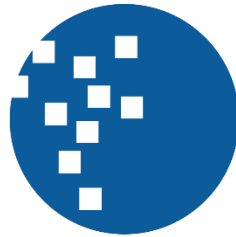


**PERANCANGAN *WEBSITE* INFORMASI UNTUK PASAR
BARANG ANTIK DI JALAN SURABAYA BAGI MILENIAL
USIA 27-40 DI WILAYAH JABODETABEK**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN TUGAS AKHIR

Adristi Sahda Amelia

00000049101

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS SENI DAN DESAIN
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2024**

**PERANCANGAN *WEBSITE* INFORMASI UNTUK PASAR
BARANG ANTIK DI JALAN SURABAYA BAGI MILENIAL
USIA 27-40 DI WILAYAH JABODETABEK**



LAPORAN TUGAS AKHIR

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

Adristi Sahda Amelia

00000049101

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS SENI DAN DESAIN
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Adristi Sahda Amelia
NIM : 00000049101
Program studi : Desain Komunikasi Visual

Tugas Akhir saya yang berjudul:

**PERANCANGAN *WEBSITE* INFORMASI UNTUK PASAR BARANG
ANTIK DI JALAN SURABAYA BAGI MILENIAL USIA 27-40
DI WILAYAH JABODETABEK**

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, 20 Mei 2024



Adristi Sahda Amelia

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir dengan judul

**PERANCANGAN *WEBSITE* INFORMASI UNTUK PASAR BARANG
ANTIK DI JALAN SURABAYA BAGI MILENIAL USIA 27-40
DI WILAYAH JABODETABEK**

Oleh

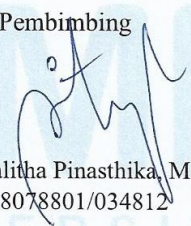
Nama : Adristi Sahda Amelia
NIM : 00000049101
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

Telah disetujui untuk diajukan pada


Sidang Ujian Tugas Akhir Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 20 Mei 2024

Pembimbing


Lalitya Talitha Pinasthika, M.Ds.
0308078801/034812

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual


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

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul
**PERANCANGAN *WEBSITE* INFORMASI UNTUK PASAR BARANG
ANTIK DI JALAN SURABAYA BAGI MILENIAL USIA 27-40
DI WILAYAH JABODETABEK**

Oleh

Nama : Adristi Sahda Amelia
NIM : 00000049101
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

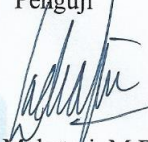
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



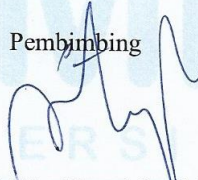
Ardyansyah, S.Sn., M.M., M.Ds.
0318127603/L00011

Penguji



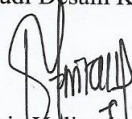
Nadia Mahatmi, M.Ds.
0416038705/039375

Pembimbing



Lalitya Talitha Pinasthika, M.Ds.
0308078801/034812

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 : Adristi Sahda Amelia
NIM : 00000049101
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : S2 / S1 / D3
Judul Karya Ilmiah :

PERANCANGAN *WEBSITE* INFORMASI UNTUK PASAR BARANG ANTIK DI JALAN SURABAYA BAGI MILENIAL USIA 27-40 DI WILAYAH JABODETABEK

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



Adristi Sahda Amelia

** 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 Syukur, atas kehadiran Tuhan yang Maha Esa, karena sangat bersyukur dapat Menuntaskan laporan ini yang berjudul “Perancangan Website Informasi untuk Pasar Barang Antik di Jalan Surabaya Bagi Milenial Usia 27-40 di Wilayah Jabodetabek”. kepada para pembaca yang terhormat. Dengan rahmat dan kasih sayang-Nya, kita diberi kesempatan untuk menyelami lebih dalam tentang sebuah konsep yang penting dalam kehidupan perancangan.

Penulis menghadapi banyak tantangan saat menyelesaikan tugas akhir, namun banyak pihak yang membantu sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik oleh karena itu. 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. Lalitya Talitha Pinasthika, M.Ds, sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Tamim Heru, sebagai narasumber yang telah membantu menambah pemahaman seputar penjualan barang antik dan bersedia untuk melakukan wawancara.
6. Bagus Dava Widayanto, sebagai narasumber yang telah membantu menambah Pemahaman Seputar Pengalaman mengunjungi dan membeli keperluan di pasar tersebut.
7. Kemal Hardiputra, sebagai narasumber yang telah membantu Pemahaman Seputar Pengalaman mengunjungi dan membeli keperluan di pasar tersebut.
8. Hendri, sebagai narasumber yang telah membantu menambah Pemahaman Seputar Penjualan Barang antik dan bersedia untuk melakukan Beta Test.

9. Adam Himawan, sebagai narasumber yang telah membantu menambah Pemahaman Seputar Penjualan Barang antik dan bersedia untuk melakukan Beta Test.
10. Syahrurie Ramadhani, sebagai narasumber yang telah membantu menambah Pemahaman Seputar Penjualan Barang antik dan bersedia untuk melakukan Beta Test.
11. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
12. Responden, yang telah secara sukarela dapat dengan tulus atas waktunya untuk mengisi kuesioner. Sehingga penulis memiliki informasi lanjut mengenai pemahaman Masyarakat mengenai jual beli barang antik.
13. Teman-teman, Sebagai mahasiswa yang memberikan sesama dukungan untuk menyelesaikan tugas akhir ini.

Dengan harapan ini penulis kepada, pembaca dapat lebih Mengenal Sejarah dan wisata masa lalu serta memudahkan para pengkolektor untuk menemui barang-barang antik melalui platform *website*.

Tangerang, 20 Mei 2024



Adristi Sahda Amelia

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

**PERANCANGAN *WEBSITE* INFORMASI UNTUK PASAR BARANG
ANTIK DI JALAN SURABAYA BAGI MILENIAL USIA 27-40
DI WILAYAH JABODETABEK**

(Adristi Sahda Amelia)

ABSTRAK

Pasar Barang Antik di Jalan Surabaya merupakan salah satu ikon wisata budaya di Jakarta yang menawarkan berbagai jenis barang antik seperti lampu, piringan hitam, koin kuno, porselen, dan guci antik. Namun, seiring perkembangan zaman dan tren belanja online, pasar ini mengalami penurunan jumlah pengunjung. Kurangnya media informasi yang dapat memberikan kesan yang baik sebagai pandangan pengguna dan interaktif menjadi salah satu faktor penyebabnya, terutama bagi generasi millennial sebagai target audiens potensial. Penelitian ini bertujuan untuk merancang media informasi interaktif yang efektif dalam mengenalkan dan mempromosikan Pasar Barang Antik Jalan Surabaya kepada masyarakat, khususnya generasi millennial. Metode penelitian yang digunakan meliputi studi literatur, observasi lapangan, wawancara, dan analisis data untuk mengumpulkan informasi terkait kebutuhan pengguna, preferensi desain, serta konten yang relevan. Media informasi dirancang dalam bentuk website dan aplikasi mobile dengan mengintegrasikan berbagai elemen multimedia seperti teks, gambar. Fitur-fitur interaktif seperti peta lokasi, virtual tour, katalog barang antik, dan forum diskusi juga disediakan untuk meningkatkan pengalaman pengguna. Desain antarmuka dan gaya visual disesuaikan dengan preferensi target audiens generasi muda. Penelitian ini berkontribusi dalam pengembangan media informasi interaktif untuk promosi wisata budaya serta pelestarian warisan budaya melalui pendekatan desain komunikasi visual.

Kata kunci: Pasar Barang Antik, Wisata Budaya, Media Informasi

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

**DESIGNING AN INFORMATION WEBSITE FOR THE
ANTIQUÉ MARKET ON JALAN SURABAYA FOR
MILLENNIALS AGED 27-40 IN JABODETABEK AREA**

(Adristi Sahda Amelia)

ABSTRACT (English)

The Antiquities Market at Jalan Surabaya is one of the cultural tourist icons in Jakarta that offers a variety of antiques such as lamps, black plates, antique coins, porcelain, and antiques. However, with the evolution of the times and online shopping trends, this market has experienced a decline in the number of visitors. The lack of Interactive for user and interactive information media is one of the causes, especially for the millennial generation as a potential target audience. The research aims to design interactive information media that is effective in introducing and promoting the Surabaya Road Antiquities Market to the public, especially the millennials. Research methods used include literature studies, field observations, interviews, and data analysis to gather information related to user needs, design preferences, and relevant content. Information media is designed in the form of websites and mobile applications by integrating various multimedia elements such as text, images. Interactive features such as location maps, virtual tours, antique catalogs, and discussion forums are also provided to enhance the user experience. Interface design and visual style adapted to the preferences of the target audience of the younger generation. The research contributes to the development of interactive information media for the promotion of cultural tourism as well as the preservation of cultural heritage through visual communication design approaches.

Keywords: *Antiques, Cultural Tours , Media Information*

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT (English).....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah.....	3
1.4 Tujuan Tugas Akhir.....	4
1.5 Manfaat Tugas Akhir.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Desain Komunikasi Visual.....	6
2.1.1 Elemen Desain.....	6
2.1.2 Prinsip Desain	8
2.1.3 Tipografi.....	17
2.1.4 Grid.....	20
2.1.5 Ilustrasi.....	20
2.2 We really use the Web (UX theory)	22
2.3 Teori Media Informasi by Bill Moggridge.....	24
2.4 Digital Realm (UI theory)	25
2.4.1 Users (Pengguna)	25
2.4.2 Interactivity (Interaktif).....	26
2.4.3 Navigation and Metaphors (Navigasi dan Metafora)	26
2.5 Managing the Design (Management Desain)	27
2.5.1 The Design Process (Proses Desain)	27
2.6 The Online Brand (Branding Online).....	27
2.6.1 Look and Feel	28
2.6.2 Engagement	28

2.7 Subsektor Industri Pasar Budaya Barang Seni di Indonesia	30
2.8 Sektor Pasar Barang Antik di Jalan Surabaya	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN DAN PERANCANGAN	33
3.1 Metodologi Penelitian.....	33
3.1.1 Informasi Umum Mengenai Barang Antik	33
3.1.2 Metode Kualitatif.....	34
3.1.3 Metode Kuantitatif	38
3.1.4 Studi <i>Existing</i>	43
3.1.5 Studi Referensi.....	59
3.2 Metodologi Perancangan	82
BAB IV STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN	84
4.1 Strategi Perancangan	84
4.1.1 <i>Empathize</i>	84
4.1.2 <i>Define</i>	85
4.1.3 <i>Ideate</i>	88
4.1.4 <i>Prototype</i>	105
4.1.5 <i>Analisis Alpha Test</i>	117
4.1.6 Hasil Perbaikan.....	123
4.2 Kesimpulan <i>Beta Test</i>	128
4.2.1 <i>Test</i>	128
4.2.2 <i>Analisis Beta Test</i>	129
4.2.3 Hasil Perbaikan.....	134
4.2.3 Hasil Finalisasi Karya	136
4.3 Media Sekunder	136
BAB V PENUTUP.....	145
5.1 Simpulan.....	145
5.2 Saran.....	146
DAFTAR PUSTAKA	xiii
LAMPIRAN.....	xvi

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Data Responden	38
Tabel 3. 2 Tabel Data Responden	39
Tabel 3. 3 Tabel Data Responden	42
Tabel 3. 4 Tabel Analisis Desain <i>Website</i> SPKT	44
Tabel 3. 5 Tabel Observasi SWOT Analisis Desain <i>Website</i> SPKT	49
Tabel 3. 6 Tabel <i>Website</i> Indonesia Kaya.....	60
Tabel 3. 7 Tabel Observasi SWOT Desain <i>Website</i> Indonesia Kaya	64
Tabel 3. 8 Tabel Analisis Dinas Kebudayaan	67
Tabel 3. 9 Tabel Observasi SWOT Desain Dinas Kebudayaan.....	71
Tabel 3. 10 Tabel Analisis Desain <i>Website</i> Budaya Kita.....	75
Tabel 3. 11 Tabel Observasi SWOT Website Budaya Kita.....	79
Tabel 4. 1 Tabel Penjelasan <i>Icon</i>	103
Tabel 4. 2 Tabel Evaluasi visual	118
Tabel 4. 3 Tabel Navigasi Interaktif	120
Tabel 4. 4 Tabel Berdasarkan <i>User Journey</i>	121
Tabel 4. 5 Tabel Berdasarkan <i>Feedback</i> dan Kritik.....	122
Tabel 4. 6 Tabel Data Peserta <i>Beta Test</i>	129
Tabel 4. 7 Tabel <i>Budgeting</i>	144



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Makna Desain Komunikasi visual.....	6
Gambar 2. 2 <i>Model Shape</i> (July2020)	7
Gambar 2. 3 <i>Maxwell experiment</i>	7
Gambar 2. 4 Contoh ruang pada website	8
Gambar 2. 5 <i>The Joshua Tree Epiphany</i> (April 2015).....	9
Gambar 2. 6 <i>Introduction to Aligment</i> (November 2018).....	10
Gambar 2. 7 <i>Repetitive UI Elements</i>	11
Gambar 2. 8 <i>The color wheel</i> (Albert Munsell).....	11
Gambar 2. 9 <i>The color sphere</i> (Johannes Itten).....	12
Gambar 2. 10 <i>Color Of Harmony Theory</i>	12
Gambar 2. 11 <i>Symmetrical Website</i>	13
Gambar 2. 12 <i>ASymmetrical Website</i>	14
Gambar 2. 13 <i>Ukuran Format Layar</i>	14
Gambar 2. 14 Contoh penekanan desain poster	16
Gambar 2. 15 Contoh penerapan proporsi pada desain.....	16
Gambar 2. 16 <i>Typeface Anatomy</i>	17
Gambar 2. 17 Contoh gabungan ilustrasi kata dan ilustrasi kartun	21
Gambar 2. 18 Contoh <i>website</i> Niagahoster.....	26
Gambar 2. 19 Contoh <i>website</i> <i>The New York Times</i>	27
Gambar 2. 20 <i>Design Process</i>	27
Gambar 2. 21 Contoh <i>website</i> <i>Discovery Place</i>	28
Gambar 2. 22 Contoh <i>website</i> <i>Good Morning</i>	30
Gambar 3. 1 Wawancara Haji TamIm	34
Gambar 3. 2 Bagus Dava Widayanto.....	35
Gambar 3. 3 Kemal Hardiputra.....	35
Gambar 3. 4 <i>Website</i> SPKT	43
Gambar 3. 5 <i>Website</i> SPKT	53
Gambar 3. 6 <i>Website</i> SPKT	54
Gambar 3. 7 <i>Website</i> SPKT	55
Gambar 3. 8 <i>Website</i> SPKT	56
Gambar 3. 9 <i>Website</i> SPKT	57
Gambar 3. 10 <i>Website</i> SPKT	57
Gambar 3. 11 <i>Website</i> SPKT	58
Gambar 3. 12 <i>Website</i> Indonesia Kaya	59
Gambar 3. 13 Dinas Kebudayaan.....	67
Gambar 3. 14 <i>Website</i> Budaya Kita	74
Gambar 4. 1 <i>User Persona</i> Andi Pratama.....	86
Gambar 4. 2 <i>User Persona</i> Sari Dewi.....	86
Gambar 4. 3 <i>Costumer Journey Map</i>	87
Gambar 4. 4 <i>Mind Map proposition</i>	89
Gambar 4. 5 <i>Tone Of Voice</i>	90
Gambar 4. 6 <i>Moodboard</i>	91

Gambar 4. 7 <i>Moodboard</i> Ilustrasi	91
Gambar 4. 8 <i>Font Black Vintage (Heading)</i>	92
Gambar 4. 9 <i>Font Bonhour Royle (Sub heading)</i>	92
Gambar 4. 10 <i>Font Aref Ruqaa (Sub heading)</i>	93
Gambar 4. 11 <i>Font Jomolhari (Bodytext)</i>	93
Gambar 4. 12 <i>Sitemap</i>	94
Gambar 4. 13 <i>Flowchart</i>	97
Gambar 4. 14 Referensi Perancangan Ilustrasi	98
Gambar 4. 15 Sketsa	98
Gambar 4. 16 <i>Color Pallate</i> dan Gambar	99
Gambar 4. 17 Hasil Akhir Ilustrasi	99
Gambar 4. 18 Perancangan Logo	100
Gambar 4. 19 <i>Sketsa Button</i>	101
Gambar 4. 20 <i>Button Laman Utama</i>	101
Gambar 4. 21 <i>Sketsa low fidelity Bottun</i>	102
Gambar 4. 22 <i>Button Footer Bawah</i>	102
Gambar 4. 23 <i>Referensi Ornament</i>	104
Gambar 4. 24 Hasil <i>Ornament</i>	105
Gambar 4. 25 <i>Low Fidelity</i>	106
Gambar 4. 26 <i>Low Fidelity with Grid</i>	106
Gambar 4. 27 <i>High Fidelity Navigation Bar dan Footer</i>	108
Gambar 4. 28 <i>High Fidelity Segment Utama</i>	109
Gambar 4. 29 <i>High Fidelity Segment Event</i>	110
Gambar 4. 30 <i>High Fidelity Segment Kios</i>	111
Gambar 4. 31 <i>High Fidelity Segment Gallery</i>	112
Gambar 4. 32 <i>High Fidelity Segment Tips dan Perawatan Barang</i>	113
Gambar 4. 33 <i>High Fidelity Segment FAQ</i>	114
Gambar 4. 34 <i>High Fidelity Jam Oprasional</i>	114
Gambar 4. 35 <i>High Fidelity Furniture dan keruangan</i>	115
Gambar 4. 36 <i>High Fidelity Costumer Service</i>	116
Gambar 4. 37 <i>Banner Prototype</i>	116
Gambar 4. 38 <i>Prototype Alpha Test</i>	117
Gambar 4. 39 Dokumentasi <i>Alpha Test</i>	118
Gambar 4. 40 Perbaikan <i>Layout: Sebelum (kiri) dan Sesudah (kanan)</i>	123
Gambar 4. 41 Perbaikan <i>Layout: Sebelum (kiri) dan Sesudah (kanan)</i>	124
Gambar 4. 42 Perbaikan <i>Layout: Sebelum (kiri) dan Sesudah (kanan)</i>	125
Gambar 4. 43 Perbaikan <i>Layout: Sebelum (Atas) dan Sesudah (Bawah)</i>	125
Gambar 4. 44 Perbaikan <i>Layout: Sebelum (kiri) dan Sesudah (kanan)</i>	126
Gambar 4. 45 Perbaikan <i>Layout: Sebelum (kiri) dan Sesudah (kanan)</i>	126
Gambar 4. 46 Penambahan Fitur <i>Map</i>	127
Gambar 4. 47 Navigasi sebelum (Kiri) Sesudah (Kanan).....	127
Gambar 4. 48 <i>Prototype Beta Test</i>	129
Gambar 4. 49 Dokumentasi <i>Beta Test</i>	130

Gambar 4. 50 Dokumentasi <i>Beta Test</i>	132
Gambar 4. 51 Dokumentasi <i>Beta Test</i>	133
Gambar 4. 52 Sebelum (Kiri) Sesudah (Kanan)	135
Gambar 4. 53 Sebelum (Kiri) Sesudah (Kanan)	135
Gambar 4. 54 Finalisasi <i>Website</i>	136
Gambar 4. 55 Media <i>Brosur</i>	137
Gambar 4. 56 Media <i>Flyer</i>	138
Gambar 4. 57 <i>Merchandise</i> Gantungan Kunci.....	139
Gambar 4. 58 <i>Name Card</i>	139
Gambar 4. 59 <i>Merchandise</i> Lanyard.....	140
Gambar 4. 60 <i>Merchandise</i> Pin.....	141
Gambar 4. 61 <i>Merchandise</i> Sticker.....	141
Gambar 4. 62 <i>Merchandise</i> Totebag	142
Gambar 4. 63 <i>Merchandise</i> Kaos	142
Gambar 4. 64 <i>Facebook Ads</i>	143
Gambar 4. 65 <i>Instagram post</i>	143



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Lembar Bimbingan	xvi
Lampiran B Transkrip Wawancara	xvii
Lampiran C Kuesioner	xxiii
Lampiran D <i>Alpha Test</i>	xxviii
Lampiran E <i>Beta Test</i>	xxxiv
Lampiran F Turnitin	xxxvii



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA