

PERANCANGAN KAMPANYE INTERAKTIF BANK SAMPAH

KOTA TANGERANG



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN TUGAS AKHIR

Selma Sekar Seto

00000048193

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

PERANCANGAN KAMPANYE INTERAKTIF BANK SAMPAH

KOTA TANGERANG



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Desain (S.Ds.)

Selma Sekar Seto

00000048193

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Selma Sekar Seto
NIM : 00000048193
Program studi : Desain Komunikasi Visual

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir saya yang berjudul:

PERANCANGAN KAMPANYE INTERAKTIF BANK SAMPAH KOTA TANGERANG

merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan hasil plagiat, dan tidak pula dituliskan oleh orang lain; Semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya cantumkan dan nyatakan dengan benar pada bagian Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan karya ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi untuk dinyatakan TIDAK LULUS. Saya juga bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang berkaitan dengan tindak plagiarisme ini sebagai kesalahan saya pribadi dan bukan tanggung jawab Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 31 Mei 2024



Selma Sekar Seto

U M M N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir dengan judul

PERANCANGAN KAMPANYE INTERAKTIF BANK SAMPAH

KOTA TANGERANG

Oleh

Nama : Selma Sekar Seto

NIM : 00000048193

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni dan Desain

Telah disetujui untuk diajukan pada

Sidang Ujian Tugas Akhir Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 14 Juni 2024

Pembimbing



Ester Anggun Kusumaningtyas, S.Sn., M.Ds.
0325039401/077724

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual



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

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

PERANCANGAN KAMPANYE INTERAKTIF BANK SAMPAH


KOTA TANGERANG

Oleh

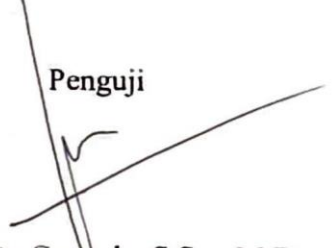
Nama : Selma Sekar Seto
NIM : 00000048193
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Jumat, 31 Mei 2024
Pukul 15.15 s.d 16.00 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang


Harry Mores, S.Ds., M.M.
0306078902/L00790


Penguji


Dr. Suwito Casande, S.Sn., M.Ds.
0330117501/081436

Pembimbing


Ester Anggun Kusumaningtyas, S.Sn., M.Ds.
0325039401/077724

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual


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

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Selma Sekar Seto
NIM : 00000048193
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : S1
Judul Karya Ilmiah : Perancangan Kampanye Interaktif Bank Sampah Kota Tangerang

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, 14 Juni 2024



Selma Sekar Seto

** 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 U

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “PERANCANGAN KAMPANYE INTERAKTIF BANK SAMPAH KOTA TANGERANG”. Penulis memilih topik ini karena penulis merasa betapa pentingnya peran bank sampah untuk kualitas hidup yang baik bagi masyarakat dan lingkungan. Topik ini dirasa penting untuk dibahas karena banyak masyarakat Kota Tangerang masih belum menggunakan bank sampah. Dengan adanya perancangan media kampanye interaktif ini diharapkan masyarakat dapat tertarik serta dengan lebih mudah mengenal dan belajar mengenai bank sampah lebih dalam lagi. Dalam penyusunan proposal ini penulis banyak mempelajari hal seperti tata cara penulisan proposal yang baik dan benar serta mengatur waktu untuk bekerja lebih baik dan efektif. Penulis mengucapkan terima kasih banyak pada Ibu Ester Anggun Kusumaningtyas yang telah membimbing dalam perancangan tugas akhir ini, Penulis menyadari bahwa perancangan ini masih jauh dari kata sempurna dan memerlukan dukungan semua pihak untuk dapat terlaksana dengan baik. Oleh karena itu penulis mengharapkan partisipasi aktif, kritik, dan saran dari seluruh masyarakat agar perancangan yang dibuat dapat diperbaiki dan dikembangkan menjadi lebih baik di masa yang akan datang. Penulis 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. Ester Anggun Kusumaningtyas, S.Sn., M.Ds., sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.

5. Dika Agus Hermaji, ST., MAP., sebagai yang narasumber telah memberikan informasi dan data Dinas Lingkungan Hidup Kota Tangerang.
6. Hary Probo Laksono, S.IKom., sebagai narasumber yang telah memberikan informasi dan data Bank Sampah Gantari.
7. Saifuddin sebagai narasumber yang telah memberikan informasi dan data Bank Sampah 102.
8. Grup KS, yang telah memberikan bantuan dukungan emosional, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
9. Grup Bromance, yang telah memberikan bantuan dukungan emosional, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
10. Grup EH, yang telah memberikan bantuan dukungan emosional, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
11. Anandita Indira Hayat, yang telah memberikan bantuan dukungan emosional, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
12. Encik Riyu Shafa Anissalsabil Tara, yang telah memberikan bantuan dukungan emosional, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
13. Ryonaldy Maulana, yang telah memberikan bantuan dukungan emosional, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
14. Rannu Rafasha Akbar Fadhilah, yang telah memberikan bantuan dukungan emosional, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
15. Netania Santoso, yang telah memberikan bantuan dukungan emosional, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
16. Danuarta Dwi Yuli Saputro, yang telah memberikan bantuan dukungan emosional, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
17. Toto Agus Prabowo, S.H., M.Kn., yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

18. Vina Silvia, S.Pd.I., S.H., M.Kn., yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

19. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Semoga karya ilmiah ini dapat memberi dampak positif tidak hanya untuk penulis namun juga orang lain dan masyarakat.

Tangerang, 14 Juni 2024



Selma Sekar Seto

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERANCANGAN KAMPANYE INTERAKTIF BANK SAMPAH

KOTA TANGERANG

Selma Sekar Seto

ABSTRAK

Bank sampah yang tersedia di lingkungan Kota Tangerang sudah banyak namun jumlah nasabah bank sampah di kalangan pemuda masih sedikit. Pengumpulan data dilakukan dengan cara mewawancarai ahli, aktivis bank sampah, FGD, dan penyebaran kuesioner melalui Google Form. Berdasarkan kuesioner yang telah dibagikan, 80% pelajar sudah mengetahui mengenai bank sampah tetapi masih ada yang tidak menggunakan bank sampah karena beberapa kendala. Oleh karena itu, dibutuhkannya perancangan media kampanye interaktif dengan media utama *website* yang dapat mengenalkan mengenai bank sampah lebih dalam lagi di Kota Tangerang dengan fitur transaksi dan forum komunikasi yang mempermudah *user* ketika menggunakan media ini sehingga mampu meningkatkan jumlah nasabah terutama para remaja supaya tercipta kebiasaan baru serta menghargai sampah karena sampah memiliki nilai ekonomis. Beberapa media sekunder juga digunakan untuk mendukung berjalannya kampanye ini. Metode AISAS dan Human Centered Design digunakan untuk perancangan media kampanye interaktif bank sampah Kota Tangerang. *Alpha* dan *Beta test* juga dilakukan pada media utama berupa *website* untuk menguji dengan tujuan dapat mengembangkan media menjadi lebih baik lagi.

Kata kunci: Kampanye Interaktif, Tangerang, Bank Sampah

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

INTERACTIVE CAMPAIGN DESIGN OF TANGERANG

WASTE BANK

Selma Sekar Seto

ABSTRACT (English)

The total volume of waste piles continues to increase every year. disproportionate to the amount of waste at the Tangerang City landfill, which is increasingly becoming overloaded, along with the growing population each year. There are already many waste banks available in the Tangerang area, but the number of waste bank customers among the youth is still low. Data collection by interviewing waste bank activists and distributing questionnaires via Google Forms. Based on the distributed questionnaires, 80% of students are already aware of waste banks, but some do not use them due to various obstacles. Therefore, there is a need to design an interactive campaign media with a main website that can further introduce waste banks in Tangerang City, featuring transaction capabilities and a communication forum to facilitate users when using this platform. This aims to increase the number of customers, especially among teenagers, to foster new habits and appreciate waste because waste has economic value. Several secondary media will also be used to support the running of this campaign. The AISAS method and Human-Centered Design will be used to design the interactive campaign media for the Tangerang City waste bank.

Keywords: *Interactive Campaign, Tangerang, Waste Bank*

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	ix
<i>ABSTRACT (English)</i>	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
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.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Desain	6
2.1.1 Elemen Desain.....	6
2.1.2 Tipografi.....	8
2.1.3 Warna.....	10
2.1.4 <i>Grid</i>	18
2.2 Kampanye.....	20
2.2.1 Jenis Kampanye.....	20
2.2.2 Strategi Kampanye.....	21
2.2.3 Pendekatan Kampanye.....	22
2.2.4 Taktik Pesan	23
2.3 Media Interaktif.....	24
2.3.1 Media Interaktif.....	24
2.4 <i>User Interface dan User Experience</i>	26

2.4.1	<i>User Experience</i>	26
2.4.2	<i>User Interface</i>	29
2.5	Bank Sampah	33
2.5.1	Jenis Bank Sampah	33
2.5.2	Pengelolaan Sampah	34
2.5.3	Jenis Sampah	38
2.5.4	Administrasi	42
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN	43
3.1	Metodologi Penelitian	43
3.1.1	Metode Kualitatif	43
3.1.2	Metode Kuantitatif	60
3.2	Metodologi Perancangan	72
BAB IV	STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN	75
4.1	Strategi Perancangan	75
4.1.1	<i>Inspiration</i>	75
4.1.2	<i>Ideation</i>	79
4.1.3	<i>Tahap Implementation</i>	100
4.2	Analisis Alpha Media Utama Website	101
4.2.1	Analisis Konten	101
4.2.2	Analisis Tampilan	102
4.2.3	Analisis Interaktivitas	104
4.2.4	Kesimpulan Analisis Alpha	106
4.2.5	Hasil Perbaikan	106
4.3	Analisis Beta	109
4.3.1	Analisis Desain	109
4.3.2	Analisis Beta Test Media Utama	121
4.4	Budgeting	125
BAB V	PENUTUP	127
5.1	Simpulan	127
5.2	Saran	128
	DAFTAR PUSTAKA	xiii
	LAMPIRAN	xv

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tabel SWOT Aplikasi MySmash.....	52
Tabel 3.2 Tabel SWOT Aplikasi Bank Sampah.....	53
Tabel 3.3 Tabel SWOT Kampanye Suroboyo Bus.....	56
Tabel 4.1 Tabel Segmentasi Target Audiens.....	77
Tabel 4.2 Tabel Analisis Tampilan <i>Alpha Test</i>	102
Tabel 4.3 Tabel Analisis Interaktivitas <i>Alpha Test</i>	104
Tabel 4.4 Tabel Analisis Tampilan <i>Beta Test</i>	121
Tabel 4.5 Tabel Analisis Interaktivitas <i>Beta Test</i>	123

UMMN

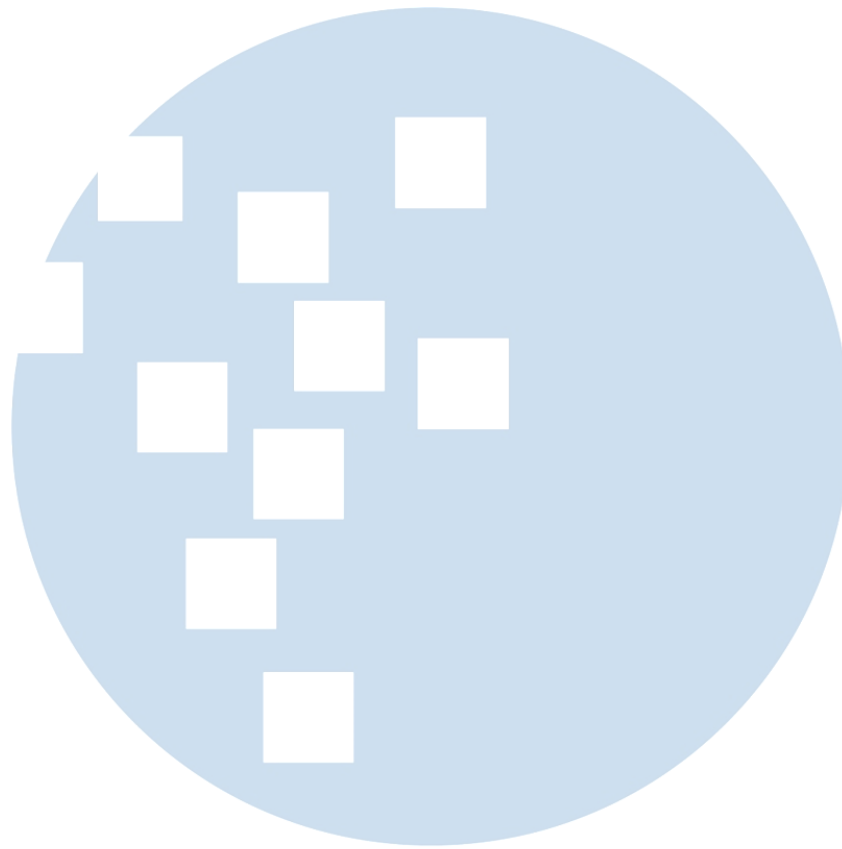
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Jenis Garis	7
Gambar 2.2 Jenis <i>Shape</i>	7
Gambar 2.3 <i>Letterform</i>	8
Gambar 2.4 <i>Typeface</i>	9
Gambar 2.5 Font.....	9
Gambar 2.6 <i>Type Family</i>	10
Gambar 2.7 <i>Color Wheel</i>	11
Gambar 2.8 <i>Hue</i>	11
Gambar 2.9 <i>Tint</i>	12
Gambar 2.10 <i>Shade</i>	12
Gambar 2.11 <i>Value</i>	12
Gambar 2.12 <i>Saturation</i>	13
Gambar 2.13 Merah	13
Gambar 2.14 Biru	14
Gambar 2.15 Violet.....	14
Gambar 2.16 Putih	15
Gambar 2.17 Hitam.....	15
Gambar 2.18 <i>Monochromatic</i>	16
Gambar 2.19 <i>Analogous</i>	16
Gambar 2.20 <i>Complementary</i>	17
Gambar 2.21 <i>Split-Complementary</i>	17
Gambar 2.22 <i>Triadic</i>	18
Gambar 2.23 <i>Tetradic</i>	18
Gambar 2.24 <i>Grid Satu Kolom</i>	19
Gambar 2.25 <i>Grid Multi Kolom</i>	19
Gambar 2.26 <i>Grid Modular</i>	20
Gambar 2.27 Aplikasi Mobile	25
Gambar 2.28 Perkembangan <i>Website</i>	25
Gambar 2.29 <i>Video game</i>	26
Gambar 2.30 <i>Pattern of interaction</i>	28
Gambar 2.31 <i>List Editing dan Dialogue Box</i>	29
Gambar 2.32 <i>Visual identity</i>	30
Gambar 2.33 <i>Typography Size</i>	30
Gambar 2.34 <i>Splash Screen</i>	31
Gambar 2.35 <i>Launch Icon</i>	31
Gambar 2.36 <i>Interior Icon</i>	32
Gambar 2.37 <i>Mobile</i>	32
Gambar 2.38 Kategori Pemilahan Sampah	35
Gambar 2.39 Penyetoran Sampah ke Bank Sampah.....	36
Gambar 2.40 Penimbangan Sampah di Bank Sampah.....	36
Gambar 2.41 Pencatatan	37

Gambar 2.42 Pengangkutan Sampah ke Pengepul Sampah	37
Gambar 2.43 Sampah Rumah Tangga	38
Gambar 2.44 Sampah Industri	38
Gambar 2.45 Sampah Peternakan	39
Gambar 2.46 Sampah Perkebunan.....	39
Gambar 2.47 Sampah Pasar	40
Gambar 2.48 Sampah Kantor	40
Gambar 2.49 Sampah Organik	41
Gambar 2.50 Sampah Anorganik	41
Gambar 2.51 Sampah B3	42
Gambar 2.52 Contoh Buku Tabungan Nasabah Bank Sampah Gantari	42
Gambar 3.1 Dokumentasi Wawancara Bank Sampah Gantari.....	44
Gambar 3.2 <i>Interview</i> Bank Sampah 102	46
Gambar 3.3 <i>Interview</i> Dinas Lingkungan Hidup Kota Tangerang.....	47
Gambar 3.4 Dokumentasi FGD Target Audiens	48
Gambar 3.5 MySmash.....	51
Gambar 3.6 Aplikasi Bank Sampah.....	53
Gambar 3.7 Aplikasi Eco Credit.....	56
Gambar 3.8 Duolingo.....	58
Gambar 3.9 Aplikasi Riliv	59
Gambar 3.10 Aplikasi Alomedika	60
Gambar 3.11 Diagram <i>Awareness</i> Bank Sampah.....	62
Gambar 3.12 Diagram Kapan Mendengar Bank Sampah.....	62
Gambar 3.13 Diagram Kampanye Bank Sampah.....	63
Gambar 3.14 Diagram Partisipasi Kampanye Bank Sampah.....	63
Gambar 3.15 Diagram Alasan Tidak Mengikuti Kampanye.....	63
Gambar 3.16 Diagram Alasan Tertarik Mengikuti Kampanye	64
Gambar 3.17 Diagram Pengetahuan Bank Sampah.....	64
Gambar 3.18 Diagram Preferensi Penumpukan Sampah	65
Gambar 3.19 Diagram Jenis Sampah untuk Ditumpuk	65
Gambar 3.20 Diagram Kebiasaan Memilah Sampah.....	66
Gambar 3.21 Diagram Preferensi Kebiasaan Memilah Sampah	66
Gambar 3.22 Diagram Alasan Tidak Memilah Sampah	67
Gambar 3.23 Diagram Ketersediaan Tempat Sampah Beda Jenis	67
Gambar 3.24 Diagram Perbedaan Cara Memilah Botol Plastik.....	68
Gambar 3.25 Diagram Pengetahuan Lokasi Bank Sampah Sekitar	68
Gambar 3.26 Diagram Partisipasi Menggunakan Bank Sampah	69
Gambar 3.27 Diagram Alasan Menggunakan Bank Sampah	70
Gambar 4.1 Persona.....	78
Gambar 4.2 <i>Mindmap</i>	80
Gambar 4.3 Logo Identitas Kampanye	81
Gambar 4.4 Strategi AISAS	83
Gambar 4.5 <i>Sitemap</i>	85

Gambar 4.6 <i>Moodboard</i>	86
Gambar 4.7 Warna.....	86
Gambar 4.8 Tipografi.....	87
Gambar 4.9 Sketsa Logo.....	88
Gambar 4.10 Logo.....	88
Gambar 4.11 <i>Icon</i>	89
Gambar 4.12 <i>Button</i>	89
Gambar 4.13 Sketsa Ilustrasi.....	90
Gambar 4.14 Asset Karakter.....	91
Gambar 4.15 Asset Visual.....	91
Gambar 4.16 <i>Grid</i>	92
Gambar 4.17 <i>Low fidelity</i>	92
Gambar 4.18 <i>High fidelity</i>	93
Gambar 4.19 Sketsa <i>Feeds</i> Instagram.....	94
Gambar 4.20 <i>Layout Feeds</i> Instagram.....	94
Gambar 4.21 Sketsa <i>Template</i> Instagram.....	95
Gambar 4.22 <i>Layout Template</i> Instagram.....	95
Gambar 4.23 Alternatif <i>Twibbon</i> Instagram.....	96
Gambar 4.24 Sketsa <i>Reusable Bag</i>	97
Gambar 4.25 <i>Layout bleed</i> Kartu.....	97
Gambar 4.26 Lanyard.....	98
Gambar 4.27 Sketsa Topi.....	98
Gambar 4.28 <i>Prototyping Button</i>	99
Gambar 4.29 Flow Interaktivitas.....	100
Gambar 4.30 Diagram Skala Likert Konten Bank Sampah <i>Alpha Test</i>	102
Gambar 4.31 Perbaikan Visual Warna.....	107
Gambar 4.32 Perbaikan Warna Asset Visual.....	107
Gambar 4.33 Perbaikan Halaman <i>About us</i>	108
Gambar 4.34 Perbaikan <i>Layout</i>	109
Gambar 4.35 Halaman Landing Page.....	110
Gambar 4.36 Halaman <i>About us</i>	111
Gambar 4.37 Halaman Tentang Bank Sampah.....	112
Gambar 4.38 Halaman <i>Challenge</i>	113
Gambar 4.39 Halaman Memilih Hari <i>Waste day</i>	114
Gambar 4.40 Halaman Submisi Form.....	115
Gambar 4.41 Halaman Submisi <i>Quest</i>	115
Gambar 4.42 Halaman Webinar.....	116
Gambar 4.43 Halaman <i>Action</i>	117
Gambar 4.44 Halaman <i>Sign in</i>	118
Gambar 4.45 Media Sekunder <i>Attention</i> dan <i>Interest</i>	118
Gambar 4.46 Media Sekunder <i>Search</i>	119
Gambar 4.47 Media Sekunder <i>Action</i>	120



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A BAP Bimbingan.....	xv
Lampiran B Skrip Wawancara Bank Sampah Gantari	xvi
Lampiran C Skrip Wawancara Bank Sampah 102	xxv
Lampiran D Skrip Wawancara Dinas Lingkungan Hidup.....	xvi
Lampiran E Data Google Form Bank Sampah.....	xvii
Lampiran F Data Google Form <i>Alpha test</i>	xxv
Lampiran G Data Google Form <i>Beta test</i>	xvi
Lampiran H Turnitin.....	Iii

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA