

**PERANCANGAN PROMOSI DIGITAL UNTUK
CREATIVE BUSINESS OF DIFFABLE COMMUNITY**



LAPORAN TUGAS AKHIR

Fidelis Audimas Dwijayanto

00000053579

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS SENI DAN DESAIN
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025**

**PERANCANGAN PROMOSI DIGITAL UNTUK
CREATIVE BUSINESS OF DIFFABLE COMMUNITY**



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual

Fidelis Audimas Dwijayanto

00000053579

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Fidelis Audimas Dwijayanto

Nomor Induk Mahasiswa : 00000053579

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir yang berjudul:

PERANCANGAN PROMOSI DIGITAL UNTUK CREATIVE BUSINESS OF DIFFABLE COMMUNITY

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 penyimpangan dan penyalahgunaan dalam proses penulisan dan penelitian ini, 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, 7 Oktober 2024

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



(Fidelis Audimas Dwijayanto)

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

PERANCANGAN PROMOSI DIGITAL UNTUK CREATIVE BUSINESS OF DIFFABLE COMMUNITY

Oleh

Nama Lengkap : Fidelis Audimas Dwijayanto

Nomor Induk Mahasiswa : 00000053579

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Rabu, 8 Januari 2025

Pukul 14.30 s.d. 15.15 WIB dan dinyatakan

LULUS

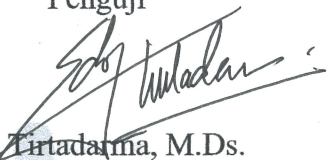
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



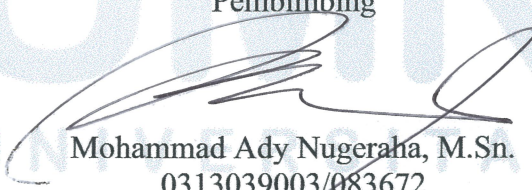
Frindhinia Medyasepti, S.Sn., M.Sc.
0319098202/068502

Penguji



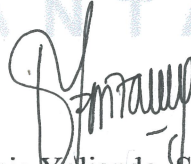
Edo Tirtadarma, M.Ds.
0324128506/071279

Pembimbing



Mohammad Ady Nugeraha, M.Sn.
0313039003/083672

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual



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

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Fidelis Audimas Dwijayanto
Nomor Induk Mahasiswa : 00000053579
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : D3
Judul Karya Ilmiah : PERANCANGAN PROMOSI DIGITAL
UNTUK CREATIVE BUSINESS
OF DIFFABLE COMMUNITY

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia:

- ☒ Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- ☐ Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*) **.
- ☐ Lainnya, pilih salah satu:
 - ☐ Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
 - ☐ Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 7 Oktober 2024


(Fidelis Audimas Dwijayanto)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat yang diberikan penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian tugas akhir yang berjudul “Perancangan Promosi Digital untuk Creative Business of Diffable Community” tepat pada waktunya. Adapun tujuan dari penulisan penelitian tugas akhir ini adalah untuk merancang promosi digital untuk Creative Business of Diffable Community pada Universitas Multimedia Nusantara dan untuk memperoleh gelar Sarjana Seni dan Desain jurusan Desain Komunikasi Visual.

Pada kesempatan ini, Saya menyadari dalam penyusunan proposal ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Karena itu saya ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan kepada saya. Ucapan terima kasih ini saya tujukan kepada:

1. Dr. Andrey Andoko, 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. Mohammad Ady Nugeraha, M.Sn., selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Dr. Anne Nurfarina, M.Sn., sebagai narasumber pertama yang telah memberikan pengetahuan baru dan data yang dibutuhkan oleh penulis tentang komunitas CIDCO.
6. Puspita Triani Agustina (Nenet), sebagai narasumber kedua yang telah membantu penulis menjelaskan komunitas CIDCO dengan baik.
7. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Teman-teman seperjuangan Tugas Akhir yang saling membantu dan memberikan dukungan selama proses pengerjaan laporan.

Semoga karya ilmiah ini dapat berguna bagi para pembaca dan pihak-pihak lain yang berkepentingan khususnya bagi yang ingin melakukan perancangan promosi digital, serta dapat menjadi sumber referensi untuk para mahasiswa tingkat akhir yang digunakan dalam penyusunan karya ilmiah lainnya.

Tangerang, 7 Oktober 2024



(Fidelis Audimas Dwijayanto)



PERANCANGAN PROMOSI DIGITAL UNTUK CREATIVE BUSINESS OF DIFABLE COMMUNITY

(Fidelis Audimas Dwijayanto)

ABSTRAK

Creative Business of Difable Community (CIDCO) merupakan sebuah komunitas bisnis kreatif yang didirikan pada tahun 2019 oleh Dr. Anne Nurfarina. Komunitas ini dijadikan sebagai wadah berbisnis bagi para anak-anak difabel yang merupakan lulusan dari Art Therapy Center (ATC) Widyatama. Anak-anak difabel melakukan pelatihan di ATC Widyatama untuk menghasilkan karya seni kreatif berbentuk sebuah produk yang dijual melalui komunitas CIDCO. ATC Widyatama didirikan dikarenakan pemikiran dan pandangan masyarakat yang menganggap bahwa para difabel tidak dapat berkarya. Produk-produk yang dihasilkan oleh anak-anak difabel ini memiliki daya jual yang dapat membantu komunitas ini serta memberi dampak positif bagi masyarakat dan juga orang tua dari penyandang disabilitas itu sendiri. Namun, masih banyak masyarakat yang tidak mengetahui keberadaan CIDCO dikarenakan kurangnya media promosi dan tempat penjualan produk mereka kurang strategis. Perancangan ini dilakukan dengan tujuan untuk merancang media promosi terhadap CIDCO, sehingga dapat lebih dikenal oleh masyarakat dan membantu komunitas untuk terus berkembang, serta menyadarkan masyarakat Indonesia bahwa penyandang disabilitas pun dapat berkarya secara kreatif dan memiliki bisnis sendiri.

Kata kunci: Komunitas, Difabel, Promosi, Digital, CIDCO



DIGITAL PROMOTIONAL DESIGN FOR CREATIVE BUSINESS OF DIFABLE COMMUNITY

(Fidelis Audimas Dwijayanto)

ABSTRACT (English)

Creative Business of Difable Community (CIDCO) is a creative business community founded in 2019 by Dr. Anne Nurfarina. This community is used as a business platform for disabled children who are graduates of the Widyatama Art Therapy Center (ATC). Disabled children undergo training at ATC Widyatama to produce creative works of art in the form of products that are sold through the CIDCO community. ATC Widyatama was founded because of the thoughts and views of the community which thought that people with disabilities could not work. The products produced by disabled children have a selling point that can help this community and have a positive impact on society and also the parents of people with disabilities themselves. However, there are still many people who do not know about the existence of CIDCO due to the lack of promotional media and less strategic places to sell their products. This design was carried out with the aim of designing promotional media for CIDCO, so that it can be better known by the public and help the community to continue to develop, as well as making Indonesian people aware that people with disabilities can also work creatively and have their own businesses.

Keywords: *Community, Difable, Promotion, Digital, CIDCO*



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT (English)</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
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.....	4
2.1 Prinsip Desain.....	4
2.1.1 Kesatuan	4
2.1.2 Keseimbangan	6
2.1.3 Ritme	8
2.1.4 Penekanan.....	11
2.1.5 Proporsi.....	11
2.2 Warna.....	12
2.2.1 Klasifikasi Warna	12
2.2.2 Jenis-jenis Warna.....	15
2.3 Tipografi	17
2.3.1 Jenis-jenis Tipografi	17
2.3.2 Bebas Neue.....	20
2.3.3 Inter	20

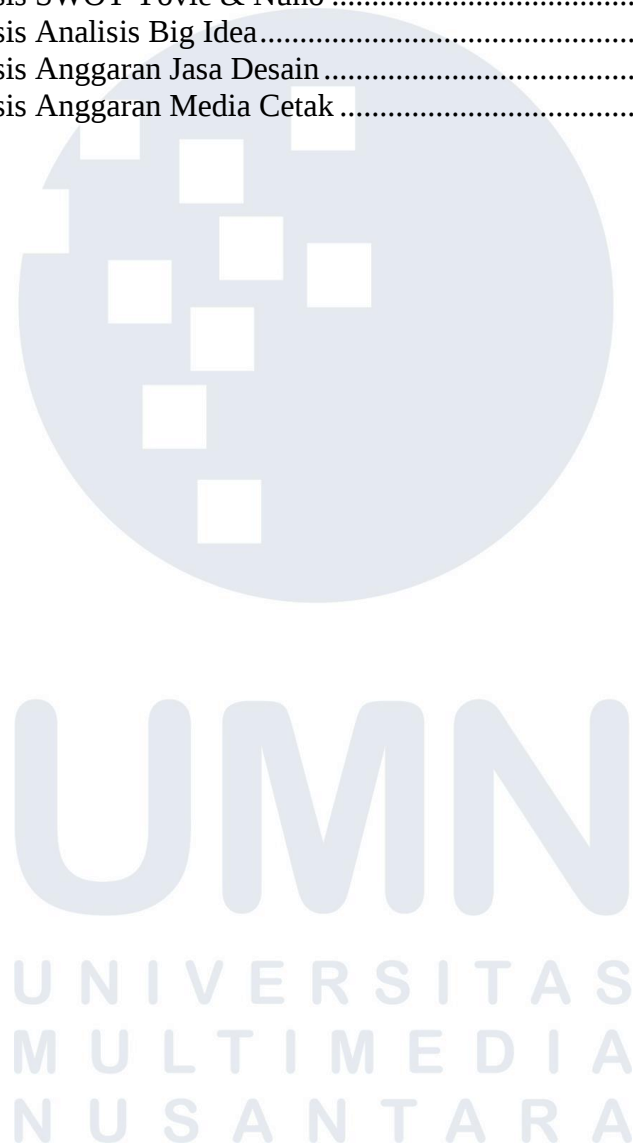
2.4 <i>Copywriting</i>	21
2.4.1 <i>Jenis Copywriting</i>	21
2.5 <i>Promosi</i>	24
2.5.1 <i>Bauran Promosi</i>	24
2.5.2 <i>Fungsi Promosi</i>	27
2.5.3 <i>Tujuan Promosi</i>	28
2.5.4 <i>Media Promosi</i>	29
2.6 <i>Media Behavior</i>	31
2.6.1 <i>Jenis-jenis Media Behavior</i>	31
2.6.2 <i>Penerapan Media Behavior</i>	34
2.7 <i>Marketing Funnel</i>	34
2.7.1 <i>Tahapan Marketing Funnel AIDA</i>	35
2.7.2 <i>Fungsi Marketing Funnel</i>	36
2.8 <i>Penyandang Disabilitas</i>	36
2.8.1 <i>Jenis-jenis Penyandang Disabilitas</i>	37
2.9 <i>Consumer Insight</i>	38
2.9.1 <i>Dimensi Consumer Insight</i>	38
2.10 <i>Consumer Journey</i>	39
2.10.1 <i>Tahapan Consumer Journey</i>	39
2.11 <i>Penelitian Relevan</i>	40
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN	42
3.1 <i>Subjek Perancangan</i>	42
3.1.1 <i>Demografis</i>	42
3.1.2 <i>Geografis</i>	43
3.1.3 <i>Psikografis</i>	44
3.2 <i>Metode dan Prosedur Perancangan</i>	44
3.3 <i>Teknik dan Prosedur Perancangan</i>	45
3.3.1 <i>Observasi</i>	46
3.3.2 <i>Wawancara</i>	48
3.3.3 <i>Kuesioner</i>	50
3.4 <i>Studi Eksisting</i>	51
3.5 <i>Studi Referensi</i>	52

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN	53
4.1 Hasil Perancangan	53
4.1.1 Orientation.....	53
4.1.2 Analysis.....	79
4.1.3 Conception.....	81
4.1.4 Design	87
4.1.5 Implementation	106
4.1.6 Kesimpulan Perancangan.....	113
4.2 Pembahasan Perancangan.....	113
4.2.1 Analisis Beta Test.....	113
4.2.2 Analisis Desain Feeds Instagram.....	119
4.2.3 Analisis Desain Flyer.....	127
4.2.4 Analisis Desain Katalog	128
4.2.5 Analisis Desain Poster.....	129
4.2.6 Analisis Desain X-Banner	130
4.2.7 Analisis Desain Merchandise	131
4.2.8 Anggaran.....	136
BAB V PENUTUP.....	139
5.1 Simpulan	139
5.2 Saran	140
DAFTAR PUSTAKA.....	141
LAMPIRAN.....	143

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

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan.....	41
Tabel 4.1 Analisis SWOT Idekuhandmade.....	75
Tabel 4.2 Analisis SWOT Craftmyday	76
Tabel 4.3 Analisis SWOT Ikea	78
Tabel 4.4 Analisis SWOT Yovie & Nuno	80
Tabel 4.5 Analisis Analisis Big Idea.....	84
Tabel 4.6 Analisis Anggaran Jasa Desain.....	136
Tabel 4.7 Analisis Anggaran Media Cetak	136



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Contoh Prinsip Kedekatan.....	4
Gambar 2.2 Contoh Prinsip Penjajaran.....	5
Gambar 2.3 Contoh Prinsip Pengulangan	5
Gambar 2.4 Contoh Prinsip Kontras	6
Gambar 2.5 Penerapan Keseimbangan	6
Gambar 2.6 Penerapan Keseimbangan Simetris	7
Gambar 2.7 Penerapan Keseimbangan Asimetris.....	7
Gambar 2.8 Penerapan Keseimbangan Asimetris Warna	8
Gambar 2.9 Penerapan Ritme	8
Gambar 2.10 Penerapan Ritme Repetisi Murni	9
Gambar 2.11 Penerapan Ritme Repetisi Variasi	9
Gambar 2.12 Penerapan Ritme Progresi	10
Gambar 2.13 Penerapan Ritme Mengalir.....	10
Gambar 2.14 Penerapan Penekanan.....	11
Gambar 2.15 Penerapan Proporsi.....	11
Gambar 2.16 Warna Additive dan Subtractive pada Lingkaran Warna.....	12
Gambar 2.17 Warna Primer	13
Gambar 2.18 Warna Sekunder	13
Gambar 2.19 Warna Intermediate	14
Gambar 2.20 Warna Tersier.....	14
Gambar 2.21 Warna Kuartier.....	14
Gambar 2.22 Warna Komplementer	15
Gambar 2.23 Warna Analogous.....	15
Gambar 2.24 Warna Triadic.....	16
Gambar 2.25 Warna Split Komplementer.....	16
Gambar 2.26 Warna Tetradic (<i>rectangle</i>)	17
Gambar 2.27 Huruf Sans Serif.....	18
Gambar 2.28 Huruf Serif.....	18
Gambar 2.29 Huruf Script.....	19
Gambar 2.30 Huruf Dekoratif	19
Gambar 2.31 Huruf Bebas Neue	20
Gambar 2.32 Huruf Inter.....	20
Gambar 2.33 Contoh <i>Story Copy</i>	21
Gambar 2.34 Contoh <i>You and Me Copy</i>	22
Gambar 2.35 Contoh <i>Forthright Copy</i>	22
Gambar 2.36 Contoh <i>News Copy Page</i>	23
Gambar 2.37 Contoh <i>Factual Copy</i>	23
Gambar 2.38 Contoh <i>Straightforward Copy</i>	24
Gambar 2.39 Periklanan.....	25
Gambar 2.40 Penjualan Personal	25
Gambar 2.41 Hubungan Masyarakat.....	26
Gambar 2.42 Promosi Penjualan.....	26
Gambar 2.43 Pemasaran Langsung.....	27

Gambar 2.44 Menginformasikan	28
Gambar 2.45 Membujuk Target Pasar	28
Gambar 2.44 Mengingatkan Target Pasar.....	29
Gambar 2.47 Logo Instagram	30
Gambar 2.48 Flyer	30
Gambar 2.49 Booklet	31
Gambar 2.50 Saran Produk dari Amazon	32
Gambar 2.51 Strategi Pemasaran Facebook & Website	33
Gambar 2.52 Strategi Pemasaran Email.....	33
Gambar 2.53 Tahapan AIDA	35
Gambar 2.54 Consumer Journey	39
Gambar 3.1 Lima Tahapan Proses Desain menurut Robin Landa.....	44
Gambar 3.2 Logo CIDCO	47
Gambar 3.3 Tlatah Nusantara di Hotel Mercure	48
Gambar 4.1 Wawancara bersama Dr. Anne Nurfarina	53
Gambar 4.2 Wawancara bersama Nenet Puspita	56
Gambar 4.3 Data umur responden	63
Gambar 4.4 Data pekerjaan responden	64
Gambar 4.5 Data domisili responden.....	64
Gambar 4.6 Data pengeluaran responden selama satu bulan.....	65
Gambar 4.7 Data pendapat responden mengenai produk CIDCO	66
Gambar 4.8 Data ketertarikan responden membeli produk CIDCO	66
Gambar 4.9 Data pengetahuan responden mengenai CIDCO.....	67
Gambar 4.10 Data responden mendapatkan informasi tentang CIDCO	67
Gambar 4.11 Data skala pengetahuan responden tentang CIDCO	68
Gambar 4.12 Data responden menggunakan media sosial.....	68
Gambar 4.13 Data durasi responden menggunakan media sosial.....	69
Gambar 4.14 Data media fisik yang sering dilihat responden	69
Gambar 4.15 Data alasan responden melihat media fisik.....	70
Gambar 4.16 Data responden mengenai media yang cocok	71
Gambar 4.17 Data responden untuk mendukung anak difabel	71
Gambar 4.18 Data responden untuk mempromosikan CIDCO	72
Gambar 4.19 Data responden mendukung dan ingin membeli produk CIDCO ...	72
Gambar 4.20 Instagram Idekuhandmade	73
Gambar 4.21 Instagram Craftmyday.....	75
Gambar 4.22 Instagram Ikea_id.....	77
Gambar 4.23 Instagram Yovie & Nuno	78
Gambar 4.24 <i>Mindmap</i>	81
Gambar 4.25 Moodboard	86
Gambar 4.26 Logo	87
Gambar 4.27 Logo sekunder	88
Gambar 4.28 Warna	88
Gambar 4.29 Supergrafis	89
Gambar 4.30 Tipografi.....	90
Gambar 4.31 Referensi Gaya Desain dari Studi Referensi	91
Gambar 4.32 <i>Template</i> dengan <i>Grid</i> tanpa visual.....	92

Gambar 4.33 Sketsa penempatan aset dan konten pada <i>layout</i>	92
Gambar 4.34 Perancangan Final Instagram	93
Gambar 4.35 <i>Template</i> dengan <i>Grid</i> tanpa visual.....	94
Gambar 4.36 Sketsa penempatan aset dan konten pada <i>layout</i>	94
Gambar 4.37 Perancangan Final <i>Flyer</i>	95
Gambar 4.38 <i>Template</i> dengan <i>Grid</i> tanpa visual.....	95
Gambar 4.39 Sketsa penempatan aset dan konten pada <i>layout</i>	96
Gambar 4.40 Perancangan Final Katalog.....	97
Gambar 4.41 <i>Template</i> dengan <i>Grid</i> tanpa visual.....	97
Gambar 4.42 Sketsa penempatan aset dan konten pada <i>layout</i>	98
Gambar 4.43 Perancangan Awal Poster.....	98
Gambar 4.44 Perancangan Final Poster	99
Gambar 4.45 <i>Template</i> dengan <i>Grid</i> tanpa visual.....	99
Gambar 4.46 Sketsa penempatan aset dan konten pada <i>layout</i>	100
Gambar 4.47 Perancangan Final X-Banner	101
Gambar 4.48 Proses Pengerjaan Media Sekunder	101
Gambar 4.49 Penempatan Aset Logo pada <i>layout</i>	102
Gambar 4.50 Aset Perancangan Baju.....	102
Gambar 4.51 Aset Perancangan Gantungan Kunci.....	103
Gambar 4.52 Sketsa penempatan aset dan konten pada <i>layout</i>	103
Gambar 4.53 Perancangan Final ThankYou card	104
Gambar 4.54 Perancangan Final Stiker.....	104
Gambar 4.55 Perancangan Final Tas Belanja	105
Gambar 4.56 Proses Pengerjaan Media <i>Merch</i>	105
Gambar 4.57 Mockup Instagram Feeds	106
Gambar 4.58 Mockup <i>Flyer</i>	107
Gambar 4.59 Mockup Katalog.....	107
Gambar 4.60 Mockup Poster.....	108
Gambar 4.61 Mockup X-Banner.....	108
Gambar 4.62 Mockup Topi.....	109
Gambar 4.63 Mockup Baju.....	109
Gambar 4.64 Mockup ThankYou Card.....	110
Gambar 4.65 Mockup Gantungan Kunci	110
Gambar 4.66 Mockup Pin	111
Gambar 4.67 Mockup Stiker	111
Gambar 4.68 Mockup Tas Belanja.....	112
Gambar 4.69 Pertanyaan mengenai Konten.....	113
Gambar 4.70 Pertanyaan mengenai <i>Copywriting</i>	114
Gambar 4.71 Pertanyaan mengenai Warna.....	114
Gambar 4.72 Pertanyaan mengenai Font	115
Gambar 4.73 Pertanyaan mengenai Keterbacaan Font	115
Gambar 4.74 Pertanyaan mengenai Layout	116
Gambar 4.75 Pertanyaan mengenai Tampilan Visual.....	116
Gambar 4.76 Pertanyaan mengenai Rekomendasi.....	117
Gambar 4.77 Instagram segmen Perkenalan.....	118
Gambar 4.78 Instagram segmen Jenis Produk	120

Gambar 4.79 Instagram segmen Produk (caraousel)	121
Gambar 4.80 Instagram segmen Produk (caraousel)	122
Gambar 4.81 Instagram segmen Produk (caraousel)	122
Gambar 4.82 Instagram segmen Anggota.....	123
Gambar 4.83 Instagram segmen segmen Anggota (caraousel).....	124
Gambar 4.84 Instagram segmen CIDCO Corner	125
Gambar 4.85 Flyer	126
Gambar 4.86 Katalog	127
Gambar 4.87 Poster.....	128
Gambar 4.88 X-Banner	130
Gambar 4.89 Topi	131
Gambar 4.90 Baju	131
Gambar 4.91 <i>ThankYou card</i>	132
Gambar 4.92 Stiker	133
Gambar 4.93 Pin	133
Gambar 4.94 Gantungan Kunci.....	134
Gambar 4.95 Tas Belanja.....	134



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Hasil Persentase Turnitin.....	143
Lampiran Form Bimbingan.....	144
Lampiran Hasil Kuesioner	145
Lampiran Hasil Kuesioner Beta Testing	154
Lampiran Transkrip Wawancara Dr Anne Nurfarina	160
Lampiran Transkrip Wawancara Nenet Puspita	165
Lampiran Bukti Wawancara	176
Lampiran Bukti Wawancara Bimbingan Spesialis	177
Lampiran Dokumentasi Produk CIDCO.....	178

