

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL

PASADENA *FACTORY OUTLET*



LAPORAN TUGAS AKHIR

Laurensia Apriliniovita Putri

00000045851

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL

PASADENA *FACTORY OUTLET*



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain (S.Ds.)

Laurensia Apriliniovita Putri

00000045851

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Laurensia Apriliniovita Putri

Nomor Induk Mahasiswa : 00000045851

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Tugas Akhir dengan judul:

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL PASADENA FACTORY OUTLET

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 31 Mei 2024



A handwritten signature in black ink, which appears to be 'LAURENSIA', is written next to the banknote.

(Laurensia Apriliniovita Putri)

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir dengan judul

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL PASADENA *FACTORY OUTLET*

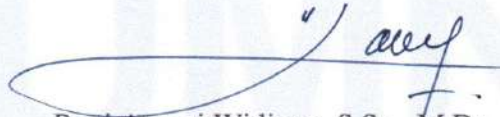
Oleh

Nama : Laurensia Apriliniovita Putri
NIM : 00000045851
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Tugas Akhir Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 20 Mei 2024

Pembimbing



Rani Aryani Widjono, S.Sn., M.Ds.
0310019201/023987

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual



Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A.
0311099302/043487

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul
**PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL
PASADENA FACTORY OUTLET**

Oleh
Nama : Laurensia Apriliniovita Putri
NIM : 00000045851
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Jumat, 31 Mei 2024
Pukul 14.30 s.d 15.15 dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Dr. Ratna Cahaya, S.Sos., M.Ds.
0324087506/023899

Penguji



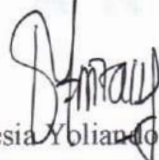
Clemens Felix Setiyawan, S.Sn., M.Hum.
0305117504/051860

Pembimbing



Rani Aryani Widjono, S.Sn., M.Ds.
0310019201/023987

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual



Fonita Theresia Yulianto, S.Ds., M.A.
0311099302/043487

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Laurensia Apriliniovita Putri
NIM : 00000045851
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : D3/S1/S2
Judul Karya Ilmiah : **PERANCANGAN ULANG IDENTITAS
VISUAL PASADENA FACTORY
OUTLET**

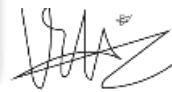
Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia:

- Memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya di repositori Knowledge Center, sehingga dapat diakses oleh Civitas Akademika/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial dan saya juga tidak akan mencabut kembali izin yang telah saya berikan dengan alasan apapun.

Saya tidak bersedia, dikarenakan:

- Dalam proses pengajuan untuk diterbitkan ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*)**.

Tangerang, 20 Mei 2024



(Laurensia Apriliniovita Putri)

** Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI selama 6 bulan kedepan, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk diunggah ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “ Perancangan Identitas Visual Pasadena *Factory Outlet* ”. Tugas Akhir ini ditujukan untuk laki-laki dan perempuan berusia 30-40 tahun yang berdomisili di Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi.

Tugas akhir ini dilakukan dengan tujuan untuk melakukan perancangan ulang identitas visual yang dimiliki oleh Pasadena agar dapat memperbaiki kesalahan persepsi tentang pandangan masyarakat terhadap Pasadena. Penulis menyadari betapa pentingnya sebuah identitas visual dalam dunia bisnis yang semakin ketat saat ini.

Dalam menyelesaikan tugas akhir ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Muhammad Cahya Mulya Daulay, S.Sn., M.Ds., selaku Dekan Fakultas Seni dan Desain Universitas Multimedia Nusantara.
3. Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A., selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Multimedia Nusantara.
4. Rani Aryani Widjono, S.Sn., M.Ds, sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Roy Rojaldi sebagai narasumber yang telah bersedia untuk membantu dalam kelengkapan data-data dan informasi mengenai Pasadena
6. 101 responden yang telah bersedia untuk meluangkan waktu dalam mengisi kuesioner untuk kelengkapan data tugas akhir ini.
7. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

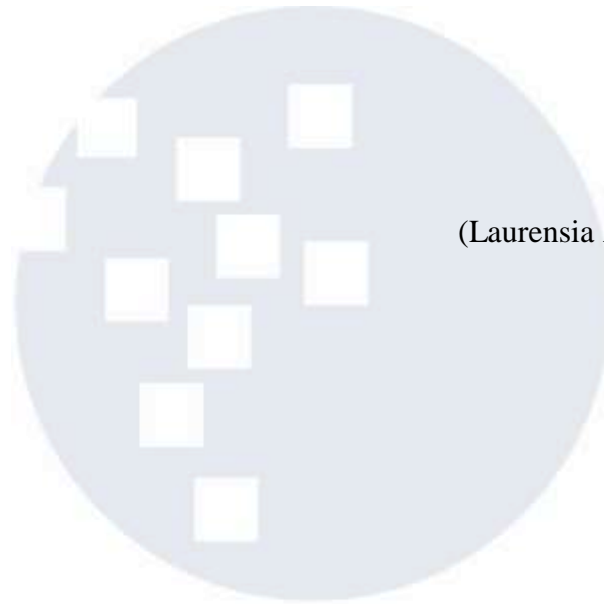
Semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat bagi Pasadena dalam mencapai tujuan mereka. Semoga karya ini juga dapat dijadikan sebagai acuan yang berguna

dalam membantu pembaca dan mahasiswa yang akan mengambil topik perancangan ini.

Tangerang, 20 Mei 2024



(Laurensia Apriliniovita Putri)



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL PASADENA *FACTORY OUTLET*

(Laurensia Apriliniovita Putri)

ABSTRAK

Pasadena merupakan sebuah *factory outlet* yang telah berdiri sejak tahun 1992 yang berlokasi di Depok. Pada awal didirikan Pasadena hanya menjual seragam sekolah. Namun, Pasadena melakukan ekspansi karena telah mencapai peningkatan penjualan. Pasadena mulai menyediakan berbagai perlengkapan kebutuhan keluarga dan kebutuhan perabotan rumah tangga. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan dengan pihak Pasadena, identitas visual yang dimiliki belum berubah sejak berdirinya walaupun mereka telah melakukan ekspansi dan belum digunakan secara konsisten. Hal ini membuat identitas visual yang dimiliki menjadi kurang relevan dan menimbulkan kesalahan persepsi. Perancangan ini ditujukan untuk masyarakat yang berdomisili di Jabodetabek dengan jenis kelamin laki-laki dan wanita. Metode penelitian dilakukan menggunakan metode campuran, dengan metode kualitatif melalui wawancara, observasi dan studi eksisting. Sedangkan metode kuantitatif menggunakan metode *suvery online*. Dalam perancangan ulang ini, penulis menggunakan metode perancangan Alina Wheeler (2018) dalam bukunya yang berjudul “*Designing Brand Identity*” yang terdiri dari 5 tahap yaitu, *Conducting Research, Clarifying Strategy, Designing Identity, Creating Touchpoints* dan *Managing Assets*. Perancangan ulang ini diharapkan sebagai solusi untuk memperbaiki kesalahan persepsi terhadap Pasadena dan memberikan citra merek yang sesuai. Hasil akhir dari perancangan ulang ini akan dituangkan ke dalam sebuah buku pedoman bernama *brand guidelines* yang bertujuan untuk menjaga konsistensi dalam menggunakan identitas tersebut.

Kata kunci: perancangan, identitas visual, pasadena

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

REDESIGNING VISUAL IDENTITY OF FACTORY OUTLET PASADENA

(Laurensia Apriliniovita Putri)

ABSTRACT (English)

Pasadena is a factory outlet that has been established since 1992, located in Depok..At the started out of its establishment, Pasadena only selling school uniform. However, Pasadena expanded because it had achieved an increase sales. Pasadena began to provide a variety of family needs and home furnishing needs. Based on the results of interviews conducted with Pasadena, the visual identity has not changed since it's establishment even though they have expanded and have now haven't been consistently used. This makes the visual identity irrelevant and causes misperception. This design is intended for people who live in Jabodetabek with male and female gender. The research method was conducted using mix methods, with qualitative methods through interviews, observations and existing studies. Meanwhile, the quantitative method uses an online survey method. In this redesign, the author uses the Alina Wheeler (2018) design method in her book entitled "Designing Brand Identity" which consists of 5 stages, namely, Conducting Research, Clarifying Strategy, Designing Identity, Creating Touchpoints and Managing Assets. This redesign is expected to be a solution to improve misperception of Pasadena's and provide an appropriate brand image. The final result of this redesign will be poured into a guidebook called brand guidelines which aims to maintain consistency in the use of the identity.

Keywords: *redesigning, visual identity, pasadena*

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT | ii |
| HALAMAN PERSETUJUAN..... | iii |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | iv |
| HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA | v |
| KATA PENGANTAR..... | vi |
| ABSTRAK | viii |
| <i>ABSTRACT (English)</i> | ix |
| DAFTAR ISI..... | x |
| DAFTAR TABEL..... | xiii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiv |
| DAFTAR LAMPIRAN | xvii |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 2 |
| 1.3 Batasan Masalah..... | 2 |
| 1.4 Tujuan Tugas Akhir..... | 3 |
| 1.5 Manfaat Tugas Akhir | 3 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 5 |
| 2.1 Desain Grafis..... | 5 |
| 2.1.1 Elemen Desain | 5 |
| 2.1.2 Prinsip Desain | 8 |
| 2.1.3 Tipografi | 9 |
| 2.2 <i>Grid dan Layout</i> | 11 |
| 2.2.1 Elemen <i>Grid</i> | 11 |
| 2.2.2 <i>Grid System</i> | 12 |
| 2.3 <i>Brand</i> | 13 |
| 2.3.1 <i>Branding</i> | 13 |
| 2.3.2 <i>Brand Strategy</i> | 14 |
| 2.3.3 <i>Brand Positioning</i> | 14 |
| 2.3.4 <i>Brand Mantra</i> | 15 |
| 2.3.5 <i>Brand Value</i> | 15 |

| | | |
|--|--|-----|
| 2.3.6 | <i>Brand Identity</i> | 15 |
| 2.3.7 | <i>Collateral</i> | 18 |
| 2.3.8 | <i>Guidelines/Graphic Standar Manual</i> | 19 |
| 2.4 | <i>Factory Outlet</i> | 19 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN | | 20 |
| 3.1 | Metodologi Penelitian | 20 |
| 3.1.1 | Metode Kualitatif | 20 |
| 3.1.2 | Metode Kuantitatif | 28 |
| 3.2 | Metodologi Perancangan | 35 |
| BAB IV STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN | | 37 |
| 4.1 | Strategi Perancangan | 37 |
| 4.1.1 | <i>Conducting Research</i> | 37 |
| 4.1.2 | <i>Clarifying Startegy</i> | 40 |
| 4.1.3 | <i>Designing Identity</i> | 45 |
| 4.1.4 | <i>Creating Touchpoints</i> | 55 |
| 4.1.5 | <i>Managing Assets</i> | 67 |
| 4.1.6 | Perancangan Media Sekunder | 68 |
| 4.1.7 | Bimbingan Spesialis | 74 |
| 4.2 | Analisis Perancangan | 75 |
| 4.2.1 | <i>Analisis Beta Test</i> | 75 |
| 4.2.2 | Analisis Logo | 84 |
| 4.2.3 | Analisis Warna | 85 |
| 4.2.4 | Analisis Tipografi | 86 |
| 4.2.5 | Analisis Supergrafis | 87 |
| 4.2.6 | <i>Analisis Brand Guidlines</i> | 88 |
| 4.2.7 | <i>Analisis Stationery</i> | 90 |
| 4.2.8 | <i>Analisis Shop Signature</i> | 94 |
| 4.2.9 | <i>Analisis Marketing Collateral</i> | 96 |
| 4.2.10 | <i>Analisis Merchandise</i> | 98 |
| 4.2.11 | Analisis Media Sekunder | 99 |
| 4.3 | <i>Budgeting</i> | 104 |
| BAB V PENUTUP | | 106 |

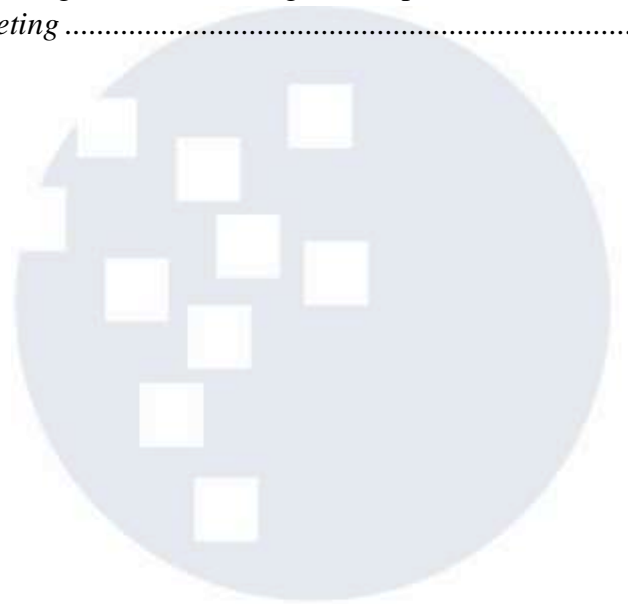
| | | |
|-----------------------------|---------------|-------|
| 5.1 | Simpulan..... | 106 |
| 5.2 | Saran..... | 107 |
| DAFTAR PUSTAKA | | xviii |
| LAMPIRAN | | xx |



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

| | |
|---|-----|
| Tabel 3. 1 Perbandingan Identitas Merek dengan Kompetitor | 25 |
| Tabel 3. 2 Analisis <i>SWOT</i> | 27 |
| Tabel 3. 3 <i>Brand Mantra</i> | 41 |
| Tabel 3. 4 <i>Brand Brief</i> | 43 |
| Tabel 4. 1 Perbandingan Pasadena dengan Kompetitor..... | 38 |
| Tabel 4. 2 <i>Budgeting</i> | 104 |



UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 2. 1 Elemen Garis | 5 |
| Gambar 2. 2 Elemen Bentuk | 6 |
| Gambar 2. 3 Tekstur..... | 8 |
| Gambar 2. 4 Elemen Tipografi..... | 11 |
| Gambar 2. 5 Elemen Grid | 11 |
| Gambar 2. 6 <i>Brandmarks</i> | 16 |
| Gambar 2. 7 <i>Wordmarks</i> | 16 |
| Gambar 2. 8 <i>Letterforms</i> | 17 |
| Gambar 2. 9 <i>Pictorial Marks</i> | 17 |
| Gambar 2. 10 <i>Emblem Marks</i> | 18 |
| Gambar 3. 1 Wawancara dengan Pihak Pasadena | 21 |
| Gambar 3. 2 <i>Identification Signage</i> Pasadena..... | 23 |
| Gambar 3. 3 Lantai bawah dan atas | 24 |
| Gambar 3. 4 Diagram Batang <i>Factory Outlet</i> | 30 |
| Gambar 3. 5 Diagram Lingkaran Pengetahuan <i>Factory Outlet</i> | 30 |
| Gambar 3. 6 Diagram Lingkaran Pelanggan <i>Factory Outlet</i> | 31 |
| Gambar 3. 7 Diagram Lingkaran Faktor Pelanggan | 31 |
| Gambar 3. 8 Diagram Lingkaran alasan pelanggan <i>Factory Outlet</i> | 32 |
| Gambar 3. 9 Diagram Lingkaran Persepsi Logo..... | 32 |
| Gambar 3. 10 Diagram Lingkaran Identitas Logo | 33 |
| Gambar 3. 11 Diagram Lingkaran Ketertarikan terhadap Produk | 33 |
| Gambar 3. 12 Diagram Lingkaran Persepsi Responden terhadap identitas visual Pasadena..... | 34 |
| Gambar 3. 13 Persepsi Responden terhadap identitas visual | 34 |
| Gambar 3. 14 Persepsi Responden terhadap Urgensi Identitas Pasadena..... | 35 |
| Gambar 3. 15 <i>Beta Test</i> mengenai Pandangan Target terhadap Identitas Visual . | 77 |
| Gambar 3. 16 <i>Beta Test</i> mengenai Pandangan Target terhadap Identitas Visual . | 77 |
| Gambar 3. 17 <i>Beta Test</i> mengenai Identifikasi Identitas Visual..... | 78 |
| Gambar 3. 18 <i>Beta Test</i> mengenai Penggunaan Warna pada Logo | 78 |
| Gambar 3. 19 <i>Beta Test</i> mengenai Identitas Visual | 79 |
| Gambar 3. 20 <i>Beta Test</i> mengenai Komposisi Logo..... | 79 |
| Gambar 3. 21 <i>Beta Test</i> mengenai Ukuran Font Logo..... | 80 |
| Gambar 3. 22 <i>Beta Test</i> mengenai Tampilan Desain..... | 80 |
| Gambar 3. 23 <i>Beta Test</i> mengenai Penjelasan Informasi pada GSM | 81 |
| Gambar 3. 24 <i>Beta Test</i> mengenai Informasi pada GSM..... | 81 |
| Gambar 3. 25 <i>Beta Test</i> mengenai Tampilan Desain..... | 82 |
| Gambar 3. 26 <i>Beta Test</i> mengenai Keterjelasan Teks..... | 82 |
| Gambar 3. 27 <i>Beta Test</i> mengenai Konsistensi Logo pada Media | 83 |
| Gambar 4. 1 <i>Mind Mapping</i> Pasadena | 40 |
| Gambar 4. 2 <i>Moodboard</i> Pasadena | 45 |
| Gambar 4. 3 Logo Pasadena..... | 46 |

| | |
|--|----|
| Gambar 4. 4 Sketsa Logo | 47 |
| Gambar 4. 5 Sketsa Rumah..... | 47 |
| Gambar 4. 6 Sketsa Kerah dan Pintu Lemari..... | 48 |
| Gambar 4. 7 Gabungan Sketsa Logo..... | 48 |
| Gambar 4. 8 <i>Logotype</i> Pasadena..... | 49 |
| Gambar 4. 9 Digitalisasi Logo | 50 |
| Gambar 4. 10 <i>Color Palette</i> Pasadena | 50 |
| Gambar 4. 11 Penerapan Warna pada Logo..... | 51 |
| Gambar 4. 12 Alternatif Logo Berwarna | 51 |
| Gambar 4. 13 Font A Galega Regular..... | 52 |
| Gambar 4. 14 Font Montserrat | 52 |
| Gambar 4. 15 Logo Primer dan Horizontal..... | 53 |
| Gambar 4. 16 Elemen Supergrafis | 54 |
| Gambar 4. 17 <i>Photo Editing</i> Fotografi..... | 55 |
| Gambar 4. 18 Perancangan Kartu Nama..... | 56 |
| Gambar 4. 19 Kartu Nama | 56 |
| Gambar 4. 20 Perancangan Kop Surat | 57 |
| Gambar 4. 21 Perancangan Amplop | 57 |
| Gambar 4. 22 Perancangan <i>ID Card</i> dan <i>Lanyard</i> | 58 |
| Gambar 4. 23 Perancangan Kartu Member..... | 59 |
| Gambar 4. 24 Perancangan Stempel | 60 |
| Gambar 4. 25 Perancangan Seragam Polo | 61 |
| Gambar 4. 26 <i>Signage</i> | 62 |
| Gambar 4. 27 Perancangan Petunjuk Lorong | 62 |
| Gambar 4. 28 Perancangan Transportasi | 63 |
| Gambar 4. 29 Perancangan Instagram Feeds | 64 |
| Gambar 4. 30 Perancangan Instagram Story..... | 64 |
| Gambar 4. 31 Perancangan <i>Mug</i> | 65 |
| Gambar 4. 32 <i>Mug</i> | 65 |
| Gambar 4. 33 Perancangan Tas Belanja | 66 |
| Gambar 4. 34 Tas Belanja..... | 67 |
| Gambar 4. 35 <i>Grid Brand Guidelines</i> | 67 |
| Gambar 4. 36 <i>Layout Brand Guidelines</i> | 68 |
| Gambar 4. 37 <i>Mockup Cover Brand Guidelines</i> | 68 |
| Gambar 4. 38 <i>Lanyard</i> | 69 |
| Gambar 4. 39 Tas Belanja..... | 70 |
| Gambar 4. 40 <i>Mug</i> | 70 |
| Gambar 4. 41 Piring | 71 |
| Gambar 4. 42 Perancangan Instagram Feeds | 72 |
| Gambar 4. 43 Perancangan Instagram Story..... | 73 |
| Gambar 4. 44 Poster A3 | 73 |
| Gambar 4. 45 Bimbingan Spesialis..... | 74 |
| Gambar 4. 46 Revisi Warna Logo..... | 74 |

| | |
|--|-----|
| Gambar 4. 47 Hasil Beta Test Umur dan Jenis Kelamin | 75 |
| Gambar 4. 48 Hasil Beta Test Domisili, Pekerjaan dan Penghasilan | 76 |
| Gambar 4. 49 Analisis Logo Pasadena | 84 |
| Gambar 4. 50 Logo Berwarna | 85 |
| Gambar 4. 51 Font A Galega Regular | 86 |
| Gambar 4. 52 Font Montserrat | 87 |
| Gambar 4. 53 Supergrafis Pasadena | 87 |
| Gambar 4. 54 Cover depan Brand Guidelines | 88 |
| Gambar 4. 55 Bagian Bab Brand Guidelines | 89 |
| Gambar 4. 56 Isi Konten Brand Guidelines | 89 |
| Gambar 4. 57 Analisis Brand Guidelines | 90 |
| Gambar 4. 58 Kartu Nama | 90 |
| Gambar 4. 59 Kop Surat dan Amplop | 91 |
| Gambar 4. 60 <i>ID Card dan Lanyard</i> | 92 |
| Gambar 4. 61 <i>Membership Card</i> | 93 |
| Gambar 4. 62 Seragam | 94 |
| Gambar 4. 63 <i>Signage</i> | 94 |
| Gambar 4. 64 Petunjuk Lorong | 95 |
| Gambar 4. 65 Transportasi | 95 |
| Gambar 4. 66 <i>Instagram Feeds</i> | 96 |
| Gambar 4. 67 <i>Instagram Story</i> | 97 |
| Gambar 4. 68 <i>Mug</i> | 98 |
| Gambar 4. 69 Tas Belanja | 99 |
| Gambar 4. 70 Analisis <i>Lanyard</i> | 100 |
| Gambar 4. 71 Analisis Tas Belanja | 101 |
| Gambar 4. 72 Analisa <i>Mug</i> | 101 |
| Gambar 4. 73 Analisis Piring | 102 |
| Gambar 4. 74 Analisis <i>Instagram Feeds</i> | 102 |
| Gambar 4. 75 Analisis <i>Instagram Story</i> | 103 |
| Gambar 4. 76 Analisis Poster A3 | 104 |

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|-------|
| Lampiran A Form BAP Bimbingan | xx |
| Lampiran B Transkrip Wawancara | xxi |
| Lampiran C Hasil Kuesioner | xxiv |
| Lampiran D Hasil Kuesioner <i>Beta Test</i> | xxix |
| Lampiran E Turnitin..... | xxxvi |



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA