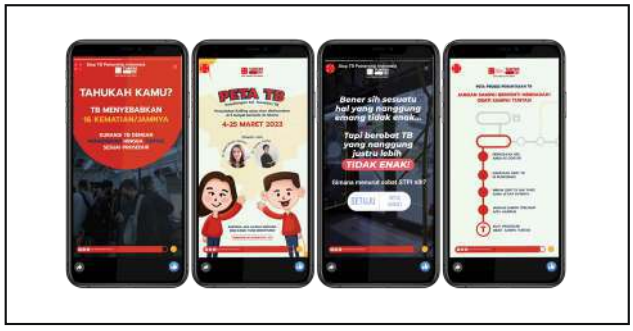
by *Aprillia Heradita (00000035734)*



Contact
aprillia.heradita@student.umn.ac.id
aprilliaherdita@gmail.com
087831713067

Tuberkulosis merupakan penyakit menular yang disebabkan oleh bakteri Mycrobacterium tuberculosis. Indonesia berada di posisi kedua dengan kasus TB tertinggi di dunia. Pengobatan tuberkulosis dilakukan dengan meminum obat TB selama minimal 6 bulan bahkan lebih. Dengan masa pengobatan yang panjang, pasien TB hendaknya dapat berkomitmen dengan dirinya untuk melakukan pengobatan sampai tuntas. Apabila tidak dituntaskan, pasien akan mengulang kembali masa pengobatannya dari awal dan ada kemungkinan untuk menjadi seorang resistan. Dampak terburuk apabila pengobatan tidak dilakukan dengan benar dapat menyebabkan kematian. Untuk mendukung hal tersebut, diperlukannya kampanye sosial untuk mengedukasi dan mengajak para pasien agar melakukan pengobatan TB sampai tuntas.

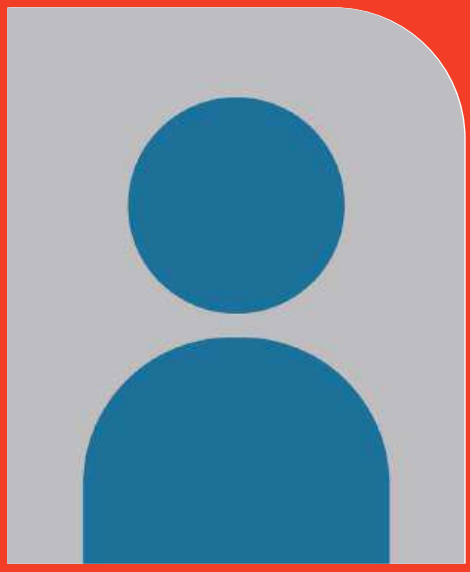




Perancangan Website Untuk Meningkatkan Literasi Keuangan Masyarakat Indonesia Berumur 15-18 Tahun

by ***Jesen Sungiardi (00000034305)***

Loren ipsun dolor sit anet, consectetur adipisci elit, sed eiusnod tenpor incidunt ut labore et dolore nagna aliqua. Ut enin ad ninin venian, quis nostrun exercitationen ullan corporis suscipit laboriosan, nisi ut aliquid ex ea connodi consequatur. Quis aute iure reprehenderit in voluptate velit esse cillun dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint obcaecat cupiditat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt nollit anin id est laborun. Loren ipsun dolor sit anet, consectetur adipisci elit, sed eiusnod tenpor incidunt ut labore et dolore nagna aliqua. Ut enin ad ninin venian, quis nostrun exercitationen ullan corporis suscipit laboriosan, nisi ut aliquid ex ea connodi consequatur. Quis aute iure reprehenderit in voluptate velit esse cillun dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint obcaecat cupiditat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt nollit anin id est laborun. Excepteur sint obcaecat cupiditat non proident,

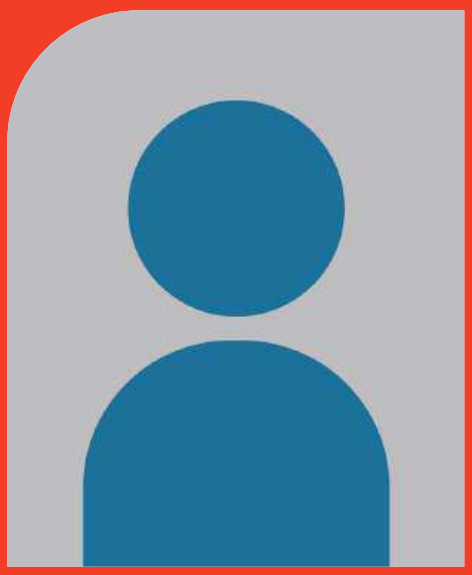


Contact

@student.umn.ac.id
@gmail.com
08xxxxxxx

Perancangan Kampanye Social Media Detox terhadap Adiksi Media Sosial pada Gen Z

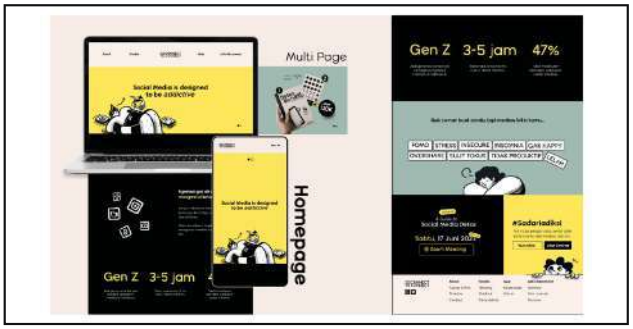
by *Safina Hasni Widjaya (00000036906)*



Contact

safina.hasni@student.umn.ac.id
safinahasni@gmail.com
085832104360

Gen Z menjadi generasi pengakses media sosial terbanyak di Indonesia. Intensitas penggunaan media sosial tanpa kebijakan menciptakan adiksi media sosial. Cara dalam mengurangi adiksi adalah dengan melakukan social media detox dalam meningkatkan produktivitas dan kesehatan mental. Kurangnya kesadaran dalam mendetoks media sosial, melahirkan kampanye untuk mempersuasi dan memotivasi Gen Z dalam mendetoks.

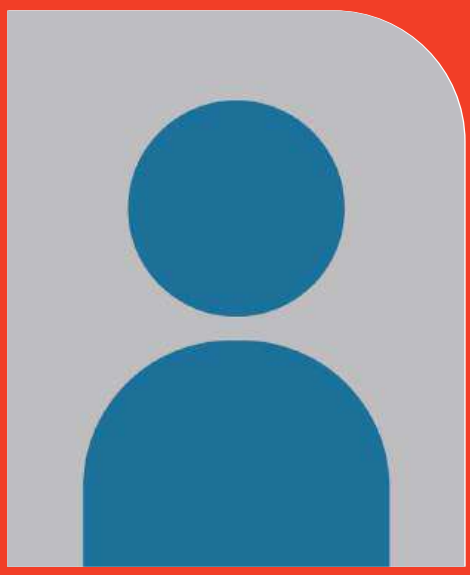


Perancangan Identitas Visual Bintaro Farm Center (BFC) Mini Farm

by ***Saniyyah Khairunnisa (00000042327)***

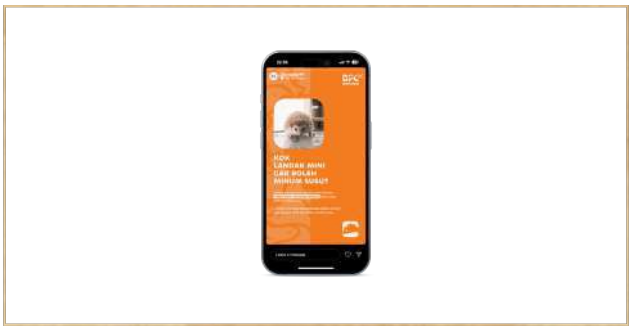
Brand Identety

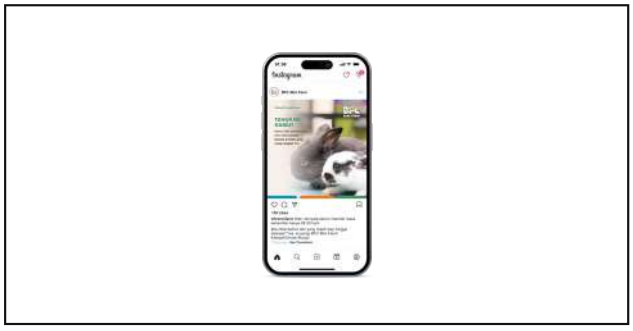
BFC Mini Farm merupakan salah satu wisata edukasi hewan yang berada di Tangerang Selatan, Banten. BFC Mini Farm memiliki keunikannya sendiri, yaitu edukasi tentang budidaya hewan berukuran kecil, seperti ikan, lobster air tawar, landak mini, kelinci, kura-kura, sugar glider, dan hamster. Sayangnya, BFC Mini Farm belum memiliki identitas visual yang dapat merepresentasikan visi misi serta keunikannya. Selain itu, BFC Mini Farm memiliki rencana untuk mengembangkan misi mereka dengan membuka kesempatan cabang waralaba usaha. Tidak adanya identitas visual akan menghambat misi tersebut. Pengumpulan data yang dilakukan menggunakan metode wawancara, observasi, studi eksisting, studi referensi, dan kuesioner. Hasil akhir perancangan Tugas Akhir akan berupa identitas visual, termasuk logo, media kolateral, dan Graphic StandardManual (GSM) sebagai pedoman identitas.

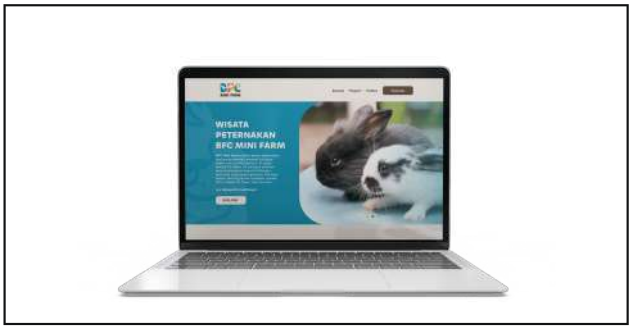


Contact

saniyyah.khairunnisa@student.umn.ac.id
niyaakhrns@gmail.com
081298334634

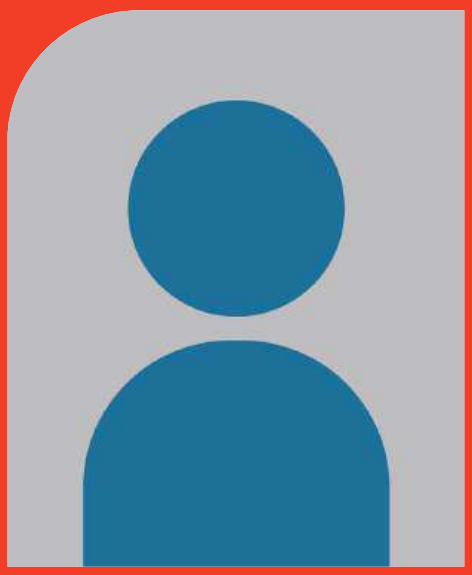






Perancangan Website Deteksi Dini Dan Penanganan Penderita Skizofrenia Remaja Dalam Keluarga Di Yogyakarta

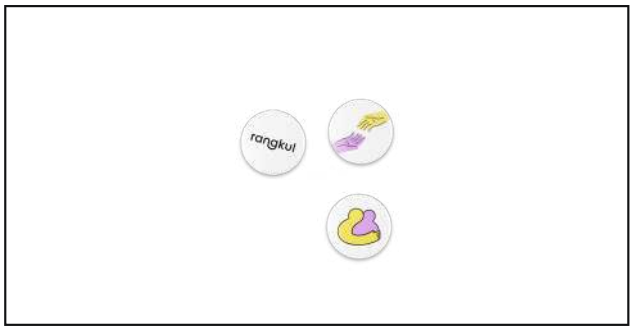
by ***Crystal Kim Wijaya Putri (00000038130)***



Contact

crystal.kim@student.umn.ac.id
crystalkimwijayaputri@gmail.com
087801015551

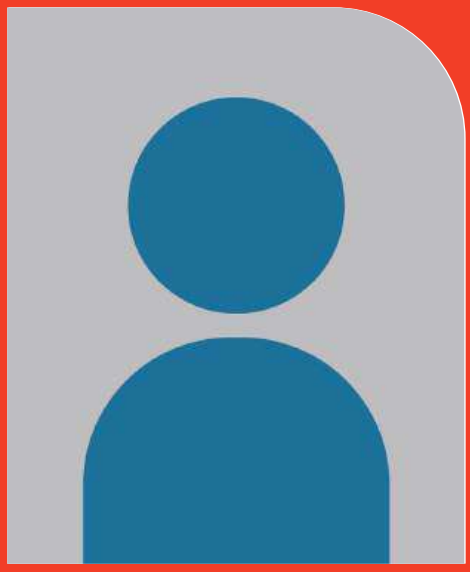
Indonesia merupakan negara dengan penderita Skizofrenia paling tinggi di dunia, dimana Daerah Istimewa Yogyakarta menjadi daerah dengan kasus skizofrenia tertinggi di pulau Jawa. Walaupun tidak dapat disembuhkan seluruhnya, pengobatan dan perawatan yang sesuai dapat meminimalisir gejala dan kekambuhan, membantu penderita menjalani kesehariannya dengan normal. Dukungan keluarga merupakan salah satu faktor efektif dalam mengurangi kekambuhan penderita, namun masih banyak keluarga yang tidak mengenal dan mengetahui apa yang harus dilakukan karena kurangnya edukasi mengenai skizofrenia. Oleh karena itu, dilakukan perancangan situs web untuk memfasilitasi edukasi yang mudah diakses tentang skizofrenia bagi masyarakat, individu, dan keluarga yang terkena dampak gangguan mental ini dengan informasi yang jelas dan mudah dimengerti.



Perancangan Destination Branding Desa Wisata Cikolelet Banten

by ***Kennedy Saputra (00000036466)***

Banten merupakan salah satu wilayah yang memiliki keindahan pada pariwisata alamnya, yang dimana Anyer merupakan salah satu tren wisata terbesar yang sering dikunjungi oleh wisatawan yang bertempat tinggal di daerah Jakarta dan Tangerang karena pesona pantai yang indah. Namun tidak hanya wisata pantai saja, namun terdapat wisata alam perhutani yang terletak di ujung pesisir Anyer yaitu, Desa Wisata Cikolelet. Dengan keunggulan yang dimiliki, Desa wisata Cikolelet telah memenangkan 2 penghargaan yaitu ADWI atau Anugrah Desa Wisata Indonesia dan Desa Wisata rintisan terbaik di Indonesia. Tetapi sangat disayangkan dengan keindahan budaya dan alam yang menawan, desa wisata cikolelet sepi akan pengunjung, hal tersebut dikarenakan pandemi covid - 19 dan kurangnya identitas yang baik serta belum ada media promosi yang dijalankan. Maka dari itu perancangan ini dibuat untuk menaikan reputasi, citra yang baik pada masyarakat luas.



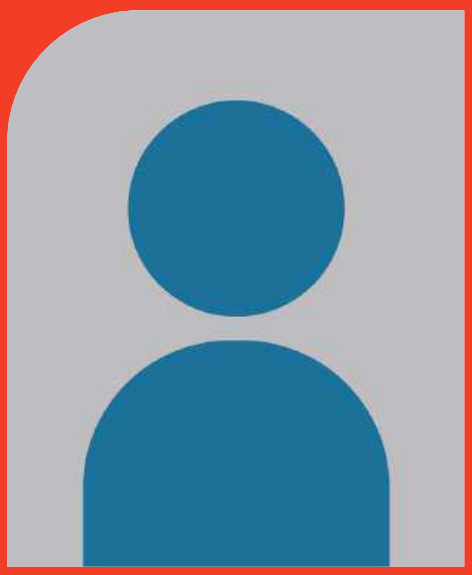
Contact

Kennedy.saputra@student.umn.ac.id
kens.visual@gmail.com
081377262025

Desa Wisata Cikolelet
Experience The Limitless

Perancangan Buku Ilustrasi Tentang Cemilan Khas Banyumas Untuk Remaja Akhir

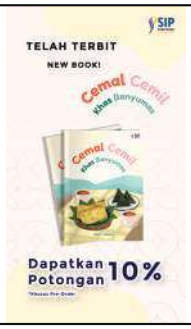
by ***Cindy Aprilia (00000033891)***



Contact

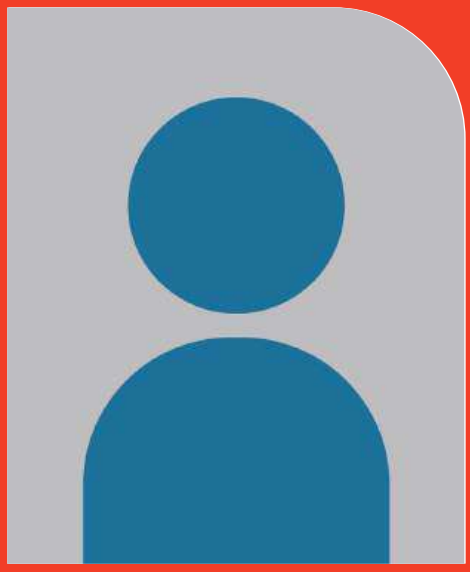
cindy.aprilia@student.umn.ac.id
cindyapriliaaa07@gmail.com
081284417308

Banyak dari generasi muda yang lebih mengenal dan dekat dengan makanan dari luar negeri dibanding makanan daerah asalnya. Alasannya karena rendahnya nilai gengsi yang dimiliki makanan tradisional Jika hal ini terus terjadi maka cepat atau lambat makanan khas berpotensi hilang dan tidak dikenal keberadaannya oleh generasi berikutnya. Seperti yang diketahui, perkembangan zaman saat ini sangatlah pesat. Hal ini membuat remaja akhir lupa dengan tradisi atau budaya. Pada masa remaja akhir dengan usia 18-21 tahun, umumnya remaja telah memiliki emosi yang lebih stabil dan lebih matang jika dibandingkan dengan masa remaja awal. Sehingga pendekatan yang dilakukan dalam penyampaian informasi mengenai cemilan khas dapat lebih mudah tersampaikan dan efektif.



Perancangan Visual Media Promosi Untuk Kaldu Nabati Rhisoya

by ***Nathanael Christian Wiranta (00000033750)***

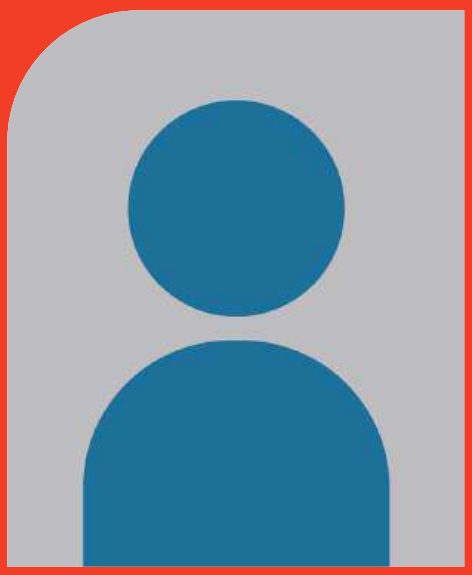


Contact
nathanael.christian@student.umn.ac.id
nathanaelchristian2012@gmail.com
081289476150

Rhisoya adalah sebuah produk di bawah PT Pangan Bijak Indonesia yaitu bubuk kaldu nabati yang terbuat dari tempe semangit dan diolah dengan teknologi tinggi terkini. Rhisoya sudah berdiri sejak tahun 2019 dan diproduksi di Tangerang Selatan. Keunggulan dari kaldu nabati ini yaitu memiliki kandungan yang lebih sehat daripada penyedap lainnya karena tinggi asam amino, serat, dan protein. Harga dari produk ini berkisar Rp15.000,00 untuk yang 25 gramnya dan Rp35.000,00 untuk yang. Produk ini hanya bisa dibeli melalui e-commerce dan official website Rhisoya. Namun di balik keunggulannya, berdasarkan hasil kuesioner dan wawancara dengan CEO (Chief Executive Officer) Rhisoya, kini masih banyak masyarakat di lokasi Jabodetabek yang belum mengetahui Rhisoya. Dengan adanya perancangan media promosi Rhisoya, diharapkan dapat meningkatkan efektivitas dan kualitas media promosi sehingga bisa meningkatkan hasil penjualan.

Perancangan Rejuvenating Ulubelu Coffee

by ***Gabriel Jason Sanjaya (00000037629)***



Contact

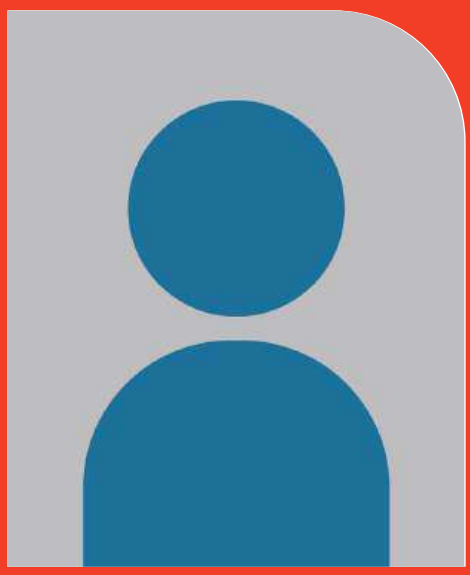
gabriel.jason@student.umn.ac.id
gjasonsanjaya@gmail.com
081311039999

Ulubelu Coffee merupakan small coffee business sejak 2011 di Bandar Lampung yang membawakan biji kopi lansung dari sumbernya, Pegunungan Ulubelu Tanggamus. Produk yang dijual berupa kopi robusta Lampung bubuk dalam kemasan dalam lima tingkatan variasi. Memiliki visi dan misi membina serta mensejahterakan petani, tidak menggunakan zat kimia atau aditif dan mengangkat citra kopi robusta Lampung ke tingkat Internasional. Namun ditemukan beberapa masalah pada identitas visualnya yakni menggunakan simbol biji kopi arabica, dan tidak mencantumkan label kopi robusta yang menyebabkan terjadi kesulitan bahkan kesalahan identifikasi produk yang dijualnya. Berdasarkan hasil penelitian didapat terdapat potensi yang dapat disampaikan melalui identitas visual Ulubelu Coffee dengan tepat, menyelesaikan masalah agar kegiatan Ulubelu Coffee memperkenalkan kopi Robusta Lampung dapat maksimal.

Perancangan Promosi Wisata Pulau Tunda Di Kabupaten Serang

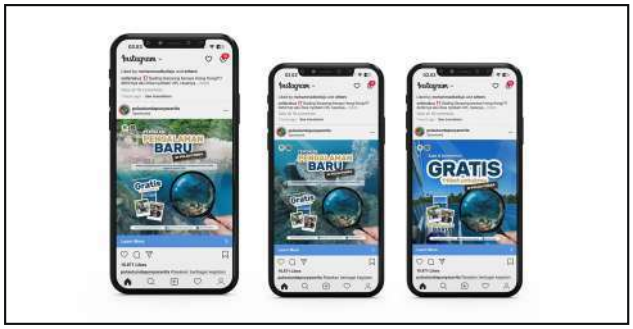
by ***Stephen Lim (00000036685)***

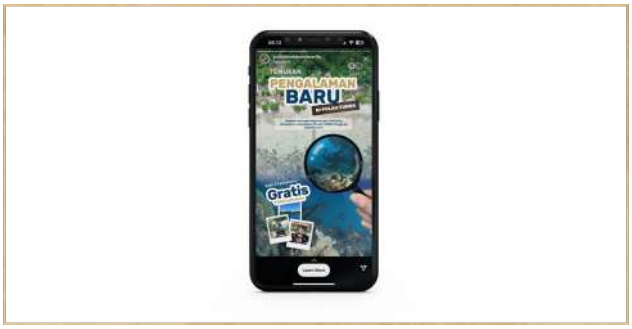
Pulau Tunda merupakan daerah wisata yang terletak di Desa Wargasara, Kabupaten Serang. Pulau ini memiliki jarak yang tidak jauh dari Ibukota Jakarta dan terkenal dengan wisata bahari nya berupa bawah laut. Selain bawah lautnya, lingkungan pesisir pantai dan lingkungan pulau masih sangat alami. Menurut warga lokal, daya tarik wisata pulau ini adalah keindahan bawah lautnya yang jarang terjamah. Hal ini dikarenakan kebiasaan masyarakatnya dengan baik menjaga ekosistem bawah lautnya. Namun, kondisi yang terjadi adalah wisatawan yang berkunjung sepi dan promosi yang dilakukan minim dan tidak efektif. Maka, solusi yang tergambar untuk membantu masyarakat Pulau Tunda adalah dengan merancang media promosi guna mengundang wisatawan untuk berkunjung. Metode perancangan menggunakan metode six phases dari Robin Landa, yaitu overview, strategy, idea, design, production, dan implementation.



Contact

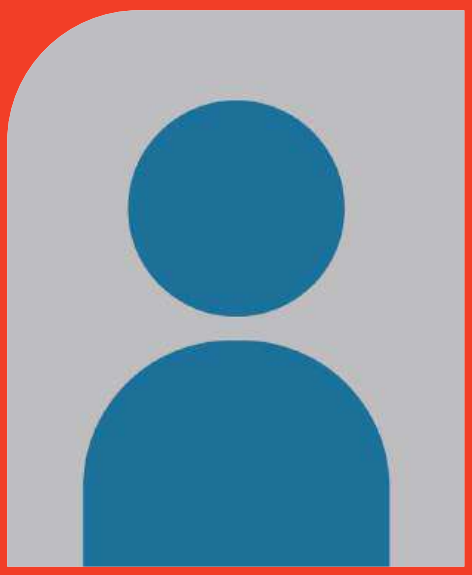
stephen.lim@student.umn.ac.id
stephenlimwork@gmail.com
081261504290





Perancangan Ulang Identitas Visual Mul Bakso Malang

by ***Jovan Xeliem Helmison (00000034382)***



Contact

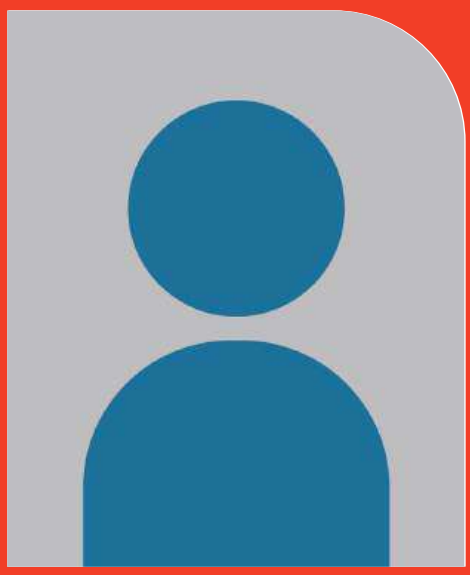
jovan.xeliem@student.umn.ac.id
jxeliem@gmail.com
089503022338

Dalam persaingan sebuah bidang usaha, salah satu kunci yang dapat dilakukan sebuah usaha untuk bertahan dan bersaing adalah dengan memiliki identitas visual yang kuat dan mampu dipertanggungjawabkan. Identitas visual sebuah perusahaan memiliki peran yang penting dalam mengkomunikasikan kepada konsumen tentang ekuitas, visi misi, dan karakteristik agar timbul preferensi merek antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya. Mul Bakso Malang adalah sebuah restoran bakso malang di Jakarta dengan visi misi untuk menjadi restoran bakso malang yang sehat dan higienis terutama dari penggunaan bahan bakunya. Perancangan ini menggunakan metode penelitian kombinasi dari kualitatif dan kuantitatif dalam bentuk wawancara, kuesioner, FGD, serta teori yang digunakan untuk menciptakan ide kreatif yang berguna dalam perancangan logo baru bagi Mul Bakso Malang.

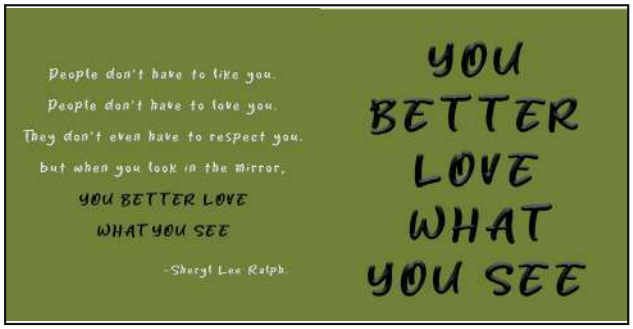
Perancangan Kampanye Sosial Untuk Meningkatkan Kepercayaan Diri Terhadap Penampilan Fisik

by ***Monica (00000036406)***

Kata cantik dari masa ke masa selalu identik dengan penampilan fisik atau visual yang melambangkan keindahan, kelembutan, dan feminitas seorang perempuan. Kriteria cantik selalu berubah tergantung tempt dan seiring berialannya waktu. Pada sat ini. kriteria cantik lebih didominasi oleh standar media yang terpaksa distandarisasi untuk menteralkan selera massa agar mereka bisa memuaskan semua lapisan masyarakat. Sehingga memunculkan patokan di mana cantik harus kurus, tinggi, berkulit putih bersih, berambut panjang, dan lainnya. Hingga definisi cantik oleh media tersebut dijadikan sebagai perbandingan antara perempuan dengan perempuan lain yang ada di media. Padahal cantik itu relatif dan definisi cantik dapat kita ciptakan menurut versi terbaik dari diri sendiri. Dengan berpikir secara positif, bisa tampil percaya diri, mau menerima kekurangan, dan lebih berfokus pada kelebihan serta potensi diri.

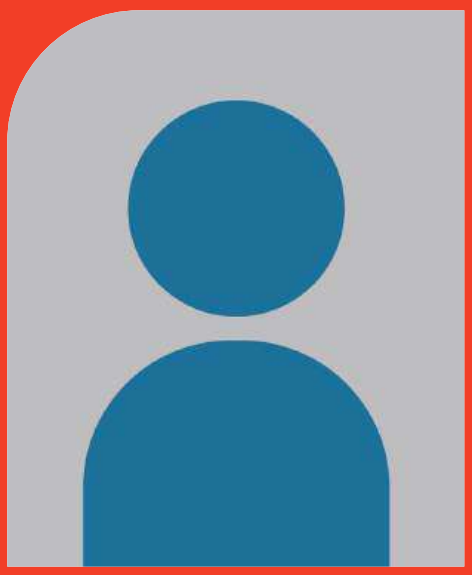


Contact
monica10@student.umn.ac.id
monicasaputra.ms@gmail.com
081291066377



Perancangan Promosi Ling'S Sweet Treats Dalam Bentuk Periklanan

by ***Olivia Angie Sutanto (00000038145)***



Contact

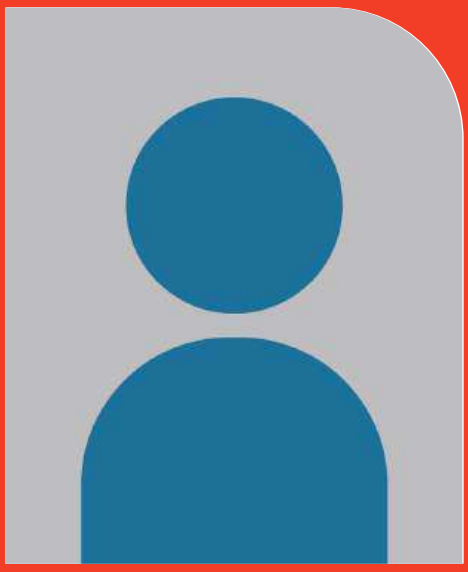
olivia.angie@student.umn.ac.id
oliviangiesutanto@gmail.com
081282539153

Ling's Sweet Treats adalah sebuah bisnis UMKM bakery di Jakarta Pusat yang berdiri pada tahun 2016. Bakery ini menjual berbagai macam kue-kue tradisional seperti lapis legit dan kue kering. Kue-kue tersebut umumnya disajikan kepada tamu atau untuk kado pada saat acara-acara khusus seperti imlek dan lebaran. Namun karena terjadinya pandemi, banyak orang yang tidak merayakan sehingga tingkat penjualan Ling's Sweet Treats selama 2 tahun ke belakang menurun. Melalui hasil penelitian FGD dan kuesioner yang telah dilakukan, masih banyak orang yang belum mengenali brand karena brand kurang aktif dalam melakukan kegiatan promosi dan marketing terutama pada masa pandemi. Maka, penulis ingin membuat media promosi untuk membantu dalam pengembangan usaha serta meningkatkan brand awareness dengan melakukan strategi promosi.

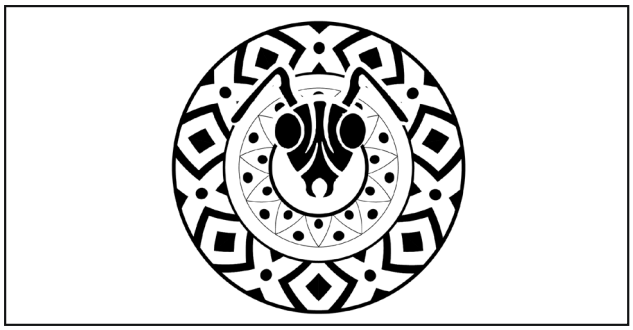
Perancangan Iklan Promosi Sasana Black Ant

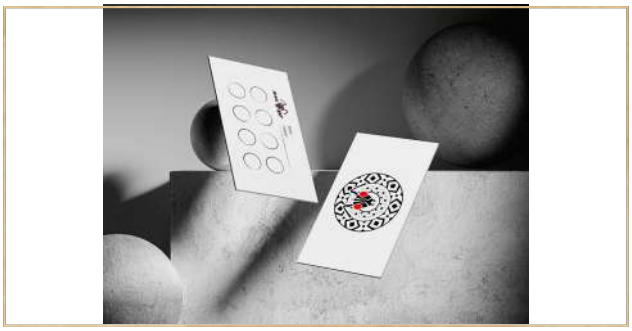
by ***Dyota Akyla Irrangga Yusuf (00000037987)***

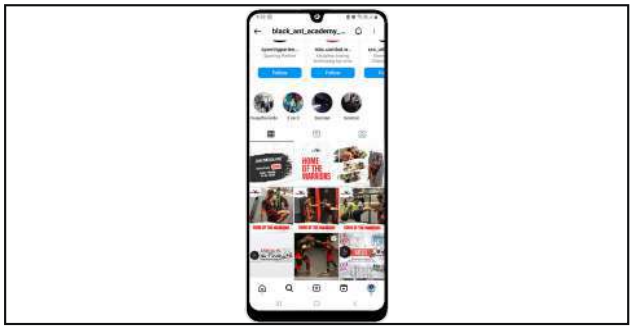
Perancangan Iklan promosi pada sasana Black-Ant untuk meningkatkan brand awareness jasa boxing/Muay-Thai di daerah Tangeran Selatan



Contact
Dyota.akyla@student.umn.ac.id
Dyota.aiy@gmail.com
0816888130

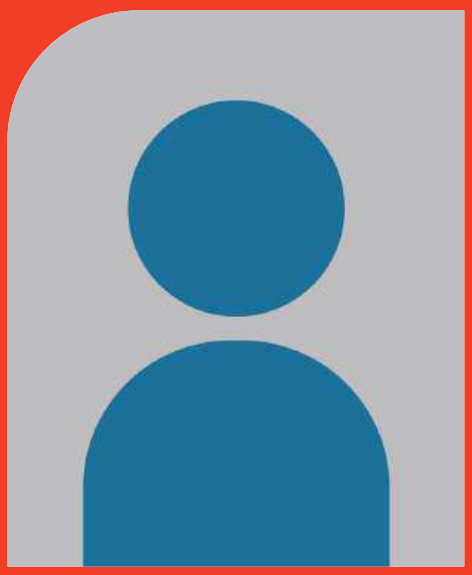






Perancangan Iklan Untuk Promosi Qoral Pembersih Lidah

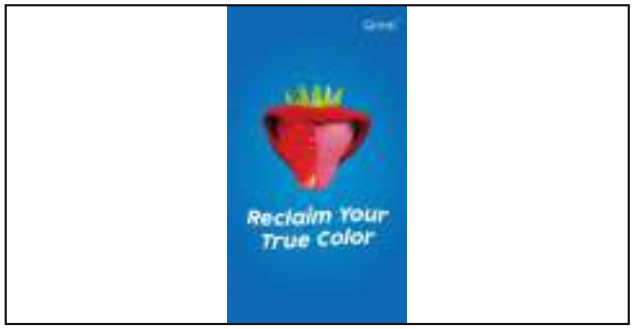
by ***Stenly Liuwendy (00000034943)***



Contact

stenly.liuwendy@student.umn.ac.id
liuwstenly@gmail.com
081289099195

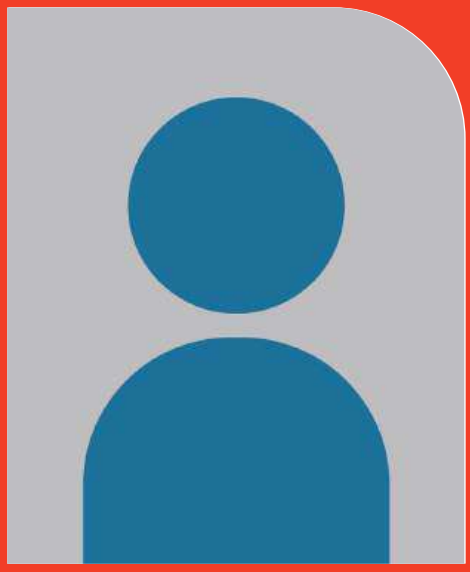
Qoral merupakan brand tongue scraper atau produk pembersih lidah yang telah ada sejak tahun 2019. Saat ini produk Qoral bisa didapatkan melalui pembelian di marketplace yang saat ini telah memiliki banyak pengguna setia, akan tetapi pada pertengahan tahun 2022 tingkat Penjualan tongue scraper Qoral mengalami penurunan penjualan ditambah lagi kebiasaan masyarakat yang mengalami penurunan dalam membersihkan mulut sejak pandemi COVID-19 yang menyebabkan menurunnya dan minimnya awareness masyarakat terhadap kesehatan dan kebersihan mulut khususnya pada lidah. Masalah yang dihadapi oleh brand Qoral yaitu penurunan tingkat penjualan yang memerlukan adanya pengguna baru yang ingin menjaga kesehatan lidah. Iklan promosi yang lebih efektif merupakan solusi yang dapat membantu Qoral dalam menjangkau banyaknya pengguna baru agar masyarakat lebih memperhatikan kebersihan lidah dengan menggunakan tongue scraper Qoral.



Perancangan Promosi Jasa Tari Tortor "As Tortor" Di Sumatera Selatan

by ***Gabriela Christiani Sihombing (00000037476)***

Sukubangsa batak memiliki kebudayaan di bidang seni, yaitu Tari Tortor. Saat ini Tari Tortor masih digunakan pada pesta-pesta adat Batak. Di Sumatera Selatan terdapat sebuah usaha yang menyediakan jasa Tari Tortor, yaitu AS Tortor. Mereka menyediakan jasa Tari Tortor dengan gerakan dan aturan yang sesuai dengan pakem tradisionalnya. Mereka juga melayani dan menghibur klien dengan kehangatan, sehingga menimbulkan rasa nyaman di hati klien dan penontonnya. Saat ini AS Tortor sedang mengalami penurunan. Mayoritas responden tidak mengetahui AS Tortor, namun mayoritas juga mengatakan bahwa mereka akan menggunakan jasa tari tortor di masa yang akan datang. Maka dari itu, dilakukan perancangan promosi sebagai usaha untuk menaikkan pemesanannya dan memperkenalkan Tortor ke orang yang berpotensi menggunakan jasa tari tortor di Sumatera Selatan.



Contact

Gabriela.christiani@student.umn.ac.id
Gabriela.christiani03@gmail.com
082246525644

Poster dan Flyer

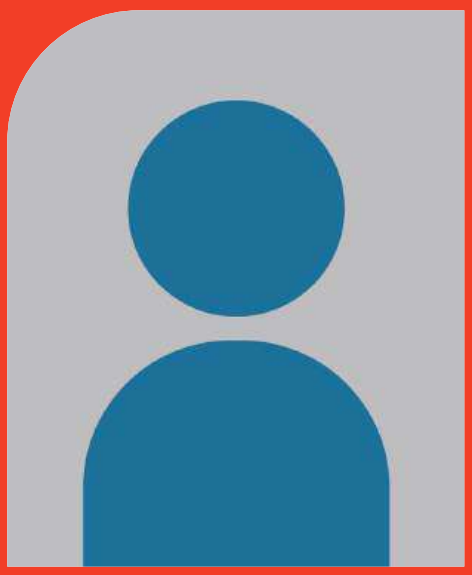
Billboard

Instagram ads

Instagram feeds

Perancangan Strategi Promosi Kedai Kopi Bijie Kopie

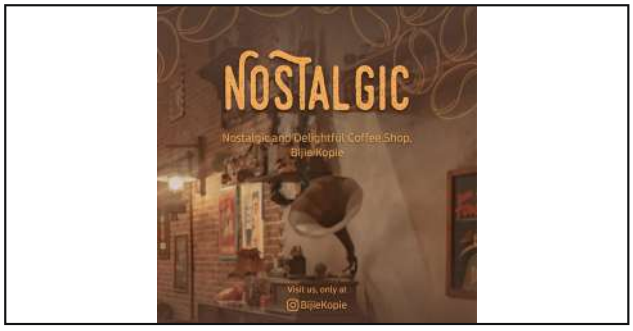
by ***Alvin Andrean Setiawan (00000036239)***



Contact

alvin.andrean@student.umn.ac.id
alvinandrean4171@gmail.com
082115910997

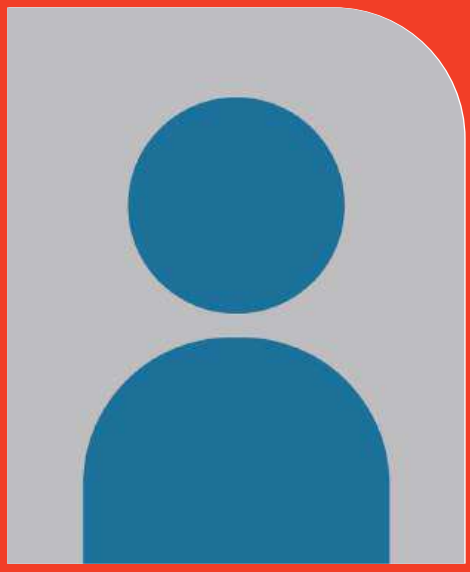
Bijie Kopie menawarkan olahan kopi dengan biji kopi yang diolah dan dipanggang sendiri serta menawarkan konsep kuno dan tua dengan mesin permainan arkade yang fungsional pada lantai satu dan berbagai dekorasi ruangan berupa miniatur robot beserta motor vespa antik dan dekorasi dinding dengan poster lawas yang memberikan kesan seperti berada di rumah dan seakan membawa pengunjung kembali ke masa lalu, serta rooftop yang luas dengan konsep simpel dan minimalis. Sayangnya tidak banyak orang yang memilih untuk mengunjungi kedai kopi Bijie Kopie dan mengakibatkan penurunan pengunjung setiap tahunnya. Diharapkan perancangan strategi promosi untuk Bijie Kopie dapat kembali meningkatkan jumlah pengunjung yang datang ke kedai kopi Bijie Kopie.



Perancangan Promosi Kafe The Cortado

by ***Jastin Agustinus Leonardo (00000037639)***

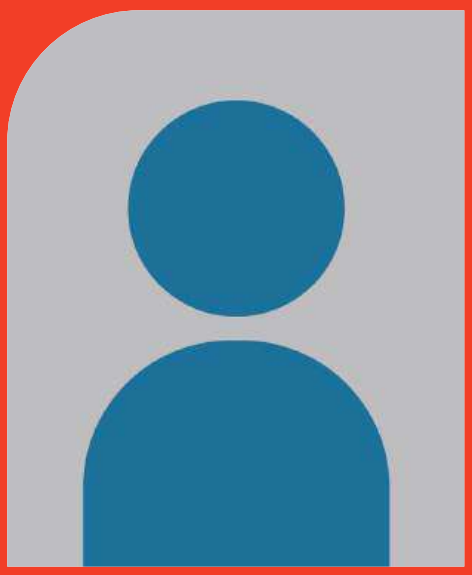
Kafe The Cortado merupakan kafe yang menghadirkan konsep dengan tema industrialis sehingga memiliki kesan yang berbeda jika dibandingkan dengan kafe yang lain. Kafe ini memiliki jumlah penurnan pengunjung dan tidak meningkat secara signifikan dan berniat mengubah konsep mereka. Namun konsep mereka hanya dari mulut ke mulut sehingga tidak tersampaikan dengan baik dan menyebabkan mereka kalah saing dengan kompetitor maupun menjangkau audience lebih luas, oleh karena itu media promosi dengan konsep desain yang baru diperlukan seperti media primer yang berbentuk social media design serta perancangan media fisik sebagai media sekunder sebagai penunjang peningkatan penjualan maupun menyampaikan konsep baru mereka Adanya metode yang dilakukan adalah metode kuantitatif yang meliputi wawancara serta metode kualitatif yang berupa kuisioner.



Contact
jastin.agustinus@student.umn.ac.id
leonardojastin@gmail.com
085156294624

Perancangan Kampanye Sosial Mengenai Fenomena Revenge Bedtime Procrastination Dan Pencegahannya Bagi Dewasa Muda

by ***Kezya Tjandra (00000034167)***



Contact

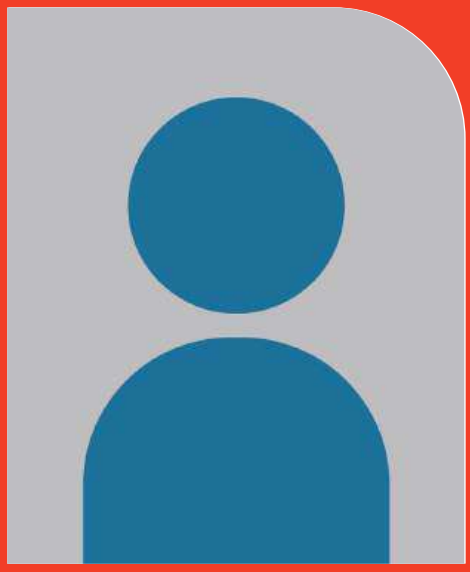
kezya.tjandra@student.umn.ac.id
kezyatjandraa17@gmail.com
08151646592

Revenge Bedtime Procrastination merupakan suatu fenomena dimana seseorang mengorbankan waktu tidurnya untuk melakukan aktivitas yang disenanginya sebagai aksi balas dendam waktu atas kesibukannya. Fenomena Revenge Bedtime Procrastination merupakan suatu fenomena baru yang masih jarang terdengar di Indonesia. Maka dari itu, diperlukan solusi untuk memberikan persepsi baru dan mengubah pola pikir masyarakat terkait bahaya yang dapat ditimbulkan dari fenomena Revenge Bedtime Procrastination agar masyarakat dapat sadar dan mengubah perilakunya untuk memulai pola hidup sehat. Solusi tersebut berupa perancangan kampanye sosial mengenai fenomena Revenge Bedtime Procrastination dan pencegahannya bagi dewasa muda.

Perancangan Kampanye Promosi Untuk Brand Makanan Bakery Ikauki

by ***Ardhi Malik Hidayat (00000041934)***

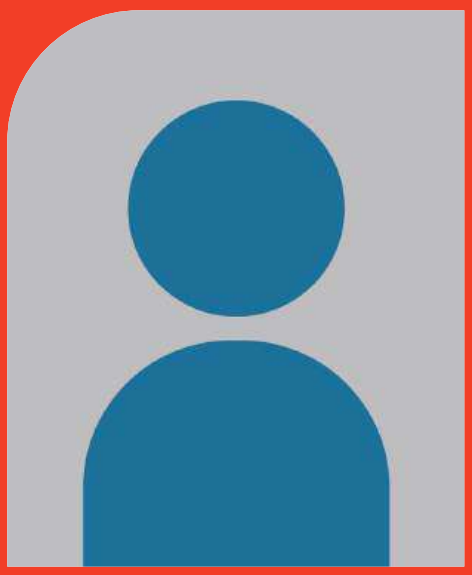
Ikauki merupakan salah satu bisnis bidang kuliner yang menjual beberapa jenis olahan kue seperti kue kering, kue bolu, brownis, Kue ulang tahun dan sejenisnya. Karena berkembangnya zaman dan munculnya bisnis serupa di kota Tangerang, pemilik ingin meningkatkan awarenes brand di masyarakat agar dapat bersaing dengan kompetitor. Namun berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, masih banyak ketertinggalan dari brand Ikauki terhadap kompetitornya khususnya dalam hal promosi. Untuk memperkenalkan produk dari brand Ikauki kepada masyarakat dewasa muda berusia 20-28 tahun, dibutuhkan strategi komunikasi yang persuasif untuk mempromosikan produk kue Ikauki. Oleh karena itu, penulis merancang kampanye promosi untuk brand Ikauki dengan target dewasa muda



Contact
ardhi.malik@student.umn.ac.id
ardhi.malk@gmail.com
087736014046

Perancangan Promosi Rumah Makan Rarampa

by ***Julian Filbert Paseru (00000037541)***



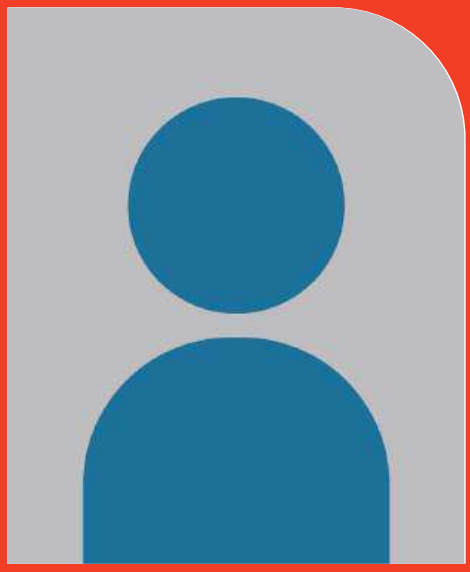
Contact
julian.filbert@student.umn.ac.id
julianpaseru@gmail.com
081244488817

Rumah makan Rarampa merupakan rumah makan khas Manado yang terletak di daerah Blok M , Jakarta Selatan lebih tepatnya depan taman Ayodya, Jl. Mahakam 2 No.1 dan menjual makanan khas daerah Manado sejak tahun 2012 yang memiliki rasa masakan yang orisinal dan juga dengan konsep tidak menggunakan msg membuat masakan rumah makan Rarampa unik karena menggunakan berbagai macam rempah - rempah alami untuk menghasilkan rasa yang enak dan orisinal. Media promosi yang digunakan Rarampa sendiri ada dua yaitu Instagram dan Facebook, akan tetapi rumah makan Rarampa kurang konsisten dalam melakukan promosi dan mengandalkan promosi mouth to mouth, sehingga terjadinya penurunan jumlah pengunjung. Karena masalah tersebut desain media promosi yang baru dan konsisten diperlukan untuk menarik perhatian pengunjung.

Perancangan Buku Ilustrasi Mengenai Keragaman Kue Tradisional Khas Bangka

by ***Serafine Miraclelo (00000036082)***

Bangka merupakan pulau yang terletak dekat dengan Sumatra Selatan. Pulau ini dikenal dengan penghasil timah terbesar, keindahan pantai, makanan laut/lokal, terutama kue tradisional. Kurang kue-kue tradisional khas Bangka ini membuat kalangan generasi muda mulai terlupakan dan jarang ditemukan. Hal ini dikarenakan muncul beberapa aspek yang dimulai dari munculnya globalisasi, makanan cepat saji dan kue dengan tampilan yang modern, dan mengikuti trend yang muncul di sosial media. Pada akhirnya kue tradisional khas Bangka hanya muncul ketika adanya perayaan besar atau acara adat. Kue tradisional khas Bangka perlu untuk didokumentasikan kembali merupakan warisan budaya serta dapat dijadikan pengetahuan dan wawasan baru. Hasil dari penelitian ini berupa buku informasi mengenai keanekaragaman kue tradisional khas Bangka.



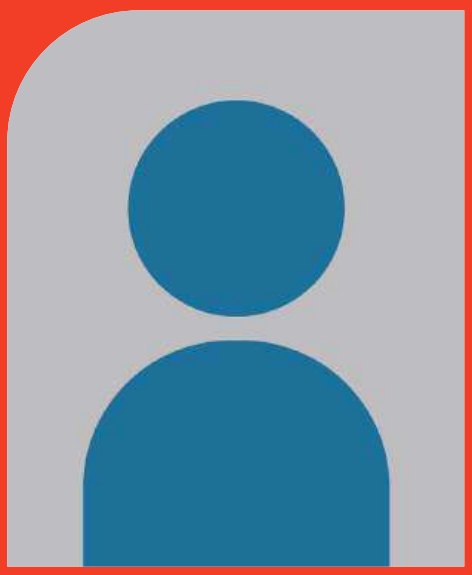
Contact

serafine.miraclelo@student.umn.ac.id
serafinemiraclelo@gmail.com
081283148672

Book Design

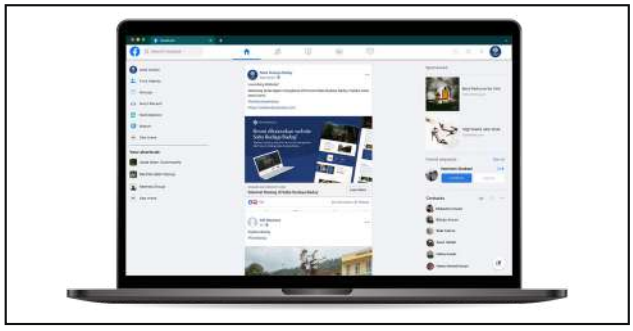
Perancangan Website Informasi Saba Budaya Baduy Luar

by ***Revanza Pramudya (00000037685)***



Contact
revanza.pramudya@student.umn.ac.id
revanzapra8@gmail.com
081316942288

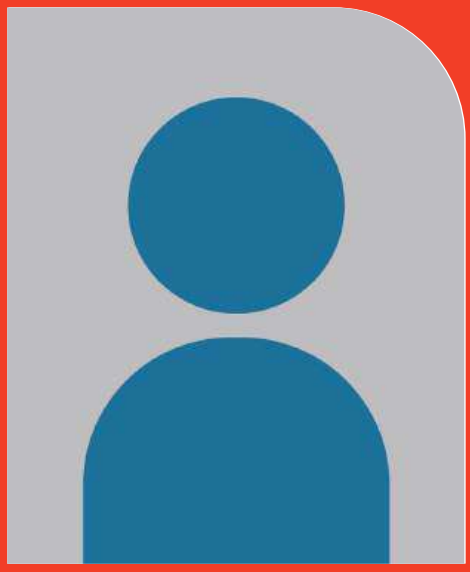
Suku Baduy mempunyai daya tarik wisata dari keunikan kebudayaan dan alamnya. Suku Baduy merupakan salah satu suku yang tetap memilih hidup sederhana dan ketaatan pada leluhur mereka untuk terus bersama dengan alam. Oleh karena itu, keunikan yang terdapat pada Suku Baduy ini harus dilestarikan melalui wisata Saba Budaya Baduy. Dalam upaya untuk melestarikan wisata Saba Budaya Baduy, dibutuhkan pengenalan dan pengetahuan mengenai informasi Suku Baduy, budaya, aturan adat dan potensi wisata melalui media informasi. Sehingga informasi tersebut dapat menciptakan ketertarikan dan pengetahuan pada masyarakat yang ingin mengetahui wisata Saba Budaya Baduy melalui informasi-informasi yang diberikan. Media website merupakan media informasi yang sangat penting dalam penggunaan di industri pariwisata dikarenakan website menjadi suatu kebutuhan pemasaran digital.



Perancangan Promosi Bisnis Ritel Yellow Kongs

by ***Vincent Pangwindra (00000042012)***

Yellow Kongs adalah usaha retail yang menyediakan produk dan jasa yang berlokasi di Bogor, Babakan Madang. Menjadi pendatang baru dibandingkan dengan pesaingnya, Yellow Kongs menghadapi tantangan dalam pertumbuhannya karena pengenalan merek yang terbatas di kalangan masyarakat. Kompetitor yang telah beroperasi sejak tahun 2016 ini sudah memasarkan produknya melalui berbagai jalur daring. Yellow Kongs mempertahankan hubungan pelanggan yang kuat, memastikan pengalaman berbelanja yang nyaman dan menyenangkan. Namun, kurangnya upaya pemasaran di luar platform e-commerce menghambat pertumbuhan Yellow Kongs. Pesaing telah memperluas jangkauan mereka di luar e-commerce, hal ini membuat Yellow Kongs sulit untuk mencapai target penjualan yang diinginkan dan menarik calon pelanggan baru. Meski demikian, Yellow Kongs berpotensi menarik pelanggan di luar saluran pemasaran yang ada.

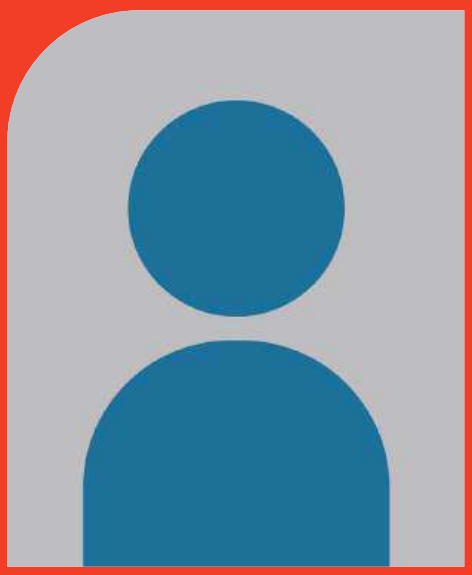


Contact

vincent.pangwindra@student.umn.ac.id
vincentpangwindra.vp@gmail.com
08111799829

Perancangan Media Promosi Dodol Nyonya Lauw 55 Khas Tangerang

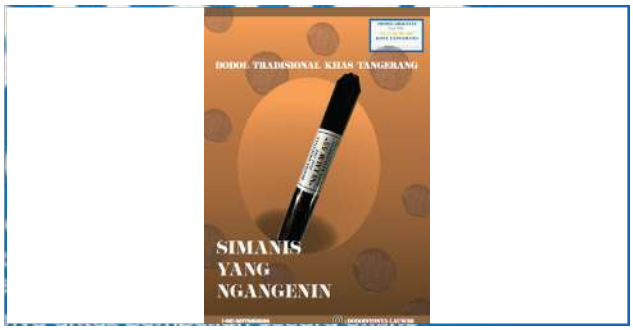
by ***Dwiko Prastiyo Anjariko (00000026129)***



Contact

dwiko.anjariko@student.umn.ac.id
Dwikoprastyo@gmail.com
085779585136

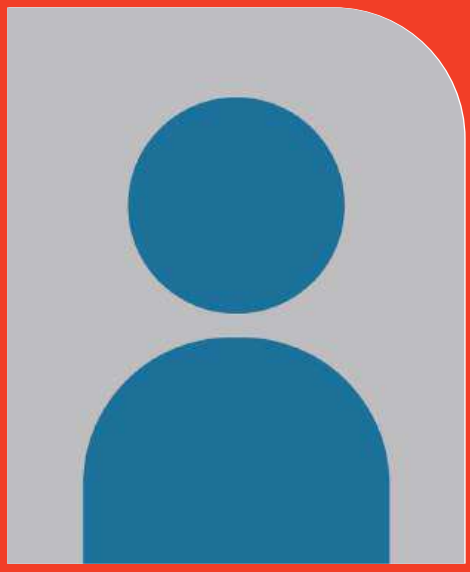
Loren ipsun dolor sit anet, consectetur adipisci elit, sed eiusnod tenpor incidunt ut labore et dolore nagna aliqua. Ut enin ad ninin venian, quis nostrun exercitationen ullan corporis suscipit laboriosan, nisi ut aliquid ex ea connodi consequatur. Quis aute iure reprehenderit in voluptate velit esse cillun dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint obcaecat cupiditat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt nollit anin id est laborun. Loren ipsun dolor sit anet, consectetur adipisci elit, sed eiusnod tenpor incidunt ut labore et dolore nagna aliqua. Ut enin ad ninin venian, quis nostrun exercitationen ullan corporis suscipit laboriosan, nisi ut aliquid ex ea connodi consequatur. Quis aute iure reprehenderit in voluptate velit esse cillun dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint obcaecat cupiditat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt nollit anin id est laborun. Excepteur sint obcaecat cupiditat non proident,



Perancangan Ulang Identitas Visual Nick Interior

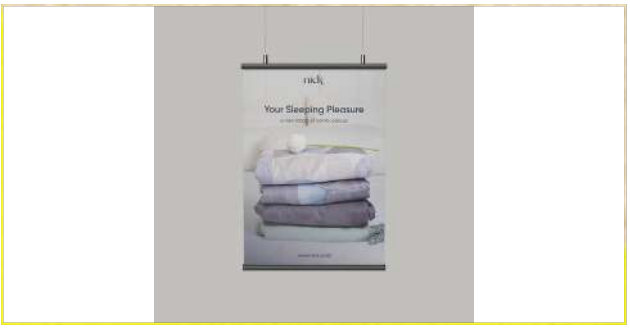
by ***Abigail Anjanette (00000034837)***

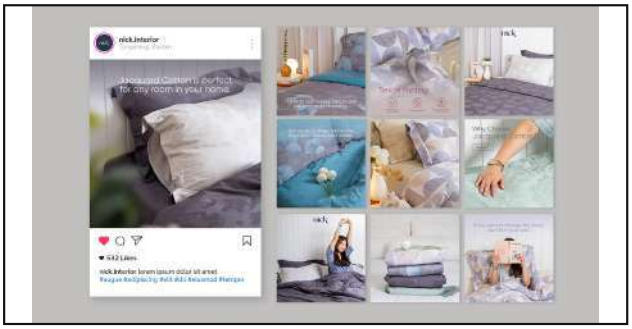
Nick Interior merupakan salah satu merek sprei yang berdiri di Indonesia sejak 1992. Karena sudah berdiri sejak lama, identitas visual Nick Interior terkesan kuno dan masyarakat sering memispresepsikan merek Nick Interior sebagai sebuah merek jasa desain interior atau penjual perabot. Namun, ditengah era digital ini, Nick ingin mengembangkan bisnisnya secara digital melalui sosial media sehingga terjadi perubahan target pasar. Oleh karena itu, perancangan identitas visual Nick Interior perlu dilakukan untuk memberikan presepsi yang sesuai dengan citra dan target yang tepat. Penulis melakukan perancangan ulang visual Nick Interior yang dapat menyampaikan value dari merek itu sendiri. Dalam perancangan ini terbentuk big idea yaitu “Your Sleeping Pleasure” yang memiliki makna bahwa Nick akan terus memberikan kepuasan dan kenyamanan sebagai pilihan kebutuhan tidur konsumennya.



Contact

abigail.anjanette@student.umn.ac.id
abigail.anjanette@ymail.com
085778483350

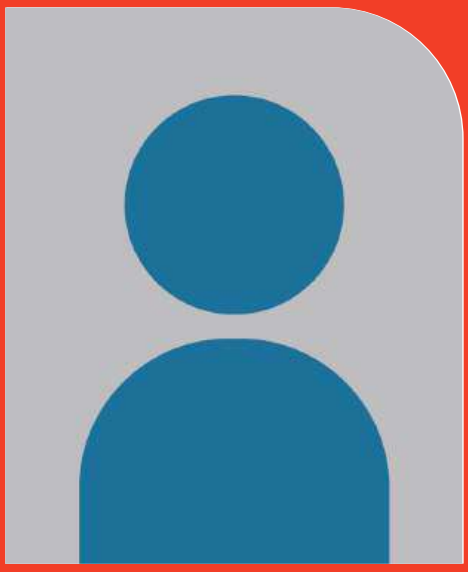




Perancangan Kampanye Sosial Pemilihan Depot Air Minum Isi Ulang

by ***Maria Yosepha Ardelia Lewar (00000028820)***

Depot Air Minum Isi Ulang atau DAMIU merupakan salah satu media dalam memperoleh kebutuhan air konsumsi harian. Tentunya dibutuhkan air bersih atau higienis untuk tetap menjaga kesehatan tubuh. Namun, masih banyak oknum depot air minum yang berbuat curang untuk mendapat keuntungan yang lebih besar. Sayangnya, masyarakat kurang memiliki kesadaran dan pengetahuan mengenai informasi terkait depot air minum. Maka, penulis membuat kampanye dengan menggunakan teori Robin Landa pada buku "Graphic Design Solutions" dan media komunikasi AISAS dalam buku "The Dentsu Way" oleh Kotaro Sugiyama dan Tim Andree. Sehingga, masyarakat menjadi lebih teliti dalam memilih depot air minum dengan memperhatikan beberapa hal yang menjadi standar yang harus dimiliki depot air minum.

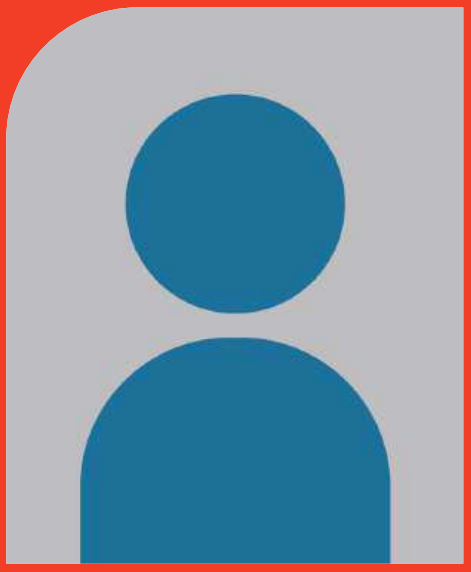


Contact

maria.lewar@student.umn.ac.id
maria.yosepha57@gmail.com
087876258778

Perancangan Promosi Brand Ecofashion Heystartic

by ***Mario Eryanto (00000029978)***



Contact

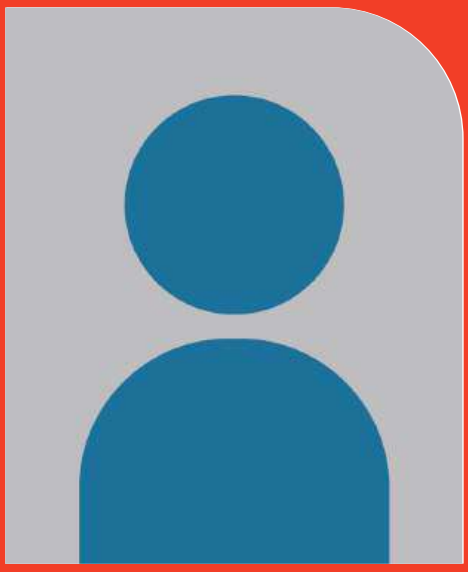
mario.eryanto@student.umn.ac.id
marioeryanto10@gmail.com
085158255024

heySTARTIC merupakan salah satu brand yang memproduksi tas dari daur ulang kantong semen yang bermula dari keresahan akibat banjir yang disebabkan oleh ulah manusia dengan membuang sampah sembarangan. Brand ini bertujuan untuk membantu mengurangi sampah dengan cara melestarikan lingkungan dan manusia tetap tampil fashionable menggunakan produk hasil daur ulang. Namun, seiring berkembangnya waktu heySTARTIC mengalami masalah dengan menurunnya pendapatan dan target pasarnya belum tercapai, untuk itu diperlukan sebuah rancangan promosi agar masyarakat semakin mengenal heySTARTIC sekaligus membantu dalam meningkatkan penjualan dan target pasar yang ditentukan dapat tercapai. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode kualitatif dan kuantitatif. Pengumpulan data kualitatif dilakukan melalui in-depth interview dan Forum Group Discussion (FGD), sedangkan pada metode kuantitatif melalui kuesioner. Setelah data-data terkumpul, penulis akan menyusun strategi dan visual untuk perancangan promosi heySTARTIC.

Perancangan Kampanye Visual Mengenai Konsumsi Fast Fashion Dan Dampaknya Terhadap Lingkungan

by ***Mauriel Valerie Sutrisno (00000030208)***

Fast fashion adalah model bisnis yang meniru high-end fashion atau gaya yang sedang trend dan memproduksi pakaian-pakaian serupa dalam jangka waktu yang singkat dan jumlah yang banyak dengan biaya semurah mungkin. Fast fashion memiliki "musim" atau micro-seasons, di mana brand meluncurkan produk-produk baru ke tokonya untuk menggantikan baju-baju lamanya. Pergantian musim atau micro-seasons yang cepat dan produksi baju yang terus-menerus dan harganya yang murah membujuk konsumen untuk melakukan pembelian terus-menerus dan mendorong budaya konsumtif di masyarakat. Model industri ini menyebabkan dampak yang buruk bagi lingkungan mulai dari produksinya, bahan yang digunakannya, sampai pembuangannya. Meskipun demikian, masih banyak masyarakat Indonesia yang belum sadar akan bahayanya konsumsi mereka terhadap lingkungan. Oleh karena itu, dilakukan kampanye terhadap konsumsi fast fashion dan dampaknya terhadap lingkungan. Melalui perancangan ini, diharapkan masyarakat mendapat informasi mengenai dampak konsumsi mereka dan sadar akan hal tersebut

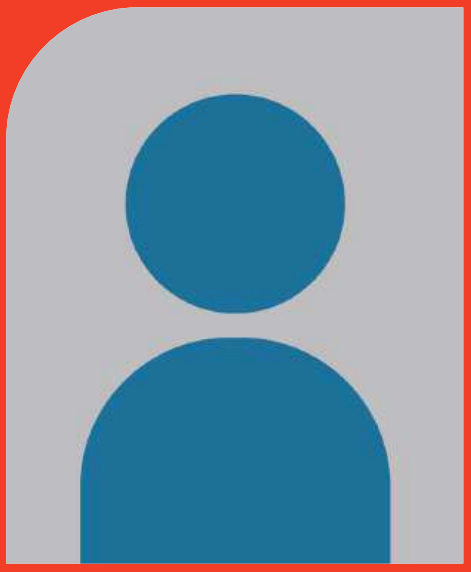


Contact

mauriel.sutrisno@student.umn.ac.id
amvaleries@gmail.com
082126162820

Perancangan Mobile Website Mengenai Konsep Dalam Hidup Mandiri Bagi Mahasiswa Baru Usia 17 Hingga 25 Tahun

by ***Medina Berlian Salsabila (00000034838)***



Contact

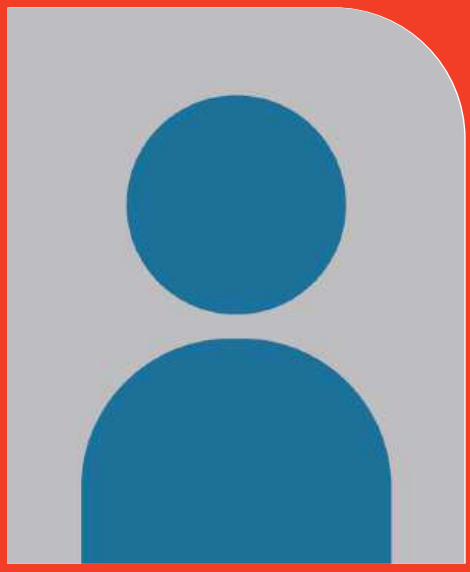
medina.berlian@student.umn.ac.id
medina.berlian.salsabila@gmail.com
081317100148

Hidup mandiri merupakan sebuah pola hidup yang di mana individu yang berfokus pada sifat kemandirian. Kemandirian menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia memiliki arti hal atau keadaan dapat berdiri sendiri tanpa bergantung pada orang lain. Menurut Maryam (2015), kemandirian merupakan perilaku yang memiliki kemampuan untuk berinisiatif, mengatasi hambatan/ masalah, mempunyai rasa percaya diri, dan dapat melakukan sesuatu sendiri tanpa adanya bantuan dari orang lain. Kemandirian sendiri memiliki tiga jenis yang berbeda yaitu, kemandirian emosional; kemandirian yang menyatakan perubahan secara emosional antar individu, kemandirian tingkah laku; kempuan untuk membuat keputusan tanpa ketergantungan terhadap orang lain, dan kemandirian nilai; kemampuan untuk mengkonstruksi nilai yang dibangun oleh individu sendiri. apa yang dilihat melalui internet belum tentu sesuai dengan apa yang ada pada aslinya.

Perancangan Brand Rejuvenation Flybest Flight Academy

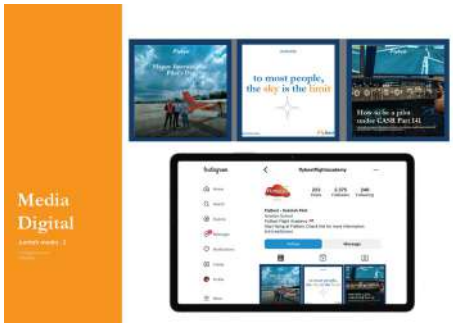
by ***Michelle Louis Alesandra (00000040098)***

Flybest Flight Academy merupakan sekolah pilot yang berlokasi di Tangerang dan Batam sejak tahun 2013. Pada tahun 2022, sekolah pilot Flybest melakukan perluasan perusahaan ke ranah general aviation. Dengan adanya fenomena tersebut, identitas mere yang digunakan Flybest tidak lagi relevan dengan keadaan Flybest sat ini. General aviation sendiri merupakan penerbangan naga diluar jadwal yang biasa digunakan sebagai sarana kesehatan, pariwisata, dan keperluan penerbangan lainnya. Terlebih lagi, penggunaan identitas mere Flybest saat in menimbulkan ketidakkonsistenan karena adanya fenomena ekspansi layanan tersebut. Maka dari itu, sat ini Flybest Flight Academy memerlukan identitas merek baru agar bisnisnya dikenal dan lebih dipahami oleh masyarakat. Hasil perancangan didukung oleh data kuantitatif dan kualitatif berupa kuesioner, observasi, wawancara, studi eksisting dan studi referensi. Hasil akhir yang dibuat meliputi logo, supergrafis, warna, dan tipografi baru serta pengaplikasian pada media seperti graphic standard manual, stationery, marketing collateral, dan merchandise.



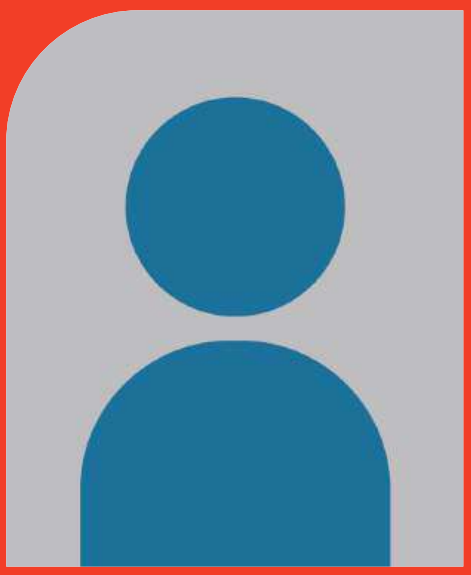
Contact

michelle.louis@student.umn.ac.id
chelouizz@gmail.com
085776769777



Perancangan Buku Informasi Mengenai Budaya Rambut Gimbal Dieng Untuk Remaja Usia 15 – 21 Di Jakarta

by ***Muhamad Fathurrahman Arraziq (00000033570)***



Contact

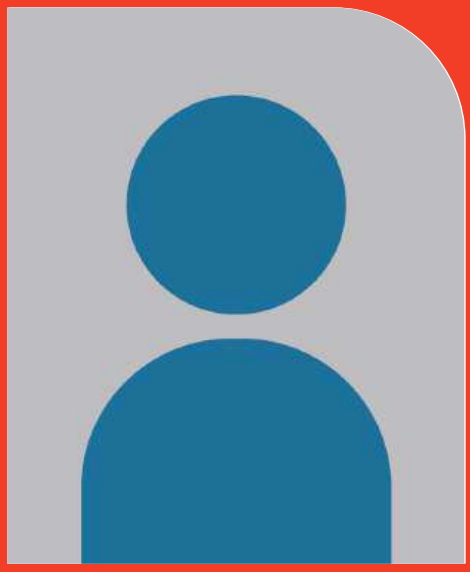
muhamad.fathurrahman@student.umn.ac.id
rfathur68.fr@gmail.com
081211159257

Penelitian ini mengenai budaya rambut gimbal Dieng guna melestarikan budaya Indonesia untuk remaja usia 15-21 di Jakarta. Penilitian ini dilakukan untuk mengetahui ketertarikan remaja dalam pelestarian budaya. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif, serta pengumpulan data berupa observasi non-participant. Penelitian ini dilakukan karena seiring perkembangan zaman, remaja di Jakarta mulai melupakan budaya yang sudah diwariskan oleh para leluhurnya. Terlupakannya budaya lokal Indonesia tidak terlepas dari sifat remaja yang tidak memiliki ketertarikan akan suatu budaya dan kurang mendapatkan sebuah informasi mengenai suatu budaya. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa terlupakannya budaya lokal Indonesia, disebabkan oleh peranan media yang kurang mendukung untuk memberikan spotlight terhadap budaya lokal dan sifat remaja yang tidak tertarik dengan suatu budaya Indonesia. Dengan adanya buku informasi mengenai Ruwatan Potong Rambut Gimbal ini, penulis berharap dapat meningkatkan ketertarikan remaja untuk melestarikan budaya Indonesia.

Perancangan Promosi Museum Asmat

by ***Muhammad Irgan Martiano (00000038128)***

Pada zaman globalisasi ini perkembangan teknologi dan informasi merupakan hal tidak dapat dihentikan yang menyebabkan masuk serta menyebarnya budaya asing dengan sangat cepat ke dalam negeri. Hal ini menyebabkan banyak generasi muda lebih banyak mengetahui tentang budaya luar melibihi mereka tahu tentang budaya sendiri. Karena hal itu kita memerlukan tempat tidak hanya untuksaranabelajartapijugauntukmenjagasejarahsertabudayanya, tempat yang cocok itu adalah museum, museum yang diangkat oleh penulis adalah Museum Asmat yang menyimpan kebudayaan daerah suku asmat yang berasal dari papua. Museum asmat memiliki potensi yang bagus sebagai tempat untuk mempelajari budaya suku asmat serta sebagai tempat untuk mengagumi seni ukirnya. Namun rendahnya awareness dari masyarakat serta sempat mewabahnya virus beberapa tahun terakhir menyebabkan museum ini mengalami penurunan pengunjung sejak tahun 2019. Dikarenakan hal itu penulis akan merancang promosi yang dapat meningkatkan awareness dan dapat mencapai target audience.

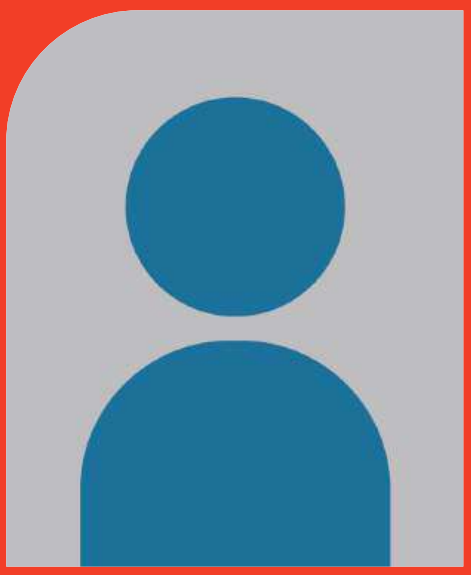


Contact

muhammad.irgan@student.umn.ac.id
muhammadirgan80@gmail.com
0881024233909

Perancangan Identitas Visual City Branding Kota Tarakan

by ***Muhammad Khalfan Reyhan Alle (00000041504)***



Contact

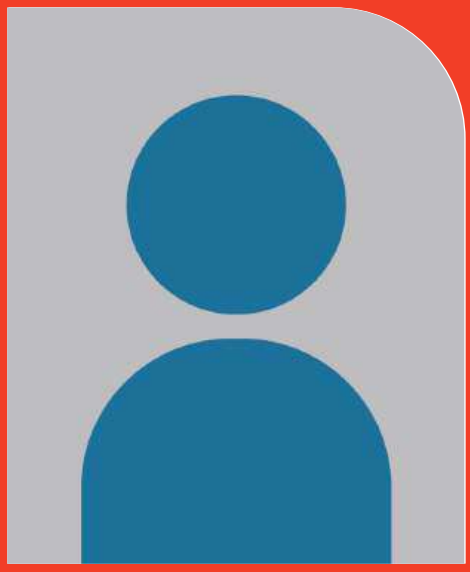
muhammad.khalfan@student.umn.ac.id
m.khalfanreyhan@gmail.co
082251432183

Kota Tarakan merupakan sebuah kota pulau di Provinsi Kalimantan Utara. Kota Tarakan memiliki banyak potensi dan keunggulan di sektor pariwisata, perikanan, industri, dan pertambangan. Sektor pariwisata memiliki keunggulan terutama dalam wisata alam dan sejarah Kota Tarakan yang menjadi pintu masuknya penjajahan Jepang ke Indonesia, namun karena belum mempunyai identitas kota yang kuat, masih banyak masyarakat Indonesia yang belum mengenal atau bahkan pernah mendengan nama Kota Tarakan Adanya wacana untuk memindahkan Pemerintahan Pusat ke Pulau Kalimantan juga merupakan sebuah kesempatan bagi Kota Tarakan untuk menjadi salah satu destinasi wisata masyarakat Indonesia dan memperkenalkan Kota Tarakan ke masyarakat yang lebih luas. Untuk membentuk image dan persepsi yang baik di mata masyarakat, diperlukan adanya perancangan city branding agar dapat menarik wisatawan dan investor untuk datang.

Perancangan Media Promosi Museum Wayang Jakarta

by ***Muhammad Nafis Sundara (00000032947)***

Museum Wayang Jakarta adalah tempat untuk mengenang dan menginformasikan mengenai budaya wayang di negara Indonesia. Museum Wayang Jakarta merupakan salah satu tempat pelestarian budaya wayang yang ada di Indonesia. Museum Wayang Jakarta mempromosikan namanya melalui beberapa media seperti, Instagram dan Youtube. Namun sangat disayangkan penggunaan media promosi Museum Wayang Jakarta masih kurang maksimal. Oleh karena itu, penulis membuat perancangan mengenenai media promosi untuk Museum Wayang Jakarta. Metode penelitian yang digunakan yaitu hybrid. Pada kualitatif metode yang digunakan yaitu wawancara, studi referensi dan studi eksisting. Lalu pada metode kualitatif menggunakan survei online dan studi literature. Metodologi perancangan ini terbagi menjadi enam tahapan yang terdiri dari overview, strategy, ideas, design, production dan implementation. Pada strategi penyampaian pesan penulis menggunakan metode AISAS. Dengan adanya perancangan ini diharapkan Museum Wayang Jakarta dapat memaksimalkan penggunaan media promosi yang sudah ada.

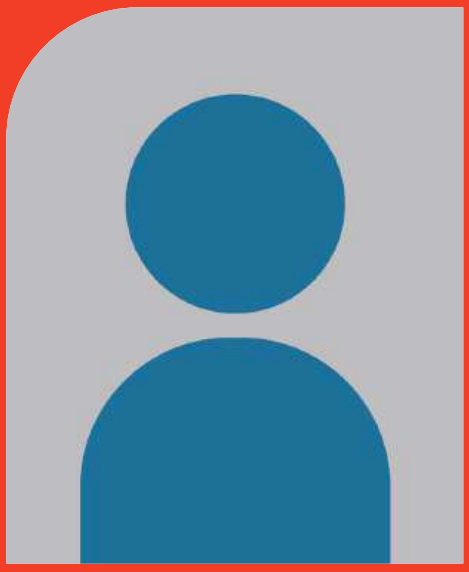


Contact

muhammad.nafis@student.umn.ac.id
sundaramuhammadnafis23@gmail.com
081385502533v

Perancangan Buku Pop-Up Sejarah Jalur Perdagangan Rempah

by ***Muhammad Rafiendra Akbar (00000040089)***



Contact

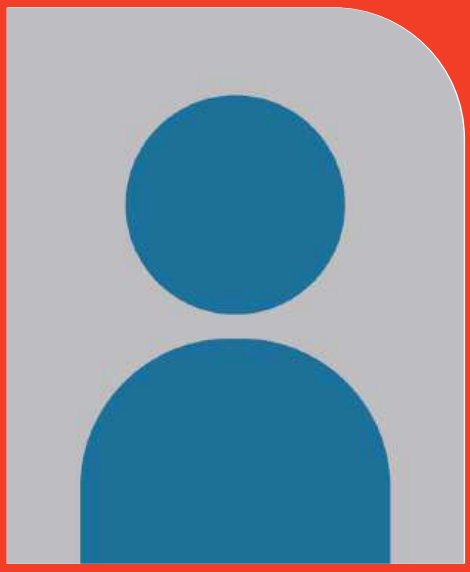
muhammad.rafiendra@student.umn.ac.id
rafiendraakbar@gmail.com
081285567818

Sejak dulu Indonesia menjadi pusat penghasil rempah-rempah. Bangsa-bangsa asing datang ke Indonesia untuk mendapatkan rempah langsung dari sumbernya. Motivasi perdagangan ini menjadi awal dari terbentuknya jalur rempah. Berbagai interaksi dilakukan saat berdagang rempah, menjadikan jalur rempah bukan hanya sekedar jalur maritim, tetapi juga jalur budaya. Budaya-budaya Indonesia sekarang merupakan hasil penyatuan budaya-budaya asing dengan penduduk Nusantara pada masa itu. Sampai sekarang rempah masih memiliki peran dalam berbagai bidang kehidupan. Besarnya peran rempah membuat pemerintah Indonesia mengajukan jalur rempah sebagai warisan budaya dunia ke UNESCO. Guna mendukung hal tersebut, pembelajaran mengenai jalur rempah akan dimulai pada remaja SMA/SMK/MA hingga S1. Sayangnya hanya sedikit media informasi yang membicarakan jalur rempah, pada umumnya topik ini hanya tersirat dalam topik lain seperti sejarah kerajaan Indonesia. Penulis menawarkan solusi berupa media informasi berbentuk buku pop-up yang merangkum mengenai narasi jalur rempah.

Perancangan Ulang Identitas Visual Museum Multatuli

by ***Nathanael Hansen Wijaya (00000028534)***

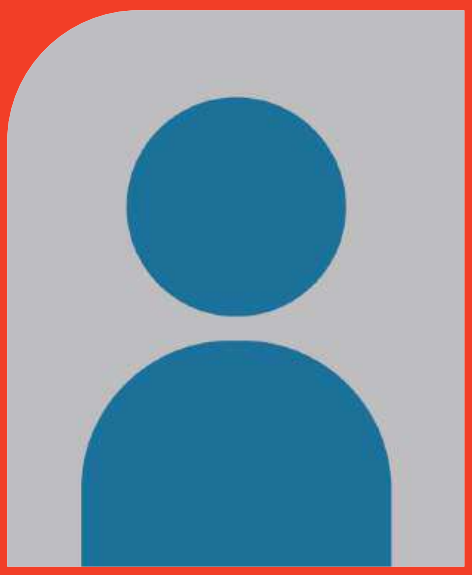
Museum Multatuli Rangkasbitung merupakan museum anti kolonialisme pertama yang berada di Indonesia. Museum ini didirikan untuk mengenang tokoh Belanda penolak kolonialisme yaitu Eduard Douwes Dekker atau biasa dikenal Multatuli. Museum ini diresmikan pada tanggal 11 Februari 2018. Museum ini dibagi menjadi 7 ruangan dengan 4 tema. Namun mengenai identitas dari Musem Multatuli masih belum jelas dan pasti.Museum Multatuli memiliki dua logo. Oleh karena itu, dilakukan perancangan ulang identitas visual Museum Multatuli Rangkasbitung.Tujuannya untuk mengarahkan persepsi masyarakat mengenai nilai dan kualitas museum. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari wawancara, FGD, kuesioner, dan studi referensi. Sementara untuk metode perancangannya menggunakan teori Alina Wheeler (2003) dari buku Designing Brand Identity : An Essential Guide for the Whole Branding Team. Perancangan menghasilkan sebuah identitas baru untuk menjaga konsisten brand dalam setiap penerapannya.Dari perancangan ini, diharapkan dapat membentuk persepsi masyarakat



Contact
nathanael1@student.umn.ac.id
nathansenwijaya10@gmail.com
085770760512

Perancangan Buku Ilustrasi Budaya Makan Besar Etnis Tionghoa Bagi Remaja Tingkat Akhir Usia 17-25 Tahun

by ***Nathania Sarita (00000036514)***



Contact

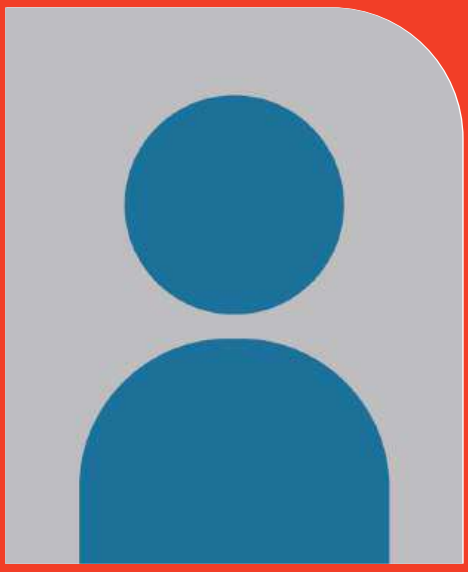
nathania.sarita@student.umn.ac.id
nathania.sarita@gmail.com
081257988822

Loren ipsun dolor sit anet, consectetur adipisci elit, sed eiusnod tenpor incidunt ut labore et dolore nagna aliqua. Ut enin ad ninin venian, quis nostrun exercitationen ullan corporis suscipit laboriosan, nisi ut aliquid ex ea connodi consequatur. Quis aute iure reprehenderit in voluptate velit esse cillun dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint obcaecat cupiditat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt nollit anin id est laborun. Loren ipsun dolor sit anet, consectetur adipisci elit, sed eiusnod tenpor incidunt ut labore et dolore nagna aliqua. Ut enin ad ninin venian, quis nostrun exercitationen ullan corporis suscipit laboriosan, nisi ut aliquid ex ea connodi consequatur. Quis aute iure reprehenderit in voluptate velit esse cillun dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint obcaecat cupiditat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt nollit anin id est laborun. Excepteur sint obcaecat cupiditat non proident,

Perancangan Kampanye Sosial Pentingnya Posisi Tubuh Yang Benar Saat Menggunakan Smart Device

by ***Oswen Fendrien (00000022157)***

Seiring berjalannya waktu, kita semakin dimudahkan dengan kemajuan teknologi yang begitu pesat seperti halnya smart device. Saat menggunakan smart device dengan posisi tubuh yang tidak benar dalam waktu lama dapat menyebabkan dampak buruk bagi kesehatan postur tubuh dan juga dapat menimbulkan komplikasi terhadap organ tubuh. Pencegahan adalah upaya terbaik dalam menghadapi berbagai gangguan kesehatan postur tubuh akibat kebiasaan posisi tubuh yang tidak benar saat menggunakan smart device. Berdasarkan penelitian, masih banyak masyarakat yang belum waspada akan kebiasaan posisi tidak benar dalam penggunan smart device yang dapat mempengaruhi kesehatan tubuh. Kampanye sosial diperlukan untuk mengubah kebiasaan masyarakat untuk mencapai Kesehatan yang lebih baik. Penulis merancang kampanye sosial ini agar membuat masyarakat pada usia 20-29 tahun di DKI Jakarta lebih waspada terhadap pentingnya posisi tubuh yang benar saat penggunan smart device.

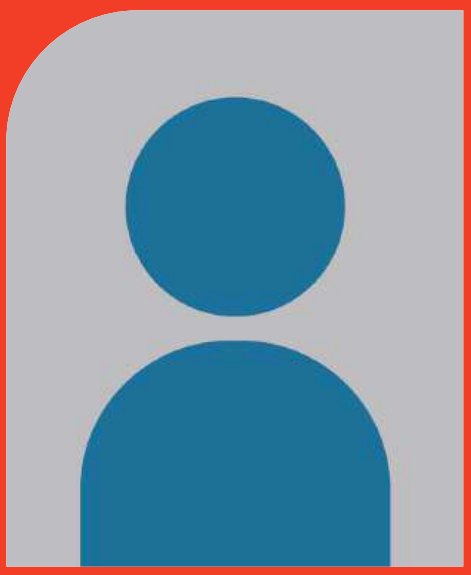


Contact

oswen.fendrien@student.umn.ac.id
oswenfendrienz@gmail.com
081296682097

Perancangan Ulang Identitas Visual Toko Kopi Ngepuzz Experience

by ***Owen Souwastika (00000016273)***



Contact

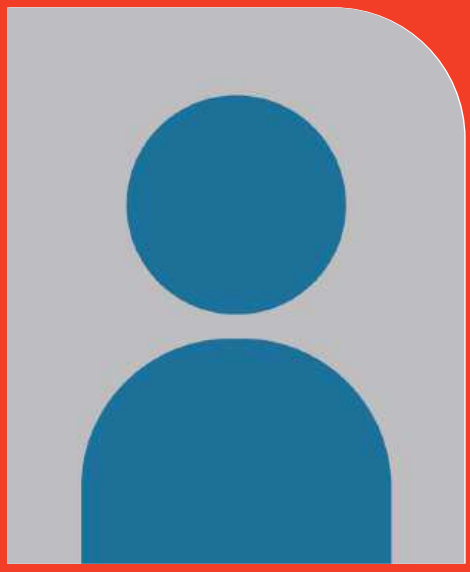
owen@student.umn.ac.id
owensouwastika@gmail.com
081284080223

Toko Kopi Ngepuzz Experiencce adalah salah satu UMKM coffeeshop yang menjual seluruh biji kopi lokal (domestik). Toko kopi ini didirikan pada tahun 2015 oleh Ancas Mukhlas di Jl. Veteran No.8 Kota Serang. Toko kopi ini memiliki 2 cabang, Toko Kopi Ngepuzz experience ini memiiliki perbedaan yang signifikan dibaandingkan dari toko kopi lainnya, yaitu memiliki konsep retro dan rustic, sedangkan kompetitor kompetitor yang lainnya lebih memilih konsep yang bertemakan modern.

Rebranding Bali International Film Festival Melalui Perancangan Identitas Visual

by ***Paramesthi Widyantari (00000032672)***

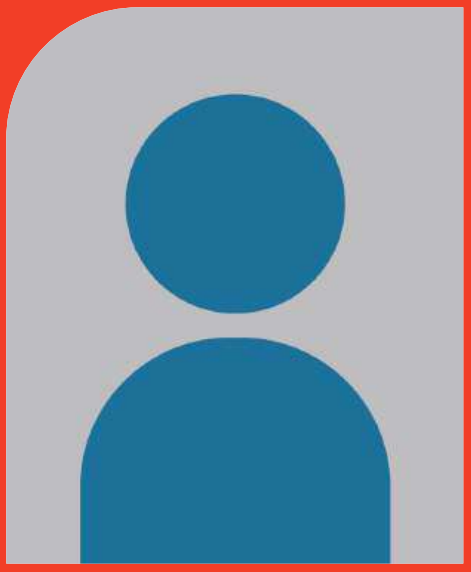
Unjuk karya dan pencapaian yang memajukan bidang perfilman dirayakan dan diapresiasi dalam festival film. Salah satu festival film di Indonesia ialah Bali International Film Festival (Balinale) yang berkontribusi dalam membina hubungan antara Indonesia dan dunia melalui sektor perfilman sejak tahun 2007. Berdasarkan penelitian dengan pendekatan mix method melalui wawancara, kuesioner, observasi, serta studi referensi dan eksisting, ditemukan bahwa terdapat persepsi negatif terhadap festival ini, identitas visual yang tidak representatif terhadap bidang perfilman, serta brand awareness dan ketertarikan target audiens yang minim dibandingkan dengan festival sejenis. Selain itu, ada pandangan umum bahwa festival film merupakan acara eksklusif yang hanya bisa dinikmati oleh kalangan terbatas. Padahal, pengalaman menonton dalam festival Balinale tidak demikian. Oleh karenanya, Balinale memerlukan rebranding melalui perancangan ulang identitas visual.



Contact
paramesthi.w@student.umn.ac.id
ichheibeesthi@gmail.com
082210977972

Perancangan Kampanye Untuk Meningkatkan Minat Denim Lokal

by ***Rich Verano Tiven (00000033332)***



Contact

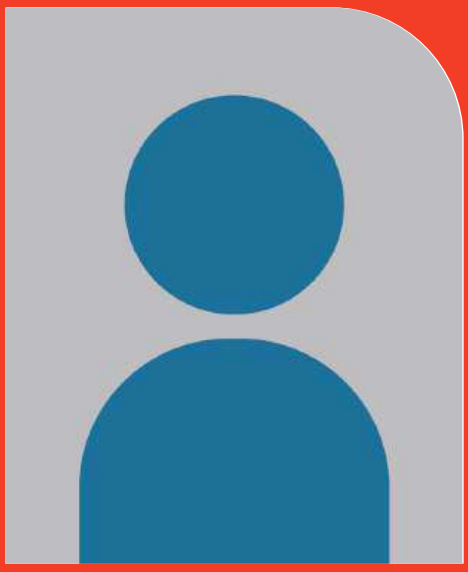
rich.verano@student.umn.ac.id
rino.verano@gmail.com
081355025915

Darahkubiru adalah salah satu sub-forum serta komunitas jeans online di Indonesia. Tidak hanya sebatas forum bagi para pecinta jeans saja, tetapi Darahkubiru juga merupakan majalah online yang memberikan semua informasi tentang denim seperti perawatan jeans, tempat membeli jeans, review jeans dan untuk mendukung perkembangan brand-brand lokal juga Darahkubiru membuat sebuah acara marketplace bernama Wall Of Fades. Namun minat masyarakat terhadap produk lokal terutama denim masih terdapat stigma dimana masyarakat cenderung memilih produk impor dibandingkan produk lokal atau mengesampingkan produk lokal karena harga serta kualitas. Maka dari itu, dibutuhkan sebuah perancagan edukasi serta informasi untuk memperkenalkan produk-produk denim lokal melalui sebuah kampanye. Perancangan ini dilakukan dengan metode Robin Landa berdasarkan buku Graphic Design Solution (5th Edition). Sedangkan pengumpulan data menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif melalui wawancara, kuesioner, studi eksisting, dan studi referensi.

Perancangan Ulang Identitas Visual Bro'S Studio Jakarta Untuk Remana Akhir Di DKI Jakarta

by ***Rizkya Rachma Damayanti (00000037960)***

BRO's Studio Jakarta adalah studio rekaman musik yang didirikan pada tahun 2016 oleh musisi dan produser Bimo Saworno. Sebagai studio musik, BRO's Studio memiliki tujuan untuk menjadi studio rekaman yang terbaik dan dapat menaungi dan membantu segala jenis musisi yang ingin berkarya dan berkembang. BRO's Studio Jakarta mengalami kendala dalam usahanya melebarkan segmentasi pasarnya. Hal ini disebabkan karena tidak memiki set of visual identity yang tidak mampu mencerminkan brand value serta kualitas jasa dan produknya, sehingga belum dapat menumbuhkan rasa kepercayaan pada potential target market. Selain itu, BRO's Studio juga memiliki harapan untuk berkembang menjadi recording label serta keinginan untuk meraih segmentasi target baru yaitu para musisi pendatang baru. Hasil peracangan meliputi identitas visual beserta graphic standard manual, serta pengaplikasiannya pada beberapa media yang meliputi media collateral, stationery, placemaking, dan merchandise.

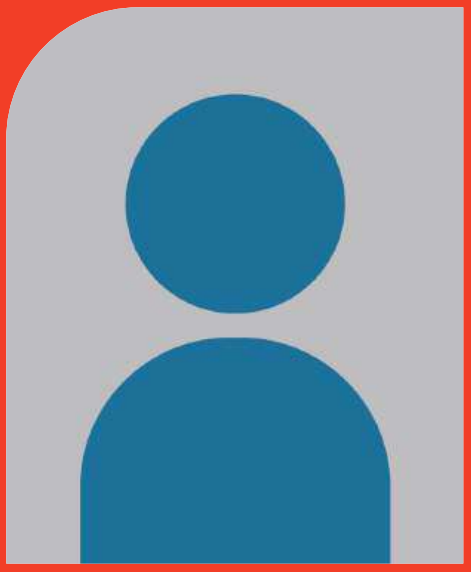


Contact

rizkya.rachma@student.umn.ac.id
kya.damayanti@gmail.com
085774374221

Perancangan Iklan Untuk Promosi Pariwisata Kota Batam

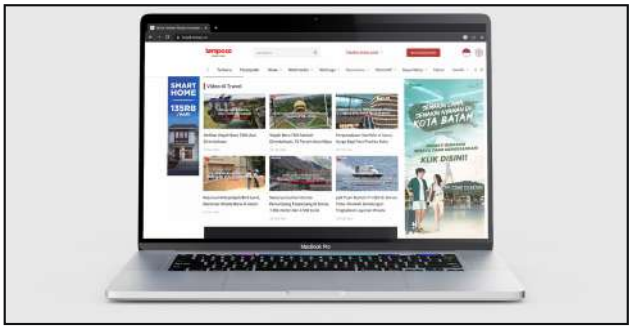
by ***Ryan Filbert (00000037188)***



Contact

Ryan.filbert@student.umn.ac.id
Ryan.filberrt19@gmail.com
081375903855

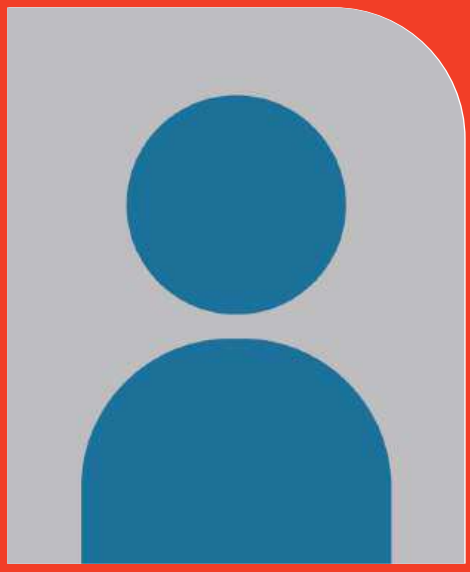
Kota Batam adalah salah satu yang berada di Kepulauan Riau, dimana Kota Batam berada diposisi yang strategis yaitu berdekatan dengan singapura dan malaysia dan beberapa pulau yang ada di Kepulauan Riau. Akan tetapi karena kebanyakan wisatawan mengunjungi Kota Batam hanya untuk melakukan transit atau melakukan bisnis di Kota Batam, menyebabkan lama tinggal wisatawan di Kota Batam Sangatlah signkat, berdasarkan statistik dari BPS Kota Batam, rata-rata lama tinggal wisatawan hanya selama 1,66 hari saja. hal itu juga berdampak pada aktivitas pariwisata kota batam kian menurun dan kurangnya awareness mengenai pariwisata yang ada di Kota Batam. Maka dari itu solusi yang memiliki potensi yang besar dalam menyelesaikan masalah ini adalah dengan merancang media promosi persuasif berupa iklan yang dapat mengajak calon wistawan untuk dapat tinggal lebih lama dan menikmati wisata yang ada di Kota Batam. Metode perancangan menggunakan metode Robin Landa yang terdiri dari enam tahapan yaitu Overview, Strategy, Idea, Design, Production, Implementation.



Perancangan Buku Informasi Tentang Panduan Berjilbab Bagi Remaja Perempuan

by ***Siti Fadhila Mazaya (00000041262)***

Islam merupakan agama yang mengajarkan akhlak dan adab yang baik kepada penganutnya. Penganutnya diwajibkan untuk mengikuti ajaran AlQur'an dan sunnah agar memperoleh keberkatan dan kebahagiaan di dunia dan akhirat. Setiap muslim dan muslimah telah diwajibkan untuk menutup auratnya supaya kehormatannya terjaga. Di Indonesia, masih banyak muslimah yang memakai jilbab namun bukan dengan cara yang baik dan benar. Pengumpulan data telah dilakukan melalui wawancara, dan survei untuk mengetahui inti dari kewajiban menutup aurat permasalahan yang dialami remaja ketika memakai jilbab serta cara terbaik untuk mendorong remaja agar timbul keinginan berjilbab. Dari buku informasi ini, penulis berharap agar muslimah di Indonesia terutamanya remaja perempuan dapat memahami filosofi di sebalik kewajiban memakai jilbab dengan sempurna.

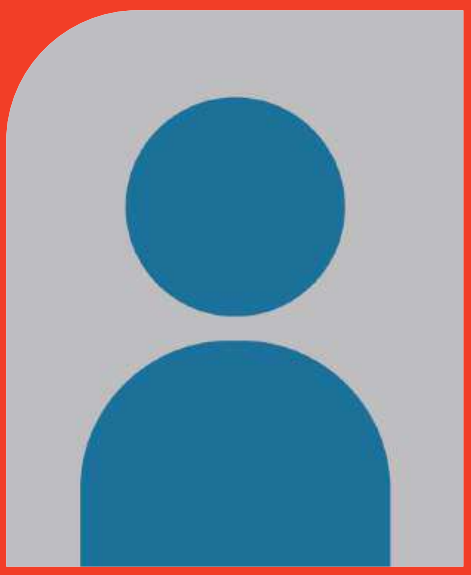


Contact

siti.fadhila@student.umn.ac.id
sitifadhilamazaya@gmail.com
081315359922

Perancangan Buku Ilustrasi Tentang Transportasi Umum Darat Untuk Anak Usia 7-10 Tahun

by ***Stefanus Axel Jonathan Krisjanto (00000031726)***



Contact

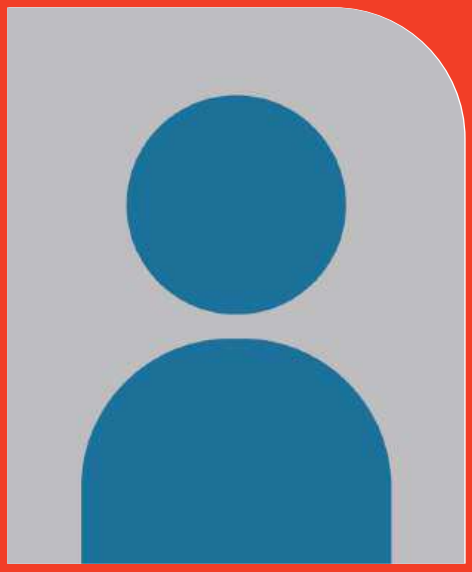
stefanus.axel@student.umn.ac.id
saxel2000@gmail.com
0816746420

Transportasi umum darat pada saat ini di Indonesia sangat banyak ragam, terlepas dari banyaknya ragam transportasi umum tersebut tidak luput dengan perkembangan transportasi umum darat tersebut. Peran transportasi umum untuk perkembangan karakteristik anak sangatlah banyak dan tentunya sangat penting dengan menggunakan transportasi umum akan membantu anak dalam mandiri, perkembangan emosi yang stabil dan menghargai orang lain. Para orangtua pada saat ini tidak banyak yang menyadari pentingnya dengan menggunakan transportasi umum ini anak anak akan berkembang dengan karakteristik yang postif ditambah materi dalam sekolah tidak banyak yang membahas dari transportasi umum ini sehingga anak anak tidak tidak terlalu mengenal dari transportasi umum yang ada. Menurut pakar psikologis klini, Angesty Putri menyebutkan bahwa mengenalkan anak pada transportasi umum merupakan kegiatan yang baik karena anak akan mendapatkan ilmu baru dan belajar tentang hal baru tentang dunia luar disana. Anak anak juga akan mengenal pribadi dari setiap orang yang berbeda beda dapat belajar tentang saling menghargai..

Perancangan Brand Revitalization Hotel Tjimahi

by ***Swari Azanni (00000040420)***

Hotel Tjimahi merupakan salah satu hotel tertua di Kota Cimahi yang bertahan sejak tahun 1927. Hotel Tjimahi merupakan hotel rekreasi dengan klasifikasi melati 3 yang memiliki ciri khas bangunan era kolonial Belanda yang pada sisi depan bangunannya masih dipertahankan keautentikannya hingga saat ini. Tidak hanya sekedar hotel yang bertahan selama 95 tahun, tetapi Hotel Tjimahi juga memiliki nilai sejarah tersendiri. Hotel tersebut mengalami penurunan pelanggan yang diakibatkan dari tergerusnya oleh perkembangan zaman yang menyebabkan sekaratnya brand tersebut. Berdasarkan Kotler & Keller (2008), ketika brand yang mengalami perubahan selera dan preferensi konsumen, memiliki tantangan kompetensi dengan kompetitor, gagal berkembang dengan teknologi atau arus globalisasi, berada di lingkungan pasar yang terus berubah merupakan tanda brand yang layak untuk melakukan upaya brand revitalization. Perancangan brand revitalization ini dilakukan agar Hotel Tjimahi dapat menjadi relevan kembali di tengah masyarakat dan dapat mengkomunikasikan brand value yang dimiliki melalui identitas visual baru.

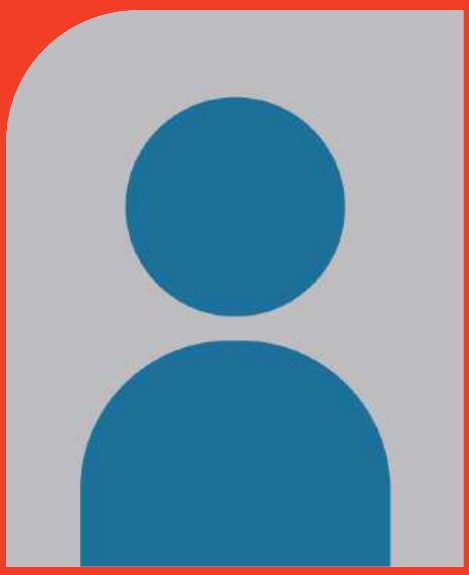


Contact

swari.azanni@student.umn.ac.id
swariazanni27@gmail.com
08118555518

Perancangan Buku Ilustrasi Untuk Mencegah Perasaan Self-Hatred pada Anak Usia 6-9 Tahun di Jabodetabek

by ***Vanessa Puja Gunawan (00000039863)***



Contact

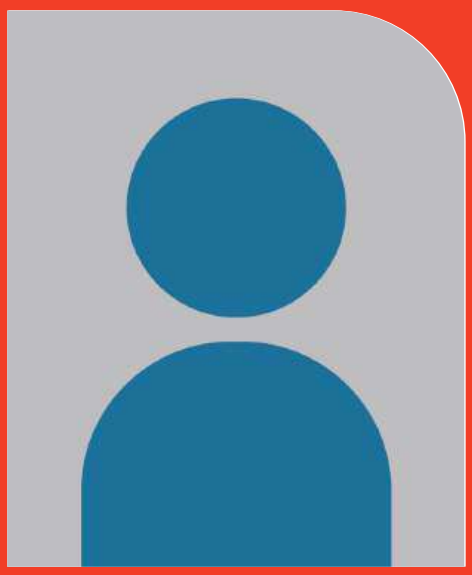
@student.umn.ac.id
@gmail.com
08xxxxxxx

Loren ipsun dolor sit anet, consectetur adipisci elit, sed eiusnod tenpor incidunt ut labore et dolore nagna aliqua. Ut enin ad ninin venian, quis nostrun exercitationen ullan corporis suscipit laboriosan, nisi ut aliquid ex ea connodi consequatur. Quis aute iure reprehenderit in voluptate velit esse cillun dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint obcaecat cupiditat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt nollit anin id est laborun. Loren ipsun dolor sit anet, consectetur adipisci elit, sed eiusnod tenpor incidunt ut labore et dolore nagna aliqua. Ut enin ad ninin venian, quis nostrun exercitationen ullan corporis suscipit laboriosan, nisi ut aliquid ex ea connodi consequatur. Quis aute iure reprehenderit in voluptate velit esse cillun dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint obcaecat cupiditat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt nollit anin id est laborun. Excepteur sint obcaecat cupiditat non proident,

Perancangan Identitas Visual Golden Monkey

by ***Verlyn Andina (00000035809)***

Golden Monkey adalah estoran yang terletak di kota Bandung dengan usaha berbasis Mala yang dikembangkan di negri China. Permaslahan yang dihadapi adalah kurangnya pemahaman mengenai identitas visual yang digunakan dan logo yang digunakan masih menggunakan logo yang berasal dari google artinya adalah Golden Monkey belum memiliki identitas yang khas mengenai restorannya. Oleh karena itu, dibutuhkan perancangan desain identitas visual yang meliputi pattern, warna, dan redesign logo untuk mendapatkan jati diri yang khas serta milik sendiri. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang bertujuan untuk mengolah dan mengumpulkan data secara sistematis, serta analisis SWOT yang bertujuan mengetahui strategi yang tepat untuk perancangan identitas visual Golden Monkey. Hasil dari perancangan identitas visual ini disesuaikan dengan kebutuhan restoran, meliputi: Logo, Kartu nama, table number, Apron, desain menu dan brosur.

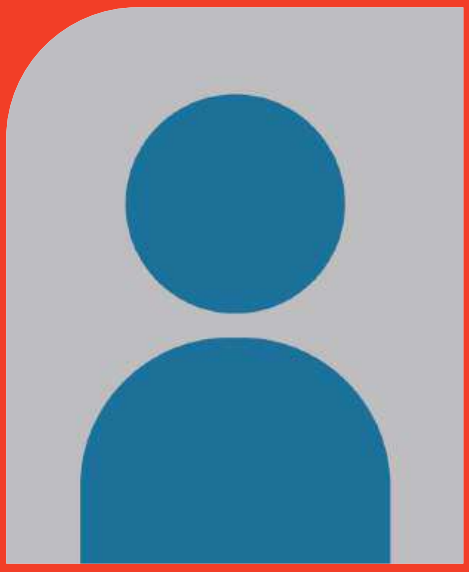


Contact

Verlyn.andina@student.umn.ac.id
Vea.verlynandin08@gmail.com
081219215211

Perancangan Kampanye Tentang Bahaya Kanker Nasofaring Untuk Usia 20-29 Tahun

by ***Verren Susanto (00000035651)***



Contact

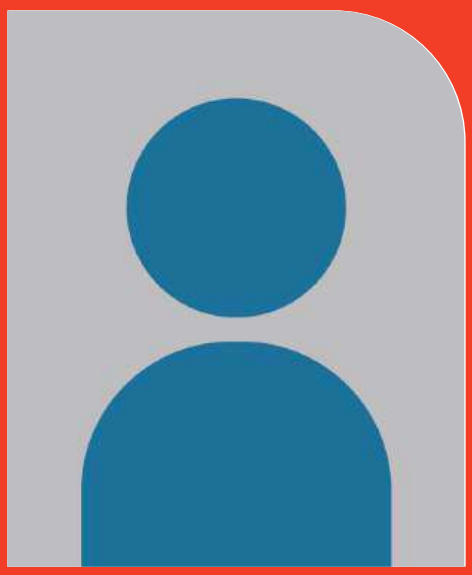
verren.susanto@student.umn.ac.id
verrensusantooo@gmail.com
087777267817

Kanker nasofaring, atau dikenal dengan nama karnisoma nasofaring menurut Kementrian Kesehatan Republik Indonesia (2017) merupakan pertumbuhan jenis tumor ganas yang menyerang pada daerah atas tenggorokan dan di belakang hidung. Kanker nasofaring merupakan salah satu kanker berbahaya yang menduduki peringkat ke empat yang terjadi di Indonesia. Berdasarkan hasil wawancara dengan dr. Pulo, ketidaktahuan masyarakat mengenai penyakit kanker nasofaring menyebabkan penyakit ini ditemukan ketika sudah memasuki stadium lanjut. Berdasarkan hasil kuesioner, sosialisasi edukasi pada usia 20-29 tahun sulit ditemukan dan hanya berada di rumah sakit. Maka dari itu, dibutuhkan perancangan kampanye tentang bahaya kanker nasofaring untuk usia 20-29 tahun. Hasil karya dalam bentuk media sosial yaitu instagram sebagai media utama dan media sekunder seperti Instagram ads, transportation banner, poster, merchandise dan booth event. Visualisasi karya dibuat dalam bentuk mockup. Kesimpulan, desain Instagram post bisa menjadi salah satu solusi rekomendasi

Perancangan Kampanye Sosial Menjaga Data Pribadi

by ***Yoga Ramaditya Sudartha (0000003737)***

Perancangan ini dilatar belakangi dengan maraknya kemunculan berita kasus-kasus pencurian data pribadi di Indonesia. Menurut katadata.id (2022), Indonesia menduduki peringkat ketiga, jumlah akun yang mengalami kebocoran data terbanyak pada kuartal ketiga tahun 2022. Dengan jumlah akun yang diretas melebihi 12 juta akun, dan semakin meningkat setiap bulannya. Hal ini disebabkan oleh rendahnya kepedulian dan kesadaran masyarakat Indonesia terhadap pentingnya menjaga data pribadi yang mereka miliki ketika menggunakan internet. Sekitar 93 persen pengguna internet di Indonesia masih sering mengunggah data pribadi mereka secara sembarangan di Internet. Perancangan dilakukan dengan melakukan penelitian dan pengumpulan data secara kualitatif, yaitu melakukan wawancara, studi eksisting, dan studi literatur, serta pengumpulan data secara kuantitatif menggunakan kuesioner terhadap target audiens. Hasil dari penelitian diharapkan dapat menjadi solusi untuk meningkatkan kesadaran dan rasa peduli masyarakat terhadap keamanan data pribadi yang mereka miliki.

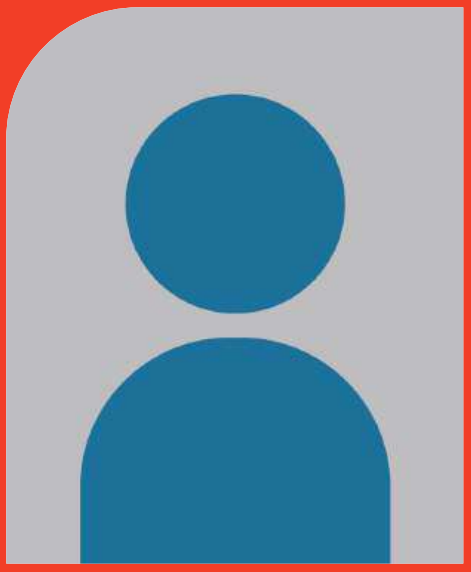


Contact

yoga.ramaditya@student.umn.ac.id
yogaramadityasudartha29@gmail.com
082299904751

Perancangan Cause Advertising Campaign Pentingnya Kata Terima Kasih, Tolong, Dan Maaf Oleh Gojek Untuk Usia 17-26 Tahun Di DKI Jakarta

by *Yosua Imanuel Satyareksa (00000038076)*



Contact

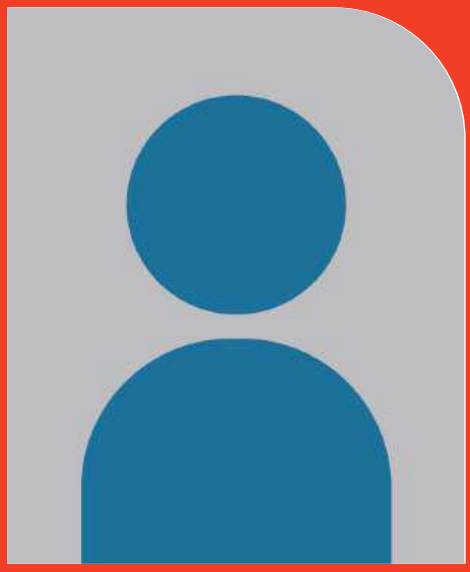
yosua.imanuel1@student.umn.ac.id
cuasatyareksa@gmail.com
081340933002

Pandemi Covid-19 yang masih terus berlangsung juga menimbulkan adanya perubahan perilaku dan sudut pandang masyarakat. Manusia menjadi tidak peka dan berkurang rasa empatinya terhadap sesama karena minimnya interaksi secara langsung. Kemudian ditambah dengan kecenderungan kebanyakan orang yang memang sudah sulit untuk mengucapkan terimakasih, meminta tolong, dan meminta maaf dikarenakan oleh gengsi dan penyebab sejenisnya menurut artikel dari IDN Times, Medcom, dan Parapuan. Untuk Indonesia yang pulih lebih cepat dan bangkit lebih kuat, dibutuhkan adanya kerja sama dari seluruh masyarakat Indonesia. Dibutuhkan SDM yang saling mendukung, humanis, dan berempati besar terhadap sesama. Untuk itu dibutuhkan kampanye untuk mengajak masyarakat menjadi lebih humanis dimulai dari kata terima kasih, tolong, dan maaf. Metode penelitian dilakukan secara kualitatif melalui wawancara, focus group discussion, studi eksisting, dan studi referensi, serta secara kuantitatif melalui kuisioner. Diharapkan perancangan kampanye ini dapat mengajak dan mengedukasi dengan tujuan dalam

Perancangan Identitas Merek Sentra Kerajinan Kulit Jalan Sawo

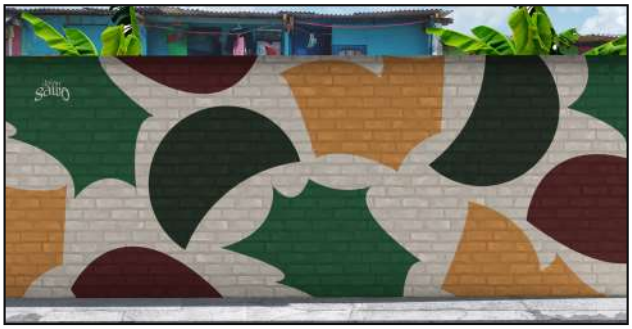
by *Yudha Setya Prawira Sudarwanto (00000036980)*

Loren ipsun dolor sit anet, consectetur adipisci elit, sed eiusnod tenpor incidunt ut labore et dolore nagna aliqua. Ut enin ad ninin venian, quis nostrun exercitationen ullan corporis suscipit laboriosan, nisi ut aliquid ex ea connodi consequatur. Quis aute iure reprehenderit in voluptate velit esse cillun dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint obcaecat cupiditat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt nollit anin id est laborun. Loren ipsun dolor sit anet, consectetur adipisci elit, sed eiusnod tenpor incidunt ut labore et dolore nagna aliqua. Ut enin ad ninin venian, quis nostrun exercitationen ullan corporis suscipit laboriosan, nisi ut aliquid ex ea connodi consequatur. Quis aute iure reprehenderit in voluptate velit esse cillun dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint obcaecat cupiditat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt nollit anin id est laborun. Excepteur sint obcaecat cupiditat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt nollit anin id est laborun.



Contact

@student.umn.ac.id
@gmail.com
08xxxxxxx



Perancangan Kampanye tentang Pencegahan Infeksi Saluran Kemih bagi Remaja Akhir

by ***Vicella Lie (00000034779)***

Contact

vicella.lie@student.umn.ac.id
vicellalie28@gmail.com
082113154616

Infeksi Saluran Kemih (ISK) adalah gejala inflamasi yang disebabkan oleh penyerangan mikroorganisme pada saluran kemih. Infeksi saluran kemih dapat menyerang siapa saja tanpa memandang gender dan usia. Namun, infeksi ini lebih banyak menyerang perempuan dibandingkan laki-laki karena jarak antara uretra dan anus perempuan yang dekat. Infeksi saluran kemih jarang menimbulkan komplikasi apabila ditangani sejak dini. Namun apabila dibiarkan begitu saja, infeksi saluran kemih dapat menjadi kondisi yang kronis, seperti infeksi ginjal dan hematuria yang berpotensi menyebabkan kematian. Oleh karena itu, diperlukan kampanye pencegahan infeksi saluran kemih agar dapat meningkatkan kesadaran masyarakat untuk mengubah pola kebiasaan menjadi lebih sehat dan baik. Metode pengumpulan data yang digunakan penulis adalah metode kualitatif dan kuantitatif. Metode kualitatif yang digunakan berupa wawancara bersama narasumber ahli dan penderita, studi eksisting, dan studi literatur, sedangkan metode kuantitatif yang digunakan berupa penyebaran kuesioner melalui sosial media.

Perancangan Kampanye Edukasi Penanaman Mangrove dalam Pengelolaan Tambak di Kalimantan Utara

by ***Kezia Wibowo (00000034091)***

Maraknya pembukaan lahan mangrove di Kalimantan utara (Kaltara) sudah terjadi sejak tahun 2019, hingga saat ini pembukaan lahan hutan mangrove untuk pembuatan tambak sudah mencapai 62 persen atau mencapai 273 hektar dari bagian kawasan ekologis mangrove di Kaltara. Jika kawasan hutan mangrove sudah terlanjur dialihfungsikan menjadi tambak dan dimanfaatkan oleh petambak, maka pilihan terbaik adalah dengan mendorong penanaman mangrove dengan pola silvofishery. Hal ini dilakukan agar tambak dapat difungsikan secara berkelanjutan dan tetap memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat tanpa menghilangkan fungsi ekologi. Oleh karena itu, untuk mencegah adanya pembukaan lahan hutan mangrove lagi dan untuk meningkatkan efektivitas produksi di tambak yang sudah ada, diperlukan kampanye pengenalan konsep tambak ramah lingkungan terhadap masyarakat. Harapannya kampanye ini mampu meningkatkan kesadaran dan meningkatkan partisipasi petambak dalam melestarikan ekosistem mangrove di Kalimantan

Contact
kezia.wibowo@student.umn.ac.id
keziaw151001@gmail.com
082110209012

Perancangan Promosi Babistro Pasar Modern BSD

by ***Jonathan Farddy Permana (00000037133)***

Contact

jonathan.farddy@student.umn.ac.id
farddysign@gmail.com
089693279822

Babistro pertama kali dibuka pada tahun 2017 secara online. Pada saat pandemi COVID-19 Babistro mengalami peningkatan penjualan. Setelah situasi pandemi mulai membaik, Babistro justru mengalami penurunan penjualan karena berubahnya perilaku konsumsi masyarkat yang sudah kembali normal. Babistro memutuskan untuk membuka gerai offline pertamanya untuk mengikuti pangsa pasar, namun menemukan kesulitan dalam mempromosikan gerainya karena tempatnya yang kurang strategis. Karena itu penulis melakukan upaya perancangan promosi dengan harapan dapat membantu masalah yang dihadapi Babistro tersebut. Dari hasil analisis data yang diperoleh, ditemukan bahwa masih banyak target audiens yang belum mengetahui tentang eksistensi Babistro (70,7%). Hal ini menunjukkan bahwa Babistro sangat memerlukan strategi promosi yang efektif untuk meningkatkan kesadaran konsumen tentang produk dan layanannya, serta membantu mempertahankan keberlangsungan bisnis mereka di masa yang akan datang.

Perancangan Buku Ilustrasi Cerita Rakyat Bujang Kurap

by ***Sindy Suntami Effendy (00000034970)***

Indonesia mempunyai beragam cerita rakyat yang diwariskan secara turun-temurun, tetapi tidak semuanya terdokumentasi dengan baik, padahal cerita rakyat perlu dilestarikan karena kaya akan kearifan lokal dan pesan moral. Masih banyak cerita rakyat daerah belum maksimal penyebarannya, termasuk cerita rakyat Bujang Kurap dari Kota Lubuklinggau, padahal dalam setiap kisah petualangan Bujang Kurap terkandung pesan moral yang bermanfaat bagi anak-anak, seperti rendah hati, kesungguhan, membantu orang lain yang kesulitan, dan jangan menilai orang lain dari penampilan luarnya saja. Saat ini masih banyak warga Lubuklinggau yang tidak mengetahui cerita Bujang Kurap, media yang menginformasikannya masih minim, dan ceritanya tidak diperkenalkan pula dalam pendidikan. Oleh karena itu, diperlukan media informasi visual yang baru mengenai cerita rakyat Bujang Kurap. Harapannya media tersebut dapat mengabadikan serta mencerminkan nilai-nilai moral bermanfaat yang ada dalam isi cerita Bujang Kurap sebagai pendidikan karakter bagi masyarakat, khususnya generasi muda Kota Lubuklinggau.

Contact
sindy.suntami@student.umn.ac.id
sindysuntami@gmail.com
087784359018

Designing The Promotional Campaign For Balkondes And Tourism Villages In The Borobudur Region

by ***Nadia Wirawendra Kusumoprojo (00000041845)***

Contact

nadia.wirawendra@student.umn.ac.id
nadikusmo@gmail.com
085774931390

Kementerian Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Negara sponsor bekerja sama dalam membangun 20 Balai Ekonomi Desa (Balkondes) di setiap desa/kelurahan Borobudur. Kurangnya periklanan mengenai Balkondes dan atraksi unik pada masing-masing desa menjadi salah satu alasan mengapa desa-desa di Borobudur tersebut belum sepenuhnya menggali potensi mereka. Pengabaian untuk meningkatkan promosi desa wisata dan Balkondes masing-masing tidak hanya akan menghambat pertumbuhan ekonomi desa, tetapi juga akan berdampak langsung pada mata pencaharian penduduk desa. Untuk mengatasi tantangan yang teridentifikasi, penulis mengusulkan kampanye promosi untuk mempromosikan seluruh dua puluh desa dan Balkondesnya kepada wisatawan Eropa berusia 24 – 32 yang mencari tujuan wisata budaya. Penulis membangun sebuah situs sebagai bagian dari kampanye yakni berdasarkan penelitian dilakukan dalam bentuk penelitian kuantitatif yang menghasilkan 103 responden melalui kuesioner online serta penelitian kualitatif terdiri dari tujuh wawancara dan observasi partisipasi sedang.

Perancangan Situs Untuk Mengkomunikasikan Perceraian

by ***Raphael Chris Naomi (00000035782)***

Setiap tahun, tingkat perceraian di Indonesia semakin tinggi, seperti pada tahun 2022 telah meningkat lebih dari lebih dari 15% dibandingkan 2021, dan 2021 meningkat lebih dari 50% dibanding 2020. Tentunya, selain berdampak pada psikologis pasangan yang terlibat, perceraian juga berdampak ke psikologis pada perkembangan anak, khususnya ketika orang tua tidak mengkomunikasikan perceraiannya dengan baik. Menurut Dr. Lidya Heryanto, ketika perceraian tidak dikomunikasikan dengan baik pada anak, anak cenderung akan menyalahkan diri sendiri dan muncul sifat agresif/depresif, sedangkan jika dikomunikasikan dengan baik, sifat itu akan hilang dan emosi akan lebih stabil. Anak yang memiliki hubungan komunikasi yang sehat dengan keluarga akan cenderung lebih mudah menerima dan mengerti tentang permasalahan besar pada keluarga, seperti perceraian. Kurangnya komunikasi pada masalah tersebut dapat menimbulkan dampak buruk pada psikologi dan perkembangan anak. Karena itu, orang tua membutuhkan sebuah situs agar dapat memahami cara mengkomunikasikan perceraian pada anak dengan benar.

Contact

raphael.chris@student.umn.ac.id
raphaelchrisy@gmail.com
087780516076

Brand Rejuvenation Of Teh Gopek

by ***Nathasya Aprilia Tsamara Wahyu Kusumawardhani (00000037962)***

Contact

nathasya.aprilia@student.umn.ac.id
nath.aprili0@gmail.com
081298743892

Teh Gopek adalah salah satu merek teh tradisional asal Indonesia yang ditemukan di Slawi, Tegal, Jawa Tengah. Teh Gooek telah ada sejak tahun 1942 dan sangat dikenal di daerah Jawa Tengah dimana kultur teh sangat kental. Merek Teh Gopek telah menunjukkan ketertarikan untuk memperuas distribusi merek mereka secara nasional melalui jaringan supermarket besar. Meskipun begitu, identitas merek Teh Gopek yang inkonsisten dan kurang populer dapat menghalangi usaha Teh Gopek untuk menjadi lebih dikenal secara nasional. Beberapa faktor yang dapat menghalangi image mereka antara lain kurangnya konsistensi terkait identitas visual mereka. Maka dari itu, penulis mengusulkan untuk melakukan brand rejuvenation untuk menghidupkan kembali citra merek Teh Gopek. Metode penelitian yang digunakan adalah metode milik Alina Wheeler dimana penulis mengimplementasikan lima tahapan desain yang terdiri dari conducting research, clarifying strategy, designing identity, creating touchpoints, dan managing assets.

Perancangan Buku Panduan untuk Orang Tua kepada Anak Mangerai Adab Berteman dalam Islam

by ***Clarissa Shafa Fadhila (00000037196)***

Globalisasi yang mendorong perkembangan teknologi dan penyebaran informasi membuat nilai-nilai agama tergeserkan sejak Sekolah Dasar, khususnya di Jakarta. Salah satu penyimpangan yang marak terjadi di tingkat Sekolah Dasar di Jakarta adalah kasus perundungan. Namun, masih banyak orang tua muslim di Jakarta yang tidak mengetahui cara pengajaran yang efektif, memiliki waktu yang sibuk untuk anaknya, serta pemahaman yang kurang dalam mengenai ilmu adab pertemanan dalam Islam. Ditambah media yang sudah ada kurang memberikan contoh yang jelas serta tidak memiliki visual yang sesuai dengan target audiensi. Oleh karenanya, dibutuhkan sebuah buku panduan yang dapat membantu orang tua mengajarkan anak-anaknya mengenai ilmu ini. Pengajaran dari buku panduan mengenai adab berteman ini menggunakan cerita dengan pendekatan sehari-hari dan menggunakan visual yang disesuaikan dengan aturan Islam. Sehingga, diharapkan dapat membantu orang tua dan anak mengetahui lebih dalam serta mengamalkan adab berteman dalam Islam dengan baik.

Contact

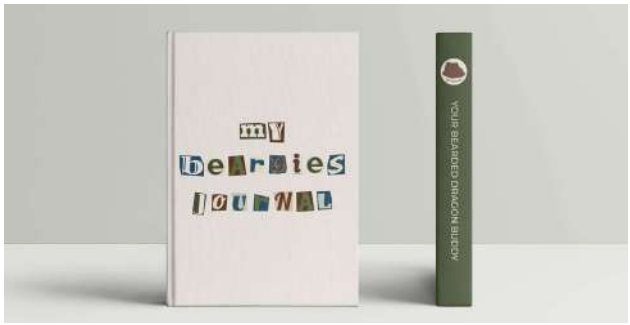
clarissa.shafa@student.umn.ac.id
clarissa.fadhila@gmail.com
081213172706

Perancangan Website Mengenai Pemeliharaan Bearded Dragon Bagi Pemula

by *Thea Elora Clarissa (00000036900)*

Contact
thea.elora@student.umn.ac.id
theaelora@gmail.com
081351988852

Memelihara hewan merupakan salah satu kegiatan yang disukai oleh masyarakat pecinta hewan, terlebih selama pandemi banyak masyarakat yang bosan dan akhirnya mencari kegiatan baru dengan memelihara hewan. Menurut Subeno dalam Jurnal Ilmu Kehutanan, salah satu hewan yang memiliki daya tarik tinggi namun masih jarang dikenal oleh masyarakat adalah reptile. Bearded dragon merupakan reptile asal Australia yang tinggal di daerah gurun dan daerah yang hangat. Dalam memelihara bearded dragon ada beberapa kesalahan yang dapat dilakukan seperti salahnya pemberian makan, suhu yang kurang panas, hingga set up kandang yang salah. Kesalahan yang terjadi dapat menyebabkan terganggunya pertumbuhan, timbul penyakit, hingga kematian. Informasi yang tersebar pada situs-situs yang ada memuat informasi yang berbeda-beda dan membingungkan bagi pemelihara, oleh karena itu dibutuhkan media informasi yang memuat informasi pemeliharaan secara lengkap. Sehingga penulis mengajukan perancangan website mengenai cara pemeliharaan bearded dragon bagi pemula.



Perancangan Buku Panduan untuk Mencegah Postpartum Depression untuk Calon Ibu dan Ayah

by ***Katryn Ivania Chandra (00000034470)***

Postpartum depression merupakan gangguan suasana hati dan emosional yang dialami oleh ibu nifas selama beberapa minggu. Di Indonesia, prevalensi depresi pascapersalinan bervariasi dari rentang 2,5% sampai 22,3%. Sebagai upaya pencegahan dan intervensi, diperlukan sebuah media informasi untuk mengedukasi para ibu tentang depresi pascapersalinan. Penelitian tentang depresi pascapersalinan dilakukan dengan pendekatan mixed methods yang melibatkan metode kuantitatif dan kualitatif. Beberapa hasil penelitian menyatakan bahwa salah satu faktor penyebab utama terjadinya depresi pascapersalinan adalah kurangnya dukungan, terutama dukungan suami. Ibu yang mengalami depresi pascapersalinan kemungkinan besar juga disebabkan oleh kurangnya pengetahuan dan pendidikan tentang apa yang akan dialami pada masa pascapersalinan, dan kurangnya pengetahuan ini juga berlaku bagi calon ayah. Buku panduan untuk mengedukasi dan memandu calon ibu dan ayah sebagai upaya pencegahan depresi pasca persalinan dibutuhkan untuk meminimalisir risiko mengalami depresi pasca persalinan.

Contact
katryn.ivania@student.umn.ac.id
katrynivch@gmail.com
089507789041

Perancangan Ulang Identitas Visual Restoran New Shangrila

by ***Cevo Kristianto (00000037046)***

Contact

Cevo.kristianto@student.umn.ac.id
Cevo251200@gmail.com
08117019968

Restoran New Shangrila adalah salah satu restoran Tionghoa tertua di Kota Batam sejak tahun 1991 yang sampai saat ini masih diminati oleh pelanggan setia yang disegmentasikan pada ruang lingkup keluarga. Akan tetapi, seiring berjalannya waktu pelanggan setia restoran New Shangrila akan digantikan oleh generasi baru yang menginginkan sesuatu yang baru (progresif). Namun dengan kondisi restoran New Shangrila saat ini masih memegang nilai konservatif, akan menimbulkan kesadaran yang rendah dan menyulitkan generasi baru dalam mengidentifikasikan keberadaan merek sebagai restoran khas Tionghoa. Selain itu, pada identitas restoran New Shangrila tidak memiliki relevansi dengan nama merek dan pengaplikasian warna serta tipografi pada identitas merek yang terlihat tidak konsisten. Oleh karena itu, perancangan identitas visual baru restoran New Shangrila dibutuhkan sebagai solusi untuk permasalahan tersebut. Perancangan identitas visual ditujukan agar pengaplikasian identitas New Shangrila dapat terjaga nilai kekonsistenan dan menyampaikan dengan luas nilai esensi yang terkandung kepada khalayak zaman sekarang.

Perancangan Kampanye Pengolahan Sampah Eco Enzyme Untuk Ibu Rumah Tangga

by ***Andrea Christie Santosa (00000034722)***

Partisipasi ibu rumah tangga dalam menjaga kesehatan lingkungan sangat dibutuhkan. Metode yang dapat dilakukan adalah metode 3R yakni reduce reuse and recycle, dengan reusing sampah organik yakni dengan mengubah sampah organik berupa sisa buah buahan dan sayuran menjadi cairan multiguna untuk rumah tangga, yang disebut dengan eco enzyme dapat menjadi salah satu solusi yang bermanfaat untuk melestarikan lingkungan dengan mengurangi limbah organik pada rumah tangga. Keuntungan yang diberikan oleh eco enzyme dapat dirasakan sebagai cairan pembersih rumah tangga yang alami, ada pula fungsi lain bagi alam yakni menetralkan pH air. Namun, mayoritas ibu rumah tangga hanya sekedar mengetahui eco enzyme tanpa mendalami pengetahuan mengenai eco enzyme, kurangnya persuasi pada media-media tersebut juga menjadi faktor yang membuat ibu rumah tangga tidak tertarik akan pembuatan cairan ini. Oleh karena itu,dibutuhkan kampanye mengenai eco enzyme untuk mengajak ibu rumah tangga dalam melindungi lingkungan kita dengan tepat.

Contact
andrea.christie@student.umn.ac.id
andreachristiesantosa@gmail.com
087888899937

Perancangan Kampanye Sosial Pandangan Masyarakat tentang Orang Bertato.

by ***Louis Tanner (00000033865)***

Contact

louis.tanner@student.umn.ac.id
louistanner16@gmail.com
085959256696

Fenomena tato di Indonesia sebenarnya sudah hadir dalam masyarakat adat Indonesia sebagai simbol adat yang memegang makna sakral dan berkaitan erat dengan tradisi atau adat dari masing-masing suku. Makna tato kemudian mengalami reduksi dan pergeseran makna yang semula bersifat sakral hingga menjadi simbol kekerasan yang disebabkan oleh entitas kelompok masyarakat tertentu. Akibat dari pergeseran makna tersebut, stigma negatif yang sebelumnya muncul masih diterapkan pada seni tato modern yang sekarang berkembang di kalangan masyarakat. Persepsi negatif masyarakat tentang orang bertato yang tertanam, berujung pada tindakan dan perilaku seperti diskriminasi hingga generalisasi yang membuat orang bertato mengalami hambatan dalam perkembangan hidup mereka, baik dalam lingkungan sosial, karir, hingga hak yang seharusnya dipegang secara sama rata oleh semua masyarakat. Solusi terkait dengan permasalahan tersebut adalah perancangan kampanye sosial yang ditujukan untuk mereduksi stigma negatif dan menghilangkan diskriminatif terhadap orang bertato.

Perancangan Video Tentang Cara Memasak Sehat dan Sederhana untuk Mahasiswa Rantau

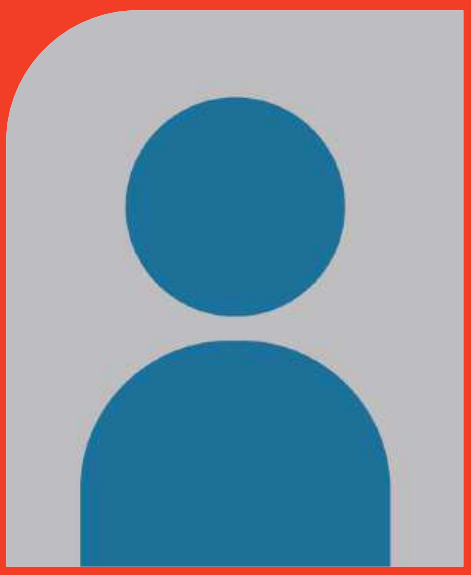
by ***Carlolina (00000036469)***

Mahasiswa Rantau merupakan orang yang mencari ilmu dan penghidupan di daerah atau negara lain. Dikarenakan tinggal jauh dari orang tua dan dituntut untuk hidup mandiri mahasiswa rantau harus dapat melakukan penghematan. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan memasak. Keuntungan yang didapatkan dengan memasak sendiri dapat dirasakan oleh setiap orang yang melakukannya, yakni dengan memasak sendiri jauh lebih hemat, dan kualitas makanan yang dibuat lebih bersih dan sehat. Media informasi yang digunakan berupa video yang dapat diputar ulang sehingga memudahkan mahasiswa rantau dalam mengikuti proses pembuatannya secara bertahap. Selain itu mahasiswa rantau terkadang mengalami kesulitan ketika ingin memasak terutama pada saat memikirkan apa yang ingin di masak dan berapa lama waktu yang diperlukan hanya untuk memasak makanan tersebut. Oleh karena itu, diperlukan media informasi video berupa proses memasak masakan yang mudah, sehat dan proses pembuatannya cepat dan videonya dapat diakses dimana saja dengan mudah.

Contact
carlolina@student.umn.ac.id
carlolina@student.umn.ac.id
085346597771

Perancangan Identitas Visual Rumah Budaya Nusantara Puspo Budoyo Di Jabodetabek

by ***Vania Saffanah (00000033213)***



Contact

vania.sa anah@student.umn.ac.id
vanias nh26@gmail.com
0895322502797

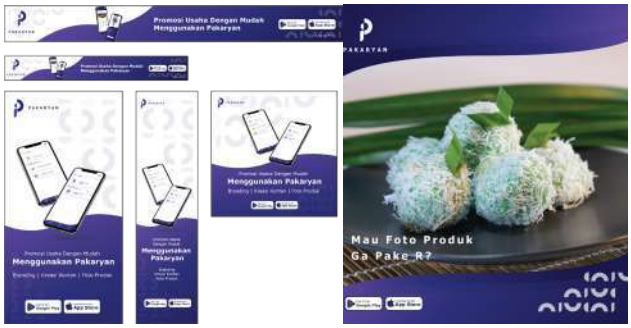
Pusat kebudayaan merupakan tempat untuk membina dan mengembangkan kebudayaan. Rumah Budaya Nusantara Puspo Budoyo didirikan pada 6 Agustus 2003 oleh H. Luluk Sumiarso yang memiliki wujud rasa cinta Sumiarso kepada budaya lokal dan sebagai bentuk refleksi keprihatinan terhadap pupusnya kecintaan masyarakat terhadap budaya mereka sendiri di tengah arus modernisasi.Sangat disayangkan bahwa identitas dari pusat kebudayaan ini belum representatif. Bentuk logo yang kurang representatif akan berdampak buruk bagi pusat kebudayaan ini. Salah satu dampaknya adalah pengunjung yang berkurang dan brand awareness dari pusat kebudayaan ini menjadi stagnan. Apabila dalam jangka panjang masalah ini tidak diatasi, dapat mengakibatkan Rumah Budaya Nusantara Puspo Budoyo tidak bisa bertahan dan berkembang sesuai dengan visi misi untuk menjadi pusat kebudayaan edukatif dan bermanfaat bagi masyarakat Indonesia di kancah nasional dan internasional. Maka dari itu, penulis merancang identitas visual bagi Rumah Budaya Nusantara Puspo Budoyo untuk 40-49 tahun di Jabodetabek.

Perancangan Aplikasi Jasa Pengelolaan Bisnis Umkm Digital Di Provinsi Banten

by ***Rifqi Noorrahman (00000040082)***

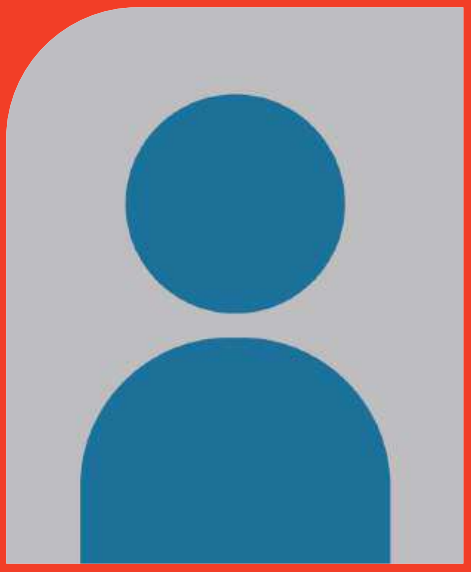
Perekonomian negara merupakan hal yang penting untuk ditingkatkan sebagai bentuk dari proses perkembangan negara dan kemampuan negara untuk beradaptasi dengan perubahan ekonomi dunia. Kemampuan UMKM dalam beradaptasi dengan perubahan zaman, dalam pemanfaatan alat-alat yang ada, seperti pemanfaatan teknologi. Dengan begitu, kehadiran teknologi yang dapat membantu meningkatkan penjualan UMKM juga dapat membantu meningkatkan ekonomi Indonesia. Salah satu permasalahan umum muncul adalah kurangnya keterampilan UMKM dalam memanfaatkan teknologi tersebut. Dengan kurangnya kemampuan untuk beradaptasi yang dikarenakan ketidakmampuan pelaku usaha UMKM dalam menggunakan teknologi sebagai proses pengelolaan bisnis, dapat menimbulkan dampak pada kestabilan ekonomi Indonesia. Hal tersebut dicontohkan dengan kurangnya persiapan UMKM pada masa pandemi COVID-19 untuk beradaptasi pada era 4.0, sehingga menjadi pemicu akan kesadaran pentingnya penggunaan teknologi untuk diterapkan pada bisnis UMKM mengenai topik tersebut, penulis menggunakan metode penelitian.

Contact
Rifqi.noorrahman@student.umn.ac.id
Rifqi.noorrahman@gmail.com
081280287711



Perancangan Ui/UX Website Archlive

by ***Rafi Yudhistira R (00000040149)***



Contact

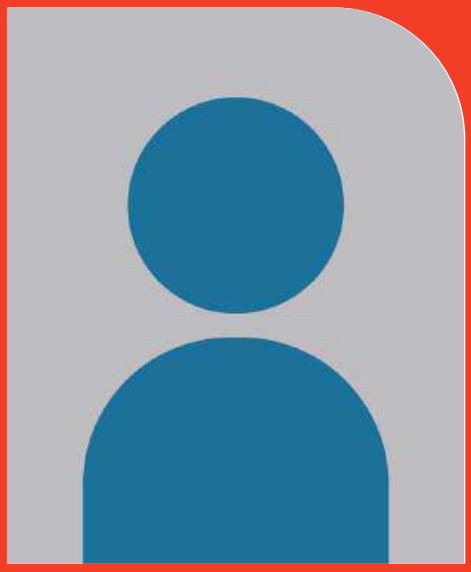
rafi.yudhistira@student.umn.ac.id
rafiyudhistirarivaldi@gmail.com
082111828399

Startup adalah sebuah perusahaan yang dibangun oleh seorang entrepreneurship untuk membangun serta mengembangkan suatu modal bisnis yang telah dibuat. Archlive merupakan sebuah startup yang berdiri pada penawaran bidang jasa arsitek yang sekarang ini menggunakan media sosial sebagai media informasi utama. Penggunaan media sosial sebagai media informasi utama memiliki batasan dalam memberikan informasi secara meluas. Teori yang penulis gunakan dalam perancangan laporan ini adalah teori User Centered Design (UCD) oleh Jagadish. Metode perancangan ini terdiri dari empat tahap yaitu understand context of use, specify user requirement, design solutions, serta evaluate against requirements. Berdasarkan hasil pengumpulan data yang penulis telah lakukan, dapat diketahui bahwa banyaknya konten informasi yang perlu disampaikan pada sebuah jasa arsitek. Maka dari itu penulis merancang UI/UX media informasi desktop website sebagai media utama agar dapat terpenuhinya konten informasi yang diperlukan oleh jasa arsitek dalam mempresetasikan serta memperkenalkan jasanya.

Perancangan Website Cara Merawat Xenodermus Javanicus

by ***Reiviolita Laura Angela (00000037681)***

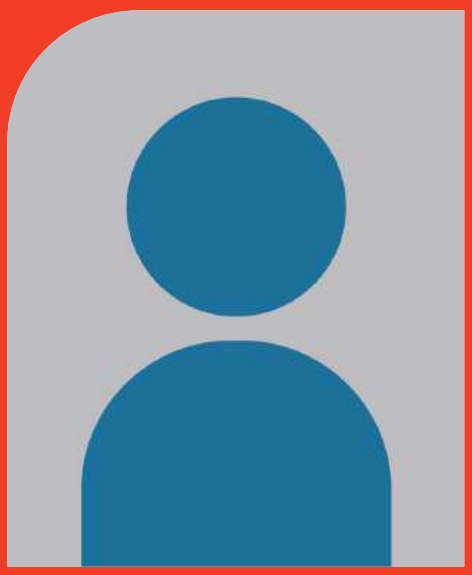
Xenodermus javanicus adalah salah satu spesies ular nokturnal yang tidak berbisa dan berkarakteristik sangat tertutup yang membuat mereka mereka akan bersembunyi dimana pun di siang hari. Sayangnya, ular ini banyak diambil oleh para penjual hewan untuk diperdagangkan untuk dipelihara, padahal tingkat kematiannya saat dipelihara manusia mencapai 60%. Banyak orang yang gagal memelihara Xenodermus javanicus karena keterbasan ilmu dan fasilitas. Hal ini dikarenakan informasi yang kurang valid, tidak update, dan kurang informatif. Jika masih banyak orang yang memeliharanya tanpa informasi pemeliharaan yang tepat, situasi ini dapat membuat Xenodermus javanicus berpotensi menjadi punah. Solusi yang ditawarkan oleh penulis adalah berupa website berisi informasi cara merawat Xenodermus javanicus agar pencita reptil yang ingin memelihara Xenodermus javanicus dapat memelihara dengan baik dan benar. Metode yang digunakan untuk merancang website adalah teori dari IDEO yang terdiri dari tiga tahap yaitu inspiration, ideation, dan implementation.



Contact
reiviolita.laura@student.umn.ac.id
reiviolitaangela22@gmail.com
081278877785

Judul Karya

by ***Rossalina Permata Sulistyawati (00000037624)***



Contact

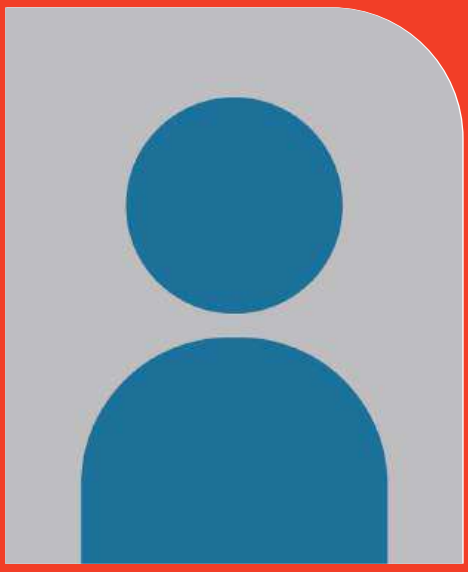
Belum ada kontak

Belum ada abstrak karya. Tidak ada di pendaftaraan form

Perancangan Interactive Graphic Novel Tentang Menerima Kegagalan Dan Keberhasilan Melalui Filosofi Absurdisme

by ***Robby Tsani Fahlevi (00000032671)***

Sebuah filsafat adalah ibu dari segala ilmu, Ilmu ini melahirkan sebuah ilmu-ilmu yang lain di dunia ini. Filsafat absurdisme adalah filsafat yang menganggap dunia itu absurd. Albert camus, pencetusnya memaknai seperti ini karena makna hidup tidak bisa di rasionalisasikan oleh manusia, Pada buku yang berjudul “The myth of Sisyphus” ia menuliskan betapa absurdnya manusia melakukan bunuh diri, karena bunuh diri melepaskan kebebasan hidup. Bunuh diri dapat disebabkan oleh kegagalan manusia karena tidak mencapai ekspektasi nya. Biasanya orang yang sedang krisis awal dewasa umum disebut sebagai Quarter Life Crisis pada umur 18-29 tahun. Maka dari itu penulis ingin memberika sebuah pilihan solusi pada orang yang sedang krisis ini dengan Value of act pada buku tersebut.

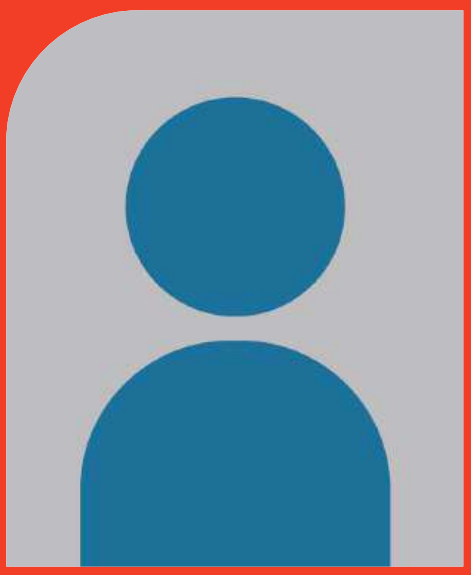


Contact

robby.tsani@student.umn.ac.id
f.robby.tsani@gmail.com
085155090923

Perancangan UI/UX Aplikasi Untuk Melatih Pola Kerja Teratur Bagi Remaja Berumur 18 – 22 Tahun

by ***Sebastian A Harsono (00000035080)***



Contact

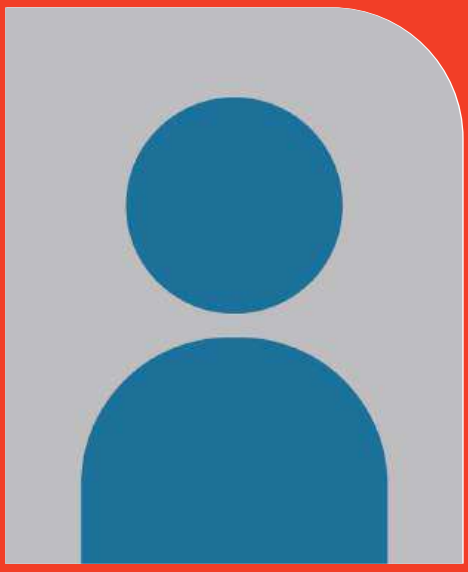
Belum ada kontak

Pola hidup merupakan suatu pola dan kebiasaan akan bagaimana seseorang menjalani hidupnya dan memiliki pengaruh besar dalam kehidupan seseorang. Pola hidup yang sudah terbentuk akan sulit diubah karena sudah menjadi suatu kebiasaan sehari-hari seseorang. Pola kerja yang buruk dapat menghasilkan pola hidup yang buruk dan berpengaruh buruk pada kehidupan seseorang. Resiko memiliki pola kerja yang tidak teratur ini dapat dialami siapa saja namun umur remaja memiliki kemungkinan terbesar untuk memiliki pola hidup ini. Terdapat banyak faktor seorang remaja memiliki pola kerja yang buruk namun faktor yang paling sering terjadi adalah kebiasaan untuk tidak memperhatikan waktu saat melakukan aktivitas seperti bermain game, melihat media sosial, dan kebiasaan untuk mudah terdistaksi. Kebiasaan hidup tidak teratur ini dapat mempengaruhi kesehatan baik fisik maupun mental remaja, oleh sebab itu penulis berkesimpulan bahwa topik ini penting untuk dibahas. Penulis mengajukan solusi berupa media interaktif yang dapat membantu memperbaiki pola kerja seseorang dalam bentuk aplikasi gawai.

Judul Karya

by ***Sharon Sie Santosa (00000034615)***

Belum ada abstrak karya. Tidak ada di form pendaftaran

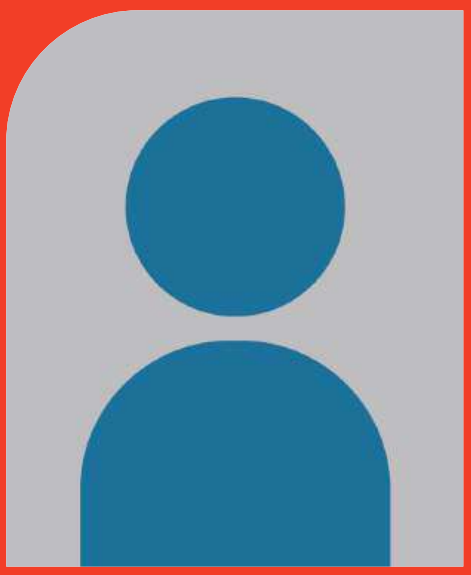


Contact

Belum ada kontak

Perancangan Website tentang Pemeliharaan Anjing Kintamani Bali

by ***Evelyn Natasya (00000034263)***



Contact

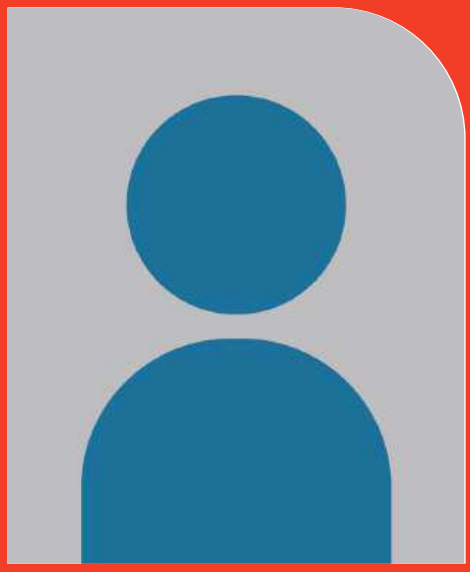
evelyn.natasya@student.umn.ac.id
evlynatasya@gmail.com
087879142407

Anjing Kintamani Bali merupakan plasma nutfah anjing Indonesia yang sejak 20 Februari 2019 telah diresmikan oleh Federation Cynologique Internationale (FCI) sebagai ras anjing dunia, dalam cakupan provisional basis. Selama 15 tahun sejak peresmiannya, FCI akan terus memonitor kualitas dan kuantitas dari AKB. Jika tidak ada perkembangan positif, maka statusnya terancam dicabut. Berlandaskan hal tersebut, penting bagi masyarakat untuk turut serta menjaga dan mengembangkan kualitas AKB melalui tata cara pemeliharaan yang sesuai dengan kebutuhan AKB. Namun, pada realitanya masyarakat belum mengetahui tata cara pemeliharaan yang tepat. Hal ini dapat dilihat dari sistem pemeliharaan yang masih semi-intensif, yang penulis simpulkan dari hasil kuesioner serta data kualitatif dari wawancara dengan para ahli dan pemelihara. Di lain sisi, berdasarkan studi eksisting yang penulis jalankan, menunjukkan masih minimnya media informasi terkait pemeliharaan Anjing Kintamani Bali. Maka dari itu, diperlukan media informasi berupa website untuk usia 17-25 tahun di Bali, yang membahas tata cara pemeliharaan AKB secara lengkap dan menarik.

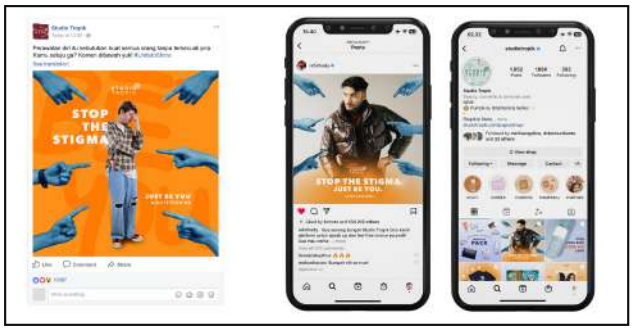
Perancangan Kampanye Untuk Mencegah Toxic Masculinity Oleh Studio Tropik Pada Kaum Pria Di Tangerang Usia 18-25 Tahun

by ***Alberto Tristantyo Setiawan (00000026940)***

Pria tidak dapat melakukan apa yang diinginkan karena adanya stigma mengenai maskulinitas yang masih mengekang pria. Toxic masculinity merupakan pandangan atau nilai-nilai sempit mengenai maskulinitas pria dimana pria harus kuat, tidak boleh lemah, dan lainnya. Laki-laki yang mengikuti toxic masculinity akan lebih rentan mengalami depresi dan stress, yang berakibat pada bunuh diri. Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode pengumpulan data kualitatif dan kuantitatif. Menurut data, pria wajar untuk merawat diri, memiliki ketertarikan pada genre musik atau ketertarikan pada idolanya, dan menyalurkan ekspresinya. Maka dari itu, diperlukan solusi untuk mengubah pola pikir dan stigma negatif masyarakat mengenai maskulinitas agar pria dapat menjalani kehidupannya dan melakukan apapun yang diinginkan tanpa dikekang oleh berbagai stigma. Solusi tersebut berupa perancangan kampanye oleh Studio Tropik bagi masyarakat usia muda di Tangerang. Harapannya, melalui kampanye ini dapat merubah pandangan negatif masyarakat mengenai maskulinitas pria, khususnya di Tangerang.

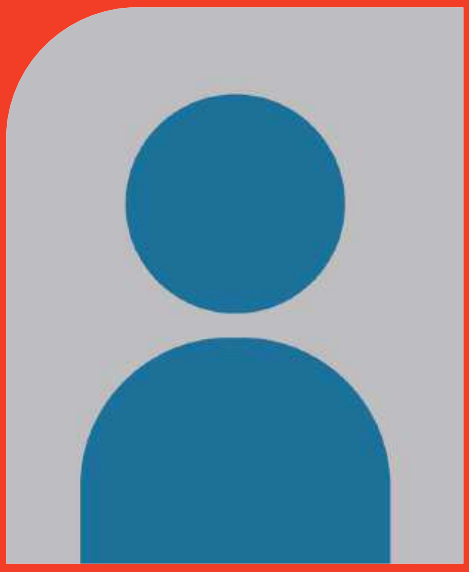


Contact
alberto.setiawan@student.umn.ac.id
alberto.tristantyo@gmail.com
087872866244



Perancangan Ulang Identitas Visual Kerupuk Sambal Cap Bawang Khas Sibolga

by ***Aldre Elroy Joshua Doli Simanjuntak (00000036837)***



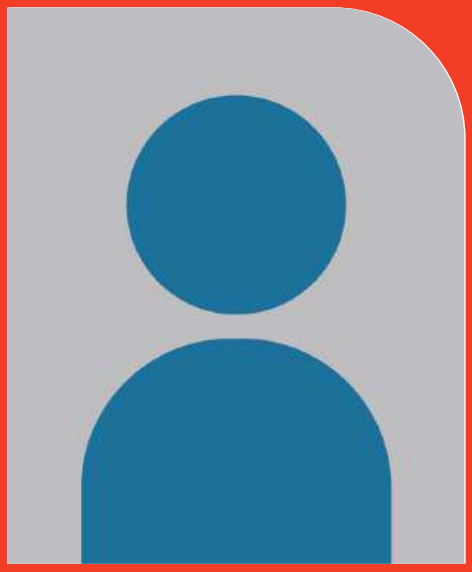
Contact
aldre.elroy@student.umn.ac.id
aldre.elroy@gmail.com
085748700030

Kerupuk sambal yang terbuat dari singkong mulai diminati oleh masyarakat Indonesia sejak tahun 2010. Kerupuk Sambal Cap Bawang merupakan salah satu merek kerupuk singkong di kota Sibolga dan sudah ada sejak tahun 1987, dipelopori oleh Ny Kang Kiong Kin. Keunikan dari kerupuk sambal ini, yakni disajikan dengan cara ditumbuk, beserta saus atau bumbu yang merekatkan antar serpihan kerupuk, dan diselipkan ikan teri didalamnya. Ikan menjadi perlambang nilai khas dari kota Sibolga, kota penghasil ikan. Keberadaan Kerupuk Sambal Cap Bawang sebagai pelopor sejak tahun 1987 menghasilkan karyawan-karyawan yang kemudian membuka usaha pada bidang yang sama, sehingga terdapat kompetitor-kompetitor dari merek ini. Wujud dari identitas visualnya juga belum menyesuaikan selera masyarakat. Melalui tugas akhir ini, penulis merancang identitas visual yang baru bagi Kerupuk Sambal Cap Bawang. Identitas visual ini mampu menggambarkan tekstur dan rasa produk yang akhirnya tidak hanya mengangkat dan memperluas merek, tetapi juga mengangkat kota Sibolga yang direpresentasikan oleh merek Kerupuk Sambal Cap Bawang.

Perancangan Website Mengenai Pubertas Laki-Laki

by ***Alexandra Sekar Dita Listyorini (00000036308)***

Masa remaja merupakan proses peralihan individu dari anak-anak menjadi dewasa. Pada masa ini setiap remaja baik laki-laki maupun perempuan mengalami pubertas. Pubertas adalah masa pertumbuhan dan perkembangan anak baik fisik maupun psikologis. Dalam prosesnya, pubertas cukup membingungkan bagi remaja, maka dari itu mereka mulai untuk mencari informasi mengenai perubahan yang terjadi pada diri mereka. Namun, remaja laki-laki merasa resah karena ada beberapa informasi yang belum mereka temui. Hasil dari penelitian yang dilakukan membuktikan bahwa mayoritas remaja laki-laki memiliki keresahan dalam mendapatkan informasi yang mereka inginkan. Perubahan yang terjadi pada mereka terkadang membingungkan, terlebih adanya pengaruh dari lingkungan sekitar. Hasil wawancara juga menjelaskan bahwa perubahan yang terjadi normal dan merupakan proses perkembangan diri manusia. Terbukti bahwa remaja laki-laki memiliki keresahan dalam mendapatkan informasi dan perancangan media informasi mengenai pubertas.

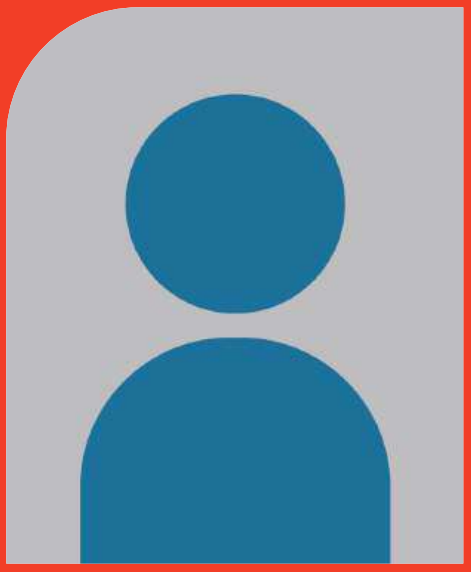


Contact

alexandra.sekara@student.umn.ac.id
alexandrasekar5@gmail.com
082143954469

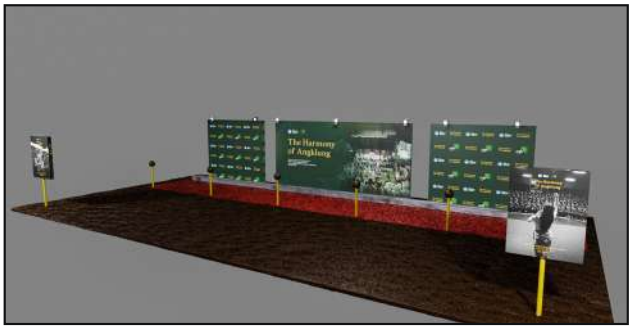
Perancangan Media Informasi Dokumenter Mengenai Instrumen Angklung Di Saung Angklung Udjo

by ***Alzena Jasmine Levia (00000036138)***



Contact
alzena.jasmine@student.umn.ac.id
aldre.elroy@gmail.com
081212263189

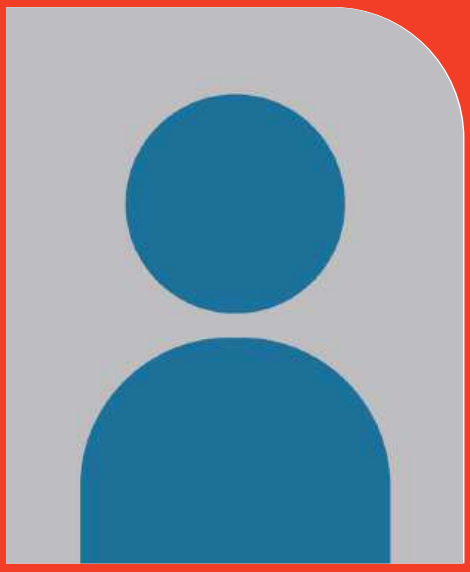
Indonesia di dalamnya memiliki keragaman budaya yang patut untuk dibanggakan dan salah satunya, yakni instrumen musik angklung. Angklung merupakan salah satu alat musik tradisional yang telah berkembang di masyarakat sunda dan berasal dari Jawa Barat. Terdapat cara untuk mengenali dan melestarikan kebudayaan Sunda tersebut melalui pariwisata sanggar angklung yang telah dilakukan oleh Saung Angklung Udjo. Meskipun Saung Angklung Udjo telah dikemas lebih modern agar menyesuaikan perkembangan generasi melalui sisi pertunjukkan, sangat disayangkan jika wisatawan asing lebih tertarik dibandingkan wisatawan domestik. Penulis telah melakukan hasil penelitian dengan melaksanakan observasi langsung ke Saung Angklung Udjo, wawancara dengan pakar yang sudah berkompeten, dan responden kuesioner sebanyak 130 responden. Metode yang digunakan berupa metode dari Robin Landa.



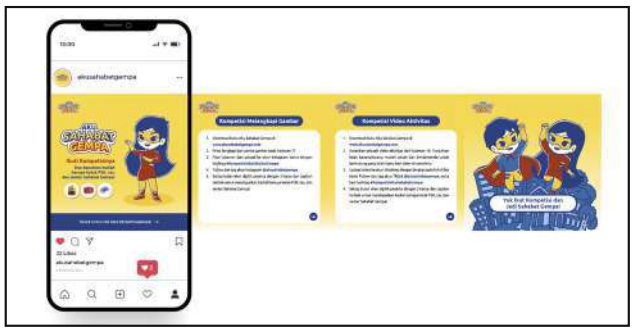
Perancangan Buku Interaktif Mengenai Kesiapsiagaan Bencana

by ***Angela Natalia Hadiwono (00000036327)***

Berdasarkan karakteristik bencana alam pada Desember 2016–Agustus 2019, gempa bumi merupakan jenis bencana yang paling berdampak pada satuan pendidikan dan sekolah dasar yaitu sebanyak 43%. Namun saat ini media pembelajaran yang diberikan kurang menjelaskan langkah-langkah kesiapsiagaan gempa secara detail, sehingga terjadi kebingungan ketika mereka diharuskan untuk melakukan praktik dalam dunia nyata. Oleh karena itu, buku interaktif merupakan solusi untuk mengenal langkah kesiapsiagaan bencana gempa secara mendalam dan mengajak anak untuk melakukan aktivitas yang dapat membantu mereka untuk mempersiapkan diri sebelum terjadinya gempa. Dari penelitian ini didapatkan big idea “Siap menjadi pahlawan kesiapsiagaan gempa melalui buku interaktif yang ceria”, kemudian big idea tersebut diterapkan pada proses desain buku interaktif. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi pendamping kurikulum dalam mengajarkan edukasi bencana bagi anak-anak melalui cara yang menyenangkan dan bersahabat.

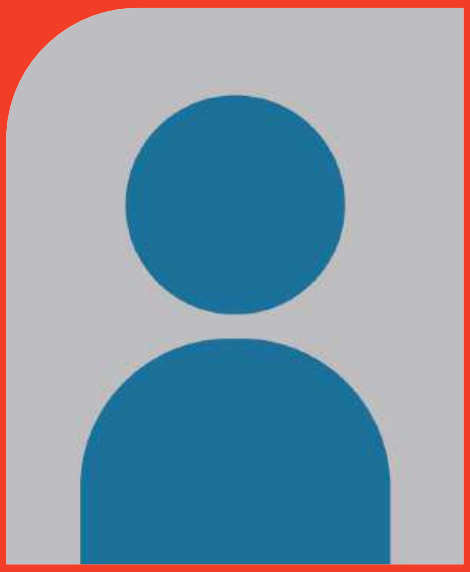


Contact
angela.natalia@student.umn.ac.id
angela.natalia.hadiwono@gmail.com
087830618151



Perancangan Kampanye Promosi Kebun Raya Cibinong

by ***Antonius Kenjiro Wiguna (00000033956)***



Contact

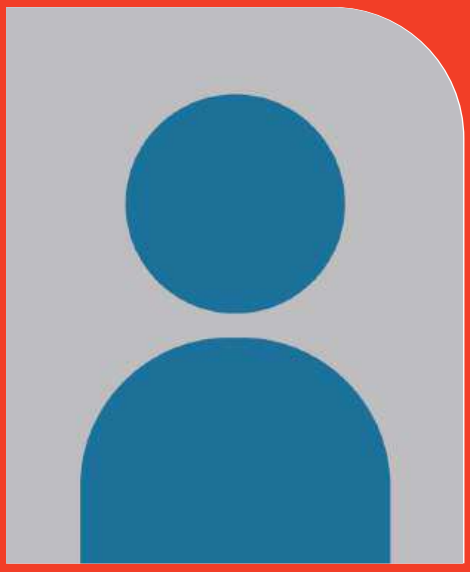
antonius.kenjiro@student.umn.ac.id
kenjirowiguna10@gmail.com
087874137395

Kebun Raya Cibinong adalah kawasan terbuka di daerah Cibinong yang merupakan daerah konservasi tumbuhan di bawah Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI). Setiap pohon yang tumbuh di sini dapat di-scan dan pengunjung dapat mendapatkan informasi dari sini. Namun di balik keunggulannya, hingga kini masih banyak masyarakat Bogor yang belum mengetahui eksistensi Kebun Raya Cibinong. Dengan adanya perancangan kampanye promosi Kebun Raya Cibinong, diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat terutama sekolah akan eksistensi Kebun Raya Cibinong dan meningkatkan jumlah pengunjung Kebun Raya Cibinong. Dari seluruh rangkaian pengumpulan data yang dilakukan, penulis memutuskan untuk merancang kampanye promosi menurut Landa (2010). Hasil perancangan akan menghasilkan beberapa kampanye promosi yang ditentukan berdasarkan pada target audiens yakni dari kalangan remaja hingga dewasa, terutama guru sekolah yang berdomisili di daerah sekitar Kebun Raya Cibinong.

Perancangan Ulang Identitas Visual Kopi Bubuk Cap Kembang Api

by ***Antony Akinindo (00000039727)***

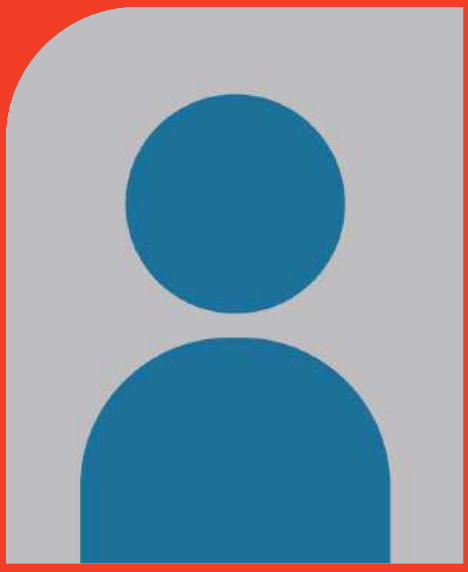
Kopi adalah minuman yang sangat populer pada zaman sekarang, mulai dari kalangan muda hingga dewasa. Menurut Restu Dewa (2017) kopi tubruk berasal dari bahasa Jawa yang memiliki arti “bertabrakan”. Pembuatan kopi tubruk menjadi salah satu metode pembuatan kopi paling tua dan sebuah metode pembuatan kopi hitam yang paling sederhana Kopi Bubuk Cap Kembang Api adalah salah satu merek kopi dari kota Pontianak yang menawarkan cita rasa kopi tubruk yang autentik. Dari hasil penelitian kuantitatif pebisnis lebih memilih kompetitor dari Kopi Bubuk Cap Kembang Api karena mengganggap desain yang dimiliki Kopi Bubuk Cap Kembang Api sudah tidak relevan dengan zaman modern, sehingga perlu melakukan perancangan ulang identitas visual untuk Kopi Bubuk Cap Kembang Api. Dalam proses perancangan penulis menggunakan metode perancangan Designing Brand Identity oleh Wheeler. Perancangan akan diimplementasikan pada graphic standard manual serta media-media sekunder yang digunakan.



Contact
antony.akinindo@student.umn.ac.id
akinindoantony@gmail.com
081346839692

Perancangan Buku Ilustrasi Tentang Pentingnya Pelestarian Ekosistem Laut Indonesia Kepada Anak Berumur 5-8 Tahun

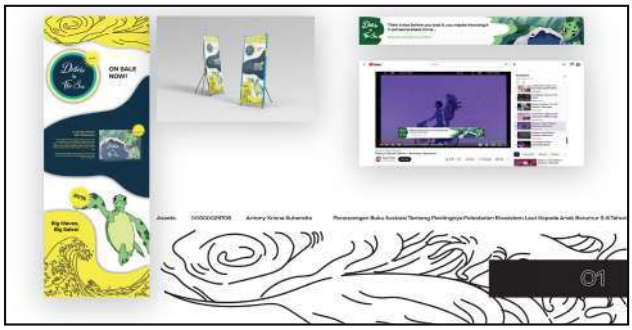
by ***Antony Krisna Suhendra (00000029706)***

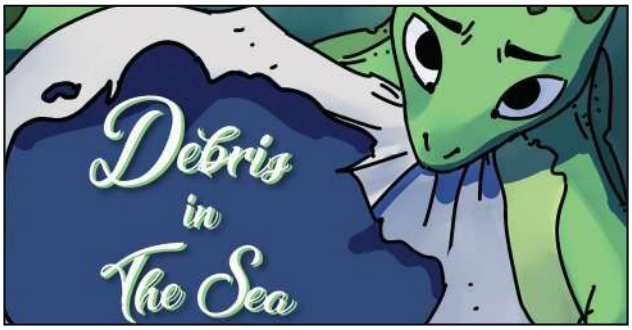


Contact

antony.suhendra@student.umn.ac.id
antonykrisnasuhendra@yahoo.com
087878751587

Polusi air merupakan pencampuran suatu substansi yang tidak alami kepada badan air, yang dapat mengakibatkan efek samping yang buruk kepada kualitas air ataupun ekosistem dalam badan air yang terkontaminasi. Menurut ahli taraf polusi yang telah mengkontaminasi lautan Indonesia sudah mencapai kondisi yang mengkhawatirkan, dengan banyaknya polutan yang telah menginvasi ekosistem lautan, mengakibatkan kestabilan serta kesahatan ekosistem tersebut jauh berkurang, dengan kondisi tersebut terdapat potensi ancaman yang besar kepada sumber daya alam Lautan Indonesia. Teori yang digunakan untuk mendapat hasil yang jelas dan kritis adalah dengan menggunakan buku “Graphic Design Solution” yang di susun dengan Robin Landa serta “Book Design” yang disusun oleh Andrew Haslam. Diharapkan dengan penelitian ini penulis dapat merangkai buku illustrasi informatif mengenai ekosistem lautan dan isu yang ada di dalamnya untuk meningkatkan kesadaran dan pengetahuan akan pentingnya kesehatan ekosistem laut di Indonesia kepada anak-anak.

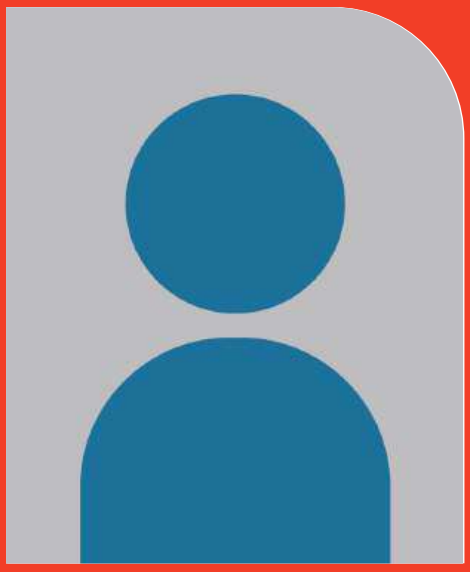




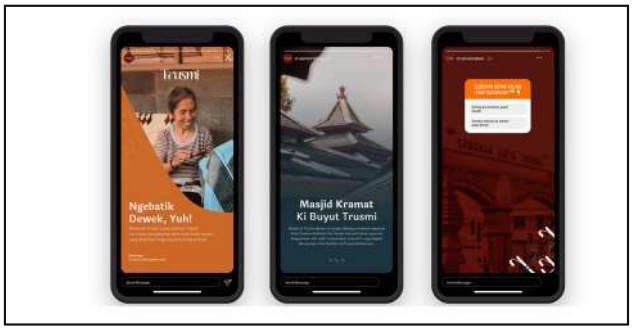
Perancangan Brand Destination Kawasan Kampung Batik Trusmi Cirebon

by ***Audrey Lovina (00000034728)***

Budaya Cirebon lahir dari proses asimilasi budaya dan pengaruh penyebaran agama Islam. Salah satu kawasan yang dibentuk oleh sultan tersebut adalah Desa Trusmi yang kini menjadi Kampung Batik Trusmi dan dikenal sebagai pusat penghasil batik sejak abad ke-14. Dari segi ekonomi, saat ini kawasan Kampung Batik Trusmi tidak hanya terdiri atas pelaku usaha batik, tetapi juga memiliki deretan toko kelontong, pedagang, dan kuliner. Namun, riset yang penulis lakukan terhadap masyarakat di Jabodetabek dan Kota Cirebon menunjukkan bahwa sebesar 54% menganggap kawasan Kampung Batik Trusmi sebatas pusat belanja batik. Hal tersebut menunjukkan keterbatasan persepsi masyarakat akan nilai histori, budaya, religi, dan edukasi yang dimiliki. Keterbatasan tersebut juga mempengaruhi minat generasi muda Trusmi untuk membatik. Oleh karena itu, konsep destination branding digunakan untuk membangun image kawasan Kampung Batik Trusmi sehingga memiliki identitas dan kebudayaan yang kuat serta selaras dengan rencana pengembangan kawasan oleh pemerintah.

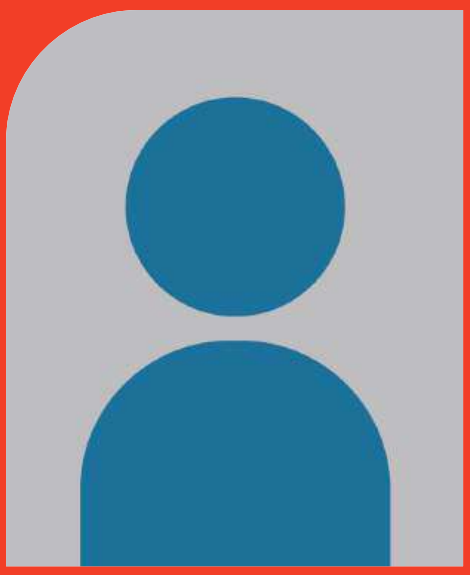


Contact
audrey.lovina@student.umn.ac.id
lovinaaudrey@gmail.com
082127327075



Perancangan Ulang Identitas Visual Al-Kabsa Resto

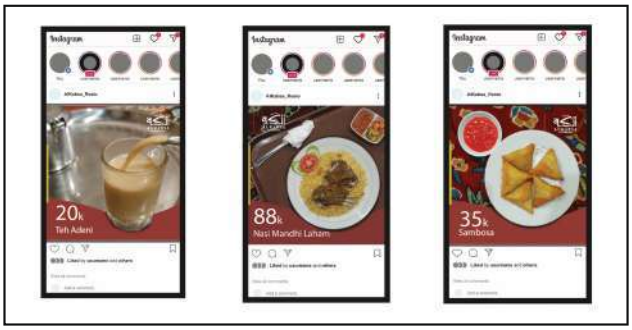
by ***Bagoes Rama Saputro (00000037993)***



Contact

bagoes.rama@student.umn.ac.id
bagoes.saputro2001@gmail.coma
087883982675

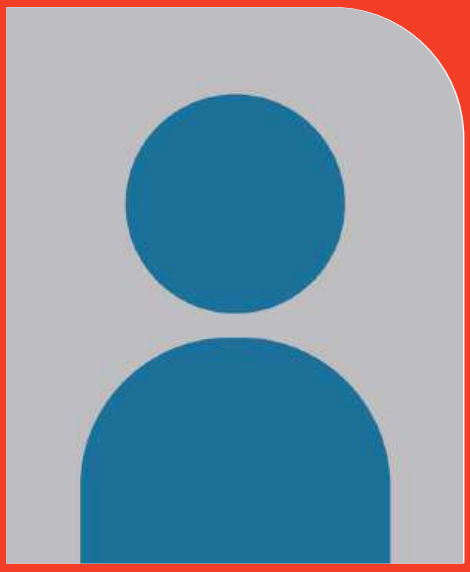
Al-Kabsa Resto merupakan sebuah merek tempat makan lokal yang memroduksi makanan khas Timur Tengah. Restoran ini menjual berbagai jenis makanan Timur Tengah seperti nasi kebuli laham, nasi mandhi, kebab, briyani laham, samosa dan lainnya. Al-Kabsa memiliki masalah karena telah melakukan rebranding namun logo lamanya masih digunakan hingga saat ini yang menyebabkan inkonsistensi pada penggunaan identitas visualnya dan menimbulkan mispersepsi dari masyarakat. Dari hasil penelitian kuantitatif penulis mendapatkan bahwa mayoritas masyarakat mispersepsi terhadap restoran Al-Kabsa Resto ini. Hal ini akan berdampak buruk karena akan menghambat untuk memperluas pasar mereka. Pada perancangan ulang identitas visual Al-Kabsa Resto ini penulis menggunakan metode perancangan Designing Brand Identity dari Alina Wheeler. Hasil dari perancangan ini berbentuk graphic standard manual dan juga media sekunder. Penulis harapkan setelah melakukan perancangan ini dapat memberikan dampak positif pada Al-Kabsa Resto.



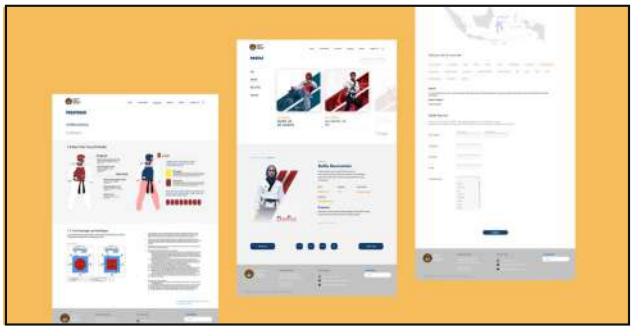
Perancangan Ulang Desain Website Pengurus Besar Taekwondo Indonesia (Pbti)

by ***Bryan Karuna (00000027227)***

Taekwondo merupakan seni beladiri yang berasal dari Korea, seiring berkembangnya taekwondo, beladiri ini pun tersebar sampai ke Indonesia, berbagai organisasi mulai terbentuk dengan tujuan memajukan taekwondo Indonesia,oleh karena itu PBTI diberikan kepercayaan oleh WTF untuk menyelengarakan kejuaraan mulai dari nasional hingga internasional. Berdasarkan hal tersebut PBTI membuat media informasi website untuk menyediakan informasi seputar Taekwondo, namun setelah melakukan observasi, penulis menemukan ada indikasi bahwa website pbti.info belum menerapkan prinsip User Interface dan User Experience yang tepat, maka dari itu penulis melakukan penelitian lebih lanjut dengan metode pengumpulan data kualitatif dan kuantitatif, berupa wawancara expert. Melalui penelitian dan perancangan ulang desain website PBTI di harapkan dapat meningkatkan daya tarik dari target user dari segi visual sesuai dengan prinsip – prinsip desain sehingga website pbti.info dapat menjalankan peranannya sebagai media informasi sesuai dengan target user yang dituju.

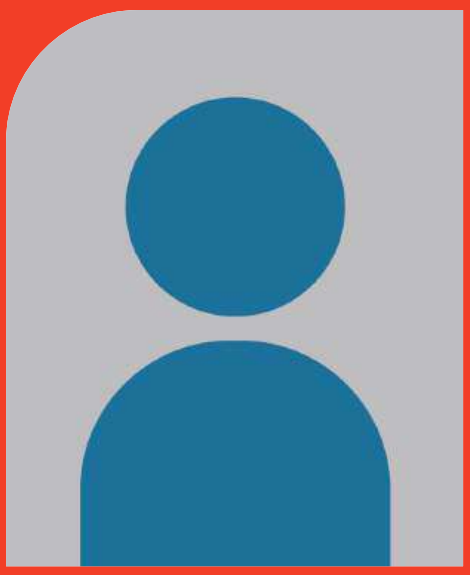


Contact
bryan.karuna@student.umn.ac.id
bryankaruna@gmail.com
08119112767



Perancangan Kampanye Sosial Mengenai Ajakan Penyaluran Limbah Masker Selama Masa Pandem

by ***Carina Larasati Effendi (0000002250)***



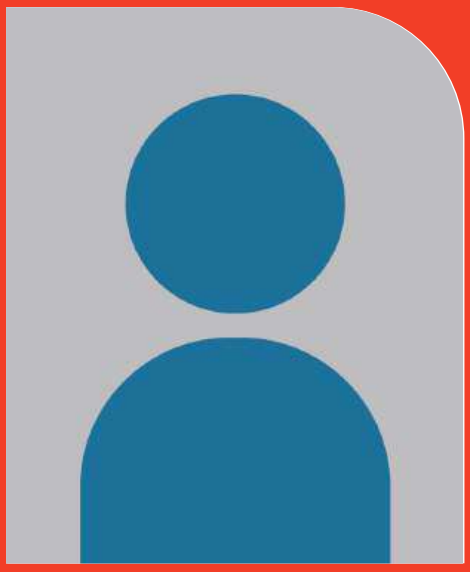
Contact

carina.larasati@student.umn.ac.id
carienalarasati77@gmail.com
‘082269892572

Penggunaan masker disposable yang melonjak dimasa pandemi ini menyebabkan meningkatnya limbah masker. Banyak masyarakat yang membuang sembarangan masker bekasnya di sungai dan sembarang tempat. Hal ini tentunya dapat berbahaya bagi ekosistem karena pencemaran yang dihasilkan. Fenomena ini menunjukkan bahwa kesadaran masyarakat yang masih rendah dan masyarakat belum mengetahui adanya alternatif lain dalam pembuangan limbah ini yaitu dengan pemilahan. Penelitian akan menggunakan metode desain oleh Robin Landa dalam bukunya Graphic Design Solution. Hasil akhir solusi dari permasalahan yang ada yaitu dengan membuat kampanye yang ditujukan untuk masyarakat berumur 17-35 tahun di pulau Jawa dengan cara mengajak masyarakat untuk memilah dan mengolah sampah masker setelah digunakan, serta menyalurkan limbahnya ke tempat daur ulang limbah masker yang telah disediakan dengan menggunakan media kampanye yaitu website, media sosial, serta beberapa media cetak seperti wobbler dan x-banner.

Perancangan Destination Branding Desa Wisata Carangsari Bali

by ***Celine Venusa (00000037900)***

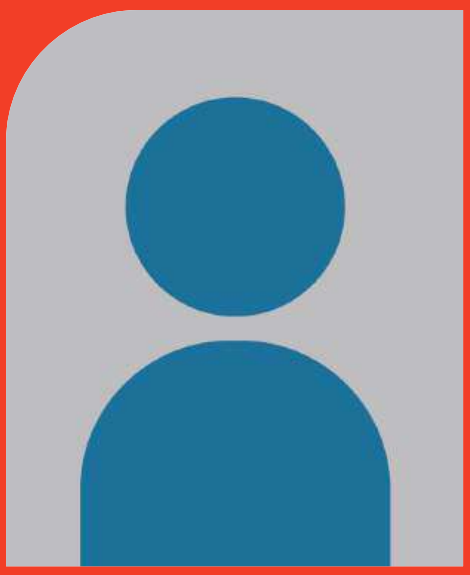


Contact
celine.venusa@student.umn.ac.id
cvenusa.project@gmail.com
08111488168

Desa Wisata Carangsari merupakan desa dengan berbagai potensi dan keunikan yang dijadikan kegiatan destinasi wisata seperti Kampung Nyama Toko sebagai kampung akulturasi budaya, tur Junglegold Chocolate, tur pembuatan VCO, melukat, sanggar tari adat, kerajinan koran bekas, dan daya tarik lainnya yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan. Persepsi yang muncul di benak audiens adalah desa wisata merupakan destinasi yang hanya memiliki wisata sejarah (sightseeing) dan minim kegiatan yang dapat dilakukan untuk mendapatkan eksperiens baru. Padahal, value Desa Wisata Carangsari sebagai desa wisata tidak hanya sekedar kaya akan budaya dan sejarah, namun juga memiliki ragam kegiatan wisata edukatif yang menekankan pada wellness dan wellbeing. Permasalahannya, Image ini belum tergambarkan dengan tepat di benak masyarakat. Solusi yang ditawarkan penulis adalah perancangan destination branding untuk membangun persepsi desa wisata yang sesuai dengan kenyataan di lapangan. Metode yang digunakan dalam

Perancangan Kampanye Sosial Untuk Melakukan Mindful Spending Bagi Usia 31-40 Tahun

by ***Celine Yovita Lo (00000034760)***



Contact

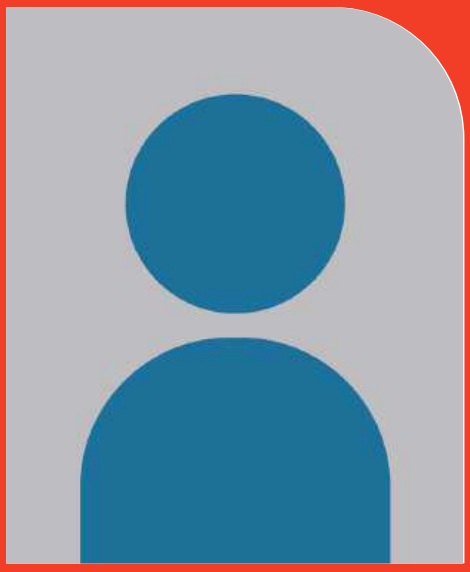
celine.yovita@student.umn.ac.id
celineyovita30@gmail.com
081310195836

Aktivitas berbelanja digemari oleh hampir seluruh orang. Berbelanja membantu untuk memenuhi kebutuhan, namun dapat menjadi bumerang bila dilakukan secara berlebihan sebab dapat menyebabkan sifat konsumtif. Ditemukan dari hasil penelitian penulis, usia 31 - 40 tahun kerap kali mengalami kelebihan budget saat berbelanja. Mindful spending membantu seseorang untuk mengasah pola pikir kritis, sehingga pengeluaran yang dilakukan melalui pertimbangan dahulu yang dapat memberikan makna dan nilai esensial bagi kehidupan. Namun tidak semua orang mampu memiliki motivasi dan usaha yang sama akan pentingnya mindful spending. Kemudian yang paling penting yaitu sebuah kesadaran, sebab dengan kesadaran barulah bisa membuat perubahan. Dari permasalahan tersebut, penulis memerlukan sebuah media untuk dapat memotivasi masyarakat melakukan mindful spending. Dalam perancangan kampanye ini, penulis menggunakan metode ‘six phases’ oleh Robin Landa.

Perancangan Media Promosi Brand Seven Beans Coffee Kelapa Gading

by ***Charlotte Shannon (00000036876)***

Seven Beans Coffee Kelapa Gading adalah sebuah kafe rooftop pertama di Kelapa Gading yang memiliki konsep open-bar. Akan tetapi, Seven Beans Coffee masih kesulitan dalam memperlihatkan unique selling point yang dimiliki pada media promosi, sehingga tingkat kesadaran audiens masih minim. Selain itu, keterbatasan wawasan desain dan kurangnya engagement pada media sosial Instagram membuat audiens merasa ragu untuk mengunjungi kafe. Hal ini tentunya berdampak pada jumlah pengunjung kafe dan penjualan. Oleh karena itu, diperlukan sebuah promosi yang komunikatif sehingga value dan unique selling point brand dapat nampak pada media promosi sehingga akan berdampak pula pada jumlah minat pengunjung kafe dan penjualan. Metode yang akan menunjang penelitian dan perancangan ini yaitu kualitatif dan kuantitatif dan metode Robin Landa. Harapannya dengan adanya hasil dari perancangan media promosi ini, jumlah minat pengunjung kafe serta penjualan Seven Beans Coffee Kelapa Gading dapat meningkat.

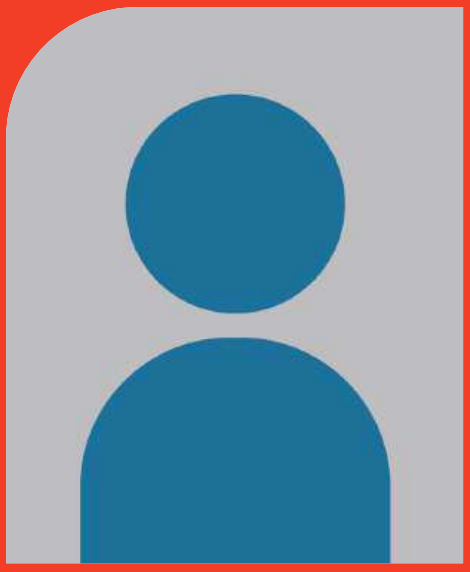


Contact

charlotte.shannon@student.umn.ac.id
charlotteeshan@gmail.com
081807910910

Perancangan Website Mengenai Empowering Woman Esports Di Indonesia

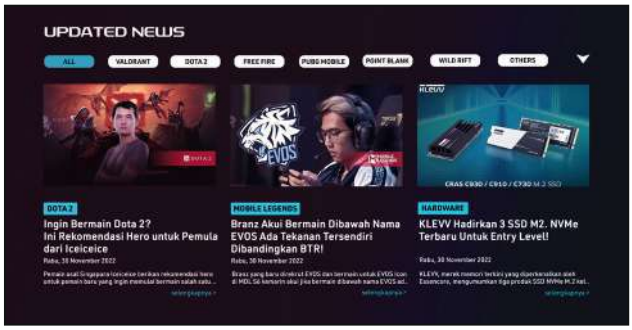
by ***Christa Charisma (00000030780)***

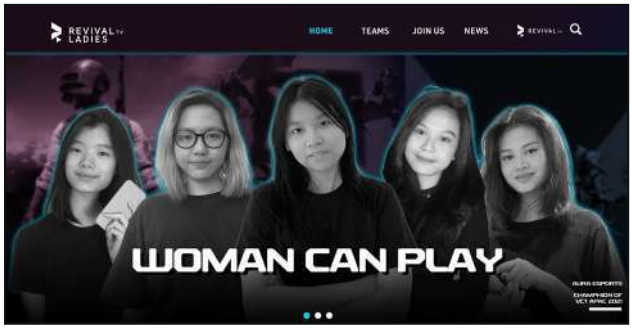


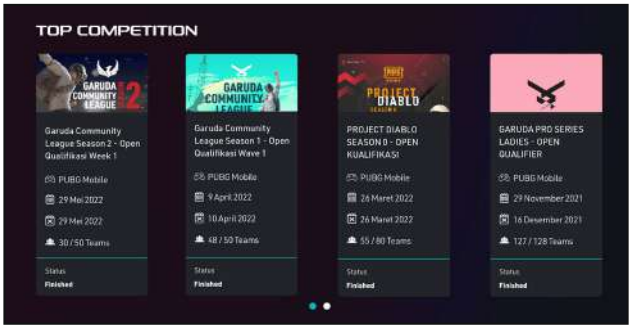
Contact

christa.charisma@student.umn.ac.id
tirtachrista@gmail.com
a08116668288

Esports sendiri sudah resmi sebagai cabang olahraga prestasi oleh Kemenpora dan KONI. Esports sendiri sekarang sudah menjadi salah satu pekerjaan tetap maupun sekunder bagi anak muda jaman sekarang. Esports sendiri tidak mempunyai standar pada gender, baik perempuan maupun laki-laki boleh bergabung dalam sebuah industri esports. Oleh karena itu, banyaknya player perempuan di bidang esports memiliki banyak prestasi dan kemampuan yang tidak kalah jauh dari player laki-laki. Dari hasil penelitian diperlukan bentuk media informasi yang dapat membantu publik mengenal para pemain esports perempuan di Indonesia. Penulispun melakukan beberapa metode pengumpulan data yaitu dengan melakukan wawancara dari seorang jurnalis media esports, kepala divisi tim kreatif pada media esports, player esports perempuan asal Indonesia. Berdasarkan hasil data yang diperoleh penulis menemukan solusi berupa merancang media informasi berupa website yang dapat menampung informasi dan data para player esports perempuan.



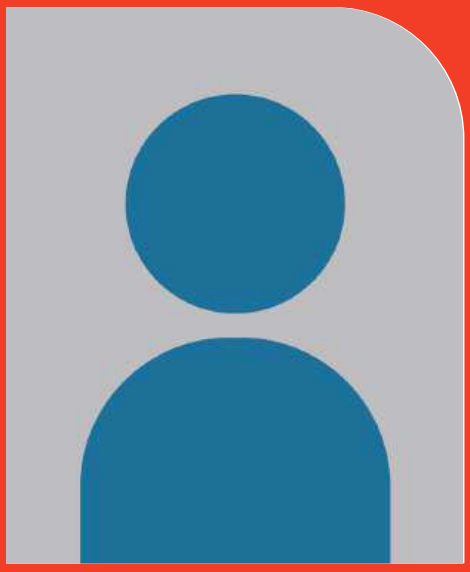




Perancangan Promosi Puri Mesari Hotel Sanur

by ***Danu Pandita Raharjo (00000031911)***

Puri Mesari Hotel adalah hotel berbintang 3 yang berlokasi di Sanur, Bali yang telah berdiri sejak tahun 1997. Hotel ini mengusung konsep bangunan yang mengikuti perumahan Bali dimana setiap kamarnya terpisah secara bangunan layaknya sehingga memberikan rasa privasi bagi setiap pengunjungnya. Selama 25 tahun hotel ini beroperasi, pihak hotel sempat mengalami penurunan dalam penjualan salah satunya sampai harus menutup sementara selama 2 tahun pada periode 2020-2021 akibat pandemi dan dikalkulasikan akan rugi besar karena minimnya jumlah pengunjung serta kalah saing dari hotel-hotel ternama. Dengan mulai bangkitnya pariwisata di Pulau Bali dan adanya hotel-hotel baru yang mulai beroperasi maka Puri Mesari Hotel perlu menggencarkan promosi agar dapat mendorong jumlah pelanggan hotel kembali ke angka semula sebelum pandemi atau bahkan lebih baik lagi. Metode yang akan digunakan oleh penulis dalam perancangan promosi ini adalah 6 tahapan desain berasarkan metode desain Robin Landa dalam buku karyanya.

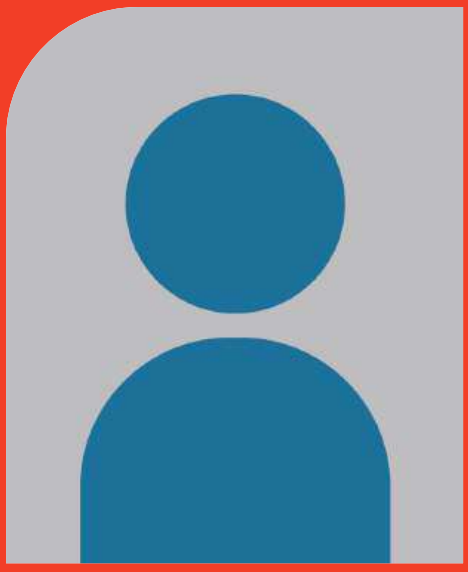


Contact

danu.pandita@student.umn.ac.id
danuraharjo106@gmail.com
081316786906

Perancangan Visualisasi Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Mengenai Cara Menyembuhkan Luka Inner Child Pada Orang Dewasa Awal

by ***Denise Nathania Iskandar (00000037716)***



Contact

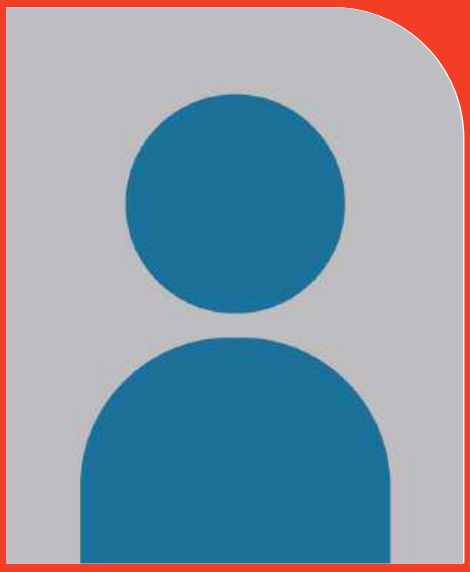
denise.nathania@student.umn.ac.id
denisenathaniai@yahoo.com
081546012112

Inner child merupakan sisi kepribadian setiap orang yang terbentuk saat kecil dan memengaruhi kepribadian seseorang ketika dewasa. Pengalaman negatif yang dialami saat kecil dapat menimbulkan luka inner child. Luka inner child yang tidak disembuhkan dapat menyebabkan terciptanya emosi dan kepercayaan-kepercayaan negatif. Bahkan pada beberapa kasus, luka inner child dapat berkembang menjadi gangguan mental seperti gangguan kecemasan dan depresi. Sehingga, penting untuk segera menyadari dan menyembuhkan luka inner child. Meski demikian, melalui survei yang dilakukan oleh penulis diketahui bahwa masih banyak orang yang belum mengetahui cara-cara menyembuhkan luka inner child. Padahal mereka memiliki keinginan untuk menyembuhkan luka inner childnya. Berdasarkan permasalahan diatas, diperlukan sebuah media informasi berupa media sosial Instagram untuk memberi tahu cara-cara menyembuhkan luka inner child. Dalam perancangan ini, penulis menggunakan metode penelitian hybrid yang dilakukan melalui wawancara, focus

Perancangan Website Mengenai Pemanfaatan Gedung Di Jakarta Sebagai Tempat Vertical Garden

by ***Eliza Maria Iskandar (00000021225)***

Jakarta merupakan ibu kota Indonesia yang padat penduduk dengan kegiatan ekonomi dan pemerintahan yang ada didalamnya. Sehingga tidak salah jika Jakarta semakin tahun dihiasi oleh gedung-gedung bertingkat dan pemakaian transportasi baik pribadi maupun umum yang semakin lama menaikkan keberadaan polusi udara. Didasari dari pengamatan penulis akan data dan informasi baik dari ahli maupun dari media publikasi akan hal ini, penulis tergerak untuk melakukan kontribusi dengan membuat perancangan website sebagai dasainer grafis dengan tujuan mempersuasi masyarakat khususnya pemilik gedung dan karyawan perkantoran untuk memanfaatkan gedung-gedung di Jakarta sebagai tempat vertical garden yang mampu menjadi alternatif dan membawa perubahan positif untuk masalah diatas. Dalam penulisan ini penulis menggunakan metodologi penelitian kualitatif meliputi kegiatan wawancara, focus group discussion, dan observasi. Adapun metodologi perancangan yang dilakukan diambil dari buku Human Centered Design oleh IDEO (2014).

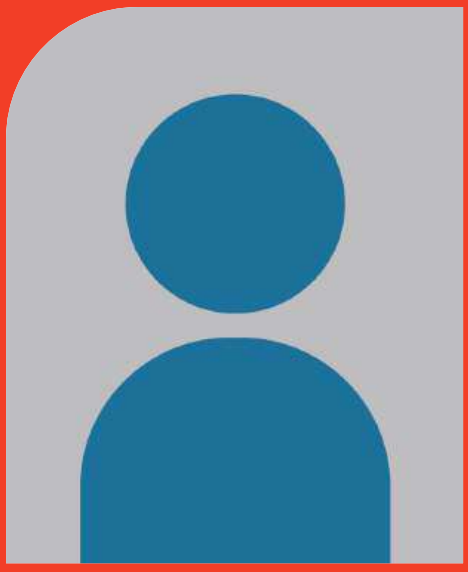


Contact

eliza.iskandar@student.umn.ac.id
elizaiskandar@gmail.com
082125247706

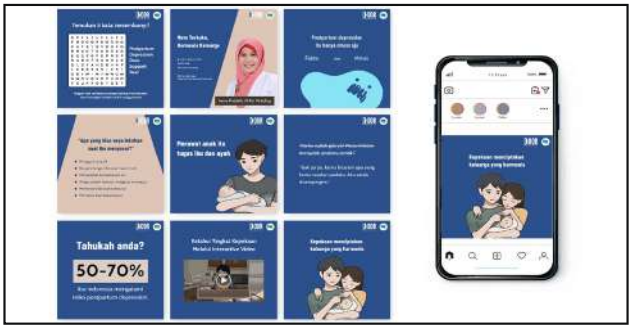
Perancangan Kampanye Mengenai Peranan Suami Pada Ibu Hamil Dalam Pencegahan Postpartum Depression

by ***Elvia (00000032652)***



Contact
elvia@student.umn.ac.id
elviarovu@gmail.com
085212147330

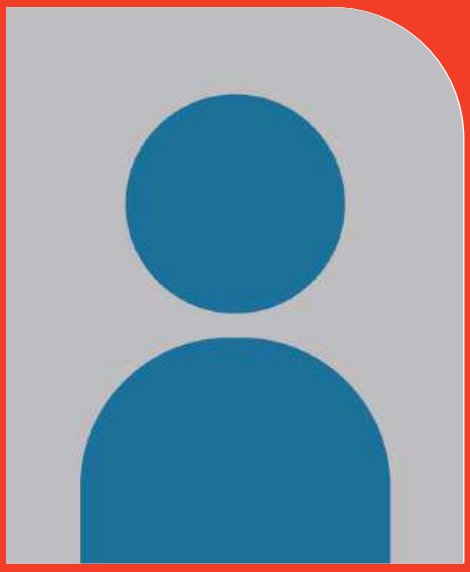
Postpartum depression adalah jenis gangguan mental yang mempengaruhi terjadi pasca kelahiran anak. Perubahan hormon mempengaruhi perubahan emosi dan pikiran sang ibu. Pada masa-masa inilah sang ibu membutuhkan banyak dukungan dari orang terdekat seperti keluarga dan teman-temannya. Namun postpartum depression memiliki persepsi buruk dari masyarakat Indonesia, bahkan saat ini gangguan mental dianggap sebagai hal aib ataupun disebabkan oleh takhayul. Hasil penelitian membuktikan bahwa suami kurang memberikan dukungan kepada ibu ketika mengalami postpartum depression. Hal itu dikarenakan mayoritas suami kurang memahami konsep postpartum depression dan melihat hal itu hanyalah stress biasa yang bisa menghilang dalam kurun waktu. Maka dari itu, penulis merancang kampanye mengenai dukungan suami pada ibu hamil berumur 20-35 tahun dalam pencegahan postpartum depression di DKI Jakarta. Metode yang digunakan dalam proses perancangan adalah menggunakan metode Robin Landa beserta metode AISAS untuk strategi kampanye.



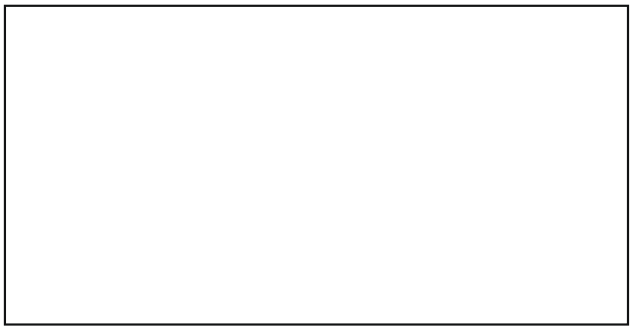
Perancangan Identitas Visual Gereja Katolik Kalvari Lubang Buaya

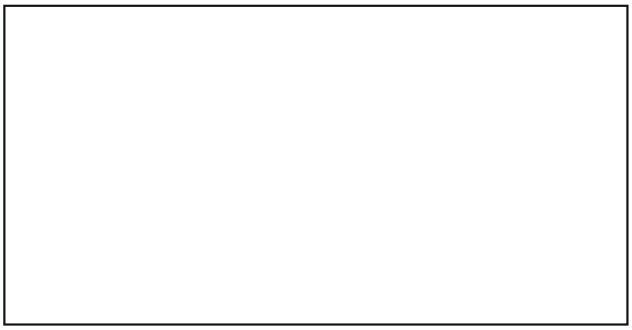
by ***Emilia Natali Velda Wibowo (00000039885)***

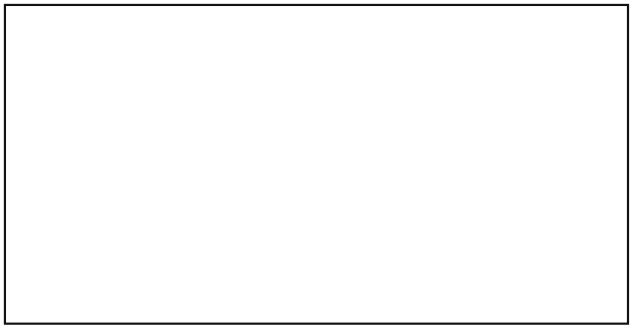
Gereja Katolik Kalvari Paroki Lubang Buaya merupakan tempat beribadah orang Katolik di sekitar daerah tersebut maupun dari luar daerah. Gereja Kalvari mengalami masalah setelah diberlakukannya pergantian nama dari Paroki Kalvari hingga menjadi Paroki Lubang buaya, yang mengakibatkan mispersepsi dan kebingungan yang dirasakan oleh umat Kalvari maupun Santa Catharina. Dari hasil wawancara oleh pihak Komunikasi Sosial (KOMSOS) Kalvari dan kuisioner yang telah disebar, penulis menemukan masalah bahwa kesamaan identitas ini perlu dilakukan perubahan untuk menjawab dan menginformasikan bahwa Gereja Kalvari telah memiliki fungsi dan asal usul yang berbeda, agar Gereja Kalvari dapat berkembang menurut tujuan dan visi misi yang ingin dicapai. Sehingga dibutuhkannya identitas tersendiri sebagai pembeda seperti yang dikatakan Robin Landa. Dalam merancang identitas visual penulis menggunakan metode perancangan Designing Brand Identity dari Alina Wheeler yang diimplementasikan ke dalam graphic standard manual book serta pengaplikasiannya di berbagai media.

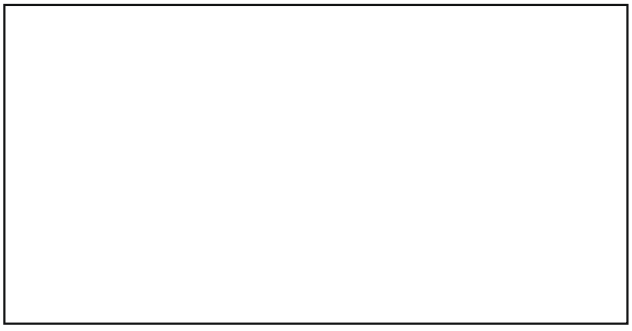


Contact
emilia.natali@student.umn.ac.id
diditbieberfever@gmail.com
085717198328



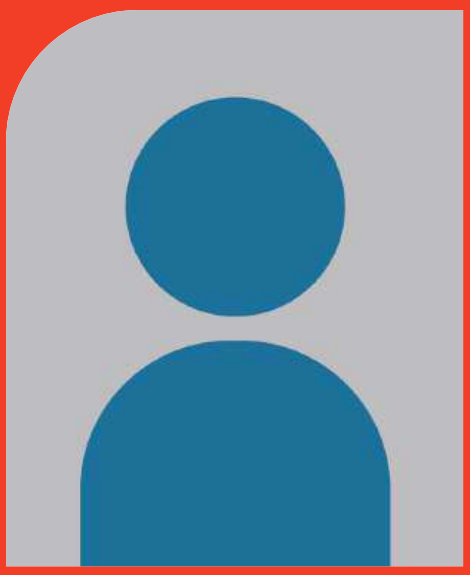






Perancangan Kampanye Promosi Mengenai Laksa Tangerang Kepada Warga Tangerang Selatan

by ***Faura Nabila Maulizka Winata (00000033139)***



Contact

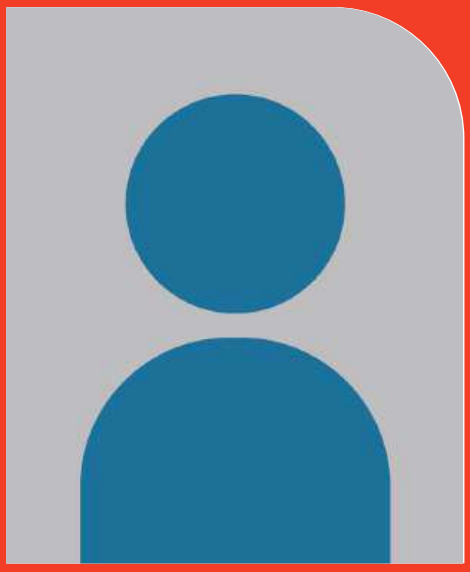
Faura.nabila@student.umn.ac.id
Fauranabila246@gmail.com
087781010089

Laksa Tangerang merupakan makanan khas Tangerang yang miliki cita rasa yang autentik khas budaya peranakan Tionghoa yang kemudian berkembang dan dipadukan dengan citarasa lokal khas Indonesia. Modern ini, pamor Laksa Tangerang sudah mulai menurun di daerah Tangerang itu sendiri dan terutama di Tangerang Selatan. Pada tahun 2010, Pemerintah Kota Tangerang mendirikan Kawasan Kuliner Laksa Tangerang dengan tujuan untuk melestarikan serta mendukung pedagang laksa Tangerang untuk mengenalkan makanan khas Tangerang tersebut kepada banyak masyarakat. Namun karena kurangnya strategi marketing yang baik dari pemerintah maka keberadaan Laksa Tangerang ini kurang diketahui oleh banyak orang, terutama warga Tangerang dan Tangerang Selatan. Maka dari itu, penulis merancang kampanye promosi ini dengan tujuan untuk menaikkan kembali pamor Laksa Tangerang kepada warga Tangerang terutama Tangerang Selatan.

Perancangan Ulang Identitas Visual Ferio Printing

by ***Febriyan Putera Ananto (00000037990)***

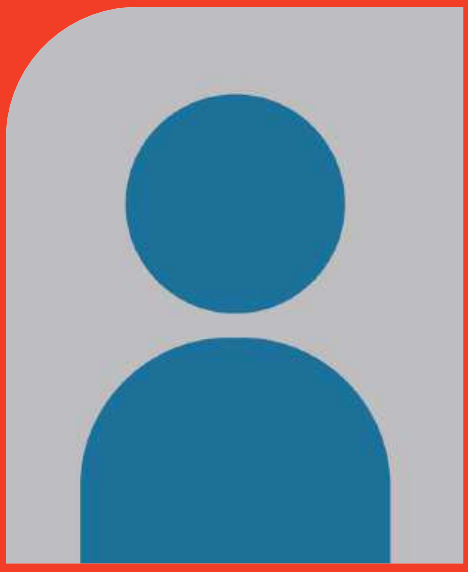
Ferio Printing atau CV, Ferio Printing merupakan salah satu percetakan offset yang berada di daerah Tangerang. Ferio Printing melayani jasa cetak seperti Continuous form, Kop surat, amplop, buku, nota, brosur dll. Ferio Printing sebagai percetakan dengan layanan dan kualitas yang bersaing. Yang pada akhirnya layanan selain continuous form jarang terjadi produksi dan sepi permintaan Pada perancangan ini akan menggunakan metode Kualitatif yakni wawancara sebagai pengumpulan data dan informasi lainnya mengenai Ferio printing, serta melakukan metode Kuantitatif yakni Kuesioner yang berguna bagi penulis dalam pengumpulan data mengenai Ferio printing dimata masyarakat. Metode yang akan digunakan dalam perancangan media promosi ini yakni sebuah metode desain merek dari Alina Wheeler dalam bukunya yang berjudul Designing Brand Identity. Diharapkan pada pelaksanaan perancangan identitas visual Ferio Printing dapat menciptakan Awareness, image dan value yang baik bagi merek ferio printing yang dimana sebagai percetakan yang tidak melayani continuous form



Contact
febriyan.putera@student.umn.ac.id
masjid_ahikmah@ymail.com
081289773446

Perancangan Buku Terkait Informasi Dan Katalogisasi Museum Wayang Di Jakarta

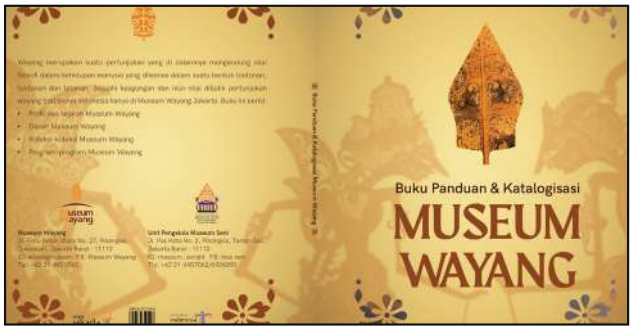
by ***Feby Agnestasya (00000038040)***



Contact

feby.agnestasya@student.umn.ac.id
feby.agnestasyaa@gmail.coma
081218694588

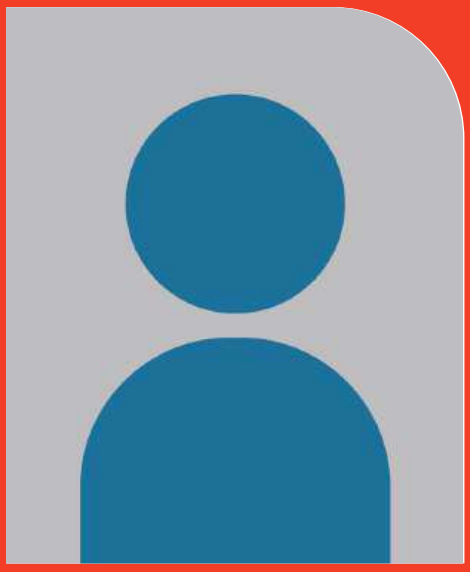
Museum Wayang adalah museum yang mengoleksi macam-macam wayang dari seluruh Indonesia hingga mancanegara. Sebagai salah satu wadah edukasi dan pelestarian budaya wayang di Indonesia, sayangnya Museum Wayang memiliki hambatan dalam mengenalkan dirinya dan koleksi-koleksi wayang kepada masyarakat dengan maksimal. Hal ini disebabkan oleh pemakaian media informasi museum yang masih sangat minim kuantitasnya. Maka, diperlukan perancangan sebuah media informasi berupa buku terkait informasi dan katalogisasi Museum Wayang yang mengandung profil, sejarah, dan koleksi-koleksi museum secara lebih lengkap dan detail agar visi misi museum dapat tercapai serta proses edukasi terhadap masyarakat khususnya generasi muda melalui peran orang tuanya dapat tersampaikan dengan optimal. Proses perancangan buku terkait informasi dan katalogisasi Museum Wayang menggunakan metode Robin Landa dari bukunya yang berjudul Graphic Design Solution. Hasil perancangan berupa buku panduan dan katalogisasi



Perancangan Visualisasi Pada Media Sosial Instagram Sebagai Informasi Dalam Mengenal Gejala Vertigo

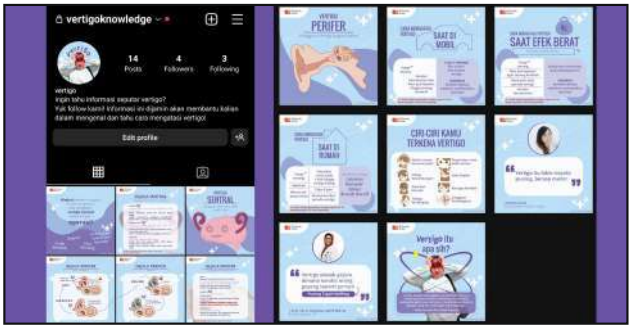
by ***Felicia Samantha (00000034303)***

Semakin beranjaknya usia, pasti ada perubahan yang terjadi dalam tubuh kita terutama pada Kesehatan.Tetapi masih banyak orang yang tidak memahami definisi dari vertigo serta cara mengatasi dengan baik dan benar. Berdasarkan hasil riset kemenkes, hampir semua usia dapat terkena vertigo,gejala ini dapat muncul secara tiba-tiba, tidak mengenal waktu dan tempat. Berdasarkan data yang telah penulis dapatkan, ditemukan bahwa vertigo dapat memicu kematian. Oleh karena itu, penulis bermaksud merancang sebuah media informasi yang dapat memberikan wawasan kepada masyarakat terhadap vertigo melalui media sosial yaitu Instagram karena banyak pengguna, praktis dan mudah diakses. Berdasarkan hasil proses perancangan ini, penulis menggunakan mix methods kualitatif dan kuantitatif untuk mengimplementasikan hasil mind mapping pada karya desain agar perancangan media informasi dapat menjadi lebih informatif. Selain informasi tersebut, visual pada media juga memiliki cara berkomukasi melalui warna, elemen, dan karakter ilustrasi yang dapat menarik perhatian orang untuk membaca.



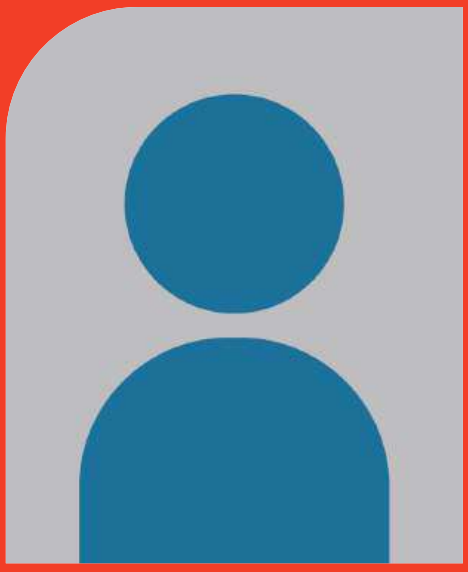
Contact

felicia.samantha@student/umn.ac.id
felsamantha31@gmail.com
08558621175



Perancangan Kampanye Sosial Tentang Peranan Penting Hewan Laut Subklas Elasmobranchii (Hiu Dan Pari) Bagi Ekosistem Laut

by ***Francois William Jordy (00000035888)***



Contact

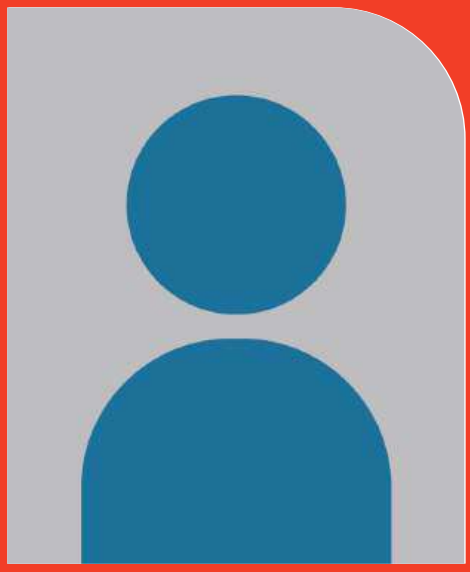
francois.william@student.umn.ac.id
francoiswilliamjo@gmail.com
081250187989

Elasmobranchii merupakan hewan laut bertulang rawan seperti hiu dan ikan pari yang memiliki peran penting bagi ekosistem laut. Namun, sampai saat ini masih sering terjadi penangkapan ilegal hiu dan pari yang tidak terkontrol dan terdata dengan baik. Dampak yang akan ditimbulkan jika hiu dan pari punah atau hilang dari ekosistem laut adalah rusaknya ekosistem laut dan berujung pada punahnya hewan laut lainnya. Penelitian ini merupakan penelitian gabungan (kualitatif dan kuantitatif) yang menggunakan pengumpulan data dengan wawancara, dan penyebaran kuesioner. Penelitian ini melakukan observasi langsung ke lapangan dan studi literatur baik melalui buku ataupun jurnal yang mendukung atau relevan dengan topik permasalahan. Hasil penelitian digunakan sebagai dasar untuk strategi media kampanye. Media kampanye yang dihasilkan berupa billboard, poster, flyer, Facebook dan Instagram post, dan merchandise. Berdasarkan analisis perancangan, media tersebut direkomendasikan untuk menjadi alternatif desain kampanye tentang hiu dan pari (Elasmobranchii) bagi nelayan di Tanjung Luar.

Perancangan Buku Mengenai Petunjuk Wisata Di Pulau Lombok

by ***Gabriel Vincenzo Goenawan (00000028695)***

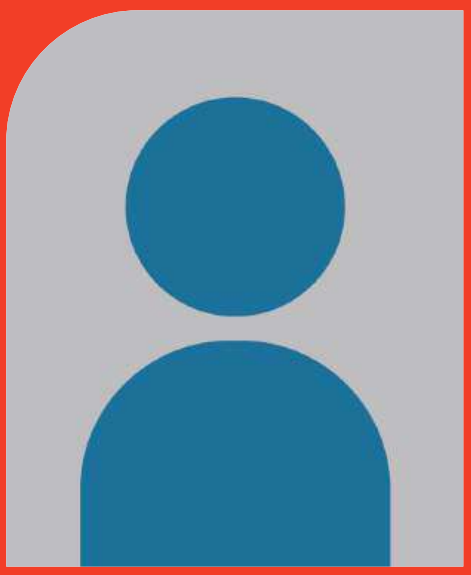
Pulau Lombok memiliki daya tarik berupa wisata alam, wisata budaya, wisata kuliner, dan wisata budaya. Lombok ibarat paket lengkap dari sebuah perjalanan. Pulau Lombok memiliki potensi yang sangat besar jika dipromosikan dan informasi lengkap mengenai Lombok disebar dengan cara yang efisien. Oleh sebab itu, penulis membuat sebuah buku cetak yang ditujukan pada target konsumen dengan media informasi. Terdapat beberapa buku wisata yang sudah beredar di pasar masyarakat namun memilik berbagai kekurangan yang kurang membantu calon wisatawan yang kelak akan berkunjung ke Pulau Lombok. Tujuan dari perancangan ini adalah merancang media informasi yang menarik dan informatif untuk target konsumen yang ingin berwisata ke Pulau Lombok. Hasil perancangan ini berupa buku cetak dengan konsep big idea “Explore the Different Level of Lombok Island” dibalut dengan desain layout yang minimalis dan mengutamakan fotografi dari wisata yang ada. Dapat terlihat pada buku cetak bahwa perbedaan tiap bab berada pada level kesulitan dari wisata yang ada.



Contact
gabriel.geonawan@student.umn.ac.id
gabrielvincenzo28@gmail.com
085223190418

Perancangan Video Panduan Penggunaan Serum Untuk Usia 20-25 Tahun

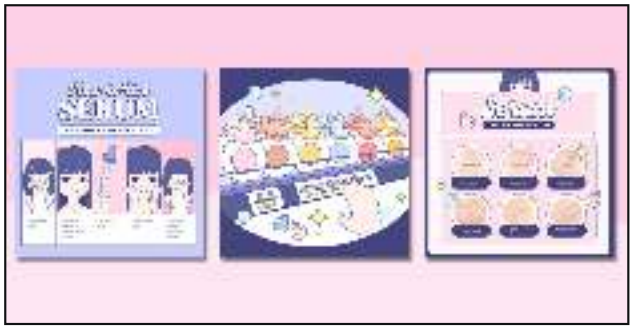
by ***Gabriella Jovanka (00000033661)***



Contact

gabriella.jovanka@student.umn.ac.id
gabyjovankaa@gmail.com
085814551509

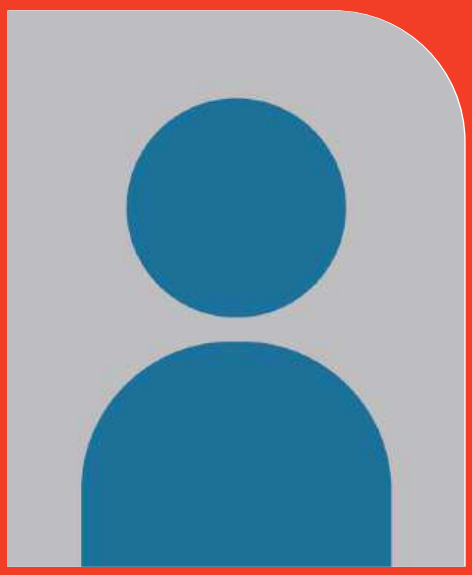
Serum adalah cairan yang memiliki kandungan bahan aktif yang tinggi, sehingga dapat mengatasi masalah kulit dengan lebih efektif cepat dibandingkan produk perawatan kulit lainnya. Setiap kandungan dalam serum memiliki karakteristik dan kegunaannya masing-masing. Serum dapat memberikan hasil yang baik, dan juga dapat memberikan hasil yang fatal. Kenyataannya, audiens tidak memperdulikan hal tersebut, dan langsung menggunakan serum berdasarkan informasi yang beredar dari sumber yang tidak terpercaya. 63.3% audiens menyatakan bahwa mereka mendapatkan hasil yang mengecewakan dari penggunaan serum. Terbatasnya informasi yang terpercaya mengenai penggunaan serum membuktikan bahwa belum ada media informasi. Melihat permasalahan di atas, diperlukan upaya untuk menginformasikan kepada masyarakat tentang penggunaan serum yang tepat. Maka dari itu, penulis merancang media informasi yang memuat informasi tentang penggunaan serum dari sumber yang terpercaya untuk memandu target audiens dalam penggunaan serum.



Perancangan Brand Rejuvenation Restoran Tropic Di Pasar Baru Jakarta

by ***Helena Elva Pratiwi (00000032649)***

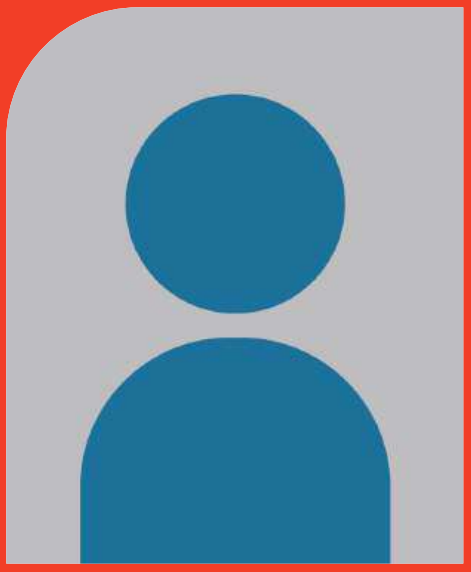
Restoran Tropic merupakan restoran legendaris yang telah berdiri sejak tahun 1950-an di Pasar Baru, Jakarta. Restoran ini memiliki menu khas andalan yaitu es krim yang diproduksi secara handmade. Menu ini telah menjadi menu pertama yang hadir sejak awal pembentukan restoran dan digemari pelanggan dari tempo dulu hingga saat ini. Karena Restoran Tropic sudah dikenal sejak lama, mayoritas pelanggan restoran merupakan pelanggan lama yang pernah mengunjungi restoran puluhan tahun lalu. Restoran Tropic mengalami kesulitan untuk menjangkau pelanggan baru. Hal ini disebabkan karena restoran belum memiliki brand identity yang baik. Logo yang dimiliki Restoran Tropic tidak relevan dngan era modern saat ini. Permasalahan lainnya berasal dari segi pengaplikasian touchpoint yang tidak tepat sehingga menyebabkan Restoran Tropic sulit diknali. Untuk memperkuat positioning-nya, perancangan brand rejuvenation perlu dilakukan dengan menggunakan metode dari Alina Wheeler dalam bukunya yang berjudul Designing Brand Identity.



Contact
helena.elva@student.umn.ac.id
helena.e724@gmail.com
081384301293

Perancangan Visual Promosi Desa Tenganan Pegringsingan

by *I Putu Arya Andika Wijaya (00000030911)*



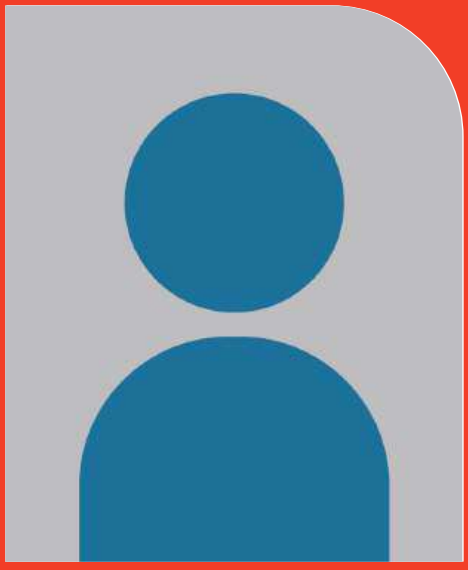
Contact
putu3@student.umn.ac.id
putudesign8@gmail.com
082269120186

Desa Tenganan adalah desa wisata yang penduduknya memegang teguh peraturan desa agar dapat menjaga warisan budaya yang sudah ada sejak turun temurun. Tetapi ada suatu masalah dalam hal promosi dari DesaTenganan Pegringsingan yaitu kalah eksistensi dikarenakan sudah banyak desa wisata di Karangasem yang melakukan promosi dengan mengikuti zaman modern. Permasalahan yang muncul bagi desa adalah penurunan wisatawan sejak 2014 hingga sekarang. Faktor penyebab dari masalah tersebut dikarenakan kurangnya media yang digunakan untuk memberikan informasi tentang Desa Tenganan Pegringsingan. Agar perancangan ini bisa tepat sasaran, penulis melakukan penelitian berupa wawancara, studi eksisting, studi referensi, dan kuesioner dilakukan penyebaran kepada 100 responden yang memenuhi target penelitian. Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan Desa Tenganan Pegringsingan membutuhkan promosi melalui media yang tepat agar wisatawan mendapatkan informasi mengenai Desa Tenganan Pegringsingan.

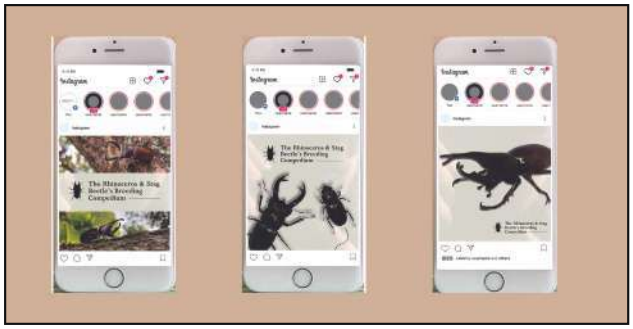
Perancangan E-Book Budidaya Kumbang Badak

by ***Ivan Adi Nugroho (00000038146)***

Kumbang badak dan kumbang rusa adalah sebuah kelompok serangga berukuran besar yang memiliki bentuk tubuh yang unik. Kumbang badak dan kumbang rusa merupakan serangga yang sering di ekspor ke berbagai negara di luar negeri seperti Jepang dan Taiwan sebagai bagian dari sektor bisnis lokal. Dari hasil penelitian kualitatif serta kuantitatif, penulis mendapatkan hasil bahwa masyarakat yang masih belum mengenal spesies serangga ini secara baik dan belum mengetahui potensi ekspor kumbang badak dan kumbang rusa di Indonesia. Hasil dari perancangan ini adalah berupa media informasi e-book serta beberapa jenis media sekunder. Penulis memilih perancangan berjenis e-book agar dapat di akses dengan mudah menggunakan perangkat elektronik seperti gawai serta komputer pribadi. E-book ini akan memuat konten terkait penjelasan secara umum mengenai kumbang badak dan kumbang rusa, bagaimana cara membudidayakan kumbang tersebut, serta cara merawat larva kumbang.

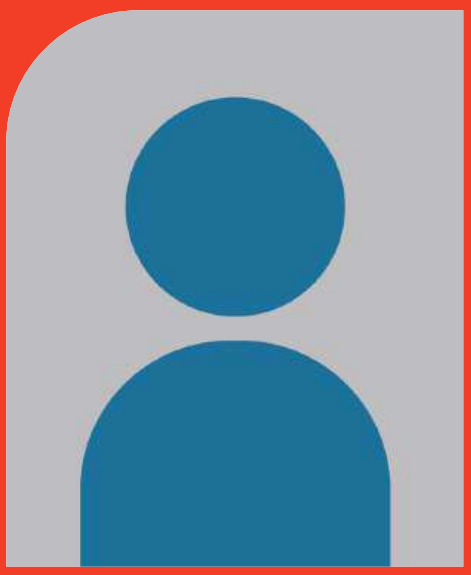


Contact
ivan.adi@student.umn.ac.id
ivanbono.adinugroho@gmail.com
081382447264



Perancangan Ulang Identitas Merek Dapur Roti Bu Haryati

by ***Janet Priscilla Verisya (00000040090)***



Contact

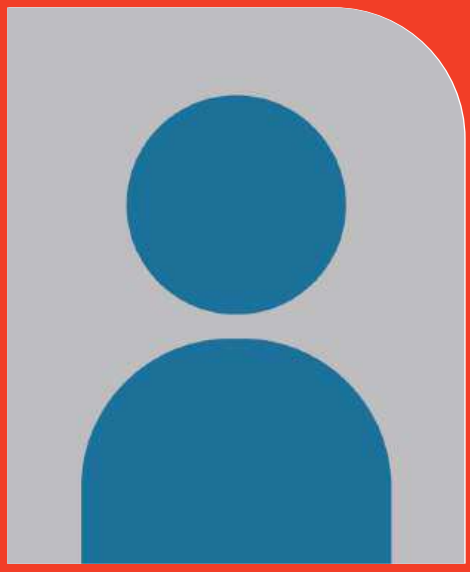
janet.priscilla@student.umn.ac.id
janetpriscillaverisya@gmail.com
081288209239

Dapur Roti Bu Haryati merupakan toko roti yang berasal dari Yogyakarta. Dapur Roti Bu Haryati berdiri sejak tahun 1990 dan masih bertahan sampai sekarang dan Dapur Roti Bu Haryati telah memiliki banyak loyal customer. Dapur Roti Bu Haryati ingin mengubah brand positioning yang dimilikinya dari toko roti biasa menjadi toko roti oleh-oleh dari Yogyakarta tetapi identitas merek yang dimiliki sekarang belum bisa menunjukan brand positioning yang diinginkan. Selain itu terdapat masalah juga dalam identitas merek Dapur Roti Bu Haryati seperti brandmark yang diambil dari internet, pictorial koki pada logo yang tidak memiliki relevansi gender dengan nama merek, dan pengaplikasian warna serta tipografi pada identitas merek yang tidak konsisten. Untuk itu dilakukan perancangan ulang terhadap identitas merek Dapur Roti Bu Haryati dengan menggunakan metode branding dengan 5 tahap milik Alina Wheeler.

Perancangan Buku Informasi Mengenai Alergi Suhu Untuk Remaja 18-21 Tahun

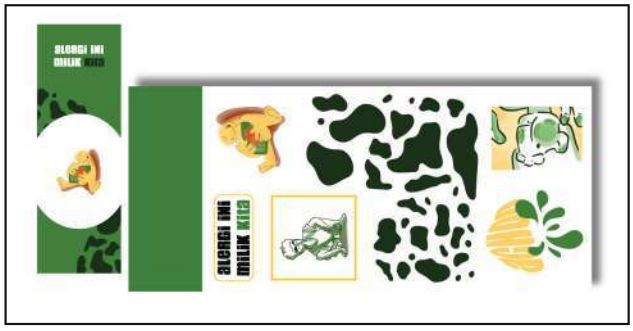
by ***Jason Nathaniel Thenodius (00000038062)***

Alergi suhu adalah salah satu jenis dari berbagai macam alergi yang diketahui. Alergen dari alergi suhu bisa datang dari apa saja, tetapi pada umumnya memiliki tiga faktor utama: debu, dingin, dan panas. Topik ini diangkat oleh penulis karena alergi masih menjadi penyakit yang kurang diperhatikan dan bahkan diremehkan oleh masyarakat umum. Gejala alergi yang terus menerus didiamkan lama kelamaan akan menumpuk dan dapat menyebabkan kematian, tidak hanya itu, gejala alergi sendiri mengganggu produktivitas dan jalannya kesibukan sehari-hari; bahkan sampai menurunkan kualitas hidup pengidapnya. Oleh karena itu, penulis ingin merancang media informasi seputar alergi suhu untuk memberikan panduan bagi pengidap terhadap penyakitnya. Penulis menggunakan metode pengumpulan data mixed methods dan teori desain dari Landa, Ambrosse, Harson, Tondreau, dan beberapa ahli dokter untuk mendukung dan mengawasi perancangan ini. Diharapkan, melalui perancangan ini, penyakit alergi suhu dapat lebih dikenal dan media ini dapat menjadi panduan mengatasi alergi suhu.



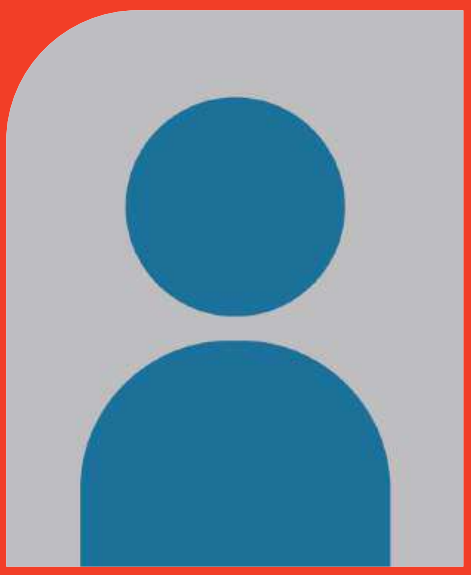
Contact

jason.nathaniel@student.umn.ac.id
jason.dimensi@gmail.com
08985032701



Perancangan Ulang Identitas Visual Pt. Jaya Warindo Abadi

by ***Jeanet Radmita (00000040955)***



Contact

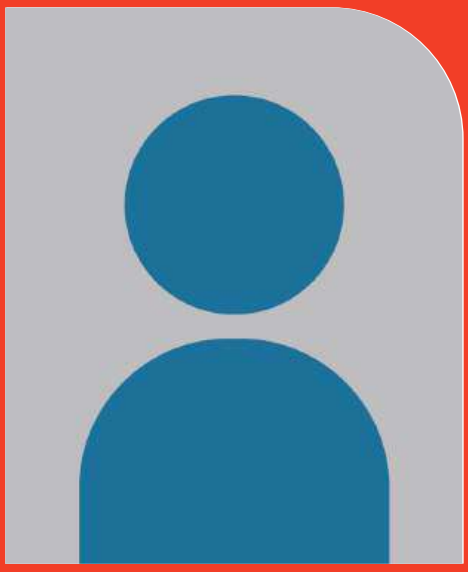
Jeanet.radmita@student.umn.ac.id
Jeanet1301@gmail.com
089635798906

Untuk membangun relasi yang baik dengan mitra sebuah perusahaan harus memiliki branding yang baik. Komponen dari branding sendiri ada banyak, salah satunya adalah identitas visual. Identitas visual mencangkup nilai, visi, misi, dan juga citra yang dapat mencerminkan perusahaan. PT. Jaya Warindo Abadi merupakan sebuah perusahaan distributor bahan baku untuk cat dan tinta yang sudah berdiri sejak tahun 1989. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang dilakukan, penulis mendapati bahwa identitas visual perusahaan dari PT. Jaya Warindo Abadi belum mencerminkan brand values dan citra perusahaan. Dengan adanya permasalahan tersebut maka penulis memustuskan untuk melakukan perancangan ulang pada identitas perusahaan PT. Jaya Warindo Abadi.

Perancangan Website Mengenai Keamanan Online Dating

by ***Jeconiah Clara Chirstabela (00000036424)***

Semenjak pandemic COVID-19, aplikasi online dating mengalami peningkatan yang pesat. Banyak ditemukan oknum yang menyalahgunakan aplikasi online dating sebagai sarana mencari korban pelecehan seksual. Sebagian besar korban adalah perempuan, yang pernah mengalami pelecehan. Namun, tidak ditemukan media informasi yang secara khusus membahas tentang keamanan online dating sebagai aksi preventif untuk segi pengguna atau korban. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif menggunakan wawancara dan kuesioner. Penulis menemukan bahwa lebih dari 50% responden penelitian mengalami pelecehan dan sebagian besar berusia 18-23 tahun. Penulis juga menyimpulkan dari hasil wawancara bahwa korban tidak pernah menemukan edukasi mengenai keamanan online dating. Diharapkan dengan adanya perancangan media informasi ini, tingkat pelecehan akibat aplikasi online dating dapat berkurang. Penulis berharap para pembaca akan lebih teredukasi dalam menilai orang baru dan juga berkenalan dalam aplikasi online dating.

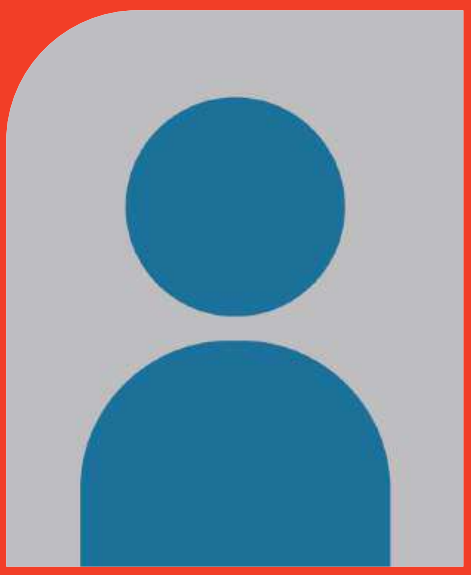


Contact

jeconiah.clara@student.umn.ac.id
clarajecou@gmail.com
085161811662

Perancangan Kampanye Promosi Museum Timah Indonesia Pangkalpinang

by ***Jeffrey Nicholas (00000036077)***



Contact

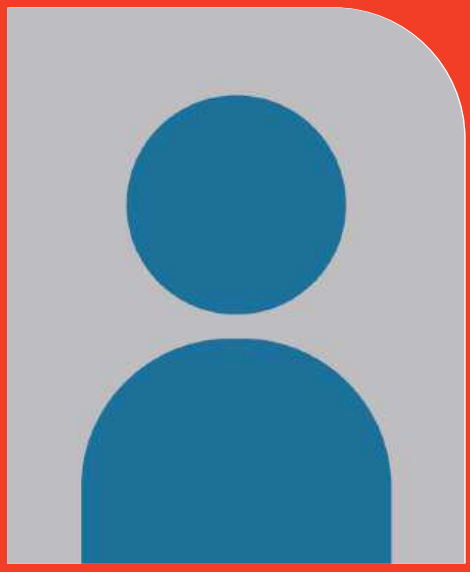
jeffrey.nicholas@student.umn.ac.id
jeffreynicholas371@gmail.com
081334795730

Pada era kini, museum sejarah adalah tempat yang cukup jarang dikunjungi apabila dibandingkan dengan museum seni. Hal ini disebabkan oleh ragam kegiatan, sisi interaktif, dan media promosi yang terkadang kurang dihadirkan oleh museum sejarah. Museum Timah Indonesia Pangkalpinang merupakan sebuah museum yang sudah berdiri sejak tahun 1997. Pada saat ini, Museum Timah Indonesia Pangkalpinang tidak terlalu dikenal oleh masyarakat Pangkalpinang. Hal itu disebabkan oleh belum adanya kampanye promosi yang mampu membuat masyarakat mengenal Museum Timah Indonesia Pangkalpinang. Perancangan kampanye promosi dapat menjadi solusi bagi museum agar dapat menarik perhatian pengunjung serta membantu dunia pertambangan timah agar terus dikenal dan berkembang di masyarakat. Tugas akhir ini memiliki harapan agar dapat menghasilkan kampanye promosi yang dapat membantu orang-orang lebih peka dan tertarik mengunjungi Museum Timah Indonesia Pangkalpinang.

Perancangan Buku Informasi Sebagai Literasi Mengenai Anxiety Untuk Mahasiswa

by ***Jessica Natalya Yeo (00000019897)***

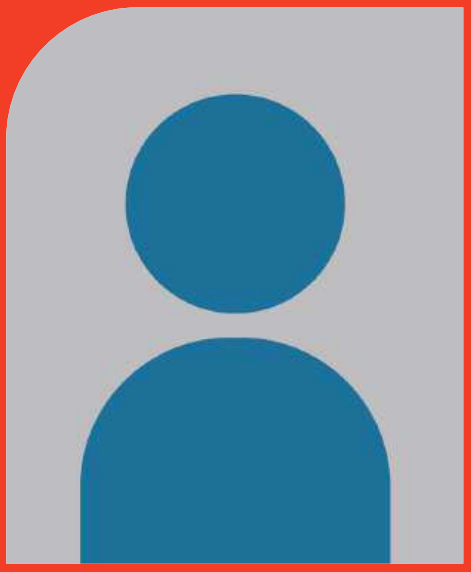
Kecemasan (anxiety) merupakan perasaan wajar yang dialami siapapun termasuk mahasiswa. Namun, jika perasaan cemas tersebut sudah mengganggu dan sudah kehilangan sumber pemicunya maka dapat mengarah ke gangguan psikologis kecemasan. Penulis merancang media informasi sebagai literasi yang dapat menambah pemahaman dan pengetahuan bagi mahasiswa mengenai tanda, gejala, dampak serta penanganan yang dapat dilakukan mengenai kecemasan. Perancangan penelitian ini dilakukan dengan melakukan kepada wawancara ahli profesional dan penderita anxiety. Penulis juga melakukan penyebaran kuesioner untuk memperoleh pemahaman dan pengetahuan dari target penelitian mengenai anxiety. Penulis memiliki harapan melalui media informasi ini, semoga mahasiswa yang menjadi target penelitian dari penulis dapat lebih memperhatikan kesehatan mentalnya, khususnya mengenai anxiety baik untuk diri sendiri maupun untuk orang disekitarnya.



Contact
jessica18@student.umn.ac.id
jessicanatalya88@gmail.com
083121922423

Perancangan Rebranding Ong Houseware

by ***Jessica Wilyan Christianti (00000034413)***



Contact

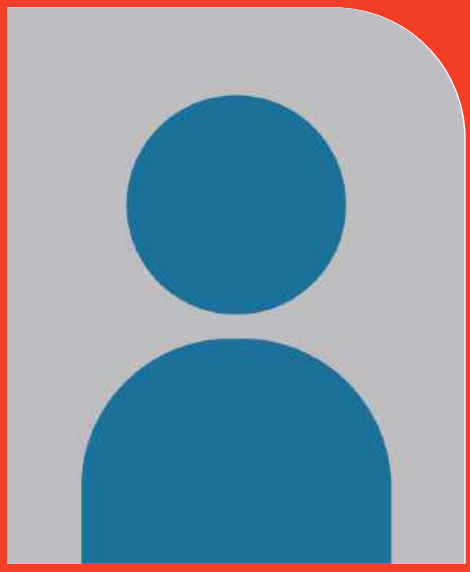
jessica.wilyan@student.umn.ac.id
jessicawilyanchristianti@gmail.com
087808788214

Ong Houseware adalah toko peralatan rumah tangga yang telah berdiri sejak tahun 2013. Toko ini dimulai dengan berjualan barang elektronik saja, tetapi selang beberapa bulan kemudian, Ong Houseware melakukan ekspansi. Perusahaan ini mulai menyediakan berbagai kebutuhan rumah tangga non-elektronik. Meskipun sudah terjadi ekspansi, Ong Houseware tidak merubah identitas visual mereka. Toko ini masih menggunakan logo yang dirancang dengan melihat kesamaan produk yang dijual saat awal pembukaan toko, yaitu knop. Hal ini membuat identitas visual menjadi kurang relevan, yang menuntun pada kesalahan persepsi hingga berkurangnya minat beli serta kepercayaan konsumen terhadap Ong Houseware. Oleh sebab itu, Ong Houseware membutuhkan rebranding yang dirancang melalui metode Alina Wheeler (2018) dalam buku Designing Brand Identity. Perancangan ini diharapkan dapat memperbaiki persepsi terhadap Ong Houseware melalui branding dan identitas visual yang relevan dengan maksud dari perusahaan serta mampu meningkatkan minat beli dan kepercayaan konsumen.

Perancangan Promosi Brand Twoenine

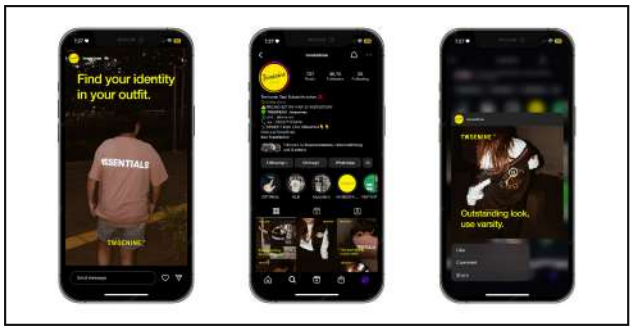
by ***Joceline Yuan (00000032654)***

Twoenine merupakan sebuah brand yang berjualan produk fashion branded melalui platform e-commerce. Brand Twoenine ini memiliki keunikan yaitu dari produk yang dijualnya yang mana merupakan produk dari brand-brand premium import terkenal, brand-brand fashion ternama sangat digemari oleh masyarakat baik dari kalangan anak muda sampai ke orang dewasa dikarenakan produknya yang menarik, unik dan berkelas. Dengan keunikan dan USP yang dimiliki oleh Twoenine, seharusnya brand ini sudah dikenal luas oleh target marketnya. Hal ini menandakan bahwa brand Twoenine ini belum memiliki brand awareness yang besar dan kuat. Diperlukan adanya perancangan promosi sehingga brand awareness dapat terbangun dan kekeliruan persepsi dapat terselesaikan. Perancangan ini menggunakan metode pengumpulan data mulai dari wawancara, FGD dan juga kuesioner untuk memperoleh informasi yang diperlukan dengam menggunakan metode desain dari Robin Landa. Diharapkan dengan adanya perancangan Promosi, Brand Twoenine akan semakin dikenal, brand awareness nya terbangun.



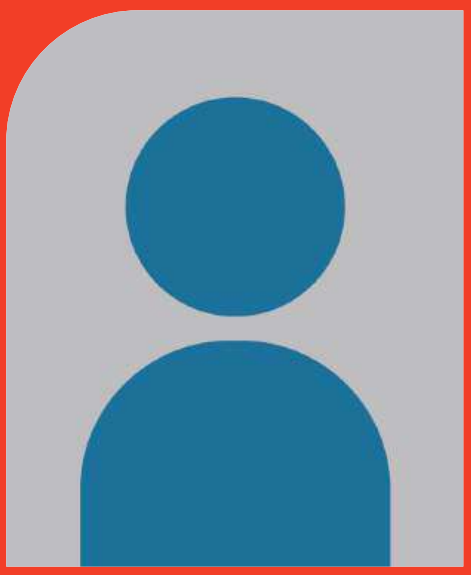
Contact

Joceline.yuan@student.umn.ac.id
Jocelineyuan020900@gmail.com
081807880000



Perancangan Buku Panduan Tentang Penanganan Dermatitis Kontak Akibat Kerja (Dkak) Bagi Pekerja Pabrik Di Banten

by ***Joan Andrea (00000034997)***



Contact

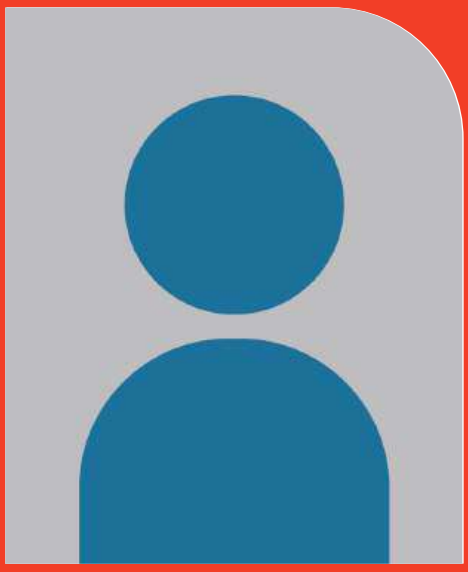
Joan.andrea@student.umn.ac.id
Joanandrealie@gmail.com
081318372764

Dermatitis kontak adalah penyakit dimana muncul gejala kemerahan yang disertai dengan rasa gatal dan perih pada kulit. Salah satu populasi yang paling sering terkena dermatitis kontak adalah para pekerja, khususnya pekerja pabrik yang sering melakukan kontak dengan zat kimia. Namun, pekerja pabrik di Banten masih memiliki edukasi yang kurang mengenai cara pencegahan dan penanganan DKAK. Oleh karena itu, dibutuhkannya solusi desain komunikasi visual berupa perancangan buku panduan mengenai DKAK untuk pekerja pabrik di Banten. Metode perancangan media edukasi DKAK adalah metode perancangan buku oleh Haslam, yang terdiri dari proses pendekatan terhadap desain buku melalui tahap dokumentasi, analisis, ekspresi, dan konsep sebagai tahap pertama. Kemudian, integrasi pemikiran desainer terhadap materi buku, yaitu proses menentukan spesifikasi buku, sketsa, dan layout buku. Terakhir, menetapkan dan mengintegrasikan brief desain melalui produksi, publikasi dan budgeting.

Perancangan Identitas Visual Untuk Rejuvenasi Resor Graha Teduh Puncak

by ***Jonathan Perdana Aliputra (000000341190)***

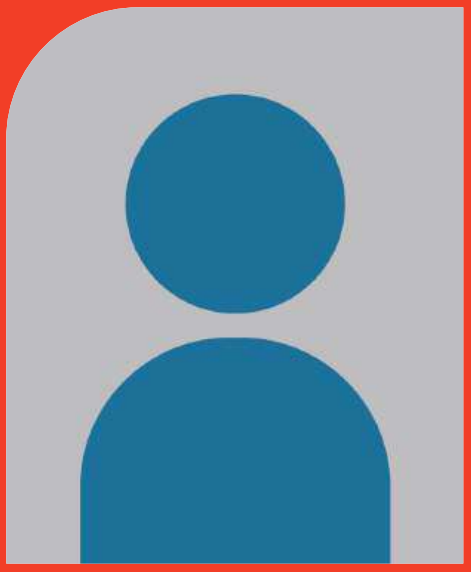
Resor Graha Teduh Puncak merupakan sebuah penginapan yang terletak di Jalan Hanjawar, daerah Cimacan, Kecamatan Sukaresmi Kabupaten Cianjur. Setelah pandemi membaik Graha Teduh kesulitan untuk mendapat pengunjung dalam jumlah yang banyak sehingga Graha Teduh mulai merubah model bisnisnya dengan menyewakan resor per keluarga. Perubahan model bisnis ini menemukan kesulitan oleh karena belum adanya pengenalan masyarakat akan Graha Teduh dan sistem operasionalnya yang baru. Oleh karena itu dibutuhkan identitas visual baru bagi Graha Teduh agar dapat menjadi fondasi bagi perubahan model bisnis ini. Dalam proses perancangan digunakan metode perancangan menurut Wheeler (2018) pada bukunya Designing Brand Identity. Keluaran akhir dari desain didukung oleh pengumpulan data dengan mixed methods. Seluruh perancangan identitas visual ini ditujukan untuk menghadirkan identitas visual baru Graha Teduh sebagai resor keluarga yang memiliki suasana yang sejuk dan memancarkan kehangatan bagi orang-orang yang menghabiskan waktunya di Graha Teduh.



Contact
jonathan.perdana@student.umn.ac.id
jnthnprdna@gmail.com
081292898827

Perancangan Kampanye Mengenai Bahaya Polusi Digital Terhadap Lingkungan

by ***Kanya Pramesi (00000033627)***



Contact

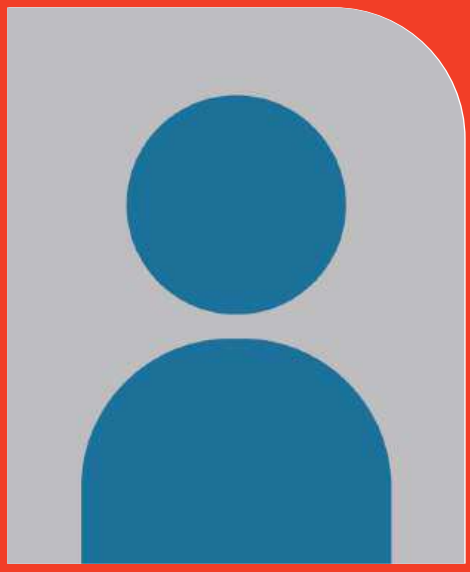
kanya.pramesi@student.umn.ac.id
pramesipoetro@gmail.com
082113267708

Sejak kehadiran internet, banyak manfaat dan kemudahan yang diberikan. Era digital ini pemerintah juga kukuh memperluas jaringan internet dengan tujuan membantu masyarakat sehingga jumlah pengguna internet di Indonesia pun akhirnya meningkat secara signifikan. Namun, sedikit diketahui oleh orang-orang bahwa keberadaan internet yang tidak benar-benar terlihat cara kerjanya ternyata menghasilkan jejak emisi karbon yang disebut dengan polusi digital. Berdasarkan penelitian, persentase emisi karbon yang dihasilkan internet yaitu sebesar 3,7%. Keberadaan polusi ini tentu menyumbang kekhawatiran karena menimbulkan dampak negatif terhadap lingkungan yang dapat dirasakan langsung oleh masyarakat. Dalam menanggapi masalah tersebut, penulis merancang kampanye mengenai bahaya polusi digital untuk menumbuhkan pemahaman dan kesadaran serta mengubah pola perilaku masyarakat dalam menggunakan internet. Metodologi penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dan kuantitatif.

Perancangan Buku Informasi Tentang Tempat Bersejarah Di Pulau Batam

by ***Karina Caesaria (00000041250)***

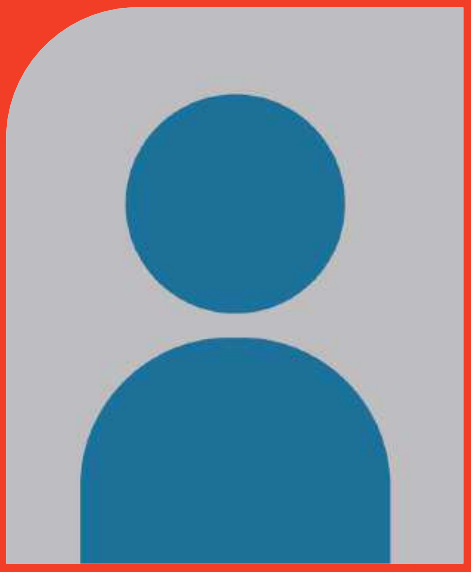
Batam merupakan salah satu kota terbesar di provinsi Kepulauan Riau dengan letak yang strategis dengan posisi pulau yang berada di jalur internasional dan berbatasan dengan negara Malaysia dan Singapura. Selain memiliki banyak destinasi wisata yang menarik, Batam memiliki banyak tempat-tempat yang mengandung nilai sejarah di tempat tersebut. Namun, beberapa daerah di Batam memiliki situs peninggalan sejarah yang kondisinya mulai memprihatinkan dan kurang dikenal oleh masyarakat Batam itu sendiri. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan menyatakan bahwa cagar budaya yang terdapat di kota-kota besar terancam punah dan diambang kehancuran. Pengumpulan data yang dilakukan melalui wawancara, observasi, dan survei untuk mengetahui pentingnya pelestarian cagar budaya dan seberapa luas pengetahuan masyarakat terhadap nilai sejarah suatu tempat. Dari media informasi ini, penulis berharap dapat melestarikan dan membantu masyarakat Batam agar dapat mengenal lebih dalam mengenai nilai sejarah pada tempat bersejarah di Pulau Batam.



Contact
karina.caesaria@student.umn.ac.id
karinacaesariah@gmail.com
081275291170

Perancangan Buku Ilustrasi Pengenalan Terminologi Musik Untuk Anak Usia Dini

by ***Katriel Aprilllio Scenny (00000036747)***



Contact

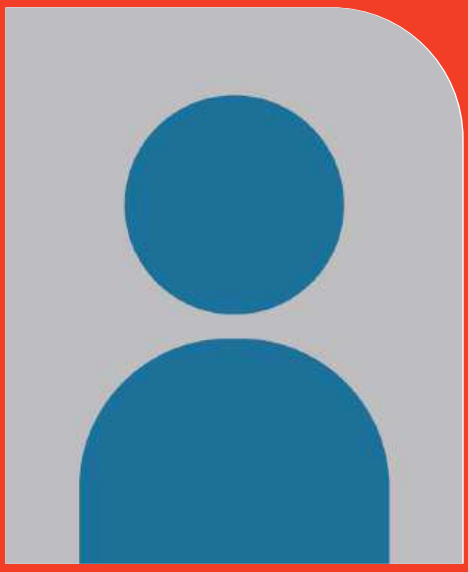
latisa.maura@student.umn.ac.id
safamaura04@gmail.com
082110447922

Musik adalah salah satu ilmu yang banyak dipilih oleh orang tua untuk diajarkan kepada anak sejak usia dini. Selain praktik, dalam mempelajari musik diperlukan pemahaman mengenai teori musik. Termasuk di dalamnya adalah terminologi musik. Terminologi musik ini banyak menggunakan istilah asing dan juga bermakna abstrak sehingga cukup susah untuk dipahami anak. Padahal memahami terminologi musik adalah hal yang penting. Namun sayangnya media belajar teori musik yang banyak dipakai sangatlah metodikal dan kurang menarik minat anak. Nyatanya, anak akan lebih banyak menghabiskan waktu belajar musiknya di luar jam kursus dengan pendampingan orang tua. Orang tua juga menemukan kesulitan untuk menjelaskan terminologi musik karena ketidakpahaman mereka terkait materi musik anak. Maka dari itu diperlukan adanya media berupa buku ilustrasi pengenalan terminologi musik untuk anak usia 5 – 7 tahun yang dapat membantu anak untuk memahami terminologi musik secara menyenangkan.

Perancangan Promosi Taman Hutan Raya Banten

by ***Laetitia Tiara Dewi (00000027486)***

Taman Hutan Raya Banten adalah lingkungan pada awalnya dibangun untuk kepentingan konservasi untuk mempelajari alam, namun perlahan mulai berkembang sehingga memiliki potensi komersial sebagai tempat berlibur bagi masyarakat memiliki minat olahraga ekstrim dengan keindahan alam tersembunyi, keunikan tempat wisata memiliki 2 Curug saling terhubung dalam 1 kawasan yaitu Curug Gendang dan Curug Putri melakukan olahraga air dan mengabadikan gambar. Namun, Taman Hutan Raya Banten tidak memiliki media promosi sesuai penerapan ilmu Desain. Maka dibutuhkan pencarian data menggunakan metode kualitatif melalui wawancara dengan pengunjung, UPTD Tangerang, dan 3 perwakilan dari Komunitas Trekking via zoom dan onsite, kuantitatif dengan lebih dari 100 responden melalui google form, observasi lokasi, studi refrensi dan studi eksisting. Kemudian penulis membuat perancangan dengan persuasive copywriting untuk perbaikan desain sebelumnya supaya promosi menjadi efektif dan efisien.

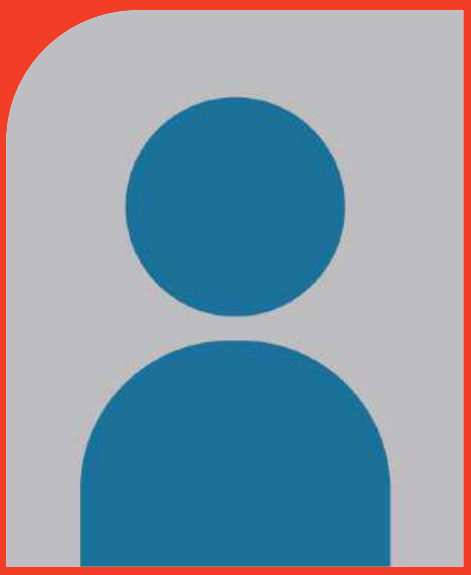


Contact

laetitia.dewi@student.umn.ac.id
laetitiatiaradewi10mm2@gmail.com
082231841277

Perancangan Buku Ilustrasi Metode "Toy Rotation" Sebagai Alternatif Untuk Memaksimalkan Tumbuh-Kembang Balita Usia 1-5 Tahun

by ***Latisa Safa Maura (00000030063)***



Contact

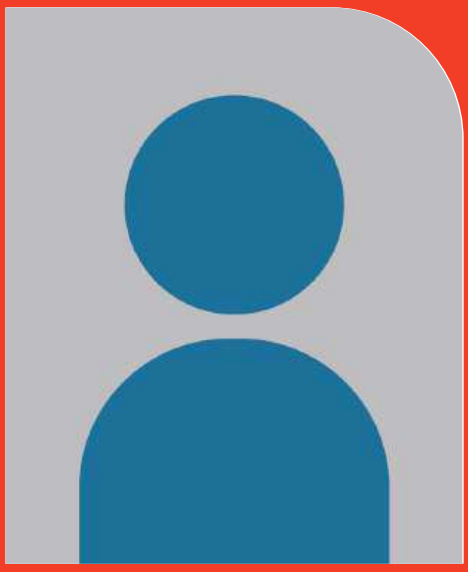
latisa.maura@student.umn.ac.id
safamaura04@gmail.com
082110447922

Mainan jauh lebih penting daripada yang kita pikirkan. Mainan dapat menciptakan fokus, dan membantu mengembangkan keterampilan motorik sejak usia dini. Metode oleh Montessori yang disebut toy rotation merupakan sistem untuk membatasi jumlah mainan, agar anak tidak merasa kewalahan dalam aktivitas bermain. Dengan observasi dari orang tua, mainan yang kurang membuatnya tertarik atau bosan akan diganti atau dirotasi pada waktu tertentu dengan tipe mainan lain. Perancangan buku ilustrasi mengenai toy rotation bertujuan untuk mengedukasi para ibu untuk memperkaya intelektual mereka tentang aktivitas bermain yang praktis dan bagaimana menerapkan sistem rotasi mainan untuk meningkatkan tumbuh kembang balita. Metode yang digunakan dalam penelitian untuk mengumpulkan data adalah melalui survei, wawancara, focus group discussion, dan studi referensi. Dari tahapan yang sudah dilakukan melalui the design process, penulis melalukan orientasi dan analisis terhadap masalah, serta ide dan konsep untuk mendesain hasil akhir perancangan. Selain buku, media promosi dan merchandise dirancang untuk mendukung media utama.

Perancangan Iklan Untuk Promosi Toko Velg & Ban Ads Wheels

by ***M. Alvi Nur Hilal (00000023423)***

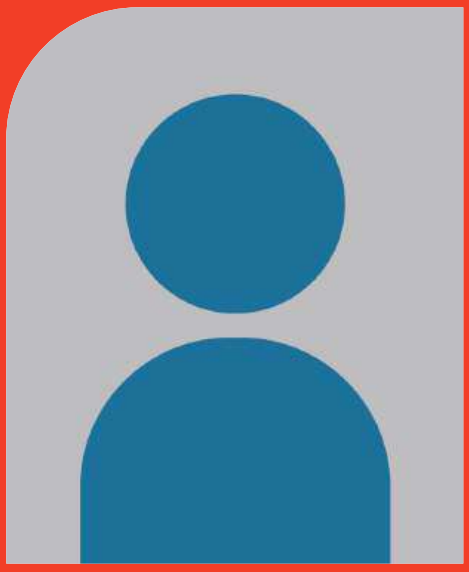
Banyak pilihan, terjamin, terjangkau



Contact
alvi.hilal@student.umn.ac.id
alvinurhilal737@gmail.com
081213663345

Perancangan Visual Kampanye Pencegahan Kekerasan Psikis Gaslightin Oleh Orangtua Pada Anak Usia 4-8 Tahun

by ***Marchella Yolanda (00000013984)***



Contact

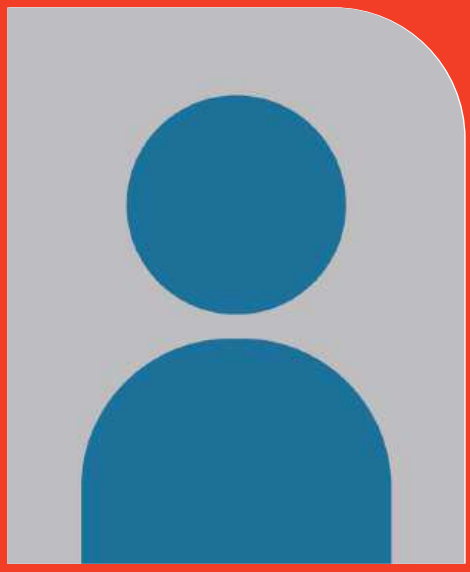
marchella.yolanda@student.umn.ac.id
mrchllayolanda@gmail.com
082213324386

Gaslighting adalah bentuk manipulasi psikologis yang membuat orang mempertanyakan dirinya sendiri dan mengubah jalan pikirnya. Dampak dari gaslighting ini akan terasa begitu anak tumbuh dewasa dan mempengaruhi psikologisnya, mulai dari kehilangan jati diri, mempertanyakan eksistensi, sampai keinginan mengakhiri hidupnya. Gaslighting yang tidak disadari cenderung lebih berbahaya. Sebelum terjadi lebih banyak kasus gaslighting yang berdampak parah, penulis merancang visual sebuah kampanye sosial untuk meningkatkan kesadaran akan fenomena ini. Metode pengumpulan data yang dilakukan adalah wawancara, kuesioner, studi referensi dan studi eksisting. Penulis berharap dapat menyebarkan informasi terkait gaslighting lebih luas lagi, mengajak orangtua dan calon orangtua lainnya untuk lebih memahami pola asuh terhadap anak yang bersifat atau mengandung unsur-unsur gaslighting, dan mengajak mereka mengubah pola asuh tersebut untuk mendukung kesehatan mental remaja dan dewasa muda agar lebih baik lagi di masa depan.

Perancangan Buku Ilustrasi Tentang Dampak Negatif Essential Oils

by ***Maria Lisa Febriani (00000015479)***

Minyak atsiri atau essential oil merupakan bahan minyak yang terbuat dalam ekstrak berbagai macam tumbuhan alami. Essential oil digunakan sesuai dengan kebutuhan pengguna seperti sebagai metode aromaterapi, untuk dihirup secara langsung, sebagai penghilang insomnia, dan sebagai skincare maupun fragrance. Namun sayangnya dari segi positif yang dimiliki essential oil masih terdapat dampak negatif yang dapat membahayakan bagi kesehatan tubuh. Hal ini dikarenakan pemakaian secara berlebihan atau tidak mengetahui aturan dalam pemakaian essential oil. Dalam permasalahan berikut penulis ingin membuat sebuah media informasi berupa buku ilustrasi agar dapat menjadikan pengetahuan sekaligus membantu pengguna agar tidak masuk kedalam dampak negatif essential oil tersebut.



Contact
maria.febriani@student.umn.ac.id
marialisa1902@gmail.com
085887001520

Perancangan Buku Ilustrasi Kisah Radin Inten Ii Untuk Anak Berusia 11-12 Tahun

by ***Marcellia Effendi (00000037636)***

Contact

marcellia.effendi@student.umn.ac.id
marcellia.effendy@gmail.com
082121236660

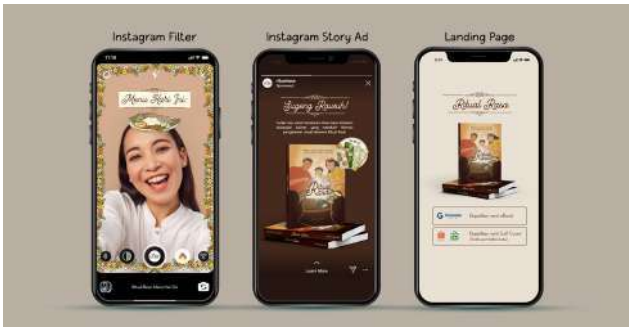
Pahlawan nasional adalah sebuah gelar yang diberikan kepada warga negara Indonesia yang telah memperjuangkan wilayah negara Indonesia dari penjajah. Salah satu tokoh yang memperoleh gelar pahlawan nasional adalah Radin Inten II. Radin Inten II merupakan seorang pahlawan yang berasal dari Lampung. Beliau telah memperjuangkan wilayah Lampung dari dari jajahan Belanda sejak berusia 16 tahun dan akhirnya gugur pada usia 22 tahun karena pengkhianatan yang dilakukan oleh bangsanya sendiri. Meski namanya cukup dikenal di Lampung, sehingga digunakan sebagai nama jalan, bandara, dan universitas, banyak generasi muda di Lampung yang tidak pernah mendengar kisah perjuangannya. Padahal ada banyak ada banyak pembelajaran yang dapat diambil dari kisah perjuangan Radin Inten II. Karenanya penulis berinisiatif untuk membuat media informasi mengenai kisah perjuangan Radin Inten II. Dalam perancangan media ini penulis menggunakan metode penelitian kualitatif dan kuantitatif berupa wawancara, observasi, studi eksisting, studi pustaka dan kuesioner untuk memperoleh data.

An Illustration Book of Traditional Foods in Javanese Traditional Ceremonies

by ***Diva Azalia (00000037197)***

Upacara tradisional merupakan bentuk warisan budaya yang bertujuan untuk memperkuat kelompok masyarakat terkait penguatan norma dan pelestarian nilai-nilai budaya. Suku Jawa, sebagai kelompok etnis terbesar di Indonesia, memiliki upacara tradisional yang berkaitan dengan siklus kehidupan manusia (kehamilan, kelahiran, kematian). Makanan tradisional sebagai elemen pendukung untuk upacara tradisional memiliki peran penting sebagai simbol dan hubungan dengan doa, serta rasa syukur kepada Yang Maha Kuasa. Kurangnya dokumentasi informasi mengenai makanan tradisional yang melengkapi upacara tradisional Jawa tersebar dan sulit untuk diakses, sehingga sulit bagi masyarakat umum untuk memperoleh informasi yang terstruktur. Sehingga sebuah buku ilustrasi yang dapat menceritakan kepentingan dan filosofi dibalik makanan di upacara adat ini diperlukan untuk melestarikan warisan budaya Indonesia.

Contact
diva.azalia@student.umn.ac.id
jefdivazalia@yahoo.com
0818822920



Perancangan Kampanye Promosi Wisata Edukasi Museum dan Monumen PETA Bogor

by ***Khei Raeheza Yusuf (00000036343)***

Contact

khei.reahzea@student.umn.ac.id
kheiraeheza@gmail.com
081299073562

Museum dan Monumen PETA Bogor merupakan sebuah cagar budaya yang berfungsi sebagai wisata edukasi sekaligus wadah pelestarian peristiwa perjuangan tentara Pembela Tanah Air. Museum tersebut menampilkan 14 diorama yang menceritakan kronologi perjuangan tentara PETA sebelum dan setelah kemerdekaan Indonesia. Infrastruktur yang dimiliki oleh Museum dan Monumen PETA seperti halaman yang luas dan sebuah monumen yang besar mendukung kapabilitas museum untuk menjadi sebuah wisata edukasi. Namun, museum tersebut mengalami penurunan pengunjung setiap tahun sejak tahun 2018. Penulis berharap bahwa perancangan sebuah kampanye promosi dapat menyampaikan nilai sejarah dan edukasi Museum dan Monumen PETA dan pada akhirnya meningkatkan jumlah pengunjung museum. Pada perancangan ini, penulis menggunakan metode penelitian kualitatif berupa wawancara, focus group discussion, dan observasi. Penulis akan menggunakan metode perancangan kampanye yang merujuk pada teori Landa (2010).

Perancangan Kampanye Sosial Pencegahan Self Diagnose Gangguan Mental pada Remaja

by ***Nathania Wynnona Aileen Pranata (00000036390)***

Self diagnose gangguan mental merupakan sebuah fenomena yang mempopulerkan dunia psikologi ke masyarakat. Perilaku self diagnose dipopulerkan oleh remaja di sosial media dengan membagikan cuplikan video melukai diri sendiri, memotong rambut, dan coping mechanism lainnya dengan iringan musik sedih. Hal tersebut dilakukan remaja untuk menunjukkan bahwa dirinya mengidap suatu gangguan mental. Padahal hal tersebut berbahaya jika dilakukan karena dapat menimbulkan cemas yang berlebihan yang dapat mengganggu produktivitas dan depresi hingga penyalahgunaan obat untuk mengatasi depresi tersebut. Oleh karena itulah dilakukan perancangan kampanye sosial untuk mencegah self diagnose gangguan mental pada remaja agar remaja dapat melakukan langkah preventif. Big idea dari perancangan ini adalah “bold and dramatic imagery guide for teenagers to live a mentally-healthy life” dengan tone of voice bold and dramatic. Hasil akhir dari perancangan ini adalah Exhibition yang bertujuan untuk mengajak target audiens berpartisipasi dalam menghindari self diagnose dan mengkonsultasikan masalah yang dialami pada ahli.

Contact
nathania.wynnona@student.umn.ac.id
nathwynn10@gmail.com
087821773177

Perancangan Ulang Identitas Visual Madu AM

by ***Erda Wiharza (00000034188)***

Contact
erda.wiharza@student.umn.ac.id
erda.wiharza22@gmail.com
0811829906

Madu AM adalah brand madu lokal yang sudah berdiri sejak tahun 1990 di Surabaya. Madu AM menawarkan madu murni berkualitas dengan harga yang terjangkau. Keunikan dari Madu AM adalah varian madunya, yaitu Madu AM Balita, Madu Kelengkeng, Madu AM Bee Pollen, Madu AM Royal Jelly, dan Madu AM Propolis Honey. Sayangnya, terdapat inkonsistensi pada identitas visual yang digunakan Madu AM saat ini Selain itu, identias visual Madu AM saat ini juga sulit dibedakan dengan brand madu lokal lainnya. Perancangan ulang identitas visual dilakukan agar Madu AM bisa memiliki identitas visual yang terstruktur dengan ciri khas yang bisa membedakan Madu AM dengan brand madu lainnya serta meningkatkan kredibilitas Madu AM. Perancangan ulang identitas visual Madu AM juga dirancang menggunakan metode Alina Wheeler yang diambil dari bukunya Designing Brand Identity.

Perancangan Buku Ilustrasi Mengenai Pengenalan Tsunami Bagi Anak Kelas 1-3 SD

by ***Veronika Lidwina (00000035004)***

Kata tsunami berasal dari negara Jepang yaitu “tsu” yang berarti pelabuhan dan “nami” yang berarti gelombang. Secara harfiah tsunami berarti arti gelombang laut yang menjalar dan menghantam pelabuhan. Menurut BNPB tsunami merupakan pergeseran lempeng di dasar laut sebagai bentuk akibat dari gempa bumi yang ditimbulkan dari peristiwa gelombang dan ombak yang terjadi bersamaan. Indonesia juga dikelilingi oleh 3 lempeng tektonik yaitu lempeng Indo-Australia, lempeng Eurasia dan Pasifik. Hal ini yang menjadikan Indonesia memiliki potensi yang besar akan terjadinya tsunami. Tsunami pada tahun 2004 di Aceh diawali dengan gempa bumi yang disusul tsunami dan menelan 200.000 jiwa korban jiwa. Oleh karena itu, untuk meminimalisir korban jiwa akibat tsunami masyarakat harus mengenal tsunami itu sendiri sejak sedini mungkin. Dengan perancangan buku ilustrasi dapat menjadi cara yang efektif dalam pengenalan tsunami bagi anak-anak karena dilengkapi visual. Buku ilustrasi ini dilengkapi dengan media-media sekunder lainnya seperti website, instagram story, instagram feeds, stiker, poster, digital banner, hanging alley, tas siaga tsunami dan pouch P3K.

Contact
veronika.lidwina@student.umn.ac.id
vero.lidwina@gmail.com
082299306639

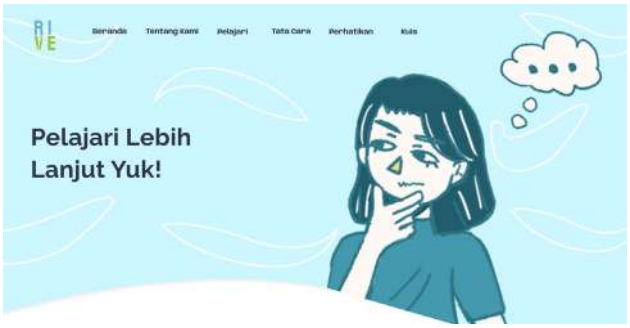
Perancangan Website Mengenai Pola Hidup Sehat untuk Penderita Asma

by ***Evangeline Geovana (00000036134)***

Contact

evangeline.geovana@student.umn.ac.id
eva.geovana0618@gmail.com
081510395280

Asma merupakan penyakit penyempitan di saluran napas sehingga mengakibatkan batuk-batuk, suara mengi, dan sesak napas. Di Indonesia terdapat banyak penderita asma dan diperkirakan akan terus meningkat, diketahui bahwa pada umur produktif 20 tahun keatas rentan terkena asma. Asma sendiri memiliki pemicu dari faktor genetik, lingkungan dan penggunaan obat inhaler yang berlebihan. Cara mengurangi kekambuhan asma yaitu dengan melakukan pola hidup sehat seperti olahraga, pola makan, kebersihan, dan merokok. Namun mayoritas penderita asma kurang memiliki pengetahuan dalam melakukan upaya pola hidup sehat dalam menghadapi serangan asma berulang. Jika penderita asma mengalami kambuh berulang hal ini akan menggangu kualitas produktivitas hidup dalam jangka waktu yang lama. Sehingga dibutuhkan media informasi berupa website yang dapat memberikan edukasi serta informasi tata cara pola hidup sehat dari segi hal yang boleh dilakukan dan tidak dilakukan untuk umur 20-35 tahun.



Perancangan Kampanye Sosial untuk Mengurangi Fashion Waste

by ***Michelle Gunawan (00000037268)***

Limbah pakaian merupakan sumber polutan terbanyak ke-2 di dunia yang mencemari lingkungan. Di Indonesia sendiri telah menghasilkan 2,3 juta ton limbah tekstil pada tahun 2021. Penyebab utama dari menumpuknya limbah tekstil dikarenakan oleh fenomena fast fashion yang membuat masyarakat timbul akan sifat konsumtifnya dalam mengkonsumsi pakaian yang sedang tren setiap waktu. Hal ini dapat menyebabkan pencemaran lingkungan pada air dan tanah hingga perubahan iklim akan gas emisi karbon yang terlalu banyak. Melalui fenomena ini, penulis memperoleh data studi lapangan yang membuktikan bahwa masyarakat Indonesia juga mengalami situasi dimana pakaian mereka menumpuk dan masih bingung untuk melakukan tindakan apa terhadap situasi tersebut. Oleh karena itu penulis merancang sebuah kampanye sosial untuk mengajak masyarakat dengan menerapkan konsep pola pikir 6R (Rethink, Refuse, Reduce, Reuse, Recycle, dan Rot) oleh Zero Waste Indonesia dalam mengurangi limbah pakaian dengan beberapa cara lainnya seperti upcycling, reworked fashion, dan membuat capsule wardrobe.

Contact
michelle.gunawan@student.umn.ac.id
jnthnprdna@gmail.com
082166274201

Perancangan Buku Ilustrasi Mengenai Tradisi Fang Sheng Untuk Anak Usia 5-12 Tahun

by ***Pameila Herto Talintan Priyann (00000034025)***

Contact
pameila.herlintan@student.umn.ac.id
pameilatann10@gmail.com
085813122763

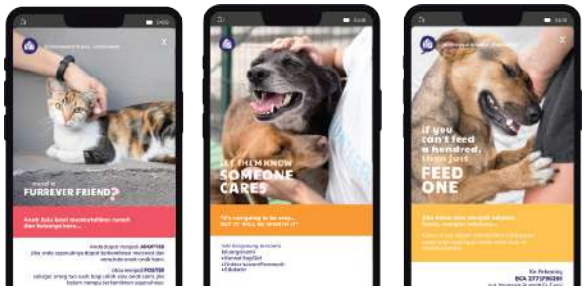
Dalam agama Buddha, tradisi Fang Sheng merupakan praktik kebajikan yang dilakukan dengan melepaskan satwa ke habitat asalnya berdasarkan semangat cinta kasih dan welas kasih. Tradisi Fang Sheng juga dapat dijadikan media pembelajaran moral sejak dini. Namun, hingga saat ini belum ada media informasi yang tepat dan mudah dipahami mengenai tradisi Fang Sheng, terutama untuk anak-anak. Selain itu, pelaksanaan tradisi Fang Sheng saat ini juga mulai melenceng dari makna dan tata cara pelaksanaan yang seharusnya, hal ini tentunya dapat menimbulkan pandangan negatif terhadap tradisi Fang Sheng. Pengumpulan data menggunakan mix methods melalui wawancara, focus group discussion, kuesioner, dan studi referensi. Tujuan dari Tugas Akhir ini adalah untuk merancang buku ilustrasi mengenai tradisi Fang Sheng untuk anak usia 5-12 tahun. Diharapkan dengan adanya media pembelajaran ini anak akan memahami pentingnya tradisi Fang Sheng dan mengetahui makna dan tata cara tradisi Fang Sheng.

Perancangan Ulang Identitas Visual Rainbow Sanctuary Indonesia

by ***Jenice Amanda (00000036472)***

Rainbow Sanctuary Indonesia merupakan organisasi nirlaba yang bergerak dalam hal kesejahteraan hewan. Rainbow Sanctuary telah berdiri sejak awal 2018 dan telah berbadan hukum. Hingga saat ini Rainbow telah merawat ratusan anjing dan beberapa hewan lain seperti kucing, kelinci, monyet, dan kura-kura. Setelah 5 tahun berjalan, hingga saat ini dukungan dan kepercayaan audience terhadap entitas Rainbow Sanctuary sebagai tempat penampungan hewan dan visi misinya sebagai center of education masih kurang. Rainbow Sanctuary hanya memiliki identitas visual berupa logo yang seringkali diasosiasikan oleh target audience sebagai identitas visual dari entitas lain seperti playground, pet hotel, hingga childcare. Identitas visual yang lemah tersebut mempengaruhi dukungan dan kepercayaan dari target audience terhadap Rainbow Sanctuary Indonesia. Dengan demikian Rainbow Sanctuary memerlukan perancangan ulang identitas visual untuk merevitalisasi Rainbow Sanctuary Indonesia menjadi tempat penampungan hewan yang lebih dikenal dan mendapat dukungan yang lebih luas. Dalam perancangan ulang ini penulis menggunakan metode perancangan identitas viusal dari Alina Wheeler.

Contact
jenice.amanda@student.umn.ac.id
jeniceamanda@gmail.com
081330042455



Perancangan Buku Panduan Berilustrasi Mengenai Pencegahan Sibling Abuse

by ***Flamy Angeline (00000034643)***

Contact

flamy.angeline@student.umn.ac.id
flamyangln@gmail.com
08971976159

Sibling abuse, dikenal juga sebagai sibling bullying, adalah kekerasan antar saudara dalam bentuk fisik, psikis, atau seksual. Sibling abuse dapat terjadi karena kompetisi antar saudara yang sudah mengarah negatif dan semakin intens hingga sudah menjadi kebiasaan. Sibling abuse dapat terjadi pada umur berapa saja, namun usia terdininya bisa dikatakan saat usia SD karena pengalaman pertama kali mendapatkan PR dan ulangan di sekolah yang membuat anak stress dan melampiaskannya dalam bentuk kekerasan. Dipicu dengan kompetisi antar saudara yang mengarah negatif dan semakin intens hingga menjadi kebiasaan, sibling abuse dapat menjadi parah. Padahal, sibling abuse dapat membawa dampak buruk pada kesehatan mental dan fisik setiap anak, kehidupan sosialnya, hubungan antar saudara hingga keluarga menjadi tidak harmonis jika orangtua tidak segera melakukan pencegahan pada sibling abuse. Dengan alasan media informasi yang sudah ada secara visual kurang menarik, bahasa yang kurang dipahami, dan terlalu banyak tulisan menjadi alasan penulis mengajukan perancangan media informasi berupa buku panduan berilustrasi

Perancangan Buku Ilustrasi mengenai Tradisi Pindapata untuk Remaja 15-21 tahun

by ***Agnes Valencia Wunarto (00000033838)***

Tradisi Pindapata merupakan tradisi umat Buddha saat hari besar agama Buddha, tradisi pengumpulan dana menggunakan mangkuk oleh para anggota sangha dengan cara berjalan kaki untuk menerima dana dari umat. Sebagian umat Buddha khususnya remaja masih belum sepenuhnya memahami tradisi pindapata yang dimana tradisi tersebut merupakan berdana ke anggota sangha. Semakin sedikit umat Buddha yang menjalankan tradisi Pindapata ini. Tradisi Pindapata ini sangat penting untuk keberlangsungan kehidupan anggota sangha. Tradisi adalah segala sesuatu yang diturunkan dan diwariskan dari masa lalu ke masa sekarang maka makna yang terdapat dalam sebuah tradisi sangat penting agar tidak berubah dan memudar. Maka akan sangat mengkhawatirkan jika tradisi ini terhenti dan tidak dapat dilanjutkan kembali. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan kualitatif. Maka untuk solusi permasalahan ini akan dibuat perancangan mengenai media informasi dari tradisi Pindapata. Diharapkan dapat membantu umat Buddha khususnya remaja dalam mempelajari dan mengenal tradisi Pindapata yang sudah ada sejak lama ini.

Contact
agnes.valencia@student.umn.ac.id
agnesvalencia19@gmail.com
087887713999

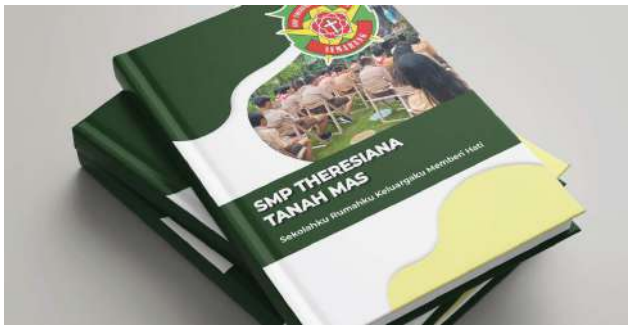
Perancangan Media Promosi Kegiatan Pembelajaran Sekolah Menengah Pertama Theresiana Tanah Mas Semarang

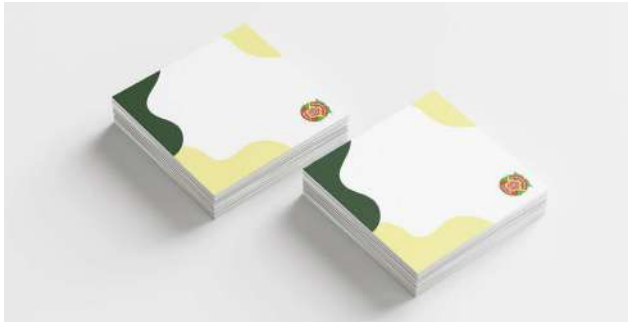
by ***Aurelia (00000037489)***

Contact

aurelia@student.umn.ac.id
aurelialim16@gmail.com
081330783883

SMP Theresiana Tanah Mas Semarang adalah instansi Pendidikan swasta yang sudah berdiri sejak 1957 dengan akreditasi A dan menerapkan sistem pembelajaran berbasis Project-Based Learning. Masalah yang ditemui adalah adalah media promosi yang kurang berjalan dengan baik karena kurangnya resource sekolah dalam mempresentasikan media visual yang baik sehingga sekolah tidak mengalami kenaikan pendaftaran jumlah murid yang signifikan. Maka penulis melakukan "Perancangan Media Promosi Kegiatan Pembelajaran Sekolah Menengah Pertama Theresiana Tanah Mas Semarang". Metode penelitian yang digunakan penulis dalam laporan tugas akhir ini adalah hybrid yaitu menggabungkan metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan studi eksisting, serta studi referensi. Penulis menggunakan teori dari Robin Landa dalam buku berjudul "Graphic Design Solutions" yang tahapnya dibagi menjadi 5 yaitu tahap orientasi, analisis, konsep, desain, dan implementasi. Hasil yang dicapai oleh penulis dalam perancangan desain media promosi ini berupa output yang dapat membantu sekolah dalam meningkatkan jumlah murid yang melakukan pendaftaran di SMP Theresiana Tanah Mas Semarang.





Perancangan Kampanye Efisiensi Konsumsi Listrik bagi Usia Remaja Akhir

by ***Hanna Christine Kwanjaya (00000036740)***

Listrik sudah menjadi bagian dari hidup manusia, pada generasi sekarang khususnya. Listrik sudah tidak bisa terlepas lagi dari segala aktivitas maupun kegiatan manusia. Hal ini menyebabkan manusia menjadi candu dengan keberadaan listrik dan menggunakan listrik secara berlebihan. Kurangnya kesadaran masyarakat mengenai isu pemborosan listrik membuat masyarakat terus-terusan mempraktekan hidup yang boros energi listrik. Sudah sulit untuk mengubah kebiasaan masyarakat untuk mengurangi penggunaan listrik, tetapi masyarakat masih dapat mengganti aplikasi penggunaan listrik secara lebih efisien. Maka dari itu, melihat adanya permasalahan ini, penulis ingin membuat kampanye ajakan untuk menggunakan listrik yang lebih efisien. Penulis menggunakan metode penelitian berupa wawancara dengan expert, kuesioner, dan studi eksisting. Perancangan kampanye mengenai penghematan listrik diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat untuk hidup dengan pemakaian listrik yang lebih efisien lagi untuk menjaga bumi dari global warming.

Contact
Hanna.christine@student.umn.ac.id
Hannachristinekwanjaya@gmail.com
082192369813

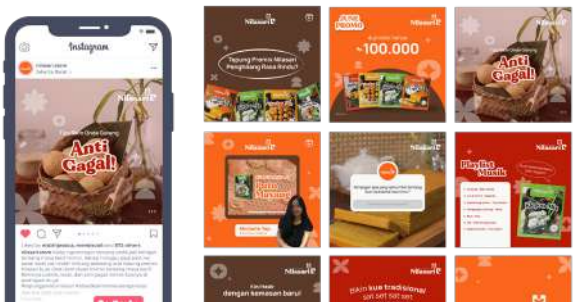
Perancangan Ulang Identitas Visual Tepung Premix Nilasari

by ***Vanessa Ilona Sumartono (00000034066)***

Contact

vanessa.ilona@student.umn.ac.id
vanessailonaa@gmail.com
081389707088

Nilasari merupakan sebuah brand yang menjual tepung premix atau instant sejak 1971. Pendirinya merupakan seorang senior praktisi boga Indonesia yang sudah berada di bidang ini kurang lebih selama 55 tahun. Produk yang dijual merupakan tepung premix untuk makanan dan kue. Namun, keunikan tepung premix Nilasari adalah brand tersebut memproduksi tepung premix untuk kue tradisional seperti klepon, kue talam, nagasari, dan cucur gula merah. Seiring berjalannya waktu, brand ini mulai kehilangan pelanggannya karena adanya perubahan generasi. Ketika ingin memasuki segmentasi market yang baru, identitas visual yang dimiliki tepung premix Nilasari tidak sesuai dengan target market yang ingin dituju. Identitas visualnya saat ini dianggap tidak mencerminkan kualitas dan value brand-nya sehingga menimbulkan keraguan terhadap brand tersebut. Oleh karena itu, perlu dilakukan perancangan ulang identitas visual sesuai dengan metode dari Alina Wheeler dalam bukunya yang berjudul Designing Brand Identity. Harapannya, melalui perancangan ulang identitas visual brand tepung premix Nilasari dapat sustain dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap brand.



Perancangan Media Promosi Salon Mutiara

by ***Marvil Joseph Laturiuw (00000032762)***

Salon Mutiara merupakan salon yang telah berdiri sejak tahun 2000 dan mereka merupakan salah satu salon terlama yang berdiri didaerah BSD. Namun semenjak adanya pandemi dan mulai berdirinya salon-salon baru yang lebih modern, salon Mutiara mulia tertutupi oleh kompetitor yang menggunakan metode promosi yang lebih digital. Salon Mutiara mengalami penurunan sebanyak 20% dan mereka merasa hal itu disebabkan karena kurangnya promosi. Melalui perancangan media promosi ini, penulis dapat membantu Salon Mutiara untuk bisa berkompetisi dengan kompetitor yang lebih modern, serta mengangkat nama Salon Mutiara kembali. Penulis juga belajar untuk merancang media promosi yang fungsional serta memiliki daya tarik yang tinggi untuk sebuah salon. Penulis menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif dalam mengumpulkan informasi serta data yang dibutuhkan untuk merancang sebuah strategi dalam pemilihan media yang ingin digunakan sebagai media promosi. Serta merancang sebuah desain yang digunakan sebagai elemen visual dalam pengaplikasian kepada media promosi yang telah dipilih.

Contact
marvil.joseph@student.umn.ac.id
marviljlaturiuw@gmail.com
082298663563

Perancangan Kampanye Promosi Produk Mode Kolaborasi DAVR dengan Penyandang Disabilitas

by ***James Michael (00000034761)***

Contact

james.michael@student.umn.ac.id
Jamesmichael1505@gmail.com
081330077088

DAVR merupakan sustainable fashion brand yang penulis bangun melalui program Magang Kewirausahaan yang diselenggarakan Universitas Multimedia Nusantara. Sebagai bisnis rintisan, DAVR membutuhkan peningkatan brand awareness yang juga dapat berdampak pada penjualan produknya. Salah satu strategi bisnis yang dilakukan DAVR adalah melakukan kolaborasi dengan penyandang disabilitas di bawah naungan Cidco untuk menyuarakan isu lingkungan yang berdampak pada aspek sosial terkait pencemaran lingkungan yang dapat menyebabkan disabilitas. Kolaborasi yang dilakukan menghasilkan sebuah koleksi produk mode yang menggunakan aset visual karya penyandang disabilitas sehingga menjadi unique selling point bagi DAVR. Untuk mengangkat hasil kolaborasi tersebut, penulis mengusulkan perancangan kampanye promosi sebagai salah satu upaya aktivasi brand yang dapat meningkatkan potensi penjualan produk DAVR sekaligus menyuarakan isu sosial yang dimaksud. Penelitian ini menggunakan metode mixed methods meliputi kualitatif dan kuantitatif untuk mendapatkan analisis yang objektif.

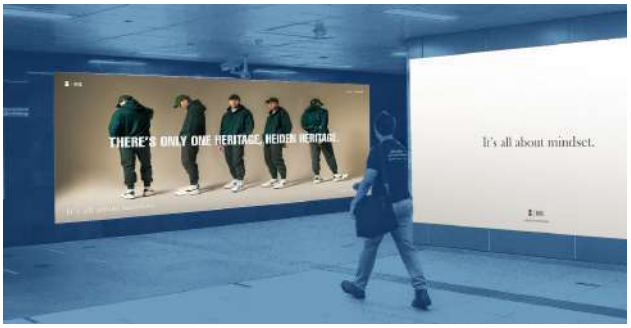
Perancangan Kampanye Promosi Heiden Heritage

by ***William Pugar (00000034109)***

Heiden Heritage merupakan brand lokal yang bergerak dalam bidang fashion yang menjual sneaker dengan desain original dan futuristik dengan sol yang tinggi, dibuat oleh pengrajin lokal. Heiden Heritage berdiri pada tahun 2016 dibawah PT. Heiden Rancangan Terbaik Generasi yang berlokasi di Jakarta. Karena perkembangan zaman, brand manager Heiden Heritage ingin merancang ulang promosi dengan tujuan untuk meningkatkan penjualan agar mencapai target dan bersaing dengan brand sneaker lokal lainnya. Berdasarkan penelitian yang dilakukan penulis, masih banyak yang masih belum mengetahui brand Heiden Heritage. Untuk memperkenalkan Heiden Heritage kepada masyarakat yang berusia 18-35 tahun, maka dibutuhkan strategi komunikasi persuasif untuk mempromosikan sneaker Heiden Heritage. Oleh karena itu penulis merancangan kampanye promosi Heiden Heritage untuk masyarakat yang ber-usia 18-35 tahun di Jabodetabek. Dalam perancangan tugas akhir ini, penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif dan kualitatif untuk mendapatkan data yang lebih jelas dan lengkap. Kemudian penulis menyusun strategi dan visual untuk perancangan kampanye promosi Heiden Heritage.

Contact

William.pugar@student.umn.ac.id
Pugarwilliam@gmail.com
082211083451



Perancangan Mobile Website Mengenai Attachment Style dengan Anak Bagi Orang Tua

by ***Karina Arviana Herlambang (00000035627)***

Contact

karina.arviana@student.umn.ac.id
karina.arv94@gmail.com
081903664677

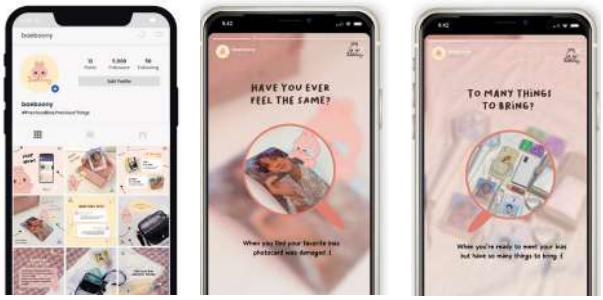
Attachment style merupakan kecenderungan sikap atau cara seseorang dalam menjalin dan mengelola hubungan dekat dengan orang lain. Terdapat dua tipe besar attachment style yaitu tipe secure yang berdampak positif pada anak serta tipe insecure yang membuat anak memiliki konsep diri dan cara pandang yang negatif dan kemampuan sosial yang kurang optimal. Melihat dampak dan pentingnya attachment yang diimbangi dengan kurangnya pengetahuan orang tua mengenai hal tersebut, maka penulis mengajukan perancangan media informasi diharapkan dapat membantu orang tua memahami pentingnya secure attachment dan mencegah kemungkinan adanya dampak jangka panjang dari insecure attachment pada perilaku anak di lingkungan sosial. Media informasi yang dirancang disesuaikan dengan kebutuhan dan preferensi target perancangan yang berupa mobile website beserta media pendukung untuk menunjang media utama tersebut. Dalam perancangan ini, penulis menggunakan metode penelitian kualitatif dan kuantitatif dalam pengumpulan data pendukung penelitian serta metode perancangan oleh Landa.

Perancangan Kampanye Promosi Brand Baeboony

by ***Florence Nelda (00000037894)***

Baeboony merupakan sebuah brand merchandise asal Indonesia yang dilatar belakangi oleh fenomena Korean Wave terutama K-pop yang sangat mendunia. Brand Baeboony merupakan brand yang penulis kembangkan dalam program Magang Kewirausahaan di semester sebelumnya. Sebagai bisnis yang tebilang baru, kurangnya brand awareness dari brand Baeboony menjadi salah satu permasalahan yang berpengaruh terhadap penjualan. Salah satu unique selling point dari brand Baeboony adalah keberadaan maskot dengan karakter yang mengangkat isu-isu yang dirasakan oleh penggemar K-pop. Untuk mengangkat konsep serta unique selling point dari Baeboony ini, penulis mengusulkan perancangan kampanye promosi untuk menjadi solusi dari permasalahan yang ada. Dengan adanya perancangan kampanye promosi untuk brand Baeboony ini, diharapkan dapat berguna untuk pengembangan brand mengatasi permasalahan yang dialami brand Baeboony dan memberi dampak positif pada penjualan dari brand tersebut.

Contact
florence.nelda@student.umn.ac.id
flonelda22@gmail.com
081210012322

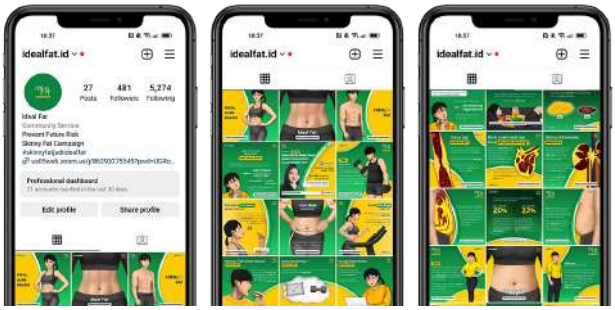


Perancangan Kampanye Pencegahan Skinny Fat Sejak Remaja Usia 18-24 Tahun

by ***Daniel Jahja (00000034631)***

Contact
daniel.jahja@student.umn.ac.id
daniel.jahja20@gmail.com
081282175664

Stigma bahwa orang dengan berat badan ideal itu sehat masih sering beredar secara umum sehingga ketika seseorang memiliki berat badan ideal dan terlihat kurus, mereka tidak memperdulikan gaya hidup, mereka merasa bebas untuk makan apapun, dan jarang untuk berolah raga. Terdapat suatu kondisi yang disebut dengan skinny fat atau dikenal dengan nama medis normal weight obesity. Skinny fat memiliki arti kondisi seseorang yang memiliki berat badan ideal namun memiliki kadar lemak yang berlebihan di dalam tubuhnya. Kesadaran mengenai skinny fat ini masih kurang di Indonesia sehingga banyak masyarakat yang belum menyadari adanya kondisi seperti ini dan banyak yang beranggapan bahwa ketika ideal ataupun kurus tidak memiliki kadar lemak tinggi di dalam tubuhnya. Oleh karena itu penulis ingin membuat perancangan kampanye pencegahan skinny fat sejak remaja usia 18-24 tahun yang bermedia utama di Instagram. Perancangan visual menggunakan meteode Human Centered Design dan AISAS untuk perancangan tahap kampanye.



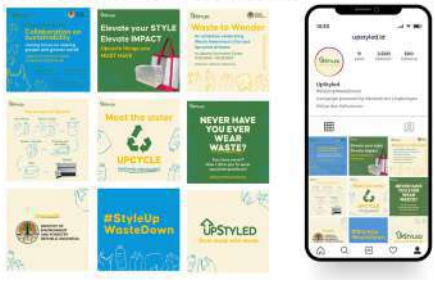
PERANCANGAN KAMPANYE TENTANG MENGGUNAKAN PRODUK UPCYCLED UNTUK USIA 21-35 TAHUN

by ***Michiko Mora Arnosia (00000036441)***

Adanya masalah sampah di Indonesia menjadi dorongan untuk pengrajin serta pegiat bisnis membuat produk atau jasa yang membantu dalam permasalahan tersebut. Produk upcycled merupakan salah satu solusi bagi masalah pengelolaan sampah di Indonesia. Contoh dari produk upcycled adalah merchandise seperti tas, tempat laptop, maupun furniture dari bahan bekas. Dengan upcycled sampah sampah cukup banyak dikelola kembali menjadi barang yang bernilai lebih. Akan tetapi masyarakat masih belum terlalu menerima produk upcycled. Masih adanya stigma mengenai produk upcycled merupakan produk berkualitas buruk dan kotor. Tanpa adanya penjualan sampah yang seharusnya diolah menjadi produk kembali menumpuk. Maka dari itu penulis mengajukan perancangan kampanye tentang penggunaan produk upcycled. Dalam perancangan kampanye ini penulis menggunakan metode penelitian campuran. Penulis menggunakan metode Human Centered Design untuk melakukan perancangan desain. Penulis berharap dengan kampanye ini dapat memberikan informasi yang lengkap mengenai produk upcycled.

Contact
michiko.mora@student.umn.ac.id
im.michmoa@gmail.com
082110671537

MAIN MEDIA - INSTAGRAM



DOOH - TV KRL

DOOH - DIGITAL BILLBOARD

CAMPAIGN.COM

Perancangan Kampanye Mengenai Pencegahan Bahaya Penyakit Low Back Pain untuk Usia 20 - 29 Tahun

by ***Sherina (00000034731)***

Contact

sherina1@student.umn.ac.id
lingling.sherina@gmail.com
081245515822

Musculoskeletal disorders adalah gangguan pada tendon, ligamen, jaringan otot, dan sistem saraf yang ditandai oleh rasa nyeri dan berkurangnya kemampuan fisik dalam menjalankan aktivitas sehari-hari. Low back pain merupakan salah satu penyakit global yang menjadi penyebab utama terjadinya disabilitas dibandingkan penyakit musculoskeletal lainnya. Low back pain apabila diabaikan dapat berpotensi menjadi chronic low back pain atau paling parah menyebabkan kelumpuhan. Sebanyak 45,3% masyarakat di Indonesia mengalami low back pain sejak pandemi COVID-19 berlangsung. Terjadi peningkatan prevalensi low back pain sebanyak 32.757 jiwa dari tahun 2016 sampai 2019. Perancangan kampanye ini bertujuan untuk membantu meningkatkan kesadaran dan mengedukasi masyarakat akan dampak jangka panjang dari low back pain dan cara menanganinya. Metode yang digunakan untuk perancangan ini adalah campuran. Dari hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden tidak tahu dampak jangka panjang, tidak pernah mencari tahu tentang low back pain dan cara menanganinya.

Perancangan Iklan Untuk Ndoro Donker Tea House

by ***Natalie Clarissa Surya (00000037195)***

Di Indonesia perkembangan food and beverage (FNB) berkembang dengan cukup pesat. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) menyatakan bahwa industri makanan dan minuman di Indonesia mengalami peningkatan sebesar 2,54% sejak tahun 2020 hingga 2021. Salah satunya perkembangan FNB yang terjadi di desa Kemuning. Banyaknya perkebunan di desa Kemuning membuat sebuah peluang bisnis FNB salah satunya yaitu Ndoro Donker Tea House. Ndoro Donker Tea House merupakan tempat makan yang menjual makanan dan minuman yang terletak di dekat kebun teh di desa Kemuning. Namun Ndoro Donker Tea House memiliki permasalahan terkait media promosi yang dimiliki belum berkembang dengan maksimal serta omset yang dimiliki belum mengalami kenaikan. Oleh karena itu, berdasarkan permasalahan yang dimiliki oleh Ndoro Donker Tea House, penulis melakukan perancangan iklan guna menyelesaikan permasalahan tersebut. Melalui perancangan tersebut penulis berharap dapat memberikan informasi tempat wisata Tea House untuk dapat menikmati teh di Ndoro Donker Tea House.

Contact

natalie.clarissa@student.umn.ac.id
natalieclarissa218@gmail.com
087835518555

Perancangan Ulang Identitas Teh Pagi

by ***Marcellinus Adrian Verrell (00000034935)***

Contact
marcellinus.adrian@student.umn.ac.id
marcellinus.verrell5@gmail.com
081274661112

Teh Pagi merupakan salah satu merek teh. Menggunakan daun teh pucuk pekoe yang merupakan kualitas terbaik, serta diolah menjadi teh ulir yang merupakah khas dari Sumatera Selatan. Saat ini Teh Pagi memiliki identitas visual yang inkonsisten atau berbeda-beda pada setiap variannya. Berdasarkan pengumpulan data kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara dan observasi, masyarakat menyatakan bahwa identitas visual Teh Pagi saat ini berbeda-beda karena tidak memiliki landasan desain dari keunikannya dan belum menampilkan keunikan-keunikan tersebut. Oleh karena itu, penulis melakukan perancangan ulang terhadap identitas visual Teh Pagi khas Sumatera Selatan sebagai solusi dari permasalahan yang terjadi.

Perancangan Ulang Identitas Visual Bakmi Copin

by ***Olivia Novita Lie (00000034703)***

Bakmi Copin adalah brand yang menawarkan bakmi khas daging ayam kampung kepada masyarakat Jakarta Utara sejak tahun 1970. Penulis menggunakan metodologi penelitian kualitatif yang terdiri atas wawancara, observasi, dan studi existing. Dengan demikian, penulis memeroleh data dan informasi bahwa identitas visual Bakmi Copin terdiri atas enam buah logo yang berbeda sehingga tidak konsisten. Irwan sebagai salah seorang pemimpin Bakmi Copin mengungkapkan keinginan atas pembaharuan identitas visual karena berencana melakukan registrasi merek dan menambah cabang. Oleh karena itu, penulis bermaksud melaksanakan perancangan ulang identitas visual Bakmi Copin. Untuk metodologi perancangan, penulis menggunakan The Branding Process yang diciptakan oleh Alina Wheeler. The Branding Process terdiri atas conducting research, clarifying strategy, designing identity, creating touchpoints, dan managing assets.

Contact
olivia.novita@student.umn.ac.id
selectolivia@gmail.com
081288353539

Perancangan Ulang Identitas Visual Korean Daebakk dari Arsa Boga Group

by ***Michabelle Marianne (00000036190)***

Contact

khei.reahzea@student.umn.ac.id
kheiraeheza@gmail.com
081299073562

Korean Daebakk merupakan merek yang menjual makanan jalanan, minuman serta hampers Korea yang telah berdiri sejak tahun 2020 ketika pandemi masih merebak. Merek tersebut awalnya berjualan melalui platform online seperti Shopee dan Tokopedia. Namun saat pandemi sudah mereda, Korean Daebakk perlu melakukan pengembangan bisnis agar dapat tetap bersaingdengan kompetitornya dengan membuka toko offline di Meruya, Jakarta Barat. Namun, identitas visual Korean Daebakk saat ini tidak sesuai dengan nilai dan kepribadian yang ingin disampaikan oleh merek untuk menarik perhatian target sasarannya, serta memiliki masalah pada konsistensi desain karena kurangnya GSM dan desain logo yang dirancang tanpa banyak pertimbangan. Akibatnya, Korean Daebakk secara visual terlihat kurang konsisten dan menarik, serta berisiko tidak dipahami dengan baik oleh publik dan berpotensi kalah dari pesaing dengan identitas visual yang lebih menonjol dan unik, sehingga kehilangan pelanggan potensial. Oleh karena itu, perlu dilakukan perancangan ulang identitas visual Korean Daebakk dengan menggunakan proses perancangan merek oleh Alina Wheeler yang memiliki lima tahapan.

Perancangan Kampanye Sosial Pola Hidup Mediterania untuk Mencegah Metabolic Syndrome

by ***Jecelyne Evangelia (00000034696)***

Metabolic Syndrome (MetS), didefinisikan sebagai sekumpulan hubungan antara fisiologis, biokimia, klinis, dan faktor metabolik. Hal ini ditandai dengan beberapa kriteria seperti terjadinya peningkatan kadar glukosa darah, tekanan darah, kadar trigliserida, kolesterol, serta obesitas sentral. Ketentuan ini telah ditetapkan oleh WHO, the European Group for the Study of Insulin Resistance (EGIR), the National Cholestrerol Education Progamme Adult Treatment Panel III (NCEP ATP III), American Association of Clinical Endocrinologists (AACE), dan the International Diabetes Federation (IDF). Mediterania merupakan pola hidup yang berasal dari masyarakat sekitar Laut Tengah, seperti Italia dan Yunani pada 1960-an. Pola makan dalam pola hidup Mediterania yang menjadikan sumber lemak sehat sebagai komponen utama, kaya akan asam-linoleat, antioksidan, dietary-bioactive phenolic serta zat anti-inflamasi memiliki efek kardioprotektif dipercaya dapat menurunkan risiko MetS. Maka dari itu, penulis merancang sebuah solusi kampanye sosial pola hidup mediterania terutama bagi usia 25-39 tahun yang mampu mencegah terjadinya sindrom metabolik.

Contact

Jecelyne.evangelia@student.umn.ac.id
Jecelyneevang@gmail.com
087777886324

Perancangan Kampanye Edukasi Olahraga Prinsip Fitt Untuk Orang Tua

by ***Bobby Alvin Saputera (00000039723)***

Contact

bobby.alvin@student.umn.ac.id
@gmail.com
0817864866

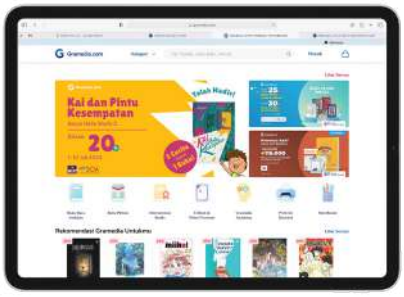
Aksi sehat diperlukan sebuah prinsip sehat yang perlu ditanamkan pada isi pikiran. Olahraga merupakan aksi preventif yang penting dalam meningkatkan harapan hidup dan kualitas kebugaran jasmani seseorang. Namun, tingkat kebugaran jasmani masyarakat Indonesia tergolong sangat rendah, sangat disayangkan dari sekian banyak pelaku proporsi aktivitas fisik anak usia 10 – 14 tahun paling rendah. Hal ini disebabkan oleh aktivitas keseharian mereka didominasi oleh waktu layar sehingga hasil dari perilaku ini menimbulkan rasa malas. Peran orang tua masih erat dan dibutuhkan dalam mengatasi masalah ini. Tetapi, banyak dari orang tua yang bahkan tidak pernah mendengar prinsip FITT ini. Maka, diperlukan sebuah perancangan sebuah media persuasi berupa kampanye untuk mengedukasikan hal ini. Proses perancangan visual kampanye olahraga untuk orang tua menggunakan prinsip FITT dengan metode perancangan Robin Landa dari bukunya yang berjudul Graphic Design Solution. Hasil perancangan berupa visual kampanye, serta media-media sekunder lainnya.

Perancangan Buku Ilustrasi untuk Melatih Kemampuan Decision Making bagi Anak Usia 7–9 Tahun

by ***Naila Shafa Zahira (00000035686)***

Orang membuat keputusan setiap hari. Keputusan, baik keputusan kecil atau besar, dapat mempengaruhi masa depan individu yang mengambilnya. Penting untuk diketahui bahwa kemampuan decision making bukanlah sebuah keterampilan yang bisa didapatkan secara spontan, melainkan sebuah keterampilan yang harus dilatih dan dibentuk sejak usia dini. Dengan melatih kemampuan decision making, anak juga menumbuhkan rasa tanggung jawab serta kemandirian. Sebaliknya, jika anak tidak dibiasakan mengambil keputusan sejak usia dini, anak akan tumbuh menjadi pribadi yang manja dan lebih tinggi kemungkinannya untuk melakukan tindakan yang merugikan diri seperti kenakalan remaja di kemudian hari. Hal ini dapat terjadi karena anak tidak terbiasa mempertimbangkan konsekuensi dari tindakannya, sehingga anak tidak tahu apa yang terbaik untuk dirinya. Oleh karena itu, dilakukan perancangan buku ilustrasi untuk melatih kemampuan decision making bagi anak usia 7—9 tahun.

Contact
naila.shafa@student.umn.ac.id
nailashafaz@gmail.com
081311094086



Perancangan Media Edukasi Interaktif Pendampingan Anak Menghadapi Pubertas

by ***Stephanie Angelina (00000035009)***

Contact

stephanie.angelina@student.umn.ac.id
stephanieangelina30@gmail.com
085156817011

Masa pubertas anak seringkali hanya dikaitkan dengan perubahan fisiologis, padahal terdapat perubahan penting lainnya seperti emosi, kognitif hingga psiko-sosial. Orang tua yang seharusnya menjadi sumber informasi mengalami hambatan komunikasi karena adanya rasa canggung dan malu serta bingung dalam cara penyampaian. Hal ini dapat menyebabkan anak mendapatkan informasi yang salah. Pemaparan konten pubertas juga seringkali hanya dikaitkan pada pubertas perempuan sehingga minimnya media yang membahas mengenai pubertas laki-laki. Media pembelajaran mengenai pubertas umumnya dikemas dengan cara komunikasi satu arah yang tidak memiliki timbal balik. Jika anak memiliki pemahaman yang kurang, akan terbentuk kecemasan yang nantinya menjadi rasa takut, ketidakpastian dan kebingungan. Risiko yang dapat timbul adalah terbentuk sikap negatif seperti penolakan hingga kelalaian menjaga kesehatan reproduksi. Oleh karena itu, dibutuhkan media edukasi interaktif yang berperan sebagai pendampingan anak laki-laki dan perempuan usia 9-12 tahun dalam menghadapi pubertas di Jawa Barat.

Perancangan Aplikasi Jasa Pengelolaan Bisnis Umkm Digital Di Provinsi Banten

by ***Rifqi Noorrahman (00000040082)***

Perekonomian negara merupakan hal yang penting untuk ditingkatkan sebagai bentuk dari proses perkembangan negara dan kemampuan negara untuk beradaptasi dengan perubahan ekonomi dunia. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam kontribusinya menjalankan ekonomi negara Indonesia. Kehadiran teknologi yang dapat membantu meningkatkan penjualan UMKM juga dapat membantu meningkatkan ekonomi Indonesia. Dalam pemanfaatan teknologi tersebut, terdapat kendala yang dapat muncul dalam proses penggunaannya, salah satu permasalahan umum muncul adalah kurangnya keterampilan UMKM dalam memanfaatkan teknologi tersebut. Dengan kurangnya kemampuan untuk beradaptasi yang dikarenakan ketidakmampuan pelaku usaha UMKM dalam menggunakan teknologi sebagai proses pengelolaan bisnis, dapat menimbulkan dampak pada kestabilan ekonomi Indonesia. Hal tersebut dicontohkan dengan kurangnya persiapan UMKM pada masa pandemi COVID-19 untuk beradaptasi pada era 4.0, sehingga menjadi pemicu akan kesadaran pentingnya penggunaan teknologi untuk diterapkan pada bisnis UMKM.

Contact
Rifqi.noorrahman@Student.umn.ac.id
Rifqi.noorrahman@gmail.com
081280287711

Perancangan Aplikasi Perencanaan Keuangan Keluarga Muda

by ***Elza Jemima Hayvito (00000034922)***

Contact
elza.jemima@student.umn.ac.id
elzajemima@gmail.com
087777793893

Salah satu permasalahan yang rentan dialami keluarga adalah masalah finansial. Banyak keluarga yang masih merasa kesulitan, baik dalam mempersiapkan, merencanakan, maupun dalam mengelola keuangan. Penting bagi keluarga untuk memiliki sistem pengelolaan keuangan yang baik sebagai bekal fondasi keuangan keluarga yang kuat. Melalui sistem pengelolaan keuangan yang baik, keluarga akan terhindar dari masalah-masalah keuangan seperti pengeluaran yang melebihi pemasukan. Risiko yang dapat timbul jika keluarga tidak melakukan perencanaan keuangan yang bijak adalah terjadinya ketidaksiapan finansial di masa depan yang memicu timbulnya masalah utang bahkan kebangkrutan. Maka dari itu, penting bagi keluarga untuk memiliki perencanaan keuangan yang baik sebagai bentuk antisipasi dan memproteksi keluarga dari ragam risiko dan kebutuhan finansial yang tidak terduga di masa depan. Berdasarkan pemaparan masalah tersebut, penulis merancang media informasi dalam bentuk aplikasi perencanaan keuangan keluarga muda usia 25 – 35 tahun di DKI Jakarta.

Perancangan Kampanye Sosial Mengenai Gangguan Siklus Menstruasi bagi Remaja

by ***Laurentia Ardella (00000035817)***

Menstruasi merupakan siklus bulanan yang normal dialami oleh perempuan dimana akan keluar darah melalui vagina. Siklus menstruasi kurang teratur yang dialami oleh perempuan dibawah 20 tahun dapat dianggap normal, namun apabila sudah memasuki umur 20 tahun makan menstruasi seharusnya dapat berlangsung dengan lancar. Siklus menstruasi setiap perempuan dapat berbeda, tetapi tetap ada batasan siklus tersebut dianggap normal atau tidak. Normal siklus menstruasi adalah 21-35 hari dan siklus menstruasi paling sering terjadi pada 28 hari dengan durasi menstruasi 2-7 hari Sayangnya masih banyak perempuan yang tidak acuh dengan adanya bahaya gangguan menstruasi. Setidaknya berdasarkan hasil data kuesioner yang diperoleh, terdapat 70,9% perempuan yang mengalami gangguan menstruasi dan yang diperoleh dari Riset Kesehatan Dasar 2018 dalam Anjarani dan Sari (2020), terdapat 13,7 perempuan di Indonesia yang mengalami gangguan menstruasi. Maka dari itu, penulis merancang sebuah kampanye untuk masyarakat terutama remaja perempuan dengan metode perancangan Ostegaard.

Contact
laurentia.ardella@student.umn.ac.id
laurentiardella@gmail.com
087883452001

Perancangan Kampanye Sosial Risiko Sugar Craving bagi Dewasa Awal di Jakarta

by ***Riski Catur (00000032661)***

Contact

riski.catur@student.umn.ac.id
riski.catur.yulianto22@gmail.com
085158337753

Kegemaran masyarakat Indonesia dalam mengonsumsi makanan dan minuman manis bertanggung jawab sebagai sumber dari berbagai penyakit. Kebiasaan konsumsi makanan manis tersebut bermula dari fenomena sugar craving yang menjadi cikal bakal penyakit-penyakit berbahaya, baik secara medis maupun emosional. Sugar craving adalah sebuah fenomena dimana seseorang kesulitan dalam mengontrol nafsu makan dan cenderung selalu ingin makan makanan atau minuman manis. Kurangnya kesadaran masyarakat akan risiko tersebut terbukti dari peningkatan konsumsi makanan manis diikuti oleh peningkatan kasus obesitas dan diabetes yang terjadi di Indonesia. Target dari perancangan ini adalah masyarakat usia 25-30 tahun di Jakarta yang gemar mengonsumsi makanan dan minuman manis. Dalam perancangan ini, penulis menggunakan metode perancangan design thinking. Hal ini didasari karena dalam merancang sebuah kampanye guna merubah sikap, pola pikir dan perilaku perlu terlebih dahulu memahami secara mendasar mengenai perspektif dari target sehingga dapat memberikan solusi yang tepat.

Perancangan Ulang Identitas Kampoeng Wisata Gowes sebagai Sarana Wisata di Depok

by ***Nezia Aura Hellena Pasaribu (00000034908)***

Kampoeng Wisata Gowes merupakan wisata yang berdiri pada tahun 2020 yang menyediakan rekreasi bagi keluarga muda yang berada di Depok. Sebelumnya, wisata ini hanya menyediakan sebuah villa yang telah berdiri 30 tahun lamanya. Dengan penambahan rekreasi baru sebagai wajah yang baru, wisata tersebut kurang diketahui masyarakat karena identitas atau citra yang dimiliki belum terlihat dengan jelas sebagai sebuah wisata keluarga. Sehingga, penulis merancang ulang identitas Kampoeng Wisata Gowes dalam memperlihatkan identitas nya sebagai wisata keluarga dengan penyedia fasilitas yang lengkap. Dalam pengumpulan data, penulis menggunakan metode mix method. Perancangan ini ditujukan untuk menaikkan dan mempertahankan konsistensi Kampoeng Wisata Gowes. Penulis melakukan perancangan ulang identitas merek wisata tersebut menggunakan metode perancangan dari buku Alina Wheeler yang berjudul Designing Brand Identity.

Contact
nezia.aura@student.umn.ac.id
neziaaura01@gmail.com
081211745022

Perancangan Buku Inofrmasi Kuliner Khas Kepulauan Anambas

by ***Andrea Revinta (00000026773)***

Contact

andrea.revinta@student.umn.ac.id
andrearevinta25@gmail.com
08211105035

Kepulauan Anambas adalah gugusan pulau yang terletak pada Laut Natuna dan di bagian utara dilingkupi Laut Natuna Utara. Anambas mempunyai ciri unik, lantaran meskipun Laut Tiongkok Selatan populer mempunyai gelombang bahari yang ganas, tetapi perairan pada Anambas relatif lebih.Berdasarkan analisis dari beberapa sumber mengenai kuliner khas Kepulauan Anambas, minim dan sulit informasi yang didapat mengenai kuliner asal Kepulauan Anambas. Kekayaan kuliner Kepulauan Anambas tidak banyak diketahui oleh wisatawan atau masyarakat yang jauh dari Anambas. Selain itu, penyebaran kuliner tersebut hanya tersebar di sekitarnya, padahal kuliner khas Kepulauan Anambas dapat menjadi potensi kuliner Indonesia. Oleh karena itu, diperlukan media informasi berupa buku yang mengangkat dan membahas keunikan dan cita rasa kuliner khas Kepulauan Anambas untuk membantu mengenalkan kuliner khas Kepulauan Anambas kepada para wisatawan lokal agar dapat dilestarikan. Penelitian ini menggunakan teori dari Robin Landa Graphic Designer dalam pembuatan media informasi.

Perancangan Ulang Identitas Visual Jamu Mbak Suni

by ***Sittacarini Amertaputri (00000033845)***

Jamu Mbak Suni merupakan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang telah berdiri sejak tahun 2015. UMKM atau brand ini berfokus pada jamu tradisional dengan konsep modern. UMKM ini memiliki empat varian produk, yaitu jamu tradisional, jamu fusion, wedang rempah kering, dan cookies jamu. Target market dari brand ini adalah anak muda. Namun, konsep modern berjiwa muda yang ingin dibawa oleh Jamu Mbak Suni ternyata belum berhasil membidik target market yang diinginkan. Oleh karena itu, penulis melakukan perancangan ulang identitas visual Jamu Mbak Suni dengan harapan dapat membantu brand dalam mendeskripsikan produk dan keunikannya, mencapai target market yang diinginkan, dan membawa brand agar dapat bersaing dengan kompetitornya. Kemudian, dalam perancangan identitas visual Jamu Mbak Suni, metode yang penulis gunakan adalah teori dari Alina Wheeler. Hasil perancangan yang didapatkan, berupa logo Jamu Mbak Suni, supergrafis, dan implementasinya ke dalam collateral media serta graphic standart manual dengan big idea “bentuk dinamis warisan budaya yang bertransformasi ke dalam jiwa muda”.

Contact

sittacarini@student.umn.ac.id
sittacarini@gmail.com
081288359200

Perancangan Buku Edukasi Pencegahan Revenge Porn Bagi Remaja Usia 15-20 Tahun

by ***Matthew Kevin (00000033835)***

Contact

khei.reahzea@student.umn.ac.id
kheiraeheza@gmail.com
081299073562

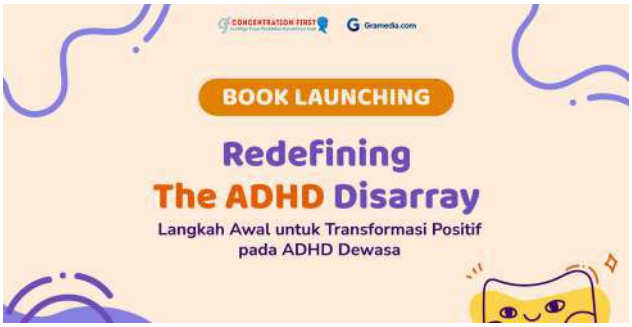
Revenge porn adalah kekerasan gender berbasis online melalui penyebaran konten pornografi tanpa persetujuan pihak yang terlibat. Kurangnya media informasi yang membahas mengenai revenge porn dan minimnya edukasi seksual masyarakat Indonesia, serta masyarakat Indonesia yang masih menganggap pornografi sebagai hal yang tabu untuk dibahas, membuat urgensi masalah ini semakin meningkat. Oleh karena itu, penulis merancang sebuah media informasi edukasi untuk pencegahan revenge porn. Penulis telah melakukan metode pengumpulan data dengan metode campuran, yaitu kualitatif dengan wawancara dan kuantitatif dengan kuesioner. Hasil menunjukan masih banyak masyarakat khususnya remaja yang tidak mengetahui apa itu revenge porn dan merasa perlu untuk dibuatkan sebuah media informasi untuk menangani isu tersebut. Perancangan media informasi ditujukan sebagai sumber edukasi bagi masyarakat khususnya remaja tentang revenge porn. Bukan hanya sebagai sumber edukasi, diharapkan masyarakat dapat memetik pelajaran dalam hidup untuk tidak melakukan tindakan yang akan merugikan bagi diri sendiri maupun orang lain.

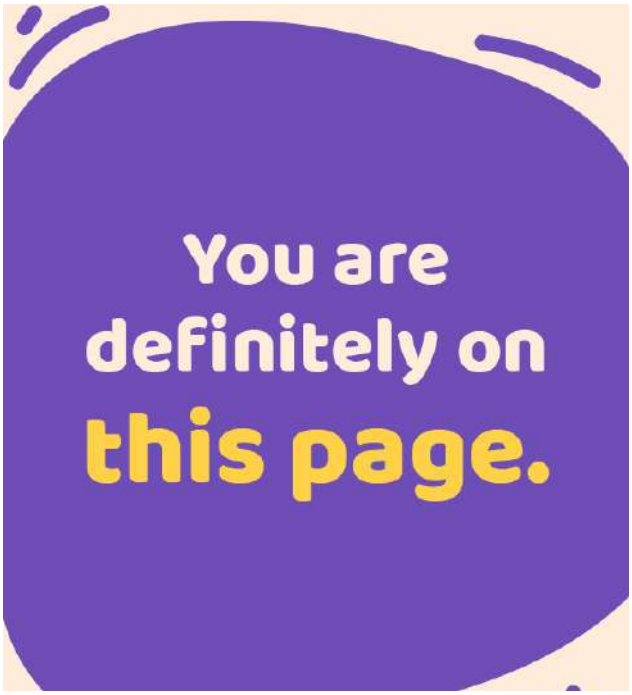
Perancangan Buku Digital tentang ADHD untuk Dewasa Awal

by ***Lie Ie Wui (00000033782)***

ADHD (Attention Deficit Hyperactivity Disorder) merupakan salah satu gangguan neurodevelopmental yang ditandai dengan sulit berkonsentrasi, bersikap impulsif atau hiperaktif yang tidak sesuai dengan perkembangan umurnya. Prevalensi diagnostik ADHD dewasa adalah 2,5% di sebagian besar budaya dan 60% kasus gejala bertahan hingga dewasa. Kerap tidak terdeteksi karena melakukan penyamaran agar dapat merasa lebih diterima atau menghindari stigma. ADHD membuat orang dewasa kesulitan dalam bekerja, memperhatikan, mengorganisir/mengingat sesuatu. Akibat minimnya informasi mengenai gangguan ADHD dewasa membuat penderita terlambat untuk menyadari gejala yang dialami. Jika tidak segera mendapatkan penanganan, dapat menyebabkan masalah kesehatan, karier, dan konflik hubungan interpersonal yang serius. Proses perancangan media informasi terkait ADHD menggunakan teori Robin Landa dari buku Graphic Design Solution. Hasil perancangan berupa buku digital mengenai pemahaman ADHD dewasa, cara beradaptasi, dan lebih terbuka untuk menemui para ahli.

Contact
lie.ie@student.umn.ac.id
yiweilunardy@gmail.com
085776806944





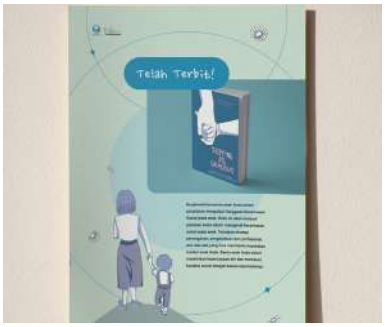
PERANCANGAN BUKU PERKENALAN GANGGUAN KECEMASAN SOSIAL PADA ANAK UNTUK ORANG TUA

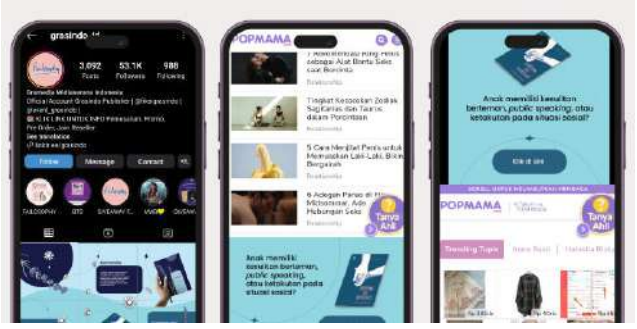
by ***Belinda Avissa Adiputri (00000034641)***

Contact

belinda.avissa@student.umn.ac.id
belindaadiputri@gmail.com
08551055108

Gangguan kecemasan sosial adalah gangguan mental yang bisa ditemukan pada anak usia 6 tahun. Meskipun begitu, hal ini bisa dicegah melalui faktor-faktor gangguan kecemasan sosial yang bisa terdeteksi sejak usia prasekolah. Perancangan dibuat untuk membantu orang tua mempelajari gangguan kecemasan sosial pada anak tersebut sehingga mengurangi kecenderungan anak mengidap gangguan tersebut di usia kemudian. Hasil perancangan media informasi berbentuk buku dengan media pendukung seperti media sosial, poster, dan lain sebagainya. Perancangan ini memiliki kekurangannya sendiri dan bukan alat yang pasti bisa mencegah gangguan kecemasan sosial itu sendiri, tentu saja perancangan buku ini hanya sebagai media informasi tambahan saja dan tidak akan mengganti psikolog. Meskipun demikian, penulis tetap berharap perancangan ini bisa tetap bermanfaat untuk orang tua dan untuk mahasiswa yang sedang atau akan mengambil tugas akhir.





Perancangan Kampanye mengenai Bahaya Online Gambling

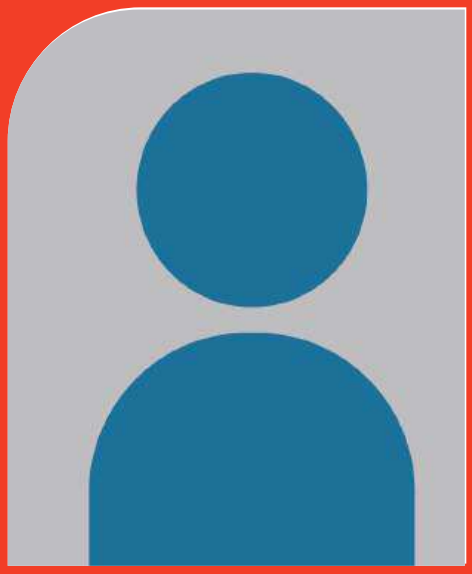
by ***Gabriela Alexander Putri (00000035697)***

Online gambling atau perjudian secara daring kini menjadi salah satu cara yang dirasa sebagian masyarakat mudah dan cepat untuk memperoleh uang. Meskipun demikian, masih terdapat banyak masyarakat yang tidak menyadari bahaya dari online gambling, seperti dapat dijatuhkan hukuman pidana karena praktik ini merupakan salah satu bentuk tindakan kriminal (illegal) di Indonesia, dan dampak negatif lainnya, seperti kecanduan. Oleh karena itu, diperlukanlah suatu media persuasi, yakni kampanye yang dapat mencegah masyarakat khususnya kalangan dewasa awal untuk tidak terjerumus masuk ke dalam praktik online gambling. Metode penelitian yang digunakan dalam perancangan kampanye ini adalah mixed methods (campuran), yakni pendekatan penelitian yang menggabungkan pengumpulan data kuantitatif dan kualitatif.

Contact
gabriela.alexander@student.umn.ac.
gabrielaalexander31@gmail.com
081322225373

Perancangan Kampanye Promosi Brand Goolaaren

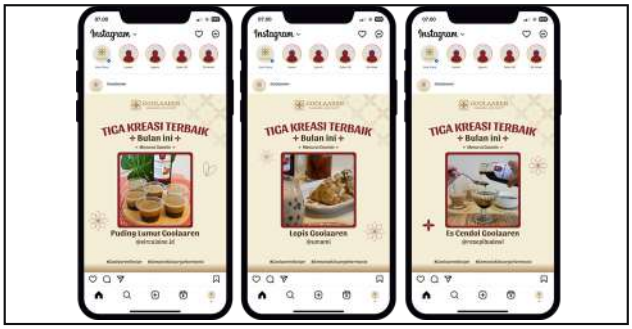
by ***Deodat Pradata (00000034672)***



Contact

deodat.pradata@student.umn.ac.id
deodatpradata23@gmail.com
087880262583

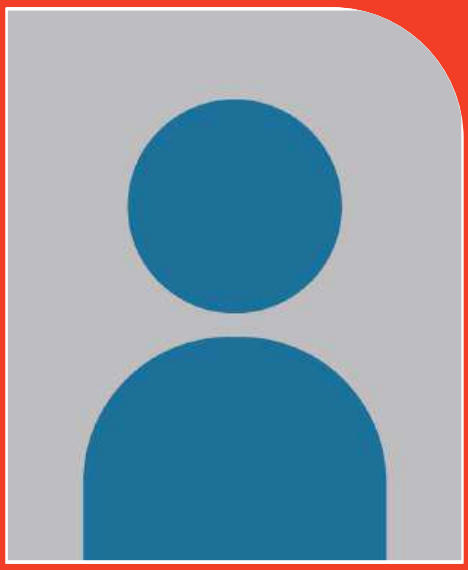
Goolaaren merupakan perusahaan yang fokus di bidang gula aren dan sangat menjaga kemurniannya. Promosi yang tidak berstrategi, dengan visual maupun konten yang tidak menarik target, membuat rendahnya tingkat kepercayaan masyarakat terhadap brand maupun kualitas produk Goolaaren. Pengumpulan data dilakukan dengan metode kuantitatif dan . Serta metode perancangan oleh Robin Landa dalam buku Advertising by Design. Selanjutnya, dilakukan perancangan pada berbagai media yang efektif dengan visual yang terstruktur dan konsisten, serta mampu memberi kesan hangat, alami, Indonesia. Dapat disimpulkan melalui kampanye promosi ini akan menarik perhatian dan mempengaruhi target konsumen untuk melakukan pembelian Goolaaren. Sehingga akan meningkatkan brand awareness dari Goolaaren yang dapat meningkatkan peluang penjualan dari Goolaaren.



Perancangan Ulang Identitas Visual Christine Bakery

by ***Audrey (00000037788)***

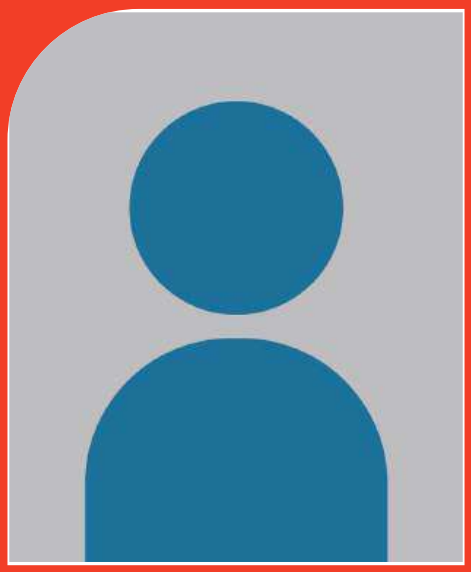
Christine Bakery merupakan sebuah merek toko roti yang didirikan sejak tahun 1997 di daerah Kelapa Gading, Jakarta Utara. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan dengan pemilik Christine Bakery, telah dinyatakan bahwa identitas visual Christine Bakery dibuat tanpa adanya penerapan dari nilai dan tujuan dari mereknya. Dengan misi untuk tetap dapat mempertahankan eksistensi dan bersaing dengan para kompetitor dengan tetap mempertahankan kualitasnya sedari dahulu, Christine Bakery ingin memperluas target konsumennya kepada generasi yang lebih muda. Menurut Wheeler (2018), identitas dari suatu merek harus dapat menciptakan rekognisi, diferensiasi, dan mengandung gagasan utama dari merek tersebut. Oleh karena itu, dengan perancangan ulang identitas visual dari Christine Bakery ini diharapkan dapat menciptakan citra merek baru yang sesuai dengan nilai serta target konsumen yang ingin dituju, sehingga dapat menciptakan diferensiasi dan brand awareness yang kuat.



Contact
audrey.sutarman@student.umn.ac.id
audrey.sutarman@gmail.com
081290355766

Perancangan Kampanye Teknik Grounding Untuk Remaja Usia 16-24

by ***Dwi Pratiwi Putri Tjankilisan (00000037706)***



Contact

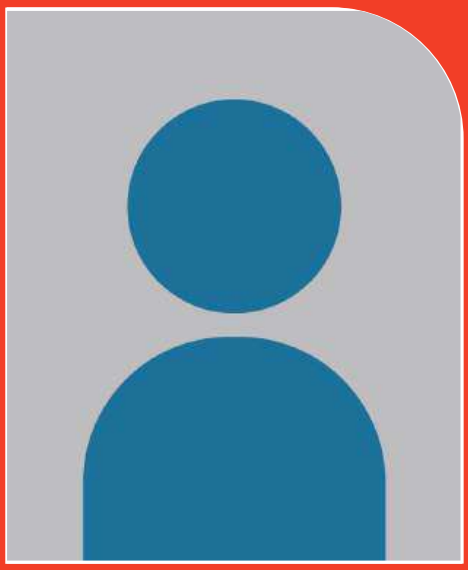
dwi.pratiwi@student.umn.ac.id
dwipratiwi31@gmail.com
081913013103

Saat ini, masalah gangguan kesehatan mental semakin umum terjadi di masyarakat, tidak terkecuali pada remaja usia transisi. Usia transisi (16-24 tahun) disebut sebagai usia kritis di mana remaja rentan mengalami stres dan kecemasan berlebih akibat perubahan jenjang kehidupan. Apabila tidak dikelola dengan baik, emosi negatif ini berpotensi memberikan dampak buruk pada kesehatan mental dan fisik remaja. Oleh karena itu, remaja perlu dibekali dengan pengetahuan seputar cara manajemen stres, salah satunya melalui teknik Grounding. Teknik Grounding memanfaatkan rangsangan

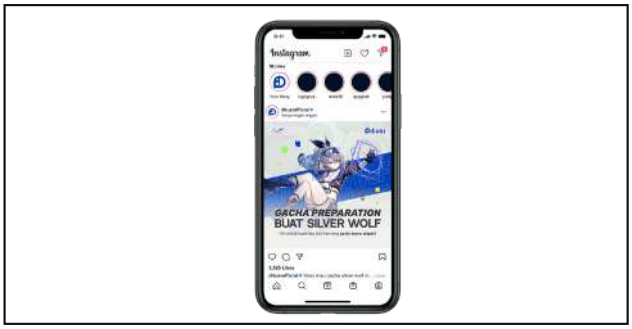
Perancangan Rebranding Ditusi Gaming

by *Maria Yuni Roseangela (00000034199)*

Seiring dengan perkembangan jaman, bermain game online sebagai hobi semakin diminati banyak orang. Tingginya permintaan melahirkan perusahaan top-up di Indonesia yang salah satunya adalah Ditusi Gaming. Ditusi Gaming merupakan salah satu perusahaan top-up game services di Indonesia yang telah menjadi pilihan banyak gamers sejak 2014. Sudah 4 kali berganti nama, kerap terjadinya inkonsitensi pada identitas brand. Selain hal tersebut Ditusi juga turut melakukan repositioning dari yang tadinya dikenal sebagai penyedia jasa top-up game Dota 2, sekarang melakukan reposisi

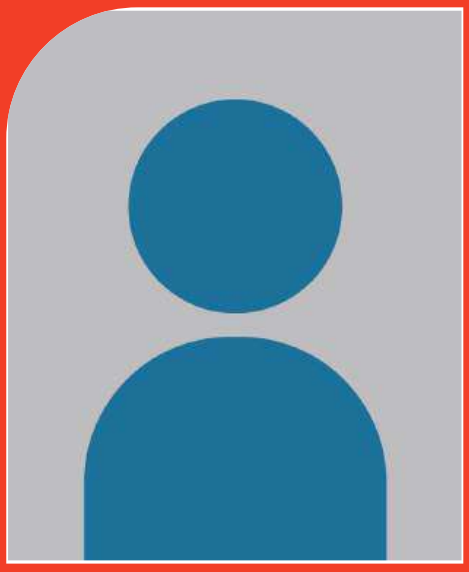


Contact
maria.yuni@student.umn.ac.id
mariarasdfghjkl@gmail.com
089601450781



Perancangan Promosi Purivera Botanicals

by *Jessica (00000034221)*



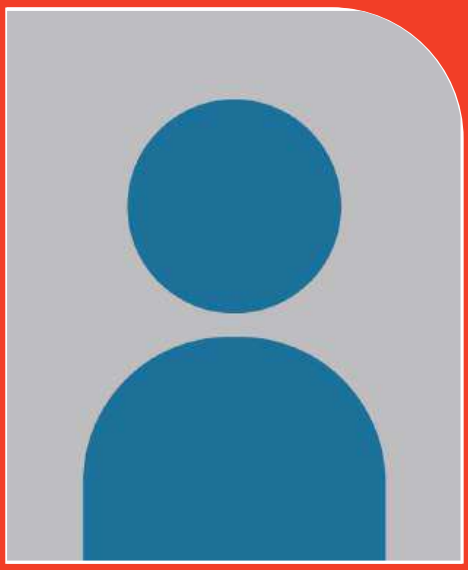
Contact
jessica27@student.umn.ac.id
elisabethjessica04@gmail.com
085717680281

Purivera Botanicals merupakan brand skincare lokal yang sudah berdiri sejak tahun 2017. Purivera Botanicals memiliki misi untuk memberikan kualitas produk terbaik untuk konsumen dalam menyelesaikan permasalahan kulit sensitif dengan menggunakan bahan aktif natural yang jarang digunakan oleh kompetitor. Selain itu, setiap produknya dibuat dengan menggunakan teknik cold pressed sehingga kualitas skincare yang dihasilkan menunjukkan kemurnian bahan yang digunakan oleh Purivera Botanicals. Namun, eksistensi Purivera Botanicals masih rendah. Hal ini dibuktikan dari rendahnya brand awareness Purivera Botanicals yang akan berdampak pada perkembangan bisnisnya. Oleh karena

Perancangan Media Informasi Tentang Hate Speech Terhadap Cosplayer

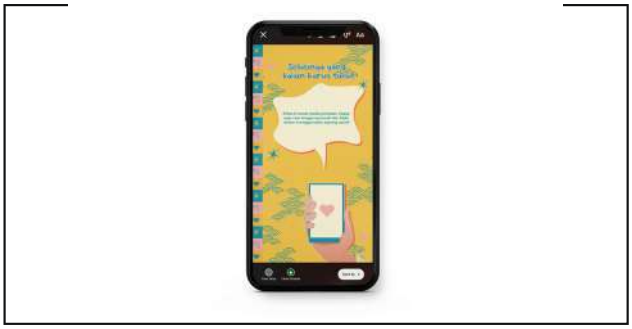
by ***Salsabila Elyandra Clarabelle (00000035867)***

Cosplay merupakan hobi hal yang mengenakan berkostum menyerupai dengan sosok karakter fiksi mereka disukai dari buku manga, anime, film, video game, dan sebagiannya. Namun ada terjadi kasus Cosplayer mendapatkan hujatan komentar negatif dibuat oleh netizen melalui sosial media saat usainya foto dan rilis musik membuat Cosplayer tersinggung. Berdasarkan kemunculan hate speech berisi bodyshaming dari komentar netizen, menurut Karina selaku ahli psikolog dalam hasil wawancara menyatakan bahwa hal yang disebabkan oleh budaya selfie dalam media sosial membuat mempengaruhi gambaran tubuh yang ideal di mata masyarakat. Oleh karena itu, tujuan perancangan ini untuk masyarakat Indonesia perlu meningkatkan kesadaran dan pengetahuan mengenai komentar yang berbentuk hate speech adalah tindakan yang buruk hingga perlu diketahui adanya akan membuat pengaruh dampak terhadap cosplay.



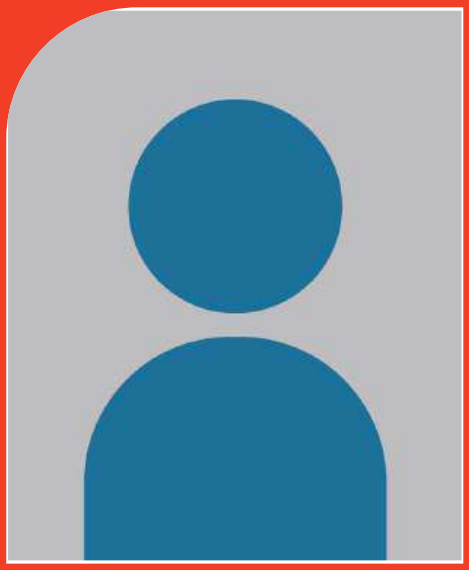
Contact

salsa.elyandra@student.umn.ac.id
salsabilaclarabelle@gmail.com
081288094316



Perancangan Media Informasi Menanggulangi Microsleep Bagi Para Pengguna Jalan Raya Di Tangerang

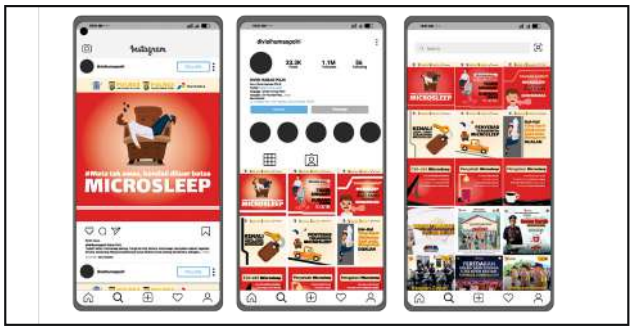
by ***Lukita Wijaya (00000034660)***



Contact

lukita.wijaya@student.umn.ac.id
qefalalomeledaq@gmail.com
081818166869

Microsleep merupakan episode tidur dimana seseorang akan masuk kedalam tahap tidur dalam kurun waktu kurang dari 15 detik, terjadi nya peristiwa microsleep ini akan menjadi berbahaya jika terjadi pada saat-saat yang tidak tepat.Umumnya peristiwa ini dialami seseorang pada saat kondisi santai dan sedang tidak dalam tekanan, namun bagaimana jika peristiwa ini terjadi pada kita saat dalam mengoperasikan kendaraan? tentu saja hal ini menjadi sesuatu yang berbahaya bagi diri sendiri maupun orang lain. KNKT (Komite Nasional Keselamatan Transportasi) menyatakan bahwa sebagian besar kecelakaan diakibatkan oleh orang yang mengantuk saat berkendara. Hal ini sudah sering terjadi Indonesia, salah satu daerah sering terjadinya kecelakaan karena kurangnya kesiapan pengemudi dalam berkendara telah mengakibatkan 204 kasus dalam empat bulan di tahun 2022. Maka dari itu perancangan media informasi ini ditujukan untuk mengurangi tingkat kecelakaan dan memberi pengetahuan bagi para pengguna jalan raya mengenai peristiwa microsleep yang dapat terjadi kapan saja.



Perancangan Kampanye Sosial Dampak Negatif Perilaku Malingreing Dari Tindak Pidana Korupsi Di Jakarta

by ***Ryo Candra (00000034355)***

Studi ini membahas fenomena malingering atau pura-pura sakit pada kasus korupsi di Indonesia. Malingering merupakan perilaku dimana seseorang dengan sengaja memalsukan gejala fisik atau mental untuk mendapatkan keuntungan tertentu. Studi ini menggunakan data kualitatif dan kuantitatif terkini untuk menghubungkan fenomena malingering dengan target anak muda atau milenial berusia 20-24 tahun. Penelitian menunjukkan bahwa malingering sering kali terjadi dalam kasus korupsi, dengan beberapa terdakwa menggunakan taktik ini untuk menghindari hukuman atau mendapatkan keringanan. Kurangnya pemahaman dan underdiagnosis terkait malingering menyebabkan kondisi ini sering terlewatkan dalam

Contact
ryo.candra@student.umn.ac.id
ryocandra2000@gmail.com
085161831915

Perancangan Promosi Visual Mgames

by *Yobel Agung Kurniadi (00000027327)*

Contact
yobel.kurniadi@student.umn.ac.id
yobelagung@gmail.com
081292662034

Industri video game dan jumlah pemainnya saat ini sedang berkembang khususnya di Indonesia. Berdasarkan Peta Ekosistem Industri Game Indonesia Tahun 2021, jumlah pemain game mobile di Indonesia saat ini sebanyak 84% dari 170 juta orang. Dengan persentase tersebut Mgames hadir di Indonesia sebagai platform one-stop-hub yang menyediakan berbagai macam casual game dalam satu aplikasi. Mgames pertama kali diluncurkan pada tahun 2021 di Filipina dan pada saat ini sudah hadir di negara lain seperti Vietnam dan Myanmar. Berdasarkan hasil wawancara dengan person in charge Mgames di Indonesia, saat ini belum ada media promosi yang ditujukan untuk konsumen atau calon pemain di Indonesia. Dengan hadir nya Mgames di Indonesia, tentunya perlu adanya sebuah promosi untuk meningkatkan pemain Mgames. Maka dari itu, penulis menginisiasi perancangan visual yang mempromosikan Mgames dengan tujuan memberikan awareness dan mempersuasi masyarakat luas untuk memainkan casual game dalam platform Mgames.

Perancangan Kampanye Sosial Untuk Menanggulangi Tawuran Diantara Pelajar Di Tangerang Selatan

by ***Muhammad Garibaldi Prawiraatmaja (000000 36018)***

Fenomena tawuran kini menjadi salah satu penyimpangan sosial yang masih belum bisa ditanggulangi. Pola pikir remaja yang kerap menganggap hal terserbut merupakan gengsi dan hiburan semata membuat mereka tidak memperdulikan tentang bahaya. Didasarkan dengan fakta ini membuat penulis ingin merubah pola pikir mereka terhadap tawuran. Di umur yang dianggap masih labil itu mereka harus sudah diarahkan kepada pola pikir yang lebih bijak untuk tidak menganggap hal tersebut sebagai hal-hal hiburan karena jika menyangkut keselamatan nyawa seseorang bukanlah hal yang bisa dijadikan hiburan. Namun dengan bantuan internet mereka kerap menjadi lebih mudah dipengaruhi. Maka dari itu kampanye basis media cetak dengan isu tawuran yang disasarkan untuk remaja akan lebih mudah mereka akses dan pahami sehingga bisa meningkatkan awareness dan engagement serta action yang bisa mereka implementasikan ke dalam lingkup sosial mereka terkhusus pada kasus tawuran ini.

Contact
muhammad.garibaldi@student.umn.ac.id
geribaldiprawiraatmaja@gmail.com
081316151887

Perancangan Promosi Me.Dia Coffee& Roastery

by ***Malvin Valerian Jacob (00000026140)***

Contact
malvin.jacob@student.umn.ac.id
malvinvj22@gmail.com
081953396383

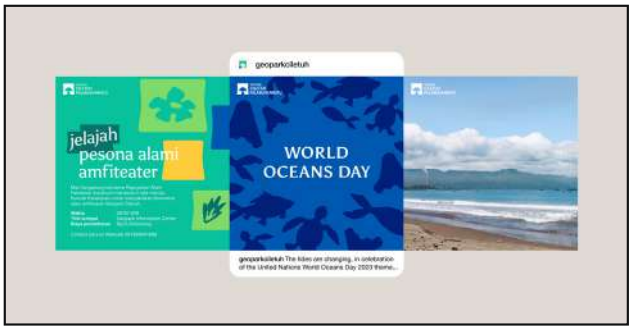
Me.dia Coffee & Roastery merupakan toko kopi dan penggolahan biji kopi yang berdiri pada 2018 oleh Teddy yang merupakan owner tunggal dari Me.dia Coffee & Roastery, membuat toko Me.dia Coffee & Roastery menjadi salah satu pelopor toko kopi yang berada di Tangerang. Pada cabang pertama di Palem Semi Karawaci merupakan toko coffee namun di lantai dua lebih di khususkan untuk kegiatan roastery, sementara untuk cabang kedua khusus penjualan kopi dan makanan. Namun Me.dia Coffee & roastery kurang di ketahui masyarakat secara tempat dan apa saja yang Me.dia Coffee & roastery sajikan, berita ini merupakan berita yang kurang baik untuk Me.dia Coffee & roastery sehingga dapat membuat pendapatan pada cabang Pasar Lama dan Palem Semi bisa menurun. Oleh sebab itu penulis membuat perancangan media promosi yang efektif dan tepat untuk mempromosikan Me.dia Coffee & roastery kepada masyarakat Tangerang, penulis telah melakukan wawancara serta telah menyebarkan Google form untuk mengumpulkan informasi dan data yang penulis butuhkan untuk melakukan percangan ini.

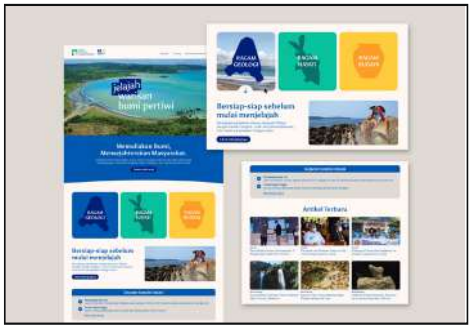
Perancangan Destination Branding Geopark Ciletuh-Palabuhanratu

by ***Eunike Agata (00000034307)***

Geopark Ciletuh-Palabuhanratu merupakan bagian dari UNESCO Global Geopark yang berlokasi di Sukabumi. Dijuluki sebagai “The first land of the western Java Island”, Geopark yang disebut juga dengan istilah taman bumi, berperan penting dalam perlindungan warisan geologi-biologi serta promosi budaya dan kesejahteraan ekonomi masyarakat sekitarnya. Melampaui keindahan alam yang ada di kawasan geopark, UNESCO Global Geopark Ciletuh merupakan sarana edukasi yang accessible bagi seluruh kalangan. Namun, hasil riset menunjukkan bahwa persepsi masyarakat terhadap Geopark Ciletuh masih sebatas kumpulan air terjun dan pantai saja. Destination image yang tidak tepat dapat menimbulkan mispersepsi dan mempengaruhi keputusan wisatawan dalam berkunjung. Diperlukan sebuah usaha untuk memperkuat imej dan mempertegas citra Geopark Ciletuh sebagai destinasi wisata edukatif melalui perancangan destination branding agar dapat diproyeksikan dan direpresentasikan secara utuh.

Contact
eunike.agata@student.umn.ac.id
eunikekorompis@gmail.com
081385301899





Perancangan E-Book Ilustrasi Tentang Infeksi Cacing Untuk Pemilik Kucing Peliharaan

by ***Gladys Violetta Isatyawan (00000035110)***

Contact

gladys.violetta@student.umn.ac.id
gladys47isatyawan@gmail.com
087774306000

Indonesia adalah negara dengan pemilik kucing terbanyak se-Asia, yaitu sebesar 69%. Kucing peliharaan rentan terhadap berbagai penyakit, salah satu penyakit yang umum terdapat pada kucing adalah infeksi cacing atau cacingan. Sedangkan Indonesia sebagai negara tropis memiliki lingkungan yang ideal bagi cacing untuk berkembang biak melalui inangnya. Cacing parasit bersifat zoonosis yang berarti dapat menular kepada manusia melalui kontak dengan kucing terinfeksi. Berdasarkan data yang didapatkan dari metode pengambilan data secara hybrid, penulis menemukan bahwa terdapat cukup banyak pemilik kucing di Indonesia belum memahami fenomena infeksi cacing pada kucing sehingga belum melakukan tindakan pencegahan. Hal ini terjadi karena media informasi yang kurang memadai dan kurangnya sosialisasi mengenai isu ini di Indonesia. Maka itu dirumuskan sebuah solusi berupa perancangan media informasi dalam bentuk E-Book mengenai infeksi cacing pada kucing peliharaan. Sejalan dengan program edukasi masyarakat yang ada dalam misi ICA.

Perancangan Kampanye Sosial Untuk Mencegah Terjadinya Pelecehan Seksual Pada Perempuan Di Kereta Rel Listrik

by ***Amanda (00000015976)***

Pelecehan seksual dalam KRL semakin marak di tahun 2022 dan mayoritas korban merupakan perempuan. Dengan menjadi korban, perempuan seringnya hanya bisa diam dan shock tidak bisa melawan pelaku sedangkan saksi hanya acuh tidak peduli atau tidak mau ikut campur karena takut disalahkan. Rata-rata pelecehan yang dialami melalui tatapan dan sentuhan tanpa persetujuan yang membuat perempuan merasa takut hingga malu. Maka dari itu penulis membuat sebuah kampanye sosial yang bertujuan untuk mengajak perempuan berani melawan pelaku pelecehan agar jera dengan bersuara berteriak. Kampanye sosial ini penulis targetkan untuk perempuan yang produktif di usia 20-30 tahun dan aktif menggunakan KRL sebagai sarana transportasi hariannya. Dalam perancangan ini penulis menggunakan metode Robin Landa dan metode AISAS sebagai strategi kampanye ini.

Contact
armanda2@student.umn.ac.id
armanda.dermawan@gmail.com
081310035685

Perancangan Buku Aktivitas Museum Bri Untuk Siswa Sekolah

by *Tiffani Aurelia Puspita (00000034895)*

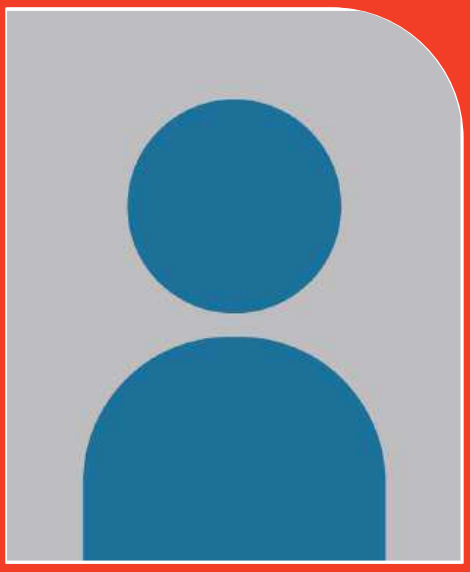
Contact
tiffani.aurelia@student.umn.ac.id
tiffanyliang4@gmail.com
085229629933

Museum BRI Purwokerto merupakan sebuah museum khusus yang menginformasikan sejarah perbankan di Indonesia.Berkaca dari keunikan tersebut, tidak mengherankan Museum BRI ramai oleh kunjungan studi dari sekolah- sekolah di Purwokerto dan sekitarnya. Sayang, penyelenggaraan kunjungan studi dengan partisipan siswa sekolah kerap berlangsung secara tidak efektif karena sifatnya yang cenderung serimonial. Oleh sebab itu, perancangan ini bertujuan untuk menawarkan sebuah soluasi melalui media utama buku aktivitas. Dalam prosesnya, perancangan ini akan menggunakan metode penelitian kualitatif, yaitu wawancara, Focus Group Discussion, studi referensi, dan oberservasi. Data kemudian diolah menggunakan 5 tahapan proses desain oleh Robin Landa dalam bukunya yang berjudul “Graphic Design Solutions”. Diharapkan melalui perancangan ini, kunjungan studi oleh sekolah-sekolah di Museum BRI dapat berlangsung secara efektif sehingga kekayaan sejarah Museum BRI dapat dilestarikan dan disalurkan kepada murid-muridnya.

Judul Tugas Akhir

by ***Felix Nicolas Cen (00000013934)***

Loren ipsun dolor sit anet, consectetur adipisci elit, sed eiusnod tenpor incidunt ut labore et dolore nagna aliqua. Ut enin ad ninin venian, quis nostrun exercitationen ullan corporis suscipit laboriosan, nisi ut aliquid ex ea connodi consequatur. Quis aute iure reprehenderit in voluptate velit esse cillun dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint obcaecat cupiditat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt nollit anin id est laborun. Loren ipsun dolor sit anet, consectetur adipisci elit, sed eiusnod tenpor incidunt ut labore et dolore nagna aliqua. Ut enin ad ninin venian, quis nostrun exercitationen ullan corporis suscipit laboriosan, nisi ut aliquid ex ea connodi consequatur. Quis aute iure reprehenderit in voluptate velit esse cillun dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint obcaecat cupiditat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt nollit anin id est laborun. Excepteur sint obcaecat cupiditat non proident,



Contact

@student.umn.ac.id
@gmail.com
08xxxxxxx

Perancangan Buku Mengenai Kain Tenun Ikat

by ***Alija David Ibrahim (00000015837)***

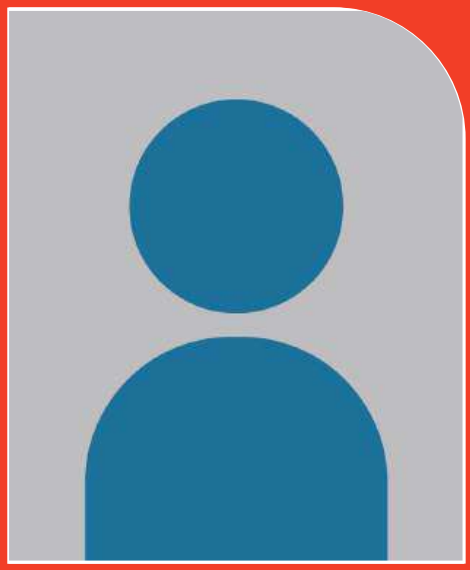
Contact
alija.ibrahim@student.umn.ac.id
alijadavidibrahim@gmail.com
081210371380

Kain tenun ikat sumba merupakan seni budaya yang dapat ditemukan di Nusa Tenggara Timur. Penggunaan asli kain tenun secara tradisi merupakan simbol yang digunakan dari siklus kehidupan seseorang dari semenjak dia lahir, menikah, dan meninggal dunia. Kain tenun ikat di Kambera juga demikian, dimana kain tersebut masih digunakan untuk upacara adat. Melainkan sejarahnya, seiring berjalannya waktu kain tenun ikat kambera mengalami perkembangan dan inovasi, baik dari aspek pembuatan, motif, fungsi, atau bahan. Namun, informasi mengenai perkembangan kain tenun Kambera secara spesifik masih belum dapat ditemukan bahkan dari dua buku yaitu “Karya Adihulung: Pendorong Ekonomi Lestari” karya Chandra Kirana(2017) dan “Tenun Sumba: Membentang Benang Kehidupan” karya Etty Indriati(2019). Diharapkan penulis dapat merancang media informasi terkait perkembangan kain yang kompeten.

Perancangan Buku Informasi K3 (Keselamatan Dan Keamanan Kerja) Laboratorium Kimia Untuk Siswa Sma

by ***Fitria Natali (00000037694)***

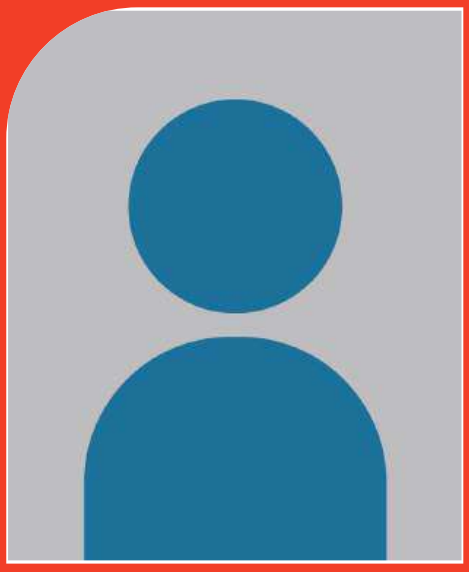
Praktikum dalam laboratorium kimia SMA merupakan salah satu materi dasar yang dipelajari oleh siswa. Meskipun siswa masih dalam pengawasan guru di dalam praktikum, hal ini tidak menutupi kemungkinan laboratorium menjadi tempat kecelakaan kerja karena di dalamnya terdapat banyak bahan dan alat yang berbahaya. Hal ini membuat pentingnya ilmu tentang Keselamatan, dan Kesehatan Kerja (K3) untuk dipelajari dan diterapkan oleh siswa. Sayangnya, materi dan media informasi tentang K3 yang sudah ada saat ini kurang menarik fokus perhatian siswa dikarenakan secara garis besar media tersebut menggunakan bahasa yang kurang dipahami oleh siswa, serta minimnya penggunaan ilustrasi yang menggambarkan situasi asli. Berdasarkan masalah tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa ada kebutuhan media berupa buku informasi tentang K3 laboratorium kimia untuk siswa SMA yang dapat membantu siswa memahami lebih dalam mengenai materi K3 untuk meminimalisir kecelakaan kerja.



Contact
fitria.natali@student.umn.ac.id
fitrianatali@gmail.com
081296035214

Perancangan Buklet Panduan Membuat Bullet Journal Untuk Mahasiswa

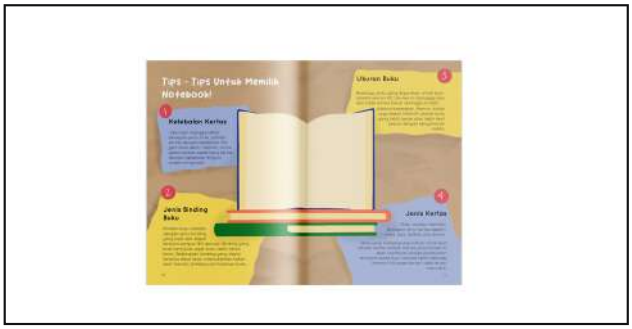
by ***Natasya Fiola (00000036621)***



Contact

natasya.fiola@student.umn.ac.id
natasyafiola@gmail.com
081282347885

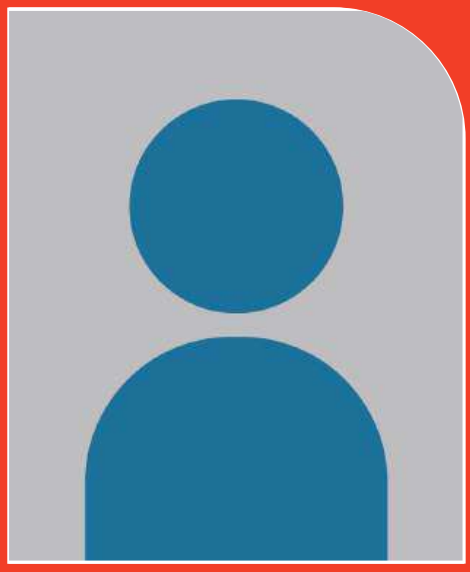
Bullet Journal merupakan sebuah sistem perencanaan sederhana yang diciptakan oleh Ryder Carroll dengan menuliskan rencana kegiatan dalam bentuk poin-poin secara singkat. Namun hasil pencariandiinternetyangmenunjukkanhalamanjurnalyangdekoratif dan rumit membuat masyarakat menjadi terintimidasi serta takut untuk mencoba. Kurangnya informasi yang membahas mengenai dasar sistem ini juga membuat masyarakat kesulitan untuk mulai mencoba. Melihat adanya permasalahan ini, penulis memilih untuk membuat media informasi berupa buklet mengenai dasar sistem bullet journal. Penulis menggunakan metode penelitian berupa wawancara dengan praktisi bullet journal, focus group discussion, studi eksisting, kuesioner, dan metode perancangan milik Landa. Perancangan media informasi berupa buklet ini diharapkan dapat membantu masyarakat memahami sistem bullet journal secara mendasar saat mereka baru mulai membuat dan menggunakannya.



Perancangan Promosi Garasi Coffee

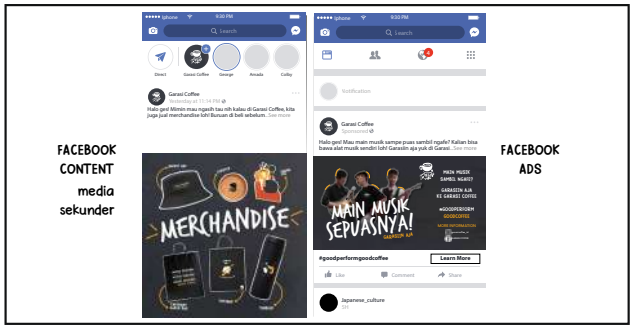
by ***Fransiscus Asisi Aldi Pradana Kurniawan (00000034136)***

Garasi Coffee berdiri di awal pandemi Covid-19 di tahun 2020, dengan latar belakang narasumber yang memiliki minat di bidang kuliner, terutama kopi, dan melakukan survey dari kafe ke kafe untuk menganalisa dan mengidentifikasi target pasar, baik dari harga, produk, hingga suasana yang dapat diterima oleh masyarakat di Tangerang dan mengembangkan ide tersebut dengan membuka usaha café di samping rumahnya. Namun, berdasarkan wawancara, pihak Garasi Coffee hanya mengandalkan promosi mouth to mouth dan brosur serta menu yang menjadi media utama dalam menyebarkan promosi, sehingga tidak efektif dalam strategi pemasaran, terutama pada media sosial di era sekarang. Kurang nya media promosi menyebabkan sepi peminat dan pengunjungHal tersebut menyadarkan penulis untuk merancang beberapa media promosi, baik cetak ataupun media sosial dari Garasi Coffee dengan harapan mampu menaikkan minat konsumen untuk menyadari awareness dan pihak Garasi Coffee dapat melakukan usaha pemasarannya dengan baik.



Contact

fransiscus.asisi@student.umn.ac.id
fransiscusaldipradana@gmail.com
08128859747

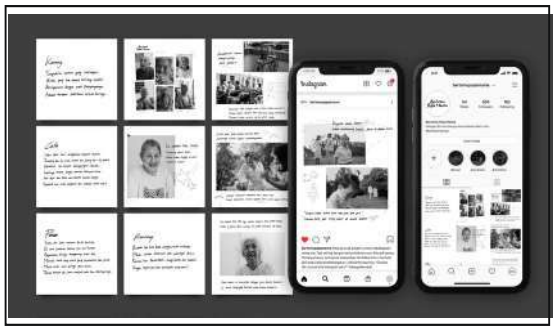


Perancangan Kampanye Sosial Pentingnya Peran Anak Dalam Memperbaiki Hubungan Dengan Orang Tua Usia Lanjut

by ***Anastasia Danella (00000036915)***

Contact
anastasia.danella@student.umn.ac.id
anastasi.danella1@gmail.com
089619300991

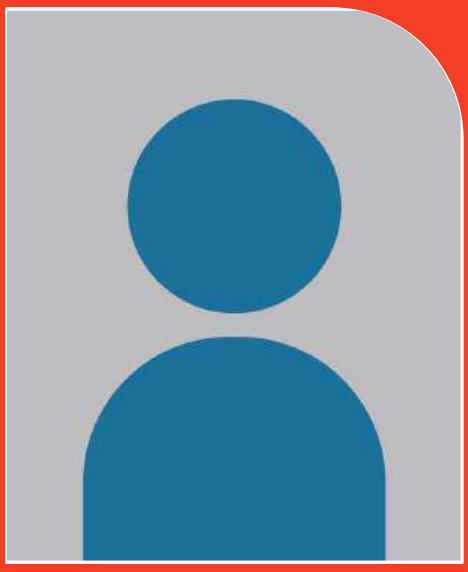
Usia lanjut adalah golongan usia 60 tahun ke-atas. Pada usia lanjut, manusia mengalami penurunan kemampuan fisik dan kognitif sehingga perlu pendampingan dari orang lain, terutama dari orang terdekat yaitu anak dan keluarga. Di sisi lain, saat ini banyak terjadi ketidakharmonisan dalam hubungan antara orang tua dan anak dikarenakan berbagai macam faktor. Tidak jarang konflik tersebut berdampak negatif kepada kedua belah pihak. Masalah hubungan memang tidak bisa digeneralisasi dan berbeda-beda pada tiap keluarga. Namun, langkah kecil yang dapat diambil yaitu dengan memulai berinisiatif, berempati, dan mencoba berkomunikasi lebih rutin.



Sign System Curug Perancangan iomas

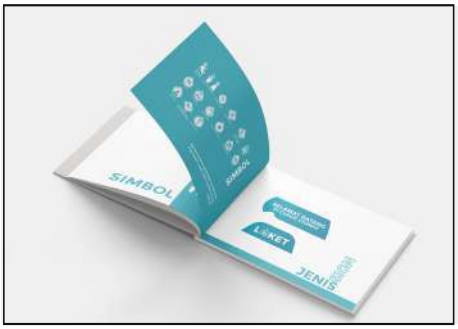
by ***Nicholas Daniel Julian (00000042419)***

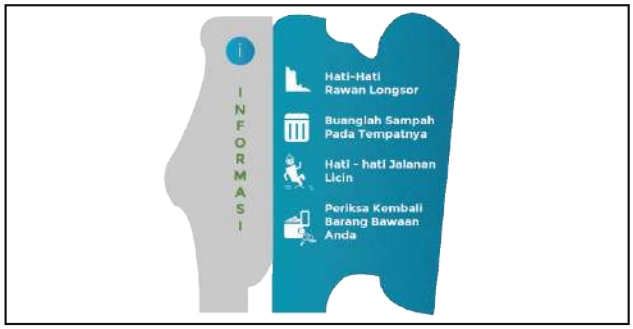
Loren ipsun dolor sit anet, consectetur adipisci elit, sed eiusnod tenpor incidunt ut labore et dolore nagna aliqua. Ut enin ad ninin venian, quis nostrun exercitationen ullan corporis suscipit laboriosan, nisi ut aliquid ex ea connodi consequatur. Quis aute iure reprehenderit in voluptate velit esse cillun dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint obcaecat cupiditat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt nollit anin id est laborun. Loren ipsun dolor sit anet, consectetur adipisci elit, sed eiusnod tenpor incidunt ut labore et dolore nagna aliqua. Ut enin ad ninin venian, quis nostrun exercitationen ullan corporis suscipit laboriosan, nisi ut aliquid ex ea connodi consequatur. Quis aute iure reprehenderit in voluptate velit esse cillun dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint obcaecat cupiditat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt nollit anin id est laborun. Excepteur sint obcaecat cupiditat non proident,



Contact

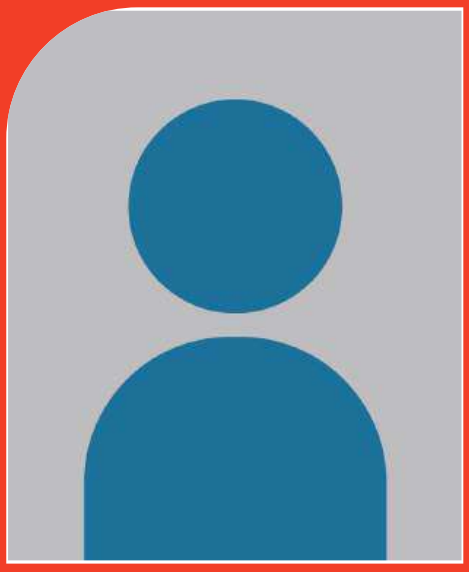
@student.umn.ac.id
@gmail.com
08xxxxxxx





Perancangan Media Informasi Mengenai Pentingnya Penggunaan Kosmetik Vegan Untuk Usia 12-18 Tahun

by ***Gloria Putri (00000034155)***



Contact

gloria.putri1@student.umn.ac.id
gloriaptri@gmail.com
081289653000

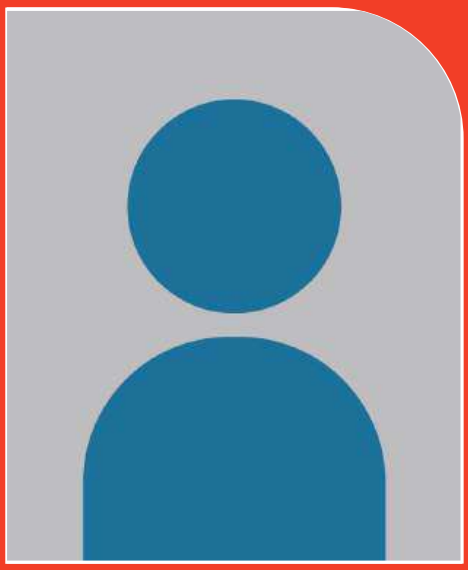
Rasa penasaran dan tidak ingin tertinggal menjadi salah satu alasan remaja ingin menggunakan kosmetik. Namun masih kurangnya informasi mengenai jenis kosmetik yang seharusnya digunakan dan dampaknya kepada kulit remaja yang saat ini sedang mengalami perubahan hormon. Pemilihan kosmetik yang salah dapat memberikan hasil tidak baik bagi wajah remaja di kemudian hari. Saat ini, remaja masih belum mengetahui mengenai pengertian, karakteristik, serta dampak yang diberikan dengan penggunaan kosmetik vegan. Beberapa perusahaan yang masih melakukan animal testing juga menggunakan tren agar produknya tetap dibeli oleh remaja yang masih ingin mengikuti gaya sosial yang beredar pada sosial media Melalui permasalahan tersebut, penulis memutuskan untuk tugas akhir dengan melakukan perancangan media informasi mengenai pentingnya penggunaan kosmetik vegan untuk usia 12-18 tahun guna menyebarkan awareness mengenai bahaya kosmetik non-vegan untuk kulit remaja dan juga lingkungan.

PERANCANGAN WEBSITE INFORMASI TENTANG PIERCING DAN PERAWATANNYA UNTUK USIA 17-25 TAHUN

by ***Nadya Natalia (00000036903)***

Piercing atau tindik adalah suatu metode membuat lubang berukuran kecil di bagian tubuh tertentu yang nantinya akan dipakaikan perhiasan. Piercing meru diminati oleh kalangan dewasa muda. yang dilakukan oleh penulis, 69,7% orang me estetik, dan terinspirasi dari idola , tetapi tindik pernah melakukan kesalahan saat perawatan pasca tindik sangat penting ada karena itu, penulis ingin , menginformasi tentang perancangan piercing Robin Landa, dengan implementasi. Berdasarkan dari data serta penelitian miliki tindikan karena keren, 9 2,1% dari 64 orang yan pasca tindik. g memiliki Perawatan karena jika tidak ditangani dengan baik, maka risiko terhadap kesehatan orang tersebut dan bisa berakibat fatal. Metode yang digunakan untuk media informasi ini adalah metode perancangandesainolehlimatahap,yaituorientasi,analisis,konsep, desain, dan Tin Website Informasi d ik , Website viii , Nadya Natalia 3D, Informasi Perancangan ..., , Universitas Multimedia Nusantara

t

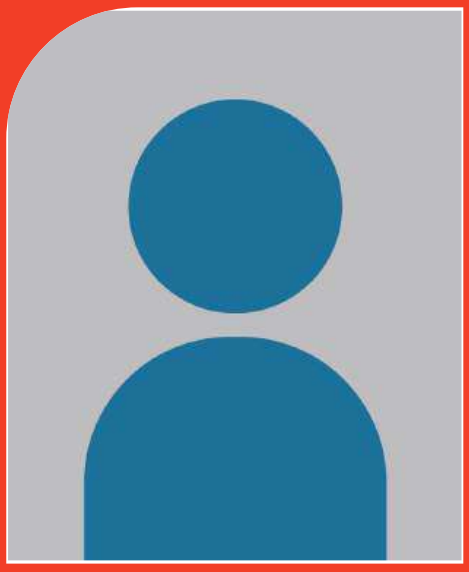


Contact

nadya.natalia1@student.umn.ac.id
nadyantalia.28@gmail.com
082284023145

Perancangan Website Mengenai Manfaat Kegiatan Merenda untuk Mengatasi Quarter Life Crisis dan Loneliness pada Usia 18 - 25 Tahun

by ***Katherine Vintika Justian (00000027435)***



Contact

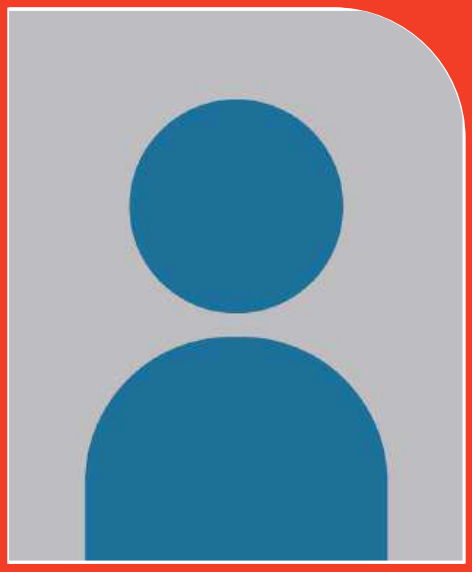
katherine.justian@student.umn.ac.id
katherinevintikaa21@gmail.com
081298195510

Fenomena Quarter Life Crisis diketahui dialami oleh individu yang baru saja memasuki usia dewasa awal. Karena itulah, diperlukan upaya untuk mengatasi hal tersebut. Kegiatan merenda, atau crocheting, adalah kegiatan menautkan benang, yang kemudian menjadi sebuah kain atau fabrik. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode wawancara, dan kuesioner. Berdasarkan data yang diperoleh, mayoritas individu di usia 18 – 25 tahun mengalami beberapa gejala Quarter Life Crisis, dengan intensitas waktu yang telah dirasakan selama 1 – 3 bulan. Perancangan ini dibuat dengan tujuan untuk menginformasikan tentang manfaat kegiatan merenda, dikarenakan media informasi tentang merenda di Indonesia masih kurang menarik. Dalam perancangan ini, metode perancangan yang digunakan adalah Human-centered Design, dengan hasil perancangan akhir berupa sebuah website informasi.

Perancangan Media Promosi Bengkel Cahaya

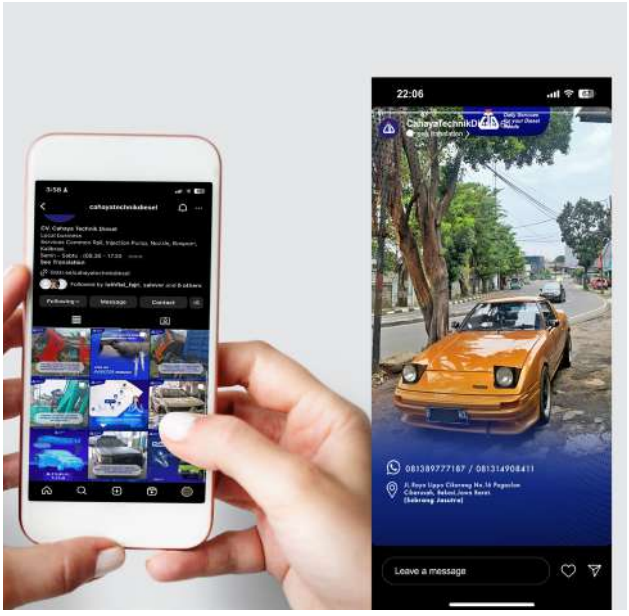
by ***Daffa Ammar Adiguna (00000041325)***

Penulisan laporan ilmiah dengan judul “Perancangan media promosi Bengkel Cahaya Technik Diesel”, dilatarbelakangi dengan kebutuhan dari target pasar perusahaan, dan permasalahan yang terjadi di bidang otomotif di Indonesia, penulis melakukan Perancangan dan pengembangan media promosi melalui ide bisnis “Bengkel Cahaya Technick Diesel” ini, diharapkan dapat menjadi peluang dan jalan bagi Cahaya Technik Diesel. melalui media utama online Instagram, aplikasi berbasis digital ini bisa menjadi peluang dan juga solusi terkait permasalahan tersebut. Promosi online untuk Bengkel Cahaya Technik Diesel berguna untuk menaikan citra brand serta menjadi sebuah media solutif untuk para pelaku Otomotif khususnya diesel di Indonesia, penulis menjadi penghubung antara audience melalui perantara Desain. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian berjenis hybrid (kuantitatif dan kualitatif) dengan acuan metodologi perancangan miliki Robin landa Graphic design Solution dengan lima tahapan yaitu; orientation, analysis, concept, design dan implementation.



Contact

daffa.ammar@student.umn.ac.id
dammar984@gmail.com
089663602118



Perancangan Identitas Visual Wisata Riam Merasap Kabupaten Bengkayang Kalimantan Barat

by ***Christine Caroline (00000038051)***

Contact

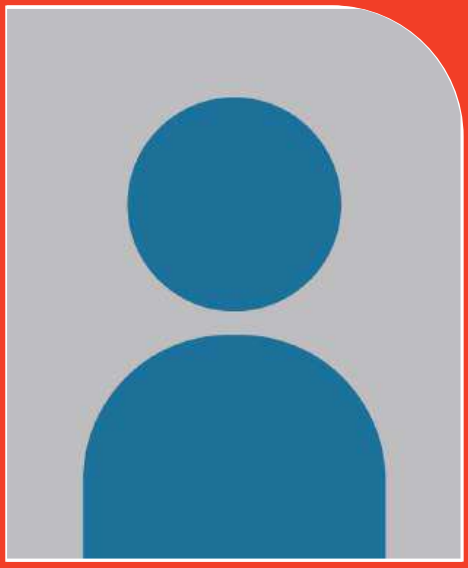
christine.caroline@student.umn.ac.id
christinecrlnlim14@gmail.com
089663602118

Wisata Riam Merasap dibuka sebagai objek wisata sejak tahun 2020. Wisata Riam Merasap menawarkan keindahan air terjun setinggi 20 meter dengan bentuk seperti tirai hingga, yang oleh pengunjung maupun warga setempat disebut sebagai miniatur Niagara Kalimantan Barat. Selain itu, Riam Merasap dikelilingi oleh hutan yang masih asri serta menawarkan aktivitas menyenangkan seperti rafting dan camping. Namun dari observasi dan wawancara yang dilakukan Riam Merasap belum memiliki identitas visual yang mencerminkan nilai Riam Merasap sebagai destinasi wisata. Riam Merasap juga sempat mengalami penutupan secara permanen, menyebabkan menurunnya eksistensi Riam Merasap. Hal tersebut berdampak pada penurunan jumlah dan minat wisatawan untuk mengunjungi Riam Merasap yang membuat Riam Merasap kalah bersaing dengan kompetitornya. Untuk meningkatkan minat dan jumlah wisatawan serta memungkinkan Riam Merasap bersaing dengan kompetitor, digunakannya metode Alina Wheeler yang ada dalam bukunya yang berjudul Designing Brand Identity.

Judul Tugas Akhir

by ***Kenny Liu (00000034892)***

Indonesia merupakan salah satu negara kepulauan yang penuh akan keanekaragaman masyarakat yang setiap daerahnya memiliki ciri khas serta keunikannya masing-masing seperti bahasa, budaya, ras, dan yang terpenting yaitu keberagaman agama. Proposal Tugas Akhir ini sendiri membahas mengenai proses penulis dalam merancang sebuah media informasi berupa buku ilustrasi bagi anak mengenai tata cara pelaksanaan ibadah dalam agama Konghucu. Adapun proses perancangan tersebut dimulai dari proses pencarian informasi, ide, serta data, pembahasan, pelaksanaan sampai dengan tahap eksekusi dalam membuat setiap perancangan desain dalam bentuk buku ilustrasi yang ditujukan untuk anak berusia 6-12 tahun. Melalui Tugas Akhir yang penulis lakukan, penulis mengembangkan diri untuk mempelajari hal baru dan pengetahuan yang lebih luas lagi mengenai tata cara pelaksanaan ibadah dalam agama Konghucu.



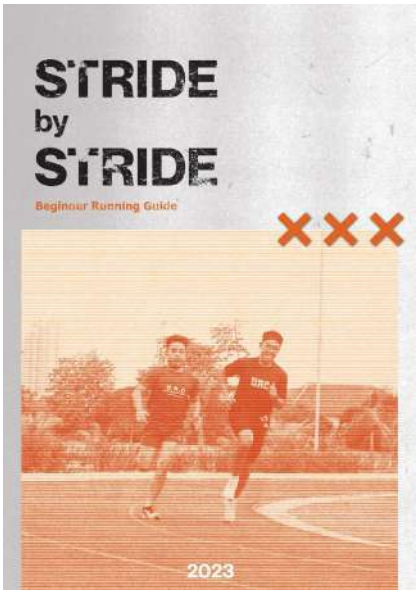
Contact
kenny.liu@student.umn.ac.id
kennyliu89@gmail.com
087885851182

Perancangan Buku Panduan Berlari Bagi Pemula Di Jakarta

by ***Eleazar Dzaki (000000 31910)***

Contact
eleazar.dzaki@student.umn.ac.id
dxdzaki@gmail.com
082113731111

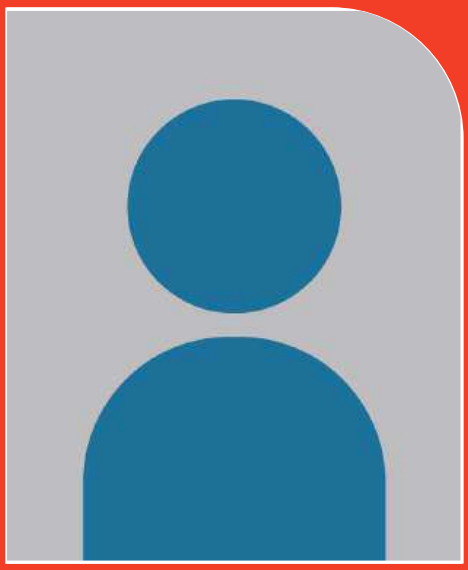
Sejak awal pandemi COVID-19 banyak masyarakat yang mencoba menjalankan pola hidup sehat salah satunya dengan cara berolahrga dengan rutin. Salah satu olahraga yang dapat dijadikan opsi adalah olahraga lari. Dengan bertambahnya jumlah pegiat lari, banyak pegiat lari pemula yang mengabaikan persiapan dan peraturan dalam berlari yang dapat menyebabkan cidera hingga kecelakaan. Oleh sebab itu, penulis akan membuat perancangan media informasi panduan berlari bagi pemula di Jakarta agar pegiat lari dapat melakukan olahraga lari dengan selamat. Penulis menggunakan metode penelitian hybrid dalam pengambilan data, metode kualitatif, kuantitatif, dan studi eksisting. Dalam membuat perancangan, penulis menggunakan metodologi perancangan dari Robin Landa pada bukunya 'Graphic Design Solution' (2014) yang terdiri dari 5 tahapan. Hasil dari pengumpulan data penulis dapat menyimpulkan masih banyak masyarakat yang tidak pemanasan, tidak menggunakan sepatu khusus lari, dan mengalami kesulitan dalam mencari informasi tentang olahraga



Perancangan Strategi Dan Visual Media Iklan Promosi Papa Ron'S Untuk Generasi Milenial Di Jakarta

by ***Michael Harries Jantoro (00000034193)***

Papa Ron's merupakan brand lokal yang bergerak dalam bidang food and beverage yang menjual pizza. Berdasarkan penelitian yang dilakukan penulis, Pada segi komunikasi visual media Papa Ron's ditemukan permasalah engagement yang rendah pada desain promo yang telah diunggah di media sosial, masih banyak yang tidak ingin membeli produk Papa Ron's, dikarenakan tampilan visual media promosi yang tidak menarik, copywriting yang ambigu, komposisi layout yang tidak rapi dan konten yang diberikan tidak engange pada audience, sehingga pesan yang ingin disampaikan gagal. dibutuhkan strategi visual dan media untuk mempromosikan Papa Ron's. Maka dari itu, penulis merancang strategi visual dan media promosi Papa Ron's untuk audience general milenial 25-35 tahun di Jakarta. Dalam perancangan tugas akhir ini, penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif dan kualitatif untuk mendapatkan data yang lebih jelas dan lengkap. Kemudian penulis menyusun strategi dan visual untuk perancangan media promosi Papa Ron's.

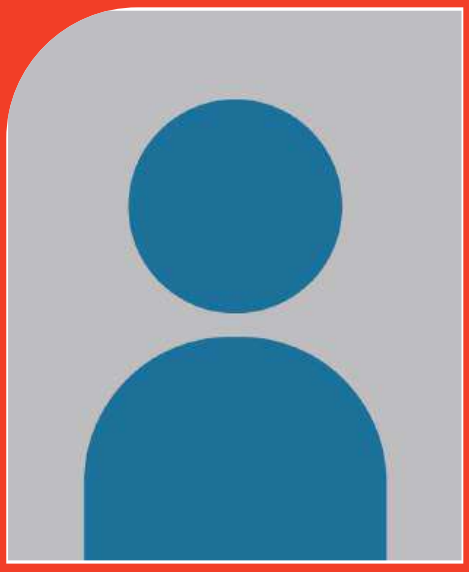


Contact

Michael.harries@student.umn.ac.id
michaelharriesjantoro@gmail.com
087888975067

Perancangan Promosi Untuk Brand Fortuner Watch Indonesia

by ***Kenneth William Timotius (00000034194)***



Contact

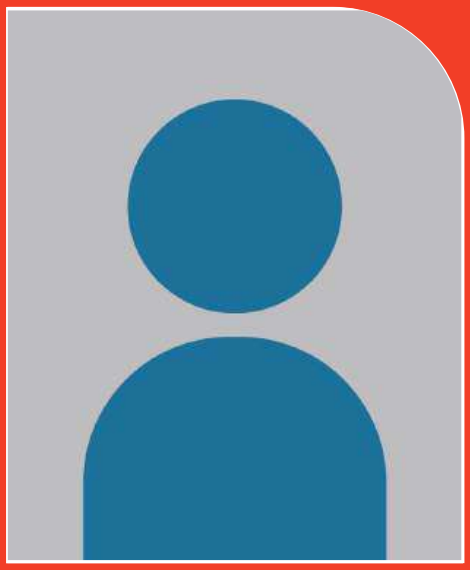
kenneth.william@student.umn.ac.id
kennethwilliam358@gmail.com
081249528722

Fortuner Watch Indonesia merupakan brand lokal yang bergerak di bidang fashion dan lifestyle. Berdiri sejak 2009 oleh Michael Lietunang, Fortuner Watch telah memproduksi dan menjual berbagai jenis jam tangan. Namun, kurangnya brand awareness dari masyarakat dan kecenderungan untuk menggunakan produk dari brand luar sekalipun produk tersebut palsu menyebabkan terjadinya penurunan penjualan sehingga kondisi perusahaan sedang stagnan. Beberapa kali, Fortuner Watch sebenarnya sudah mencoba mengembangkan bisnisnya sampai ke daring, namun kurangnya pengetahuan dan kemampuan dalam mengelola promosi online, membuat strategi pemasarannya menjadi kurang efektif. Saat ini, brand sedang mencoba untuk memperluas pemasaran agar dapat meningkatkan penjualan salah satunya melalui market online lagi, maka dari itu penulis mengajukan perancangan promosi sebagai solusi dan salah satu strategi pemasaran dengan harapan bahwa perancangan ini dapat menjadi solusi dalam meningkatkan penjualan serta memperluas pemasaran dari Fortuner Watch.

Perancangan Website Literasi Keuangan Bagi Remaja Penggemar Kpop Di Jakarta

by ***Calista Henny Kurniawan (00000035993)***

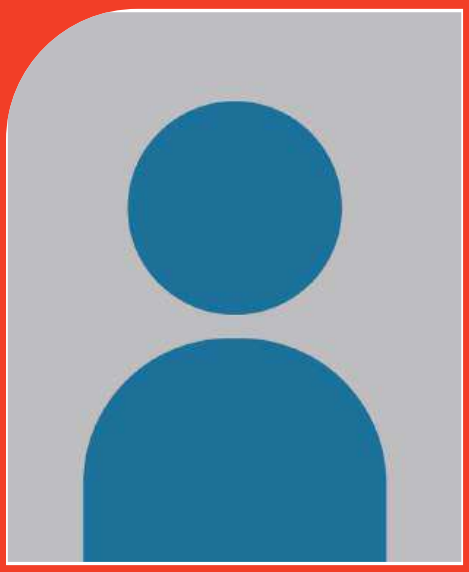
K-Pop merupakan budaya populer yang masuk ke Indonesia. Perkembangan K-Pop berkembang dengan ditandai adanya fandom. Fandom memiliki sifat yang rela mengeluarkan dana yang besar untuk mendukung artisnya. Keinginan mereka dalam membeli barang K-Pop dilatar belakangi dengan motif kepuasan, akibatnya remaja penggemar K-Pop (kpopers) sulit untuk mengontrol keuangannya hingga akhirnya menjadi menjadi konsumtif dan akhirnya timbulnhya pemborosan. Oleh karena itu, dibutuhkan untuk pembuatan media informasi secara digital yaitu website sehingga dapat memberikan edukasi kepada remaja penggemar K-Pop (kpopers) yang usia 17-22 tahun supaya sebelum terjadinya permasalahan keuangan akibat gaya hidup konsumtifnya dapat terhindari. Metode perancangan yang digunakan menggunakan metode dari buku “Graphic Design Solution” dari Robin Landa untuk perancangan media informasi edukasi.



Contact
calista.henny@student.umn.ac.id
calistahenny68@gmail.com
087885858268

Perancangan Buku Ilustrasi Mengenai Jalan Mulia Berunsur Delapan Untuk Anak Usia 10-12 Tahun

by ***Michelle Yapriani (00000034200)***



Contact

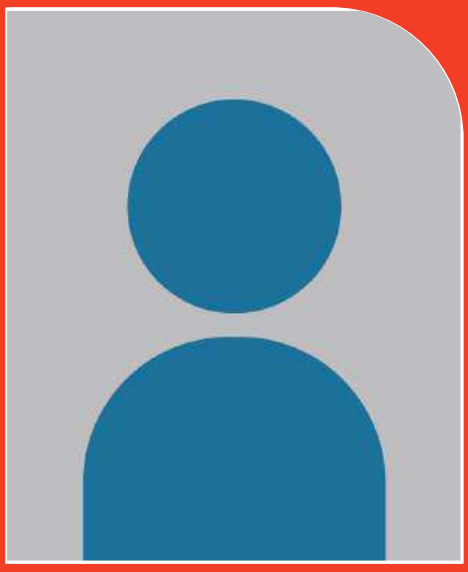
michelle.yapriani@student.umn.ac.id
chelleyap712@gmail.com
081928882712

Penerapan pendidikan karakter bertujuan untuk pembentukan pribadi yang baik dan berakhlak mulia pada generasi muda, terutama generasi muda Buddhis. Ajaran Budha yang mendukung pendidikan karakter adalah Jalan Mulia berunsur Delapan yang terdiri dari tiga bagian berupa kebijaksanaan, moralitas, dan konsentrasi. Namun, berdasarkan hasil survei dan FGD disayangkan anak usia 10-12 tahun tidak dapat memahami teori mengenai Jalan mulia Berunsur Delapan secara utuh karena materi yang tergolong berat. Oleh karena itu, diperlukan media edukasi yang interaktif untuk membantu anak usia 10-12 tahun lebih mudah mengenal dan memahami Jalan Mulia Berunsur Delapan. Penulis menggunakan metode campuran dalam pengumpulan data yang terdiri dari kualitatif berupa wawancara, Focus Group Discussion, serta kuantitatif melalui kuesioner. Diharapkan perancangan ini dapat membuat anak-anak memahami nilai-nilai yang terkandung dalam Jalan Mulia Berunsur Delapan sebagai pedoman hidup sejak dini.

Perancangan Ulang Identitas Visual Merek Kowskateshop

by *Yuvinda Aurollia Hana Syajida (00000042211)*

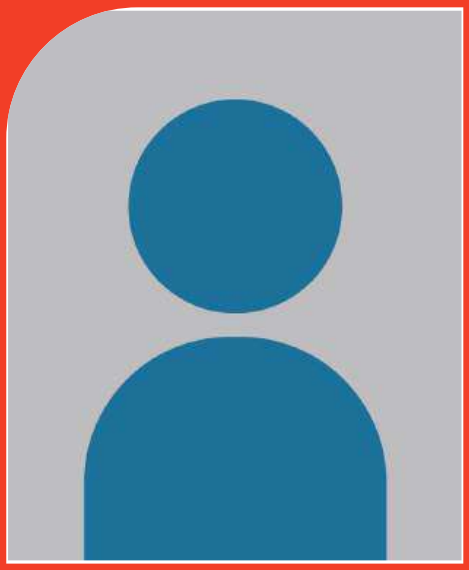
Kowskateshop adalah salah satu bidang usaha yang jika merujuk pada Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) 2020 masuk kepada nomor 47630 yang merupakan perdagangan eceran khusus peralatan olahraga di toko. Kowskateshop kurang dikenal dan dibedakan karena memiliki permasalahan dalam membangun branding. Hal ini dapat dilihat dari bentuk identitas visual yang kurang konsisten dan silih berganti. Bahkan penerapan identitas visual yang berbeda-beda dari satu media ke media lainnya. Adanya penggunaan 4 jenis logo yang berbeda dalam beberapa media yang digunakan Kowskateshop membuat merek ini kurang membangun eksistensi dan kurang dikenal dengan baik oleh konsumennya. Untuk itu, diperlukannya identitas visual yang baru dan konsisten untuk menyelesaikan permasalahan yang dimiliki oleh merek Kowskateshop yang mengacu pada metodologi perancangan Aline Wheeler.



Contact
yuvinda.aurollia@student.umn.ac.id
yuvindaaurollia@gmail.com
087781182141

Perancangan Buku Edukasi Perilaku Hidup Bersih Dan Sehat Untuk Mengatasi Scabies

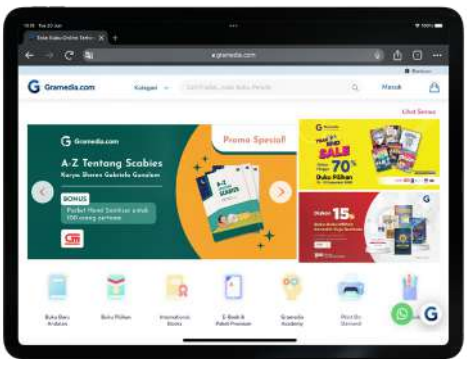
by ***Sheren Gabriela Gunalam (00000038122)***



Contact

sheren.gabriela@student.umn.ac.id
sherenellen@gmail.com
087846354928

Kondisi sanitasi yang tidak baik memiliki dampak negatif bagi kesehatan, salah satunya menyebabkan penyakit scabies. Scabies merupakan salah satu penyakit kulit yang disebabkan oleh tungau dan banyak terjadi di Indonesia. Padahal, penyakit ini mudah menular melalui kontak langsung dan tidak langsung secara tidak disadari. Bahkan, scabies yang tidak cepat diatasi dapat menimbulkan infeksi sekunder dan dapat menyebabkan menurunnya produktivitas seseorang dalam beraktivitas. Oleh sebab itu, diperlukan media informasi berupa buku edukasi untuk mengetahui serta memiliki pemahaman yang tepat terkait perilaku hidup bersih dan sehat untuk mengatasi scabies. Dalam mengumpulkan data, penulis menggunakan metode campuran yang merupakan gabungan dari pengambilan data secara kuantitatif dan kualitatif. Selain itu, penulis menggunakan teori yang dikemukakan oleh Robin Landa untuk perancangan desain. Melalui perancangan ini, diharapkan dapat memberikan informasi dan meningkatkan pengetahuan para target audiens terkait perilaku hidup bersih dan sehat.

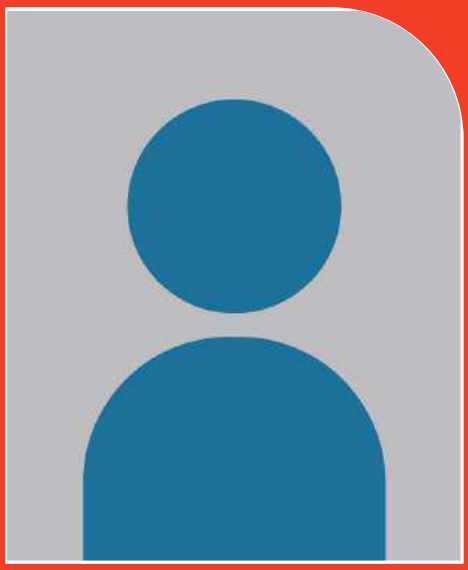


BOOK DESIGN

Perancangan Buku Ilustrasi Mengenai Tumpeng Untuk Anak Usia 6-8 Tahun

by ***Tasya Natalia Lokita (00000037270)***

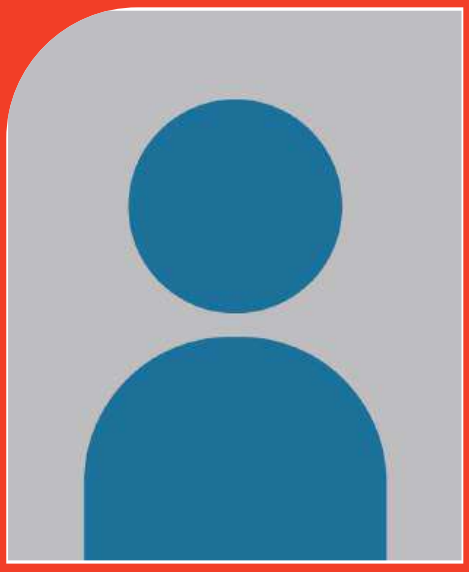
Kuliner merupakan salah satu bentuk budaya yang dapat menjadi identitas
suatu bangsa. Dari banyaknya kuliner Indonesia yang beragam, tumpeng
merupakan salah satu kuliner yang telah melekat lama dalam hidup
masyarakat Indonesia. Tumpeng adalah hidangan nasi berbentuk kerucut
yang dikelilingi oleh lauk-pauk pada tampah yang dialaskan daun pisang.
Tidak hanya hadir sebagai makanan, tumpeng dikenal akan keiindahan dan
kekayaan makna yang terkandung di dalamnya. Namun sayanganya anakanak sebagai generasi muda kini tidak lagi mengenal tumpeng dan informasi
terkait tumpeng sendiri. Walaupun di lingkungan sekolah dasar anak-anak



Contact
tasya.natalia@student.umn.ac.id
tasyanatalialokita@gmail.com
085877240923

Perancangan Buku Ilustrasi Tentang Kekerasan Berbasis Gender Online

by ***Agnetha Cristalia Cang (00000036809)***



Contact

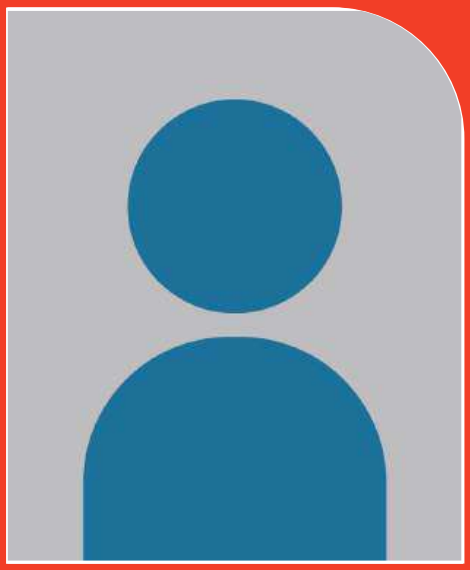
agnetha.cristalia@student.umn.ac.id
agnetha.cristalia@gmail.com
08115756855

Seiring dengan banyaknya jumlah pengguna internet, kekerasan di internet juga akan meningkat. Kekerasan Berbasis Gender Online atau yang biasa disingkat KBGO merupakan kekerasan yang dilakukan dengan niatan untuk merendahkan atau melecehkan korban berdasarkan gender atau seksual yang difasilitasi oleh teknologi (Kusuma&Arum, 2020). Kenaikan angka laporan KBGO dapat terjadi karena kurangnya pemahaman dan informasi mengenai KBGO. Melihat masalah tersebut, penulis merancang media informasi berupa buku ilustrasi untuk menambah pemahaman bagi target audiens mengenai apa saja bentuk KBGO, dampak dari KBGO dan bagaimana cara mencegah KBGO. Dalam penelitian perancangan ini penulis melakukan penyebaran kuesioner untuk memperoleh pemahaman dan pengetahuan dari target penelitian mengenai KBGO. Penulis berharap dengan adanya buku ilustrasi ini, semoga target audiens dapat mencegah terjadinya KBGO baik pada dirinya sendiri maupun orang lain.

Perancangan Kampanye Membangun Koneksi Bermakna Untuk Mengatasi Rasa Kesepian Usia 15–24 Tahun

by ***Monika Rosary Winata (00000031604)***

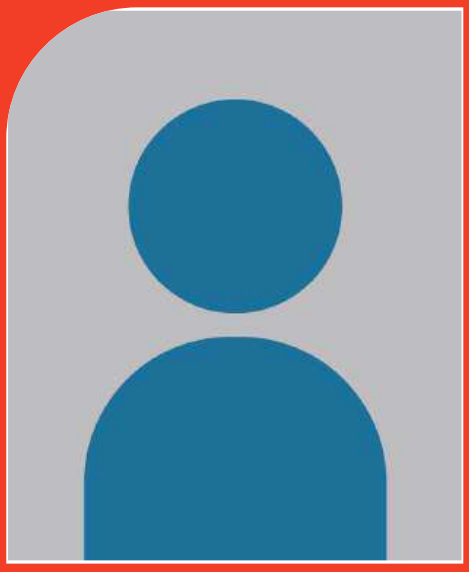
Deprivasi sosial atau kesepian merupakan perasaan universal dan menjadi bagian dari pengalaman hidup. Usia A kategori remaja dan dewasa muda menjadi salah satu kelompok yang rentan untuk mengalami kesepian. Hal ini didasari oleh perubahan fase hidup yang terjadi dan perubahan dinamika sosial. Sayangnya, kesepian menjadi permasalahan yang kerap bertumbuh, dan dapat menyebabkan epidemik kesepian jika tidak kunjung ditangani. Kampanye menjadi salah satu upaya untuk meningkatkan kesadaran terkait kesepian yang terjadi di Indonesia. Penulis merancang kampanye bagi usia 15–24 tahun, dengan tujuan untuk mengajak serta memberikan ruang untuk individu dapat membangun koneksi dan meningkatkan rasa kebersamaan satu sama lain. Pengumpulan data yang digunakan menggunakan metode kuantitatif dan kualitatif, yaitu wawancara ahli, wawancara lembaga, penyebaran kuesioner, wawancara mendalam, studi eksisting, dan studi referensi. Penulis merancang kampanye membangun koneksi yang bermakna sebagai solusi bagi usia 15–24 tahun untuk mengatasi rasa kesepian.



Contact
monika.rosary@student.umn.ac.id
monika.winata@gmail.com
085810029988

Perancangan Kampanye Membangun Pandangan Tidak Diskriminatif Terhadap Orang Dengan Hiv

by *Dania (00000036256)*



Contact

Dania@student.umn.ac.id
Daniadinata2001@gmail.com
08119933556

HIV atau Human Immunodeficiency Virus merupakan virus yang menular melalui kontak seksual, kontak darah, dan dari ibu ke anak. Virus HIV menyerang sistem kekebalan tubuh manusia. Menurut para ahli, stigma negatif pada orang dengan HIV menjadi kendala terbesar dalam pencegahan penularan HIV karena membuat orang—orang yang berisiko terinfeksi HIV ragu untuk melakukan tes dan menjalani pengobatan ARV. Upaya edukasi melalui pemberian informasi sudah sering dilakukan oleh lembaga-lembaga di Indonesia. Akan tetapi, diskriminasi masih ada sampai sekarang. Oleh karena itu, dibutuhkan solusi berupa perancangan kampanye untuk mengajak remaja berusia 15—19 tahun untuk membangun pandangan yang tidak diskriminatif terhadap Orag dengan HIV. Pada perancangan tugas akhir ini, metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dan kuantitatif yaitu wawancara, focus group discussion, dan penyebaran kuesioner daring

Perancangan Kampanye Tentang Pengecekan Dini Penyakit Jantung Rematik Pada Anak 5-9 Tahun

by ***Angelia Hilda Louise Suling (00000030697)***

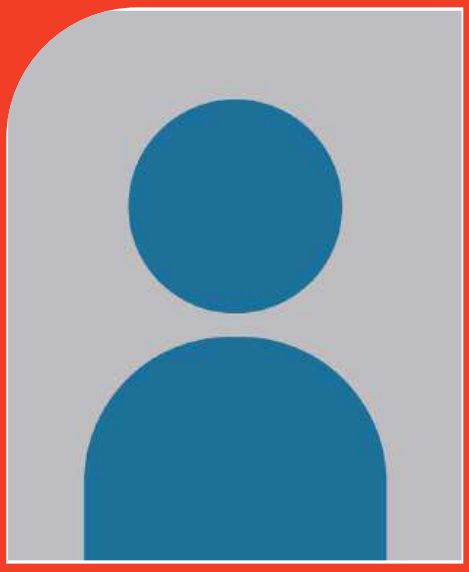
Penyakit jantung rematik adalah penyakit kelainan yang disebabkan karena demam rematik akut yang sebelumnya pernah terjadi dan d apat berakhir kematian. Penyakit jantung rematik rentan terjadi pada anak dalam rentang usia 5-9 tahun. Dalam rangka pencegahan terjadinya penyakit jantung rematik pada anak, peran orang tua merupakan hal yang sangat penting dalam mengenali, menjaga dan mencegah peyakit ini menyerang sang buah hati. Dengan media informasi sebagai solusi melalui komunikasi visual, penulis menggunakan teori dari Robin Landa serta menggunakan metode kualitatif dalam proses pengerjaan dan perancangan agar kampanye yang digunakan dan audiens yang dituju dapat tersalurkan dengan baik dan tepat. Melalui perancangan kampanye pengecekan dini penyakit jantung rematik pada anak 5-9 tahun, sekiranya bisa bermanfaat bagi orang tua dan anak agar dapat menanggulangi penyakit ini sedini mungkin.

Contact

angelia.h@student.umn.ac.id
@gmail.com
081245270433

PerancanganvKampanye Sosial Mengenai Body Dysmorphic Disorder Untuk Usia 17-25 Tahun

by ***Marciella Tania (000000 35104)***



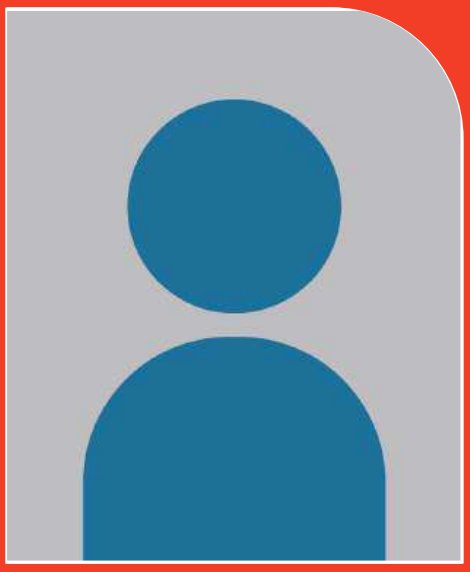
Contact
marciella.tania@student.umn.ac.id
ciellatania@gmail.com
083806897677

Body dysmorphic disorder (BDD) merupakangangguan kesehatan mental
yang ditandai dengan pikiran obsesif dan perilaku kompulsif terhadap
kekurangan yang dipercayai ada pada penampilan fisik (American Psychiatric Association, 2019). BDD paling umum dialami oleh remaja dan
dewasa muda. Penderita BDD memiliki preokupasi terhadap 'kekurangan'
nya yang membuat mereka melakukan berbagai upaya untuk menutupi atau
menghilangkan hal tersebut. Kondisi ini dapat menganggu interaksi sosial
dan produktivitas dalam kehidupan sehari-hari. Setidaknya ada sekitar
150.000 kasus BDD setiap tahunnya di Indonesia dan jumlah ini pun tidak

Perancangan Website Pt Cianjur Arta Makmur

by ***Lutfiah Amandadewi (00000031604)***

Produk yang di hasilkan oleh PT CIANJUR ARTA MAKMUR berupa daging sapi, makanan olahan, dan daging ayam diproses dari awal pembibitan, pembesaran ternak, dan mengolahnya menjadi makanan olahan. PT CIANJUR ARTA MAKMUR merupakan perusahaan berbasis B2B dalam menjual produknya sehingga mempunyai target pembeli dengan skala yang berbeda yaitu menjual ke perusahaan atau reseller atau producers. Proses pendekatan transaksinya pun tidak hanya mengarah pada penjualan produk, namun selalu ada upaya untuk membina keterikatan bisnis dengan perusahaan



Contact

lutfiah.amandadewi@student.umn.ac.id
ufitlufiah15@gmail.com
087875137013

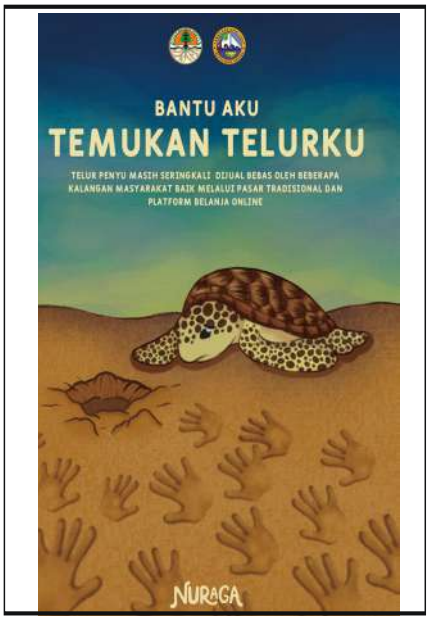
Perancangan Kampanye Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Mengenai Pentingnya Upaya Pelestarian Penyu

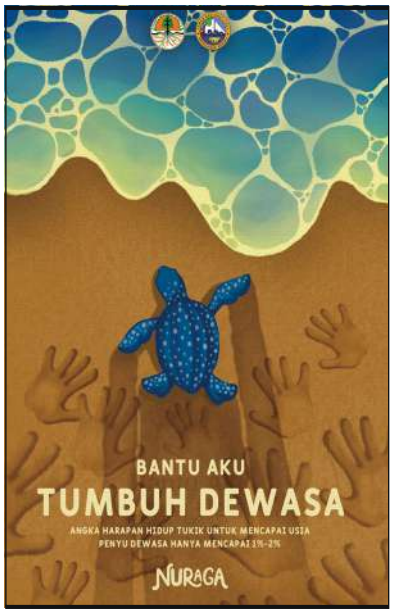
by ***Alexandra Lesal (00000036256)***

Contact

alexandra.lesal@student.umn.ac.id
itslexa27@gmail.com
082346237809

Penyu merupakan satwa liar yang terancam punah. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, salah satunya adalah manusia . Salah satu cara untuk mencegah kepunahan penyu adalah dengan melakukan tindakan konservasi atau melakukan upaya pelestarian penyu. Beberapa pihak telah melakukan tindakan konservasi atau pelestarian terhadap penyu di suatu kawasan yang mendukung terjadinya aktivitas konservasi dan pelestarian penyu. Salah satu kawasan konservasi di Indonesia adalah Pusat Suaka Penyu Pulau Pramuka yang dikelola oleh Balai Taman Nasional Kepulauan Seribu. Perancangan kampanye ini menggunakan metode perancangan kampanye sosial Ostergaard yang ada dalam buku Manajemen Kampanye (Venus, 2019) dan menggunakan metode penelitian kualitatif maupun kuantitatif. Diharapkan dengan perancangan kampanye mengenai upaya pelestarian penyu di tempat pelestarian penyu dapat memberikan edukasi dan meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai betapa pentingnya penyu bagi keseimbangan ekosistem laut, fungsi upaya konservasi atau pelestarian bagi para penyu dan turut mendukung upaya konservasi penyu yang dilakukan.

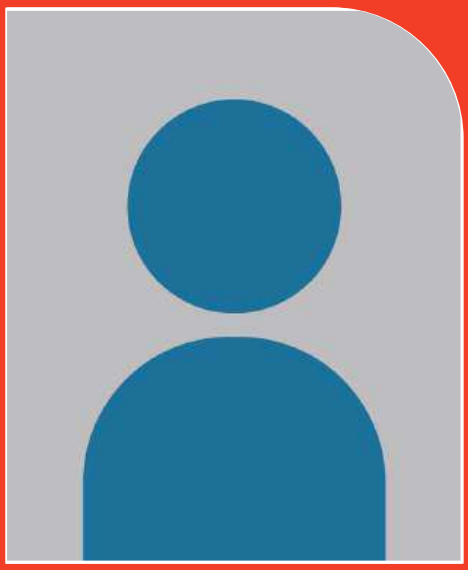




Perancangan Kampanye Mengatasi Rasa Kesepian Pada Lanjut

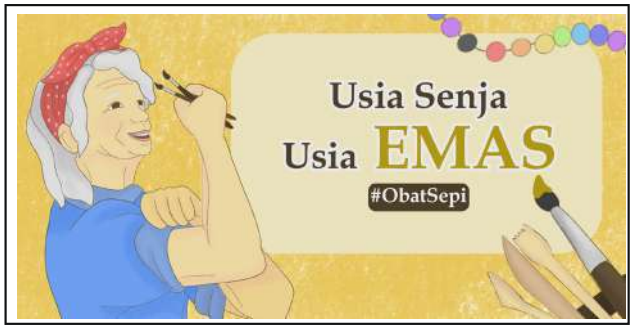
by ***Yovita Ellen (00000033893)***

Lanjut usia adalah tahapan akhir dari kehidupan seorang manusia. Yang tergolong dalam lanjut usia adalah seseorang yang berusia 60 tahun ke atas. Masyarakat lansia masih kurang menyadari pentingnya mengatasi rasa kesepian pada tahapan usia tersebut, padahal jika dibiarkan secara terus-menerus akan beresiko pada gangguan kesehatan baik secara mental maupun fisik. Gangguan kesehatan tersebut akan menyebabkan penurunan kualitas hidup lansia. Meskipun ada banyak cara mudah untuk mencegah re siko tersebut, masyarakat lansia masih kurang menerapkannya. Maka itu perancangan kampanye ini bertujuan untuk memberikan ajakan pada masyarakat lanjut usia untuk tetap aktif melakukan kegiatan yang dapat menjauhkan dari rasa kesepian. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif melalui kuisioner dan metode kualitatif melalui wawancara, studi eksisting dan studi referensi. Metode perancangan yang digunakan merupakan metode Human Centered Design dengan tiga tahapan, yaitu tahap Inspiration, Ideation, dan Implementation.



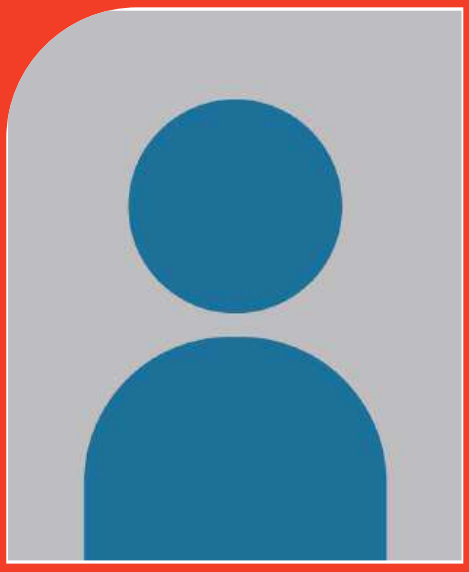
Contact

yovita.ellen@student.umn.ac.id
yovitaellen@gmail.com
081295397456



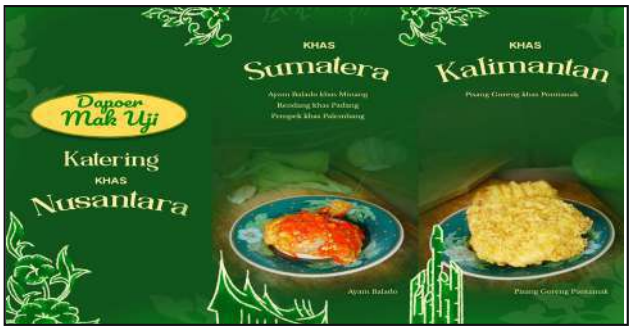
Perancangan Kampanye Dapoer Mak Uji

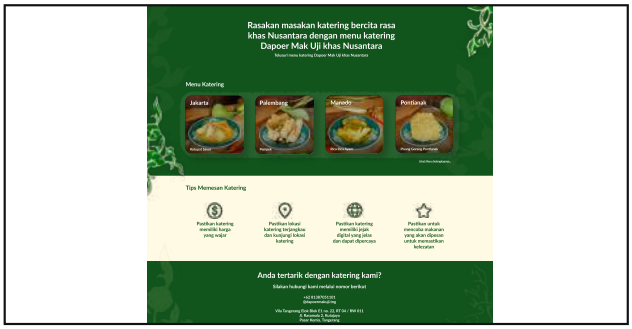
by ***Lorenzo Wibi Ananto (00000034872)***



Contact
lorenzo.wibi@student.umn.ac.id
lorenzowibi@gmail.com
081911804835

KateringDapoerMakUjidibentukpadatahun2009danmasihbergerak hingga saat ini dengan nama Katering Tangerang. Perubahan nama yang dilakukan dapat berpotensi untuk memunculkan keraguan dari pelanggan setia dan masyarakat umum dikarenakan nama yang belum dikenal. Metode perancangan kampanye brand Dapoer Mak Uji mernggunakan metode perancangan dari teori Landa yang dilengkapi dengan model komunikasi AISAS. Teori Landa berisi tahap proses perancangan sehingga perancangan dapat dilakukan dengan tertata dan bertahap. Pemilihan media yang digunakan berdasarkan model komunikasi AISAS membuat media yang digunakan memiliki fungsinya masing-masing sehingga pesan yang disampaikan melalui media yang dipilih dapat tersampaikan dengan baik. Setiap media yang digunakan dalam kampanye membutuhkan biaya yang berbeda-beda sehingga ditentukan juga biaya yang dibutuhkan masing-masing media kampanye agar pengeluaran yang diperlukan untuk kampanye dapat diperkirakan.

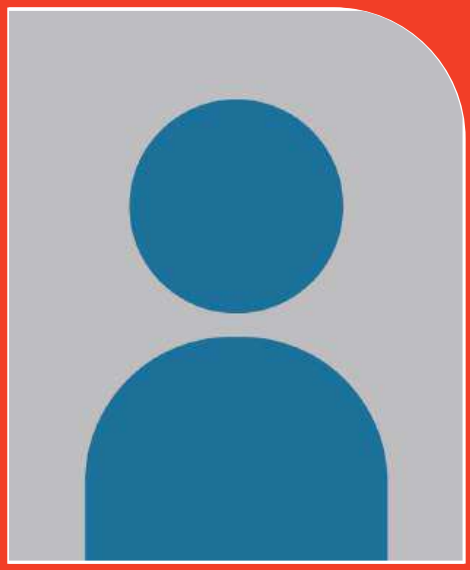




Perancangan Website Informasi Mengenai Suku Loloan Di Bali Untuk Remaja Usia 12-18 Tahun

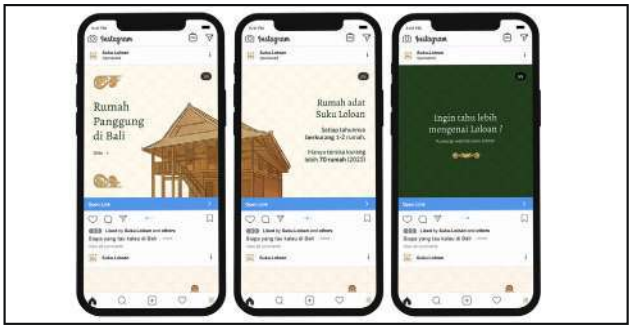
by ***Monica Clarence Thenita (00000035963)***

Suku Loloan berada dari Kabupaten Jembrana, Bali. Suku Loloan memiliki berbagai budaya yang unik. Sayangnya banyak dari tradisi maupun kebudayaan dari suku ini tergerus dan mulai punah. Terdapat beberapa media yang dapat ditemukan di Internet tetapi remaja masih belum mengetahui mengenai suku tersebut. Dari hal tersebut maka penelitian mulai dilakukan yang bertujuan untuk merancang media informasi mengenai suku Loloan di Bali untuk remaja khususnya usia 12-18 tahun. Metode perancangan yang digunakan adalah metode dari buku The field guide to human-centered design yang terdiri dari 3 tahapan. Tahapan tersebut berupa inspiration, ideation, dan implementation. Dari data yang dikumpulkan, saya menemukan bahwa remaja masih belum mengetahui dan kurangnya informasi mengenai suku Loloan. Dengan pembuatan rancangan website mobile yang memiliki informasi mengenai suku Loloan, diharapkan remaja dapat mengetahui lebih lagi mengenai suku Loloan dan menimbulkan rasa ingin tahu yang lebih terhadap budaya Indonesia.



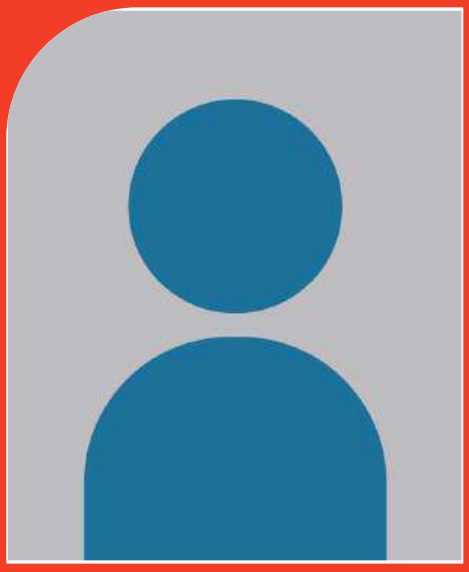
Contact

monica.clarence@student.umn.ac.id
clarencemonica10@gmail.com
087779278222



Perancangan Buku Informasi Berilustrasi Mengenai Edukasi Penyakit

by ***Klara Kristabel (00000036974)***



Contact

klara.kristabel@student.umn.ac.id
klara.kristabel8@gmail.com
08161111406

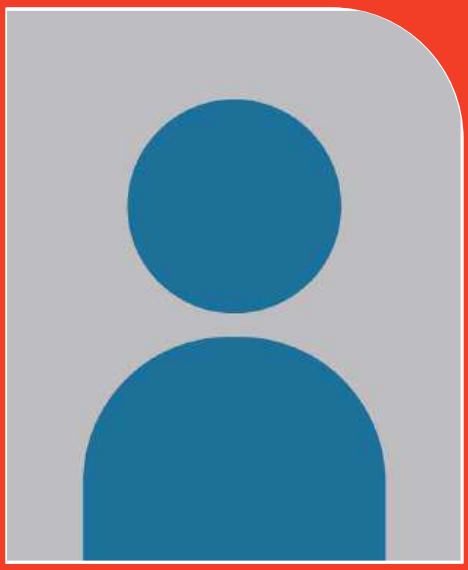
Kesehatan mulut dan gigi perlu diperhatikan oleh manusia dikarenakan mulut dan gigi merupakan bagian awal dalam tubuh yang menerima makanan dan cairan. Masyarakat Indonesia memiliki kesadaran yang rendah terhadap penyakit mulut dan gigi. Berdasarkan riset Riskesdas dijelaskan bahwa 58,5% perempuan mengalami masalah pada gigi dan mulut dan hanya 11,4% saja yang menerima perawatan dari tenaga medis gigi. Terdapat dua tipe penyakit periondontal yang biasa dijumpai masyarakat pada umumnya yaitu gingivitis dan periodontitis. Penyakit gingivitis tersebut rentan bagi perempuan terlebih saat masa kehamilan karena pada saat kehamilan terjadi peningkatan hormon esterogen dan progresteron yang meningkat 10 kali lebih tinggi dari biasanya. Tingkat pengetahuan yang rendah dari ibu hamil di Indonesia dapat berdampak buruk pada tumbuh kembang j aninnya. Tidak semua ibu hamil di Indonesia memiliki kemampuan untuk dapat berkonsultasi dengan dokter atau mencari sendiri informasi perihal kesehatan mulut dan gigi. Oleh karena itu penulis merancang media informasi

Perancangan Media Promosi Kedai Seni Djakarte

by ***Nabila Andjani Salsabilla Putri (00000041513)***

Kedai Seni Djakarte merupakan salah satu kafe yang ada di Kota Tua sejak tahun
2013, Jakarta Barat. Kedai Seni Djakarte memiliki tampilan gedung yang bernuansa
vintage karena bangunan gedung Kedai Seni Djakarte dulunya adalah sebuah
kantor asuransi milik Belanda yang dibangun pada tahun 1913. Bangunan ini
dibangun kembali menjadi kafe pada tahun 2012 dengan mempertahankan keaslian
dari gedung tersebut. Keunikan Kedai Seni Djakarte adalah berbagai koleksi
lukisan yang menghiasi kafe. Namun, masih banyak masyarakat yang belum
mengetahui tentang keberadaan Kedai Seni Djakarte. Solusi untuk permasalahan
ini adalah dengan membuat perancangan promosi untuk Kedai

V



Contact
monica.clarence@student.umn.ac.id
clarencemonica10@gmail.com
087779278222

Perancangan Buku Ilustrasi Mengenai Hidup Dalam Kesederhanaan Untuk Anak Usia 6-11 Tahun

by ***Michelle Roseline (00000033786)***

Contact
@student.umn.ac.id
@gmail.com
08xxxxxxx

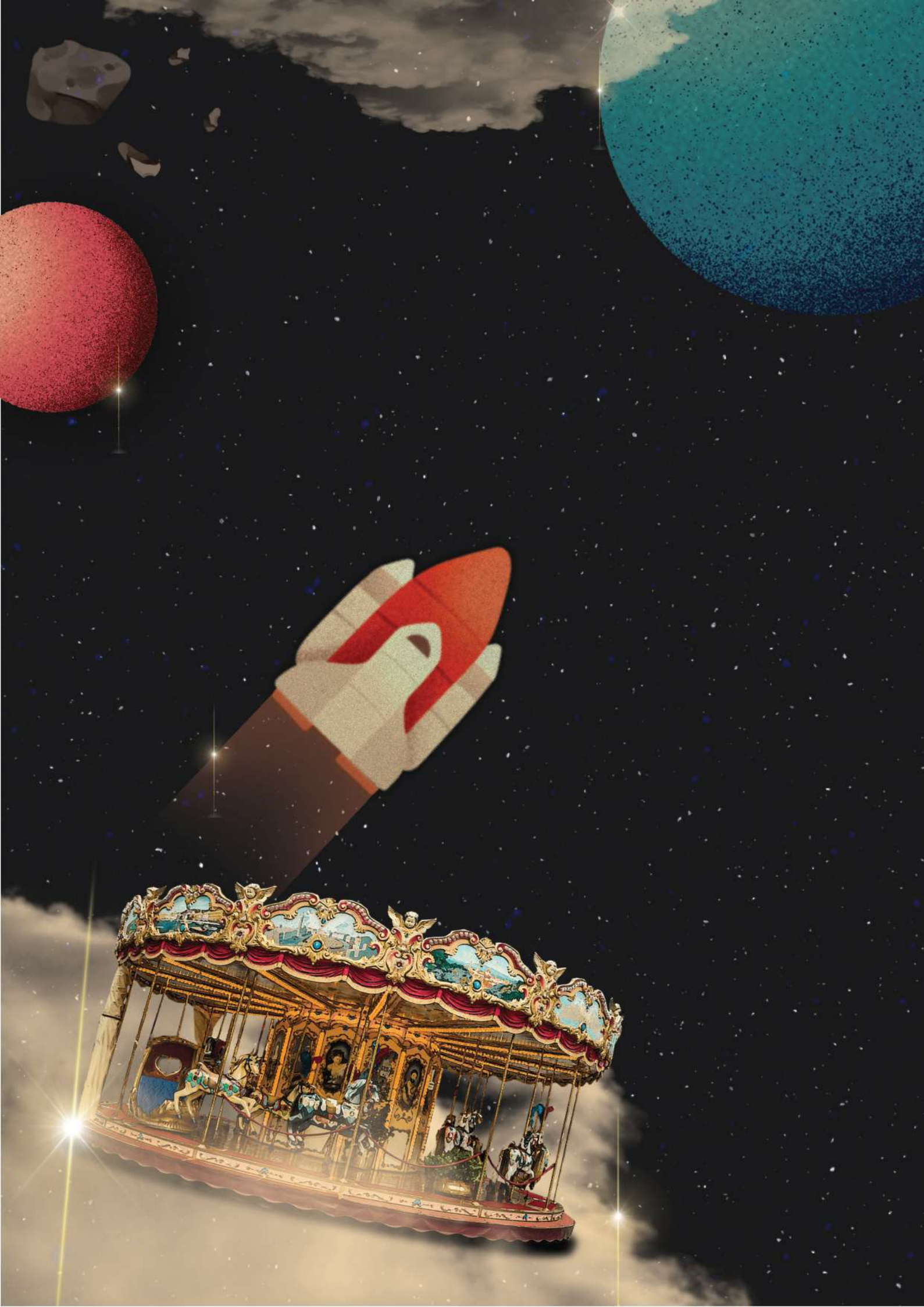
Dalam perjalanan hidupnya, manusia melakukan beragam hal yang dapat memberikan nilai khusus terhadap hidupnya. Kerap kali manusia merasa kehilangan arti dari kehidupan yang dijalaninya. Namun, berulang kali pula manusia dapat bangkit kembali untuk menjalani kehidupannya. Ada baiknya bila pemahaman akan hidup dalam kesederhanaan dapat diajarkan dan ditanamkan sedari dini, agar mereka yang nantinya akan tumbuh dan berkembang dan hidup dalam dunia dewasa, dapat merasakan sebuah kehidupan yang 'cukup' akan hal-hal yang ada. Adapun, mengingat minimnya sumber informasi untuk mengajarkan anak mengenai hidup dalam kesederhanaan dalam Bahasa Indonesia, penulis rasa penting untuk merancang sebuah media informasi mengenai hal tersebut dalam bentuk Bahasa Indonesia yang baik dan mudah dipahami oleh anak, yang penulis rancang dengan dasar teori perancangan milik Robin Landa.

Perancangan Kampanye Sosial mengenai Penyakit Mental pada Usia 17-25 Tahun

by ***Berliana Michel Wijaya Oei (00000037497)***

Isu kesehatan mental telah menjadi sekedar tren kekinian bagi para remaja akibat banyaknya informasi terkait hal ini di media sosial. Romantisisasi merupakan kondisi dimana seseorang menganggap mental illness sebagai hal yang menarik untuk dimiliki karena memiliki daya tarik tersendiri (Shrestha, 2018). Penyakit mental ini seharusnya dianggap suatu masalah yang serius karena romantisisasi akan berdampak negatif bagi penderita, diri sendiri, dan lingkungan. Sehingga, penulis tertarik untuk melakukan perancangan kampanye sosial mengenai romantisisasi penyakit mental, khususnya pada usia 17-25 tahun. Metode perancangan kampanye menggunakan teori Landa (2021) dalam buku Advertising by Design. Hasil dari perancangan adalah exhibition sebagai media pembelajaran aktif untuk remaja akhir dalam mendalami mengenai isu kesehatan mental. Media utama diikuti dengan media edukasi, interaktif, promosi, gimmick, dan merchandise.

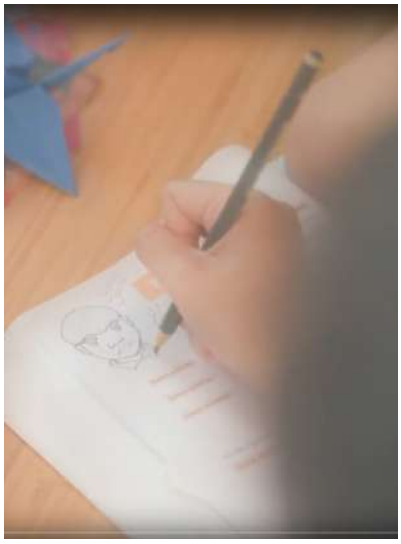
Contact
berliana.wijaya@student.umn.ac.id
berliana.oei@gmail.com
0811432598



FILM
Corporate Video
Dokumenter
Fiksi
Pengkajian
Feature Length Script

“Say That You’re Mine” oleh Valentine ft. JSO

by ***Olivia Ingrid Virginia (00000033902), Anisa Kayla Putri (00000033696), Antonius Setiawan (00000033772), Celivia (00000038105), Claudio Caiyadi (00000033789), Jevelyn Gunawan (00000034251), Farizal Nauval Fathiqi (00000035950), Intan Ganie (00000040740), Jonathan Christopher Andersen Argianto (00000033950), Juan Varian Wiranata (00000033970),Vincent Soetowidjojo (00000033839), William The (00000037635),***



Penelitian ini menganalisis penggunaan teori “Man in A Hole” sebagai plot dalam penulisan naskah “Say That You’re Mine” oleh Valentine dan JSO. Teori “Man in A Hole” menggambarkan perjalanan karakter utama dari keadaan awal yang baik, jatuh ke dalam krisis, dan akhirnya mencapai kebangkitan atau pemulihan. Digunakan pula teori plot point untuk menunjukan titik balik dalam penceritaan yang menggambarkan koneksi dari pertemanan Andini dan Dimas. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi bagaimana teori tersebut diimplementasikan dalam naskah tersebut dan bagaimana penggunaannya mempengaruhi struktur dan perkembangan plot. Penelitian ini menggunakan metode analisis teks dengan fokus pada struktur cerita, perubahan emosional karakter utama, dan kontribusi teori “Man in A Hole” terhadap alur narasi. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang penggunaan teori plot ini dalam konteks penulisan naskah, serta mengungkapkan kekuatan dan keunikan yang dimiliki oleh naskah “Say That You’re Mine” karya Valentine dan JSO.

Perayaan Detik Mengiringi

by ***Antonius Jason W Saputra (00000036643), Lidwina Audrey Mulia (00000034681), Margaretha Davina Emilia Putri Pospos (00000034716)***

Proses produksi film dokumenter pendek Perayaan Detik Mengiringi Detak terdapat banyak kontigensi yang dihadapi oleh penulis sebagai Director of Photography. Dalam proses pengambilan gambar terdapat hambatan yang terjadi di luar kendali subjek dan kru, sehingga melibatkan penulis untuk melakukan pengambilan gambar secara spontan dengan melakukan penerapan dari pemahaman on-the-spot realism yaitu di mana sebuah kejadian diambil secara spontanitas tanpa naskah atau persiapan (Robinson, 2010). Pendekatan-pendekatan kamera yang digunakan adalah observasional, di mana peletakan posisi kamera tidak melakukan intervensi secara langsung kepada subjek dalam sebuah kejadian atau adegan. Serta penggunaan dari pergerakan kamera handheld yang dapat memberikan perasaan dramatisasi dan perasaan subjek pada adegan di dalam film dokumenter ini.

Music Video “Ketika Ku Bertemu”

by ***Armando Jeremia (00000036193), Zhiennie Pricha Herdhanny (00000033695), Elga Geraldine Nofan (00000036542), Jeffery Chin (00000036767), Muhammad Haikal Hermawan(00000036873), Tantri Angelina Saputra (00000038111), Vania Yolanda Goewin (00000036807)***

Di dalam industri musik, seorang artis akan membuat video musik, video lirik, juga visualizer pada saat perilisan lagu baru untuk tetap menjaga engagement dengan khalayak publik. Demand ini membuat filmmaker mendapatkan kesempatan baru untuk membuat sebuah karya. Dengan terjunnya filmmaker ke dalam dunia pembuatan video musik, segala hal yang berhubungan tentang pembuatan film pun diterapkan di dalam pembuatan video musik, termasuk blocking. Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan bahwa blocking dapat menunjukkan kedekatan antar karakter dalam video musik. Berlandaskan dengan teori dari video musik, beats, blocking, dan dynamic relationship dalam perancangannya. Hasil yang didapatkan dari penelitian skripsi penciptaan adalah bahwa blocking memang dapat digunakan untuk menunjukkan kedekatan antar karakter dalam video musik. Dengan adanya motivasi dari pergerakan karakter sebuah empasis hubungan kedekatan antara karakter dapat terlihat.

“Perangai”

by ***Juphiter Hadinata (00000041399), Brandon Dharma Lau (00000041052), Ida Bagus Gede Darma Putra (00000040404), Angellica Artamevia Lim (00000041324), Gabriella Oktavia Erwin (00000036805), Johanes Bagus Kristiawan (00000036993), Kenzie Reza Hehanussa (00000036979), Leonardus Jalu Fernada (00000040403)***

Penulis sebagai produser film pendek “Perangai” menjabarkan pencarian dana yang dilakukan untuk membuat film “Perangai”. Tanggung jawab seorang produser yakni menjalankan pelaksanaan suatu film dari pra produksi hingga pascaproduksi. Salah satu tugas produser adalah mencari dana agar sebuah film dapat menghasilkan kualitas yang baik. Pembahasan pada laporan ini meliputi pencarian sponsor dan donatur, crowdfunding, pembuatan proposal, dan apa yang didapatkan rumah produksi dari pencarian dana dalam memaksimalkan kualitas film. Dalam mencapai kualitas film yang baik ada beberapa indikator yang perlu dicapai dalam sebuah film. Penulis mendapat temuan pencarian sponsor, donatur, dan crowdfunding berhasil membantu rumah produksi dalam memaksimalkan kualitas film sesuai dengan visi sutradara dengan tercapainya estetika film, kesesuaian kostum, lokasi, dan efek pada penceritaan, serta pemilihan aktor yang baik. Keefektifan pencarian dana dilihat dari apa yang ingin ditonjolkan sutradara pada film ini dan seberapa besar dana yang didapat. Elemen yang ditonjolkan pada film “Perangai” adalah visual sehingga pencarian sponsor lebih efektif dalam film ini.

Milchy Milk

by ***Vincent Jefferey Yogaswara (00000034087)***

Penelitian ini bertujuan untuk membahas perancangan color palette berwarna pastel pada iklan minuman Milchy Milk dengan menggambarkan kesan manis. Warna yang penulis gunakan dalam menggambarkan kesan manis dalam iklan video minuman Milchy Milk adalah warna pink pastel yang dijadikan warna paling dominan dalam video iklan ini. Color palette merupakan aspek yang penting dalam sebuah video iklan terutama dalam penelitian ini adalah iklan minuman untuk menggambarkan kesan manis. Maka dari itu penulis akan membahas mengenai color palette untuk memaksimalkan penerapan warna dalam memberikan kesan manis di video. Dalam proses penelitian penulis menerapkan beberapa tahap seperti merancang color palette dalam sebuah mood board digital. Penulis ingin memahami bagaimana warna dapat mempengaruhi kesan dari minuman tersebut. Alasan penulis mengambil tema ini untuk mempelajari mengenai pemilihan warna yang tepat terutama pada video iklan. Penelitian ini dilakukan dengan menganilas dampak dari teori yang diterapkan dalam project yang dilakukan. Hal yang ingin dicapai dari tugas akhir ini adalah kesan manis dapat tersampaikan melalui pemilihin color palette yang tepat.

Pengkajian

Nama	NIM	Judul Karya
Kris Albert	00000037728	Peran Video Editor dalam Perancangan Video Promo MOS ACP untuk MyEduSolve (2022)
Kezia Gabriela Cornelis	00000037441	Analisis Unsur Humor dalam Penyampaian Pesan pada Iklan BCA Versi "Lil M Feat Iwan Fals - Suatu Hari di Ramadan" (2023)
Bryan Benaya	00000034118	Analisis Konsep Pencahayaan dalam Membangun Emosi pada Film Panjang Penyalin Cahaya (2023)
Faiz Hanief	00000017036	Penggunaan Peralatan Studio untuk Kegiatan Webinar dengan Kebutuhan yang Berbeda (2023)
Shara Octaviani	00000041991	Tata Kelola Jaringan Pemangku Festival Film: Studi Kasus Minikino Film Week pada Tahun 2022 (2023)
Immanuel Kevin Wijaya	00000035878	Penerapan Suspense melalui Tempo Editing dalam Pengabdi Setan 2: Communion (2022) pada Scene Tari yang sedang Berdoa (2023)
Indra Mukti Pratama	00000028222	Pemaknaan Pesan Moral melalui Karakter dalam Film Watchmen (2009) (2023)
Calvin Valentinus Kusdinata	00000036200	Penerapan Teknik Editing dalam Pembuatan Commercial Video "TVC Flife Jessica Mila"
Elisha Imanuela Widirga	00000033826	Penerapan Tugas dan Peranan Produser untuk Mewujudkan VFX pada Produksi Iklan GrabFood "Kobarkan Pesananmu" (2022)
Berliana Citra Kusuma Zein	00000042498	Strategi Promosi Serial Viu Original Bad Boys VS Crazy Girls
Aleysa Kirana Az Zahra	00000037661	Implementasi Metode Hybrid Virtual Production sebagai Asisten Sutradara pada Masa Pandemi dalam Pembuatan Delapan Film Animasi 2D Proyek Pemodernan Sastra Tahun 2022
Veren Trifena	00000035793	Analisis "Role of Actors" dalam Strategi Promosi Film pada Media Sosial Instagram Pemeran Film Mencuri Raden Saleh (2022)
Bimo Ramadya	000000280871	Penggunaan Transisi dan Slow Motion dalam Rangkaian Montage Pengenalan Restoran pada Opening Video Episode Podcast Ray Janson Radio
Adrian Wijaya Abadi	00000031059	Analisis Format Video Vertikal dan Pengaruh Pada Engangement Media Sosial Akun Instagram Indomusikgram

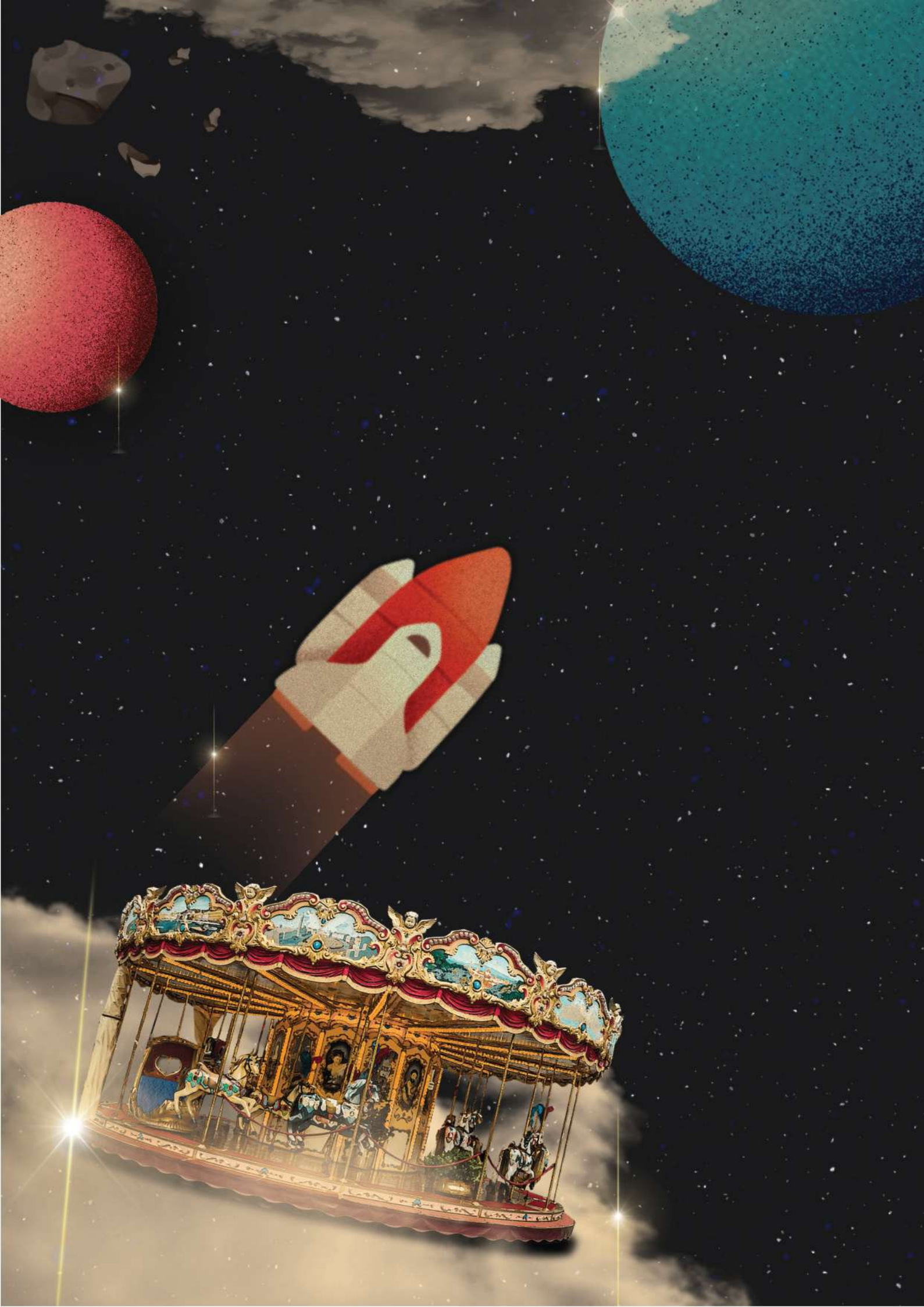
Jesslyn Felicia	00000041035	Analisis Proses Adaptasi Transkultural pada Serial Web Tunnel (2019) Versi Indonesia
Johanes Rendy Gustantio	00000038058	**Analisis Penerapan Harmoni Warna dalam Menunjukkan Emosi terhadap Visualisasi Cerita pada Film Series Scandal 2**
Samuel Sri Aditya Hananto	00000027751	Analisis Metode Workflow Audio Post Production di Tomtam Studios
Jefferson Ivan Halim	00000034666	Penerapan Teknik Sinematografi dalam Perancangan Video Company Profile CV Twindo
Gavriel Barnabas	00000017479	Penerapan Teknik Handheld untuk Menggambarkan Situasi Horor pada Adek di Film HOAX
Ida Bagus Putra Ananta Wigraha	00000042081	Penerapan Mise-en Scene pada Tayangan Talkshow Digital Transformation Talk
Vandi Danuarta	00000027091	Perbandingan Antara Teori dengan Praktek Lapangan Seorang Asisten Kamera 1 melalui Studi Kasus Pembuatan Serial 'Teluh Darah'
Adit Frederick Davies	00000027648	Analisis Setting dan Properti yang Menggambarkan Perkembangan Karakter May dalam Film 27 Steps of May

Penciptaan

Nama	NIM	Judul Karya
Rivaldo Caesar Rio	00000034560	**Penerapan Konstruksi Adegan dengan Pendekatan Looking at an Event pada Proses Editing Film Dokumenter Pendek "Once Loved" (2023)**
Michael Thung	00000033900	Penerapan Spatial Relation dalam Membangun Mood Competition di Motion Graphic pada Video Komersial Digicash Fair 2.0 (2022) (2023)

FLS

Nama	NIM	Judul Karya
Julia Marta Kurniawati	00000021495	**"Terang"**



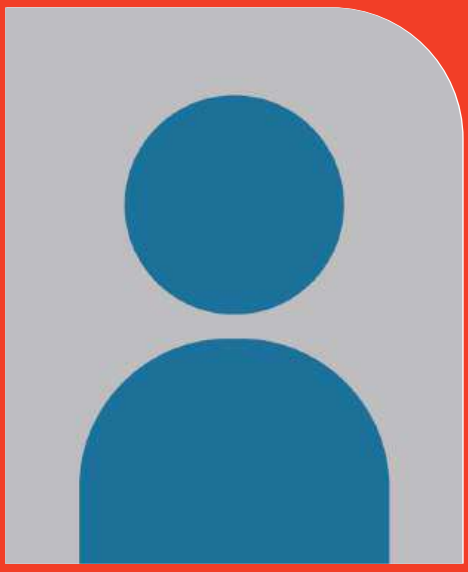
PEMINATAN ANIMASI

- 2D Animation
- 3D Animation
- Concept Art
- Motion Graphic
- Hybrid Short Animation
- TV Commercial

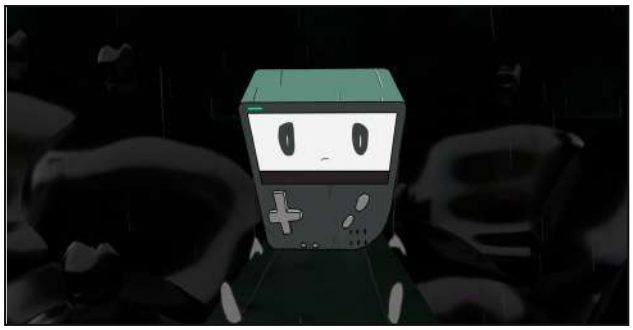
Perancangan 3D Environment Pada Animasi Hybrid "Nendo's Story"

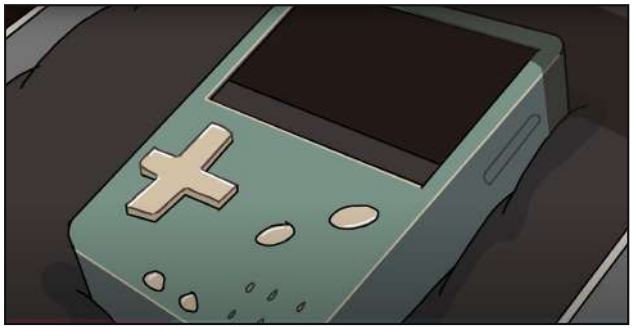
by ***Peter Gavitto Djiono (00000038216)***

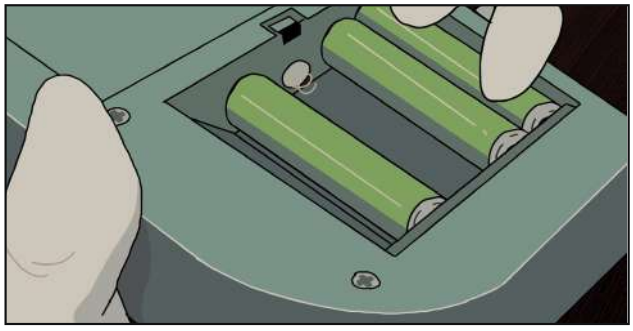
Perkembangan teknologi dan informasi membuat CGI banyak diterapkan dalam dunia perfilman. 3D Environment dalam film saat ini sudah diterapkan baik dalam memberikan gambaran mengenai sesuatu yang tidak dapat direalisasikan langsung atau menggambarkan sebuah imajinasi. Tujuan dari skripsi ini adalah untuk melihat penerapan suatu 3D Environment pada film. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan metode penelitian studi pustaka, dimana peneliti menggunakan sumber data penelitian dari literatur seperti buku dan jurnal-jurnal penelitian sebelumnya. Di Indonesia perkembangan penggunaan CGI masih sangat lambat. Masih banyak film CGI di Indonesia yang tampak tidak meyakinkan. Permasalahan tersebut bukan karena Indonesia tidak memiliki sumber daya manusia di bidang CGI, melainkan karena permasalahan biaya yang tinggi dan perkembangan industri perfilman Indonesia itu sendiri.



Contact
peter.gavitto@student.umn.ac.id
@gmail.com
081295162952

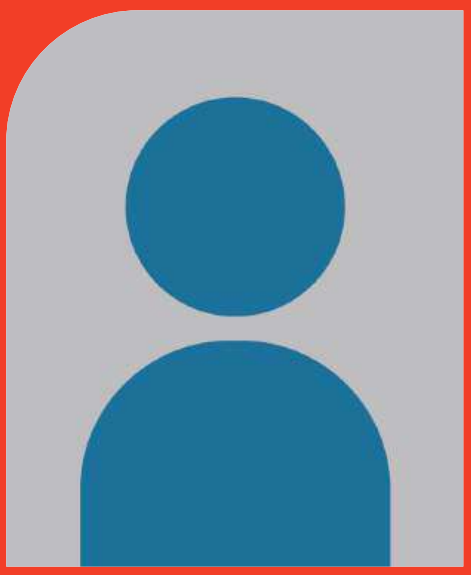






Perancangan Tokoh Acek Aseng dan Fu dalam Film Animasi Hybrid “Furewell”

by ***Millyenti Kurniawan (00000036812)***



Contact

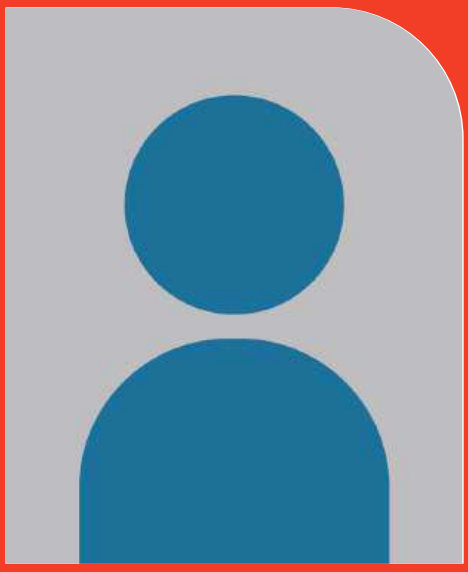
millyenti.kurniawan@student.umn.ac.id
@gmail.com
085391246503

Salah satu hal yang dapat menjadi penentu menarik atau tidaknya sebuah film animasi adalah tokoh yang muncul pada film tersebut, baik secara visual maupun karakterisasi dari tokoh tersebut. Seorang perancang tokoh berperan penting dalam perancangan tokoh yang akan muncul dalam film. Untuk memenuhi syarat kelulusan di Universitas Multimedia Nusantara, peneliti menyusun skripsi penciptaan yang akan menjelaskan proses perancangan tokoh Acek Aseng dan Fu sesuai dengan jobdesk yang diambil oleh peneliti yakni character designer. Dari berbagai jobdesk yang ada, peneliti memutuskan untuk membahas mengenai perancangan tokoh dikarenakan keinginan peneliti untuk menerapkan perancangan kostum dan warna sehingga dapat memvisualisasikan perubahan psikologis yang terjadi pada tokoh Acek Aseng, dan penulis dapat menciptakan tokoh yang sesuai dengan alur cerita. Yang akan menjadi pembahasan dalam skripsi penciptaan ini adalah proses perancangan kostum dan warna Acek Aseng dan Fu dalam film animasi “Furewell”

Tugu Kujang

by ***Fajri wahyu prasetyo (00000016278)***

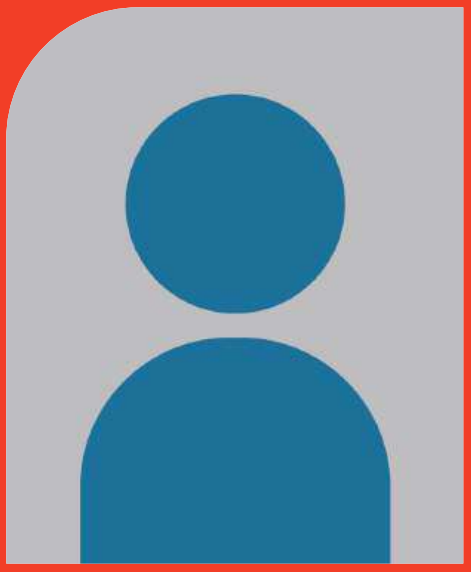
Seiring dengan kemajuan zaman, maka semakin canggih juga teknologi yangada. Kemajuan teknologi ini berdampak pada segala bidang, termasuk motion graphic. Motion graphic merupakan tipe animasi yang menampilkan grafis dengangerakan-gerakan yang dibuat sedemikian rupa untuk dapat menarik perhatianpenonton. Motion graphic memiliki beberapa jenis yaitu, brand video, explainervideo, instructional video, dan movie clip. Motion graphic menggabungkandesain-desain yang berbasis meida visual dengan memasukan berbagai elemen- elmen didalamnya.Elemen-elemen yang terkandung dalam Motion Graphic ini antara lain tipografi, komposisi, warna, style, frame, audio visual danjugaelemen-elemen grafis lainnya membantu untuk menghasilkan sebuah filmmotiongraphic.



Contact
@student.umn.ac.id
@gmail.com
081295162952

Legenda Keryayuna

by ***Agnes Erika (00000036404)***



Contact
@student.umn.ac.id
@gmail.com
085391246503

Salah satu kebudayaan indonesia yang terkenal yaitu kebudayaan kesenian. Budaya kesenian juga memiliki banyak jenisnya, salah satunya yaitu wayang. Wayang merupakan penampilan karya seni yang menggunakan sebuah bayangan. Wayang hanya memiliki satu sisi sebagai tampilan tokoh. Untuk membedakan satu tokoh dengan tokoh lainnya, wayang hanya mengandalkan silhouette dan shape. Ketika ingin menciptakan tokoh yang baru harus memperhatikan ketentuan-ketentuan tersebut. Penulis mencari sumber di internet maupun jurnal tentang pembahasan wayang yang sudah ada, kemudian penulis terapkan dalam mendesain karakter tersebut. Dalam pembahasan ini dipatokkan terhadap tiga karakter utama yaitu Laksmi Mahadewi tokoh protagonist, Indra Jakti tokoh antagonis, dan raksasa tokoh antagonis.

Abandoned Skies

by ***Ardi Aryaguna (00000036741), Alpin Santoso (00000038124), Rakha Adhyasta Pradana (00000037807), Mikhael Alessandro (00000038003), Jihan Dyahputri Ramadiani (00000037233)***

Contact
@student.umn.ac.id
@gmail.com
08xxxxxx

Contact
@student.umn.ac.id
@gmail.com
08xxxxxx

Contact
@student.umn.ac.id
@gmail.com
08xxxxxx

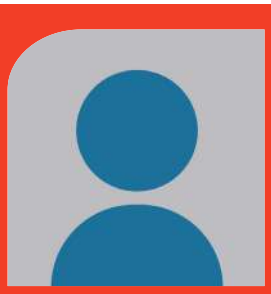
Contact
@student.umn.ac.id
@gmail.com
08xxxxxx

Contact
@student.umn.ac.id
@gmail.com
08xxxxxx

film animasi 3D “Abandoned Skies” yang menceritakan tentang seorang pilot pesawat luar angkasa yang terjebak di orbit Bumi setelah terjadi perang nuklir di permukaan. Dalam perancangan environment design, penting untuk mempertimbangkan elemen fungsional dan estetika yang meliputi faktor biotik dan abiotik. . Film pendek animasi 3D “Abandoned Skies” menggunakan teknologi motion capture yang mempermudah animator untuk menyelesaikan pekerjaannya sesuai dengan tenggat waktu yang ditentukan. Perancangan shot akan dibuat dengan berbagai macam teori seperti teori angle, kamera, depresi, hingga ekspresi untuk membantu dalam pembuatan perancangan shot.

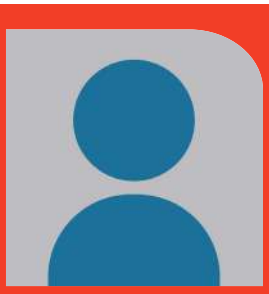
Better Tomorrow

by ***Andre Putra Irawan (00000036999), Grevance Miguel (00000037594), Neilson Jovian Ivander (00000037301), Nathanael Kevin Santoso (00000037612)***



Contact

@student.umn.ac.id
@gmail.com
08xxxxxx



Contact

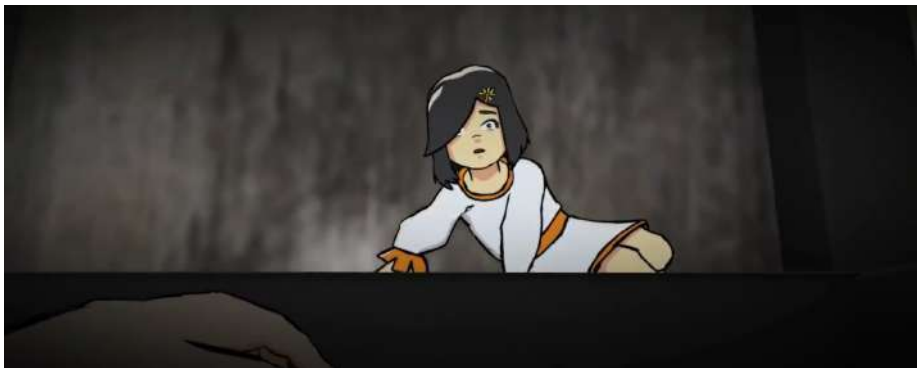
@student.umn.ac.id
@gmail.com
08xxxxxx

Contact

@student.umn.ac.id
@gmail.com
08xxxxxx

Contact

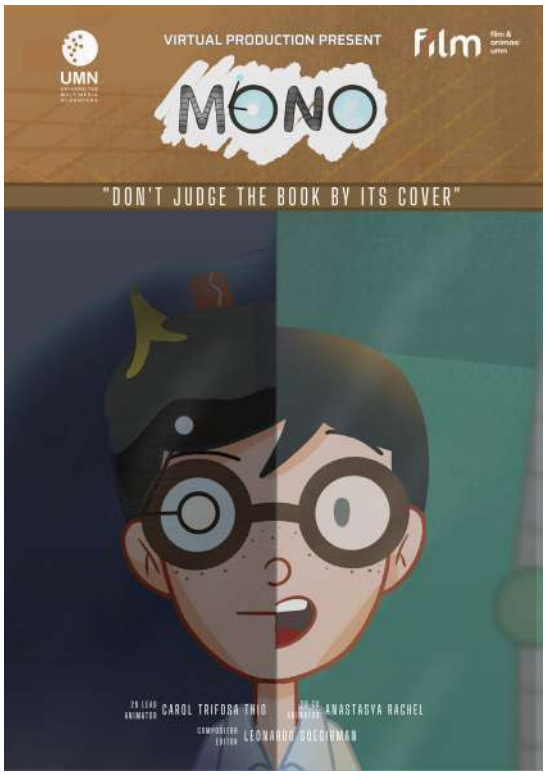
@student.umn.ac.id
@gmail.com
08xxxxxx



Animasi atau film live action bisa menunjukkan perubahan masa dari seorang tokoh tergantung dari alur cerita yang ingin disampaikan. Hal tersebut bisa dilihat dari segi fisik dan sifat yang dimilikinya. Film animasi hybrid ”Better Tomorrow” memperlihatkan perubahan tokoh utama dari umur 10 tahun hingga remaja berumur 16 tahun. Metode penelitian yang diterapkan dihubungkan dengan perubahan masa character design tokoh utama dari segi 3-Dimensional Character, proporsi dan fitur wajah, kostum dan properti. Hybrid merupakan penggabungan dua atau lebih konsep film yang berbeda. Penggunaan teknik hybrid dapat diterapkan ke dalam berbagai macam genre film. Kelompok akan membuat film dengan teknik hybrid dengan genre romansa keluarga yang direalisasikan dengan tanpa adanya dialog,

MONO

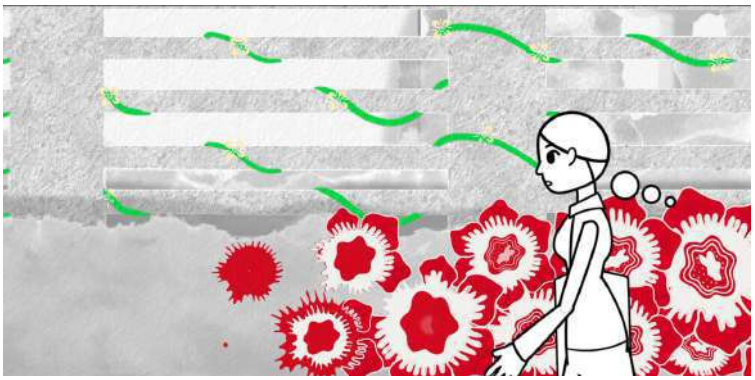
by ***Leonardo Soegirman(00000036349), Carol Trifosa Thio(00000036399), Anastasya Rachel(00000036401)***

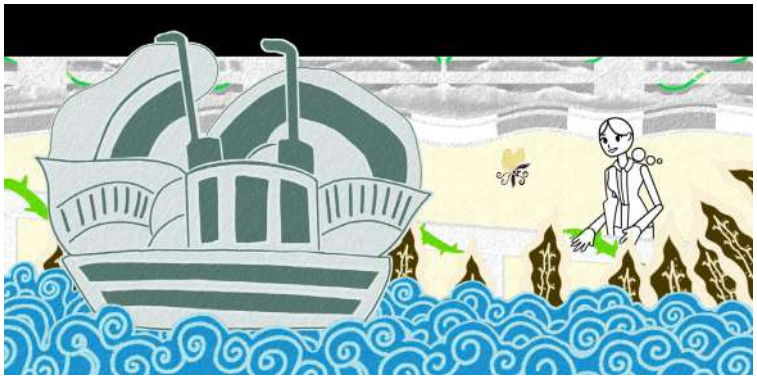


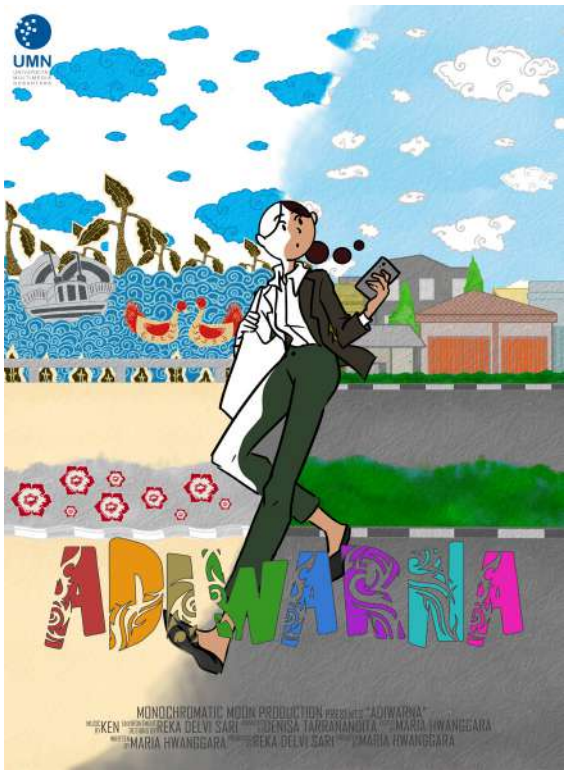
Penulis sebagai storyboard artist menghasilkan sebanyak 176 shot untuk storyboard animasi pendek "MONO". Penulis membahas 2 shot yang menggambarkan konflik dan resolusi berdasarkan teori yang diterapkan, sehingga bisa menghasilkan pesan dari shot tersebut sesuai alur cerita. Kedua shot dari scene 4 shot 9 dan scene 6 shot 72 memiliki tahap pembuatan yang sama yaitu dari sketsa dan penggunaan value untuk menentukan foreground, midground, dan background. Berdasarkan teori dan sinopsis cerita scene 4 shot 9 menggambarkan karakter Mono yang mengalami penindasan oleh Ryan dan Steve, sedangkan scene 6 shot 72 menggambarkan Ryan dan Steve mengalami karma dan dipermalukan di depan banyak orang. Oleh karena itu, penulis membuat shot design sesuai dengan teori yang ditentukan seperti makna dari angle dan type of shots, serta komposisi yang digunakan di tiap shot dalam storyboard animasi pendek "MONO".

Adiwarna

by ***Denisa Tarranandita (00000035049), Reka Delvi Sari (00000034795), Maria Dita Hwanggara (00000036909)***



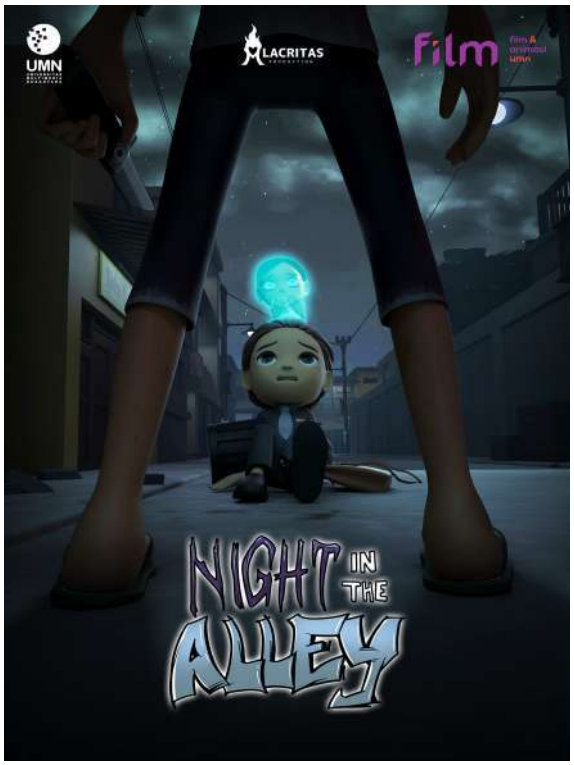




Ada banyak faktor yang membuat film menjadi menarik salah satunya adalah shot design. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan analisa perancangan shot dari film Adiwarna yang menunjukkan foreshadowing. Adiwarna merupakan karya yang dibuat sebagai subjek penulisan skripsi ini yang berupa film animasi pendek dua dimensi. Teori utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori foreshadowing, tipe shot, dan komposisi. Foreshadowing merupakan alat literasi yang dimanfaatkan untuk memberi petunjuk atau indikasi dari kejadian yang akan datang pada cerita (Deguzman, 2022). Setelah dilakukan penelitian dan analisis, didapatkan kesimpulan bahwa foreshadowing yang ditunjukkan dalam film Adiwarna merupakan foreshadowing tidak langsung. Foreshadowing pada film ini ditunjukkan ada yang dari aksi karakter dan juga setting. Pada perancangan shotnya juga menggunakan beberapa prinsip komposisi, seperti aspect ratio, rule of thirds, dan Hitchcock's rule.

Night in the Alley

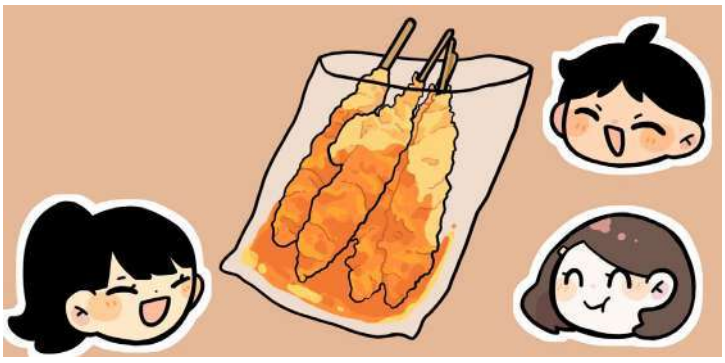
by ***Nadien Anandi (00000033873), Kenley Jonathan (00000033847), Gishella Amadea Hentya Tanojo (00000034050), Vincent (00000034249)***

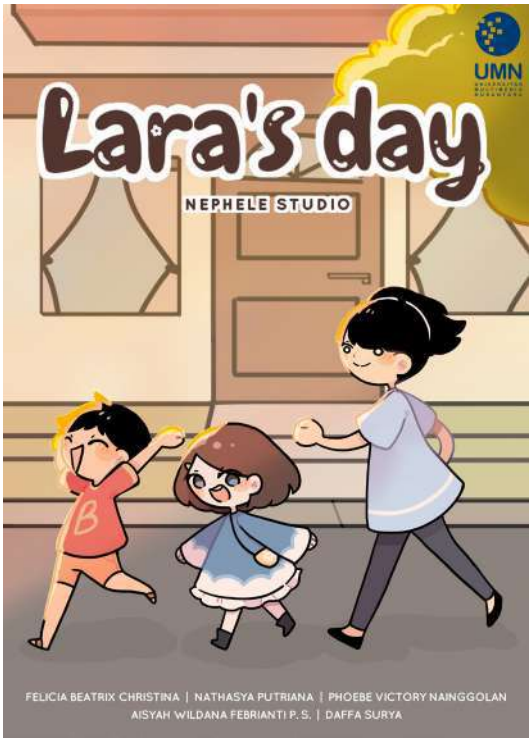


"Night in the Alley" adalah sebuah film pendek berformat hybrid animation dengan animasi 3D sebagai bentuk utamanya. Film ini memiliki sub genre crime thriller. Gagasan yang ingin ditampilkan dalam film ini adalah ketakutan, ketegangan, dan bahayanya situasi perampokan. Ketegangan yang dimaksud adalah ketegangan karena nyawa tokoh utama yang hampir terancam karena perampokan. Untuk menampilkan gagasan tersebut dalam perancangan shot storyboard, diperlukan komposisi yang tepat serta penggunaan teori camera shot, angle, dan movement yang dapat memvisualkan sub genre tersebut.

Lara's Day

by ***Phoebe Victory Nainggolan (00000034879), Nathasya Putriana (00000041916), Felicia Beatrix Christina (00000035051)***



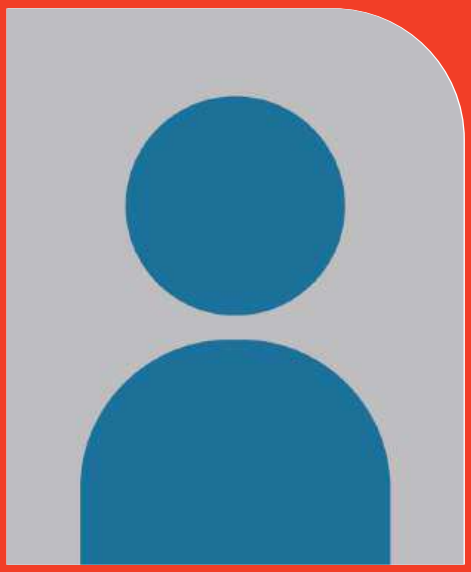


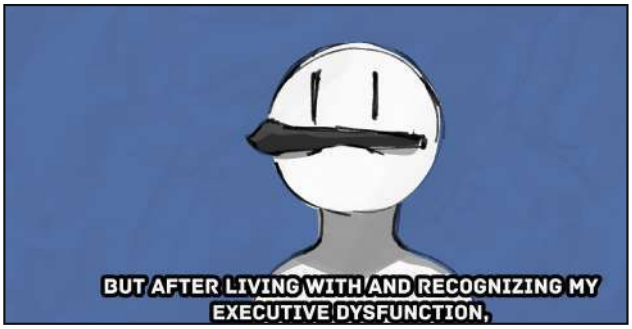
Salah satu unsur penting dalam sebuah cerita animasi adalah tokoh yang akan membawa isi ceritanya. Perancangan desain pada tokoh terlibat kepada fisik, psikologi/ watak, dan background social tokoh, dimana pada penulisan ini akan menganalisis pembuatan visual tokoh utama bernama Lara pada animasi 2D Lara's Day. Analisa menggunakan metode kualitatif dimana penulis membuat dan melakukan observasi terhadap karakteristik visual Lara memakai beberapa teori yang penulis ambil. Teori yang penulis gunakan adalah teori estetik visual, teori apa itu cultural shock dan bagaimana pengaplikasiannya kepada tokoh, serta teori Three Dimensional Character meliputi fisik; psikologi; dan sosiologi tokoh Lara. Analisis meliputi bagaimana perasaan cultural shock dapat membuat sifat tokoh Lara yang akan dirancang pada penggunaan bentuk dasar, simbolisasi warna, dan pakaian yang dikenakan.

Executive Dysfunction Stunlocked by The Self

by ***Joseph Amadeus Bustami (00000041105)***

Skripsi ini mengeksplorasi penggunaan motion graphic sebagai alat pembelajaran berbasis visual untuk membantu pemahaman topik-topik sulit seperti ADHD dan disfungsi eksekutif. Animasi dan motion graphic menyajikan pilihan yang menarik dan mudah diakses untuk menjelaskan konsep-konsep ini. Melalui penggunaan teori komposisi, animasi dan motion graphic dapat secara efektif menyampaikan ide-ide abstrak dengan cara yang lebih mudah dicerna. Tesis ini menunjukkan keefektifan motion graphic, dengan fokus pada ADHD dan disfungsi eksekutif, serta menyoroti bagaimana prinsip-prinsip seperti hierarki visual dan pengaturan waktu dapat meningkatkan retensi audiens dan pemahaman topik.





“The Sewer”

by ***Brigita Cindy Beavis (00000034700), Angelica Eunice (00000034852), Caroline Lidwina (00000035154), Ferdy Setiawan (00000035156), Gabriela Angelica (00000034661)***

Contact
@student.umn.ac.id
@gmail.com
08xxxxxx

Contact
@student.umn.ac.id
@gmail.com
08xxxxxx

Contact
@student.umn.ac.id
@gmail.com
08xxxxxx

Contact
@student.umn.ac.id
@gmail.com
08xxxxxx

Contact
@student.umn.ac.id
@gmail.com
08xxxxxx

“Dalam film animasi, ekspresi wajah tokoh menjadi alat yang penting untuk menyampaikan cerita dan menampilkan emosi serta sikap tokoh. Untuk bisa menganimasikan ekspresi wajah dengan baik, model 3D tokoh harus melalui proses rigging, khususnya facial rigging, yaitu pemasangan skeleton pada geometri 3D agar geometri tersebut bisa digerakkan sesuai kebutuhan animasi. Penelitian ini dilakukan untuk membuat rancangan sistem facial rig tokoh Ayu pada film The Sewer agar model 3D tokoh Ayu dapat mengakomodasi kebutuhan ekspresi wajahseperti yang ditampilkan dalam storyboard.

“Scary?”

by ***Bilqis Athya Latisha Masyhur (00000035943), Diyo Mahadan Alzulfa (00000037674), Marcella Geovanni Susanto (00000036100), Natasha Evangeline (00000035701), Krista Stephanie (00000037209)***

Contact

@student.umn.ac.id
@gmail.com
08xxxxxx

Contact

@student.umn.ac.id
@gmail.com
08xxxxxx

Contact

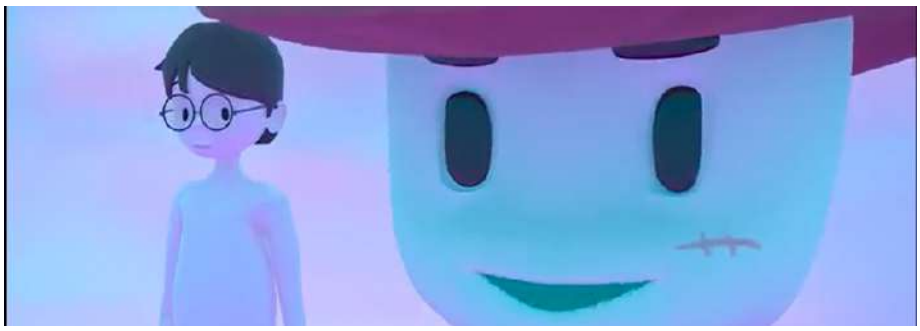
@student.umn.ac.id
@gmail.com
08xxxxxx

Contact

@student.umn.ac.id
@gmail.com
08xxxxxx

Contact

@student.umn.ac.id
@gmail.com
08xxxxxx

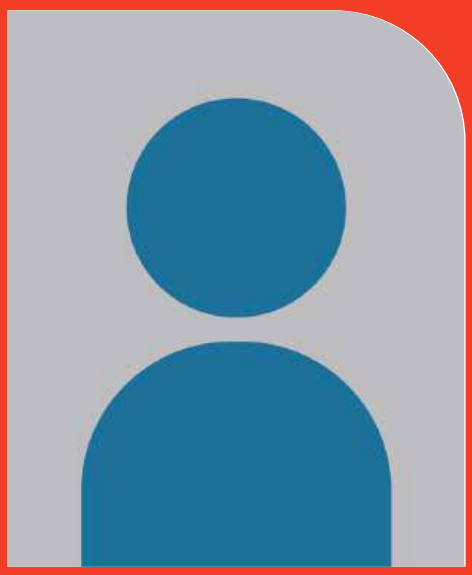


Desain shot adalah salah satu dari banyak prinsip pembuatan film yang penting untuk menciptakan narasi yang kohesif dengan cara mendikte bagaimana setiap elemen visual dalam sebuah shot yang ditampil kepada penonton. Setiap elemen visual yang dirancang memiliki tujuan tertentu dalam sebuah adegan, terutama untuk memberikan konteks kepada penonton mengenai berbagai elemen ceritaseperti emosi, tokoh dan hubungan antar tokoh. Untuk dapat memulai proses perancangan shot, sebuah storyboard perlu dibuat pada saat pra-produksi sebagai titik awal untuk membantu dalam memblok setiap shot dan adegan.

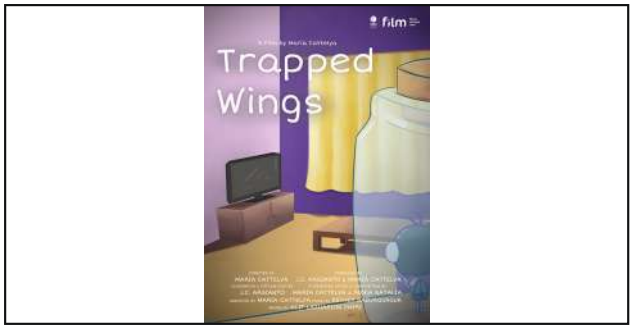
“ Trapped Wings”

by ***Maria Cattelya (00000034077)***

“Manusia sebagai makhluk sosial memiliki kebiasaan untuk membagikan cerita kehidupan yang dimilikinya. Film bisa menjadi salah satu media yang dapat digunakan untuk membagikan cerita tersebut. Trapped Wings merupakan film animasi pendek 2D yang mengangkat tema parenting. Skripsi Penciptaan ini dibuat dengan tujuan untuk menunjukkan proses perancangan tokoh film Trapped Wings secara detail. Dalam membuat tokoh film Trapped Wings, telah dilakukan observasipada beberapa media seperti film, game, dan foto masa kecil. Dapat disimpulkan three dimensionals, bentuk dasar, fitur wajah, kostum, dan warna dapat digunakan untuk membuat desain tokoh animasi secara detil, seperti pada film Trapped Wings adalah keluarga yang tumbuh secara otoriter.



Contact
@student.umn.ac.id
@gmail.com
08xxxxxxx



“Rythm of Angklung”

by ***Lafiona Grahanita Manoppo (00000034007), Clarissa Fortuna (00000034015), Amanda Gabriel (00000035003)***

Contact

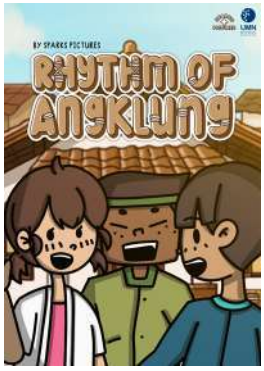
@student.umn.ac.id
@gmail.com
08xxxxxx

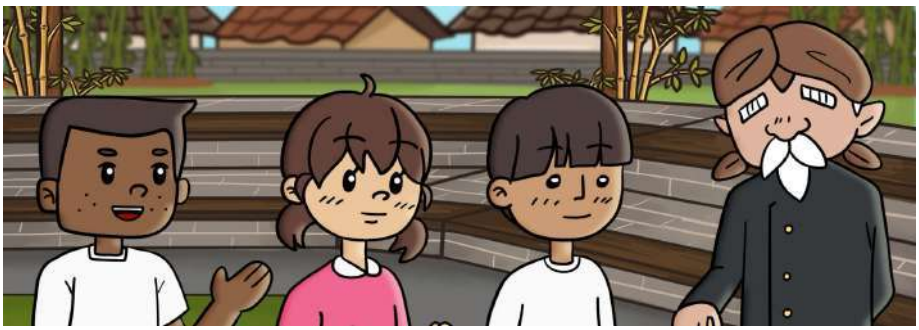
Contact

@student.umn.ac.id
@gmail.com
08xxxxxx

Contact

@student.umn.ac.id
@gmail.com
08xxxxxx





Animasi adalah media yang mampu memberikan sesuatu yang melampaui batas realita kehidupan dan dipengaruhi oleh kehidupan sekelilingnya. Salah satu aspek yang dibutuhkan oleh animasi adalah tokoh, yaitu subjek penggerak animasi yang memerlukan wujud dan latar belakang ceritanya. Proses rancangan tokoh sendiri terbagi atas rancangan tokoh melalui wujud dan melalui sifat tertentu yang kemudian dikaitkan dengan cerita. Wujud tokoh bisa dirancang melalui bentuk, warna, dan kostum yang menyesuaikan latar belakangnya. Sedangkan sifat tokoh bisa dirancang melalui tridimensional tokoh dan teori enam belas tipe kepribadian. Penerapan teori ini dapat digunakan dalam film animasi 2D yang berfokus dalam merancang tokoh.

“Ayu (Adjektiva)”

by ***Laurensius Dimas Kresnadi (00000034094), Nicholas Frederico Dwi Putra (00000034772), Nakeia Menur Rizkytabina (00000034589), Nikolas Nathan Limarga (00000034320)***

Contact

@student.umn.ac.id
@gmail.com
08xxxxxx

Contact

@student.umn.ac.id
@gmail.com
08xxxxxx

Contact

@student.umn.ac.id
@gmail.com
08xxxxxx

Contact

@student.umn.ac.id
@gmail.com
08xxxxxx

Kualitas suatu film didukung oleh penyusunan Mise-en-scene yang baik, karena mencakup apa yang dapat dilihat penonton dan bagaimana cara mengajak penonton untuk melihat isi konten yang ingin kita perlihatkan. Perancangan laporan ini menunjukkan perbandingan kamar Ayu dan ruangan di House Party yang meliputi lorong rumah, ruang pesta dan ruang tamu dari segi ukuran, warna dan bentuk. Pembuatan set dan properti dalam dalam film 3D animasi “Ayu (Adjektiva)” didukung oleh 3 teori utama yaitu teori bentuk, teori warna dan teori ruang.

“52 Hz”

by ***Felix Ezra Supriadi (00000036462), Felisitas Alda Faustina (00000033976), Nasya Hikari Vania (00000033768)***

Contact

@student.umn.ac.id
@gmail.com
08xxxxxx

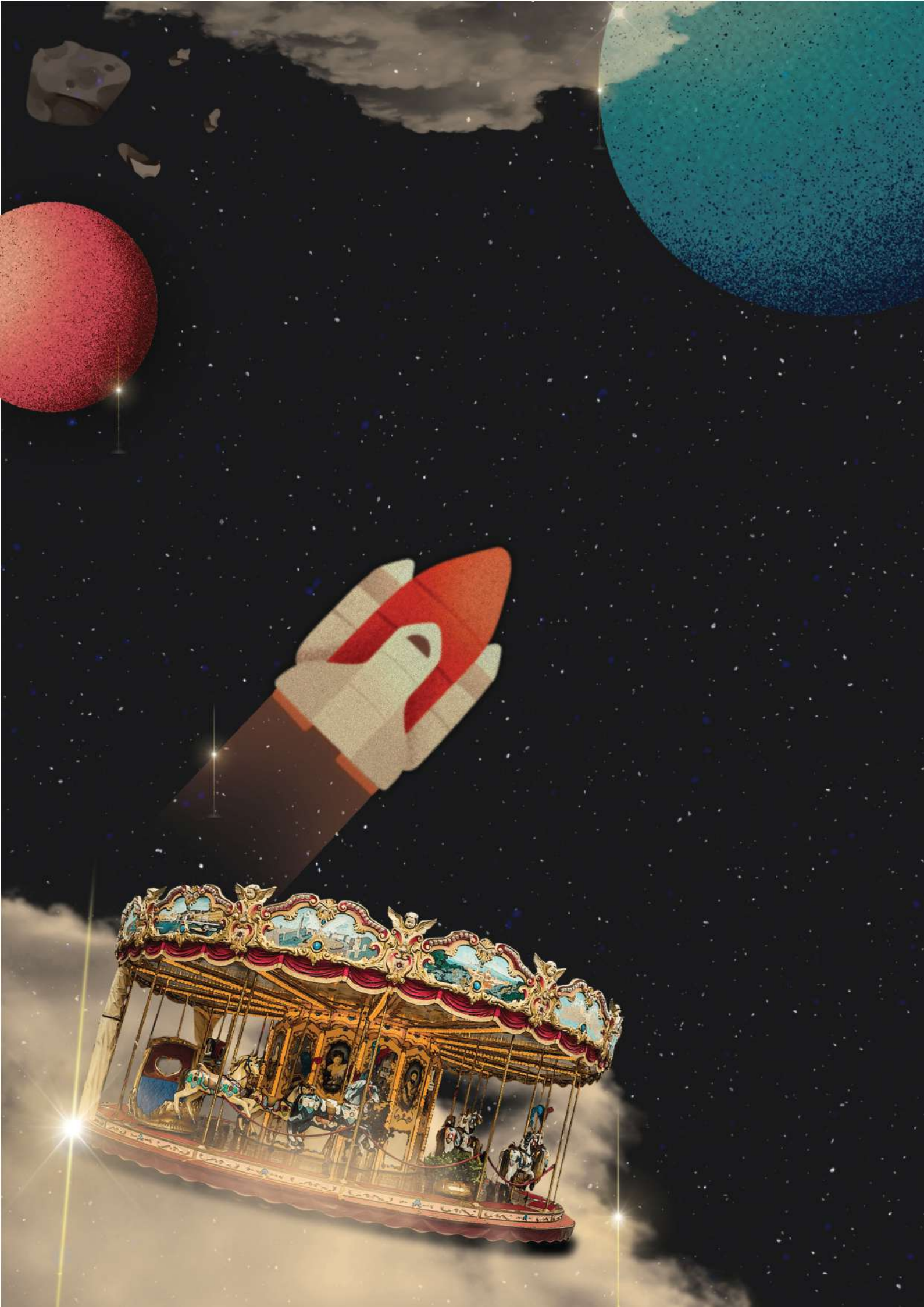
Contact

@student.umn.ac.id
@gmail.com
08xxxxxx

Contact

@student.umn.ac.id
@gmail.com
08xxxxxx

Dalam tahapan proses produksi film khususnya animasi, umumnya melewati 3 proses utama yaitu tahapan pra-produksi, tahap produksi dan tahap pasca produksi. Setiap tahapan berperan penting dan melengkapi satu sama lain. Namun dari seluruh tahapan, proses produksi tidak dapat langsung di gabungkan menjadi 1 film yang utuh. Oleh karena itu pada tahap pasca produksi terdapat proses compositing yang berfungsi merubah bahan mentah hasil produksi menjadi siap untuk digabungkan menjadi satu. Pada film berjudul 52 Hz ini.

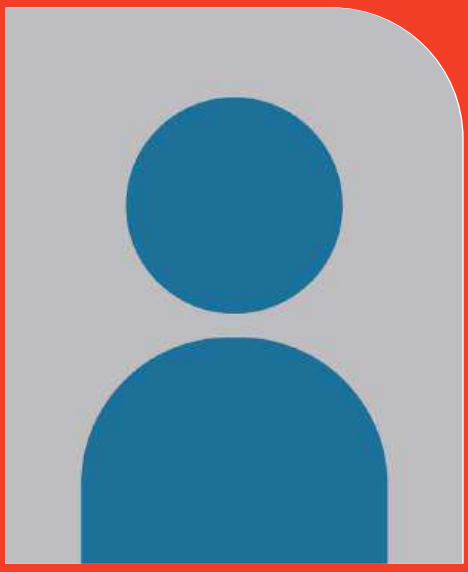


ARSITEKTUR
Architectural Design

Judul Karya

by ***Yosua Viensen (00000020635)***

Setiap tahun, tingkat perceraian di Indonesia semakin tinggi, seperti pada tahun 2022 telah meningkat lebih dari lebih dari 15% dibandingkan 2021, dan 2021 meningkat lebih dari 50% dibanding 2020. Tentunya, selain berdampak pada psikologis pasangan yang terlibat, perceraian juga berdampak ke psikologis pada perkembangan anak, khususnya ketika orang tua tidak mengkomunikasikan perceraiannya dengan baik. Menurut Dr. Lidya Heryanto, ketika perceraian tidak dikomunikasikan dengan baik pada anak, anak cenderung akan menyalahkan diri sendiri dan muncul sifat agresif/depresif, sedangkan jika dikomunikasikan dengan baik, sifat itu akan hilang dan emosi akan lebih stabil. Anak yang memiliki hubungan komunikasi yang sehat dengan keluarga akan cenderung lebih mudah menerima dan mengerti tentang permasalahan besar pada keluarga, seperti perceraian. Kurangnya komunikasi pada masalah tersebut dapat menimbulkan dampak buruk pada psikologi dan perkembangan anak. Karena itu, orang tua membutuhkan sebuah situs agar dapat memahami cara mengkomunikasikan perceraian pada anak dengan benar.

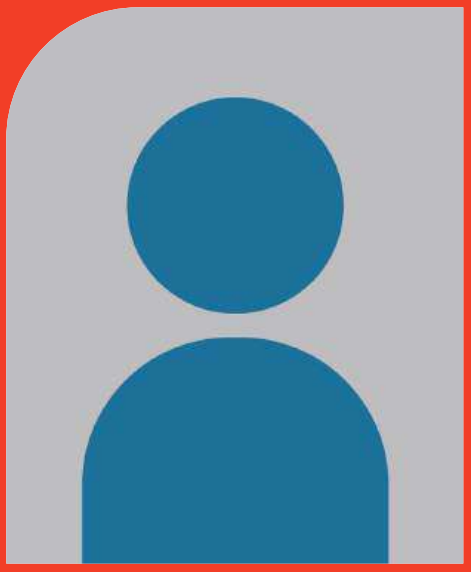


Contact

yosua.veinsen@student.umn.ac.id
081299399085

Perancangan Pasar Jiung Dengan Pendekatan Konsep Betawi Sebagai Ruang Publik di Kemayoran, Jakarta

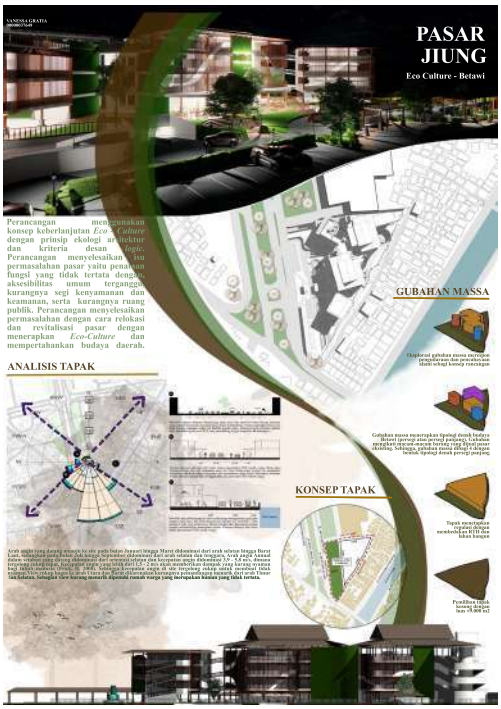
by *Vanessa Gratia (00000037649)*



Contact

vanessa.gratia@student.umn.ac.id
082179850886

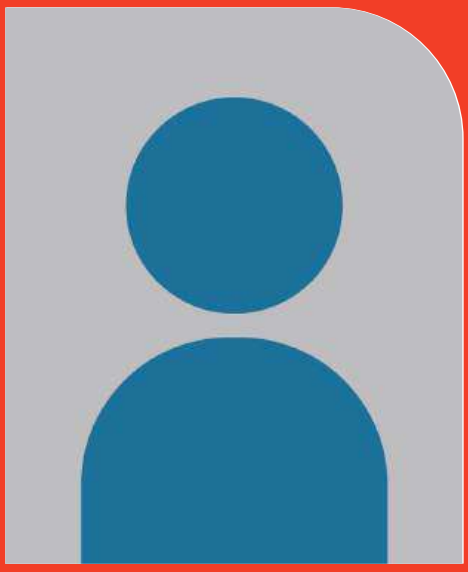
Pasar menjadi salah satu prasarana ruang terbuka publik bagi masyarakat dalam meningkatkan perekonomian, sosial, dan perkembangan kota. Pasar Jiung menjadi salah satu pasar tradisional di Kemayoran Jiung sebagai tempat perekonomian dan tempat perayaan hari raya Jakarta, namun sekarang pasar menjadi tempat perekonomian saja. Permasalahan pada Pasar Jiung menjadi pertimbangan untuk merancang kembali pasar dengan kualitas yang baik. Perancangan bertujuan untuk meminimalkan adaptasi pengguna terhadap behavior setting akan aktivitas fenomena sosial dan pembentukkan fisik (physical setting) Pasar Jiung. Perancangan relokasi dan revitalisasi Pasar Jiung Kemayoran bertujuan untuk menyelesaikan masalah dan menciptakan ruang publik dalam memunculkan aktivitas sosial. Perancangan ini bertujuan meningkatkan perekonomian, sosial, dan budaya, serta mengurangi adatapsi penghuni atau warga akan kehadiran lapak pasar. Perancangan mengembalikan identitas budaya lokal Betawi dengan penerapan tipologi dan penyediaan ruang akan kebutuhan kebiasaan masyarakat Kemayoran.



Perancangan Kampung Susun Gang Langgar Melalui Interaksi Sosial di Kemang, Jakarta

by ***Michael Putra Pratama Lionan (00000037236)***

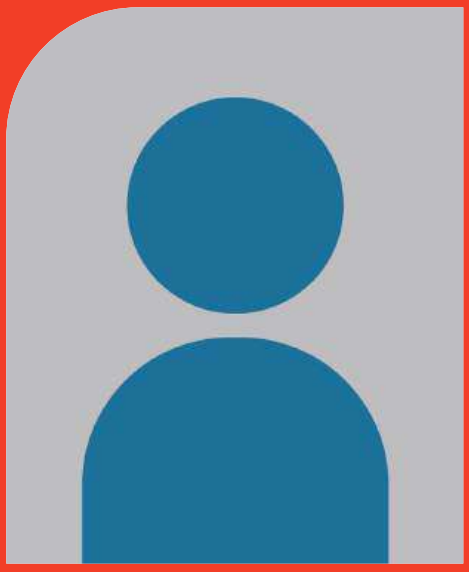
Gang Langgar merupakan kampung kota yang terhimpit di antara kompleks perumahan dan Kemang Village. Oleh sebab itu, Gang Langgar memiliki masalah keterbatasan lahan. Keterbatasan lahan tidak hanya mempengaruhi bentuk fisik Gang Langgar, tetapi juga pola interaksi sosial penduduk. Kurangnya ruang publik menyebabkan penduduk menggunakan gang sebagai wadah untuk melakukan interaksi sosial. Keterbatasan lahan juga mempengaruhi kualitas hidup penduduk sekitar. Penulis melakukan penelitian dengan metode korelasi dan indikator keberhasilan ruang publik untuk mengetahui pola interaksi sosial dan kualitas ruang publik pada Gang Langgar. Hasil penelitian tersebut menjadi landasan dalam memahami permasalahan yang ada dan dasar dalam merancang ulang Gang Langgar. Perancangan kawasan berfokus dalam meningkatkan dan memaksimalkan kualitas hidup penduduk Gang Langgar. Harapannya, perancangan kawasan beserta lima fungsi baru pada Gang Langgar dapat meningkatkan kualitas ruang publik dan kualitas hidup penduduk.



Contact
michael.putra1@student.umn.ac.id
082271733333

Perancangan Koridor Publik Komersial JL. Lontar Raya

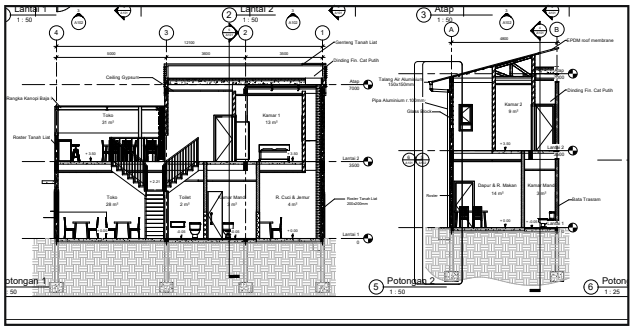
by ***Jane Isabella Titoi (00000036036)***

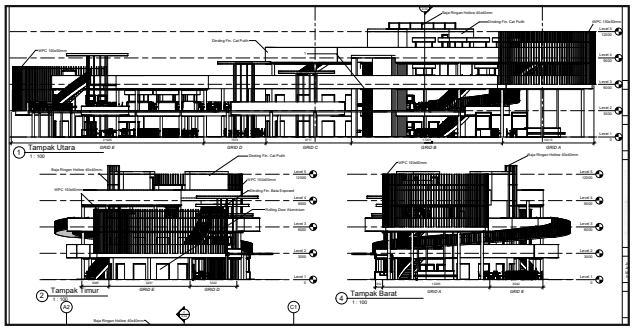


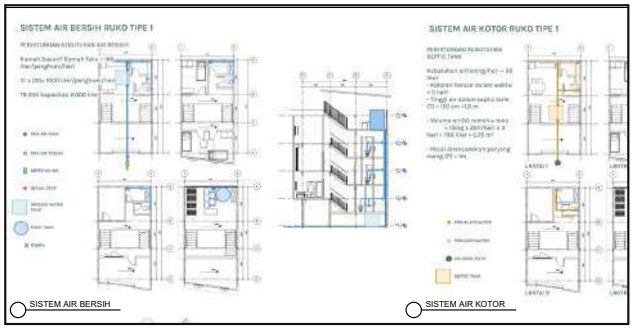
Contact

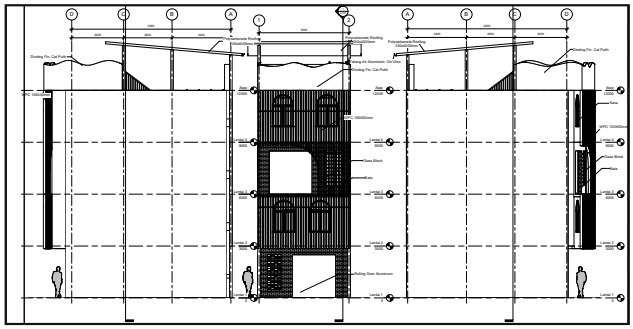
jane.isabella@student.umn.ac.id
08998889937

Jl. Lontar Raya mengalami transformasi aktivitas komersial yang berkebalikan dengan koridor lain di Tanah Abang. Aktivitas komersial malam hari meningkat di Jl. Lontar Raya, sebaliknya menurun drastis di koridor lain. Transformasi aktivitas menciptakan potensi sebagai koridor komersial yang hidup dan menarik. Namun, aktivitas komersial meluas ke bahu jalan dan bangunan non-komersial sehingga menghambat sirkulasi. Oleh karena itu, penelitian bertujuan mengkaji keterhubungan pelaku, aktivitas, ruang, dan waktu pada koridor publik komersial Jl. Lontar Raya. Penelitian menggunakan metode korelasi dengan strategi relationship studies untuk mengkaji pola dan hubungan antar variabel. Pengolahan variabel menunjukkan pola aktivitas koridor publik yang muncul dari hubungan antar variabel. Penelitian akan mengkaji pola hasil analisis terhadap 4 indikator koridor publik komersial yaitu keanekaragaman fungsi, lebar jalan, rasa aman bagi pengguna, dan permeabilitas bangunan. Tujuan perancangan adalah mengatasi isu sirkulasi dan keterbatasan ruang aktivitas komersial.





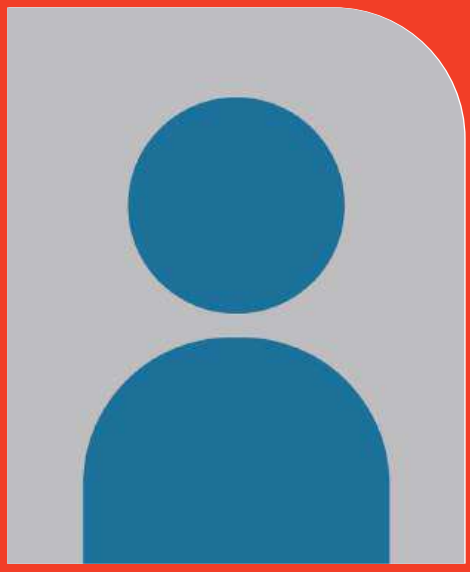




Perancangan Kawasan Edukasi Dengan Implementasi Standar Ruang dan Kualitas Ruang Perpustakaan di Kecamatan Tangerang

by ***Jonathan Danilo Alvar (00000032570)***

Kecamatan Tangerang diproyeksikan sebagai pusat kota sekaligus pusat pemerintahan Kota Tangerang, yang pada saat ini mengalami stagnansi perkembangan. Terdapat sejumlah kekurangan dan isu pada Kecamatan Tangerang, terutama pada Kelurahan Babakan yang dilewati salah satu jalan arteri utama yang menghubungkan Kecamatan Tangerang dengan kawasan- kawasan metropolitan lain sekitarnya seperti Kota Tangerang Selatan dan Jakarta Barat. Standar ruang dan kualitas ruang perpustakaan menjadi salah satu parameter praktik yang penulis terapkan selama proses perancangan, baik pada bangunan perpustakaan maupun pada bangunan-bangunan lain yang termasuk ke dalam proposal kawasan pendidikan. Perancangan kawasan pendidikan berusaha menjawab isu dan identitas kawasan, terutama di Kelurahan Babakan di mana terjadi transisi kawasan antara kota baru dan kota lama Tangerang. Hasil penelitian dan perancangan penulis mengungkapkan perlunya korelasi antara arsitetktur dengan aspek kehidupan lain terutama yang berkembang di masyarakat sekitar, supaya hasil perancangan dapat menjawab kebutuhan

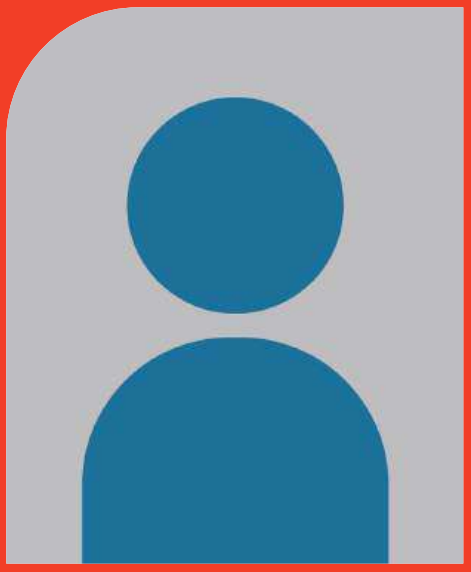


Contact

jonathan.danilo@student.umn.ac.id
087780516076

Perancangan Intervensi Pelestarian dan Peningkatan Tri Hita Karana di Kawasan Ubud Center

by ***Michael Christian (00000037398)***



Contact

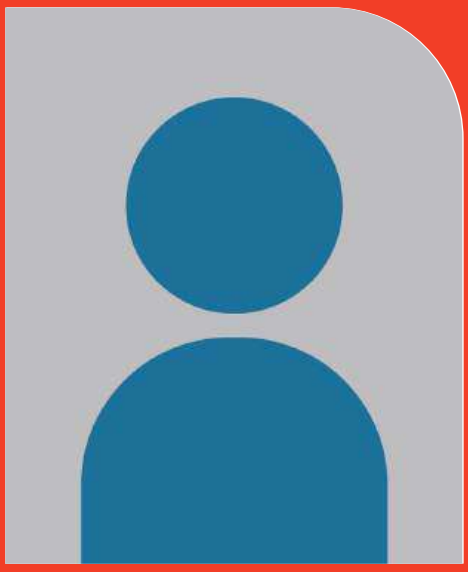
michael.christian@student.umn.ac.id
081257758188

Ubud Center merupakan kawasan yang berjiwa ruang sakral. Perencanaan dan pengembangan kawasan kota Ubud, Bali berlandaskan Tri Hita Karana yang merupakan spirit of place lokalitas dari kepercayaan dan budaya yang menyatu. Sampai saat ini, landasan tersebut telah membentuk hubungan ruang yang menitikberatkan keharmonisan interaksi antara ruang bagi kehidupan manusia, lingkungan, dan Ketuhanan seperti kosmos ruang. Namun, pesatnya perkembangan kawasan Ubud sebagai destinasi wisata memungkikan pergeseran atau lunturnya Tri Hita Karana yang menjadi karakteristik identitas sakral Ubud (place branding). Studi ini menghasilkan proposal rancangan alternatif dengan pendekatan fenomenologi untuk melestarikan dengan bertransformasi membingkai ulang esensi Tri Hita Karana melalui hubungan ruang dan arsitektur terhadap perkembangan kawasan Ubud. Penerapan elemen arsitektur pada rancangan ini berdasarkan tri mandala dan tri angga sehingga perancangan intervensi dapat melestarikan dan meningkatkan nilai-nilai Tri Hita Karana.

Judul Karya

by ***Valencia (00000034602)***

Perubahan iklim dan pemanasan global merupakan permasalahan lingkungan yang sering dibahas akhir-akhir ini. Green Building merupakan sebuah pendekatan pada perancangan yang meminimalkan efek berbahaya pada lingkungan dan manusia. Pendekatan green building memiliki beberapa strategi yang berbeda. Pada perancangan ini penulis menerapkan strategi green building dari EDGE. EDGE memiliki 2 strategi utama untuk menerapkan green building yaitu strategi pasif desain dan strategi aktif desain. Strategi pasif desain memiliki beberapa aspek yaitu; Window-to- Wall Ratio, orientasi bangunan, ventilasi, shading, penghematan sistem pendingin ruangan, dan dinding eksterior pemantul cahaya. Strategi aktif desain memiliki beberapa aspek yaitu; solar panel, teknologi sensor. Hasil penelitian menunjukan penggunaan energi bangunan eksisting yang belum sesuai standar. Hasil perancangan diharapkan dapat menjadi solusi dari isu dan permasalahan yang telah diteliti sebelumnya. Perancangan shopping mall menggunakan pendekatan green building untuk dapat meminimalkan penggunaan energi.

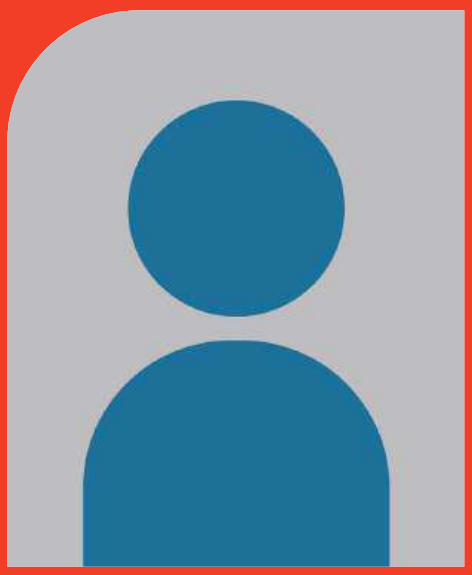


Contact

valencia1@student.umn.ac.id
087877807308

Judul Karya

by ***Regina Sephia Karim (00000042086)***



Contact

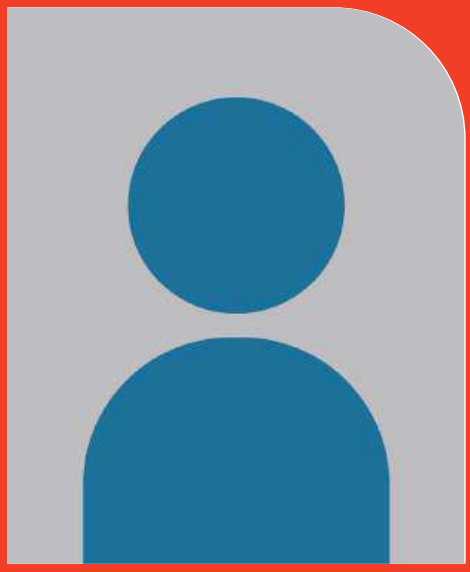
regina.sephia@student.umn.ac.id
081296658293

Abstrak karya TA mahasiswa tingkat akhir

Perancangan Sekolah Alternatif Di Kelurahan Pisangan

by ***Shalika Khanum (00000032700)***

Kelurahan Pisangan memiliki banyak potensi untuk dapat bekerja sama dalam program sekolah alternatif. Sekolah Alternatif diperlukan untuk memberikan kesempatan belajar pada siswa dengan ekonomi lemah. Sekolah ini akan berfokus pada pengembangan skill siswa berdasarkan kebutuhan siswa dengan memanfaatkan sumber daya sekitar tapak. Sekolah Alternatif dapat menjadi wadah untuk pembelajaran maupun interaksi antara siswa dan masyarakat sekitar Kelurahan Pisangan dalam berinovasi.Pengembangan skill ini diharapkan dapat membantu siswa dalam meningkatkan nilai ekonomi. Sekolah alternatif pada Kelurahan Pisangan menerapkan konsep ekonomi sirkular dimana siswa belajar mengintegrasikan aliran sumber daya alam seperti sungai, air hujan, tanah, dan limbah untuk menciptakan sistem bangunan dan ekonomi yang mandiri. Konsep ekonomi sirkular ini dapat diaplikasikan pada rancangan dengan memanfaatkan alam sekitar, bekerjasama dengan masyarakat sekitar dalam program pendidikan sekolah, dan pengolahan limbah untuk digunakan kembali sebagai material bangunan sekolah.

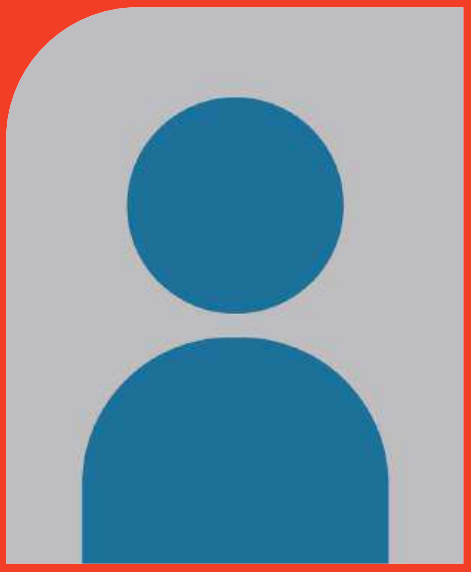


Contact

shalika.khanum@student.umn.ac.id
081391098913

Penerapan Teori Orientasi Public Circulation Space Pada Perancangan Shopping Centre

by *Wafa Nurizzati Asyfa (00000033358)*



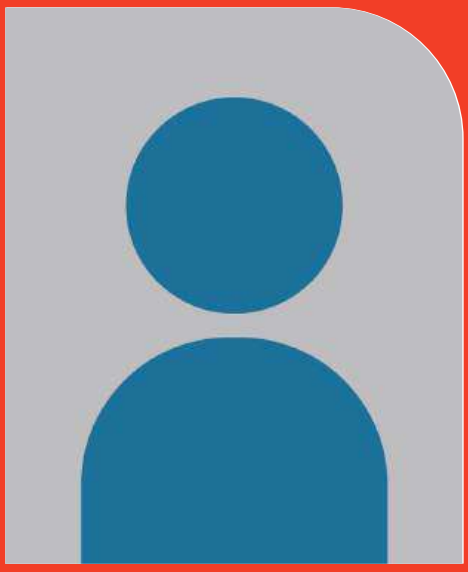
Contact
wafa.nurizzati@student.umn.ac.id
081283426869

Kenyamanan bersirkulasi dalam berbelanja merupakan salah satu aspek penting dalam mendesain sebuah shopping centre. Dalam hal ini, terdapat beberapa faktor yang dapat menjadi keberhasilan dalam pencapaian kenyamanan dalam berjalan pada sebuah shopping centre. Pada perancangan ini menggunakan teori sirkulasi kualitatif dalam desainnya. Terdapat beberapa parameter yang telah disesuaikan dan digunakan dalam perancangan shopping centre ini diantaranya ada sebuah identitas sirkulasi, penusunan ruang, kenyamanan lingkungan ruang pendingin, maintennance dan penciptaan pengalaman positif. Penggunaan parameter ini bertujuan untuk membenahi sebuah mall yang terdapat di daerah Karang Tengah Tangerang, sehingga dapat menjadi mall yang lebih baik.

Judul Karya

by ***Ghani Venaziz (00000033161)***

Abstrak karya mahasiswa belum ada

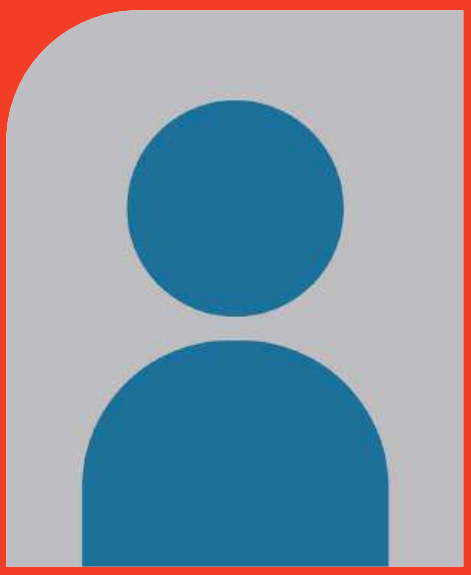


Contact

ghani.venaziz@student.umn.ac.id
081213334595

Perancangan Pusat Komersial Dengan Konsep Experstyle di Kawasan East BSD

by ***Anjanette Lidwina Stephany (00000035727)***



Contact

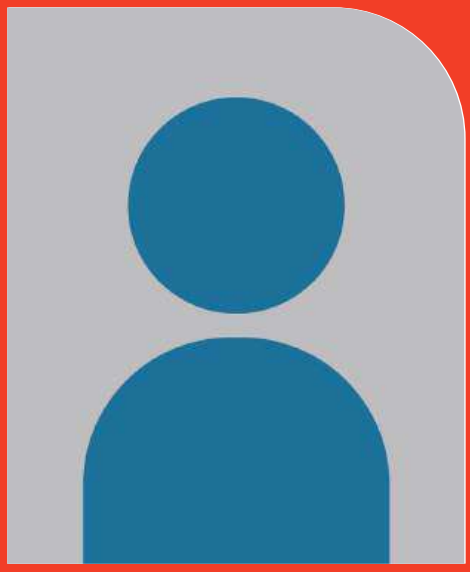
anjanette.lidwina@student.umn.ac.id
085211648352

Nick Interior merupakan salah satu merek sprei yang berdiri di Indonesia sejak 1992. Karena sudah berdiri sejak lama, identitas visual Nick Interior terkesan kuno dan masyarakat sering memispresepsikan merek Nick Interior sebagai sebuah merek jasa desain interior atau penjual perabot. Namun, ditengah era digital ini, Nick ingin mengembangkan bisnisnya secara digital melalui sosial media sehingga terjadi perubahan target pasar. Oleh karena itu, perancangan identitas visual Nick Interior perlu dilakukan untuk memberikan presepsi yang sesuai dengan citra dan target yang tepat. Penulis melakukan perancangan ulang visual Nick Interior yang dapat menyampaikan value dari merek itu sendiri. Dalam perancangan ini terbentuk big idea yaitu “Your Sleeping Pleasure” yang memiliki makna bahwa Nick akan terus memberikan kepuasan dan kenyamanan sebagai pilihan kebutuhan tidur konsumennya. Adapun harapannya perancangan identitas visual ini dapat memberikan presepsi yang sesuai dan meningkatkan brand awareness.

Perancangan Wellness Center Berbasis Socio-Activity untuk Mewadahi Indoor Outdoor Activity Masyarakat Katulampa Bogor

by ***Isabelle Clairine Lukita (00000037299)***

Tuntutan akan tersedianya fasilitas yang dapat mewadahi aktivitas masyarakat Kelurahan Katulampa menjadi hal yang perlu untuk di tindak lanjuti. Kebutuhan masyarakat Kelurahan Katulampa akan sebuah ruang beraktivitas yang nyaman dan aman nyatanya belum terwadahi dengan maksimal. Fasilitas yang tersedia dianggap masih minim dan bahkan masuk dalam kategori buruk menurut pendapat warga di salah satu perumahan yang terletak di Kelurahan Katulampa.Tujuan awal pengembang untuk dapat menciptakan kawasan bermukim dengan keunggulan mudahnya akses pada berbagai fasilitas umum faktanya masih belum terlaksana. Tujuan dari penelitian dan perancangan ini adalah untuk mengetahui kualitas lingkungan dan kebutuhan masyarakat sekitar serta merancang “wellness center” dengan berbagai sarana olahraga dan ruang komunitas yang mewadahi berbagai aktivitas sehari-hari masyarakat Kelurahan Katulampa. Bangunan ini menerapkan konsep “connected community” untuk menghubungkan olahraga dan kegiatan masyarakat dengan ruang publik dan lingkungan yang lebih baik melalui perencanaan kegiatan, distribusi dan tata ruang.



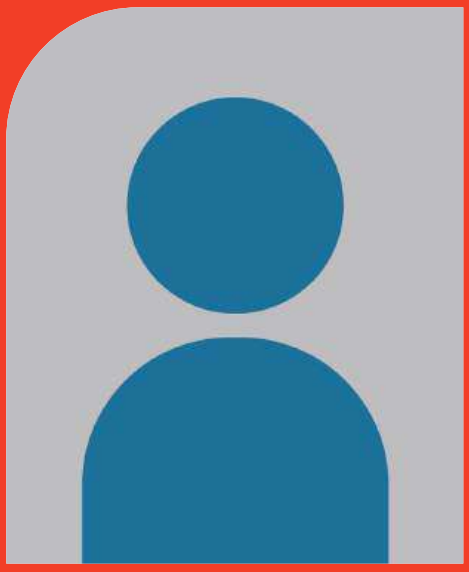
Contact

isabelle.clairine@student.umn.ac.id

087720818225

Perancangan Pasar Kutabumi Berdasarkan Konfigurasi Arsitektur Hubungan Ruang dalam Pasar dengan Area Luar dan Pola Aktivitas

by ***Albertto Christoffer (00000028143)***

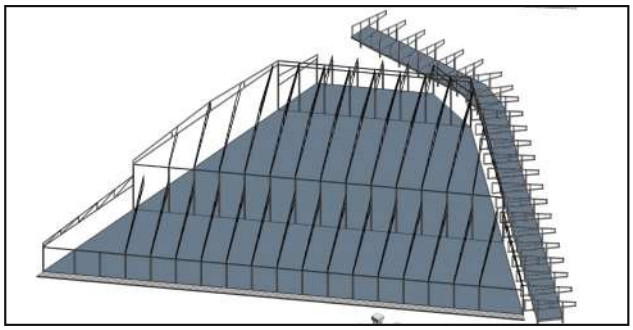


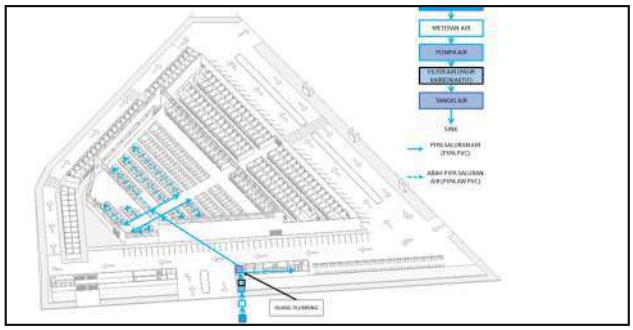
Contact

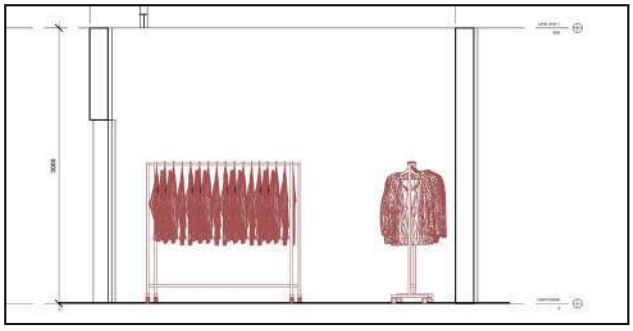
albertto.christo er@student.umn.ac.id

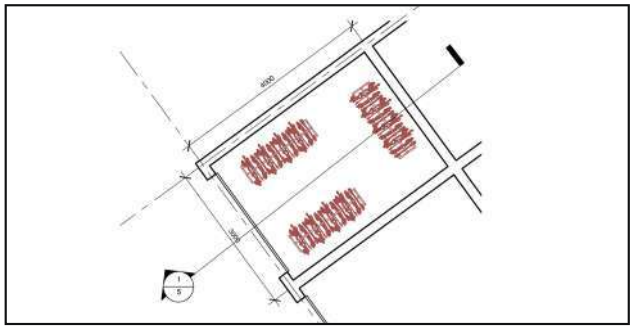
095343192160

Pasar tradisional merupakan salah satu unsur kota yang penting untuk melihat pengaruh terhadap karakteristik kota. Kondisi pasar tradisional dapat dilihat dari unsur fisik yang ada dengan pola aktivitas pedagang dan pengunjung. Salah satu pasar tradisional yang akan menjadi pembahasan dalam penelitian adalah Pasar Kutabumi. Pasar Kutabumi yang berdiri sejak tahun 2002 dan telah mengalami perubahan fisik bangunan yang berdampak pada lingkungan sekitar. Perubahan kondisi di Pasar Kutabumi menimbulkan masalah bagi para pedagang dan pengunjung yang merasa tidak nyaman beraktivitas pada ruang dalam pasar dan ruang luar Pasar Kutabumi. Namun, perubahan Pasar Kutabumi juga memberikan dampak bagi lingkungan sekitarnya, terutama para pedagang dan pengunjung yang berada di area luar dan ruang pasar Pasar Kutabumi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa saja konfigurasi arsitektur yang berpengaruh terhadap Pasar Kutabumi. Hasil penelitian yang diperoleh menganalisis konfigurasi ruang pasar untuk pedagang dan pengunjung di Pasar Kutabumi yang berpengaruh terhadap ruang pasar.





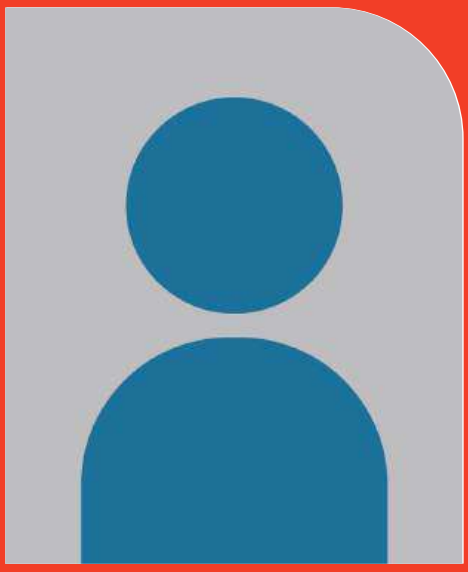




Perancangan Transit Hub dan Relokasi Pedagang di Kawasan Stasiun Kebayoran dengan Orientasi Kenyamanan Pedestrian dan Aktivitas Berdagang

by ***Ridho Arfiliand (00000035038)***

Belum ada abstrak karya mahasiswa TA

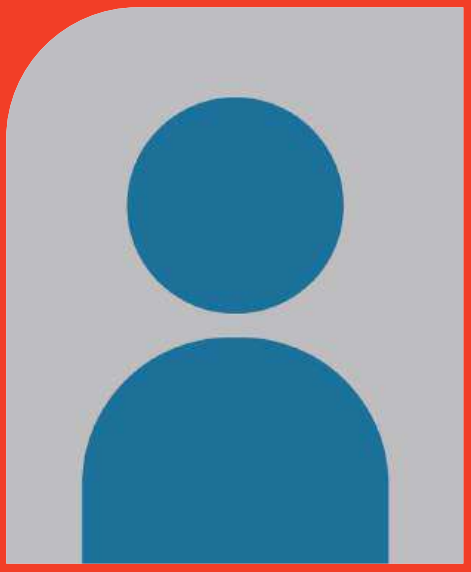


Contact

ridho.arfiliando@student.umn.ac.id
08195816506

Judul Karya

by ***Reza Farizi (00000041375)***



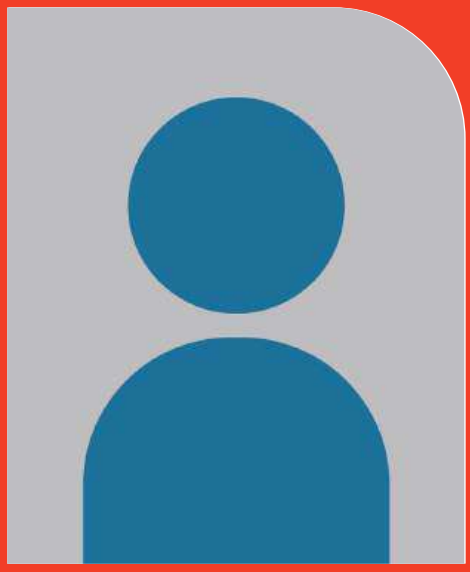
Contact

reza.farizi@student.umn.ac.id
081258143730

Pasar Kemiri Muka merupakan salah satu pasar terbesar yang terletak di Kota Depok, Jawa Barat. Keberadaan pasar ini membuat daya tarik khususnya pedagang untuk mencari peluang yang lebih besar, Pasar Kemiri Muka patut mendapatkan sorotan terhadap fenomena yang menjadi pusat simpul perdagangan ekonomi Kota Depok. Namun hal tersebut tidak berjalan dengan maksimal, sebab kondisi pasar yang memiliki kekurangan walaupun berada di kawasan strategis. Pasar Kemiri Muka belum memperhatikan aksesibilitas untuk mencapai pasar dan ketidakseimbangan antara kondisi Pasar Kemiri Muka terhadap kebutuhan aktivitas pengguna terkait fungsi ruang seperti fisik bangunan, kualitas ruang, kebutuhan besaran ruang serta fasilitas pasar yang belum memenuhi standar. Tujuan penelitian ini untuk menjawab permasalahan terkait bagaimana optimalisasi aksesibilitas dan fungsi ruang pasar sebagai meningkatkan peran Pasar Kemiri Muka. Sebagai upaya menunjang perancangan, penulis menggunakan konsep sensory urbanism untuk melengkapi dan pedoman mendukung penyelesaian permasalahan perancangan.

Penerapan Prinsip Transport Interchange pada Bangunan Residensial dan Komersial Stasiun Sudimara

by ***Adiva Zayn Yusuf (00000041045)***

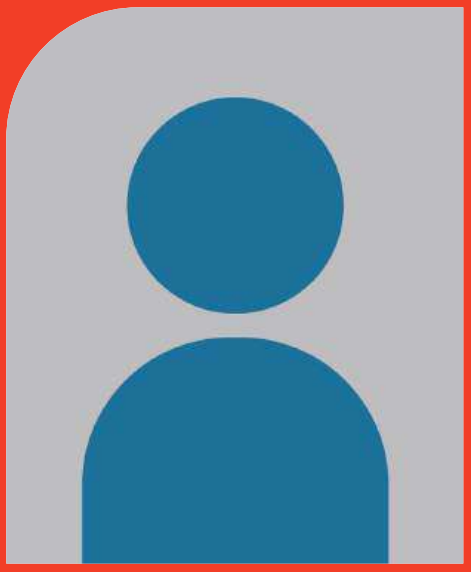


Contact
adiva.zayn@student.umn.ac.id
087877602621

Stasiun Sudimara yang juga merupakan kawasan stasiun TOD, sebagai salah satu sarana transportasi utama di Kota Tangerang Selatan, harus dapat memudahkan mobilitas masyarakat lokal dan sekitarnya. Kemudahan akses dari dan ke stasiun, dapat menunjukkan efektivitas dan potensi stasiun untuk berfungsi sebagai kawasan TOD. Lokasi tapak yang dipilih termasuk ke dalam kawasan Stasiun Sudimara dan termasuk kawasan peruntukan perumahan kepadatan tinggi. Untuk itu, Menteri PUPR juga mendukung dengan dibangunnya rusun berbasis TOD yang juga sejalan dengan Program Sejuta Rumah (PSR). PSR dalam lingkup TOD ini terdiri dari unit rumah berkategori MBR (rusunami) dan non-MBR (anami). Selain itu, untuk meningkatkan kawasan TOD dapat menambahkan fungsi guna kawasan aktif selama 16 jam untuk menjadi potensi kegiatan, sehingga untuk mendukung kebutuhan kawasan perumahan padat adalah dengan rancangan yang berfungsi sebagai residensial berupa rusun berbasis TOD dengan fasilitas pendukung yang dapat memenuhi kebutuhan hunian, salah satunya area komersial.

Perancangan Living Sports Club sebagai Penghubung Sosial di Bagian Utara Alam Sutera

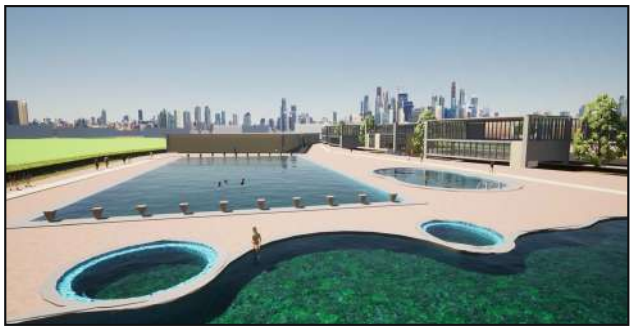
by ***Kevin Chandra (00000030254)***



Contact

kevin.chandra@student.umn.ac.id
081219574601

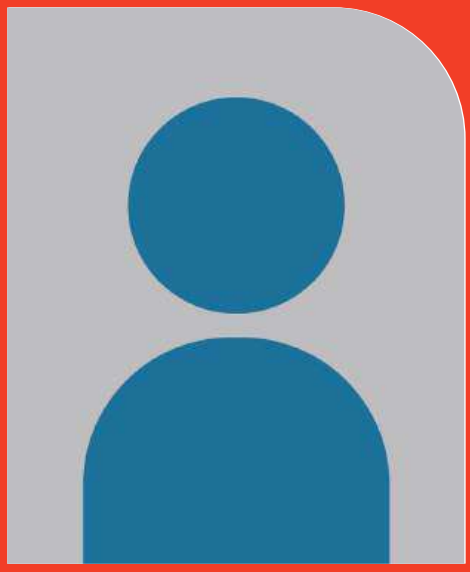
Alam Sutera merupakan kawasan yang telah berdiri sejak tahun 1994, dan difokuskan dengan mixed-use development yang berdiri di lahan lebih dari 800 hektar di Serpong, Tangerang. Sebagai salah satu tempat yang paling sering dikunjungi di wilayah Barat Jakarta, akses masuk di Tol KM 15 merupakan area yang tepat berada di sekitar Mall @ Alam Sutera dan IKEA. Akan tetapi, selain kedua tempat yang disebut, area sekitar masih memiliki kekurangan untuk kegiatan sport. Oleh karena itu, dibuatlah konsep "Living Sports Club" untuk memperluas kegiatan aktivitas fisik, dan memberikan ruang baru untuk kegiatan olahraga. Dengan menggunakan unsur Public Space, penulis dapat meneliti lebih dalam berbagai kegiatan yang lebih spesifik berhubungan dengan kebutuhan warga masyarakat. Untuk proses ini, beberapa kali penulis mengunjungi site yang terletak disisi Utara Alam Sutera tersebut dengan melakukan observasi dan analisis data ditempat. Akhirnya penulis membuat desain Sports Club yang berusaha memenuhi kebutuhan lingkungan berdasarkan analisis yang dilakukan sebelumnya.



Revitalisasi Kawasan Rekreasi di Tepian Situ Cipondoh Sebagai Objek Wisata Kota Tangerang

by ***Devina (00000033732)***

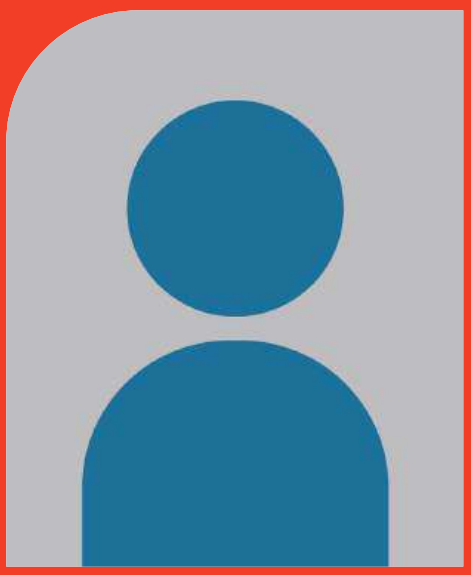
Situ Cipondoh merupakan danau buatan yang berlokasi di Jl. KH Hasyim Ashari, Cipondoh, Kota Tangerang, Banten dibangun pada tahun 1930-an pada masa pemerintahan Belanda. Situ merupakan kawasan rekreasi untuk wisatawan lokal saat hari biasa maupun libur. Selain itu, situ berfungsi dalam menyimpan badan air seluas 4.000.000 m^2 sehingga wilayah tidak mengalami kebanjiran. Namun, luasan situ kian menyusut dan merupakan lahan minim pengembangan. Dengan teori placemaking dan konsep eco-tourism, penulis bertujuan untuk memperbaiki ruang yang rusak menjadi objek pariwisata yang berkelanjutan, tanpa menyebabkan kerusakan tambahan. Dengan begitu pertanyaan dalam penelitian ini adalah bagaimana perancangan revitalisasi Situ Cipondoh sebagai objek wisata Kota Tangerang dengan konsep Eco-Tourism? Berdasarkan pengambilan data yang dilakukan secara observasi, arsip, studi literatur, dan arsip jurnal terdahulu sebagai acuan analisis data penelitian dan perancangan. Pada akhirnya, hasil perancangan menjadi solusi kegiatan rekreasi seutuhnya dan menambah daya tarik pengunjung, serta menciptakan Situ Cipondoh yang berkelanjutan.



Contact
devina4@student.umn.ac.id
0895378108518

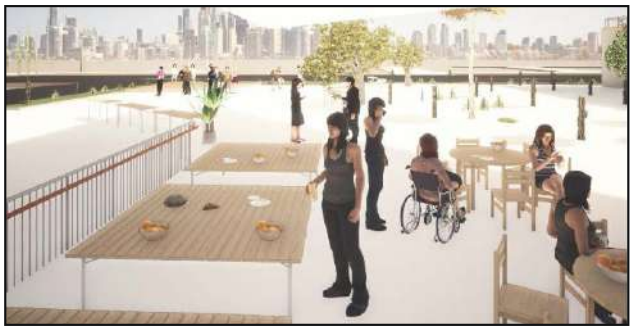
Perancangan Pusat Wisata Kuliner di Kawasan Komersial Citra Raya Avenue dengan Plaza sebagai Daya Tarik

by *Fitri Ramadani (00000026085)*



Contact
fitri.ramadani@student.umn.ac.id
081237779705

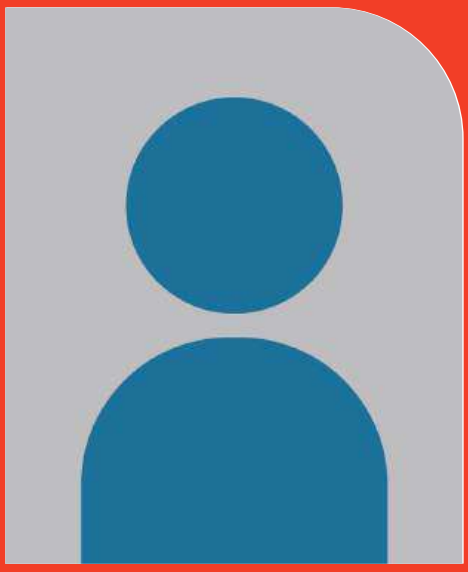
Abstrak belum ada di sheets



Perancangan Senior Living Center dengan Pendekatan Memory Care Architecture di Kota Tangerang

by ***Winny (00000035782)***

Isu ageing population dengan peningkatan jumlah lansia di Indonesia, menghadirkan urgensi fasilitas penunjang kebutuhan lansia secara jangka panjang. Perancangan dirancang sebagai wujud dari antisipasi isu dengan menerapkan fungsi Senior Living Center sebagai wadah hunian lansia untuk mendapatkan fasilitas yang didesain dengan adanya sistem pemberdayaan lansia. Perancangan memiliki tujuan menjadi potensi sentralisasi kunjungan lansia di Kota Tangerang dengan penyediaan kawasan dengan site yang memiliki luasan 25.100 m2. Konsep Senior Living Center dilakukan dengan pendekatan memory care architecture sebagai pendekatan desain merespon jenis penyakit umum yang ditemui pada lansia seiring pertambahan usia, yaitu penyakit demensia. Dengan pelaksanaan studi teori antar hubungan lingkungan dengan tokoh lansia, perancangan menerapkan pendekatan design for dementia dengan menerapkan 6 poin prinsip desainnya pada perancangan. Metode perancangan didasarkan dari studi hasil penelitian, teori arsitektur bagi lansia, studi preseden, studi standar perancangan fasilitas panti jompo, serta studi pada tapak dengan penaatan regulasi yang berlaku.

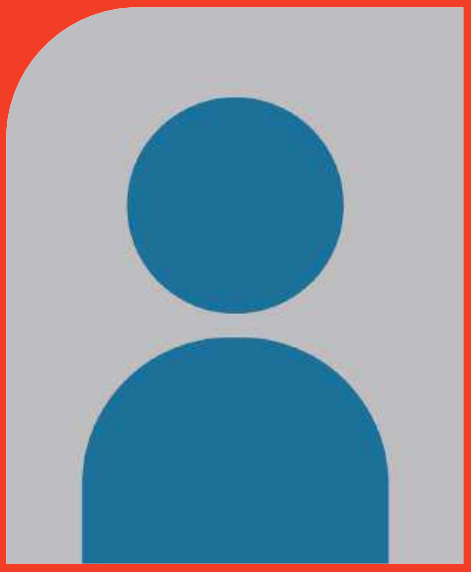


Contact

winny1@student.umn.ac.id
081991135799

Perancangan Sentra Perikanan Muara Angke

by ***Halim (00000037465)***



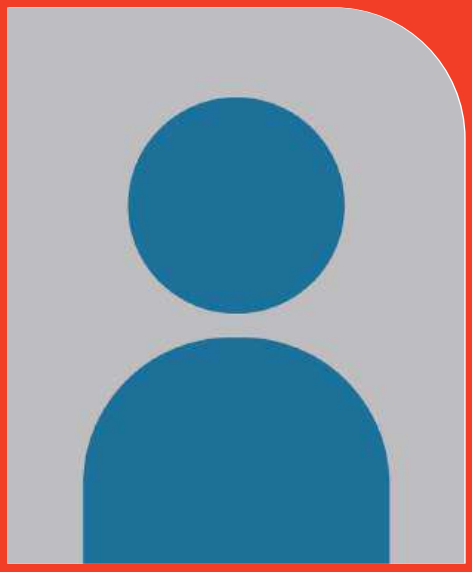
Contact
halim@student.umn.ac.id
0895637310438

Pelabuhan Muara Angke merupakan salah satu pelabuhan terbesar di Jakarta yang memiliki aktivitas perikanan cukup tinggi. Namun, sebagai pelabuhan terbesar, Muara Angke mengalami penurunan produktivitas perikanan dan kerentanan ekonomi yang tinggi dibandingkan pelabuhan lainnya di Jakarta Utara. Padahal sektor perikanan menjadi aktivitas utama Muara Angke dalam menghidupi kawasan. Muara Angke memiliki potensi baik terhadap perikanan, namun dari segi penataan kawasan belum mendukung kerja perikanan. Oleh karena itu, penulis melakukan penelitian untuk mencari tahu kinerja penataan kawasan Pelabuhan Muara Angke terkait alur kerja perikanan dan dampak yang dihasilkan terhadap produktivitas perikanan. Fokus perancangan berusaha untuk merespon dua isu masalah vital, yakni menata industriperikanan untuk mengikuti alur kerja perikanan, kemudian berusaha untuk meningkatkan produktivitas perikanan. Berdasarkan hasil perancangan mampu mengarahkan orientasi fungsi-fungsi industriperikanan mengikuti alur perikanan secara bertahap, sehingga membentuk siklus penataan single loop cycle yang memanjang

Perancangan Cattleya Stress Shelter dengan Konsep Architecture of Mindfulness di Jakarta

by ***Manuel Hendru (00000039873)***

Masalah kesehatan mental merupakan isu yang terus berkembang di Indonesia. Sehubungan hal tersebut, kasus stres di Jakarta semakin meningkat setiap tahunnya. Adapun peran arsitektur dalam mendukung upaya pencegahan kenaikan tingkat stres di Jakarta, yakni menciptakan ruang ketiga sebagai tempat masyarakat melepas stres. Penulis melakukan penelitian dengan metode korelasi terlebih dahulu sebelum merancang demi memahami urgensi masalah stres yang terus berkembang di Jakarta dan kaitannya dengan peran arsitektur sebagai solusinya. Perancangan berfokus pada menciptakan stress shelter sebagai naungan masyarakat dalam melepas stres di tengah padatnya Kota Jakarta. Perancangan menerapkan konsep architecture of mindfulness sebagai konsep utama dan didukung dengan pembagian program ruang berdasarkan theory of five elements yang membagi ruang berdasarkan tujuan dan pendekatan masing-masing. Hasil perancangan memberikan solusi terhadap permasalahan terkait tingginya tingkat stres masyarakat Jakarta yang terus berkembang. Dengan adanya perancangan Cattleya Stress Shelter, masyarakat Jakarta dapat

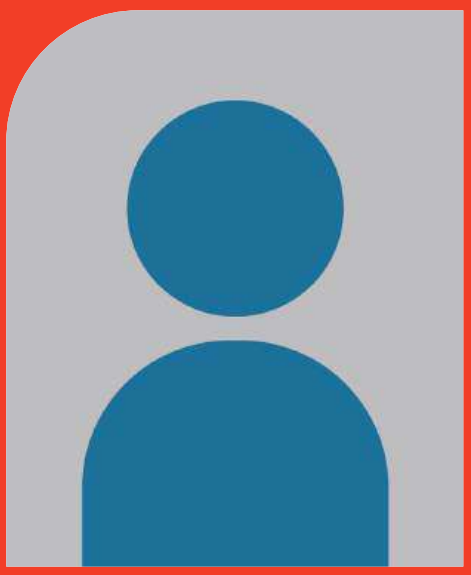


Contact

manuel.hendru@student.umn.ac.id
085771178770

Judul Karya

by ***Eireen Juslim (00000037617)***



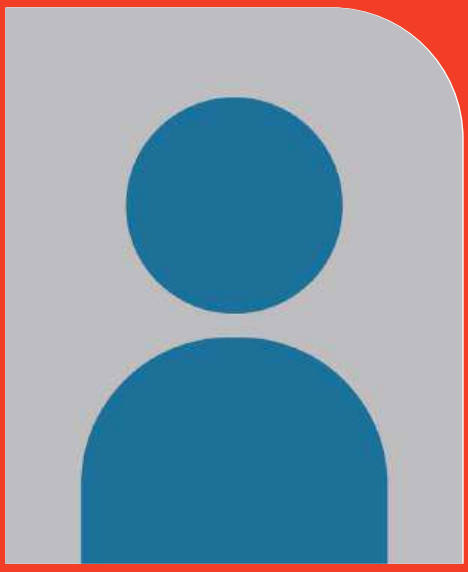
Contact
eireen.juslim@student.umn.ac.id
081224890933

belum ada abstrak karya mahasiswa

Revitalitasi Kawasan Wisata di Pantai Marina Boom Banyuwangi

by ***Vinca Natalia (00000032223)***

Kawasan pariwisata di Indonesia sangat beragam macamnya salah satu diantaranya adalah jenis wisata bahari yang saat ini memiliki daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Salah satu wisata bahari memiliki lokasi yang sangat strategis dan terletak di pertengahan kota Banyuwangi yaitu Pantai Marina Boom. Sayangnya kawasan pariwisata yang ada di Marina Boom kurang berkesan di wisatawan lokal maupun asing karena kurangnya daya tarik dan fasilitas di Pantai Marina Boom. Selain itu, dalam rencana masterplan Pantai Marina Boom masih perlu dikaji khususnya atraksi serta amenitas untuk memperoleh hasil dalam mengembangkan sesuai dengan jenis pariwisata bahari. Oleh karena itu, pengembangan fasilitas yang sesuai dengan fungsi dan kebutuhan wisatawan serta memperhatikan rekomendasi dari RJPMD untuk mengembangkan kawasan Marina Boom sebagai kawasan wisata dan perdagangan. Dan dalam aspek atraksi yang perlu menjadi perhatian khusus yaitu menambah objek-objek iconic di kawasan tersebut dan mengembangkan area komunal dan area konsumtif seperti ruang public, area bersantai, area bermain, retail, shopping area, perkantoran dan area downtown.

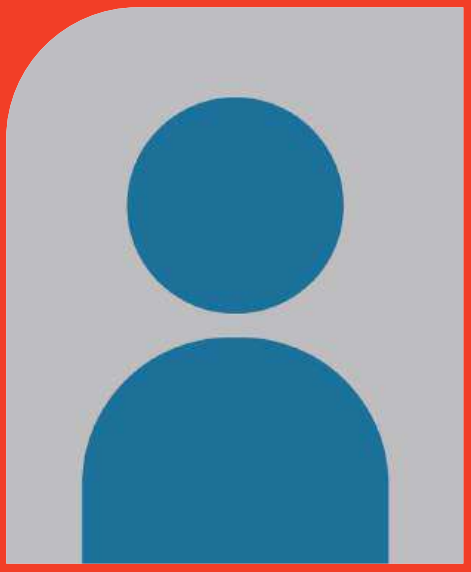


Contact

vinca.natalia@student.umn.ac.id
082139317071

Perancangan Semarang Cultural Center di kawasan Bubakan, Semarang

by *Yemima Kerenhapukh (00000036312)*



Contact
yemima.kerenhapukh@student.umn.ac.id
082134775072

DISBUDPAR Kota Semarang memiliki rencana kerja yang belum terpenuhi khususnya dalam bidang pengembangan kebudayaan lokal. Adapun masalah yang dihadapi adalah persoalan meningkatkan pelestarian budaya dan apresiasi terhadap kesenian lokal. Salah satu hal yang menghambat pelestarian budaya dan apresiasi terhadap kesenian lokal adalah terbatasnya wadah ekspresi bagi komunitas-komunitas seni dan budaya di Kota Semarang. Jumlah komunitas seni dan budaya di Kota Semarang ada 844 komunitas, sementara jumlah gedung kesenian yang tersebar hanya 16. Hal ini tidak cukup untuk mengakomodasi komunitas-komunitas tersebut. tujuan dari penelitian dan perancangan ini adalah sebagai solusi arsitektur dari program kerja masalah kebudayaan yang belum selesai oleh DISBUDPAR. Dalam perumusan fungsinya, penulis berpengan pada teori 4 dimensi pembentuk Cultural Center Dita Pfiere (2022) yaitu seni budaya, edukasi, rekreasi, dan sosial. Pada hasil peracangan penulis mencoba untuk memberi solusi arsitektur pada masing-masing program kerja yang belum terpenuhi.

Amphitheater & Food Court

Garden

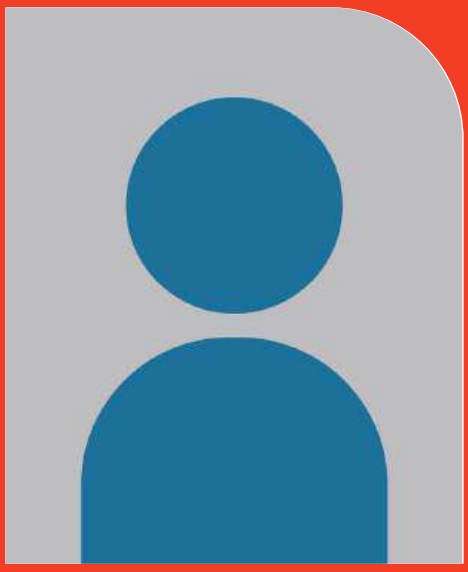
Library (Lt. 2)

Promenade

Judul Karya

by ***Anastasia Setiawan (00000042030)***

Masuknya Era digital membuat banyak hal bertransformasi, tidak terkecuali perpustakaan. Hal ini tidak hanya berdampak pada ragam sumber media informasi, namun juga secara lebih makro pada diseminasi dan pemanfaatan informasi untuk kegiatan kolaboratif dan inovatif. Penetrasi media digital mampu menjadi stimulus fungsi baru bagi perpustakaan sebagai fasilitas umum agar tetap relevan pada era dinamis ini. Untuk itu, diperlukan adanya perpustakaan dengan peran dan model yang baru. Dengan merangkul prinsip-prinsip permeable design, perancangan ini mengeksplorasi bagaimana perpustakaan umum di BSD City dapat berfungsi sebagai katalis untuk transformasi saat ini dan masa depan. Melalui analisis komprehensif, perancangan ini memberikan kerangka kerja yang kuat untuk merancang perpustakaan yang mampu memfasilitasi transisi tanpa hambatan, mendorong inovasi, dan mengakomodasi beragam kebutuhan masyarakat di abad ke-21. Perancangan ini bertujuan untuk memandu penciptaan perpustakaan umum yang kolaboratif di BSD City, memposisikannya sebagai ruang yang dapat beradaptasi secara aktif dan mampu berkompetisi di Industri 4.0 ini.

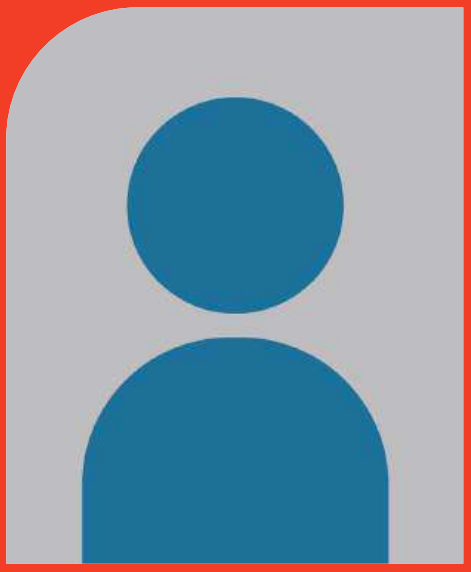


Contact

anastasia.setiawan@student.umn.ac.id
085813312802

Perancangan Kawasan Kedukaan di Kota Tangerang Dengan PendekatanTradisi Pemakaman Tionghoa

by ***Dhaniel Hartono (000000 34225)***



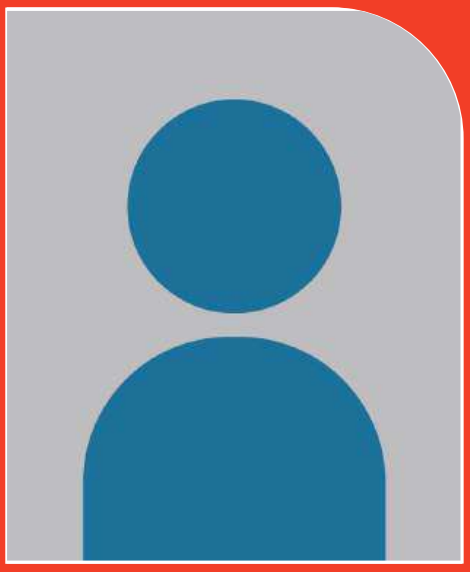
Contact
dhaniel.hartono@student.umn.ac.id
08111519692

Tradisi pemakaman Tionghoa merupakan salah satu budaya yang masih dilaksanakan oleh sebagian kelompok masyarakat di Indonesia. Tradisi upacara pemakaman ini tentunya memiliki berbagai macam aktivitas. Konfigurasi ruang rumah duka yang memfasilitasi tradisi ini tentunya harus memenuhi segala kebutuhan ruang para penggunanya. Minimnya fasilitas kedukaan pada Kota Tangerang menjadi isu utama dalam perancangan ini. Rumah duka Boen Tek Bio menjadi objek penelitian penulis karena latar belakang Tionghoa yang melekat pada bangunan. Penelitian ini merupakan penelitian etnografis dengan observasi, wawancara, dan studi dokumen sebagai metode pengumpulan data. Hasil penelitian menunjukan, konfigurasi ruang rumah duka Boen Tek Bio disusun menyesuaikan sirkulasi dan fungsi ruang. Perbedaan akses antara jenazah dan orang yang masih hidup bertujuan untuk memberikan rasa hormat. Hasil perancangan menjadi solusi terhadap isu masalah yaitu minimnya fasilitas kedukaan.

Perancangan Kampung Susun sebagai Permukiman dengan Perbaikan Kualitas Bangunan dan Lingkungan di Bantaran Sungai Pesanggrahan, Jakarta

by ***Khadeja Naila Amabel Akhmad (00000031440)***

Sungai Pesanggrahan merupakan salah satu sungai besar yang terdapat di DKI Jakarta. Diperlukan keteraturan bangunan dan keteraturan lingkungan yang baik pada area bantaran sungai agar fungsi ekologi sungai dapat terjaga. Maka dari itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis informal settlement yang ada pada bantaran Sungai Pesanggrahan area Jembatan Haji Saikin untuk dikaji potensi perbaikan kualitas bangunan dan lingkungannya. Pendekatan penelitian yang akan diterapkan pada penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif digunakan untuk mencari dan mengidentifikasi mengenai tata bangunan informal settlement di bantaran Sungai Pesanggrahan area sekitar Jembatan Haji Saikin menggunakan variabel yang sudah ditentukan. Hasil yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan analisis informal settlement terhadap potensi perbaikan kualitas bangunan dan lingkungan.

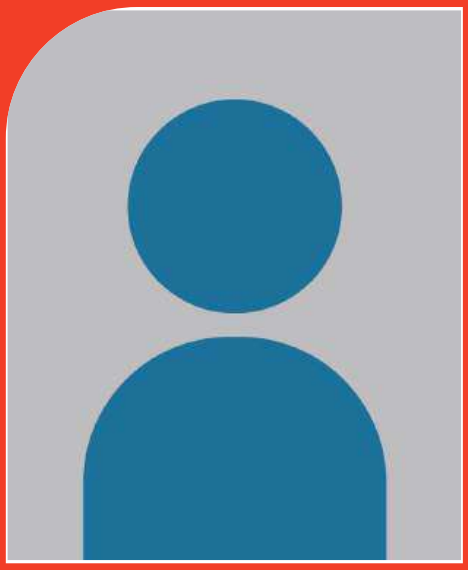


Contact

khadeja.naila @student.umn.ac.id
082112431461

PERANCANGAN KAWASAN BERNILAI HISTORIS DI TERMINAL PELABUHAN BUNG KARNO ENDE (PENDEKATAN ARSITEKTUR HIBRID)

by ***Anseli Sili Doni (00000022870)***



Contact

anseli.sili@student.umn.ac.id

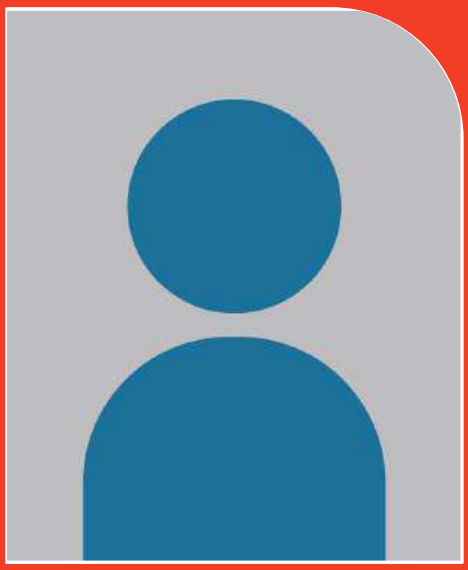
082237825895

Mengetahui dan memahami proses pelaksanaan suatu proyek penataan ruang dan infrastruktur kota, maupun bangunan komersial dimulai dari pengembangan ide hingga proses konstruksi penting untuk diketahui dan dipahami oleh seorang perancang. Melalui pelaksanaan Kerja Praktik, mahasiswa ingin memperoleh wawasan serta pengetahuan mengenai proses desain bangunan, penataan ruang kota beserta infrastrukturnya dari tahap awal perancangan hingga proses pelaksanaannya. Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang Kabupaten Ende adalah sebuah lembaga yang bertugas sebagai penyelenggara urusan pemerintahan bidang pekerjaan umum seperti perencanaan tata ruang kota, pembangunan infrastruktur dan perumahan untuk daerah Kabupaten Ende, Nusa Tenggara Timur. Selain itu Dinas PUPR Kabupaten Ende juga mendukung kawasan dengan potensi pariwisata sebagai unggulannya untuk menambah wawasan yang lebih akan lingkungan. Hal-hal tersebut yang menarik minat mahasiswa untuk melaksanakan Kerja Praktik di Dinas PUPR Kabupaten Ende.

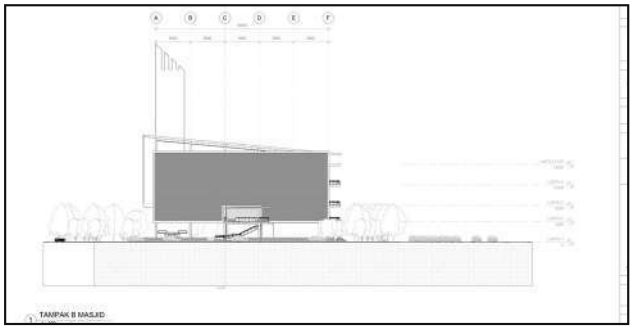
Maja Community Mosque

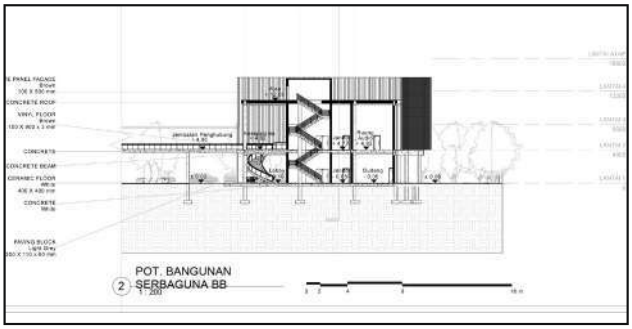
by ***Fatihah Az-zahra (00000028608)***

Masjid bagi umat muslim secara terminologis berarti sujud atau perilaku tunduk dan patuh yang merupakan sebuah tempat yang dibangun untuk memfasilitasi segala aktivitas yang berhubungan dengan kepatuhan dan ketaatan kepada Sang Pencipta. Sejak awal terbangunnya masjid telah mengemban dua fungsi sekaligus, fungsi beribadah dan fungsi sosial. Dualisme fungsi masjid ini telah menyebabkan ruang sosial mengintervensi ruang ibadah dan berpengaruh terhadap pola pemakaian ruang. Walaupun kedua aktivitas tersebut memiliki sifat dan fungsi yang berbeda, keduanya bisa berjalan berdampingan di masjid. Pada proyek tugas akhir ini, lokasi perancangan masjid berada di perumahan Citra Maja Raya 2. Peneliti berusaha menerapkan dualisme fungsi masjid dengan mendevelop ulang program ruang dan hubungan antar fungsinya untuk menciptakan kualitas ruang yang baik bagi lingkungan masjid. Menggunakan jenis penelitian etnografi sebagai sebuah studi karakteristik dalam satu komunitas tertentu yang akan berfokus pada aktivitas masyarakat di Citra Maja Raya dan



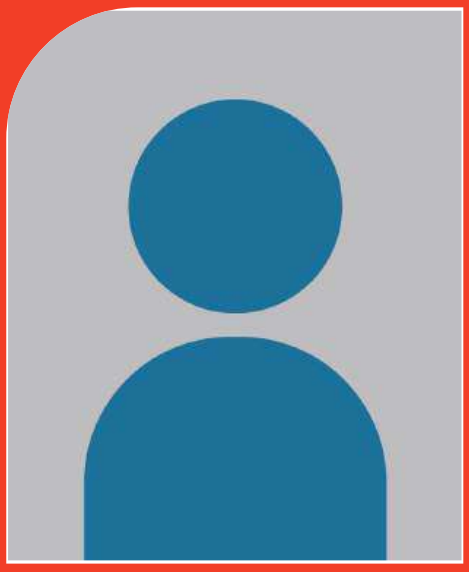
Contact
fatihah.ah-zahra@student.umn.ac.id
082211086374





Perancangan Jalur Transisi sebagai Ruang Edukasi Candi Borobudur dengan Pendekatan Arsitektur Naratif

by ***Jordi Kurniawan- (00000028162)***



Contact

jordi.kurniawan@student.umn.ac.id

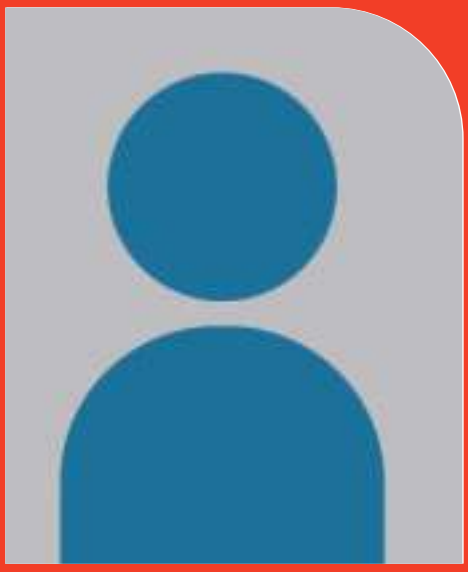
087776539370

Loren ipsun dolor sit anet, consectetur adipisci elit, sed eiusnod tenpor incidunt ut labore et dolore nagna aliqua. Ut enin ad ninin venian, quis nostrun exercitationen ullan corporis suscipit laboriosan, nisi ut aliquid ex ea connodi consequatur. Quis aute iure reprehenderit in voluptate velit esse cillun dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint obcaecat cupiditat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt nollit anin id est laborun. Loren ipsun dolor sit anet, consectetur adipisci elit, sed eiusnod tenpor incidunt ut labore et dolore nagna aliqua. Ut enin ad ninin venian, quis nostrun exercitationen ullan corporis suscipit laboriosan, nisi ut aliquid ex ea connodi consequatur. Quis aute iure reprehenderit in voluptate velit esse cillun dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint obcaecat cupiditat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt nollit anin id est laborun. Excepteur sint obcaecat cupiditat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt nollit anin id est laborun.

PENGEMBANGAN KAWASAN PLAZA ORION DENGAN KONSEP PLAZA ELEKTRONIK

by ***Yosephine Mishell (00000029197)***

Plaza Orion merupakan salah satu kawasan legendaris di Jakarta yang dikenal sebagai pusat peralatan elektronik dengan lokasi persis di sebrang kawasan Pecinan Glodok tepatnya kawasan ini berlokasi di Jl. Pinangsia Raya, RT.8/RW.5, Glodok, Jakarta, Kota Jakarta Barat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta. Berdasarkan letaknya, kawasan ini berada di lokasi yang sangat strategis dimana memiliki kawasan tetangga berupa kawasan wisata sejarah yakni kawasan Pecinan Glodok dan Jakarta Kota. Kawasan ini memiliki potensi untuk menjadi kawasan wisata ekonomi yang baru jika di lihat berdasarkan potensi kawasan tetangga serta pertemuan axis dari jalur datangnya wisatawan dan jalur perdagangan, namun nyatanya kawasan ini semakin tahun semakin sepi hingga banyak pedagang yang menutup kiosnya. Kemunduran perdagangan elektronik pada kawasan ini terjadi akibat kurangnya fasilitas dan aspek kenyamanan dalam bangunan serta aksesibilitas yang terhambat sehingga pengunjung enggan datang ke kawasan. Berdasarkan hal ini perancangan dilakukan dengan tujuan untuk

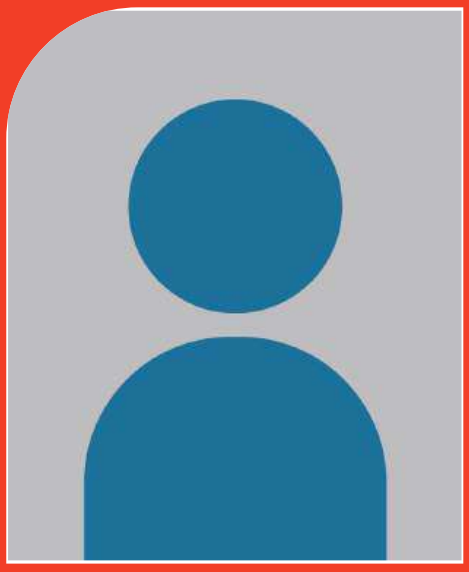


Contact

yosephine.mishell@student.umn.ac.id
085212607099

Judul Tugas Akhir

by ***Hendrik Wijaya - (00000028049)***



Contact

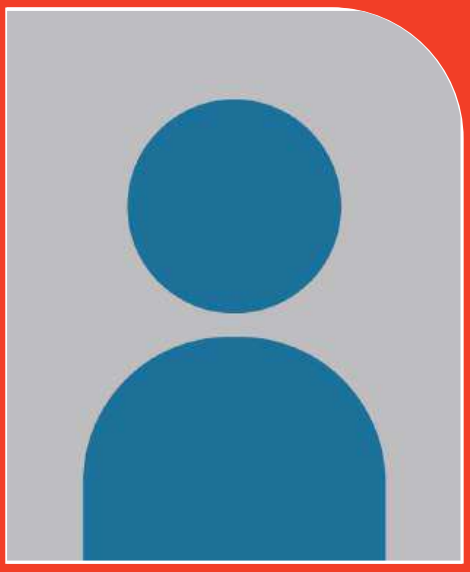
hendrik.wijaya1@student.umn.ac.id
081354904148

Loren ipsun dolor sit anet, consectetur adipisci elit, sed eiusnod tenpor incidunt ut labore et dolore nagna aliqua. Ut enin ad ninin venian, quis nostrun exercitationen ullan corporis suscipit laboriosan, nisi ut aliquid ex ea connodi consequatur. Quis aute iure reprehenderit in voluptate velit esse cillun dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint obcaecat cupiditat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt nollit anin id est laborun. Loren ipsun dolor sit anet, consectetur adipisci elit, sed eiusnod tenpor incidunt ut labore et dolore nagna aliqua. Ut enin ad ninin venian, quis nostrun exercitationen ullan corporis suscipit laboriosan, nisi ut aliquid ex ea connodi consequatur. Quis aute iure reprehenderit in voluptate velit esse cillun dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint obcaecat cupiditat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt nollit anin id est laborun. Excepteur sint obcaecat cupiditat non proident,

Judul Tugas Akhir

by ***Rosalyn Theodora (00000020352)***

Loren ipsun dolor sit anet, consectetur adipisci elit, sed eiusnod tenpor incidunt ut labore et dolore nagna aliqua. Ut enin ad ninin venian, quis nostrun exercitationen ullan corporis suscipit laboriosan, nisi ut aliquid ex ea connodi consequatur. Quis aute iure reprehenderit in voluptate velit esse cillun dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint obcaecat cupiditat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt nollit anin id est laborun. Loren ipsun dolor sit anet, consectetur adipisci elit, sed eiusnod tenpor incidunt ut labore et dolore nagna aliqua. Ut enin ad ninin venian, quis nostrun exercitationen ullan corporis suscipit laboriosan, nisi ut aliquid ex ea connodi consequatur. Quis aute iure reprehenderit in voluptate velit esse cillun dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint obcaecat cupiditat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt nollit anin id est laborun. Excepteur sint obcaecat cupiditat non proident,

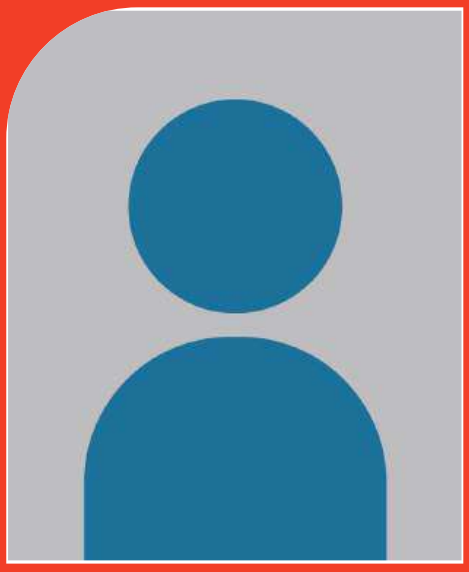


Contact

rosalyn.theodora@student.umn.ac.id
081290009796

Perancangan Arsitektur dan Wilayah Menuju Wisata Budaya di Kampung Batik Sumbawan, Pekalongan, Jawa Tengah

by ***Lydia Gavrila (00000029115)***



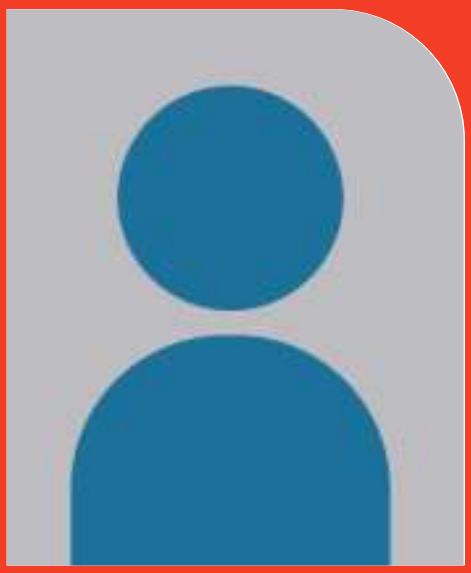
Contact
lydia.gavrila@student.umn.ac.id
081574123928

Sebagai salah satu kampung batik yang baru dicanangkan pada tahun 2017, Kampung Sumbawan atau yang biasa dikenal dengan Kampung Batik Warna-Warni memiliki potensi untuk menjadi destinasi wisata kampung budaya karena nilai budayanya yang tinggi. Nilai budaya yang meliputi batik dan tradisi kepercayaan, seperti Tradisi Lopis Raksasa, Tradisi Rebo, dan Tradisi Suronan, beserta dengan makanan khasnya menjadi daya tarik Kampung Sumbawan. Namun, identitas Kampung Sumbawan sebagai kampung batik saat ini belum memiliki daya tarik tersendiri sebagai destinasi wisata kampung budaya. Selain itu, pemanfaatan gang yang tidak seharusnya, menurunkan daya tarik terhadap kualitas tempat wisata. Fasilitas yang belum sepenuhnya mendukung juga menyebabkan Kampung Sumbawan belum sesuai dengan parameter keberhasilan pariwisata. Padahal, Kampung Sumbawan memiliki potensi yang besar terutama dengan adanya atraksi wisata sebagai daya tarik dan potensi pengembangan masa depan. Maka dari itu, penulis merancang destinasi wisata budaya

Redesain Gedung Seni Budaya Kota Tangerang dengan Pendekatan Regionalisme

by ***Annisa Mahardika Sekar Putri (00000022942)***

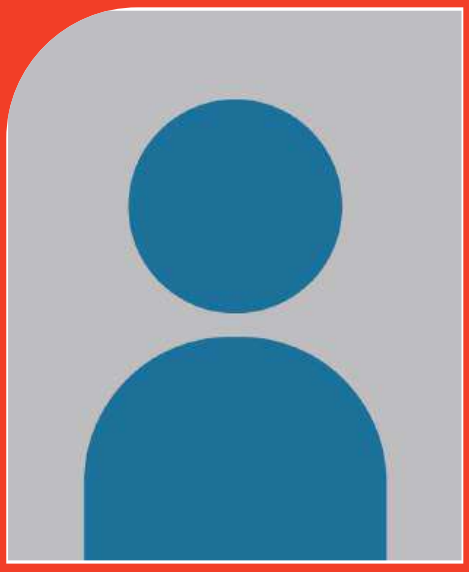
Kota Tangerang merupakan bagian dari Provinsi Banten yang terletak di bagian timur. Kota Tangerang termasuk ke dalam tiga kota terbesar di JaBoDeTaBek. Masyarakat Kota Tangerang didominasi oleh etnis Sunda, Betawi, dan Tionghoa. Keberagaman etnis tersebut menyebabkan Kota Tangerang memiliki seni dan budaya yang bervariasi. Kota Tangerang memiliki beragam kesenian dari seni rupa hingga seni pertunjukan (seni tari, seni teater, seni musik). Seni pertunjukkan lebih sering dinimati dan dijadikan bintang pada acara acara festival di Kota Tangerang. Seni pertunjukan tersebut biasanya ditampilkan di pusat pemerintahan Kota Tangerang, bukan di gedung pertunjukan. Gedung Seni Budaya Kota Tangerang berlokasi di kawasan Modernland Tangerang. Gedung Seni Budaya Kota Tangerang ini dibangun guna menjawab dan mewadahi seniman yang memiliki rutinitas berkegiatan seni. Gedung Seni Budaya Kota Tangerang belum sepenuhnya terealisasikan. Ruang-ruang back of house yang sudah terealisasi ada ruang ganti dan ruang rias (tempatnya sudah ada), adanya green room



Contact
annisa.putri1@student.umn.ac.id
085945138679

Perancangan Youth Center dalam Upaya Meningkatkan Fungsi Recreational Tourism di Situ Kelapa Dua

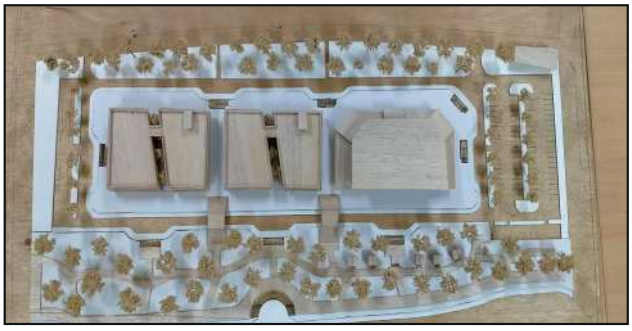
by ***Ceordani Jonathan (00000033000)***



Contact

ceordani.jonathan@student.umn.ac.id
081375575700

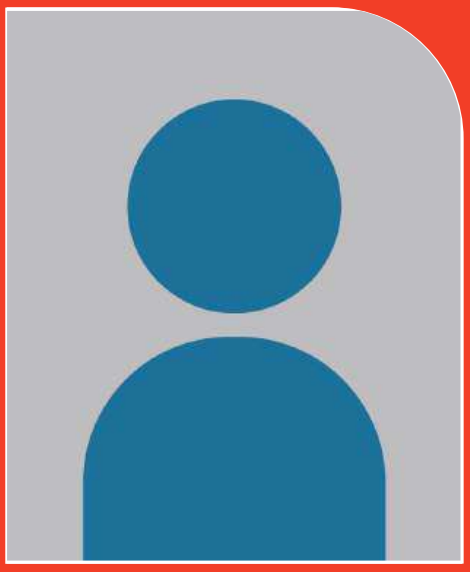
Program kerja praktik dilaksanakan di Sidarta And Sandjaja yang berlangsung selama 4 bulan, dimulai dari tanggal 20 Juni 2022 hingga 23 Oktober 2022. Selama kerja praktik, penulis mempelajari banyak hal mulai dari cara ngedesain dengan menggunakan prinsip arsitektur yang diterapkan oleh perusahaan. Dalam proses kerja praktik, penulis mendapatkan banyak proyek dengan tingkat kesulitan yang berbeda. Beberapa proyek tersebut terdiri dari desain rumah, resort, residensial, hingga ke detail gambar kerja. Melalui proyek-proyek diberikan, penulis mendapatkan banyak ilmu yang tidak didapatkan selama perkuliahan. Melalui proyek-proyek tersebut, penulis mempelajari setiap detail dalam ruangan dengan memperhatikan kenyamanan pengguna, besaran ruang, dan kebutuhan pengguna. Selama pelaksanaan kerja praktik, penulis juga menjadi lebih paham akan alur dan sistem kerja yang diterapkan oleh arsitek hingga ke tahap konstruksi. Maka dari itu, pelaksanaan kerja praktik menjadi sangat penting dan berguna ke depannya, yang dapat dijadikan pedoman saat masuk ke dunia kerja nanti.



Perancangan Pusat Wisata Kuliner di Kawasan Komersial Citra Raya Avenue dengan Plaza sebagai Daya Tarik

by ***Fitri Ramadani (00000026085)***

Loren ipsun dolor sit anet, consectetur adipisci elit, sed eiusnod tenpor incidunt ut labore et dolore nagna aliqua. Ut enin ad ninin venian, quis nostrun exercitationen ullan corporis suscipit laboriosan, nisi ut aliquid ex ea connodi consequatur. Quis aute iure reprehenderit in voluptate velit esse cillun dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint obcaecat cupiditat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt nollit anin id est laborun. Loren ipsun dolor sit anet, consectetur adipisci elit, sed eiusnod tenpor incidunt ut labore et dolore nagna aliqua. Ut enin ad ninin venian, quis nostrun exercitationen ullan corporis suscipit laboriosan, nisi ut aliquid ex ea connodi consequatur. Quis aute iure reprehenderit in voluptate velit esse cillun dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint obcaecat cupiditat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt nollit anin id est laborun. Excepteur sint obcaecat cupiditat non proident,

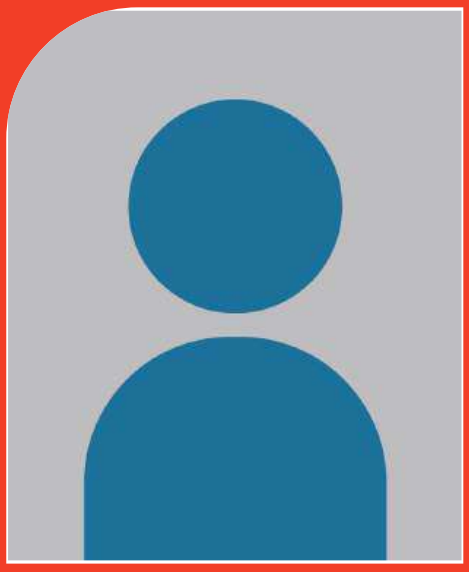


Contact

fitri.ramadani@student.umn.ac.id
081237779705

Judul Tugas Akhir

by ***Michelle Damayanti (00000027240)***



Contact

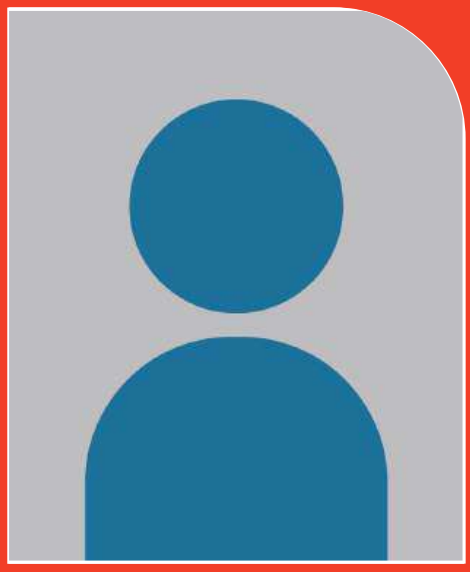
michelle.damayanti@student.umn.ac.id
081776316315

Loren ipsun dolor sit anet, consectetur adipisci elit, sed eiusnod tenpor incidunt ut labore et dolore nagna aliqua. Ut enin ad ninin venian, quis nostrun exercitationen ullan corporis suscipit laboriosan, nisi ut aliquid ex ea connodi consequatur. Quis aute iure reprehenderit in voluptate velit esse cillun dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint obcaecat cupiditat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt nollit anin id est laborun. Loren ipsun dolor sit anet, consectetur adipisci elit, sed eiusnod tenpor incidunt ut labore et dolore nagna aliqua. Ut enin ad ninin venian, quis nostrun exercitationen ullan corporis suscipit laboriosan, nisi ut aliquid ex ea connodi consequatur. Quis aute iure reprehenderit in voluptate velit esse cillun dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint obcaecat cupiditat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt nollit anin id est laborun. Excepteur sint obcaecat cupiditat non proident,

PERANCANGAN HUNIAN KOST DENGAN PENDEKATAN BIOKLIMATIK DI JALAN KEBON KACANG 36, JAKARTA PUSAT

by ***Vira Safira Putri Shea (00000033560)***

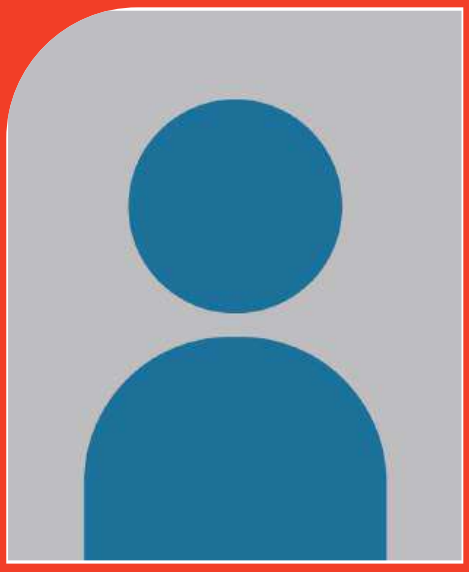
BPS (Badan Pusat Statistik) mencatat bahwa jumlah penduduk Jakarta mencapai 10,61 juta jiwa pada 2021, dan mengalami kenaikan 0,45% dibandingkan tahun sebelumnya yaitu 10,60 juta jiwa. Jakarta Pusat sebagai salah satu kota terpadat di Indonesia memiliki kepadatan penduduk sebesar 20.360 jiwa/km2 dengan luas lahan 48,13 km2 atau 7,3% dari luas DKI Jakarta. Kebon Kacang sebagai kelurahan yang berada di tengah kota Jakarta Pusat memiliki angka kepadatan penduduk 2078/km2 dengan luas lahan 12,5 km2 dan jumlah penduduk 25.498 jiwa, menjadikan kelurahan Kebon Kacang menjadi salah satu kelurahan terpadat di Jakarta Pusat. Letak area yang strategis dan banyaknya penduduk yang bekerja pada area tersebut memicu kemunculan area kos yang mendominasi pada Kelurahan Kebon Kacang. Salah satu area dalam kelurahan tersebut adalah Jalan Kebon Kacang 36, area yang dikelilingi oleh pemukiman penduduk dan kawasan komersial. Adanya kepadatan dalam satu area tersebut berpotensi menimbulkan masalah bagi kawasan maupun penduduk yang



Contact
vira.savira@student.umn.ac.id
081285560112

Perancangan Transit dan Lifestyle Hub di Kawasan Stasiun Rawa Buntu dengan Pendekatan Eco Friendlly

by *Clarencia Carissa Novenia Tumbelaka (00000030119)*



Contact

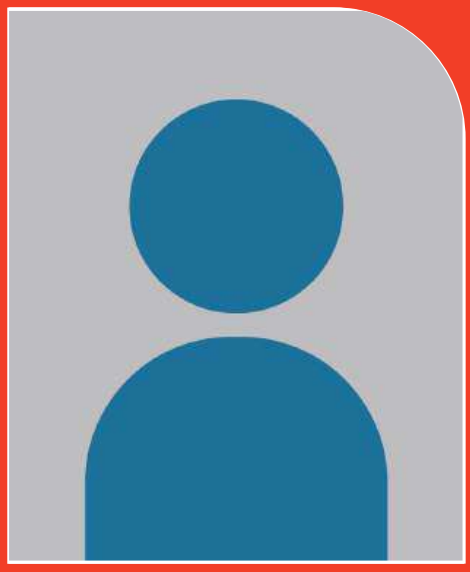
clarencia.novenia@student.umn.ac.id
08118996801

Stasiun Rawa Buntu merupakan salah satu titik transit transportasi publik kereta api yang terletak di Kawasan BSD City dan merupakan salah satu stasiun terpadat di Kota Tangerang Selatan. Namun, kegiatan transit yang berlangsung di kawasan stasiun masih terbilang kurang berjalan dengan optimal. Stasiun Rawa Buntu belum terintegrasi secara langsung dengan tempat pemberhentian transportasi publik. Tak hanya itu, transportasi publik juga tidak memiliki tempat pemberhentian yang layak. Sehingga adanya transportasi publik yang berhenti di jalan utama sering membuat kemacetan. Oleh karena itu dibutuhkan adanya solusi dari permasalahan tersebut. Penulis ingin merancang sebuah transit dan lifestyle hub sebagai fungsi baru yang menjadi daya tarik kawasan serta menjawab isu transportasi. Untuk menunjang perancangan, penulis menggunakan turunan dari konsep pembangunan BSD City, yaitu eco friendly. Konsep eco friendly tersebut disesuaikan dengan standar 6 prinsip LEED. Penelitian dilakukan untuk menjawab pertanyaan “Bagaimana

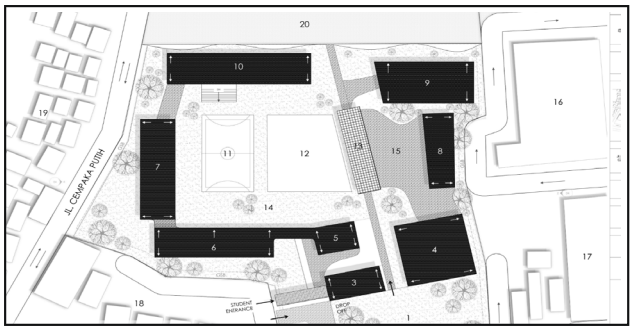
PERANCANGAN SEKOLAH ALTERNATIF DI KELURAHAN PISANGAN

by ***Shalika Khanum (00000032700)***

Kelurahan Pisangan memiliki banyak potensi untuk dapat bekerja sama dalam program sekolah alternatif. Sekolah Alternatif diperlukan untuk memberikan kesempatan belajar pada siswa dengan ekonomi lemah. Sekolah ini akan berfokus pada pengembangan skill siswa berdasarkan kebutuhan siswa dengan memanfaatkan sumber daya sekitar tapak. Sekolah Alternatif ini dapat menjadi wadah untuk pembelajaran maupun interaksi antara siswa dan masyarakat sekitar Kelurahan Pisangan dalam berinovasi.Pengembangan skill ini diharapkan dapat membantu siswa dalam meningkatkan nilai ekonomi, dimana skill tersebut dapat membuka peluang pekerjaan bagi siswa setelah lulus. Sekolah alternatif pada Kelurahan Pisangan menerapkan konsep ekonomi sirkular dimana siswa belajar mengintegrasikan aliran sumber daya alam seperti sungai, air hujan, tanah, dan limbah untuk menciptakan sistem bangunan dan ekonomi yang mandiri. Konsep ekonomi sirkular ini dapat diaplikasikan pada rancangan dengan memanfaatkan alam sekitar, bekerjasama dengan masyarakat

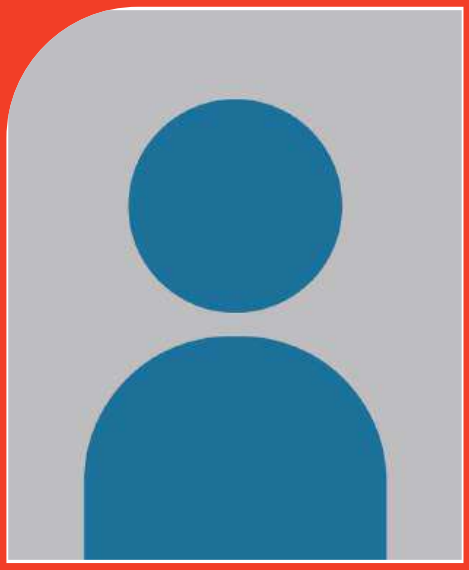


Contact
shalika.khanum@student.umn.ac.id
081391098913



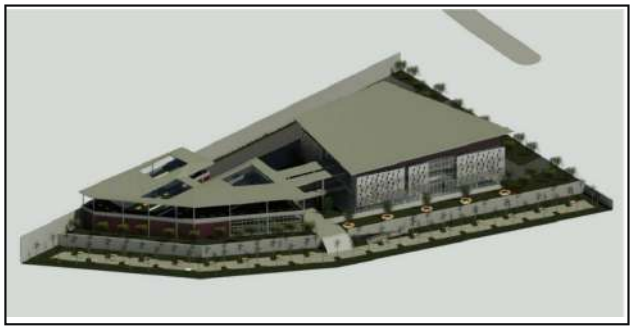
PERANCANGAN PUSAT PELESTARIAN OLAHRAGA TRADISIONAL DAN PERMAINAN RAKYAT SEBAGAI UPAYA PENDUKUNG ALTERNATIF AKTIVITIAS WISATA DI KOTA TANGERANG SELATAN

by ***Derry Harto (00000028685)***



Contact
derry.harto@student.umn.ac.id
082158880892

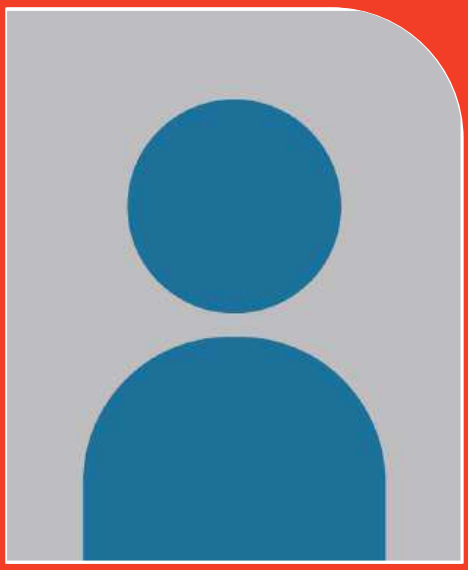
Isu mengenai wisata budaya telah ada sejak lama, dan dalam beberapa tahun terakhir menyatakan bahwa generasi muda mulai meninggalkan budaya karena pengaruh dari perkembangan zaman. Hal ini tentu menjadi perhatian bagi pemerintah yang kemudian mengeluarkan UU No. 5 Tahun 2017 mengenai pemajuan kebudayaan, yang dimana telah ditentukan bahwa perlu adanya pembangunan berbasis yang dimulai dari tingkat kabupaten/kota, yang kemudian dilanjutkan pada tingkat provinsi dan nasional. Pembangunan pada tingkat kabupaten/kota salah satunya adalah BSD City yang dimana merupakan salah satu kecamatan dari Tangerang Selatan. Pembangunan yang belum maksimal menjadikan kawasan ini sebagai lokasi tapak yang nantinya akan direncanakan dalam pembangunan. Pada kawasan BSD City itu sendiri belum terdapat tempat wisata yang berbasis budaya, dan oleh karena itu dapat menjadi jawaban dari isu skala nasional yang sedang berlangsung sekaligus melengkapi fungsi sebagai suatu kawasan. Perancangan ini juga menggunakan atribut pariwisata



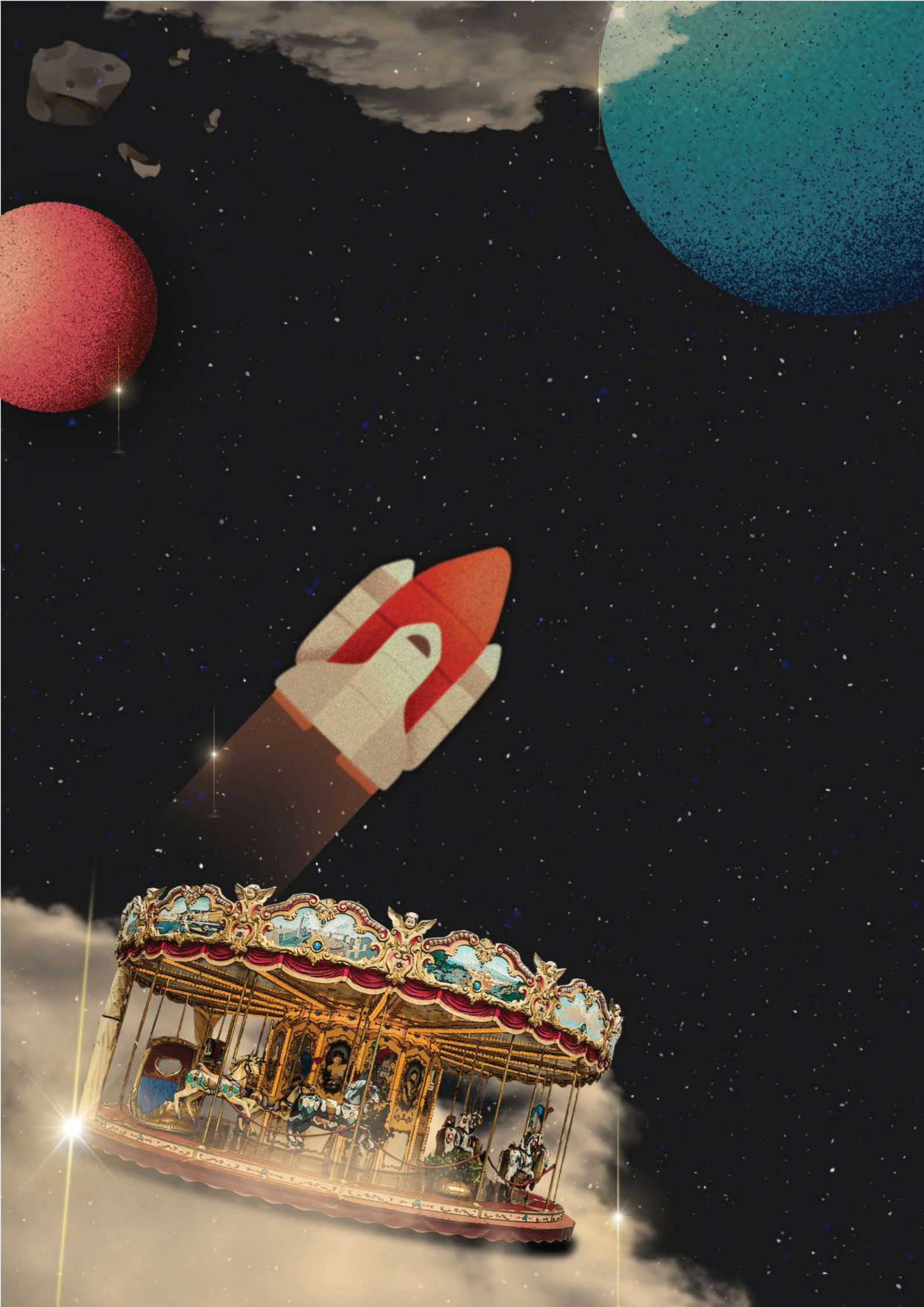
Perancangan Desain Kawasan Perumahan dengan Pendekatan Arsitektur Berkelanjutan di BSD

by ***Michael Kevin Lewi (00000030103)***

Arsitektur berkelanjutan sangat penting untuk diterapkan dalam merancang suatu bangunan. Penerapan ini berhubungan dengan 3 hal yaitu bangunan, manusia, dan lingkungan sekitar. Permasalahan umum yang terjadi adalah tingginya penggunaan energi listrik pada sektor rumah tinggal di Indonesia yang terus meningkat tiap waktu. Penggunaan energi berlebih tentu akan berdampak buruk pada lingkungan sekitar dan juga perekonomian. Selain itu, manusia tentu perlu beraktivitas sehingga terjadi adanya perpindahan dari suatu tempat ke tempat lainnya yang membutuhkan aksesibilitas. Permasalahan umum dalam aksesibilitas adalah pengeluaran emisi gas rumah kaca pada dalam transportasi terutama di daerah perkotaan. Hal ini akan berdampak negatif bagi lingkungan apabila terjadi secara terus menerus sehingga beberapa cara mengatasinya dengan mengoptimalkan kualitas transportasi umum serta meningkatkan kualitas aksesibilitas kendaraan non bermotor (jalur pejalan kaki dan sepeda). Maka dari itu, kedua permasalahan diatas dapat



Contact
michael.lewi@student.umn.ac.id
081380748080



FINAL PROJECT
ADVISORS

ADVISORS DKV

Adhreza Brahma, M. Ds.

Aditya Styagraha, S. Sn., M.

Dr. Anne Nurfarina, M. Sn.

Ardiles Akyuwen, M. Sn.

Ardyansyah, S. Sn, M. M., M. Ds.

Cennywati, S. Sn., M. Ds.

Chara Susanti, M. Ds.

Clemens Felix Setiyawan, S. Sn., M. Hum.

Dedy Arpan, S. Sn., M. Ds.

Edo Tirtadarma, M. Ds.

Ester Anggun, S. Sn., M. Ds.

Fonita Theresia Yoliando, S. Ds., M. A.

Frindhinia Medyasepti, S. Sn., M. Sc.

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

Harry Mores, S. Ds., M. M.

Joni Nur Budi Kawulur, S. Sn., M. Ds.

Ken Natasha Violeta, S. Sn

Lalitya Talitha Pniashtika, M. Ds.

Leonardo Adi Dharma Widya, S.Sn., M. Ds.

Muhammad Nabil, S. Sn., M. Ds.

Nadia Mahatmi, M. Ds.

Rani Aryani Widjono, S. Sn., M. Ds.

Dr. Ratna Cahaya Rina Wirawan Putri, S. Sos., M. Ds.

Roy Anthonius Susanto S. Sn., M. Ds.

Dr. Suwito Casande, S. Sn., M. Ds.

Dr. Yusup Sigit Martyastiadi, S. T., M. Inf. Tech.

Zamzami Almakki, S. Pd., M. Ds.

ADVISORS ANIMASI

Ahmad Arief Adiwijaya, S. Sm. , MP SecSc

Andrew Willis B. A., M. M.

Christian Aditya, S. Sn., M. Anim.

Christine Mersiana Lukmanto, S. Sn., M. Anim.

Dominika Anggraeni Purwan-ingsih, S. Sn, M. Anim

Fachrul Fadly, S. Ked., M. Sn.

Firdyanza Pramono, S. Sn., M. Ds.

Matheus Prayogo, S. Sn., M. Ds.

Muhammad Cahya Mulya Daulay, S. Sn., M. Ds.

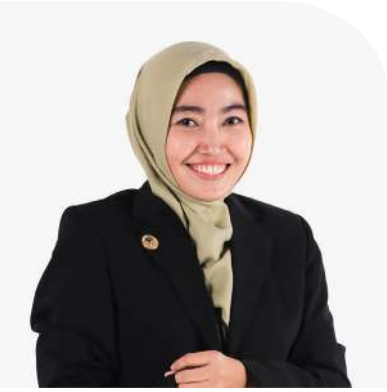
R. R. Mega Iranti

Yohanes Merci Widiastomo, S. Sn. M. M.

ADVISORS FILM

Annita, S. Pd., M. F. A.

Bisma Fabio Santabudi, M. Sn., S. Sos.



Dr. Ni Wayan Ayu Permata Sari, M. Pd.

Rishta Ihwanny, S. Hum, M.Si.

Edelin Sari Wangsa, S. Ds., M. Sn.

Frans Shala Moshes Rinto, S. I.Kom,

Jason Obadiah, S. Sn., M. Des. Sc.

Kus Sudarsono, S.E., M. Sn.

Natalia Depita, M. Sn.

Paulus Heru Wibowo Kurniawan, S. S., M. Sn.

Petrus Damiami Sitepu, S. Sn., M. I.Kom.

Putri Sarah Amelia, M. Sn.

Perdana Kartawiyudha, M. Sn.

Raden Adhitya Indra Yuana, S. Pd., M. Sn.

Salima Hakim, S. Sn., M. Hum.

Umi Lestari, S. S., M. Hum.

Kemal Hasan, S.T., M. Sn.

ADVISORS ARSI

Apriani Kurnia Srashayu, S. T., M. Sc.

Dian Fitria, S. T., M. Sc.

Dr. Freta Oktarina, S. Sn., M. Ars.

Gierlang Bhakti Putra, S. T., M. Sc.

Hedista Rani Pranata, M. Ars.

Irma Desiyana, S. Ars., M. Arch.

Mandau Apri Kristianto, S. T., M. Sc.

Rahmi Elsa Diana, S. T., M. T.

Rizki Tridamayanti Siregar, S. Pd., M. T.

Suwito Kartono Citra, S. T., MAUD.

Tatyana Kusumo, S. Ars., M. Sc.

Theodorus Chayo Wicaksono, S. T., M. Ars.

Yuninda Mukty Ardyanny, S. T., M. Ars.