PRODUKSI *WEBSITE* SEBAGAI MEDIA *PUBLIC RELATIONS* UNTUK MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* ORANG TUA TERHADAP SANGGAR PONOKAWAN KOTA SEMARANG

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Terapan Program Studi Informasi dan Humas Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro Semarang

Oleh:

Shafa Arauf Nadia

40020622650130

PROGRAM STUDI INFORMASI DAN HUMAS

SEKOLAH VOKASI

UNIVERSITAS DIPONEGORO

2026

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan sebenarnya, penulis menyatakan bahwa tugas akhir ini disusun tanpa mengambil bahan hasil karya ilmiah baik untuk memperoleh suatu gelar sarjana atau diploma yang sudah ada di universitas lain maupun hasil karya ilmiah lainnya. Penulis menyatakan bahwa tugas akhir ini tidak mengambil bahan dari publikasi atau tulisan orang lain kecuali yang sudah disebutkan dalam rujukan dan dalam daftar pustaka. Penulis bersedia menerima sanksi jika terbukti melakukan plagiasi/penjiplakan.

Nama	:	Shafa Arauf Nadia
NIM	:	40020622650130
Tanda Tangan	:	
Tanggal	:	15 Oktober 2026

HALAMAN PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Produksi *Website* sebagai Media *Public Relations*
untuk Meningkatkan *Brand Awareness* Orang Tua terhadap
Sanggar Ponokawan Kota Semarang

Disusun oleh:

Shafa Arauf Nadia

40020622650130

Semarang, 15 Oktober 2026

Disetujui oleh:

Dosen Pembimbing

Dr. Dra. Liliek Budiastuti, M.Si.

NIP. 196201311987032001

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama	:	Shafa Arauf Nadia
NIM	:	40020622650130
Program Studi	:	Informasi dan Humas
Judul Tugas Akhir	:	"Produksi *Website* sebagai Media *Public Relations* untuk Meningkatkan *Brand Awareness* Orang Tua terhadap Sanggar Ponokawan Kota Semarang"

Telah Berhasil dipertahankan di depan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlakukan untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan (STr.) pada Program Studi Sarjana Terapan Informasi dan Humas Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro.

TIM PENGUJI

Pembimbing	:	Dr. Dra. Liliek Budiastuti, M.Si. NIP. 196201311987032001	( )
Ketua Penguji	:	Nur Laili Mardhiyani, S.I.Kom., M.I.Kom. NIP. 199003172019032014	( )
Penguji 2	:	Dwi Nurrahmi Kusumastuti, M.I.Kom. NIP. 198911012024062001	( )

Semarang, 15 Oktober 2026

Ketua Program Studi Informasi dan Humas

Arifa Rachma Febriyani, S.I.Kom., M.I.Kom.

NIP. 199202122020122022

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO:

"Becoming is better than being."

(Carol S. Dweck, *Mindset*)

PERSEMBAHAN:

Dengan mengucapkan puji syukur ke hadirat Allah Swt, tugas akhir ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua dan saudara tercinta, yang senantiasa memberikan kasih sayang, doa, dukungan, serta menjadi sumber kekuatan bagi penulis dalam menyelesaikan pendidikan dan tugas akhir ini.
2. Keluarga besar penulis, yang selalu memberikan perhatian, doa, motivasi, dan kepercayaan kepada penulis dalam menjalani setiap proses selama masa perkuliahan.
3. Seluruh civitas akademika Universitas Diponegoro, yang telah menjadi tempat penulis memperoleh ilmu, pengalaman, dan berbagai kesempatan untuk berkembang selama menempuh pendidikan.
4. Dosen dan seluruh civitas akademika Program Studi Informasi dan Humas Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro, yang telah memberikan ilmu, arahan, bimbingan, serta pengalaman yang menjadi bagian penting dalam perjalanan akademik penulis.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan puji syukur kepada Allah Swt. atas rahmat, karunia, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul "Produksi *Website* sebagai Media *Public Relations* untuk Meningkatkan *Brand Awareness* Orang Tua terhadap Sanggar Ponokawan Kota Semarang". Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan pada Program Studi Informasi dan Humas, Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro. Selama proses penyusunan, penulis banyak menerima bimbingan, bantuan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah Swt., yang telah melimpahkan rahmat, kesehatan, kekuatan, dan kemudahan sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Kedua orang tua penulis, Bapak Pramono Heru dan Ibu Yuni Widyastuti, serta adik penulis Dhafa Rayhan Pramono yang telah memenuhi dan memberikan kasih sayang, doa, serta dukungan moral dan materi yang tidak pernah putus selama penulis menempuh pendidikan.
3. Prof. Dr. Ir. Budiyono, M.Si., selaku Dekan Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro.
4. Arifa Rachma Febriyani, S.I.Kom., M.I.Kom., selaku Ketua Program Studi Informasi dan Humas Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro.
5. Jazimatul Husna, S.IP., M.IP., selaku Sekretaris Program Studi Informasi dan Humas Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro.
6. Dr. Dra. Liliek Budiastuti, M.Si., selaku dosen pembimbing, yang dengan sabar menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing serta memberikan arahan, kritik, dan saran yang sangat berarti selama penyusunan tugas akhir ini.
7. Nur Laili Mardhiyani, S.I.Kom., M.I.Kom., selaku Ketua Penguji, yang telah memberikan kritik, saran, dan masukan yang membangun demi penyempurnaan tugas akhir ini.

8. Dwi Nurrahmi Kusumastuti, M.I.Kom., selaku Anggota Penguji, yang telah memberikan kritik, saran, dan masukan berharga yang membantu menyempurnakan tugas akhir ini.
9. Bapak Warseno selaku pendiri dan pengajar Sanggar Ponokawan, Bapak Kardi Selaku pengurus Sanggar Ponokawan, Bapak Agus selaku pengurus Yayasan Kampung Seni 29, dan Bapak Sunuaji yang telah bersedia membantu, mendampingi proses pengumpulan bahan, serta mempercayakan koleksi wayang dan gamelan sanggar untuk dijadikan bahan karya.
10. Seluruh orang tua siswa dan siswa Sanggar Ponokawan, yang telah meluangkan waktu untuk berbagi pengalaman dan pendapat.
11. Kepada sahabat penulis, Catelia, Najwania, dan Safa yang telah memberikan ruang bagi penulis untuk menangis saat sedih, membagikan kebahagiaan saat bersama. Semoga senantiasa menemani hingga selamanya.
12. Kepada Najwa, Afi, Emily, Syifa yang selalu peduli, membersamai dan selalu menanyakan kabar penulis.
13. Kepada Fadhila Hanifa yang sudah membersamai penulis sejak Sekolah Menengah Atas, masa perkuliahan, hingga masa yang akan datang.
14. Nadia, Lila, Athira, Bintang, yang telah membersamai penulis dari sejak Sekolah Menengah Pertama hingga masa yang akan datang.
15. Teman-teman seperjuangan di Program Studi Informasi dan Humas, atas dukungan, semangat, dan kebersamaan selama masa penyusunan Tugas Akhir ini.
16. Kepada diri sendiri, terima kasih karena selalu bangkit saat terjatuh, bertahan saat rapuh, selalu mengusahakan yang terbaik untuk masa depan cerah yang menunggu.
17. Seluruh pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa laporan tugas akhir ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis dengan rendah hati menerima kritik dan saran

dari berbagai pihak demi penyempurnaan laporan ini. Penulis berharap tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi Sanggar Ponokawan, serta menambah wawasan dan pengetahuan bagi pembaca, khususnya di bidang kehumasan.

Semarang, 15 Oktober 2026

Penulis

Shafa Arauf Nadia

NIM 40020622650130

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Swt atas limpahan rahmat, karunia, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul "Produksi *Website* sebagai Media *Public Relations* untuk Meningkatkan *Brand Awareness* Orang Tua terhadap Sanggar Ponokawan Kota Semarang". Tugas akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan pada Program Studi Informasi dan Humas, Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro.

Laporan tugas akhir ini terdiri atas lima bab dengan uraian sebagai berikut:

BAB I – PENDAHULUAN

Bab ini memuat latar belakang yang menguraikan kondisi Sanggar Ponokawan, mulai dari upaya pelestarian seni pedalangan dan karawitan, rendahnya *Brand Awareness*, hingga belum optimalnya media digital yang dimiliki sanggar. Bab ini juga memuat rumusan masalah, tujuan, manfaat, dan luaran karya berupa *website* sebagai media *Public Relations* beserta modul panduan pengelolaannya.

BAB II – TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi karya terdahulu sebagai pembanding dan landasan teori yang menjadi acuan pengembangan karya, meliputi *Public Relations*, media *Public Relations*, *website* sebagai media *Public Relations*, visualisasi tiga dimensi sebagai media pembelajaran, serta *Brand Awareness*.

BAB III – METODE PENCIPTAAN KARYA

Bab ini menjelaskan profil Sanggar Ponokawan, target sasaran, konsep karya, serta tahapan penciptaan karya yang menggunakan metode *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC) dan dipetakan ke dalam tahap pra-produksi, produksi, dan pascaproduksi. Bab ini juga memuat analisis kebutuhan berdasarkan *7Cs Framework*.

BAB IV – HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini memaparkan gambaran umum dan analisis masalah, kemudian proses produksi *website* sesuai tahapan MDLC, yaitu pengonsepan, desain, pengumpulan bahan, pembuatan, pengujian, dan pendistribusian, termasuk pembuatan model tiga dimensi wayang dan gamelan. Bab ini ditutup dengan evaluasi karya berdasarkan hasil survei melalui kuesioner pasca-projek, ketercapaian indikator keberhasilan yang telah ditetapkan, anggaran biaya akhir, dan *timeline* pelaksanaan.

BAB V – KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan yang diperoleh dari hasil pengembangan dan evaluasi karya, serta saran bagi Sanggar Ponokawan dan pengembangan karya selanjutnya agar *website* dapat terus dimanfaatkan dan diperbarui secara mandiri.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih memiliki keterbatasan dan jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis terbuka terhadap kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan karya ini di masa mendatang. Penulis berharap tugas akhir ini dapat memberi manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang kehumasan, serta menjadi referensi bagi pengembangan media digital pada sanggar seni dan organisasi budaya lainnya.

Semarang, 15 Oktober 2026

Penulis,

Shafa Arauf Nadia

ABSTRAK

Sanggar Ponokawan merupakan sanggar seni di Kota Semarang yang membina anak dan remaja usia 4-18 tahun dengan fokus kesenian pedalangan dan karawitan. Survei pra-proyek terhadap 30 orang tua di Semarang menunjukkan *Brand Awareness* terhadap sanggar masih rendah, yaitu 66,7% responden belum pernah mendengar namanya dan hanya 10% responden yang mengetahuinya dengan baik. Kondisi ini berkaitan dengan media digital sanggar yang belum menjawab kebutuhan informasi orang tua dan tidak sepenuhnya berada di bawah kendali sanggar. Oleh karena itu, tugas akhir ini bertujuan memproduksi *website* sebagai media *Public Relations* untuk meningkatkan *Brand Awareness* orang tua terhadap Sanggar Ponokawan di Kota Semarang, yaitu pengetahuan orang tua mengenai keberadaan, program, dan keunggulan sanggar. Produksi mengikuti tahapan *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC), yaitu pengonsepan, desain, pengumpulan bahan, pembuatan, pengujian, dan pendistribusian. *Website* yang dihasilkan memuat profil, prestasi, aktivitas, testimoni, jadwal latihan, dan formulir pendaftaran, serta visualisasi tiga dimensi (3D) tentang wayang dan tentang gamelan. Evaluasi dilakukan melalui paparan langsung dan Survei pasca-proyek terhadap 30 responden yang sama dengan Survei pra-proyek. Hasilnya, 93,3% hingga 100% responden menilai setiap jenis informasi pada *website* sudah memadai, halaman Tentang Gamelan dan Tentang Wayang menjadi halaman yang paling lama dibuka oleh 83,3% dan 80% responden, 90% responden menyatakan pengetahuannya tentang sanggar meningkat, dan keberadaan Sanggar Ponokawan diketahui oleh 66,7% responden dibandingkan 10% responden pada Survei pra-proyek. Kardi selaku pengurus sanggar menilai kesesuaian dan kemudahan pengelolaan *website* dengan rata-rata 4,33 dari skala 5. Seluruh hasil memenuhi target minimal, yaitu lebih dari 50% responden untuk indikator dari sisi orang tua dan skor minimal 4 untuk penilaian mitra. Dengan demikian, *website* dapat meningkatkan *Brand Awareness* orang tua terhadap Sanggar Ponokawan pada responden yang terpapar *website*. Keberlanjutan pengelolaan didukung melalui penyerahan akses *dashboard backend*, modul panduan, dan pelatihan langsung kepada pengurus sanggar.

Kata kunci: *Website*, *Public Relations, Brand Awareness*, Sanggar Ponokawan, 3D.

ABSTRACT

Sanggar Ponokawan is an art studio in Semarang City that trains children and teenagers aged 4-18 in traditional puppetry (pedalangan) and gamelan music (karawitan). A pre-project survey of 30 parents in Semarang showed that Brand Awareness of the studio was low: 66.7% of respondents had never heard of it, and only 10% knew it well. This condition is related to the studio's digital media, which did not meet parents' information needs and were not fully under the studio's control. Therefore, this final project aims to produce a website as a Public Relations medium to increase parents' Brand Awareness of Sanggar Ponokawan in Semarang City, namely parents' knowledge of the studio's existence, programs, and strengths. The production followed the Multimedia Development Life Cycle (MDLC), consisting of concept, design, material collecting, assembly, testing, and distribution. The resulting website contains the studio's profile, achievements, activities, testimonials, training schedule, and a registration form, as well as three-dimensional (3D) visualizations of wayang puppets and gamelan instruments. The evaluation used direct exposure and a post-project survey of the same 30 respondents as the pre-project survey. The results show that 93.3% to 100% of respondents rated each type of information on the website as sufficient, the Tentang Gamelan (About Gamelan) and Tentang Wayang (About Wayang) pages were the longest-viewed pages for 83.3% and 80% of respondents, 90% of respondents reported that their knowledge of the studio had increased, and 66.7% of respondents knew of Sanggar Ponokawan compared to 10% in the pre-project survey. Kardi as the studio administrator rated the website's suitability and ease of management at an average of 4.33 on a 5-point scale. All results met the minimum targets, namely more than 50% of respondents for the parent-side indicators and a minimum score of 4 for the partner assessment. Therefore, the website can increase parents' Brand Awareness of Sanggar Ponokawan among respondents exposed to it. Sustainable management is supported by handing over backend dashboard access, a guidebook, and direct training to the studio's administrators.

Keywords: Website, Public Relations, Brand Awareness, Sanggar Ponokawan, 3D.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS i
HALAMAN PERSETUJUAN TUGAS AKHIR i
HALAMAN PENGESAHAN ..... **Error! Bookmark not defined.**
MOTTO DAN PERSEMBAHAN iii
UCAPAN TERIMA KASIH v
KATA PENGANTAR viii
ABSTRAK x
ABSTRACT xi
DAFTAR ISI xii
DAFTAR GAMBAR xv
DAFTAR TABEL xviii
DAFTAR LAMPIRAN xix
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 17
1.3 Tujuan 18
1.4 Manfaat 18
1.4.1 Bagi Penulis 18
1.4.2 Bagi Sanggar Ponokawan 18
1.4.3 Bagi Program Studi 18
1.4.4 Bagi Masyarakat 18
1.5 Luaran 19
BAB II TINJAUAN PUSTAKA 20
2.1 Karya Terdahulu 20
2.2 Landasan Teori 22
2.2.1 *Public Relations* 22
2.2.2 Media *Public Relations* 24

2.2.3 *Website* sebagai Media *Public Relations* 26
2.2.4 Visualisasi 3D sebagai Media Pembelajaran 26
2.2.5 *Brand Awareness* 28
BAB III METODE PENCIPTAAN KARYA 29
3.1 Profil Sanggar Ponokawan 29
3.2 Target 30
a. Demografis 30
b. Geografis 30
c. Psikografis 30
3.3 Konsep Karya 30
3.4 Tahapan Penciptaan Karya 31
3.5 Pra-produksi 32
3.5.1 Pelaksanaan Riset Pra-Projek 32
3.5.2 Pengonsepan 34
3.5.2.1 Analisis Kebutuhan *Website* berdasarkan *7Cs Framework* 34
3.6 Produksi 36
3.6.1 Perancangan dan Pengumpulan Bahan 36
3.6.1.1 Tema 36
3.6.1.2 *Use Case Diagram* 37
3.6.1.3 *Wireframe Website* 40
3.6.1.4 Tampilan Laman 42
3.6.1.5 Warna 52
3.6.2 Pembuatan 54
3.6.2.1 Media Pengembangan 54
3.7 Pasca-produksi 56
3.7.1 Uji Coba Rancangan 56
3.7.2 Evaluasi Rancangan 56
3.7.3 Publikasi 56
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 57

4.1 Gambaran Umum 57
4.2 Analisis Masalah 57
4.3 Perencanaan 58
4.4 Pengonsepan 61
4.5 Implementasi Tahap Desain 66
4.6 Implementasi Tahap *Material Collecting* 84
4.7 Implementasi Tahap *Assembly* 96
4.8 Implementasi Tahap *Testing* 97
4.9 Implementasi Tahap *Distribution* 100
4.10 Evaluasi Karya 104
4.11 Keberlanjutan Karya 112
4.12 Hambatan dan Solusi 114
4.13 *Timeline* Pelaksanaan 114
4.14 Realisasi Anggaran Biaya 115
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 117
5.1 Kesimpulan 117
5.2 Saran 118
DAFTAR PUSTAKA 119
LAMPIRAN 123

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Instagram Sanggar Ponokawan 4
Gambar 1. 2 Postingan Terakhir Sanggar Ponokawan 5
Gambar 1. 3 Website Sanggar Ponokawan 5
Gambar 1. 4 TikTok Sanggar Ponokawan 7
Gambar 1. 5 Postingan Terakhir TikTok Sanggar Ponokawan 7
Gambar 1. 6 YouTube Sanggar Ponokawan 8
Gambar 1. 7 Video Terakhir YouTube Sanggar Ponokawan 8
Gambar 1. 8 Tingkat *Brand Awareness* Responden 10
Gambar 1. 9 Tingkat *Brand Awareness* Sanggar Ponokawan jika Disandingkan dengan Kompetitor 11
Gambar 1. 10 Tingkat *Brand Awareness* Media Sosial Terhadap Sanggar Ponokawan 11
Gambar 1. 11 Kebutuhan Informasi Responden Terhadap Sanggar Kesenian 12
Gambar 1. 12 Preferensi Metode Pengenalan Kesenian Kepada Anak Responden 14
Gambar 3. 1 Penerapan Model MDLC 32
Gambar 3. 2 Use case diagram Pengunjung 38
Gambar 3. 3 Use case diagram Admin 40
Gambar 3. 4 Wireframe *Website* 41
Gambar 3. 5 Ilustrasi Tampilan Beranda 42
Gambar 3. 6 Ilustrasi Tampilan Keunggulan 43
Gambar 3. 7 Ilustrasi Tampilan Profil Sanggar 44
Gambar 3. 8 Ilustrasi Tampilan Tentang Wayang 45
Gambar 3. 9 Ilustrasi Tampilan Tentang Gamelan 46
Gambar 3. 10 Ilustrasi Tampilan Seputar Sanggar Ponokawan 47
Gambar 3. 11 Ilustrasi Laman Prestasi 48
Gambar 3. 12 Ilustrasi Laman Galeri Kegiatan 48
Gambar 3. 13 Ilustrasi Laman Testimoni 49
Gambar 3. 14 Ilustrasi Laman Jadwal Latihan 50
Gambar 3. 15 Ilustrasi Laman Formulir 51
Gambar 3. 16 Ilustrasi Laman Footer 51
Gambar 3. 17 Palet Warna Cokelat Tua 52
Gambar 3. 18 Palet Warna Emas 53
Gambar 3. 19 Palet Warna Merah Marun 53
Gambar 3. 20 Palet Warna Krem 54

Gambar 4. 1 Kunjungan Wawancara dengan Pemilik 59
Gambar 4. 2 Susunan 7Cs Framework Sanggar Ponokawan 61
Gambar 4. 3 Wireframe Awal 62
Gambar 4. 4 Wireframe Akhir 63
Gambar 4. 5 Palet Warna 64
Gambar 4. 6 Tipografi Website Sanggar Ponokawan 65
Gambar 4. 7 Implementasi Awal Website 66
Gambar 4. 8 Implementasi Awal Beranda 67
Gambar 4. 9 Implementasi Akhir Beranda 68
Gambar 4. 10 Implementasi Akhir Keunggulan 68
Gambar 4. 11 Implementasi Akhir Profil 69
Gambar 4. 12 Wireframe Awal Tentang Wayang 70
Gambar 4. 13 Implementasi Akhir Tentang Wayang 70
Gambar 4. 14 Implementasi 3D Tentang Wayang 71
Gambar 4. 15 Implementasi Akhir 3D Tentang Wayang 72
Gambar 4. 16 Implementasi Akhir 3D Tentang Wayang 73
Gambar 4. 17 Wireframe Awal Tentang Gamelan 74
Gambar 4. 18 Implementasi Akhir Tentang Gamelan 75
Gambar 4. 19 Implementasi Awal Gender 75
Gambar 4. 20 Implementasi Akhir Gender 76
Gambar 4. 21 Implementasi Awal Seputar Sanggar 77
Gambar 4. 22 Implementasi Awal Galeri Kegiatan 77
Gambar 4. 23 Implementasi Akhir Aktivitas Sanggar 78
Gambar 4. 24 Implementasi Akhir Prestasi 79
Gambar 4. 25 Implementasi Akhir Testimoni 80
Gambar 4. 26 Implementasi Akhir Jadwal Latihan 80
Gambar 4. 27 Implementasi Akhir Formulir 81
Gambar 4. 28 Bilah Navigasi Awal 82
Gambar 4. 29 Bilah Navigasi Akhir 83
Gambar 4. 30 Pengumpulan Bahan Profil 84
Gambar 4. 31Pengumpulan Bahan Profil 85
Gambar 4. 32 Wawancara dengan Siswa Sanggar 86
Gambar 4. 33 Foto Asli Wayang 87
Gambar 4. 34 Implementasi Model 3d Wayang 88
Gambar 4. 35 Implementasi Akhir Model 3d Wayang 89
Gambar 4. 36 Tampak Samping Gender 90
Gambar 4. 37 Tampak Atas Gender 90
Gambar 4. 38 Tampak Dekat Tabuh 91
Gambar 4. 39 Pengumpulan Suara Gamelan 91
Gambar 4. 40 Model Awal Gender 92

Gambar 4. 41 Model Akhir Gender 92
Gambar 4. 42 Pengumpulan Prestasi 93
Gambar 4. 43 Pengumpulan Bahan Dokumentasi 94
Gambar 4. 44 Pemotretan untuk Aktivitas Sanggar 94
Gambar 4. 45 Wawancara dengan Orang Tua 95
Gambar 4. 46 Pembuatan Awal Sistem Website 96
Gambar 4. 47 Contoh Error pada Sistem Website 97
Gambar 4. 48 Pengecekan Website Sanggar 98
Gambar 4. 49 Pengecekan Website Sanggar pada Komputer 98
Gambar 4. 50 Pengecekan Website pada Ponsel 99
Gambar 4. 51 Pengecekan 3D Model 100
Gambar 4. 52 Persetujuan dari Pihak Sanggar 101
Gambar 4. 53 Penyerahan Website dan Panduan kepada Pengurus 101
Gambar 4. 54 Pemberian Arahan kepada Pengurus 102
Gambar 4. 55 Tautan website di Instagram Sanggar 103
Gambar 4. 56 Hasil Survei Pasca Projek Kejelasan Informasi 105
Gambar 4. 57 Hasil Survei Halaman yang Paling Lama Dibuka 106
Gambar 4. 58 Hasil Survei Informasi yang Paling Diingat 106
Gambar 4. 59 Hasil Survei Pengenalan Nama Sebelum Paparan 107
Gambar 4. 60 Hasil Survei Pengenalan Nama Setelah Paparan 108
Gambar 4. 61Hasil Survei Pra dan Pasca Projek Daftar Nama Sanggar 109
Gambar 4. 62 Panduan Pengelolaan Website 113

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Hasil Observasi Kompetitor 15
Tabel 4. 1 Hasil Tes Pengetahuan tentang Sanggar Ponokawan 110
Tabel 4. 2 Indikator Penilaian oleh Mitra.....111
Tabel 4. 3 Timeline Akhir Pelaksanaan.....115
Tabel 4. 4 Hasil Biaya Akhir 116

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Berita Acara Serah Terima 123
Lampiran 2 Surat Ciptaan HKI 127
Lampiran 3 Keterangan Bebas Plagiasi 128