

**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL “PERAN
ORANG TUA TERHADAP ANAK-ANAK USIA
5-13 TAHUN MENGENAI GERAKAN *SLOW
FOOD* DI KOTA PALEMBANG”**



LAPORAN

Tugas Akhir Karya
Prodi Desain Komunikasi Visual
Minat Utama Desain Komunikasi Visual

NIKEN GISTA ARDESTA
NIM 2019 620 022

**FAKULTAS ILMU PEMERINTAHAN DAN BUDAYA
UNIVERSITAS INDO GLOBAL MANDIRI
PALEMBANG**

2023

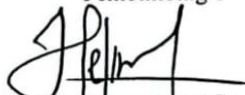
PERTANGGUNGJAWABAN TERTULIS TUGAS AKHIR KARYA
**PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL “PERAN ORANG TUA
TERHADAP ANAK-ANAK USIA 5-13 TAHUN MENGENAI GERAKAN
SLOW FOOD DI KOTA PALEMBANG”**

Diajukan oleh

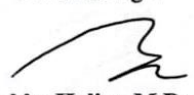
NIKEN GISTA ARDESTA
NIM 2019 620 022

Telah dipertahankan pada tanggal 2 Agustus 2023
di depan Dewan Penguji yang terdiri dari

Pembimbing 1


Heri Iswandi, M.Sn
NIDN: 0230058703

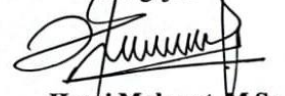
Pembimbing 2


Bobby Halim, M.Ds
NIDN: 0206058602


Penguji 1


Aji Windu Viatra, M.Sn
NIDN: 0221017901

Penguji 2


Husni Mubarat, M.Sn
NIDN: 0229128202

Ketua Penguji


Heri Iswandi, M.Sn
NIDN: 0230058703

Pertanggungjawaban Tertulis ini telah diuji dan diterima sebagai salah satu persyaratan untuk
memperoleh gelar Sarjana Desain

Palembang, 10 Agustus 2023

Mengetahui
Kaprosdi Desain Komunikasi Visual


Yosef Yulius, M.Sn
NIDN : 0203078701

Menyetujui
FAKULTAS IPB Dekan FIPB


Aji Windu Viatra, M.Sn
NIDN: 0221017901

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Niken Gista Ardesta
NIM : 2019 620 022
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Tahun Akademik : 2022/2023

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya desain dan pertanggung jawaban tertulis dengan judul :

PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL “PERAN ORANG TUA TERHADAP ANAK-ANAK USIA 5-13 TAHUN MENGENAI GERAKAN *SLOW FOOD* DI KOTA PALEMBANG”

Adalah benar-benar karya saya sendiri, dan saya tidak melakukan *plagiatisme* atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam dunia akademik. Apabila dikemudian hari ditemukan suatu jiplakan/plagiat, maka saya bersedia menerima akibat berupa sanksi akademis dan sanksi lain yang diberikan oleh yang berwenang sesuai ketentuan, peraturan dan perundang-undangan yang berlaku.

Palembang, 10 Agustus 2023

Yang membuat pernyataan


Niken Gista Ardesta)

NPM : 2019620022

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadiran Allah SWT. Yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga perancang dapat menyelesaikan Tugas Akhir Karya yang berjudul “Perancangan Kampanye Sosial "Peranan Orang Tua Terhadap Anak-anak Usia 5-13 Tahun Mengenai Gerakan *Slow Food* Di Kota Palembang". Sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Program Sarjana di Fakultas Ilmu Pemerintahan dan Budaya, Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Indo Global Mandiri Palembang.

Dalam penyusunan laporan Tugas Akhir karya ini, perancang banyak menghadapi hambatan serta rintangan, namun pada akhirnya dapat dilalui berkat adanya bimbingan dan menerima bantuan serta dukungan dari berbagai pihak sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, perancang mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, kemudahan, serta kenikmatan kepada penulis untuk terus berusaha dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Kedua orangtua dan kakakku tercinta yang tidak pernah berhenti memberikan semangat, motivasi, dukungan dan juga doa kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir.
3. Dr. H. Marzuki Alie, S.E., M.M. selaku Rektor Universitas Indo Global Mandiri Palembang.
4. Dr. Sumi Amariena Hamim, S.T., M.T., I.P.M., ASEAN. Eng selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Kemahasiswaan Universitas Indo Global

Mandiri Palembang.

5. Jhon Roni Coyanda, S.Kom., M.Si. selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi dan Keuangan Universitas Indo Global Mandiri Palembang.
6. Prof. Erry Yulian T. Adesta, PhD. selaku Wakil Rektor Bidang Perencanaan dan Kerjasama Universitas Indo Global Mandiri Palembang.
7. Aji Windu Viatra, M.Sn. selaku Dekan Fakultas Ilmu Pemerintahan dan Budaya, Universitas Indo Global Mandiri Palembang, serta dosen penguji I Tugas Akhir yang telah membimbing dan memberikan saran dalam perancangan tugas akhir karya ini
8. Yosef Yulius, M.Sn selaku Kaprodi Desain Komunikasi Visual Universitas Indo Global Mandiri Palembang.
9. Heri Iswandi, M.Sn. Selaku dosen pembimbing I dan ketua penguji Tugas Akhir yang selalu meluangkan banyak waktunya, memberikan masukan, ide, saran, nasehat, dan motivasi selama penulis menyelesaikan tugas akhir.
10. Bobby Halim, M.Ds. selaku dosen pembimbing II Tugas Akhir yang telah membimbing dan memberikan saran, ide dan masukan serta yang selalu meluangkan banyak waktu dalam menyelesaikan tugas akhir.
11. Mukhsin Patriansyah, M.Sn. selaku dosen pembimbing akademik yang telah membantu dan membimbing perancang dari awal semester I hingga selesai.
12. Husni Mubarat, M.Sn dosen penguji II Tugas Akhir yang telah membimbing dan memberikan saran dalam perancangan tugas akhir karya ini
13. Dosen-dosen dari jurusan Desain Komunikasi Visual yang telah memberikan saran dan masukan dalam proses perancangan karya tugas akhir.

14. Dr. Herumanuddin, Sp.GK yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk dilakukan wawancara maupun penelitian, demi mendukung data tugas akhir ini.
15. Lindawati, M.Gz yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk dilakukan wawancara maupun penelitian dan telah membantu perancang mengumpulkan data dalam perancangan ini
16. HIMA DKV UIGM yang telah membantu dalam mensukseskan Pameran tugas akhir “Courageous visual”.
17. Teman seperjuangan Putri Berau Villia yang selalu memberikan *support* dan semangat selama mengerjakan tugas akhir ini dan menjadi salah satu orang yang selalu menjadi pendorong perancang untuk tetap fokus pada tugas akhir hingga akhirnya perancang dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
18. Dan salah satu orang yang telah menghiasi hari-hari perancang selama perkuliahan, berbagi cerita, pengalaman, senang-senang, sedih, bahagia dan saling memberikan support satu sama lain yaitu Nurul Atifah Syafitri terimakasih telah menemani perancang dari sekolah menengah pertama hingga sekarang
19. Terakhir, terima kasih juga kepada Pandu Risky Pratama, M Haves al fayed, Dewi Ero, dan Vira Fransisca yang telah membantu dan memberikan dukungan untuk perancang.

Terlepas dari itu, kita tahu bahwa tidak ada manusia atau hal yang sempurna di dunia ini. Semua pasti pernah melakukan kesalahan serta memiliki kekurangan dalam hidupnya. Oleh karena itu, dengan tangan terbuka Penulis

menerima segala bentuk kritik dan saran yang membangun dari pembaca agar dapat dijadikan sebagai pertimbangan untuk memperbaiki kesalahan dalam tugas ini baik dari segi penulisan maupun segi substansi tugas. Semoga laporan ini dapat bermanfaat dan digunakan oleh pembaca.

Palembang, 31 Juli 2023

Niken Gista Ardesta

**DESIGN OF A SOCIAL CAMPAIGN "THE ROLE OF PARENTS TOWARDS
CHILDREN AGED 5-13 REGARDING SLOW FOOD IN PALEMBANG
CITY"**

*Written Accountability
Visual Communication Design Study Program
Indo Global Mandiri University Palembang 2023*

By Niken Gista Ardesta

ABSTRACT

Slow Food as a movement that cares about biodiversity, and food that cares about traditional food. Maintaining food that comes from the local area using local ingredients and pays attention to health, hygiene and the price of these ingredients is standard, meaning that it can be affordable by the community, and is produced using traditional methods or processed by their own hands. However, as time goes by, healthy eating is less popular than fast food. Many people, especially children, consume fast food on the grounds that they can consume food more quickly without waiting a long time. Therefore it is very important to make efforts to campaign for the slow food movement with the aim of providing information and increasing awareness and knowledge of healthy food, especially for children aged 5-13 years in the city of Palembang.

In solving these problems, the designer uses the Design Thinking method for data collection and data analysis through the 5W+2H method (what, why, who, where, why, how and how much), so as to produce ideas that can be applied at the test stage for children. children aged 5-13 years. The works designed are categorized into three media, namely the main media in the form of pop-up books, issue media including posters, flayers and supporting media for t-shirts, stickers, puzzles, mugs, tumblers, lunch bags, handkerchiefs, notebooks, calendars, key chains. The application of this media uses the icon 4 healthy 5 perfect and a child who is consuming healthy food.

Keywords: *Social Campaign, Healthy Food, Slow Food Movement, Pop up Books*

PERANCANGAN KAMPANYE SOSIAL “PERAN ORANG TUA TERHADAP ANAK-ANAK USIA 5-13 TAHUN MENGENAI SLOW FOOD DI KOTA PALEMBANG”

Pertanggungjawaban Tertulis
Program Studi Desain Komunikasi Visual
Universitas Indo Global Mandiri Palembang 2023

Oleh Niken Gista Ardesta

ABSTRAK

Slow Food sebagai suatu gerakan yang peduli akan keanekaragaman hayati, dan makanan yang peduli terhadap makanan tradisional. Mempertahankan makanan yang berasal dari daerah setempat yang menggunakan bahan-bahan lokal dan memperhatikan kesehatan, kebersihan serta harga bahan tersebut standar artinya dapat terjangkau oleh masyarakat, serta di produksi dengan menggunakan cara tradisional atau diolah oleh tangan sendiri. Namun seiring berjalannya waktu makan sehat kalah populer dari makanan cepat saji, banyak masyarakat terutama anak-anak mengkonsumsi makanan cepat saji dengan alasan agar lebih cepat dapat mengkonsumsi makanan tanpa menunggu waktu yang lama. Maka dari itu sangat penting dilakukan upaya untuk mengkampanyekan gerakan *slow food* dengan tujuan memberikan informasi dan meningkatkan kesadaran dan pengetahuan makanan sehat terutama pada anak usia 5-13 tahun dikota Palembang.

Dalam memecahkan permasalahan tersebut, perancangan ini menggunakan metode Design Thinking untuk pengumpulan data dan analisis data melalui metode 5W+2H (what, why, who, where, why, how dan how much), sehingga menghasilkan ide yang dapat diterapkan pada tahap tes untuk anak-anak berusia 5-13 tahun. Karya yang dirancang dikategorikan menjadi tiga media, yaitu media utama berupa buku pop up, media isu diantaranya *poster, flayer* dan media pendukung *t-shirt, sticker, puzzle, mug, tumbler, lunch bag, sapu tangan, notebook, Kalender, gantungan kunci*. Penerapan media tersebut menggunakan icon 4 sehat 5 sempurna dan seorang anak yang sedang mengkonsumsi makanan sehat.

Kata Kunci : Kampanye Sosial, Makanan Sehat, Gerakan Slow Food, Buku Pop up

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRACK	vii
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR TABEL	xxi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Batasan Masalah.....	9
D. Tujuan Perancang	9
E. Manfaat Perancang	9
1. Manfaat Bagi Orang Tua	9
2. Manfaat Bagi Anak-Anak.....	10
3. Manfaat Bagi Penulis.....	10
4. Manfaat Bagi Lembaga UIGM.....	10
F. Tinjauan Ide Perancangan	11
1. Perancangan Buku Makanan Sehat.....	11
2. Perancangan Penuhi Gizinya Tingkatkan Kualitas Belajarnya	12
3. Perancangan Isi Piringku	13
4. Peran Orang Tua Dalam Mengenalkan Makanan Sehat pada Anak	14
5. Perancangan kampanye kesadaran pola makan sehat.....	15
6. Perancangan buku <i>pop-up</i> cerita Rakyat Bagus kuning.....	16
G. Metode Perancangan.....	17
1. Design Thinking	17

a. Emphetize	18
b. Define	20
c. Ideate	22
d. Prototype.....	23
e. Test	23
H. Landasan Teori.....	24
1. Desain Komunikasi Visual	24
2. Kampanye Sosial	27
3. Semiotika	28
4. Estetika.....	30
I. Sistematika Perancangan.....	33
1. BAB I.....	33
2. BAB II.....	33
3. BAB III	33
4. BAB IV	34
5. BAB V	34
J. Alur Pemikiran Perancang.....	35
BAB II PENGOLAHAN DATA.....	36
A. Identifikasi Data	36
1. Definisi <i>Slow Food</i>	37
2. Sejarah <i>Slow Food</i>	39
3. Prinsip <i>Slow Food</i>	43
4. Peran Orangtua terhadap Gizi Anak	45
5. Data Kuisisioner	49
B. Analisis Data	54
1. What To Say	54
2. Why To Say	54
3. Who To Say	55
a) <i>Geografis</i>	55
b) <i>Demografis</i>	56
c) <i>Psikografis</i>	55

d) <i>Behavioristik</i>	55
4. When To Say	55
5. Where To Say	56
6. How To Say	56
a. <i>Awaraness/Attention</i>	57
b. <i>Interest</i>	57
c. <i>Search</i>	58
d. <i>Action</i>	58
e. <i>Share</i>	59
7. How Much	60
C. Organisasi Pendukung	61
1. GERMAS (Gerakan Masyarakat Hidup Sehat)	61
2. IAKMI (Ikatan Ahli Kesehatan Masyarakat Indonesia)	63
D. Upaya Pemerintahan.....	65
E. Sintesis	67
1. Tujuan Pemasaran dan Strategi Pemasaran	67
2. Tujuan periklanan dan Strategi Periklanan	68
BAB III KONSEP PERANCANGAN	69
A. Perencanaan Kreatif	69
1. Strategi Kreatif	69
a. Gagasan Kreatif	70
b. Tujuan Kreatif.....	72
c. Pesan Verbal	72
d. Pesan Visual.....	76
1. Objek.....	75
1) Makanan 4 Sehat 5 Sempurna.....	76
2) Anak-Anak	77
2. Warna	78
3. Typografi.....	79
e. Gaya Tampilan Desain.....	81

B. Perencanaan Media.....	83
1. Tujuan Media	84
2. Strategi Media	85
3. Program Media.....	85
a. Pemilihan Media	86
1. Media Utama (<i>Main Media</i>).....	87
1) Buku Pop Up	87
2. Media Isu (<i>Pre-media</i>)	88
1) Poster	89
2) Flayer.....	89
3. Media Pendukung (Follow-Up Media)	90
1) Stiker	90
2) Tumbler	90
3) T-Shirt	91
4) Kotak Makan	91
5) Totebag.....	91
6) Alat Makan.....	91
7) Sapu Tangan.....	92
8) Mug	92
9) Note Book	92
4. Biaya Media	93
 BAB IV VISUALISASI DESAIN	95
A. Logo	95
1. Idea Layout.....	96
2. Rought Layout.....	96
3. Comprehensive Layout	97
4. Final Desain	98
B. Graphic Standard Manual	99
1. Komponen Logo	99
2. Clear Space Area.....	100

3. Logo Grid	100
4. Colour Pallet	101
5. Typeface Logo	101
C. Media Kampanye	102
1. Media Utama	103
a. Pop Up Book.....	103
1. Rought Layout	103
2. Comprehensive Layout	103
3. Final Design.....	104
2. Pre-Media.....	104
a. Poster	104
1. Rought Layout	104
2. Comprehensive Layout	105
3. Final Design.....	106
b. Flayer	106
1. Rought Layout	106
2. Comprehensive Layout	107
3. Final Design.....	107
3. Follow Up Media	107
a. Kalender	108
1. Rought Layout	108
2. Comprehensive Layout	108
3. Final Design.....	109
b. Notebook.....	109
1. Rought Layout	109
2. Comprehensive Layout	110
3. Final Design.....	110
c. Sticker	111
1. Rought Layout	111
2. Comprehensive Layout	111
3. Final Design.....	112

d. Gantungan Kunci	112
1. Rought Layout	112
2. Comprehensive Layout	113
3. Final Design	113
e. T-Shirt	114
1. Rought Layout	114
2. Comprehensive Layout	115
3. Final Design	115
f. Lunch bag	116
1. Rought Layout	116
2. Comprehensive Layout	117
3. Final Design	117
g. Sapu Tangan	118
1. Rought Layout	118
2. Comprehensive Layout	118
3. Final Design	119
h. Peralatan Makan	119
1. Rought Layout	119
2. Comprehensive Layout	120
3. Final Design	120
i. Kotak Makan	121
1. Rought Layout	121
2. Comprehensive Layout	121
3. Final Design	122
j. Mug	122
1. Rought Layout	122
2. Comprehensive Layout	123
3. Final Design	123
k. Tumbler	124
1. Rought Layout	124
2. Comprehensive Layout	124

3. Final Design.....	125
1. Feed Instagram.....	125
1. Rought Layout.....	125
2. Comprehensive Layout	126
3. Final Design	126
m. Maskot.....	127
1. Rought Layout.....	127
2. Comprehensive Layout.....	127
3. Final Design	128
BAB V PENUTUP.....	129
A. Kesimpulan	129
B. Saran	131
Daftar Pustaka.....	132
LAMPIRAN.....	135

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perancangan Buku Makanan Sehat	11
Gambar 1.2 Perancangan Penuhi Gizinya Tingkatkan Kualitas Belajarnya	12
Gambar 1.3 Perancangan Isi Piringku	13
Gambar 1.4 Peran Orang Tua Dalam Mengenalkan Makanan Sehat pada Anak.....	14
Gambar 1.5 Perancangan kampanye kesadaran pola makan sehat.....	15
Gambar 1.6 Perancangan buku <i>pop-up</i> cerita Rakyat Bagus kuning.....	16
Gambar 2.1 Infografis <i>Slow Food</i>	37
Gambar 2.2 Logo <i>Slow Food</i>	39
Gambar 2.3 Carlo Petrini.....	40
Gambar 2.4 <i>Slow Food</i>	42
Gambar 2.5 Makanan Sehat	43
Gambar 2.6 Tangapan Kuesioner 1	50
Gambar 2.7 Tangapan Kuesioner 2	50
Gambar 2.8 Tangapan Kuesioner 3	51
Gambar 2.9 Tangapan Kuesioner 4	51
Gambar 2.10 Tangapan Kuesioner 5	52
Gambar 2.11 Tangapan Kuesioner 6	52
Gambar 2.12 Tangapan Kuesioner 7	53
Gambar 2.13 Tangapan Kuesioner 8	53
Gambar 2.14 Story pengunjung Pameran.....	59
Gambar 2.15 Logo GERMAS	61
Gambar 2.16 Logo IAKMI.....	63

Gambar 2.17 Infografis Pola Makan Sehat	66
Gambar 3.1 Makanan 4 Sehat 5 Sempurna	76
Gambar 3.2 Anak-Anak.....	77
Gambar 3.3 Palet Warna.....	79
Gambar 3.4 Font Boba Cup.....	80
Gambar 3.5 Font Dosis Semibod.....	80
Gambar 3.6 Flat Design.....	81
Gambar 3.7 Flat Design.....	82
Gambar 4.1 Rought Layout	97
Gambar 4.2 Comprehensive Layout.....	98
Gambar 4.3 Final Desain	98
Gambar 4.4 Komponen Logo	99
Gambar 4.5 Clear Space Area	100
Gambar 4.6 Logo Grid	100
Gambar 4.7 Colour Pallet	101
Gambar 4.8 Typeface Logo	102
Gambar 4.9 Rought Layout	103
Gambar 4.10 Comprehensive Layout.....	103
Gambar 4.11 Final Design.....	104
Gambar 4.12 Rought Layout	105
Gambar 4.13 Comprehensive Layout.....	105
Gambar 4.14 Final Design.....	106
Gambar 4.15 Rought Layout	106

Gambar 4.16 Comprehensive Layout.....	107
Gambar 4.17 Final Design`	107
Gambar 4.18 Rought Layout	108
Gambar 4.19 Comprehensive Layout.....	108
Gambar 4.20 Final Design.....	109
Gambar 4.21 Rought Layout	109
Gambar 4.22 Comprehensive Layout.....	110
Gambar 4.23 Final Design.....	110
Gambar 4.24 Rought Layout	111
Gambar 4.25 Comprehensive Layout.....	111
Gambar 4.26 Final Design.....	112
Gambar 4.27 Rought Layout	112
Gambar 4.28 Comprehensive Layout.....	113
Gambar 4.29 Final Design.....	113
Gambar 4.30 Rought Layout	114
Gambar 4.31 Comprehensive Layout.....	115
Gambar 4.32 Final Design.....	116
Gambar 4.33 Rought Layout	116
Gambar 4.34 Comprehensive Layout.....	117
Gambar 4.35 Final Design.....	117
Gambar 4.36 Rought Layout	118
Gambar 4.37 Comprehensive Layout.....	118
Gambar 4.38 Final Design.....	119

Gambar 4.39 Rought Layout	119
Gambar 4.40 Comprehensive Layout.....	120
Gambar 4.41 Final Design.....	120
Gambar 4.42 Rought Layout	121
Gambar 4.43 Comprehensive Layout.....	121
Gambar 4.44 Final Design.....	122
Gambar 4.45 Rought Layout	122
Gambar 4.46 Comprehensive Layout.....	123
Gambar 4.47 Final Design.....	123
Gambar 4.48 Rought Layout	124
Gambar 4.49 Comprehensive Layout.....	124
Gambar 4.50 Final Design.....	125
Gambar 4.51 Rought Layout	125
Gambar 4.52 Comprehensive Layout.....	126
Gambar 4.53 Final Design.....	126
Gambar 4.54 Rought Layout	127
Gambar 4.55 Comprehensive Layout.....	127
Gambar 4.56 Final Design.....	127

DAFTAR TABLE

Table 2.1 Harga Media	60
Table 3.1 Headline.....	73
Table 3.2 Subheadline	74
Table 3.3 Tagline.....	75
Table 3.4 Harga Media Perancangan Kampanye	93

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Halaman Revisi.....	135
Lampiran 2 Surat Bimbingan	136
Lampiran 3 Surat Bimbingan	137
Lampiran 4 Wawancara online dengan Dokter Ahli Gizi.....	138
Lampiran 5 Mengumpulkan data	138
Lampiran 6 Wawancara online dengan Dokter Ahli Gizi.....	139
Lampiran 7 Wawancara online dengan Dokter Ahli Gizi.....	139
Lampiran 8 Wawancara online dengan Dokter Ahli Gizi.....	140
Lampiran 9 Dokumentasi Pembuatan Media Utama	140
Lampiran 10 Dokumentasi Pembuatan Media Utama	141
Lampiran 11 Foto Booth	141
Lampiran 12 Foto Booth	141
Lampiran 13 Foto Media.....	142
Lampiran 14 Foto Keseluruhan Booth	142
Lampiran 15 Kunjungan Rektor.....	142
Lampiran 16 Foto Bersama Pembimbing 1.....	143
Lampiran 17 Foto Bersama Pembimbing 2.....	143
Lampiran 18 Kunjungan Sponsor	143
Lampiran 19 Pengunjung Pameran	144
Lampiran 20 Pengunjung Pameran	144
Lampiran 21 Pengunjung Pameran	144
Lampiran 22 Pengunjung Pameran	145

Lampiran 23 Pengunjung Pameran	145
Lampiran 24 Pengunjung Pameran	145
Lampiran 25 Pengunjung Pameran	146
Lampiran 26 Pengunjung Pameran	146
Lampiran 27 Pengunjung Pameran	146
Lampiran 28 Pengunjung Pameran	147
Lampiran 29 Pengunjung Pameran	147