

**PERANCANGAN KAMPANYE INTERAKTIF
MENGENAI *ONLINE CHILDREN SEXUAL
EXPLOITATION AND ABUSE (OCSEA)***



LAPORAN TUGAS AKHIR

Kayla Abigail Utama

00000058508

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

2025

**PERANCANGAN KAMPANYE INTERAKTIF
MENGENAI *ONLINE CHILDREN SEXUAL
EXPLOITATION AND ABUSE (OCSEA)***



LAPORAN TUGAS AKHIR

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

Kayla Abigail Utama

00000058508

**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 : Kayla Abigail Utama
Nomor Induk Mahasiswa : 00000058508
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

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

PERANCANGAN KAMPANYE INTERAKTIF MENGENAI ONLINE
CHILDREN SEXUAL EXPLOITATION AND ABUSE (OCSEA)

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 2024



(Kayla Abigail Utama)

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

PERANCANGAN KAMPANYE INTERAKTIF MENGENAI *ONLINE*

CHILDREN SEXUAL EXPLOITATION AND ABUSE (OCSEA)

Oleh

Nama Lengkap : Kayla Abigail Utama
Nomor Induk Mahasiswa : 00000058508
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Jumat, 3 Januari 2025

Pukul 14.30 s.d. 15.15 WIB dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

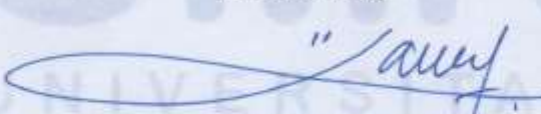
Ketua Sidang


Nadia Mahatmi, M.Ds.
0416038705/039375

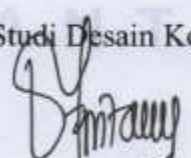
Penguji


Aditya Satyagraha, S.Sn., M.Ds.
0326128001/038953

Pembimbing


Rani Aryani Widjono, S.Sn., M.Ds.
0310019201/023987

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 : Kayla Abigail Utama
Nomor Induk Mahasiswa : 00000058508
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : D3/ S1/ S2
Judul Karya Ilmiah : PERANCANGAN KAMPANYE
INTERAKTIF MENGENAI *ONLINE
CHILDREN SEXUAL EXPLOITATION
AND ABUSE* (OCSEA)

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



(Kayla Abigail Utama)

* 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

Pertama-tama, penulis ingin mengucapkan puji syukur dan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan penyertaan yang diberikan kepada penulis selama proses pengerjaan tugas akhir yang berjudul “Perancangan Kampanye Interaktif Mengenai *Online Children Sexual Exploitation* (OCSEA)”. Selain sebagai pemenuhan tugas akhir, penelitian ini dibuat dengan tujuan untuk mengedukasi anak remaja mengenai ancaman dan bahaya eksploitasi seksual di ranah *online* serta sebagai bentuk kekhawatiran penulis terhadap fenomena eksploitasi seksual *online* yang kerap menimpa anak remaja.

Bersama dengan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih atas dukungan dan bimbingan serta kontribusi yang diterima oleh penulis selama pengerjaan tugas akhir ini, terutama 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. Rani Aryani Widjono, 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. Valencia Giovanni Permana, M.Psi., Psikolog sebagai narasumber psikolog yang telah memberikan dukungan berupa wawasan profesional terkait topik tugas akhir ini.
7. Alfi Fadhillah (*assistant project manager* di ECPAT Indonesia) sebagai narasumber yang telah memberikan wawasan mengenai fenomena OCSEA di Indonesia.
8. Teman-teman terdekat penulis yang telah menemani dan memberikan dukungan kepada penulis selama proses pengerjaan tugas akhir.

9. Pihak-pihak lainnya yang telah berkontribusi dan memberikan dukungan dalam pengerjaan tugas akhir.

Melalui karya ilmiah ini, penulis berharap dapat memberikan wawasan baru dan inspirasi bagi para pembaca serta dapat memberikan kontribusi positif dalam upaya meningkatkan kesadaran akan bahaya *online children sexual exploitation and abuse* (OCSEA) bagi anak remaja 12 – 17 tahun.

Tangerang, 15 Desember 2024



(Kayla Abigail Utama)



PERANCANGAN KAMPANYE INTERAKTIF MENGENAI ONLINE CHILDREN SEXUAL EXPLOITATION AND ABUSE (OCSEA)

(Kayla Abigail Utama)

ABSTRAK

Online children sexual exploitation (OCSEA) merupakan tindakan kekerasan dan eksploitasi seksual dengan menggunakan teknologi dan internet yang dilakukan kepada anak. Tingginya jumlah pengguna internet remaja di Indonesia meningkatkan risiko terjadinya kejahatan OCSEA kepada anak remaja. UNICEF menyatakan bahwa pada tahun 2023 terdapat setidaknya 500.000 anak Indonesia yang pernah menjadi korban kejahatan OCSEA. Penelitian lain oleh ECPAT juga menyatakan bahwa 56% anak yang pernah menjadi korban OCSEA tidak pernah melaporkannya kepada siapa pun. Hal ini terjadi karena kurangnya edukasi mengenai OCSEA. Oleh karena itu, perancangan kampanye interaktif mengenai *online children sexual exploitation and abuse* (OCSEA) dirancang untuk meningkatkan kesadaran dan pengetahuan anak remaja mengenai OCSEA. Perancangan ini menggunakan metode *design thinking* oleh Stanford d.school dan teknik pengumpulan data kualitatif. Hasil perancangan berupa *website* interaktif dengan pendekatan *digital storytelling*. Melalui perancangan kampanye ini, diketahui pentingnya pendekatan interaktif dalam meningkatkan kesadaran dan mendorong tindakan preventif terhadap ancaman OCSEA.

Kata kunci: Kampanye interaktif, *Online children sexual exploitation and abuse* (OCSEA), anak remaja

INTERACTIVE CAMPAIGN DESIGN
ABOUT ONLINE CHILDREN SEXUAL
EXPLOITATION AND ABUSE (OCSEA)

(Kayla Abigail Hutama)

ABSTRACT (English)

Online children sexual exploitation and abuse (OCSEA) refers to the acts of sexual exploitation carried out against children using technology and internet. The high number of teenage internet users in Indonesia increases the risk of OCSEA crimes. UNICEF reports in 2023, show that at least 500.000 Indonesian children were victims of OCSEA. Additionally, research by ECPAT reveals that 56% of victim never report it to anyone. Therefore, an interactive campaign on OCSEA is needed to raise awareness and knowledge among teenagers about the dangers of OCSEA. In the design process, this campaign uses Hasso Plattner's Design Thinking method and qualitative techniques. The design outcome is an interactive website with a digital storytelling approach. Through this campaign design, it was found that an interactive approach is crucial in raising awareness and encouraging preventive actions against OCSEA threats.

Keywords: *Interactive Campaign, online children sexual exploitation and abuse (OCSEA), Teens*

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 GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
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	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Kampanye Sosial.....	5
2.1.1 Jenis Kampanye	5
2.1.2 Tahapan Perancangan Kampanye	8
2.1.3 Model AISAS	11
2.1.4 Media Kampanye	12
2.2 Interaktivitas	13
2.2.1 Prinsip Interaksi.....	14
2.2.2 Media Interaktif	17
2.3 UI & UX Design	19
2.3.1 UI Design.....	20
2.3.2 UX Design	30
2.4 Gamifikasi.....	33
2.4.1 Elemen Gamifikasi.....	34

2.4.2 Mekanis Gamifikasi	35
2.4.3 Prinsip Gamifikasi	36
2.5 <i>Storytelling</i>	37
2.6 Ilustrasi	38
2.6.1 Fungsi Ilustrasi	38
2.6.2 Teknik Ilustrasi Digital.....	39
2.7 <i>Online Children Sexual Exploitation & Abuse (OCSEA)</i>	40
2.7.1 Bentuk OCSEA	40
2.7.2 Penyebab Terjadinya OCSEA	42
2.7.3 Dampak OCSEA Terhadap Anak	42
2.8 Penelitian yang Relevan.....	43
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN	45
3.1 Subjek Perancangan	45
3.1.1 Geografis.....	45
3.1.2 Demografis.....	45
3.1.1 Psikografis	46
3.2 Metode dan Prosedur Perancangan	46
3.2.1 <i>Empathize</i>	46
3.2.2 <i>Define</i>	47
3.2.3 <i>Ideate</i>	47
3.2.4 <i>Prototype</i>	47
3.2.5 <i>Test</i>	47
3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan.....	47
3.3.1 Wawancara	48
3.3.2 Kuesioner	59
3.3.3 Studi Eksisting.....	62
3.3.4 Studi Referensi	63
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN	64
4.1 Hasil Perancangan	64
4.1.1 <i>Empathize</i>	64
4.1.2 <i>Define</i>	82
4.1.3 <i>Ideate</i>	88

4.1.4 <i>Prototype</i>	103
4.1.5 <i>Test</i>	147
4.2 Pembahasan Perancangan	154
4.2.1 Analisis Market <i>Validation</i>	154
4.2.2 Analisis Desain Karakter/Maskot Kampanye.....	160
4.2.3 Analisis Karya Final <i>Website</i>	161
4.2.4 Analisis Desain Media Sosial.....	175
4.2.5 Analisis Desain <i>Gimmick</i>	177
4.2.4 Anggaran	179
BAB V PENUTUP.....	180
5.1 Simpulan	180
5.2 Saran	180
DAFTAR PUSTAKA.....	183
LAMPIRAN.....	187



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Elemen Gamifikasi.....	34
Tabel 2.2 Mekanis Gamifikasi	35
Tabel 3.1 Daftar Pertanyaan Kuesioner.....	59
Tabel 4.1 Analisis SWOT Kampanye #JagaBareng.....	78
Tabel 4.2 Analisis SWOT Program Pencegahan Kekerasan Digital	80
Tabel 4.3 Identifikasi Segmentasi Sasaran Kampanye	82
Tabel 4.7 Strategi Kampanye AISAS	92
Tabel 4.8 Pesan Kampanye AISAS	93
Tabel 4.9 <i>Timeline</i> Kampanye	103
Tabel 4.10 <i>Storyboard</i> Cerita Interaktif	107
Tabel 4.11 Peringkat	120
Tabel 4.12 Keterangan Interval Skor	148
Tabel 4.13 Data Penilaian Konten	148
Tabel 4.14 Data Penilaian Visual.....	149
Tabel 4.15 Data Penilaian Interaktivitas	150
Tabel 4.16 Anggaran Kampanye	179



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Contoh <i>Product-Oriented Campaign</i>	6
Gambar 2.2 Contoh <i>Candidate-Oriented Campaign</i>	6
Gambar 2.3 Contoh <i>Ideological or Cause-Oriented Campaign</i>	7
Gambar 2.4 Contoh <i>Individual behavior-change campaign</i>	7
Gambar 2.5 contoh <i>Public will campaign</i> (Kampanye #MeToo).....	8
Gambar 2.6 Model AISAS	11
Gambar 2.7 Contoh <i>Discoverability</i>	14
Gambar 2.8 Contoh <i>Feedback</i>	15
Gambar 2.9 Contoh <i>Conceptual Model</i>	15
Gambar 2.10 Contoh <i>Affordance</i>	16
Gambar 2.11 Contoh <i>Signifiers</i>	16
Gambar 2.12 Contoh <i>Mappings</i>	17
Gambar 2.13 Contoh <i>Constraints</i>	17
Gambar 2.14 Contoh <i>Website</i>	18
Gambar 2.15 Contoh Aplikasi <i>Mobile</i>	18
Gambar 2.16 Contoh <i>Video Games</i>	19
Gambar 2.17 Contoh Media Interaktif Berbasis Audio	19
Gambar 2.18 Warna RGB & CMYK.....	25
Gambar 2.19 Jenis Huruf Serif pada Poster Kampanye.....	25
Gambar 2.20 Jenis Huruf San-Serif pada Poster Kampanye	26
Gambar 2.21 Jenis Huruf <i>Script</i> pada Poster kampanye.....	26
Gambar 2.22 Jenis huruf <i>Display</i> pada Poster Kampanye	27
Gambar 2.23 Elemen UX.....	31
Gambar 2.24 UX <i>Honeycomb</i>	32
Gambar 3.1 Template <i>Card Sorting</i>	51
Gambar 3.2 Skenario 1.....	52
Gambar 3.3 Skenario 2.....	52
Gambar 3.4 Skenario 3.....	53
Gambar 3.5 Skenario 4.....	54
Gambar 3.6 Skenario 5.....	55
Gambar 3.7 Skenario 6.....	55
Gambar 3.8 Skenario 7.....	56
Gambar 3.9 Skenario 8.....	57
Gambar 3.10 Skenario 9.....	57
Gambar 3.11 Skenario 10.....	58
Gambar 4.1 Wawancara dengan <i>Assistant Project Manager</i> ECPAT Indonesia..	64
Gambar 4.2 Wawancara dengan Valencia Giovanni Permana, M.Psi., Psikolog.	67
Gambar 4.3 Wawancara & <i>Card Sorting</i> dengan Target Audiens.....	69
Gambar 4.4 Hasil <i>Card Sorting</i>	71
Gambar 4.5 Data Usia Responden	72

Gambar 4.6 Data Jenis Kelamin Responden.....	73
Gambar 4.7 Data Durasi Pemakaian Responden dalam Sehari	73
Gambar 4.8 Jawaban Responden terhadap Situasi pertama.....	74
Gambar 4.9 Jawaban Responden terhadap Situasi Kedua	75
Gambar 4.10 Jawaban Responden terhadap Situasi Ketiga	75
Gambar 4.11 Jawaban Responden terhadap Situasi Kelima.....	76
Gambar 4.12 Jawaban Responden terhadap Situasi Keempat	76
Gambar 4.13 Kampanye #JagaBareng.....	77
Gambar 4.14 <i>Workshop</i> #JagaBareng.....	78
Gambar 4.15 Program Pencegahan Kekerasan di Dunia Digital	79
Gambar 4.16 Tampilan (Un)trafficked	81
Gambar 4.17 Tampilan Fruitcard Odyssey	82
Gambar 4.18 <i>User Persona</i>	85
Gambar 4.19 Logo ECPAT Indonesia	85
Gambar 4.20 <i>Mindmap</i>	89
Gambar 4.21 Skema Skenario AISAS	95
Gambar 4.22 <i>User Journey</i>	96
Gambar 4.23 <i>Moodboard</i>	96
Gambar 4.24 Palet Warna	97
Gambar 4.25 Gradien Warna	98
Gambar 4.26 Tipografi.....	98
Gambar 4.27 Sketsa Alternatif Logo	99
Gambar 4.28 Digitalisasi Alternatif Logo.....	100
Gambar 4.29 Finalisasi Logo Kampanye.....	100
Gambar 4.30 Referensi Karakter.....	101
Gambar 4.31 Sketsa Awal Karakter.....	101
Gambar 4.32 Sketsa Karakter Final	102
Gambar 4.33 Finalisasi Karakter.....	102
Gambar 4.34 Alur Cerita Interaktif.....	105
Gambar 4.35 Alur Pilihan Jawaban dalam Cerita.....	106
Gambar 4.36 Proses Pembuatan Ilustrasi.....	122
Gambar 4.37 Ilustrasi <i>Scene</i> Cerita.....	123
Gambar 4.38 Ilustrasi <i>Rewards</i> Bunga	123
Gambar 4.39 Ilustrasi Peringkat.....	124
Gambar 4.40 Perancangan Ikon	125
Gambar 4.41 Perancangan Tombol CTA Primer	125
Gambar 4.42 Perancangan Tombol CTA Sekunder dan Tersier.....	126
Gambar 4.43 Tombol CTA Ikon dalam tombol.....	126
Gambar 4.44 <i>Grid</i> pada <i>Website</i>	127
Gambar 4.45 <i>Layout</i> pada <i>Website</i>	127
Gambar 4.46 Sketsa Instagram Feed Ads.....	128
Gambar 4.47 Proses Perancangan Instagram Feed Ads	129
Gambar 4.48 Finalisasi Instagram Feed Ads.....	129

Gambar 4.49 Sketsa <i>Storyboard</i>	130
Gambar 4.50 <i>Storyboard</i> Youtube Ads 1	130
Gambar 4.51 <i>Storyboard</i> Youtube Ads 2	131
Gambar 4.52 Proses perancangan Youtube Ads	131
Gambar 4.53 <i>Storyboard</i> Tiktok Shorts Ads & Instagram Reels Ads.....	132
Gambar 4.54 Perencanaan konten dan sketsa Instagram Feeds	132
Gambar 4.55 Finalisasi Instagram Feeds Tahap <i>Interest</i>	133
Gambar 4.56 <i>Information Architecture</i>	134
Gambar 4.57 <i>Userflow Website</i>	135
Gambar 4.58 <i>Low Fidelity Website</i>	136
Gambar 4.59 Proses Perancangan <i>High Fidelity</i>	136
Gambar 4.60 <i>High Fidelity</i> Laman Beranda, Informasi, dan Tindakan.....	137
Gambar 4.61 <i>High Fidelity</i> Halaman Cerita Interaktif	138
Gambar 4.62 Halaman <i>Reward</i>	139
Gambar 4.63 Halaman Hasil Peringkat.....	140
Gambar 4.64 Seluruh Tampilan <i>High Fidelity Website</i>	141
Gambar 4.65 Proses <i>Prototyping Website</i>	141
Gambar 4.66 Perencanaan Konten dan Sketsa Instagram Feed <i>Action</i>	142
Gambar 4.67 Finalisasi Instagram Feed Tahap <i>Action</i>	143
Gambar 4.68 Proses Perancangan Instagram Story Tahap <i>Share</i>	144
Gambar 4.69 Seluruh Tampilan Instagram Story Tahap <i>Share</i>	144
Gambar 4.70 Proses Perancangan Instagram Feed Tahap <i>Share</i>	145
Gambar 4.71 <i>Phone Charm</i>	146
Gambar 4.72 <i>Phone Grip</i>	146
Gambar 4.73 Boneka Maskot.....	147
Gambar 4.74 Penambahan Variasi Ilustrasi	151
Gambar 4.75 Perbaikan Tampilan Visual Halaman Judul Cerita	152
Gambar 4.76 Penambahan Elemen Dekoratif	153
Gambar 4.77 Perbaikan Tombol <i>Call To Action</i>	153
Gambar 4.78 Perbaikan Empasis Pada Teks Cerita	154
Gambar 4.79 Beta Test Kepada 3 Partisipan	155
Gambar 4.80 Revisi Pasca Beta Test	159
Gambar 4.81 Desain Final Karakter & Maskot Kampanye	160
Gambar 4.82 Desain Final <i>Landing Page</i>	162
Gambar 4.83 Desain Final Prolog.....	163
Gambar 4.84 Desain Final Halaman Judul Cerita.....	164
Gambar 4.85 Desain Final Halaman Cerita	166
Gambar 4.86 Alur Akhir Cerita Negatif	167
Gambar 4.87 Alur Akhir Cerita Positif	168
Gambar 4.88 Alur Akhir Positif Pada Cerita Ketiga	169
Gambar 4.89 <i>Checkpoint</i> Cerita	169
Gambar 4.90 Desain Halaman Hasil Peringkat 1--5.....	171
Gambar 4.91 Desain Halaman Beranda	172

Gambar 4.92 Halaman Informasi Mengenai OCSEA.....	173
Gambar 4.93 Halaman Aksi Melawan OCSEA.....	174
Gambar 4.94 Video Iklan.....	175
Gambar 4.95 Tampilan Instagram Feed.....	176
Gambar 4.96 <i>Mockup</i> Instagram Story	177
Gambar 4.97 Desain Final <i>Phone Charm & Phone Grip</i>	178
Gambar 4.98 Boneka Maskot.....	178



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A: Hasil Presentase Turnitin.....	187
Lampiran B: Form Bimbingan & Spesialis.....	188
Lampiran C: Non-Disclosure Agreement	190
Lampiran D: Consent Form	191
Lampiran E: Hasil Kuesioner.....	199
Lampiran F: Transkrip Wawancara	212
Lampiran G: Tabel Perancangan.....	236

