



Perancangan Website Company Profile Pada CV Mitra Kuring Menggunakan Metode *Design Thinking*

Bagus Subekti¹, Fadli Iman², Fajar Nur Fikri³, Bagus Adriansyah⁴, Selamat Anggi Saputra⁵, Sunata⁶, Ahmad Nursodiq^{7*}

^{1,2,3,4,5,6,7}Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Indonesia

Email : ¹bagussubekti24@gmail.com, ²fadli.iman99@gmail.com, ³nabilmuranda@gmail.com,
⁴bagusadriansyah98@gmail.com, ⁵selametsaputra076@gmail.com, ⁶nattasunn@gmail.com,
^{7*}dosen02526@unpam.ac.id

(* : coressponding author)

Abstrak - Perancangan website company profile untuk CV Mitra Kuring bertujuan untuk meningkatkan visibilitas dan citra profesional perusahaan di dunia digital. Dengan menggunakan metode *Design Thinking*, website ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan pengguna dengan fokus pada estetika, fungsionalitas, dan pengalaman pengguna yang optimal. Hasil pengujian menunjukkan bahwa website yang dirancang memberikan kepuasan tinggi bagi pengguna dan efektif sebagai alat promosi digital.

Kata Kunci: *Company Profile, Website, Design Thinking*

Abstract - The design of the company profile website for CV Mitra Kuring aims to enhance the company's visibility and professional image in the digital world. Using the *Design Thinking* method, the website is designed to meet user needs with a focus on aesthetics, functionality, and optimal user experience. Testing results show that the designed website provides high user satisfaction and is effective as a digital promotion tool.

Keywords: *Company Profile, Website, Design Thinking*

1. PENDAHULUAN

CV (Commanditaire Vennootschap) atau persekutuan komanditer adalah salah satu bentuk badan usaha yang populer di Indonesia. CV didirikan berdasarkan persekutuan antara dua jenis sekutu: sekutu aktif yang memiliki tanggung jawab penuh terhadap jalannya operasional perusahaan, dan sekutu pasif yang hanya menyeter modal tanpa terlibat dalam pengelolaan. Struktur ini memberikan fleksibilitas tinggi dalam pendirian dan pengelolaan perusahaan, serta memudahkan pengusaha kecil dan menengah untuk memulai usaha dengan modal yang relatif rendah dan prosedur yang lebih sederhana dibandingkan dengan Perseroan Terbatas (PT).

CV Mitra Kuring merupakan perusahaan yang berfokus pada penyediaan jasa konstruksi, renovasi, dan instalasi peralatan gedung perkantoran. Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi dan semakin berkembangnya tren pemasaran berbasis digital, banyak perusahaan mulai beralih dari pemasaran konvensional ke metode promosi yang lebih modern dan efisien, seperti penggunaan website sebagai sarana komunikasi utama dengan audiens.

Sebagai perusahaan yang ingin terus berkembang dan memperluas jaringan bisnis, CV Mitra Kuring memerlukan sebuah platform digital yang dapat menjadi wajah profesional perusahaan di dunia maya. Website company profile menjadi solusi strategis yang dapat membantu perusahaan memperkenalkan diri, memaparkan layanan-layanan yang ditawarkan, serta meningkatkan kredibilitas di mata pelanggan dan mitra bisnis potensial.

Website company profile berfungsi lebih dari sekadar halaman informasi. Website ini akan menjadi alat yang efektif untuk memperkenalkan identitas perusahaan, menjelaskan produk dan layanan yang ditawarkan, serta membangun hubungan yang lebih baik dengan pelanggan melalui komunikasi yang lebih efisien dan interaktif. Di samping itu, situs ini juga berfungsi untuk meningkatkan visibilitas perusahaan di mesin pencari melalui optimasi SEO, serta menyediakan ruang untuk portofolio, testimoni klien, dan informasi kontak yang mudah diakses.

Namun, perancangan website company profile yang efektif bukanlah hal yang sederhana. Dibutuhkan pendekatan yang mengutamakan kebutuhan pengguna agar website tidak hanya



memiliki tampilan yang menarik, tetapi juga menawarkan kemudahan dalam penggunaannya dan informatif. Oleh karena itu, perancangan website ini akan mengadopsi metode *Design Thinking*, yaitu sebuah pendekatan yang menitikberatkan pada pemahaman mendalam terhadap pengguna dan kebutuhan mereka.

Dengan menggunakan *Design Thinking*, diharapkan website yang dihasilkan tidak hanya sekedar memenuhi kebutuhan dasar informasi, tetapi juga menghadirkan pengalaman pengguna yang maksimal. Proses ini akan membantu CV Mitra Kuring untuk membangun citra profesional yang kuat, memperkenalkan layanan secara lebih menarik, dan pada akhirnya meningkatkan konversi pengunjung menjadi pelanggan atau mitra bisnis yang lebih potensial.

Secara keseluruhan, perancangan website company profile ini bertujuan untuk memaksimalkan potensi CV Mitra Kuring dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai alat strategis dalam mempromosikan layanan, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan interaksi dengan pelanggan.

2. METODE

2.1 Metode Pengumpulan Data

Dalam rangka menyusun laporan ini, dibutuhkan data dan informasi yang komprehensif. Metodologi pengumpulan data yang penulis lakukan adalah :

- a. Observasi, Penulis akan melakukan observasi langsung terhadap kebutuhan promosi CV Mitra Kuring, terutama dalam penggunaan media digital. Observasi ini mencakup pengamatan terhadap website dari perusahaan sejenis untuk mempelajari tren desain yang efektif dan sesuai dengan industri jasa konstruksi.
- b. Wawancara, Penulis akan melakukan wawancara dengan pihak terkait di CV Mitra Kuring, seperti manajemen dan tim pemasaran, untuk mengidentifikasi kebutuhan dan harapan mereka terhadap website. Wawancara ini juga akan menggali informasi terkait strategi pemasaran yang telah dijalankan sebelumnya dan tantangan yang dihadapi.
- c. Studi Literatur, Penulis akan melakukan kajian pustaka dari berbagai sumber, seperti buku, jurnal, artikel, dan penelitian sebelumnya yang relevan dengan desain website, pemasaran digital, dan pengembangan web. Literatur ini akan digunakan untuk mendasari perancangan website yang efektif serta memahami konsep optimasi pengalaman pengguna dan SEO.
- d. Dokumentasi, Data terkait layanan CV Mitra Kuring, seperti profil perusahaan, katalog layanan, dan konten promosi yang sudah ada, akan dikumpulkan dan dianalisis untuk digunakan sebagai bahan utama dalam perancangan konten website.

2.2 Metode Penelitian

Metode penelitian adalah cara yang sistematis untuk mengumpulkan, menganalisis, dan memahami data dengan tujuan menyelesaikan suatu masalah atau menjawab pertanyaan. Metode ini mencakup langkah-langkah yang diikuti oleh peneliti agar data yang diperoleh akurat dan dapat dipercaya.

Dalam metode penelitian ini, perancangan website sebagai media promosi layanan pada CV Mitra Kuring karena metode ini mengutamakan pengerjaan yang berurutan dan sistematis. Setiap tahap perlu diselesaikan terlebih dahulu sebelum melanjutkan ke tahap selanjutnya, sehingga memastikan setiap fase pengembangan dilakukan dengan tepat dan terukur. Adapun tahapan dalam metode ini yaitu sebagai berikut:

- a. Analisis Kebutuhan

Pada tahap ini, dilakukan analisis kebutuhan untuk menentukan elemen-elemen yang dibutuhkan dalam perancangan website. Analisis ini mencakup identifikasi tujuan utama website, target audiens, serta fitur-fitur yang harus ada untuk meningkatkan promosi layanan CV Mitra



Kuring. Keberhasilan tahap ini sangat bergantung pada pemahaman yang mendalam tentang kebutuhan pengguna dan tujuan perusahaan.

b. Desain

Desain sistem meliputi perancangan tampilan dan tata letak website, termasuk elemen visual dan fungsional yang akan digunakan. Pada tahap ini, dilakukan sketsa awal dan pembuatan wireframe untuk menggambarkan bagaimana informasi dan layanan akan ditampilkan di website. Desain juga harus mempertimbangkan optimasi untuk perangkat seluler dan browser agar website dapat diakses dengan baik oleh pengguna.

c. Penulisan Kode Program

Tahap ini merupakan penerjemahan desain ke dalam kode program. Desain yang telah dibuat kemudian diterjemahkan ke dalam bahasa pemrograman yang dapat dipahami dan dijalankan oleh komputer. Programmer akan mengimplementasikan desain ke dalam bahasa pemrograman php dengan kebutuhan website company profile. Penulisan kode ini dilakukan sesuai dengan standar yang disepakati dan harus memperhatikan aspek kecepatan akses dan performa website.

d. Pengujian

Pengujian dilakukan untuk memastikan bahwa website berfungsi dengan tepat sesuai dengan spesifikasi yang telah ditetapkan. Uji coba meliputi pengujian terhadap tampilan, fungsionalitas, dan performa website di berbagai perangkat dan browser. Tujuannya adalah untuk menemukan dan memperbaiki kesalahan (bug) yang mungkin muncul selama pengembangan.

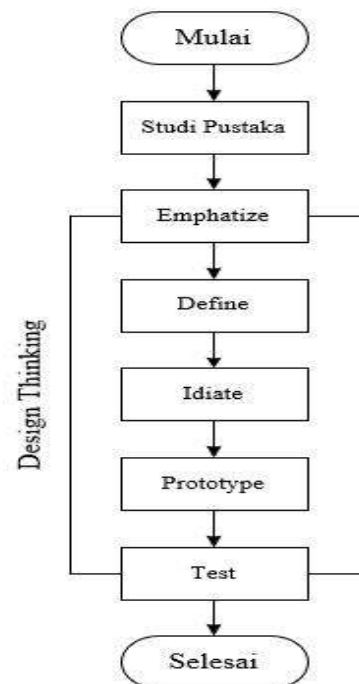
e. Pemeliharaan

Setelah website selesai dan diimplementasikan, tahap pemeliharaan dilakukan untuk memastikan website tetap berfungsi dengan baik. Pemeliharaan meliputi perbaikan bug yang ditemukan setelah implementasi, pembaruan konten, serta penyesuaian jika ada perubahan kebutuhan dari CV Mitra Kuring atau perkembangan teknologi yang mempengaruhi performa website.

3. ANALISA DAN PEMBAHASAN

3.1 Perancangan Sistem

Pada perancangan sistem website ini menerapkan metode *Design Thinking* dengan mengikuti tahapan prosedur yang terstruktur. Menurut (Hussein, 2018) Metode *Design Thinking* yaitu salah satu sarana pemikiran dimana berpusat pada manusia. Pada proses inovasi, metode ini menempatkan perhatian utama pada pengguna hasil inovasi. Tujuannya adalah menghasilkan gagasan, ide, produk, atau layanan yang terus berkembang sesuai dengan keperluan dan dinamika user. Proses inovasi dengan metode *Design Thinking* dijelaskan dalam enam fase: definisi, riset, interpretasi, evaluasi, pembuatan prototype, dan evaluasi.



Gambar 1. Metode Penelitian (Sumber Peneliti 2024)

1. Emphatize

Pada langkah pertama ini, fokusnya adalah memahami pengguna secara mendalam untuk mengidentifikasi tantangan dan keperluan mereka. Sasaran utama dari tahap ini adalah untuk memahami keperluan pengguna, motivasi orang - orang, serta aktivitas sehari-hari yang mereka lakukan. Pengetahuan tentang psikologi sangat penting dalam tahap ini, yang dapat dicapai dengan melibatkan user melalui wawancara. Proses ini membantu menciptakan dasar yang kuat untuk tahap-tahap berikutnya dalam desain.

2. Define

Setelah tahap empati, informasi yang telah dikumpulkan digunakan untuk mengenali masalah utama dan menemukan peluang perbaikan bagi pengguna. Pada tahap ini, tujuannya adalah memahami masalah yang sebenarnya perlu diselesaikan dengan tetap mempertahankan sisi manusia dari produk. Definisi masalah ini akan menjadi fokus dalam pengembangan prototipe desain website. Ini adalah langkah kritis karena menentukan arah pengembangan dan menjamin bahwa solusi yang diberikan benar-benar sesuai dengan kebutuhan pengguna.

3. Ideate

Tahap ideasi adalah proses menghasilkan berbagai ide dengan mempertimbangkan asumsi yang ada dan menghasilkan ide-ide kreatif. Hasil dari langkah ini adalah daftar konsep yang dapat ditindaklanjuti. Gagasan-gagasan tersebut kemudian dikembangkan menjadi mockup berkualitas tinggi yang akan berkembang menjadi prototipe. Proses ini melibatkan sesi brainstorming dan teknik kreatif lainnya untuk menghasilkan solusi yang beragam dan potensial.

4. Prototype

Pada tahap ini, ide yang telah dipilih diterapkan dalam bentuk prototipe. Prototipe ini adalah representasi awal dari produk akhir yang memungkinkan pengujian konsep dan fungsionalitas. Melalui tahap ini, ide yang abstrak diwujudkan menjadi sesuatu yang dapat dilihat dan diinteraksikan oleh pengguna. Prototipe membantu mengidentifikasi kelemahan dan area yang perlu ditingkatkan sebelum produk final dikembangkan.



5. Test

Prototipe yang telah dikembangkan kemudian diuji dari user. Melalui pengalaman pengguna saat menggunakan prototipe, diperoleh masukan yang berguna untuk memperbaiki serta menyempurnakan produk. Tahap uji coba ini sangat penting karena memungkinkan pengembang untuk mengetahui bagaimana pengguna berinteraksi dengan produk serta mengidentifikasi masalah yang mana mungkin tidak terdeteksi sebelumnya. Dengan demikian, produk akhir yang diperoleh akan lebih sesuai dengan kebutuhan harapan pengguna.

3.2 Hasil dan Pembahasan

Hasil perancangan website menggunakan metode *Design Thinking* dilakukan mengikuti prosedur tahapan sebagai berikut :

a. Tahap Emphatize

Studi kasus ini berfokus pada pengguna gadget dari kalangan lansia (lanjut usia) dan orang tua yang mungkin kurang terbiasa dengan teknologi. Mereka memerlukan sebuah website yang sangat mudah digunakan tanpa mengorbankan nilai estetika. Berdasarkan tahapan Empathize, beberapa pengguna menghadapi kendala dalam menavigasi situs web dan merasa kurang nyaman menggunakan tata letak yang kompleks. Faktor-faktor yang mempengaruhi termasuk ukuran teks yang terlalu kecil, elemen desain yang tidak intuitif, navigasi yang membingungkan, serta informasi yang terlalu banyak di satu halaman.

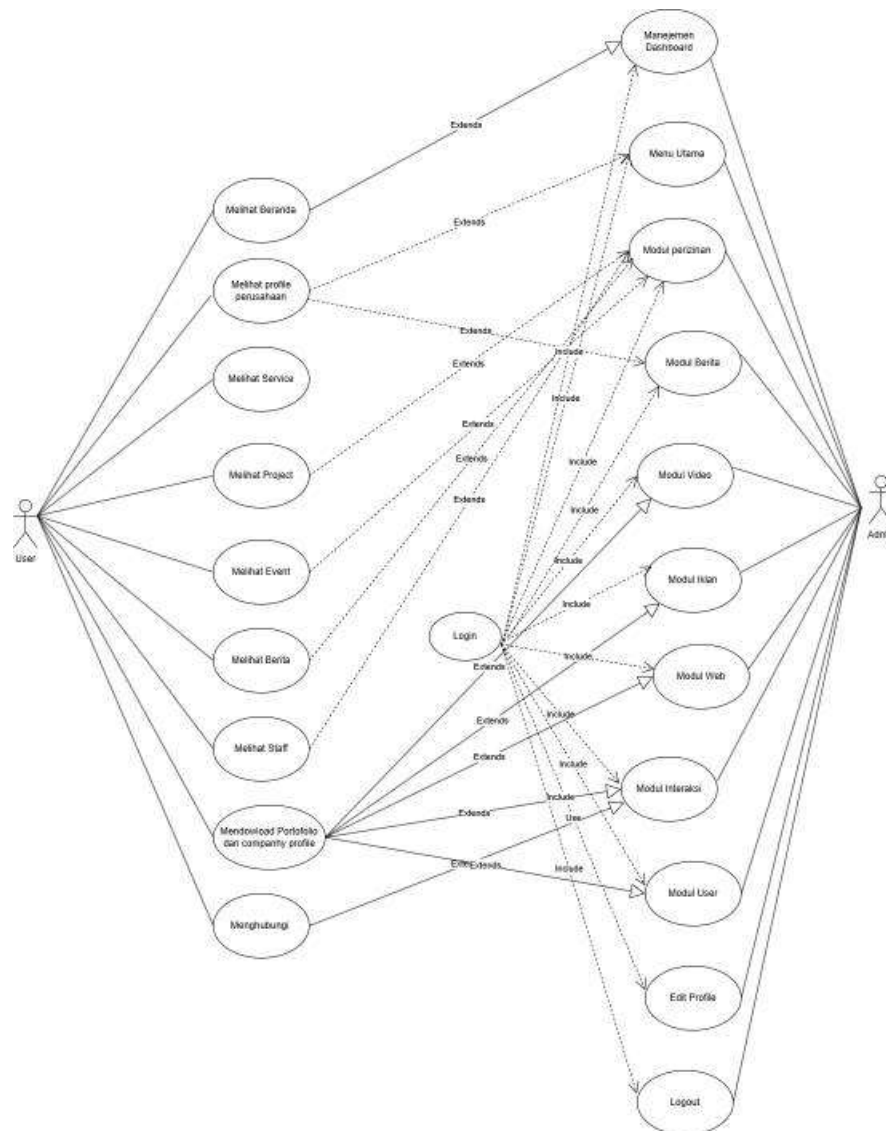
Hasil wawancara mengungkap bahwa desain website yang terlalu rumit dan tidak ramah pengguna membuat mereka enggan melanjutkan interaksi atau memahami konten yang ditawarkan. Oleh karena itu, diperlukan desain website yang sederhana, jelas, dan intuitif, sehingga dapat diakses dan digunakan dengan mudah oleh pengguna lansia atau orang tua yang kurang akrab dengan teknologi. Desain tersebut juga harus mempertahankan elemen estetika yang menarik dan profesional.

b. Pembentukan Logika Fuzzy

Pada tahap ini, penulis mengumpulkan semua gagasan dari wawancara yang dilakukan dengan pengguna sasaran. Tujuannya adalah untuk membuat website yang menarik, sesuai dengan harapan pengguna, dan memberikan pengalaman yang memuaskan. Hal ini penting agar pengguna lansia atau orang tua dapat dengan mudah mengakses dan menggunakan halaman tersebut, sekaligus tetap mempertahankan elemen estetika yang menarik dan profesional. Desain yang sederhana, jelas, dan intuitif diharapkan dapat meningkatkan interaksi dan efektivitas promosi yang dilakukan.

c. Implementasi pada Aplikasi Berbasis Web

Pada tahap ini, gagasan-gagasan yang dihasilkan melalui wawancara dengan pengguna diubah menjadi desain website. Ide atau konsep tersebut mencakup solusi terhadap permasalahan yang disampaikan oleh pengguna, serta mempertimbangkan berbagai kemungkinan dalam desain, seperti penyusunan objek, tombol, tipe gambar, tata letak, dan lain-lain. Gambar 3, 4, 5, dan 6 adalah contoh desain website yang telah dibuat berdasarkan tahapan-tahapan sebelumnya. Desain-desain ini bertujuan untuk menciptakan halaman yang mudah diakses dan digunakan oleh pengguna lansia atau orang tua, sekaligus tetap mempertahankan elemen estetika yang menarik dan profesional.



Gambar 2. Use Case Web Profile



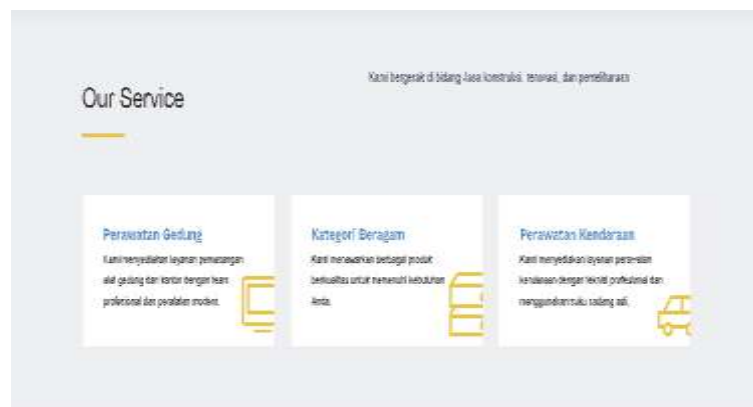
Gambar 3. Home



JRIIN : Jurnal Riset Informatika dan Inovasi
Volume 2, No. 12 Mei Tahun 2025
ISSN 3025-0919 (media online)
Hal 2149-2158



Gambar 4. Tentang Kami



Gambar 5. Layanan



Gambar 6. Hasil Proyek

d. Tahapan Test

Pada tahap ini, dilaksanakan pengujian pada desain prototipe website CV Mitra Kuring menggunakan metode System Usability Scale (SUS). SUS adalah sebuah kuesioner yang diterapkan untuk menilai tingkat manfaat sebuah mekanisme berdasarkan perspektif subjektif user. Pengujian ini melibatkan serangkaian 10 pernyataan dalam kuesioner yang mengukur



JRIIN : Jurnal Riset Informatika dan Inovasi
Volume 2, No. 12 Mei Tahun 2025
ISSN 3025-0919 (media online)
Hal 2149-2158

aspek usability dari sistem. Setiap pernyataan diberi penilaian menggunakan skala Likert dengan rentang nilai dari 1 hingga 5, di mana 1 menunjukkan sangat tidak setuju dan 5 menunjukkan sangat setuju.

Menurut (Wahyuningrum, 2021) Usability menilai sejauh mana suatu produk atau sistem dapat digunakan oleh pengguna tertentu untuk mencapai tujuan spesifik.

Tabel 1. Pernyataan (Sumber Peneliti 2024)

No	Pernyataan
1	Saya berpikir akan menggunakan sistem ini lagi
2	Saya merasa sistem ini rumit untuk digunakan
3	Saya merasa sistem ini mudah digunakan
4	Sistem ini memenuhi kabutuhan saya
5	Sistem ini memiliki antarmuka yang menarik
6	Saya merasa nyaman menggunakan sistem ini
7	Sistem ini membantu meningkatkan produktivitas saya
8	Sistem ini sering mengalami kesalahan
9	Saya merasa puas dengan sistem ini
10	Saya perlu membiasakan diri terlebih dahulu sebelum menggunakan sistem ini

Tabel 2. Responden (Sumber Peneliti 2024)

Responden	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10
R1	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4
R2	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3
R3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3
R4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3
R5	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4
R6	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3
R7	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3
R8	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3
R9	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3
R10	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3

Tabel 3. Skor Hasil Hitung (Sumber Peneliti 2024)

No	Jumlah	Nilai(Jumlah *2,5)
R1	35	87.5
R2	35	87.5
R3	35	87.5



R4	34	85
R5	35	87.5
R6	33	82.5
R7	34	85

Menghitung Rata-rata Nilai:

Jumlah Nilai: $87.5 + 87.5 + 87.5 + 85 + 87.5 + 85 + 85 + 85 + 87.5 + 85 = 872.5$

Rata-rata Nilai: $872.5 / 10 = 87.25$

Berdasarkan data responden dan perhitungan di atas, kita menemukan bahwa nilai rata-rata adalah 87.25.

Skor SUS dihitung dengan menjumlahkan skor dari 10 pertanyaan, kemudian mengalikan totalnya dengan 2.5 untuk mendapatkan skor antara 0 dan 100.

Berikut adalah interpretasi umum dari skor SUS:

Skor SUS 85 - 100: Excellent (Excellent usability)

Skor SUS 70 - 84: Good (Good usability)

Skor SUS 50 - 69: OK (OK usability)

Skor SUS < 50: Poor (Poor usability)

Berdasarkan tabel dan hasil perhitungan yang telah kita lakukan, website CV Mitra Kuring memiliki hasil rata-rata SUS sebesar 87.25. Ini menyatakan bahwa website tersebut mengandung kegunaan yang sangat baik dan dapat dikategorikan sebagai "Excellent usability". Oleh karena itu, berdasarkan tabel SUS score, website CV Mitra Kuring dapat dianggap berhasil dalam hal kegunaan.

4. KESIMPULAN

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan riset yang dilakukan terkait dengan perancangan website company profile sebagai sarana promosi untuk CV Mitra Kuring, metode *Design Thinking* diterapkan untuk memastikan desain yang dihasilkan sesuai dengan keperluan pengguna. Pengujian dilakukan dengan menggunakan System Usability Scale (SUS) menunjukkan bahwa prototipe desain website memperoleh skor 87,25 yang menunjukkan tingkat efisiensi, efektivitas, dan kepuasan pengguna yang sangat baik.

Website CV Mitra Kuring kini telah dapat diakses baik melalui perangkat desktop maupun mobile, dengan tujuan untuk meningkatkan pengalaman pengguna serta berfungsi sebagai media promosi untuk layanan CV Mitra Kuring.

5.2 Saran

Untuk pengembangan website CV Mitra Kuring, disarankan menambahkan elemen visual seperti gambar berkualitas tinggi, video, atau animasi yang relevan agar lebih menarik dan profesional. Navigasi website juga perlu disederhanakan dengan menyusun menu yang lebih intuitif serta menambahkan fitur breadcrumb untuk membantu pengguna melacak posisi mereka. Selain itu, pengayaan konten penting dilakukan dengan memperluas deskripsi layanan, menambahkan studi kasus, dan testimoni klien untuk meningkatkan kredibilitas perusahaan. Optimasi SEO juga perlu ditingkatkan dengan penggunaan kata kunci yang relevan dan meta deskripsi pada setiap halaman agar lebih mudah ditemukan di mesin pencari. Terakhir, pengujian usabilitas secara berkala sangat



dianjurkan untuk memastikan pengalaman pengguna tetap optimal dan memenuhi kebutuhan pengunjung.

REFERENCES

- Elgamar. (2020). *Konsep Dasar Pemrograman Website dengan PHP by Elgamar, S.Kom., M.Kom. (z-lib.org)* (Vol. 1, pp. 4–5).
- Fernando, R., & Wiratama, J. (2023). Developing Web-Based Point of Sales Application with SHA-512 Encryption on DBMS for Indonesian MSME's Culinary Industry. *Journal of Information Systems and Informatics*, 5(3), 1020–1032. <https://doi.org/10.51519/journalisi.v5i3.544>
- Hartono, R., Rosid, U. A., Nursamsi, D. R., Singaparna, J. B., & Tasikmalaya, K. (2023). Rancangan Ui/Ux Untuk Single Landing Page Menggunakan Metode *Design Thinking*. *Jurnal Teknologi Informasi*, 7(1), 72–77.
- Hussein, A. (2018). *Metode Design Thinking Untuk Inovasi Bisnis*. UB Press. www.ubpress.ub.ac.id
- Irvai, M., & Efranda, N. (2022). Implementasi Algoritma SHA512 Pada Keamanan Berita Acara Hasil Sidang Berbasis Web. *Journal of Information Technology Ampera*, 3(3), 453–466. <https://journal-computing.org/index.php/journal-ita/article/view/349>
- Khusna, A. N., & Dewanto, F. M. (2021). Analisis dan Perancangan Company Profile Berbasis Website Pada Batik Nice. *Science and Engineering National Seminar*, 6(1), 393–403.
- Liem, R., Erandaru, & Sutanto, R. P. (2019). Perancangan Buku Company Profile Sebagai Media Promosi Vegas Conceptual Show. *Jurnal DKV Adiwarna*, 2(7), 1–11. http://repository.unpas.ac.id/49571/1/JURNAL_%28Novia_Juni_Nawarini_178020105_MMRS%29%281%29.pdf
- Roro Santi, Mardhiya Ramdhani, Jajang Burhanudin, Robby Gunawan, & Rosanti. (2022). Perancangan Landing Page Untuk UMKM (Dodol Bintang). *Darma Abdi Karya*, 1(1), 25–33. <https://doi.org/10.38204/darmaabdikarya.v1i1.1049>
- Siska Narulita, Prihati, P., Priyambodo, A., Aditya, G., & Safari, T. (2023). Digital Marketing melalui Pemanfaatan Landing Page untuk Kelompok Usaha Kecil. *Jurnal Pengabdian Masyarakat (JUDIMAS)*, 1(1), 7–13. <https://doi.org/10.54832/judimas.v1i1.75>
- Wahyuningrum, T. (2021). *Buku Referensi Mengukur usability perangkat lunak*. Deepublish.
- Wardani, G. C. (2021). *Rancang Bangun Aplikasi Landing Page Berbasis Website Pada Umkm Depot Tujuh Kerja Praktik*. 1–37.