

**PERANCANGAN KAMPANYE INTERAKTIF UNTUK
MENINGKATKAN KESADARAN PENGGUNA MEDIA
SOSIAL MENGENAI *BUZZER* POLITIK**



LAPORAN TUGAS AKHIR

Justine Pangestu

00000056190

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

**PERANCANGAN KAMPANYE INTERAKTIF UNTUK
MENINGKATKAN KESADARAN PENGGUNA MEDIA
SOSIAL MENGENAI *BUZZER* POLITIK**



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual

Justine Pangestu

00000056190

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

i

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Justine Pangestu
Nomor Induk Mahasiswa : 00000056190
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa ~~Tesis/Skripsi/ Tugas Akhir/Laporan~~
~~Magang/MBKM~~ saya yang berjudul:

**PERANCANGAN KAMPANYE INTERAKTIF UNTUK
MENINGKATKAN KESADARAN PENGGUNA MEDIA
SOSIAL MENGENAI *BUZZER* POLITIK**

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, 10 Oktober 2024



(Justine Pangestu)

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

**PERANCANGAN KAMPANYE INTERAKTIF UNTUK MENINGKATKAN
KESADARAN PENGGUNA MEDIA SOSIAL
MENGENAI *BUZZER* POLITIK**

Oleh

Nama Lengkap : Justine Pangestu
Nomor Induk Mahasiswa : 00000056190
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Selasa, 7 Januari 2025

Pukul 14.30 s.d. 15.15 WIB dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang


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

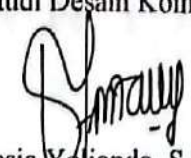
Penguji


Adhreza Brahma, M.Ds.
0304088702/042750

Pembimbing


Pennywati, S.Sn., M.Ds.
1024128201/071277

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 : Justine Pangestu
Nomor Induk Mahasiswa : 00000056190
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : S1
Judul Karya Ilmiah : PERANCANGAN KAMPANYE
INTERAKTIF UNTUK
MENINGKATKAN KESADARAN
PENGGUNA MEDIA SOSIAL
MENGENAI *BUZZER* POLITIK

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, 16 Desember 2024



(Justine Pangestu)

KATA PENGANTAR

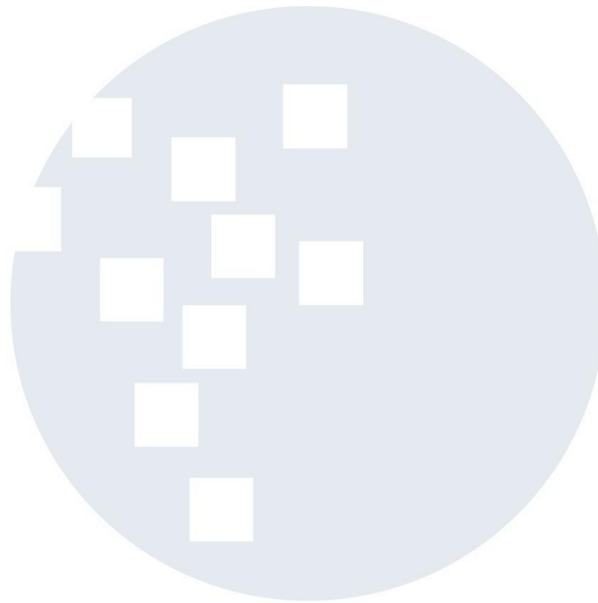
Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena rahmatnya atas penyelesaian Tugas Akhir ini yang dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Jurusan Desain Komunikasi Visual pada Fakultas Seni dan Desain Universitas Multimedia Nusantara. Rasa terima kasih juga saya berikan kepada setiap orang yang membantu saya untuk menjalani sekaligus menyelesaikan Tugas Akhir ini. Tanpa bantuan pihak-pihak tersebut, penyelesaian tugas akhir ini tidak akan menjadi maksimal.

Mengucapkan terima kasih 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. Cennywati, S.Sn., M.Ds., selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Co-Founder Survana.id, Enda Nasution atas ketersediaan untuk diwawancara sebagai sumber informasi sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir.
7. Peneliti terdahulu, Ade Faulina atas ketersediaan untuk diwawancara sebagai sumber informasi sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Product Designer, Valencia Djaja atas ketersediaan untuk diwawancara sebagai sumber informasi sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir.
9. Tesalonika, Angelique, JC dan teman lainnya yang telah membantu memberikan dukungan dalam bentuk emosional, material dan masukan berbentuk kritik dan saran sehingga penulis dapat menjalani tugas akhir ini dengan lancar.

Saya berharap karya ilmiah ini dapat berdampak positif untuk kedepannya dengan menjadi referensi dalam menyusun kampanye yang berhubungan dengan *buzzer* politik sekaligus meningkatkan literasi digital dan pemikiran kritis anak muda.

Tangerang, 12 Desember 2024



A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Justine Pangestu'.

(Justine Pangestu)

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

**PERANCANGAN KAMPANYE INTERAKTIF UNTUK
MENINGKATKAN SEDARAN PENGGUNA MEDIA SOSIAL
MENGENAI BUZZER POLITIK**

(Justine Pangestu)

ABSTRAK

Buzzer muncul pada awal kelahiran twitter yaitu tahun 2009. Pada awalnya fungsi *buzzer* berfungsi sebagai strategi pemasaran digital berbasis mulut ke mulut. Seiring berkembangnya teknologi, *buzzer* digunakan untuk memanipulasi algoritma hingga menyebarkan informasi dengan cepat. Keefektivitasan ini dilirik oleh tokoh politik, sehingga *buzzer* mulai digunakan dalam kampanye politik. Perlu dicermati bahwa sifat anonim dari *buzzer* memungkinkan mereka beropini dengan bebas tanpa tanggung jawab karena identitas yang sulit dilacak. *Buzzer* yang digunakan sebagai sarana komunikasi paslon dalam menyebarkan program serta visi dan misi, memiliki fungsi lainnya yang tidak netral. *Buzzer* mulai digunakan untuk menyerang tokoh politik tertentu dengan tujuan menjatuhkan serta merusak citranya untuk keuntungan individu. *Buzzer* menyerang dengan kalimat mengejek, mengalihkan isu, hingga menyebarkan hoax. Salah satunya adalah pada Pilkada DKI Jakarta tahun 2017. Selama kampanye dilaksanakan, berbagai narasi SARA tersebar dan dipopulerkan di media sosial yang menyebabkan ruang diskusi digital tidak lagi efektif dan *buzzer* berkontribusi dalam menyebarkan narasi tersebut. Dalam mengurangi risiko *buzzer* yang berlebihan pada kampanye selanjutnya, dibutuhkan perancangan untuk mengajak pengguna media sosial untuk berpikir kritis sebelum menerima atau berinteraksi dengan informasi negatif. Metode perancangan akan menggunakan metode oleh Tim Brown yaitu Design Thinking. Hasil perancangan ini berupa kampanye interaktif mengenai cara identifikasi *buzzer* politik di media sosial.

Kata kunci: *Buzzer*, Kampanye, Politik, Media Sosial

DESIGNING AN INTERACTIVE CAMPAIGN TO RAISE AWARENESS TO SOCIAL MEDIA USER ABOUT POLITICAL BUZZER

(Justine Pangestu)

ABSTRACT (English)

Buzzer first emerged along with twitter in 2009. Initially. Buzzer is used to promote a product or service. As technology advanced, their role expanded to manipulate algorithms to spreads information quickly. This effectiveness was noted by political figures leading it to be used as one of the main strategies to do political campaigns. It is should be noted that the anonymous nature of buzzers in political campaign allows them to freely leaves opinions without accountability, as their identities are difficult to trace. Buzzer soon evolved into a tool for attacking political opponents, by damaging their reputations for personal gain. They engage in spreading mockery, diverting issues, and even circulating hoaxes. This can be seen in Pilkada DKI Jakarta 2017 involving A. Ethnicity, religion, race and intergroup relations naratives spreads across social media, making online discussions ineffective, with buzzers helping on spreading these narratives. To mitigate the risk of buzzers in future campaigns, a design strategy is needed to encourage social media users to critically evaluate negative information. The design methods will follow Design Thinking method by Tim Brown's. The result will be designing interactive campaign on how to identify political buzzer in social media.

Keywords: Buzzer, Campaign, Politic, Social Media

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT (English).....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Batasan Masalah	3
1.4 Tujuan Tugas Akhir	3
1.5 Manfaat Tugas Akhir	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Website dalam DKV	5
2.1.1 UI.....	5
2.1.2 UX.....	23
2.1.3 Prinsip Web Desain	24
2.2 Kampanye Interaktif	29
2.2.1 AISAS.....	29
2.2.2 Strategic Communication Framework.....	30
2.3 Interactive Digital Media	31
2.3.1 Tipe-Tipe Interaksi.....	32
2.3.2 Bentuk-Bentuk Media Interaktif	34
2.4 Media Sosial.....	38
2.5 Buzzer Politik	39

2.5.1 Karakteristik <i>Buzzer</i>	39
2.5.2 Pola Kerja <i>Buzzer</i>	41
2.5.3 Kasus <i>Buzzer</i> Dalam Kampanye Politik	41
2.6 Penelitian Relevan	42
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN	45
3.1 Subjek Perancangan	45
3.2 Metode dan Prosedur Perancangan	47
3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan	48
3.3.1 Interview	49
3.3.2 Kuesioner	54
3.3.3 Studi Eksisting.....	56
3.3.4 Studi Referensi	57
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN	58
4.1 Hasil Perancangan	58
4.1.1 Empathize	58
4.1.2 Define.....	78
4.1.3 Ideate	83
4.1.4 Prototype	92
4.1.5 Testing	116
4.1.6 Kesimpulan Perancangan.....	127
4.2 Analisis Perancangan.....	128
4.2.1 <i>Beta-Test</i>	128
4.2.2 <i>Pasca Beta Test</i>	133
4.2.3 Analisis Karya	136
4.3 <i>Budgeting</i>	148
BAB V PENUTUP	151
5.1 Kesimpulan	151
5.2 Saran	152
DAFTAR PUSTAKA	154
LAMPIRAN	158

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Relevan	42
Tabel 4.1 Data Responden.....	67
Tabel 4.2 Analisa SWOT Studi Eksisting.....	71
Tabel 4.3 Analisa SWOT Kampanye Anti hoax di Bekasi.....	73
Tabel 4.4 Analisa SWOT Berdemokrasi Dengan Hati, Bukan Dengan Benci	74
Tabel 4.5 Analisa SWOT Bijak Memilih.....	76
Tabel 4.6 Tabel Analisa Fitnah Lagi.....	78
Tabel 4.7 <i>Strategic Communication Brief</i>	81
Tabel 4.8 Tabel <i>Alpha-Test Visual</i>	117
Tabel 4.9 Tabel <i>Alpha-Test Readability</i>	118
Tabel 4.10 Tabel <i>Alpha-test Usability</i>	119
Tabel 4.11 Tabel Alpha-Test Konten Pelajari <i>Buzzer</i>	119
Tabel 4.12 Tabel <i>Alpha Test</i> Konten Gamifikasi.....	120
Tabel 4.13 Tabel Komentar Aspek <i>Visual</i>	121
Tabel 4.14 Komentar dalam Navigasi <i>Website</i>	122
Tabel 4.15 Komentar dalam Konten <i>Website</i>	122
Tabel 4.16 Tabel <i>Beta-Test Visual</i>	128
Tabel 4.17 Tabel <i>Beta-Test Readability</i>	129
Tabel 4.18 Tabel <i>Beta-Test Usability</i>	130
Tabel 4.19 Tabel <i>Beta-test</i> Menemukan Konten.....	130
Tabel 4.20 Tabel <i>Beta-Test</i> Masukan.....	131
Tabel 4.21 Tabel <i>Budgeting</i> Jasa	148
Tabel 4.22 Tabel <i>Budgeting Maintenance Website</i>	149
Tabel 4.23 Tabel <i>Budgeting</i> Print dan Digital Poster	149



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Layout</i>	6
Gambar 2.2 <i>Website Grid Anatomy</i>	7
Gambar 2.3 <i>Anatomi Sans Serif</i>	8
Gambar 2.4 <i>Anatomi Serif</i>	9
Gambar 2.5 <i>Contoh Script</i>	9
Gambar 2.6 <i>CMYK dan RGB</i>	10
Gambar 2.7 <i>Warna-warna</i>	10
Gambar 2.8 <i>Monochromatic Color Palette</i>	12
Gambar 2.9 <i>Complementary Color Palette</i>	12
Gambar 2.10 <i>Analogous Color Palette</i>	13
Gambar 2.11 <i>Split-Complementary Color Palette</i>	13
Gambar 2.12 <i>Triadic Color Palette</i>	14
Gambar 2.13 <i>Rectangular Color Palette</i>	14
Gambar 2.14 <i>Penggunaan Gradient Pada Desain</i>	15
Gambar 2.15 <i>Drop Shadow</i>	16
Gambar 2.16 <i>CTA Button</i>	16
Gambar 2.17 <i>Secondary dan Primary Button</i>	17
Gambar 2.18 <i>Komparasi Jenis Button</i>	18
Gambar 2.19 <i>Form</i>	18
Gambar 2.20 <i>Icon</i>	19
Gambar 2.21 <i>Ilustrasi Vector</i>	20
Gambar 2.22 <i>Anatomi Card</i>	21
Gambar 2.23 <i>White Space</i>	21
Gambar 2.24 <i>Navigation Bar pada Aplikasi</i>	22
Gambar 2.25 <i>Hidden Navigation</i>	23
Gambar 2.26 <i>Hashtag pada Instagram</i>	23
Gambar 2.27 <i>Semiotika pada Icon</i>	25
Gambar 2.28 <i>Skeumorphism, Flat Design, dan Neumorphism</i>	25
Gambar 2.29 <i>Simplicity dalam remote TV</i>	26
Gambar 2.30 <i>Law of Repetition</i>	26
Gambar 2.31 <i>Contoh Proximity</i>	27
Gambar 2.32 <i>Contoh Similiarity</i>	27
Gambar 2.33 <i>Dominance</i>	28
Gambar 2.34 <i>Continuity</i>	28
Gambar 2.35 <i>AISAS Model</i>	29
Gambar 2.36 <i>Navigation bar pada Website</i>	32
Gambar 2.37 <i>Contoh Control Over Object</i>	33
Gambar 2.38 <i>Contoh Communication</i>	33
Gambar 2.39 <i>Contoh Exchange of Information</i>	34
Gambar 2.40 <i>Contoh Acquisition</i>	34
Gambar 2.41 <i>Contoh Tampilan Website</i>	35

Gambar 2.42 Contoh <i>Stand Alone Kiosk</i> pada Indomaret.....	36
Gambar 2.43 Amazon Alexa.....	36
Gambar 2.44 Muséum National D’histoire Naturelle <i>AR Experience</i>	37
Gambar 2.45 Pokemon Go.....	37
Gambar 2.46 UI/UX Aplikasi Grab	38
Gambar 4.1 Foto dengan Enda Nasution.....	59
Gambar 4.2 Foto dengan Ade Faulina	61
Gambar 4.3 Dokumentasi Wawancara Valencia Juliyanti Djaja.....	65
Gambar 4.4 Dokumentasi Diskusi Publik.....	70
Gambar 4.5 Dokumentasi Kampanye Anti-Hoax Bekasi	72
Gambar 4.6 Foto Situasi Kampanye	74
Gambar 4.7 Tampilan Awal <i>Website</i> Bijak Memilih.....	75
Gambar 4.8 Tampilan Awal <i>Website</i> Fitnah Lagi.....	77
Gambar 4.9 <i>User Persona</i>	79
Gambar 4.10 <i>A day in User’s Life</i>	80
Gambar 4.11 <i>User Journey Campaign</i>	81
Gambar 4.12 <i>Mindmap</i>	84
Gambar 4.13 <i>Big Idea</i>	85
Gambar 4.14 <i>Moodboard</i>	86
Gambar 4.15 <i>Look and Feel</i> Ilustrasi.....	87
Gambar 4.16 Logo Alternatif.....	87
Gambar 4.17 <i>Typeface</i> Manrope	89
Gambar 4.18 Warna-Warna Kampanye.....	90
Gambar 4.19 Ilustrasi	90
Gambar 4.20 Key Visual Kampanye	91
Gambar 4.21 Tabel AISAS	92
Gambar 4.22 <i>Site Map</i>	93
Gambar 4.23 <i>User Flow</i> 1.....	94
Gambar 4.24 <i>User Flow</i> 2.....	95
Gambar 4.25 Columns pada Pengaturan Figma.....	96
Gambar 4.26 <i>Grid</i>	96
Gambar 4.27 <i>Low Fidelity</i> centre Alignment.....	97
Gambar 4.28 Perancangan Ilustrasi.....	98
Gambar 4.29 <i>Color Balance</i> pada Figma.....	99
Gambar 4.30 <i>Micro-Interaction Wireframe</i>	100
Gambar 4.31 Hierarki <i>Typography</i>	101
Gambar 4.32 Palet Warna	101
Gambar 4.33 Macam-Macam warna pada <i>Button</i>	102
Gambar 4.34 <i>Low Fidelity</i>	103
Gambar 4.35 <i>High-Fidelity</i>	104
Gambar 4.36 <i>Wireframe</i>	105
Gambar 4.37 Referensi <i>Layout</i>	106

Gambar 4.38 Draft Media Sosial	106
Gambar 4.39 Hasil akhir desain	107
Gambar 4.40 Referensi desain Personality Test	109
Gambar 4.41 <i>Personality Test</i> Teliseek	110
Gambar 4.42 Sketsa Poster	110
Gambar 4.43 Hasil Akhir Poster	111
Gambar 4.44 Referensi <i>Sticker Online</i>	112
Gambar 4.45 Sketsa <i>Sticker Online</i>	113
Gambar 4.46 <i>Sticker Online</i>	113
Gambar 4.47 Referensi <i>Business Card</i>	114
Gambar 4.48 <i>Business Card</i>	114
Gambar 4.49 Gantungan Kunci	115
Gambar 4.50 Desain Stiker Fisik	116
Gambar 4.51 Sebelum dan Sesudah <i>Header</i>	124
Gambar 4.52 Penambahan Konten "Pelajari"	124
Gambar 4.53 Perbaikan pada tombol di "Quiz"	125
Gambar 4.54 Sebelum dan Sesudah Scroll	125
Gambar 4.55 Sebelum dan Sesudah Ilustrasi	126
Gambar 4.56 Sebelum dan Sesudah <i>Scratch UI</i>	126
Gambar 4.57 Sebelum dan Sesudah <i>Landing Page</i>	133
Gambar 4.58 Perubahan pada <i>Button</i> Lapor	134
Gambar 4.59 Perubahan Kontras Teks	134
Gambar 4.60 Perubahan <i>Whitespace</i>	135
Gambar 4.61 Perubahan pada <i>UI Scratch</i>	135
Gambar 4.62 Perubahan pada konten "Clue"	136
Gambar 4.63 Mock-up <i>Website</i>	137
Gambar 4.64 <i>Key Visual</i>	138
Gambar 4.65 Hasil Final <i>Media Sosial Post</i>	140
Gambar 4.66 Desain Media Sosial dengan Warna Teal	141
Gambar 4.67 Desain Media Sosial dengan Warna Biru	141
Gambar 4.68 Desain Media Sosial dengan Warna Hijau	142
Gambar 4.69 Desain <i>Instagram Story</i>	142
Gambar 4.70 Hasil <i>Personality Test</i>	143
Gambar 4.71 Desain Poster dan <i>Mock Up</i>	144
Gambar 4.72 Desain Akhir Sticker	146
Gambar 4.73 Hasil Desain <i>Business Card</i>	147
Gambar 4.74 Desain Gantungan Kunci	147
Gambar 4.75 Hasil Desain <i>Sticker Online</i>	148

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Presentase Turnitin.....	158
Lampiran 2 Form Bimbingan dan Spesialis Wajib.....	163
Lampiran 3 <i>Non-Disclosure Agreement</i> Wawancara Enda Nasution.....	165
Lampiran 4 <i>Non-Disclosure Agreement</i> Valencia Juliyanti Djaja.....	166
Lampiran 5 <i>Non-Disclosure Agreement</i> Ade Faulina.....	167
Lampiran 6 Hasil Kuesioner	168
Lampiran 7 Lampiran Transkrip Wawancara Enda Nasution.....	179
Lampiran 8 Transkrip Wawancara dengan Ade Faulina.....	207
Lampiran 9 Transkrip Wawancara dengan Valencia Juliyanti Djaja.....	222
Lampiran 10 Dokumentasi Enda Nasution	225
Lampiran 11 Dokumentasi dengan Ade Faulina.....	226
Lampiran 12 Google Form <i>Alpha Test</i>	226
Lampiran 13 Dokumentasi <i>Beta Test</i>	235
Lampiran 14 Dokumentasi Hasil Quesioner <i>Beta Test</i>	235
Lampiran 15 Hasil Desain.....	247

