

BAB IV

Konsep umum Perancangan

Dalam konsep umum proses perancangan karya, penulis mengumpulkan data-data yang dibutuhkan dari kuisisioner dan sumber lainnya untuk referensi dalam perancangan. Dibagi menjadi 2 yaitu data verbal, data yang tertulis menunjang isi perancangan dan data visual seperti contoh gambar. Data-data ini bertujuan untuk menunjang solusi yang mampu menyelesaikan permasalahan target sasaran.

Untuk membantu Kesehatan mental anak muda selama pandemi, penulis membuat sebuah konten komunikasi visual untuk menghibur dan menemani anak muda untuk mencegah masalah mental yang dialami anak muda selama pandemi berlangsung. Namun sebuah konten hiburan harus mempunyai unsur yang dapat menarik perhatian si target yang akan melihat. Maka ilustrasi menjadi jawabannya. Dengan ilustrasi suatu cerita dapat lebih mudah untuk dipahami, ilustrasi dapat dibuat bervariasi yang memotivasi, mempunyai pesan yang komunikatif untuk memahami pesan dari konsep yang disampaikan, seperti memahami mood, atau aktivitas yang akan dibuat dari ilustrasi itu sendiri.

Konten Komunikasi Visual berupa video animasi pendek yang nantinya akan berdurasi selama maksimal 1 menit yang akan di upload di Instagram. Kesan yang akan disampaikan adalah kesan yang fun, emotional, menenangkan. Kesan ini membantu dalam membangun suasana video. Nantinya video ini bercerita tentang beberapa pengalaman anak muda selama menghadapi covid-19 dan bagaimana cara mereka menghadapinya.

4.1 Konsep Verbal

4.1.1 Nama Program

Judul : Apa Kabar?

Judul ini mempunyai arti menyampaikan pesan, atau pemberitaan. Dimana judul ini menjadi acuan untuk menanyakan kabar dan keadaan anak-anak muda pada saat pandemi berlangsung.

Alasan dipakainya judul ini sebagai tema dari account Instagram adalah menimbulkan vibes atau kesan yang positif kepada target sasaran. Apa kabar sendiri merupakan kata-kata yang dilontarkan seseorang kepada kerabat, atau teman terdekat untuk menanyakan kondisi mereka, entah mereka dalam kesulitan, senang, gembira atau merasakan keadaan lainnya, Apa kabar dapat menjadi kata-kata yang dapat menenangkan kondisi si pelaku. Dengan bertanya kabar kita dapat menjalin komunikasi dan hubungan yang baik.

4.1.2 Konsep cerita untuk Video dan Feed Instagram

Cerita hanya berupa cerita pendek atau cerpen. Bersumber dari cerita kehidupan sehari-hari, berdasarkan pengalaman sendiri atau orang lain. Karakter yang timbul nantinya akan digambarkan dalam konflik sampai selesai. Penggunaan Bahasa mudah dipahami oleh anak muda, Cerita dapat meninggalkan efek emotional kepada target, Cerita akan menceritakan kejadian, perkembangan mental tetapi tidak merubah nasib karakter, Alur yang akan dipakai adalah alur tunggal dan lurus atau maju, Karakter penokohan singkat, sederhana dan tidak terlalu dalam.

Skenario cerita video (yang diambil dari hasil kuisioner)

Trailer : Judul “Apa Kabar?”

Seorang perempuan yang terlihat sedang bosan. Berpikir kapan pandemi akan segera berakhir, kangen bertemu dengan teman-teman, jalan2 diluar dengan bebas. Lalu ia membuka handphonenya dan melihat ada notifikasi dari Instagram bertuliskan “Hai Apa Kabar?”

Cerita 1 : “Berbagi cerita lewat kabar”

Terlihat si A susah tidur, memikirkan banyak hal yang terjadi selama pandemi. Karena rasa takut dan cemas , beberapa kali merasakan kesedihan tanpa sebab/alasan. Selalu merasa panik dan takut setelah melihat berita pandemi atau saat sedang mengalami masalah. Lalu handphonenya berdering, tanpa pesan masuk, bertuliskan “Hai, apa kabar kamu?” terlihat A tersenyum melihat pesan tersebut, lalu menuliskan perasaannya. “Aku sedang tidak baik-baik saja”

Cerita 2 : judul “harapanku”

Chapter 1 : Hai, namaku Fira. Aku mahasiswi dan sedang kuliah selama pandemi ini. Aku dikenal cukup ceria, tapi karena pandemi belakangan ini aku jadi sulit berhubungan dengan teman-temanku. Aku jadi lebih ansos. Teman-temanku juga diluar ekspektasi aku, mereka susah dihubungi dan ada beberapa yang toxic. Sulit sekali menjalin hubungan yang baik selama pandemi ini.

Chapter 2 : Tapi aku mengusahakan biar tetap terhubung sih sama temen-temenku, walau kadang saat aku berusaha chatku hanya sebatas dibaca oleh mereka. Kadang hilang tanpa kabar ditengah tugas kelompok yang seharusnya kami kerjakan. Keadaan ini membuat aku bingung dan kewalahan, tapi semua aku jalani saja dan doaku semoga corona cepat berakhir dan aku bisa membangun hubungan yang baik lagi dengan mereka.

4.1.3 Media yang digunakan

Media utama Instagram.

Media Pendukung IG filter, Instagram ads dan website.

4.1.4 Biodata dan Slogan

1. Biodata

Kalimat yang akan dipakai sebagai biodata dari Instagram adalah :

“Dikala sedang kesepian, senang, sedih setidaknya ada pertanyaan yang bisa dilontarkan hanya sebatas ingin tahu kabar membangun hubungan yang baik.”

Biodata ini didasari dari judul “Apa Kabar?”. Biodata ini bertujuan untuk memberi informasi dan penjelasan mengenai program “Apa kabar?” dan merupakan penjelasan dan maksud Adapun tujuan yang akan disampaikan dari program kepada target sasaran.

2. Slogan

Slogan merupakan sebuah Kalimat kutipan yang merupakan kalimat pendek yang dapat menarik dan praktis untuk diingat berguna untuk menjelaskan tujuan atau maksud dari suatu media.

Slogan : “Suka Duka jadi Cerita”

Slogan ini menjelaskan tentang program “apa kabar?” dimana program ini merupakan kumpulan cerita suka dan duka anak muda selama pandemi berlangsung. Membantu anak muda memahami masalah disekitar mereka dan membantu memvisualkannya melalui video pendek ilustrasi.

4.1.5 Penggunaan Bahasa

Sesuai target sasaran yang terkait yaitu anak muda golongan SES A-B yang tinggal di perkotaan-perkotaan besar di Indonesia maka penggunaan Bahasa dalam perancangan ini menggunakan bilingual yaitu Bahasa yang terdiri dari gabungan Bahasa Inggris dan Indonesia. Hal ini terkait dengan kebiasaan anak muda jaman sekarang dimana penggunaan Bahasa Inggris lebih banyak disukai pada jaman modern ini, namun Penggunaan Bahasa Indonesia tetap akan menjadi penggunaan Bahasa utama dikarenakan target sasaran Sebagian besar ditujukan kepada masyarakat Indonesia. Penggunaan Bahasa Indonesia informal, bersikap akrab dan tidak kaku agar dapat membangun hubungan yang bersahabat dengan target.

4.1.6 Konsep Desain

Konsep desain dari perancangan ini terdiri dari beberapa desain yaitu :

1. Pembuatan logo sebagai identitas komunikasi visual untuk membantu Kesehatan mental anak muda selama pandemi.
2. Karakter yang dibentuk dari cerita
3. Storyboard sebagai pembentuk scene agar cerita lebih terarah untuk video animasinya
4. Pembuatan ilustrasi untuk feeds yaitu judul dari setiap cerita.
5. pembuatan video dibagi menjadi 2 bagian (chapter 1 dan 2) untuk setiap ceritanya.

4.1.7 Konsep Warna

Konsep warna diambil dari bab sebelumnya. Menggunakan warna yang menimbulkan efek psikologis yang tenang tapi juga fun, ceria dan membawa kebahagiaan, karena konsep perancangan ini bersifat hiburan.

warna yang dapat membantu target yang mengalami depresi, stress dan gangguan mental lainnya, warna tersebut adalah :

- Biru : Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh (Jennifer Bourn, 2011) biru merupakan warna yang melambangkan kesan positif seperti kedamaian, Kepercayaan,

Loyalitas, aman. Warna ini mampu mengatasi insomnia, gangguan kecemasan tetapi juga memiliki makna kesedihan, kesendirian, dan kesunyian.

- Putih : Putih melambangkan kesucian, kebahagiaan dan ketulusan yang murni. Putih juga melambangkan kebersihan, kesegaran. Warna ini digunakan untuk terapi untuk mengurangi rasa nyeri, mata Lelah dan sakit kepala. (Jennifer Bourn, 2011)
- Ungu : warna ini melambangkan kemewahan, kebijaksanaan ungu memberikan kesan senang.
- Kuning : Warna ini memiliki makna kebahagiaan dan kehangatan, semangat, rasa optimis, ceria. Warna ini menurut psikologis dapat menimbulkan kekreatifan dan ide.
- Oranye : warna ini adalah kehangatan dan semangat, optimisme, dan kepercayaan diri. Warna ini memiliki makna ketenangan dalam suatu hubungan.
- Merah muda : warna ini mempresentasikan cinta, kelembutan, kepedulian dan romantis.
- Hijau : Hijau memiliki makna alam. Dalam psikologi warna ini digunakan untuk menyeimbangkan emosi dan keterbukaan komunikasi, warna ini dapat memberikan ketenangan dan relaksasi.
- Merah : Merah merupakan simbol keberanian, memberikan gairah dan energi. Tetapi warna merah memiliki makna negative yaitu kewaspadaan dan kekerasan.
- Cokelat : warna coklat berunsur dari tanah dan Bumi, memberikan kesan hangat, nyaman, dan keamanan. Secara psikologis warna coklat memiliki arti kekuatan hidup dan dapat diandalkan.

4.1.8 Konsep layouting pada Instagram feeds

Layout pada Instagram akan disajikan dalam bentuk gambar dan tulisan, dan tata letak untuk menyajikan elemen gambar dan teks ini diharapkan lebih mudah untuk pembaca dapat menerima sebuah konten hiburan yang akan disajikan oleh penulis.



Gambar 7 Konsep layouting sumber dokumen pribadi

Penempatan layout pada Instagram account berupa judul dikiri (Judul akan di post pertama kemudian diikuti konten video), ini bertujuan agar penikmat video dapat lebih mudah mencari video yang akan dicarinya. Pemisahan Judul untuk mempermudah kenyamanan target untuk mencari konten.

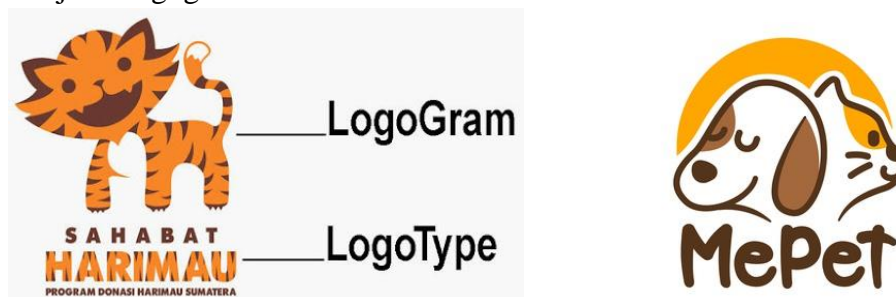
4.2 Konsep Visual

4.2.1 Konsep Logo

Penggunaan logo pada perancangan ini sebagai identitas merek yang bersangkutan agar dapat mudah dikenali dan diingat oleh target baik secara langsung atau tidak. Bertujuan untuk membangun kepercayaan, membangun kesan yang positif dan kesan yang baik.

Penggunaan atau jenis logo yang akan dipakai dalam perancangan ini adalah logogram. Logogram merupakan gabungan teks dan gambar “Apa Kabar?” dengan jenis font Handwriting, font ini adalah tulisan yang timbul dari goresan tangan dari pena, kuas, atau pensil. Kesan yang ditimbulkan dari font ini adalah tidak formal, bersifat Pribadi dan akrab. Lalu gambar yang dibuat dengan tujuan untuk mewakili keseluruhan kata.

contoh jenis logogram :



Gambar 8 Contoh jenis logogram

Adapun tema dari logogram yang akan dirancang adalah fun, ceria, mempunyai kesan yang positif, semangat dan kehangatan.

4.2.2 Tipografi

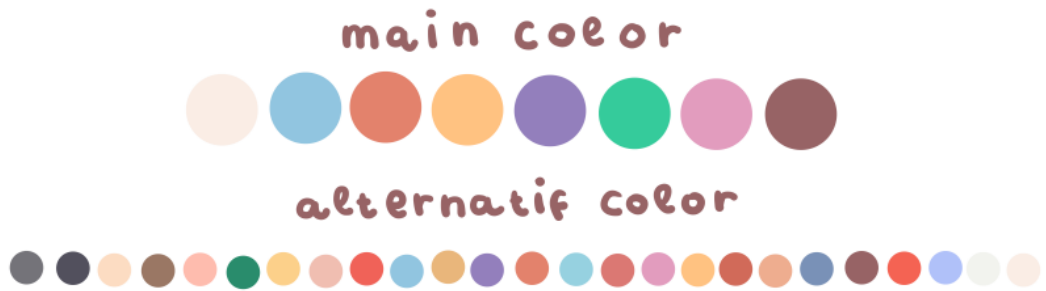
Jenis font Handwriting, font ini adalah tulisan yang timbul dari goresan tangan dari pena, kuas, atau pensil. Kesan yang ditimbulkan dari font ini adalah tidak formal, bersifat Pribadi dan akrab.



Gambar 9 Contoh jenis Tipografi Handwritten

4.2.3 Warna dan moodboard

Warna :



Gambar 10 Warna dan moodboard sumber dokumen pribadi

Moodboard :



Gambar 11 Moodboard

4.2.4 Gaya visual atau ilustrasi

Gaya visual atau ilustrasi mengikuti apa yang disukai oleh target, ini berdasarkan hasil kuisisioner yang sudah dilakukan oleh perancang. Mempunyai jenis ilustrasi cerita bergambar yaitu adalah Teknik ilustrasi yang dibuat berdasarkan cerita dan sudut pandang yang menarik dari si penulis itu sendiri.



Gambar 12 Ilustrasi kesukaan target sasaran

4.2.5 Logo

a. Logo Instagram

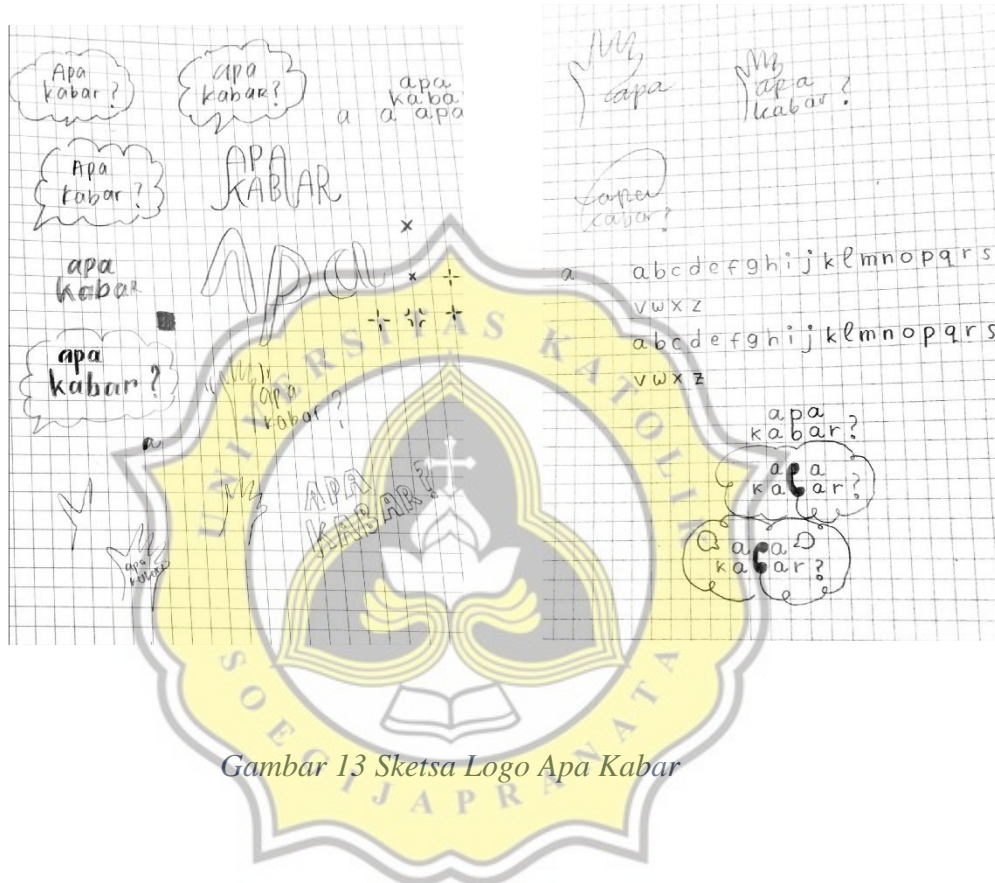
Konsep “Apa Kabar?”

Tema dari logogram yang akan dirancang adalah fun, ceria, mempunyai kesan yang positif, semangat dan kehangatan.

Terdapat icon telepon dan balon teks berupa chat. Icon telepon atau telepon genggam menggambarkan hubungan yang terjalin jarak jauh. Sedangkan balon teks merupakan chat atau cerita-cerita yang disampaikan oleh target yaitu anak muda.

Sketsa logo :

sketsa logo



Gambar 13 Sketsa Logo Apa Kabar

sketsa logo

Sketsa

apa kabar?

apa kabar?

cepat kabar?

apa kabar?

apa kabar?

apa kabar?

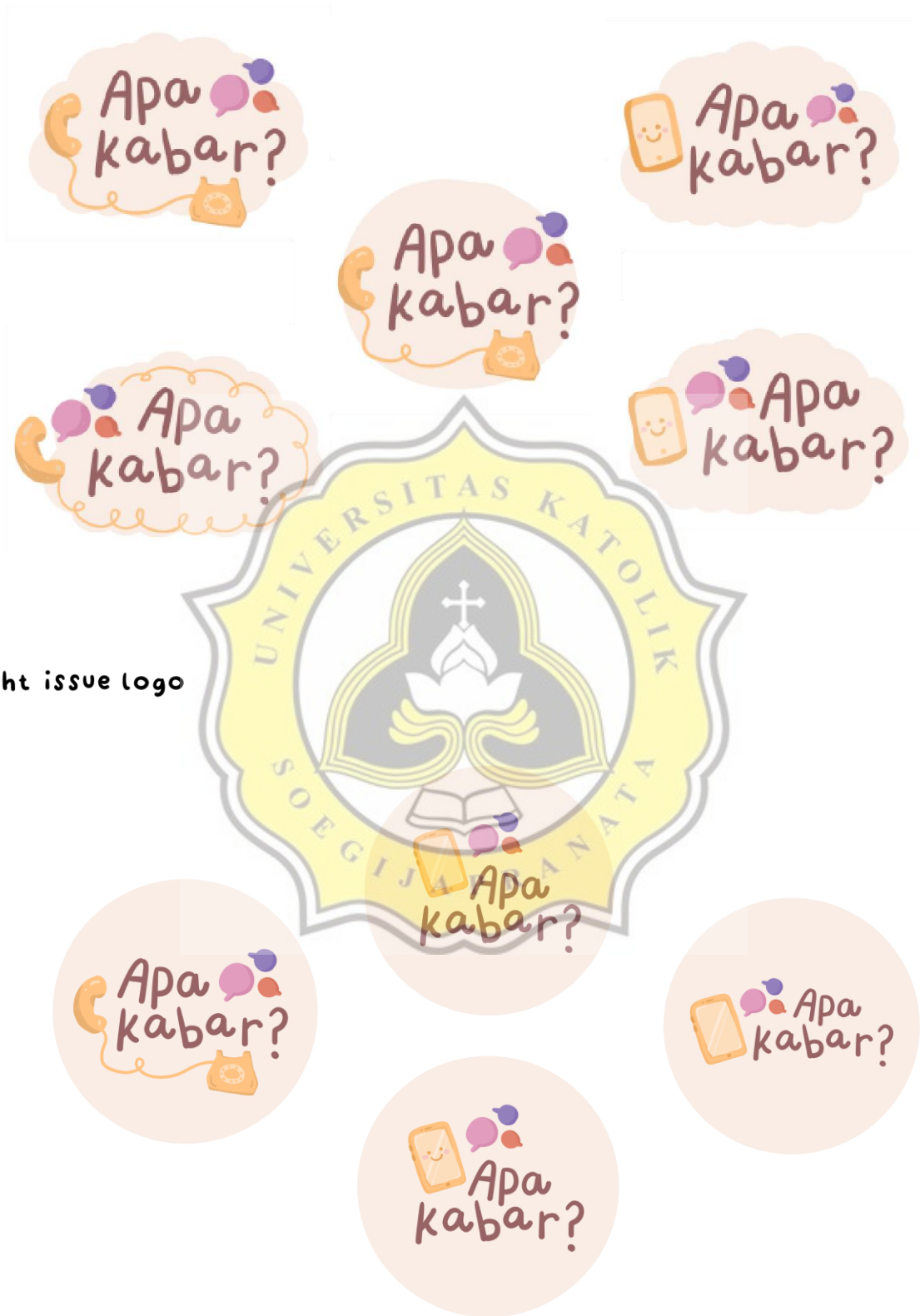
apa kabar?

apa kabar?

apa kabar?



tight issue logo



tight issue logo

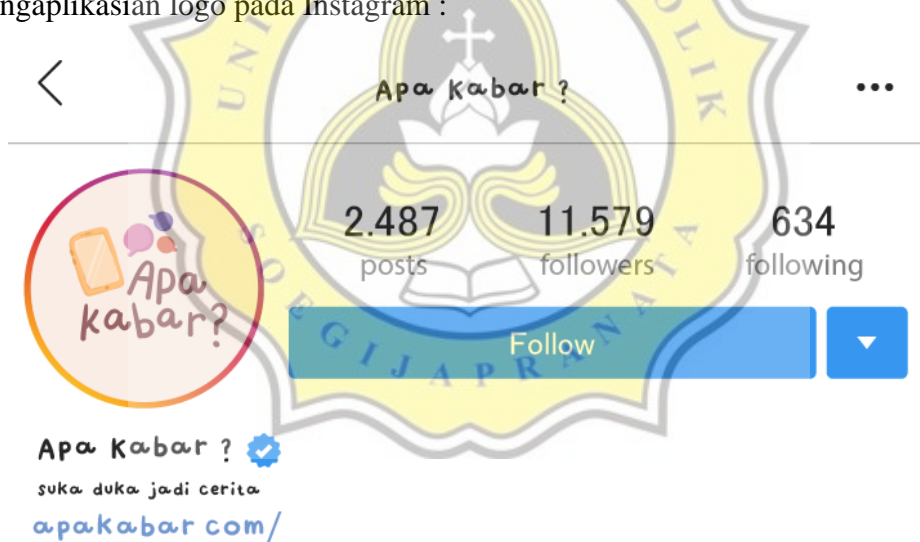
Gambar 14 Tight Issue Logo Apa Kabar

Final Logo



Gambar 15 Final Logo Apa Kabar

Contoh pengaplikasian logo pada Instagram :



Gambar 16 Logo Apa Kabar pada Instagram

4.2.6 Tipografi

Tipografi yang digunakan dalam perancangan ini merupakan font yang dibuat oleh perancang sendiri menggunakan style *handwritten*. Font ini dinamakan Honey. Font ini digunakan untuk judul dan teks yang nantinya akan digunakan dalam perancangan ini. Font ini berkonsep ceria, *approachable*, menggambarkan kenyamanan karena font merupakan tulisan tangan dan bersifat *friendly*, dan *personal*.

Sketsa tipografi

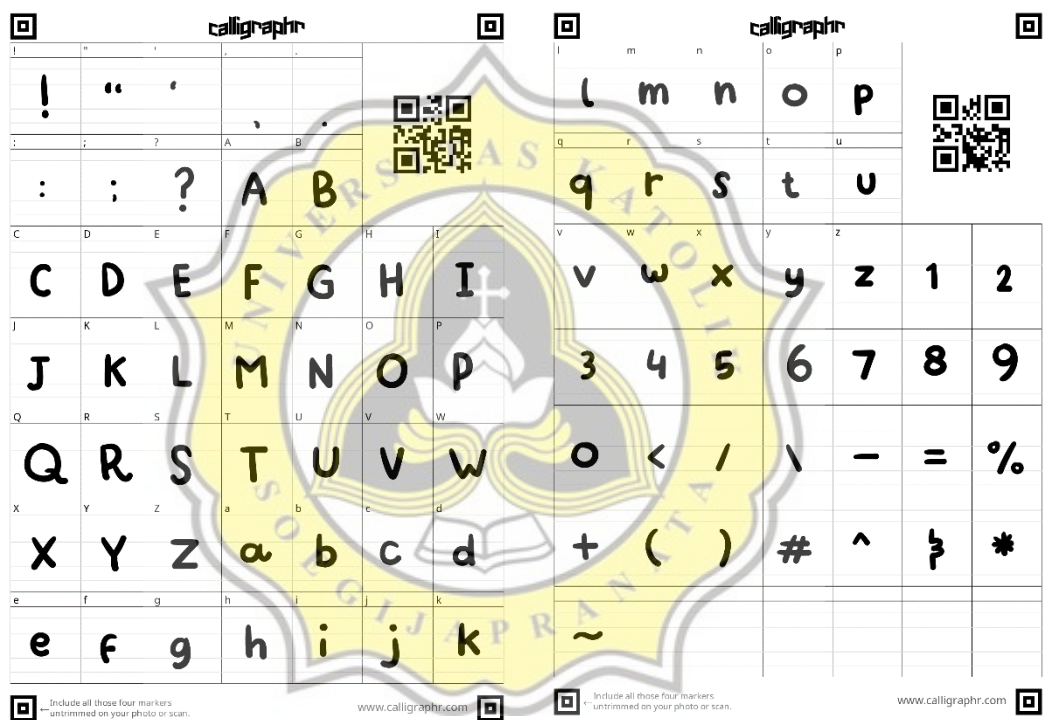
sketsa tipografi



Gambar 17 Sketsa Tipografi Apa Kabar

Tipografi final

Contoh : Apa Kabar ?



Gambar 18 Final Tipografi Apa Kabar

4.2.7 Ilustrasi Karakter

a. Sketsa karakter



Gambar 19 Sketsa Karakter Apa Kabar Logo

Nantinya karakter akan muncul pada setiap adegan cerita, Karakter juga akan disesuaikan dengan cerita yang akan disampaikan. karena cerita ini merupakan bagian dari cerita anak-anak muda selama pandemi. Karakter ini berbentuk ilustrasi, dengan gaya visual sesuai dengan anak muda.

4.2.8 Storyboard ilustrasi cerita

Storyboard digunakan sebagai acuan untuk memvisualisasikan cerita, dimana terdapat gambar-gambar yang berurutan untuk merangkai sebuah cerita menjadi satu kesatuan.

Konsep dari cerita yang dibuat berdasarkan pengalaman dan cerita anak-anak muda selama pandemi berlangsung. Cerita yang disampaikan ini berupa berita suka dan duka mereka. Tetapi disini penulis ingin menyampaikan adanya vibes positif yang timbul dari keadaan pandemi, dimana penulis lebih menekankan harapan dan perasaan yang tidak membuat cemas dan ketakutan yang tidak berkelanjutan bagi target sasaran. Cerita ini nantinya akan dibuat berbentuk video pendek.

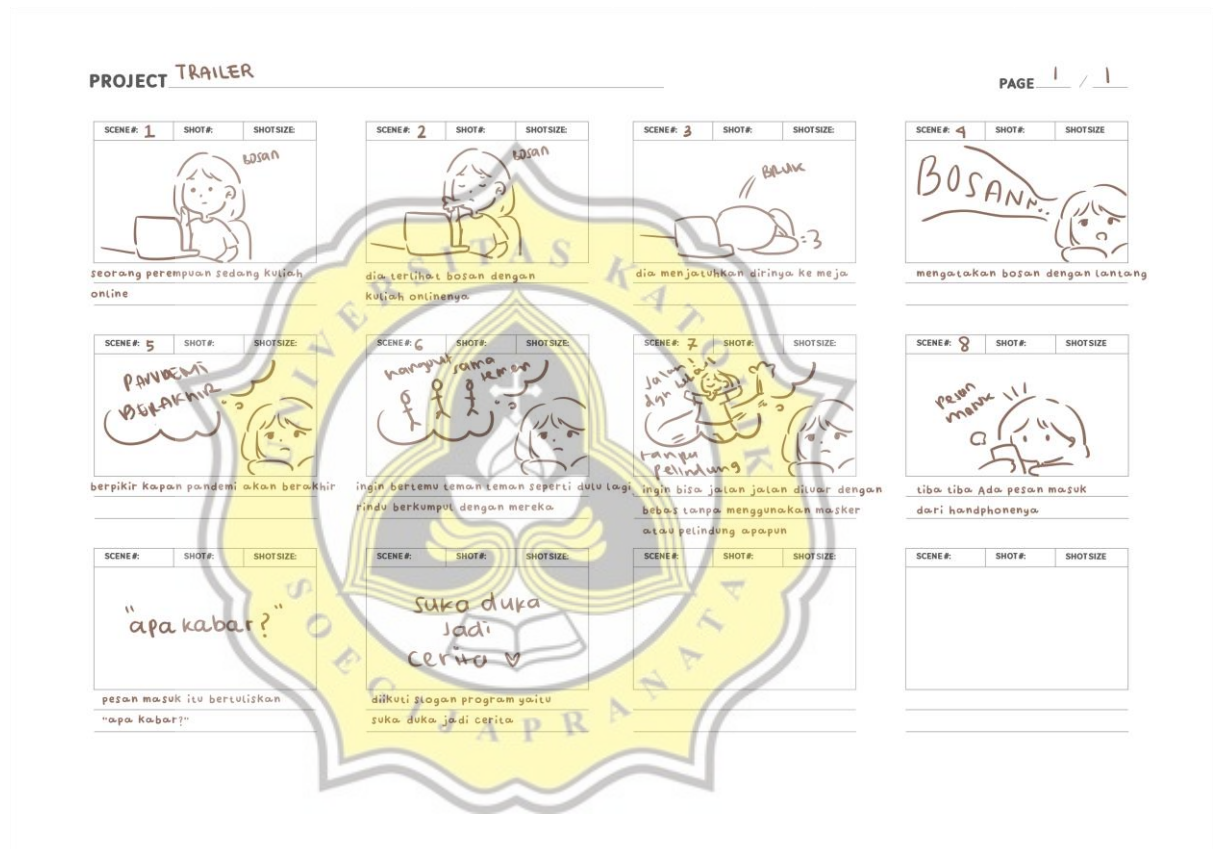
a. StoryBoard cerita

KONSEP : Nantinya trailer disini adalah sebagai pengembang dari cerita. Dimana trailer berfungsi untuk memperkenalkan program video ilustrasi cerita pendek yang berguna untuk menghibur dan membantu anak muda menghadapi Kesehatan mental mereka selama pandemi. Trailer ini menceritakan beberapa kecemasan anak muda selama pandemi, lalu “apa kabar?” menjadi solusinya untuk membantu menghibur,

mendukung dan memberikan harapan kepada anak muda untuk Kesehatan mental mereka selama pandemi ini.

Trailer : Judul “Apa Kabar?”

Seorang perempuan yang terlihat sedang bosan. Berpikir kapan pandemi akan segera berakhir, kangen bertemu dengan teman-teman, jalan2 diluar dengan bebas. Lalu ia membuka handphonenya dan melihat ada notifikasi dari Instagram bertuliskan “Hai Apa Kabar?” sebagai judul dari program. Kemudian muncul teks berupa “suka duka jadi cerita” dimana adalah slogan dari apa kabar. Diikuti dengan “yuk sharing ceritamu selama pandemi ini, suka atau duka <3” sebagai penutup. Ini menegaskan target sasaran untuk ikut bercerita tentang perasaan mereka selama pandemi ini.



Gambar 20 Storyboard Cerita Apa Kabar Trailer

KONSEP : Selanjutnya cerita 1 dengan judul berbagi cerita lewat kabar ini menjadi cerita yang membangun persepsi dari program “apa kabar” itu sendiri. Di cerita ini penulis akan menjelaskan program lewat cerita yang disampaikan. Bahwa dengan bertanya apa kabar dengan kerabat terdekat dapat menjadi acuan untuk menjalin hubungan yang baik. Karena dengan menanyakan kabar seseorang dapat berbagi cerita 1 ke yang lainnya.

Cerita 1 : “Berbagi cerita lewat kabar”

Terlihat si A susah tidur, memikirkan banyak hal yang terjadi selama pandemi. Karena rasa takut dan cemas, beberapa kali merasakan kesedihan tanpa sebab/alasan. Selalu merasa panik dan takut setelah melihat berita pandemi atau saat sedang mengalami masalah. Lalu handphonenya berdering, tanpa pesan masuk, bertuliskan “Hai, apa kabar kamu?” terlihat A tersenyum melihat pesan tersebut, lalu menuliskan perasaannya. “Hai, sudah lama kita tidak mengobrol, aku sedang dalam masa sulit sih, tapi aku rasa aku bisa menghadapinya.. Gimana Kabarmu saat ini?”

PROJECT AKU SEDANG TIDAK BAIK-BAIK SAJA

PAGE 1 / 1

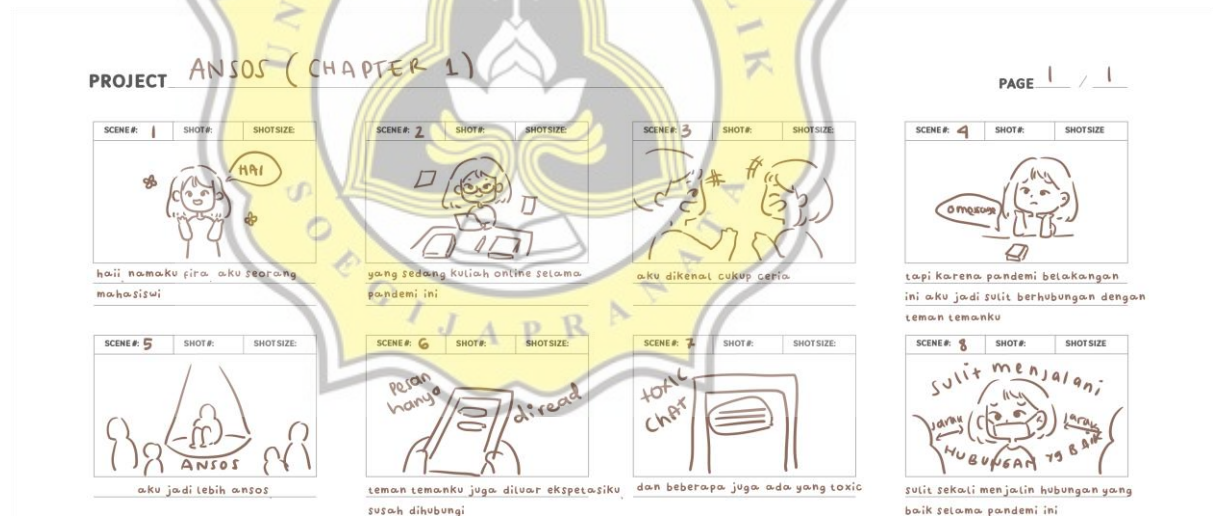


Gambar 21 Storyboard Cerita Apa Kabar Berbagi cerita lewat kabar

KONSEP : Cerita 2 menggambarkan ketakutan anakmuda selama pandemi ini yang paling menonjol dan banyak dibicarakan, berdasarkan hasil kuisioner yang ada. Ansos adalah anti sosial, dimana ansos sendiri adalah gangguan mental yang dialami pelaku sebagai bentuk pengabaian dengan orang lain. Pandemi covid-19 membuat anak muda harus menjaga jarak, Pembatasan dengan teman-teman atau kerabat lainnya. Hal inilah yang memicu anti sosial mereka. Di cerita 2 ini penulis menceritakan bagaimana sulitnya menjangkau teman-teman dan tetap terhubung dengan mereka khususnya pada masa pandemi ini. Cerita ini meangkap sudut pandang pelaku, Salah satu pelaku itu bernama Fira menjalani proses kuarantina, selagi ia juga sedang menjalani kuliah online. Penulis juga ingin menyampaikan vibes yang positif dimana adanya harapan untuk kedepannya bagi pelaku untuk bisa menjalin hubungan yang baik lagi dengan teman-temannya. Penulis berharap dari cerita ini, anak muda dapat mengambil hal positif dari cerita dan adanya dukungan dari penulis untuk anak muda yang sedang kesulitan selama masa pandemi ini.

Cerita 2 : judul “Harapanku”

Chapter 1 : Hai, namaku Fira. Aku mahasiswi dan sedang kuliah selama pandemi ini. Aku dikenal cukup ceria, tapi karena pandemi belakangan ini aku jadi sulit berhubungan dengan teman-temanku. Aku jadi lebih ansos. Teman-temanku juga diluar ekspetasi aku, mereka susah dihubungi dan ada beberapa yang toxic. Sulit sekali menjalin hubungan yang baik selama pandemi ini.



Gambar 22 Storyboard Cerita Apa Kabar Harapanku

Chapter 2 : Tapi aku mengusahakan biar tetap terhubung sih sama temen-temenku, walau kadang saat aku berusaha chatku hanya sebatas dibaca oleh mereka. Kadang hilang tanpa kabar ditengah tugas kelompok yang seharusnya kami kerjakan. Keadaan ini membuat aku bingung dan kewalahan, tapi semua aku jalani saja dan doaku semoga corona cepat berakhir dan aku bisa membangun hubungan yang baik lagi dengan mereka.



Gambar 23 Storyboard Cerita Apa Kabar Harapanku

Kemungkinan untuk cerita selanjutnya

Kedepannya jika penulis ingin melanjutkan program apa kabar ini di media sosial Instagram maka ada kemungkinan cerita akan berlanjut, dan jika ada keberlanjutan cerita maka penulis akan membuat cerita ilustrasi berdasarkan kecemasan-kecemasan anak muda yang dituangkan lewat kuisisioner untuk diolah, dan tidak lupa penulis akan tetap dan memberikan harapan dan dukungan kepada anak muda yaitu generasi masa depan tentang pentingnya menjaga Kesehatan mental mereka apapun keadaannya.

4.3 Visualisasi Desain

4.3.1 Cuplikan video hiburan pada Instagram “Apa Kabar?”

Seperti yang sudah dijelaskan pada bab III Bahwa ilustrasi kesukaan target sasaran adalah *simplified illustration*, maka ilustrasi yang dipakai merupakan *flat illustration*. Pada Bab III Dari hasil kuisisioner juga didapatkan solusi untuk memotivasi mereka dan dapat menemani mereka selama pandemi dengan kegiatan positif yaitu hiburan seperti menonton video untuk membantu Kesehatan mental mereka. Lalu pada Bab III mengenai warna yang dipakai, maka warna yang menimbulkan kesan positif atau *vibe positif* yang ditimbulkan sebagai suasana dan aktivitas dalam video.

Dalam Hal ini alasan memakai media video sebagai konten hiburan yang disuguhkan kepada target sasaran adalah karena video animasi dinilai lebih dinamis daripada konten yang hanya berbasis teks, selain itu dengan video maka dapat mengembangkan opsi komunikasi dan bisa menjadi sarana untuk mengekspresikan diri. Dengan video animasi juga waktu produksi dapat dibuat setiap waktu, Penggambaran karakter juga lebih mudah diingat dan dapat lebih fleksibel dalam mewujudkan hal-hal khayal dalam cerita.

Konsep audio, Dalam Bab II Dijelaskan peran audio, Audio atau Musik merupakan elemen penting dalam sebuah konten video, melalui suara yang memikat maka video akan menjadi lebih menarik, mudah dipahami dan bisa mengundang simpati para audiens yang mendengarnya. Disini penggunaan music yang diambil oleh perancang mempunyai tujuan yaitu mengikat audiens atau target untuk terikat secara emosional, mengundang simpati target untuk ikut merasakan kejadian yang beberapa tokoh alami dalam video.

a. Trailer

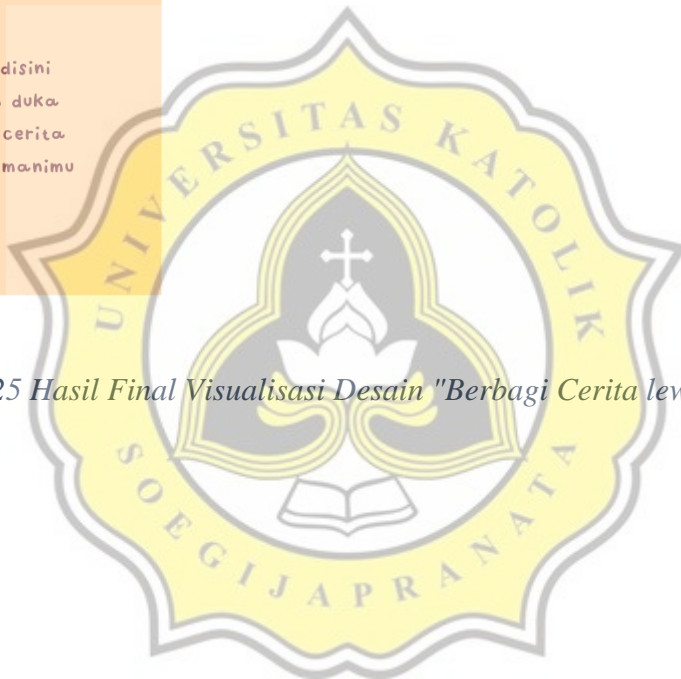
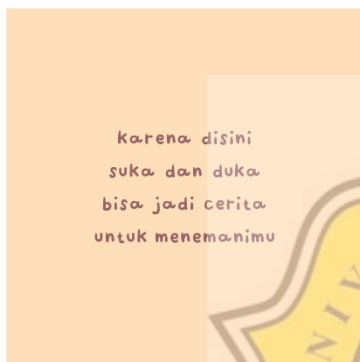




Gambar 24 Hasil Final Visualisasi Desain "Trailer"

b. Berbagi kabar lewat cerita

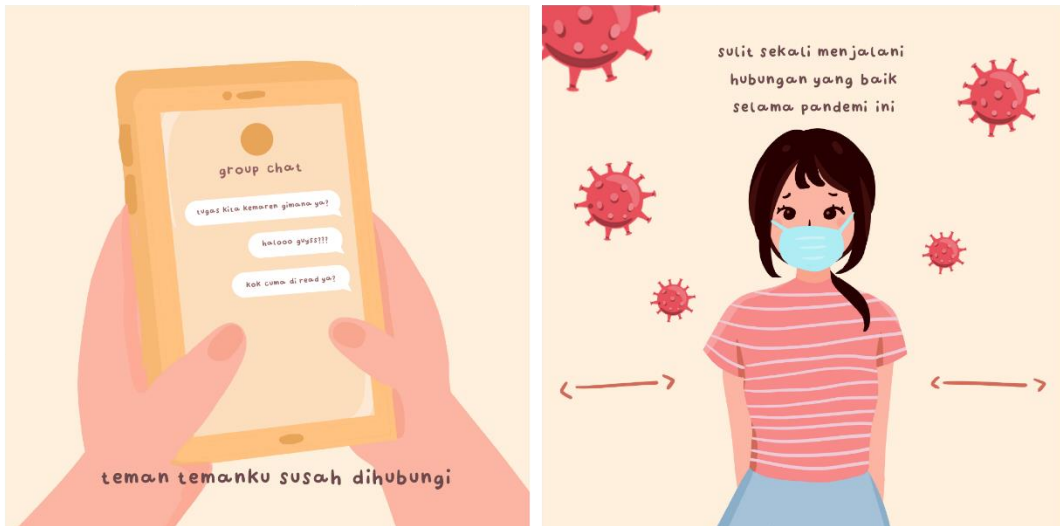




Gambar 25 Hasil Final Visualisasi Desain "Berbagi Cerita lewat Kabar"

c. Harapanku (episode1)

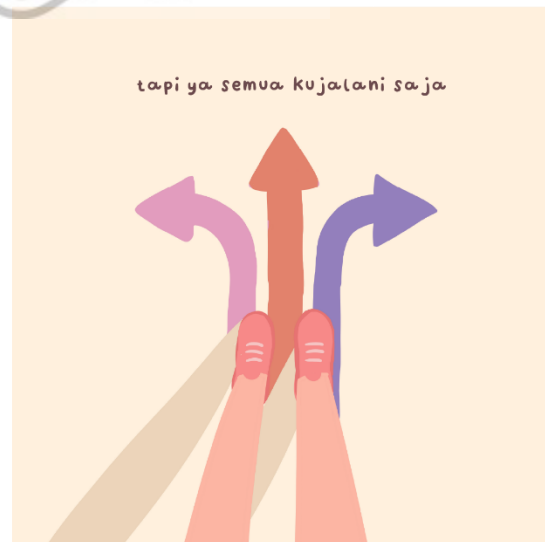




Gambar 26 Hasil Final Visualisasi Desain "Harapanku 1"



d. Harapanku (episode 2)



Harapanku
untuk kedepannya

semoga corona
segera berakhir



Gambar 27 Hasil Final Visualisasi Desain "Harapanku 2"

4.3.2 Cover Judul Ilustrasi

ilustrasi Judul cerita digunakan untuk menegaskan judul dan suasana yang ditimbulkan dari judul setiap cerita itu sendiri. Ilustrasi akan dibuat berdasarkan tipografi tulisan dan gambar ilustrasi yang dapat menarik perhatian target.

a. Cover Judul “Trailer dan Berbagi kabar lewat cerita”

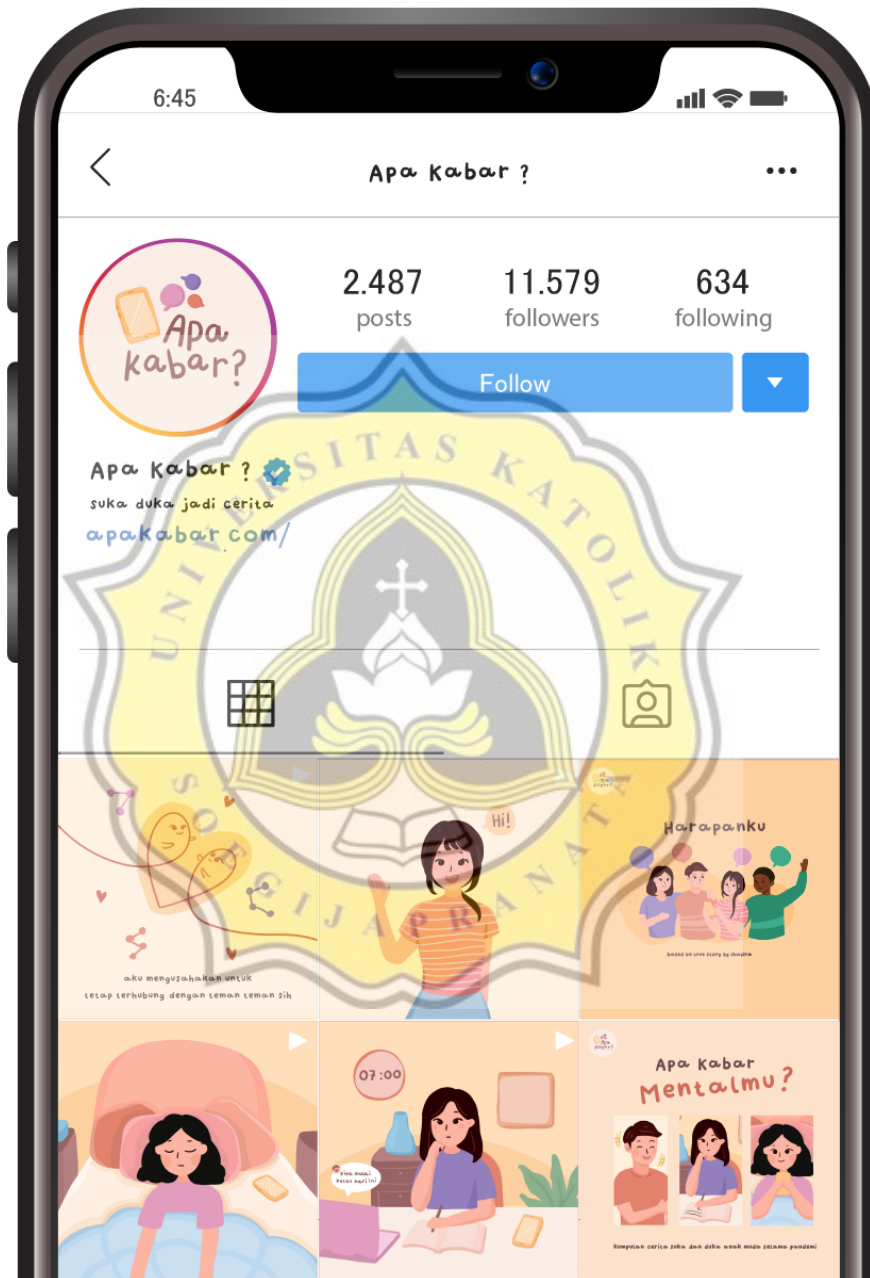


b. Cover Judul “Harapanku”



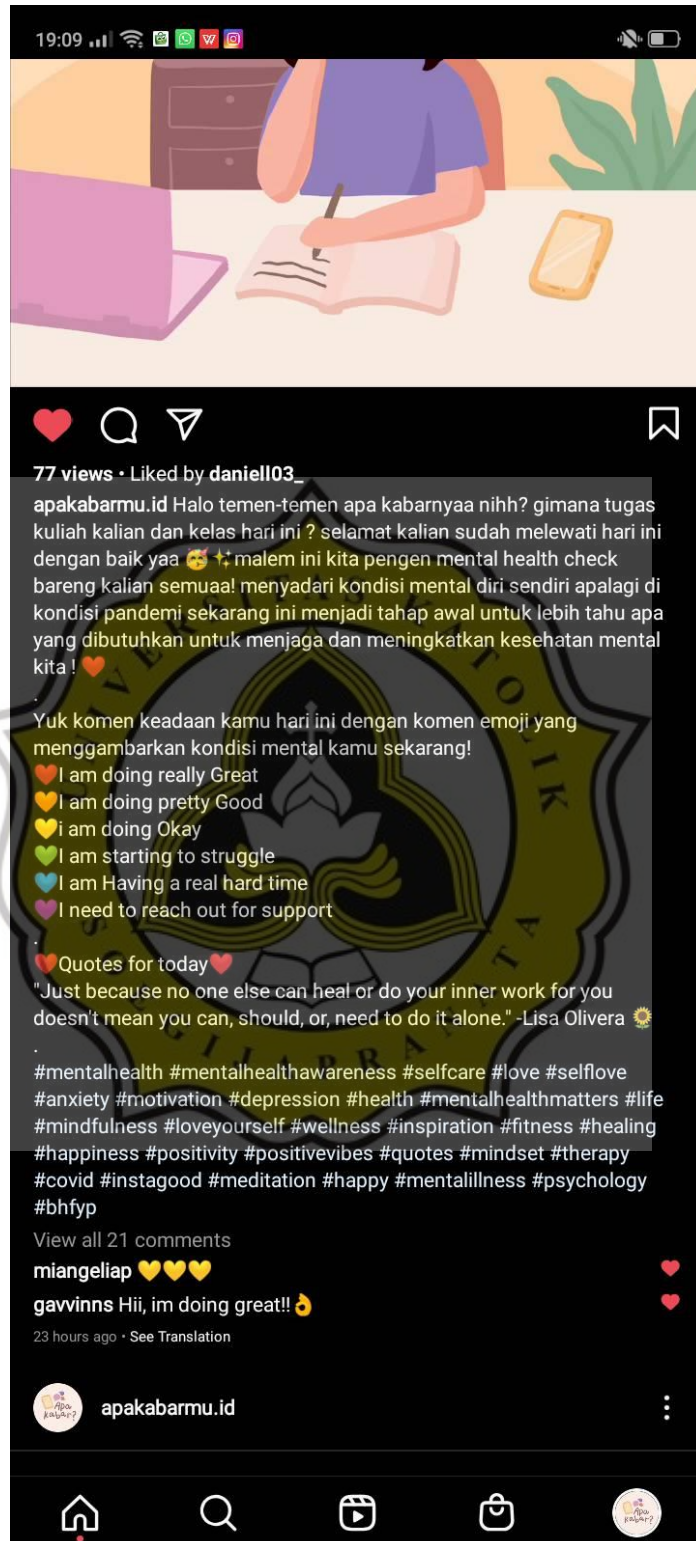
4.3.3 Media Utama Instagram

Penggunaan media Instagram ini didasarkan dari jumlah data yang dikumpulkan melalui kuisioner, bahwa target yaitu anak muda lebih banyak mendapatkan informasi mereka melalui Instagram.



Gambar 29 Instagram Apa Kabar

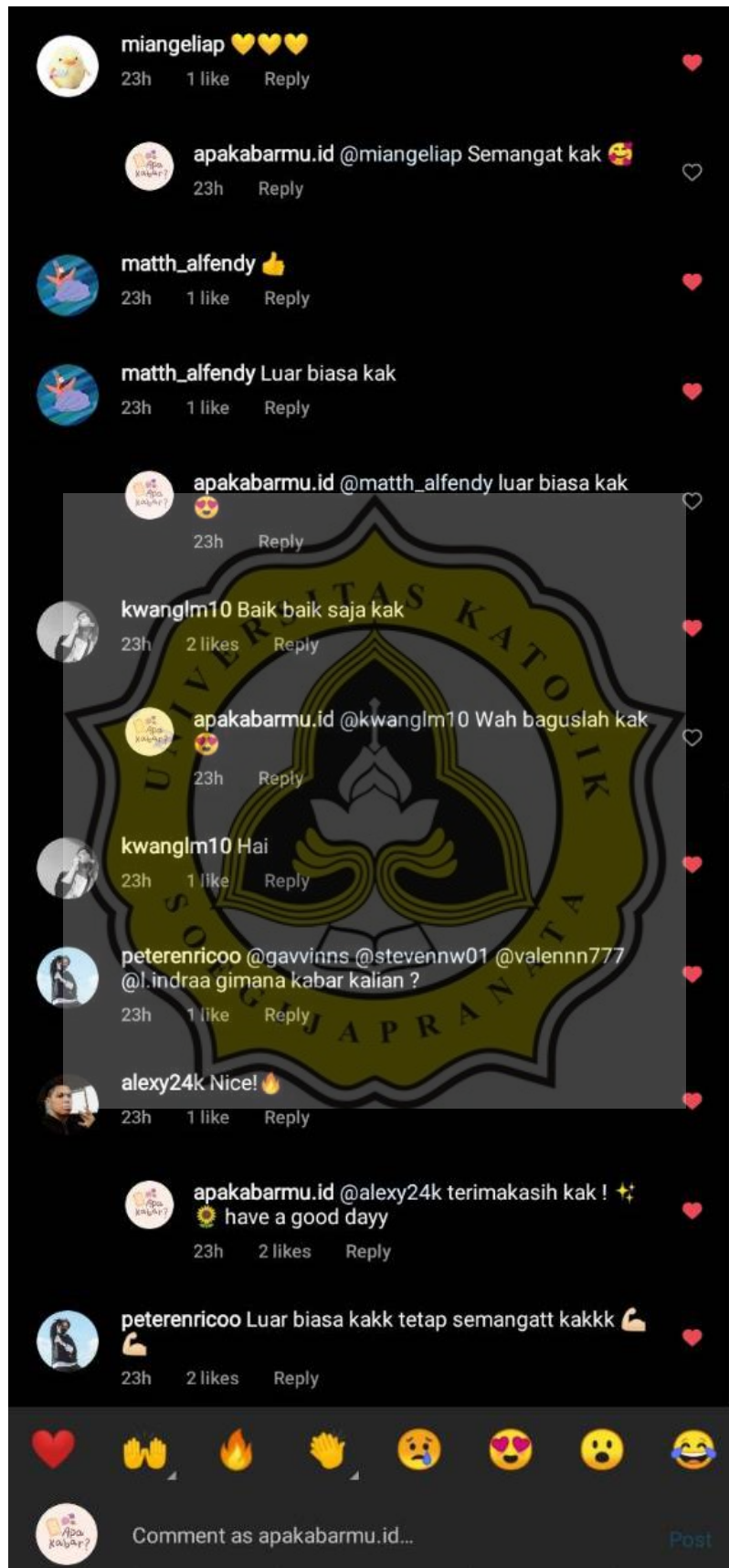
Caption pada Instagram



Feedback di Instagram



Feedback di Instagram



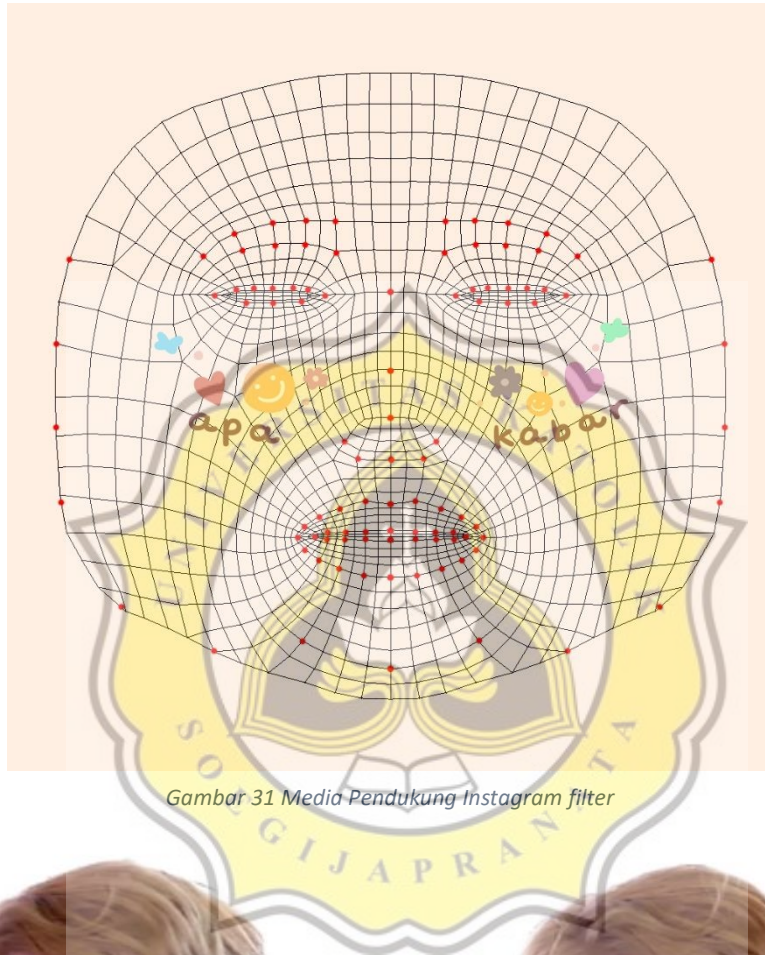
4.3.3 Media pendukung Instagram ads



Gambar 30 Media Pendukung Instagram ads

4.3.4 Media pendukung Instagram Filter

Seperti yang sudah dijelaskan pada bab III, Instagram filter digunakan sebagai media pendukung, agar target sasaran bisa berinteraksi dan ikut berpartisipasi dalam platform apa kabar.



Gambar 31 Media Pendukung Instagram filter



4.3.5 Media pendukung website

Penggunaan website sebagai media pendukung ini berguna untuk menyampaikan informasi tambahan dan segala bentuk produk lainnya seperti merchandise yang bisa ditawarkan kepada target sasaran





Gambar 32 Media Pendukung Website