

PERANCANGAN *DESTINATION BRANDING*

DESA WISATA PASIR EURIH



LAPORAN TUGAS AKHIR

Rasya Salsabila Haffaf

00000058900

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS SENI DAN DESAIN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

PERANCANGAN *DESTINATION BRANDING*

DESA WISATA PASIR EURIH



LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual

Rasya Salsabila Haffaf

00000058900

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 : Rasya Salsabila Haffaf
Nomor Induk Mahasiswa : 00000058900
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa ~~Tesis/ Skripsi/ Tugas Akhir/ Laporan~~
~~Magang/ MBKM*~~ (coret yang tidak dipilih) saya yang berjudul:

PERANCANGAN *DESTINATION BRANDING* DESA WISATA PASIR EURIH

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, 17 Desember 2024



(Rasya Salsabila Haffaf)

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

PERANCANGAN *DESTINATION BRANDING*

DESA WISATA PASIR EURIH

Oleh

Nama Lengkap : Rasya Salsabila Haffaf
Nomor Induk Mahasiswa : 00000058900
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Jumat, 3 Januari 2025

Pukul 09.45 s.d. 10.30 WIB dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

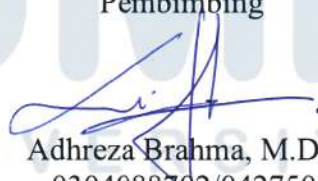
Ketua Sidang


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

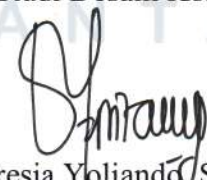
Penguji


Martinus Eko Prasetyo, S.Sn., M.Ds.
0311118807/100049

Pembimbing


Adhreza Brahma, M.Ds.
0304088702/042750

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 : Rasya Salsabila Haffaf
Nomor Induk Mahasiswa : 00000058900
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : ~~D3~~/ S1/ S2* (*coret yang tidak dipilih)
Judul Karya Ilmiah : PERANCANGAN DESTINATION
BRANDING DESA WISATA PASIR EURIH

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, 17 Desember 2024


(Rasya Salsabila Haffaf)

* 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 serta syukur kami panjatkan atas kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan kita karunianya sehingga saya dapat menyelesaikan Proposal Tugas Akhir ini sebagai syarat untuk memperoleh kelulusan dan gelar Sarjana Desain (S.Ds.) program studi Desain Komunikasi Visual di Universitas Multimedia Nusantara. Pengangkatan judul dan topik yang dilakukan oleh peneliti ini merupakan bentuk penerapan ilmu yang sudah di pelajari pada mata kuliah sebelumnya yaitu Visual Communication Design-3 dan Design Collateral tentang perancangan identitas dan rebranding tentang sebuah merek agar masalah mengenai identitas dapat terpecahkan dan diberikan solusi terbaik.

Desa Wisata Pasir Eurih bukan hanya desa biasa, namun juga menjadi bukti peninggalan kerajaan dan masa prasejarah di Indonesia. Desa Wisata Pasir Eurih menyimpan banyak Budaya Sunda dan memiliki keindahan alam yang luar biasa. Namun, seiring perkembangan zaman, Desa Wisata Pasir Eurih menghadapi berbagai tantangan untuk tetap relevan dan menarik bagi masyarakat. *Branding* menjadi salah satu solusi untuk meningkatkan citra dan popularitas Desa Wisata Pasir Eurih agar mampu menjangkau berbagai generasi dan memperkuat perannya dalam pelestarian alam dan budaya bangsa. Penulis berharap agar perancangan Tugas Akhir ini dapat memberikan kontribusi yang berarti bagi Desa Wisata Pasir Eurih dan Universitas Multimedia Nusantara.

Dalam proposal tugas akhir ini penulis mendapatkan banyak dukungan dan doa dari banyak pihak untuk menyelesaikan tugas ini. Oleh karena itu, di kesempatan kali ini saya ingin mengucapkan terima kasih kepada:

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. Adhreza Brahma, M.Ds., selaku pembimbing pertama 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. Mika, Rusli, Ade, Taufik, dan Tia sebagai narasumber Desa Wisata Pasir Eurih yang telah bersedia menjadi informan untuk tugas akhir ini.
7. Rian sebagai teman hidup yang menjadi *support system* penulis selama menjalankan perkuliahan dan mengerjakan tugas akhir.
8. Venny, Devina, Joyce, Barto, Billy, Elle, Donny, Naufal, Devin sebagai teman satu bimbingan yang saling membantu, menyemangati dan berjuan untuk menyelesaikan tugas akhir bersama.
9. Kayla, Meli, Abraham, Nixon, sebagai teman yang telah menyemangati penulis dalam mengerjakan tugas akhir.
10. Kim Namjoon, Kim Seokjin, Min Yoongi, Jung Hoseok, Park Jimin, Kim, Taehyung, Jeon Jungkook yang senantiasa menghibur dan menjadi *moodbooster* serta inspirasi penulis dalam mengerjakan tugas akhir.
11. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan dukungan dan turut membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
12. Diri penulis sendiri yang mampu berusaha secara maksimal dan tidak pernah menyerah untuk menyelesaikan tugas akhir.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih banyak kekurangan, karena keterbatasan ilmu yang saya miliki. Oleh sebab itu, kritik dan saran saya terima untuk perbaikan dikemudian hari. Semoga tugas ini berguna bagi penulis dan para pembaca sebagai penambah wawasan

Tangerang, 17 Desember 2024



(Rasya Salsabila Haffaf)

PERANCANGAN *DESTINATION BRANDING*

DESA WISATA PASIR EURIH

(Rasya Salsabila Haffaf)

ABSTRAK

Desa Wisata Pasir Eurih memiliki potensi wisata yang besar berkat kekayaan alam, peninggalan sejarah, dan budaya lokal yang kental. Namun, minimnya infrastruktur dan promosi yang belum efektif menyebabkan potensi tersebut belum dimanfaatkan secara maksimal. Perancangan ini bertujuan untuk merancang *destination branding* yang dapat memperkuat daya tarik Desa Wisata Pasir Eurih sebagai destinasi wisata budaya. Metode perancangan yang digunakan adalah metode kualitatif yang berupa observasi langsung dengan mengunjungi Desa Wisata Pasir Eurih, studi eksisting kampung wisata di Indonesia dan perancangan *destination branding* yang terletak di luar negeri, wawancara dengan Ahli *branding*, ketua adat, pelaku UMKM, dan wisatawan Desa Wisata Pasir Eurih, dan kuesioner ke target perancangan. Hasil perancangan berupa *Graphic Standard Manual* (GSM) yang berfungsi sebagai panduan *visual branding* Desa Wisata Pasir Eurih. GSM ini mencakup elemen-elemen visual seperti logo, warna, tipografi, serta aplikasi media promosi pada berbagai *platform* digital. Simpulan dari perancangan ini menunjukkan bahwa perancangan *destination branding* yang terstruktur melalui GSM dapat meningkatkan visibilitas desa, menarik lebih banyak wisatawan, dan mendukung pertumbuhan ekonomi lokal melalui pariwisata yang berkelanjutan.

Kata kunci: Destination branding, Desa wisata, Identitas merek, Budaya lokal.

DESTINATION BRANDING DESIGN

PASIR EURIH VILLAGE

(Rasya Salsabila Haffaf)

ABSTRACT (English)

Pasir Eurih Village possesses significant tourism potential due to its rich natural landscapes, historical heritage, and vibrant local culture. However, limited infrastructure and ineffective promotion have hindered the full utilization of this potential. This study aims to design a destination branding strategy that can enhance Pasir Eurih Village's appeal as a cultural tourist destination. The design methodology used is a qualitative method involving direct observation by visiting Pasir Eurih Village, studying existing tourist villages in Indonesia, and destination branding designs abroad. Interviews were conducted with branding expert, traditional leaders, small business owner, and tourists in Pasir Eurih Village, as well as distributing questionnaires to the target audience. The result of this design is a Graphic Standard Manual (GSM), which serves as a visual branding guide to Pasir Eurih Village. This GSM includes visual elements such as logos, colors, typography, and promotional media application across various digital platforms. The conclusion of this design indicates that a well-structured destination branding approach through the GSM can increase the village's visibility, attract more tourist, and support local economic growth through sustainable tourism.

Keywords: *Destination branding, Tourism Village, Brand identity, Local culture.*

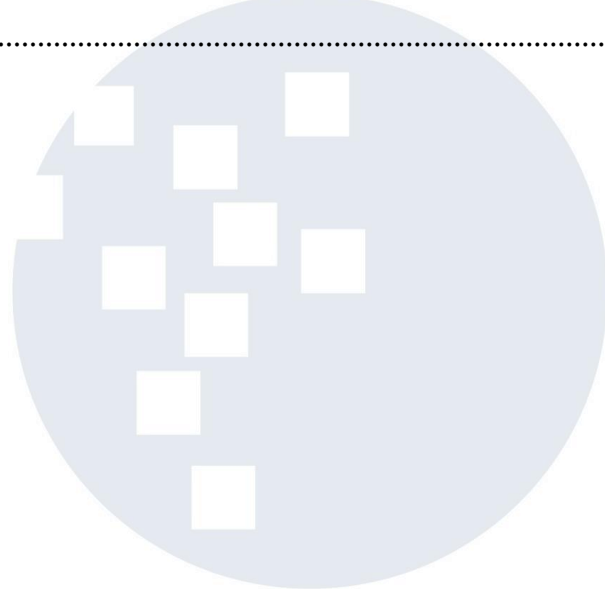
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

DAFTAR 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	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	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Brand.....	5
2.1.1 Branding.....	6
2.1.2 Brand Image.....	7
2.1.3 Brand Strategy.....	7
2.1.4 Brand Personality.....	8
2.1.5 Brand Equity	8
2.1.6 Brand Awareness	8
2.1.7 Brand Positioning	9
2.1.8 Brand Ideals	9
2.1.9 Brand Identity.....	11
2.1.10 Brand Architecture	11
2.1.11 Visual Identity.....	11
2.2 Desain Komunikasi Visual	18

2.2.1 Tipografi	18
2.2.2 Warna	24
2.2.3 Layout & Grid	28
2.3 Destination Branding	34
2.3.1 Destination Branding Essence	34
2.3.2 Strategi Destination Branding	35
2.4 Graphic Standard Manual	36
2.5 Desa Pariwisata	37
2.5.1 Pariwisata	38
2.5.2 Desa Wisata	38
2.6 Penelitian yang Relevan	40
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN	42
3.1 Subjek Perancangan	42
3.2 Metode dan Prosedur Perancangan	43
3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan	45
3.3.1 Observasi	45
3.3.2 Studi Eksisting	46
3.3.3 Wawancara	46
3.3.4 Kuesioner	51
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN	54
4.1 Hasil Perancangan	54
4.1.1 Conducting Research	54
4.1.2 Clarifying Strategy	86
4.1.3 Designing Identity	91
4.1.4 Creating Touchpoints	104
4.1.5 Managing Assets	119
4.1.6 Testing	122
4.1.7 Kesimpulan Perancangan	122
4.2 Pembahasan Perancangan	124
4.2.1 Analisa Beta Test	124
4.2.2 Analisa Logo	127
4.2.2 Analisa Touchpoints	129

4.2.3 Analisa Buku <i>Graphic Standard Manual</i>	139
4.2.4 Anggaran	140
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	143
5.1 Simpulan	143
5.2 Saran	144
DAFTAR PUSTAKA	xvii
LAMPIRAN	xxi



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan.....	40
Tabel 4.1 Profil Wisatawan.....	81
Tabel 4.2 Motivasi Wisatawan.....	82
Tabel 4.3 Kunjungan Desa Wisata.....	82
Tabel 4.4 Pengalaman berkunjung ke Desa Wisata	84
Tabel 4.5 Preferensi Media	85
Tabel 4.6 <i>Brand Mantra</i>	88
Tabel 4.7 Pertanyaan <i>Testing</i> Logo.....	124
Tabel 4.8 Pertanyaan <i>Testing</i> Perancangan Media	125
Tabel 4.9 Pertanyaan <i>Testing</i> GSM	126
Tabel 4.10 Anggaran Perancangan	141



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Brand Architecture Wonderful Indonesia	11
Gambar 2.2 Contoh <i>Wordmarks</i>	12
Gambar 2.3 Contoh <i>letterform</i>	13
Gambar 2.4 Contoh <i>Pictorial Marks</i>	13
Gambar 2.5 Contoh <i>Abstract Marks</i>	14
Gambar 2.6 Contoh <i>Emblems</i>	14
Gambar 2.7 Contoh <i>Dynamic Marks</i>	15
Gambar 2.8 Gridding	15
Gambar 2.9 Prinsip Gestalt	16
Gambar 2.10 Contoh ikon	17
Gambar 2.11 Anatomi Huruf	18
Gambar 2.12 Contoh Blackletter / Calligraphy.....	21
Gambar 2.13 Contoh Old Style.....	21
Gambar 2.14 Contoh Transitional.....	21
Gambar 2.15 Contoh Modern	22
Gambar 2.16 Contoh Slab Serif	22
Gambar 2.17 Contoh Sans Serif.....	23
Gambar 2.18 Warna CMYK	24
Gambar 2.19 Elemen Warna	25
Gambar 2.20 Warna <i>Complementary</i>	26
Gambar 2.21 Warna <i>Split-Complementary</i>	26
Gambar 2.22 Warna <i>Double Complementary</i>	27
Gambar 2.23 Warna Analogus.....	27
Gambar 2.24 Warna <i>Triadic</i>	28
Gambar 2.25 Warna <i>Monochromatic</i>	28
Gambar 2.26 Komponen Grid.....	30
Gambar 2.27 <i>Single Column Grid</i>	31
Gambar 2.28 <i>Two Column Grid</i>	32
Gambar 2.29 <i>Multicolumn Grids</i>	32
Gambar 2.30 <i>Modular Grids</i>	33
Gambar 2.31 <i>Hierarchical Grids</i>	33
Gambar 4.1 Pintu Gerbang Desa Wisata Pasir Eurih.....	55
Gambar 4.2 Pintu masuk Kampung Budaya Sindang Barang	56
Gambar 4.3 Area atas Kampung Budaya Sindang Barang	56
Gambar 4.4 Area bawah Kampung Budaya Sindang Barang	57
Gambar 4.5 Wayfinding Situs Taman Sri Baduga Jalatunda.....	57
Gambar 4.6 Situs Taman Sri Baduga Jalatunda.....	58
Gambar 4.7 Thumbnail video 1	59
Gambar 4.8 Thumbnail video 2	60
Gambar 4.9 Thumbnail video 3	61

Gambar 4.10 Logo Kampung Wisata Purbayan	64
Gambar 4.11 Pengaplikasian logo Kampung Wisata Purbayan.....	65
Gambar 4.12 Media Kampung Wisata Purbayan.....	66
Gambar 4.13 <i>Signage & Wayfinding</i> Kampung Wisata Purbayan	67
Gambar 4.14 Logo Giethoorn Village	68
Gambar 4.15 Media Giethoorn Village.....	68
Gambar 4.16 Aplikasi Giethoorn Sail App	69
Gambar 4.17 Logo Colmar	70
Gambar 4.18 Media Colmar.....	71
Gambar 4.19 Desain <i>event</i> Colmar	71
Gambar 4.20 Publikasi Colmar	72
Gambar 4.21 Wawancara dengan Abah Mika	74
Gambar 4.22 Brosur paket wisata Kampung Budaya Sindang Barang	75
Gambar 4.23 Wawancara dengan Ade.....	76
Gambar 4.24 Produk Sandal Ade.....	77
Gambar 4.25 Wawancara Wisatawan 1	78
Gambar 4.26 Wawancara Wisatawan 2	79
Gambar 4.27 <i>Mindmapping</i>	86
Gambar 4.28 <i>Brand Brief</i> Desa Wisata Pasir Eurih.....	91
Gambar 4.29 <i>Stylescape</i> Perancangan.....	92
Gambar 4.30 Sketsa alternatif logo.....	92
Gambar 4.31 Digitalisasi Sketsa Alternatif Logo	93
Gambar 4.32 Logo yang terpilih	93
Gambar 4.33 Finalisasi Logo	94
Gambar 4.34 Singkatan Presisi	94
Gambar 4.35 Kondisi Alam	95
Gambar 4.36 Konfigurasi Logo	95
Gambar 4.37 Grid Logo Desa Wisata Pasir Eurih	96
Gambar 4.38 Warna Dasar Desa Wisata Pasir Eurih.....	97
Gambar 4.39 Warna Tematik Desa Wisata Pasir Eurih.....	97
Gambar 4.40 Pengaplikasian warna logo dasar	98
Gambar 4.41 Pengaplikasian warna logo tematik.....	98
Gambar 4.42 Pengaplikasian warna logo B&W	98
Gambar 4.43 Supergrafis DPE Hejo	99
Gambar 4.44 Supergrafis DPE Bereum	100
Gambar 4.45 Supergrafis DPE Biru.....	100
Gambar 4.46 Supergrafis DPE Koneng	101
Gambar 4.47 <i>Font</i> Roca One	101
Gambar 4.48 <i>Font</i> Egyptian Slab.....	102
Gambar 4.49 <i>Font</i> Aller	102
Gambar 4.50 Ikonografi Desa Wisata Pasir Eurih	102
Gambar 4.51 Contoh Fotografi Desa Wisata Pasir Eurih	103
Gambar 4.52 Pengaturan Fotografi Desa Wisata Pasir Eurih	103

Gambar 4.53 Proses Perancangan Kop Surat.....	104
Gambar 4.54 Proses Perancangan Amplop.....	105
Gambar 4.55 Proses Perancangan Kartu Nama	106
Gambar 4.56 Proses Perancangan <i>ID Card</i>	107
Gambar 4.57 Proses Perancangan Stempel.....	108
Gambar 4.58 Proses Perancangan <i>e-mail Signature</i>	108
Gambar 4.59 Proses Perancangan Seragam	109
Gambar 4.60 Proses Perancangan <i>Signage Directional</i> Besar	110
Gambar 4.61 Proses Perancangan <i>Signage Directional</i> Kecil	111
Gambar 4.62 Proses Perancangan <i>Signage Identification</i> Panjang.....	111
Gambar 4.63 Proses Perancangan <i>Signage Identification</i> Pendek.....	112
Gambar 4.64 Proses Perancangan Instagram Feeds.....	113
Gambar 4.65 Proses Perancangan Instagram Story	113
Gambar 4.66 Proses Perancangan Tiket.....	114
Gambar 4.67 Proses Perancangan Website.....	115
Gambar 4.68 Proses Perancangan Totebag.....	117
Gambar 4.69 Proses Perancangan Travel Tag	117
Gambar 4.70 Proses Perancangan Pin Anamel	118
Gambar 4.71 Proses Perancangan Cangkir	119
Gambar 4.72 <i>Graphic Standard Manual</i>	119
Gambar 4.73 Panduan <i>Layout & Margin</i> GSM	120
Gambar 4.74 Panduan <i>Layout</i> Bab GSM.....	121
Gambar 4.75 Panduan <i>Layout</i> GSM	121
Gambar 4.76 Panduan <i>Layout</i> Pengaplikasian Media.....	122
Gambar 4.77 Format Logo.....	127
Gambar 4.78 Kop Surat Desa Wisata Pasir Eurih.....	129
Gambar 4.79 Amplop Desa Wisata Pasir Eurih.....	129
Gambar 4.80 Kartu Nama Desa Wisata Pasir Eurih	130
Gambar 4.81 <i>ID Card</i> Desa Wisata Pasir Eurih	131
Gambar 4.82 Stempel dan <i>E-mail signature</i> Desa Wisata Pasir Eurih.....	131
Gambar 4.83 Seragam Desa Wisata Pasir Eurih.....	132
Gambar 4.84 <i>Signage</i> Desa Wisata Pasir Eurih	133
Gambar 4.85 Instagram Feeds Desa Wisata Pasir Eurih.....	134
Gambar 4.86 Instagram Story Desa Wisata Pasir Eurih	135
Gambar 4.87 Tiket Desa Wisata Pasir Eurih	136
Gambar 4.88 <i>Website</i> Desa Wisata Pasir Eurih.....	137
Gambar 4.89 <i>Merchandise</i> Desa Wisata Pasir Eurih	138
Gambar 4.90 <i>Graphic Standard Manual</i> Desa Wisata Pasir Eurih	139
Gambar 4.91 Divider halaman GSM	140

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Persentase Turnitin.....	xxi
Lampiran 2 Form Bimbingan & Spesialis	xxvii
Lampiran 3 <i>Non-Disclosure Agreement</i>	xxx
Lampiran 4 <i>Consent Form</i>	xxxii
Lampiran 5 Hasil Kuesioner	xxxv
Lampiran 6 <i>Beta Test</i>	xliii
Lampiran 7 Transkrip Wawancara.....	xviii
Lampiran 8 Dokumentasi.....	xxvii

