

**PERANCANGAN STRATEGI *BRANDING* PADA APLIKASI
BOOK WRM**

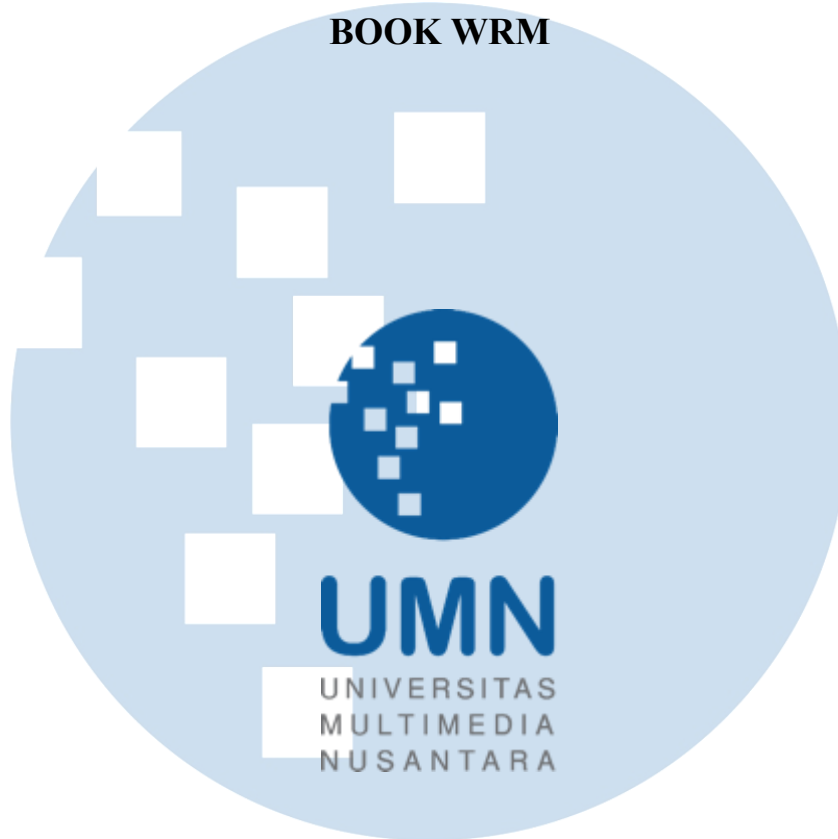


LAPORAN MBKM KEWIRAUSAHAAN

**Angelica Michelle Sunarno
00000068631**

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

**PERANCANGAN STRATEGI *BRANDING* PADA APLIKASI
BOOK WRM**



LAPORAN MBKM KEWIRAUSAHAAN

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual**

**Angelica Michelle Sunarno
00000068631**

**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 : Angelica Michelle Sunarno

Nomor Induk Mahasiswa : 00000068631

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

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

PERANCANGAN STRATEGI BRANDING PADA APLIKASI BOOK WRM

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 Juni 2025



Angelica Michelle Sunarno

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Cluster MBKM dengan judul

PERANCANGAN STRATEGI *BRANDING* PADA APLIKASI BOOK WRM

Oleh
Nama Lengkap : Angelica Michelle Sunarno
Nomor Induk Mahasiswa : 00000068631
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Kamis, 12 Juni 2025
Pukul 10.30 s.d. 11.00 WIB dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

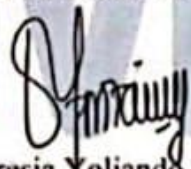
Pembimbing


Lia Herjita, S.Sn., M.M.
0315048108/081472

Penguji


Christina Flora, S.Ds., M.M.
0305049703/074901

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual


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

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Angelica Michelle Sunarno
Nomor Induk Mahasiswa : 00000068631
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : D3/ S1/ S2
Judul Karya Ilmiah : Perancangan Bisnis untuk Aplikasi Book
Wrm

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia* (pilih salah satu):

- ☒ 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 Juni 2025



(Angelica Michelle Sunarno)

* Pilih salah satu

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

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur dihaturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan MBKM dengan judul **‘Perancangan Strategi *Branding* pada Aplikasi Book Wrm’**. Tujuan pembuatan proposal ini adalah sebagai syarat kelulusan program MBKM dan untuk meningkatkan minat baca dan mempermudah pembaca Generasi Z. Ucapan terima kasih juga dihaturkan kepada seluruh pihak yang turut serta berkontribusi dan membantu proses pelaksanaan perancangan aplikasi Book Wrm. Apresiasi juga diberikan kepada anggota tim Book Wrm yang turut bekerja sama dalam pelaksanaan MBKM ini.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., 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. Lia Herna, S.Sn., M. M., selaku Pembimbing internal yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Hoky Nanda, S.M., selaku Pembimbing external pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
6. Renaldo Sutjiadi, selaku Mentor dan Pembimbing external kedua yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
7. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Organisasi Book Club UMN yang telah mendukung dan membantu pelaksanaan penelitian dan riset pasar yang dilakukan untuk tugas ini.

Diharapkan dengan adanya laporan MBKM ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi bagi para pembaca, terutama bagi kalangan mahasiswa-mahasiswi Program Studi Desain Komunikasi Visual. Penulis menyadari bahwa laporan ini tidak luput dari kesalahan, maka dari itu diharapkan pembaca memberikan kritik dan saran yang membangun. Semoga laporan ini dapat berkontribusi dalam menumbuhkan minat wirausaha dan ide bisnis bagi generasi mendatang.

Tangerang, 7 Juni 2025



Angelica Michelle Sunarno

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERANCANGAN STRATEGI *BRANDING* PADA APLIKASI

BOOK WRM

(Angelica Michelle Sunarno)

ABSTRAK

Minat baca di Indonesia mengalami peningkatan beberapa tahun belakangan ini, terutama bagi kalangan Generasi Z. Walau mengalami peningkatan, yang menjadi permasalahan adalah sulitnya akses terhadap buku-buku berkualitas yang sesuai dengan minat baca kalangan muda. Faktor lainnya adalah dengan kurang terjangkau harga buku serta kurang adanya sebuah platform yang dapat mengumpulkan dan menyatukan para pembaca serta menyediakan segala kebutuhan mereka. Maka dari itu dirancanglah sebuah aplikasi yang dapat menjadi tempat bagi para pembaca mendapatkan akses terhadap buku-buku dengan harga yang terjangkau dan dapat menjadi jejaring sosial untuk bertemu dengan sesama pembaca. Aplikasi Book Wrm menyediakan layanan seperti membeli dan menjual buku *preloved*, menyewa buku, rekomendasi personalisasi, fitur *story* yang dapat membuat membaca lebih menyenangkan, serta membentuk sebuah komunitas buku. Dalam perancangan bisnis berbasis aplikasi ini, metode yang digunakan adalah Design Thinking yang dipopulerkan oleh David M. Kelley (1991) melalui IDEO. Pengumpulan data kualitatif dilakukan dengan Teknik kuesioner, FGD, wawancara, dan observasi. Dengan menyediakan layanan dan fitur yang memudahkan pembaca untuk mendapatkan dan membaca buku, diharapkan aplikasi Book Wrm dapat meningkatkan minat baca dan menjadi aplikasi andalan bagi para pembaca.

Kata kunci: Buku, Generasi Z, Minat Baca



BRANDING STRATEGY ON BOOK WRM APPLICATION

(Angelica Michelle Sunarno)

ABSTRACT (English)

Reading interest increased in Indonesia in recent years, particularly within the Generation Z. Despite the increase, the challenge are the inaccessible of quality books that are suitable in the reader's interest. A distinct factors that affect the inaccessibilities are the high price of books and the insufficient amount of platforms that catered to the reader's needs and giving them a sense of community within readers. Therefore, an application is designed giving readers an access to quality books with affordable price, moreover to create an online community whereas they could meet other readers. Book Wrm application provide a service in which readers could buy, sell, and rent preloved books, recommended personally, a story feature that perhaps motivates and excite the readers, also creating a book community. In designing the business itself, the method that are used is Design Thinking that has been popularized by David M. Kelley (1991) through IDEO. The data collecting used a qualitative approach by questionnaire, FGD, interviews, and observation. By providing services and features that could give readers access to quality books, it is hoped for that Book Wrm could even more increasing the interest in book within Generation Z and become the sole application reliance for readers.

Keywords: Books, Generation Z, Reading interest



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT (English).....</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang MBKM Cluster Kewirausahaan	1
1.2 Rumusan Masalah MBKM Cluster Kewirausahaan.....	3
1.3 Batasan Masalah MBKM Cluster Kewirausahaan	3
1.4 Maksud dan Tujuan MBKM Cluster Kewirausahaan.....	4
1.5 Manfaat Melaksanakan MBKM Cluster Kewirausahaan	4
1.6 Deskripsi Waktu dan Prosedur MBKM Cluster Kewirausahaan.....	5
BAB II PEMBENTUKAN IDE BISNIS.....	7
2.1 Validasi Ide Bisnis	7
2.1.1 Alur pengembangan Ide Bisnis	7
2.1.2 Finalisasi Ide Bisnis	9
2.2 Business Model Canvas	14
2.3 Deskripsi Perusahaan	17
2.4 Struktur Perusahaan	19
2.5 Alur Kerja Perusahaan	20
2.6 Analisis Kelayakan Usaha	21
BAB III MARKET AND PRODUCT VALIDATION	27
3.1 Market Research Validation	27
3.1.1 <i>Segmentation, Targeting, Positioning</i>.....	27

3.1.2	<i>Market Persona</i>	29
3.2	Metode Pegumpulan Data Ide Bisnis	31
3.2.1	Metode Pengumpulan Data <i>Focus Group Discussion</i>	31
3.2.2	Metode Pengumpulan Data Kuesioner	33
3.2.3	Metode Pengumpulan Data Wawancara.....	40
3.2.4	Metode Pengumpulan Data Observasi.....	41
3.2	Analisa Produk Merek dan Kompetitor	47
3.3	Studi Eksisting dan Studi Referensi	50
3.3.1	Studi Eksisting	51
3.4.2	Studi Referensi.....	52
3.5	Penetapan Harga Produk/Jasa	61
3.6	Metode Perancangan Produk/Jasa.....	71
BAB IV	PERANCANGAN PROTOTYPE PRODUK/JASA	75
4.1	Timeline dan Tahapan Perancangan Prototype Produk/Jasa ...	75
4.2	Uraian Perancangan Prototype Produk/Jasa.....	77
4.3	Peran Penulis Dalam Perancangan Promosi Produk /Jasa	103
4.3.1	Proyek 1: Perancangan Strategi <i>Branding</i>	103
4.3.2	Proyek 2: Strategi Marketing.....	128
4.3.2	Proyek 3: <i>User Experience</i>	146
4.4	Penentuan Vendor Prototype Produk /Jasa	173
4.5	Hasil Ujicoba Prototype Produk/Jasa	178
4.6	Kendala yang Ditemukan	181
4.7	Solusi atas Kendala yang Ditemukan.....	181
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	182
5.1	Simpulan	183
5.2	Saran.....	183
DAFTAR PUSTAKA		xiii
LAMPIRAN		xvi

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Waktu Pelaksanaan MBKM.....	5
Tabel 3. 1 Tabel Segementasi, Targetting, dan Posioting.....	27
Tabel 3. 2 Tabel Perbandingan Kompetitor	49
Tabel 3. 3 Tabel Analisa SWOT Kompetitor.....	51
Tabel 3. 4 Penentuan Harga Sewa Buku	63
Tabel 3. 5 Perhitungan Harga Jual Buku Rp45.000	65
Tabel 3. 6 Perhitungan Harga Jual Buku Rp50.000	65
Tabel 3. 7 Perhitungan Harga Jual <i>Bookmark</i>	67
Tabel 3. 8 Perhitunan Harga Jual Kaos	68
Tabel 3. 9 Perhitungan Harga <i>Scented Candle</i>	69
Tabel 3. 10 Perhitungan Harga <i>Totebag</i>	70
Tabel 3. 11 Perhitungan Harga <i>Sticker Set</i>	71
Tabel 4. 1 Sumber Pendapatan Book Wrm.....	24
Tabel 4. 2 Proyeksi Keuangan 5 Tahun Book Wrm	24
Tabel 4. 3 Tabel Timeline Produksi Prototype Produk/Jasa	75
Tabel 4. 4 Tahapan Perancangan Prototype Produk/Jasa.....	76
Tabel 4. 5 <i>Marketing Stage Pre Launch</i>	134
Tabel 4. 6 <i>Marketing Stage Launching</i>	136
Tabel 4. 7 <i>Marketing Stage Post-Launch</i>	138
Tabel 4. 8 Target KPI April	140
Tabel 4. 9 Target KPI Mei	141
Tabel 4. 10 Target KPI Juni	142
Tabel 4. 11 Perincian Pengumpulan Poin	169
Tabel 4. 12 Perincian <i>Ranks</i> dan Poin.....	170

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 GAMBAR

Gambar 2. 1 Data Jumlah Pengunjung DKP Kota Bogor 2023	7
Gambar 2. 2 <i>Business Model Canvas</i>	14
Gambar 2. 3 Logo Book Wrm.....	17
Gambar 2. 4 Struktur Perusahaan Book Wrm.....	19
Gambar 2. 5 Alur Koordinasi Tim MBKM Cluster Kewirausahaan	21
Gambar 3. 1 Target Market Persona	30
Gambar 3. 2 Jenis bacaan yang paling disukai	34
Gambar 3. 3 Genre yang paling disukai.....	34
Gambar 3. 4 Paling suka membaca bahasa apa.....	35
Gambar 3. 5 Motivasi dalam membaca.....	35
Gambar 3. 6 Yang menghambat dalam membaca	36
Gambar 3. 7 Biaya yang dikeluarkan untuk 1 buku.....	37
Gambar 3. 8 Waktu untuk membaca buku 300 halaman	38
Gambar 3. 9 Lebih memilih menyewa atau membeli buku	39
Gambar 3. 10 Opsi pengembalian buku.....	39
Gambar 3. 11 Media informasi yang paling sering diakses	40
Gambar 3. 12 Koleksi buku di Perpustakaan Jusuf Kalla.....	42
Gambar 3. 13 Koleksi buku di DKP Depok.....	43
Gambar 3. 14 Perpustakaan DKP Gandaria.....	44
Gambar 3. 15 Perpustakaan Jakarta Cikini	45
Gambar 3. 16 Kondisi buku Tere Liye di Perpustakaan RI	47
Gambar 3. 17 Tabel Analisis Kompetitor	48
Gambar 3. 18 Tampilan Google Books.....	53
Gambar 3. 19 Tampilan aplikasi Goodreads.....	54
Gambar 3. 20 Goodreads challenge	55
Gambar 3. 21 Tampilan aplikasi Spotify	56
Gambar 3. 22 Tampilan Aplikasi Duolingo.....	57
Gambar 3. 23 Pottermore	59
Gambar 3. 24 Pottermore	58

Gambar 3. 25 Nobar Offline Laut Bercerita	60
Gambar 3. 26 Nobar Offline Laut Bercerita	60
Gambar 3. 27 Golden Ticket Willy Wonka	61
Gambar 3. 28 <i>Packaging Sewa</i>	63
Gambar 3. 29 <i>Bookmark Set</i>	66
Gambar 3. 30 Kaos Bookworm.....	67
Gambar 3. 31 <i>Scented Candle Book Wrm</i>	68
Gambar 3. 32 <i>Totebag Book Wrm</i>	69
Gambar 3. 33 <i>Sticker Set</i>	70
Gambar 3. 34 Metode Perancangan Design Thinking	72
Gambar 4. 1 <i>Mind Map Book Wrm</i>	78
Gambar 4. 2 <i>Moodboard Book Wrm</i>	79
Gambar 4. 3 <i>Colour Palette Book Wrm</i>	79
Gambar 4. 4 <i>User Flow Journey</i>	81
Gambar 4. 5 <i>Information Architecture</i>	82
Gambar 4. 6 Skenario 1 Penyewaan Buku.....	83
Gambar 4.7 Skenario 2 <i>Post Review</i>	84
Gambar 4.8 <i>Task Story</i>	85
Gambar 4.9 <i>Home Page</i>	86
Gambar 4.10 <i>Fitur Story</i>	87
Gambar 4.11 <i>Fitur Komunitas</i>	88
Gambar 4.12 <i>Search Page</i>	89
Gambar 4.13 <i>Profile Page</i>	90
Gambar 4.14 Cara Sewa.....	91
Gambar 4.15 Lacak Pengiriman.....	92
Gambar 4.16 Riwayat.....	93
Gambar 4.17 Catatan.....	94
Gambar 4.18 Donasi Buku.....	95
Gambar 4.19 Sedang Dibaca.....	96
Gambar 4.20 <i>Bookshelf</i>	97
Gambar 4.21 Sketsa Logo Book Wrm	98

Gambar 4.22 Logo Book Wrm.....	99
Gambar 4.23 Sketsa Aplikasi.....	100
Gambar 4.24 <i>Low Fidelity</i>	100
Gambar 4.25 Revisi Warna Brand	101
Gambar 4.26 Revisi <i>Home Page</i>	102
Gambar 4.27 Prototype Figma Aplikasi Book Wrm.....	103
Gambar 4.28 <i>Brand Value</i> Book Wrm.....	105
Gambar 4. 29 UX Writing pada <i>Home Page</i>	106
Gambar 4. 30 Fitur <i>Community</i>	107
Gambar 4. 31 <i>Brand Positioning</i> Book Wrm.....	108
Gambar 4. 32 IG Post Book Wrm.....	109
Gambar 4. 33 Maps (kiri) & IG Post Karakter (kanan)	110
Gambar 4. 34 <i>Brand Personality</i> Book Wrm	111
Gambar 4. 35 <i>UX Writing</i> Lacak Pengiriman	111
Gambar 4. 36 Visual Novel.....	112
Gambar 4.37 UX Writing <i>Search Bar</i>	113
Gambar 4.38 Fitur <i>Story</i>	113
Gambar 4. 39 <i>Brand Stationeries</i> Book Wrm.....	115
Gambar 4. 40 <i>Letterhead</i>	116
Gambar 4.41 Amplop Surat	117
Gambar 4. 42 Kartu Nama Bisnis	117
Gambar 4. 43 <i>Mockup</i> Kartu Nama Bisnis	118
Gambar 4.44 <i>Notebook</i>	119
Gambar 4.45 Stiker Pengembalian.....	120
Gambar 4. 46 MingKuy <i>Loyalty Card</i>	121
Gambar 4. 47 <i>Bookmark</i> Kartu Nama.....	122
Gambar 4. 48 Alternatif Desain Kartu Nama.....	123
Gambar 4. 49 Poster <i>Bookshelf</i>	124
Gambar 4.50 Desain Stiker <i>Candle</i>	125
Gambar 4.51 <i>Scented Candle</i>	126
Gambar 4. 52 <i>Merchandise</i> Book Wrm	127

Gambar 4. 53 <i>Soft Selling Marketing</i>	129
Gambar 4. 54 Promosi <i>Book Talk</i> Hendrick	132
Gambar 4. 55 Promosi Wahyu <i>Treasure Hunt</i>	133
Gambar 4. 56 Promosi <i>Launching Buku</i>	133
Gambar 4. 57 <i>Marketing Soft Selling Pre-launch</i>	135
Gambar 4. 58 <i>Marketing Hard Selling</i>	136
Gambar 4. 59 <i>Marketing Launching</i>	137
Gambar 4. 60 <i>Marketing Post Launching</i>	139
Gambar 4. 61 <i>Fitur Search</i>	147
Gambar 4. 62 <i>Home Page</i>	149
Gambar 4. 63 <i>Halaman Notifikasi</i>	151
Gambar 4. 64 <i>Halaman Keranjang</i>	152
Gambar 4. 65 <i>Halaman Search</i>	153
Gambar 4. 66 <i>Book View</i>	154
Gambar 4. 67 <i>Cara Sewa</i>	155
Gambar 4. 68 <i>Halaman Komunitas</i>	156
Gambar 4. 69 <i>Post</i>	158
Gambar 4. 70 <i>Review Buku</i>	159
Gambar 4. 71 <i>Profile Page</i>	160
Gambar 4. 72 <i>Lacak Pesanan</i>	161
Gambar 4. 73 <i>Riwayat</i>	162
Gambar 4. 74 <i>Catatan</i>	163
Gambar 4. 75 <i>Donasi Buku</i>	164
Gambar 4. 76 <i>Sedang Dibaca</i>	165
Gambar 4. 77 <i>Bookshelf</i>	166
Gambar 4. 78 <i>Bukuku</i>	168
Gambar 4. 79 <i>Rank Sage</i>	169
Gambar 4. 80 <i>Freebies Boookmark</i>	173
Gambar 4. 81 <i>Sticker Set</i>	174
Gambar 4. 82 <i>Kaos Book Wrm</i>	174
Gambar 4. 83 <i>Packaging Sewa Book Wrm</i>	175

Gambar 4. 84 <i>Scented Candle</i>	176
Gambar 4. 85 <i>Packaging Sewa Book Wrm</i>	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4. 86 <i>Bookmark Set</i>	177
Gambar 4. 87 <i>Exabytes</i>	178
Gambar 4. 88 <i>User Test Demo Day</i>	179



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 MBKM 01: Cover Letter Cluster MBKM.....	xvi
Lampiran 1. 2 MBKM 02: Kartu Identitas Peserta MBKM	xvii
Lampiran 1. 3 Daily Task.....	xviii
Lampiran 1. 4 Lembar Verifikasi.....	xxxii
Lampiran 1. 5 Letter of Acceptance MBKM	xxxiii
Lampiran 1. 6 Letter of Completion	xxxiv
Lampiran 2. 1 Transkrip FGD.....	i
Lampiran 2. 2 Dokumentasi FGD.....	xvi
Lampiran 2. 3 Transkrip Wawancara.....	xvii
Lampiran 2. 4 Dokumentasi Wawancara	xxii
Lampiran 3. 1 Hasil <i>User Test</i>	xxiii
Lampiran 3. 2 Lampiran Karya.....	xxxii
Lampiran 3. 3 Counseling Meeting.....	xxxix
Lampiran 3. 4 Hasil Turnitin.....	xl

