

**PERANCANGAN KAMPANYE
TENTANG PENTINGNYA MELAKUKAN
OLAHRAGA RINGAN SELAMA LIMA MENIT**



LAPORAN TUGAS AKHIR

**Tamara Puspita Dewi
00000056845**

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

**PERANCANGAN KAMPANYE
TENTANG PENTINGNYA MELAKUKAN
OLAHRAGA RINGAN SELAMA LIMA MENIT**



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain S. Ds.

Tamara Puspita Dewi

00000056845

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

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Tamara Puspita Dewi
Nomor Induk Mahasiswa : 00000056845
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

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

TENTANG PENTINGNYA MELAKUKAN OLAHRAGA RINGAN SELAMA LIMA MENIT

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, 15 Desember 2025



(Tamara Puspita Dewi)

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

PERANCANGAN KAMPANYE TENTANG PENTINGNYA MELAKUKAN OLAHRAGA RINGAN SELAMA LIMA MENIT

Oleh

Nama Lengkap : Tamara Puspita Dewi
Nomor Induk Mahasiswa : 00000056845
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

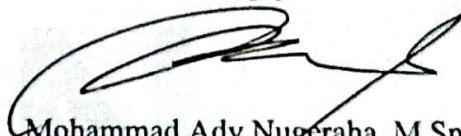
Telah diujikan pada hari Rabu, 6 Januari 2025
Pukul 10.30 s.d. 11.15 WIB dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

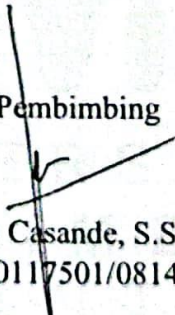
Ketua Sidang


Chara Susanti, M.Ds.
0313048703/L00266

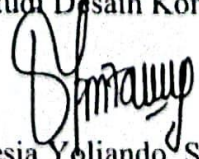
Penguji


Mohammad Ady Nugeraha, M.Sn.
0313039003/083672

Pembimbing


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

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 : Tamara Puspita Dewi
Nomor Induk Mahasiswa : 00000056845
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : D3/ S1/ S2
Judul Karya Ilmiah : PERANCANGAN KAMPANYE TENTANG
PENTINGNYA MELAKUKAN OLAHRAGA
RINGAN SELAMA LIMA MENIT

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, 15 Desember 2024



(Tamara Puspita Dewi)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir berjudul “Perancangan Kampanye Tentang Pentingnya Melakukan Olahraga Ringan Selama Lima Menit” sebagai salah satu syarat kelulusan menempuh jenjang perguruan tinggi S1 Desain Komunikasi Visual.

Dalam pengerjaan Tugas Akhir Ini, penulis menyadari bahwa tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik berkat bantuan dari berbagai pihak dalam proses pengerjaannya. Oleh sebab itu, penulis ingin 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. Dr. Suwito Casande, S.Sn., M.Ds., selaku pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Mohammad Ady Nugeraha, M.Sn. selaku penguji yang telah memberikan bimbingan dan arahan sehingga terselesainya tugas akhir ini.
6. Chara Susanti, M.Ds. selaku ketua sidang yang telah memberikan bimbingan dan arahan sehingga terselesainya tugas akhir ini.
7. Helen selaku Ibu Saya yang selalu memberikan motivasi, hiburan, wawasan, dukungan moral, dan material, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
8. Seluruh keluarga yang telah memberikan bantuan, dukungan moral, dan material sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
9. Seluruh pihak dan teman-teman yang telah memberikan bantuan dan dukungan selama proses pengerjaan laporan.
10. Seluruh responden yang telah berpartisipasi dalam membantu pengisian kuesioner baik secara langsung (*offline*) maupun *online*.

Penulis menyadari penyelesaian tugas akhir ini tidak luput dari kekurangan sekalipun. Oleh sebab itu, kritik dan saran yang diberikan akan penulis terima sebagai harapan dapat mendorong penulis untuk menjadi lebih baik lagi kedepannya. Penulis juga berharap, tugas akhir ini dapat memberikan manfaat, bantuan, serta media pembelajaran bagi para pembaca yang memiliki topik serupa.

Tangerang, 15 Desember 2024



(Tamara Puspita Dewi)



PERANCANGAN KAMPANYE TENTANG PENTINGNYA MELAKUKAN OLAHRAGA RINGAN SELAMA LIMA MENIT

Tamara Puspita Dewi

ABSTRAK

Perkembangan teknologi diikuti oleh rasa malas dan kesibukan dalam kehidupan sehari-hari membuat tingkat kebugaran jasmani pada generasi muda di Indonesia berada dalam kategori rendah. Penelitian ini bertujuan untuk mempersuasi anak muda sehingga minat untuk melakukan olahraga meningkat. Metode penelitian yang digunakan merupakan campuran kualitatif dan kuantitatif, melalui wawancara secara mendalam bersama beberapa tenaga ahli dan target sasaran perancangan, selain itu penulis juga melaksanakan *focus group discussion*, serta penyebaran kuesioner untuk mendapatkan perspektif yang berbeda. Metode perancangan desain digunakan dari Robin Landa bertujuan untuk merancang kampanye secara terstruktur. Hasil *Market Validation* menyatakan bahwa tujuan kampanye dapat dipahami dengan baik oleh target sasaran, konten kampanye dapat diikuti dengan mudah. Setiap media juga dapat tersalurkan dengan baik dan mencapai target sasaran dengan tepat. Diharapkan perancangan kampanye yang dilakukan mempersuasi minat anak muda untuk mulai melakukan kegiatan berolahraga disela-sela kesibukan sehari-hari.

Kata kunci: Kampanye, Motivasi, Olahraga Lima Menit.



CAMPAIGN DESIGN ABOUT THE IMPORTANCE OF FIVE MINUTES EXERCISE

Tamara Puspita Dewi

ABSTRACT (English)

The development of technology followed by laziness and busyness in daily life makes the level of physical fitness of the young generation in Indonesia in the low category. This study aims to persuade young people so that their interest in doing sports increases. The research method used is a mixture of qualitative and quantitative, through in-depth interviews with several experts and target design targets, in addition the author also conducted focus group discussions, and distributed questionnaires to get different perspectives. The design method used from Robin Landa aims to design a structured campaign. The results of Market Validation state that the objectives of the campaign can be well understood by the target audience, the campaign content can be followed easily. Each media can also be channeled well and reach the target audience appropriately. It is hoped that the campaign design carried out will persuade young people to start doing sports activities in between their daily activities.

Keywords: Campaign, Motivation, Five Minute Workout.



DAFTAR ISI

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	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	3
1.5 Manfaat Tugas Akhir	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Kampanye	5
2.1.1 Jenis-Jenis Kampanye	6
2.1.2 Model kampanye Ostergaard	8
2.1.3 Metode Perancangan Kampanye.....	9
2.1.3 Media Kampanye	10
2.1.4 Strategi AISAS	14
2.2 Unsur Desain	16
2.2.1 Bentuk	16
2.2.2 Tekstur	18
2.2.3 Gelap Terang atau Kontras	19
2.2.4 Ukuran	19
2.2.5 Warna.....	20
2.2.6 <i>Layout</i>	28
2.2.7 <i>Grid</i>	30
2.3 Prinsip Desain.....	34
2.3.1 Keseimbangan (<i>Balance</i>)	34
2.3.2 Irama	35
2.3.3 Penekanan/dominasi	36
2.3.4 Kesatuan	38
2.4 Tipografi	38
2.4.1 Anatomi Huruf	41
2.5 <i>Copywriting</i>	43
2.6 <i>Illustration</i>	44
2.7 Maskot.....	44
2.8 Olahraga	45
2.7.1 Manfaat olahraga.....	46
2.7.2 Dampak kurang olahraga	47

2.9 Olahraga Ringan	48
2.8.1 Manfaat Olahraga Ringan	54
2.8.2 Cara memulai Olahraga Ringan.....	55
2.8.3 Olahraga Lima Menit	55
2.9 Penelitian yang relevan.....	56
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN	61
3.1 Subjek Perancangan	61
3.1.1 Demografis	61
3.1.2 Geografis	62
3.1.3 Psikografis.....	62
3.2 Metode dan Prosedur Perancangan	62
3.2.1 Overview	63
3.2.2 Strategy	64
3.2.3 Ideas	64
3.2.4 Design	64
3.2.5 Production	65
3.2.6 Implementation	65
3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan.....	65
3.3.1 In-depth Interview.....	65
3.3.2 Focus Group Discussion.....	71
3.3.3 Kuesioner	72
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN	74
4.1 Perancangan	74
4.1.1 Overview	74
4.1.2 Strategy	100
4.1.3 Ideas	110
4.1.4 Design	121
4.1.5 Production	167
4.1.6 Implementation	168
4.1.7 Kesimpulan Perancangan.....	168
4.2 Analisis Perancangan.....	170
4.2.1 Analisis <i>Market Validation</i>	170
4.2.2 Analisis Visual	172
4.2.3 Analisis <i>Layout</i>	174
4.2.4 Analisis <i>Media Attention</i>	176
4.2.5 Analisis <i>Media Interest</i>	178
4.2.6 Analisis <i>Media Search</i>	182
4.2.7 Analisis <i>Media Action</i>	184
4.2.8 Analisis <i>Media Share</i>	189
4.3 Anggaran.....	191
BAB V PENUTUP.....	193
5.1 Simpulan	193
5.2 Saran	194
DAFTAR PUSTAKA	196
LAMPIRAN.....	201

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Relevan.....	57
Tabel 4.1 SWOT Studi Eksisting Kampanye Olahraga	91
Tabel 4.2 Tabel Segmentasi Target.....	96
Tabel 4.3 Tabel <i>Brand Mandatory</i>	97
Tabel 4.4 Tabel <i>Insight Audiens</i>	100
Tabel 4.5 Tabel <i>Creative Brief</i>	102
Tabel 4.6 Tabel Perencanaan Media	105
Tabel 4.7 Tujuan dan Pesan AISAS.....	108
Tabel 4.8 Tabel <i>Weekdays</i>	129
Tabel 4.9 Tabel <i>Weekends</i>	130
Tabel 4.10 <i>Timeline</i> Media AISAS.....	131
Tabel 4.11 Tabel Anggaran.....	191



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Contoh <i>Product-Oriented Campaign</i>	6
Gambar 2.2 Contoh <i>Candidate – Oriented Campaign</i>	7
Gambar 2.3 Contoh <i>Ideological or Cause – Oriented Campaign</i>	8
Gambar 2.4 <i>Motion graphics</i>	12
Gambar 2.5 Video	13
Gambar 2.6 AISAS	15
Gambar 2.7 Bentuk	16
Gambar 2.8 Bentuk Geometrik	17
Gambar 2.9 Bentuk Natural	17
Gambar 2.10 Bentuk Abstrak.....	18
Gambar 2.11 Tekstur.....	18
Gambar 2.12 Gelap Terang atau Kontras.....	19
Gambar 2.13 Ukuran.....	20
Gambar 2.14 Warna Merah.....	21
Gambar 2.15 Warna Merah Muda	21
Gambar 2.16 Warna Biru	22
Gambar 2.17 Warna Kuning	22
Gambar 2.18 Warna Hijau	23
Gambar 2.19 Warna Jingga.....	23
Gambar 2.20 Warna Unggu	24
Gambar 2.21 Warna Coklat.....	24
Gambar 2.22 Warna Abu-Abu	24
Gambar 2.23 Warna Hitam	25
Gambar 2.24 Warna Putih.....	25
Gambar 2.25 Warna Primer	26
Gambar 2.26 Warna Sekunder	26
Gambar 2.27 Warna Tersier.....	27
Gambar 2.28 Warna Netral	27
Gambar 2.29 Warna Aditif.....	28
Gambar 2.30 Warna Subtraktif	28
Gambar 2.31 <i>Single-Column Grid</i>	31
Gambar 2.32 <i>Multicolumn Grid</i>	32
Gambar 2.33 <i>Columns and Columns Intervals</i>	33
Gambar 2.34 <i>Modular Grid</i>	33
Gambar 2.35 Keseimbangan Simetris atau Formal.....	35
Gambar 2.36 Keseimbangan Asimetris atau Informal.....	35
Gambar 2.37 Irama.....	36
Gambar 2.38 Penekanan atau dominasi	36
Gambar 2.39 Kontras	37
Gambar 2.40 Isolasi Objek.....	37

Gambar 2.41 Penempatan Objek.....	38
Gambar 2.42 Kesatuan	38
Gambar 2.43 <i>Typeface Roman</i>	39
Gambar 2.44 <i>Typeface Italic</i>	39
Gambar 2.45 <i>Typeface Condensed</i>	40
Gambar 2.46 <i>Typeface Extended</i>	40
Gambar 2.47 <i>Typeface Boldface</i>	40
Gambar 2.48 <i>Typeface Light or thin</i>	41
Gambar 2.49 <i>Typeface</i>	41
Gambar 2.50 Yoga	49
Gambar 2.51 <i>Squat</i>	50
Gambar 2.52 <i>Plank</i>	50
Gambar 2.53 <i>Glute Bridge</i>	51
Gambar 2.54 <i>Leg Raise</i>	51
Gambar 2.55 <i>Lateral Leg Lift</i>	52
Gambar 2.56 <i>Bicycle Crunch</i>	52
Gambar 2.57 <i>Crossover Arm Stretch</i>	53
Gambar 2.58 <i>Mountain Claimber</i>	53
Gambar 2.59 <i>Elevated Push Up</i>	54
Gambar 2.60 <i>Bulgarian Split Squat</i>	54
Gambar 4.1 Wawancara bersama Fiona Damanik seorang psikolog.....	76
Gambar 4.2 Wawancara dengan Nivita seorang <i>personal trainer</i>	78
Gambar 4.3 Wawancara dengan Devlin Meyer	81
Gambar 4.4 Wawancara dengan Elisia Widya Sandra.....	83
Gambar 4.5 Dokumentasi FGD	85
Gambar 4.6 Data Kuesioner Penyebab kurang olahraga	86
Gambar 4.7 Data Kuesioner Dampak kurang olahraga	86
Gambar 4.8 Data Kuesioner Motivasi olahraga	86
Gambar 4.9 Data Kuesioner Waktu berselancar di Sosial Media.....	87
Gambar 4.10 Data Kuesioner Media Utama olahraga	87
Gambar 4.11 Data Kuesioner Media Sekunder olahraga.....	88
Gambar 4.12 Data Kuesioner Faktor media pembelajaran menarik	88
Gambar 4.13 Infografis kampanye Ayo Olahraga	90
Gambar 4.14 Studi Referensi 1	92
Gambar 4.15 Studi Referensi 2	93
Gambar 4.16 Studi Referensi 3	93
Gambar 4.17 Studi Referensi 4	94
Gambar 4.18 Studi Referensi 5	95
Gambar 4.19 <i>User Persona</i>	97
Gambar 4.20 Skenario berdasarkan AISAS.....	108
Gambar 4.21 <i>Mindmapping</i>	111
Gambar 4.22 Ringan	112
Gambar 4.23 Semangat	113

Gambar 4.24 Motivasi.....	113
Gambar 4.25 Alternatif <i>hashtag</i> dan <i>tagline</i>	115
Gambar 4.26 Referensi Visual Maskot Mala dan Olim.....	118
Gambar 4.27 Referensi Visual Maskot Raol.....	119
Gambar 4.28 Referensi <i>Layout</i>	120
Gambar 4.29 <i>Moodboard</i> Warna	121
Gambar 4.30 <i>Font CakeCafe</i>	122
Gambar 4.31 <i>Font Arimo</i>	123
Gambar 4.32 Penggunaan Warna.....	123
Gambar 4.33 Proses penciptaan logo	124
Gambar 4.34 Makna logo.....	125
Gambar 4.35 Variasi logo	126
Gambar 4.36 Proses perancangan aset visual	127
Gambar 4.37 Proses perancangan instrumen musik	128
Gambar 4.38 Proses perekaman <i>voice over</i>	128
Gambar 4.39 Sketsa kasar maskot	132
Gambar 4.40 Digitalisasi maskot	133
Gambar 4.41 Proses penciptaan karakter maskot	133
Gambar 4.42 Perancangan sketsa maskot	134
Gambar 4.43 Proses penciptaan karakter maskot 2	135
Gambar 4.44 Karakter Mala.....	135
Gambar 4.45 Karakter Olim.....	136
Gambar 4.46 Karakter Raol	137
Gambar 4.47 Ekspresi maskot Mala dan Olim	138
Gambar 4.48 <i>Gesture</i> maskot Mala dan Olim	139
Gambar 4.49 Lima gerakan olahraga	140
Gambar 4.50 <i>Gesture</i> dan ekspresi maskot Raol	141
Gambar 4.51 <i>Stylescapes</i>	141
Gambar 4.52 <i>Key visual</i>	142
Gambar 4.53 Proses perancangan poster	143
Gambar 4.54 Poster.....	144
Gambar 4.55 Spanduk.....	144
Gambar 4.56 Alternatif <i>merchandise</i>	146
Gambar 4.57 Alternatif gelas	147
Gambar 4.58 Perancangan pin	147
Gambar 4.59 Proses perancangan <i>merchandise</i>	148
Gambar 4.60 Referensi stiker.....	149
Gambar 4.61 Alternatif stiker	150
Gambar 4.62 Proses perancangan <i>booth</i>	150
Gambar 4.63 Finalisasi <i>booth</i>	151
Gambar 4.64 Observasi <i>display ads</i>	152
Gambar 4.65 <i>Display ads</i>	153
Gambar 4.66 Observasi Instagram <i>ads</i>	153

Gambar 4.67 Instagram <i>ads</i>	154
Gambar 4.68 Penambahan <i>motion</i> pada <i>story ads</i>	155
Gambar 4.69 Sketsa <i>storyboard</i> 1	158
Gambar 4.70 Finalisasi <i>storyboard</i>	158
Gambar 4.71 Proses pemisahan <i>layer</i>	159
Gambar 4.72 Proses <i>editing motion graphics</i>	160
Gambar 4.73 Proses penambahan instrumen musik	160
Gambar 4.74 Observasi <i>reels</i>	161
Gambar 4.75 <i>Reels</i>	162
Gambar 4.76 Proses penambahan <i>motion</i> pada <i>reels</i>	162
Gambar 4.77 Proses perancangan <i>story</i> Instagram	163
Gambar 4.78 Briefing sketsa <i>feeds</i> Instagram	164
Gambar 4.79 Proses perancangan <i>feeds</i> Instagram	165
Gambar 4.80 Informasi <i>feeds</i> Instagram	165
Gambar 4.81 <i>Feeds action</i> dan <i>share</i>	166
Gambar 4.82 Instagram <i>feeds</i>	166
Gambar 4.83 <i>Twibbon</i>	167
Gambar 4.84 <i>Market Validation</i>	170
Gambar 4.85 Analisis Visual	172
Gambar 4.86 Analisis <i>Layout</i>	174
Gambar 4.87 Analisis Poster	176
Gambar 4.88 Analisis Spanduk	177
Gambar 4.89 Analisis <i>Display Ads</i>	178
Gambar 4.90 Analisis Instagram <i>Story</i>	179
Gambar 4.91 Analisis Instagram <i>Story Ads</i>	180
Gambar 4.92 Analisis Instagram <i>Reels</i>	181
Gambar 4.93 Analisis Instagram <i>Feeds</i>	182
Gambar 4.94 Analisis Instagram <i>Carousel</i>	183
Gambar 4.95 Analisis video <i>Motion Graphics</i>	184
Gambar 4.96 Transisi video	185
Gambar 4.97 Informasi <i>Motion Graphics</i>	185
Gambar 4.98 Waktu transisi video	186
Gambar 4.99 <i>Zoom in</i> dan <i>zoom out</i> gerakan	186
Gambar 4.100 Visual <i>pop-up</i> <i>Raol</i>	187
Gambar 4.101 Analisis <i>Twibbon</i>	188
Gambar 4.102 Analisis <i>Merchandise</i>	189
Gambar 4.103 Analisis <i>Booth</i>	190

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Hasil Persentase Turnitin	201
Lampiran B Form Bimbingan	202
Lampiran C Hasil Kuesioner	203
Lampiran D Transkrip Wawancara	205
Lampiran E Transkrip Bimbingan Spesialis	213
Lampiran F Transkrip <i>Market Validation</i>	218
Lampiran G <i>Non-Disclosure Agreement</i>	224

