



## Lampiran 1 Dokumentasi Kurikulum Ioda Academy

### Kurikulum Pelatihan

#### Penanganan Keluhan Pelanggan

- Judul** : Mengubah Keluhan Menjadi Loyalitas: Panduan Praktis Penanganan Keluhan Pelanggan
- Tujuan** : Setelah menyelesaikan pelatihan ini, peserta diharapkan mampu memahami pentingnya penanganan keluhan, menguasai strategi komunikasi yang efektif, dan menerapkan berbagai teknik untuk mengubah keluhan pelanggan menjadi peluang dalam meningkatkan loyalitas dan citra positif perusahaan.

Topik	Sub-topik
<b>Modul 1: Fondasi Penanganan Keluhan</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pentingnya Keluhan sebagai Umpan Balik</li> <li>• Dampak Penanganan Keluhan terhadap Loyalitas Pelanggan</li> <li>• Langkah-Langkah Membangun Loyalitas Melalui Penanganan Keluhan</li> <li>• Studi Kasus: Mengubah Keluhan menjadi Peluang</li> </ul>
<b>Modul 2: Strategi Komunikasi Efektif</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prinsip Utama Komunikasi dalam Pelayanan</li> <li>• Teknik Mendengarkan Aktif (Active Listening)</li> <li>• Cara Menunjukkan Empati yang Tulus</li> <li>• Penggunaan Bahasa Positif dan Solutif</li> <li>• Pentingnya Apresiasi terhadap Umpan Balik</li> </ul>
<b>Modul 3: Teknik dan Pendekatan Praktis</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Struktur Efektif dalam Menangani Keluhan</li> <li>• Identifikasi Jenis-jenis Keluhan Umum (Produk &amp; Jasa)</li> <li>• Aplikasi Pendekatan LEAST (Listen, Empathize, Apologize, Solve, Thank)</li> <li>• Pengenalan 5 Pendekatan Lanjutan (Continuous Improvement, Proaktif, SKA, Genchi Genbutsu, Kaizen)</li> <li>• Analisis Contoh Penanganan di Berbagai Industri (Retail, Perhotelan, dll.)</li> </ul>

## Lampiran 2 Modul Pelatihan Costumer Service

### Materi Pelatihan: Penanganan Keluhan Pelanggan

#### Bab 1: Pentingnya Menangani Keluhan Pelanggan

##### A. Mengapa Keluhan Pelanggan Penting?

Keluhan pelanggan adalah salah satu bentuk komunikasi yang memberikan peluang bagi perusahaan untuk memahami kebutuhan dan harapan pelanggan secara lebih mendalam. Dengan menangani keluhan secara efektif, perusahaan dapat meningkatkan kualitas layanan, memperbaiki proses internal, dan membangun kepercayaan pelanggan. Hal ini tidak hanya membantu mempertahankan pelanggan yang sudah ada, tetapi juga menciptakan peluang untuk mendapatkan pelanggan baru melalui rekomendasi positif.

Selain itu, keluhan pelanggan juga berfungsi sebagai umpan balik yang berharga untuk perbaikan berkelanjutan. Perusahaan yang proaktif dalam menangani keluhan menunjukkan komitmen terhadap kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya meningkatkan loyalitas dan citra positif perusahaan.

##### B. Mengapa Keluhan Memengaruhi Loyalitas?

Keluhan pelanggan bukan hanya sekadar masalah yang perlu diselesaikan, tetapi juga peluang untuk memperkuat hubungan dengan pelanggan. Dengan menangani keluhan secara efektif, perusahaan dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan, yang pada akhirnya berdampak positif pada keberlanjutan bisnis.

#### Langkah-Langkah Membangun Loyalitas Melalui Penanganan Keluhan:

1. **Pentingnya Mendengarkan Keluhan Pelanggan:** Mendengarkan keluhan pelanggan adalah langkah pertama dalam memahami kebutuhan dan harapan mereka. Dengan memberikan perhatian penuh, perusahaan menunjukkan bahwa mereka peduli. Ini juga membantu mengidentifikasi pola keluhan untuk tindakan proaktif di masa depan.
2. **Mengidentifikasi Akar Masalah Keluhan:** Setiap keluhan memiliki akar masalah. Proses ini melibatkan analisis mendalam untuk menemukan penyebab utama, bukan hanya gejalanya, sehingga solusi yang diciptakan lebih efektif dan berkelanjutan.
3. **Tindakan Responsif dan Solusi Tepat:** Menanggapi keluhan dengan cepat dan memberikan solusi yang tepat adalah kunci membangun kepercayaan. Pelanggan menghargai perusahaan yang menunjukkan komitmen dalam menyelesaikan masalah mereka.

4. **Membangun Kepercayaan Melalui Perbaikan:** Setelah menyelesaikan keluhan, penting bagi perusahaan untuk menunjukkan bahwa mereka telah belajar dari pengalaman tersebut. Melakukan perbaikan berkelanjutan pada proses dan layanan menunjukkan komitmen terhadap kualitas.
5. **Meningkatkan Loyalitas dengan Komunikasi:** Komunikasi yang transparan dan terbuka adalah fondasi hubungan yang kuat. Memberikan pembaruan secara berkala tentang langkah-langkah perbaikan menunjukkan bahwa perusahaan menghargai masukan pelanggan.

### **Kesimpulan: Keluhan sebagai Kunci Loyalitas**

Keluhan pelanggan adalah peluang untuk memperbaiki layanan dan membangun hubungan yang lebih baik. Dengan menangani keluhan secara efektif, perusahaan dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan, menciptakan dampak positif yang berkelanjutan bagi bisnis.

## **Bab 2: Strategi Komunikasi dalam Penanganan Keluhan**

### **Prinsip Komunikasi Efektif**

Komunikasi yang efektif adalah kunci membangun hubungan kuat dengan pelanggan. Prinsip ini mencakup mendengarkan aktif, menggunakan bahasa empatik, dan memastikan pesan dipahami. Dengan komunikasi yang baik, perusahaan dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan. Merespons keluhan dengan cepat dan transparan membantu menciptakan pengalaman positif dan memperkuat loyalitas.

Berikut adalah beberapa prinsip yang harus Anda ketahui:

- **Dengarkan Aktif:** Berikan perhatian penuh saat pelanggan berbicara tanpa menyela. Catat detail penting untuk memastikan solusi yang tepat dapat diberikan.
  - **Contoh:** Ketika pelanggan mengeluh tentang keterlambatan pengiriman, dengarkan semua detailnya sebelum merespons.
- **Tunjukkan Empati:** Validasi perasaan pelanggan agar mereka merasa dipahami dan dihargai.
  - **Contoh:** Jika pelanggan frustrasi karena produk rusak, sampaikan empati dengan nada tenang, seperti, "Kami memahami bahwa situasi ini sangat mengecewakan bagi Anda," dan tawarkan bantuan segera.
- **Berikan Solusi:** Setelah memahami keluhan, tawarkan solusi yang jelas dan realistis. Pastikan pelanggan tahu langkah-langkah yang akan diambil.

- **Contoh:** Jika pelanggan mengeluh proses refund terlalu lama, jelaskan prosedur refund dan berikan estimasi waktu penyelesaian yang akurat.
- **Gunakan Bahasa Positif:** Bahasa yang positif dan membangun dapat meredakan emosi pelanggan. Hindari nada defensif dan fokus pada solusi.
  - **Contoh:** Daripada mengatakan, "Kami tidak bisa melakukan itu," katakan, "Kami akan mencari cara terbaik untuk membantu Anda menyelesaikan masalah ini."
- **Tutup dengan Apresiasi:** Ucapkan terima kasih atas kesediaan pelanggan berbagi keluhan. Ini menunjukkan bahwa perusahaan menghargai umpan balik mereka.
  - **Contoh:** "Terima kasih telah memberi tahu kami tentang masalah ini. Masukan Anda sangat berharga untuk membantu kami meningkatkan layanan."

### **Bab 3: Teknik Menangani Keluhan Pelanggan**

#### **Langkah Menangani Keluhan Secara Efektif**

Menangani keluhan pelanggan secara efektif memerlukan pendekatan yang terstruktur. Proses dimulai dengan mendengarkan secara aktif, menunjukkan empati, dan memvalidasi perasaan mereka. Setelah masalah dipahami, berikan penjelasan yang jelas mengenai langkah-langkah penyelesaian beserta estimasi waktu yang realistis. Menindaklanjuti pelanggan setelah masalah terselesaikan memastikan mereka merasa dihargai.

#### **Jenis-Jenis Keluhan Produk/Jasa**

1. **Kerusakan pada Produk:** Produk diterima dalam kondisi rusak atau tidak berfungsi.
2. **Keterlambatan Pengiriman:** Barang tidak tiba sesuai waktu yang dijanjikan.
3. **Proses Refund Lambat:** Pengembalian dana memakan waktu lebih lama dari yang diharapkan.
4. **Pelayanan Tidak Memuaskan:** Sikap atau respons staf dianggap kurang profesional.
5. **Kualitas Produk Tidak Sesuai:** Produk tidak sesuai dengan deskripsi atau standar yang dijanjikan.
6. **Informasi Produk Kurang Jelas:** Spesifikasi atau cara penggunaan produk tidak cukup detail.

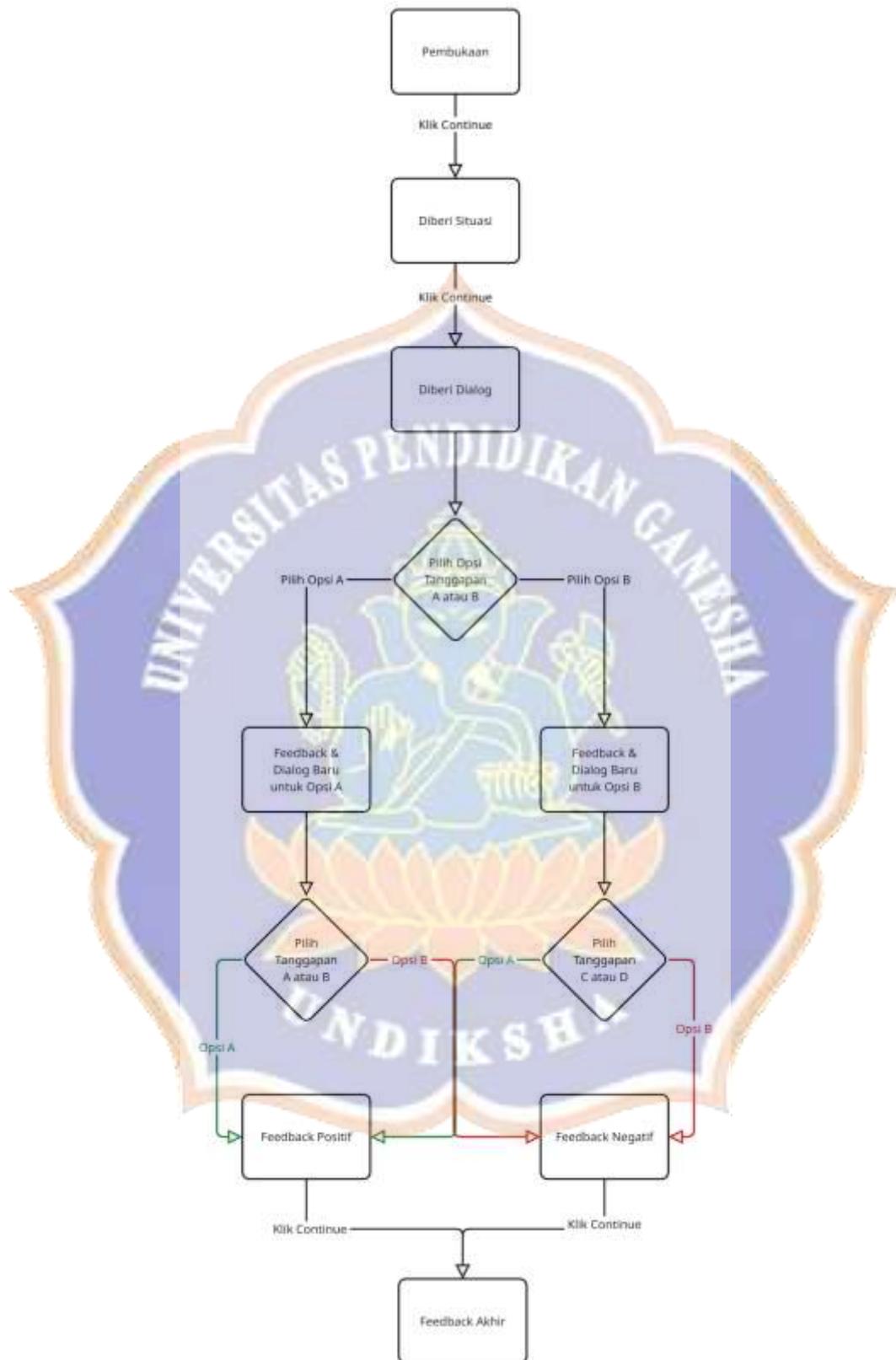
7. **Kesalahan dalam Pesanan:** Produk yang dikirim salah jenis, ukuran, atau jumlah.
8. **Harga Tidak Transparan:** Terdapat biaya tambahan yang tidak dijelaskan di awal.
9. **Garansi Tidak Diterima:** Klaim garansi ditolak tanpa penjelasan yang memadai.
10. **Respon Layanan Lambat:** Sulit mendapatkan tanggapan cepat dari layanan pelanggan.

### **Pendekatan LEAST dalam Menangani Keluhan**

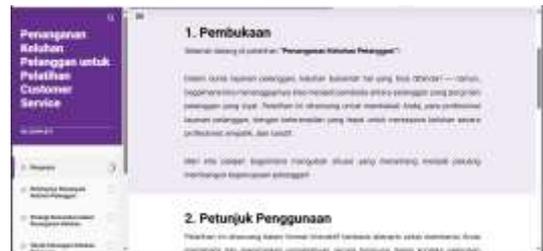
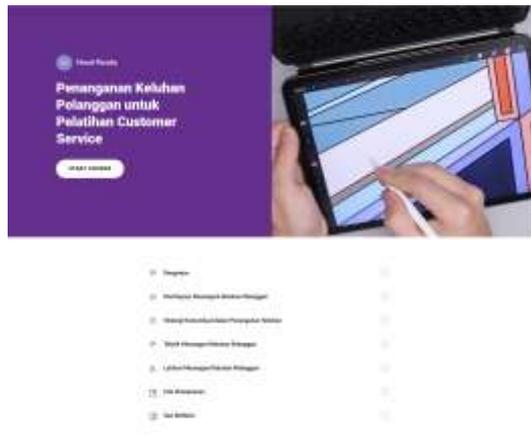
- **L - Listen (Mendengarkan Secara Aktif):** Berikan perhatian penuh tanpa menyela. Ini menunjukkan bahwa Anda menghargai perasaan mereka dan membantu Anda memahami inti masalah.
- **E - Empathize (Menunjukkan Empati):** Tunjukkan bahwa Anda memahami perasaan mereka dengan bahasa yang tenang dan penuh perhatian untuk meredakan emosi.
- **A - Apologize (Meminta Maaf dengan Tulus):** Permintaan maaf menunjukkan kepedulian terhadap pengalaman pelanggan, meskipun masalahnya bukan kesalahan pribadi Anda.
- **S - Solve (Menawarkan Solusi yang Realistis):** Tawarkan solusi yang jelas, praktis, dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Libatkan mereka dalam proses jika memungkinkan.
- **T - Thank (Mengapresiasi Umpan Balik):** Ucapkan terima kasih atas masukan mereka. Ini membuat pelanggan merasa dihargai dan menunjukkan bahwa umpan balik mereka penting untuk perbaikan.

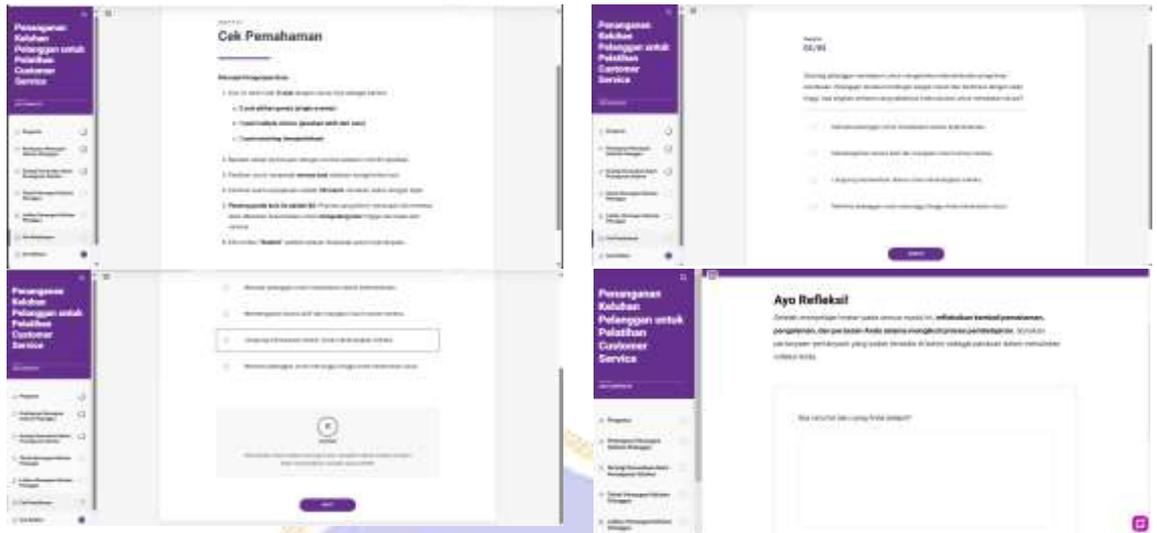
### Lampiran 3 Alur Penggunaan Media Pembelajaran



**Lampiran 4 Flowchart Scenario Branching**

Lampiran 5 Cuplikan Produk Pengembangan





## Lampiran 6 Lembar Hasil Validasi Ahli Desain Pembelajaran

### LEMBAR VALIDASI AHLI DESAIN PEMBELAJARAN DIGITAL

#### A. Identitas Produk yang Dinilai

**Nama Produk** : Media Interaktif Layanan Pelanggan  
**Konteks Implementasi** : Pelatihan Nonformal di Ioda Academy  
**Fokus Kompetensi** : Layanan Pelanggan Profesional

#### B. Identitas Validator

**Nama Lengkap** : Zulfa Lutfi  
**Lembaga/Instansi** : Ioda Academy  
**Keahlian/Specialisasi** : Ahli Desain Pembelajaran

#### C. Petunjuk Umum

Validasi dilakukan berdasarkan peninjauan terhadap media digital interaktif dari perspektif desain pembelajaran. Penilaian ini mencakup empat aspek utama yang mencerminkan kualitas penyusunan dan implementasi media, yaitu:

1. **Tujuan Pembelajaran** – kejelasan, keterukuran, dan keterkaitan dengan kompetensi.
2. **Interaktivitas** – adanya fitur yang mendorong partisipasi dan keterlibatan pengguna.
3. **Struktur Navigasi** – alur antarkonten yang logis dan mudah digunakan.
4. **Visual dan Antarmuka (UI)** – tampilan mendukung pemahaman dan kenyamanan pengguna.

#### D. Petunjuk Khusus

- Penilaian menggunakan skala Likert 1-5 (1 = Sangat Kurang, 5 = Sangat Baik).
- Berikan komentar atau saran pada kolom yang tersedia.
- Penilaian ini mengacu pada model validasi media digital (Hakim & Melati, 2023), model pengembangan ADDIE (Saputra, 2021), dan prinsip relevansi industri (Yanto, 2025).



## E. Validasi Komponen Desain Pembelajaran Digital

No	Aspek	Komponen Penilaian	Skor (1-5)	Komentar / Saran
1	Tujuan Pembelajaran	Tujuan pembelajaran dirumuskan dengan jelas dan spesifik	4	
2		Tujuan sesuai dengan kompetensi layanan pelanggan	4	
3		Tujuan berorientasi pada hasil belajar yang terukur	3	
4	Interaktivitas	Media menyediakan fitur yang memungkinkan interaksi aktif	5	
5		Interaksi mendorong pengguna untuk mengambil keputusan atau refleksi	2	Tambahkan form refleksi di akhir kelas
6		Interaktivitas meningkatkan keterlibatan dan motivasi belajar	4	
7	Struktur Navigasi	Navigasi antarkonten mudah digunakan dan konsisten	5	
8		Alur navigasi mendukung pemahaman konten secara logis	5	
9	Visual & User Interface	Tampilan visual memperjelas isi dan tidak membingungkan	4	
10		Desain visual (layout, warna, font) nyaman dan sesuai untuk pembelajaran digital	5	

## F. KOMENTAR UMUM DAN SARAN PENGEMBANGAN

(Silakan tuliskan masukan terkait kekuatan, kelemahan, dan potensi pengembangan media ini)

.....

.....

.....

## G. Kesimpulan Validasi

Lingkari salah satu pilihan berikut:

1. Layak untuk digunakan
2. Layak digunakan dengan revisi
3. Tidak layak digunakan

Jakarta, 06 Juli 2025

Ahli Desain Pembelajaran



Zulfa Lutfi

## Lampiran 7 Lembar Hasil Validasi Ahli Materi

### LEMBAR VALIDASI AHLI MATERI CUSTOMER SERVICE

#### A. Identitas Produk yang Dinilai

**Nama Produk** : Media Interaktif Layanan Pelanggan  
**Konteks Implementasi** : Pelatihan di Ioda Academy  
**Fokus Kompetensi** : Layanan Pelanggan Profesional

#### B. Identitas Validator

**Nama Lengkap** : Eta Lestari  
**Lembaga/Instansi** : Ioda Academy  
**Keahlian/Specialisasi** : Ahli Materi Customer Service

#### C. Petunjuk Umum

Validasi ini bertujuan menilai kelayakan dan akurasi materi layanan pelanggan dalam media digital interaktif. Penilaian difokuskan pada tiga aspek utama:

1. **Kesesuaian Konten** – sejauh mana materi mencerminkan realitas di dunia kerja.
2. **Kebermaknaan Tugas** – kualitas dan relevansi skenario berbasis kasus.
3. **Teknik Penanganan** – penggunaan strategi profesional seperti L.A.S.T. dan komunikasi empatik.

#### D. Petunjuk Khusus

- Penilaian dilakukan menggunakan skala Likert 1-5 (1 = Sangat Kurang, 5 = Sangat Baik).
- Berikan catatan atau saran untuk setiap item yang dianggap perlu pengembangan lebih lanjut.
- Validasi ini mengacu pada prinsip pembelajaran kontekstual, standar layanan pelanggan, dan kebutuhan pelatihan profesional di industri jasa.



## E. Validasi Komponen Materi Customer Service

No	Aspek	Komponen Penilaian	Skor (1-5)	Komentar / Saran
1	Kesesuaian Konten	Materi mencerminkan situasi nyata dalam layanan pelanggan	4	
2		Ilustrasi dan penjelasan sesuai dengan realitas industri jasa	4	
3	Kebermaknaan Tugas	Studi kasus yang digunakan umum terjadi di lapangan	4	
4		Instruksi tugas mencerminkan tantangan nyata bagi customer service	4	
5		Penyusunan tugas mendorong peserta berpikir kritis dan solutif	4	
6	Teknik Penanganan	Strategi seperti L.A.S.T diterapkan secara tepat dan konsisten	2	
7		Komunikasi empatik tercermin dalam narasi dan interaksi pada media	3	

## F. KOMENTAR UMUM DAN SARAN PENGEMBANGAN

(Silakan tuliskan masukan terkait keunggulan materi, area yang perlu diperbaiki, dan saran untuk peningkatan)

Pada materi LAST, berikan contoh dialognya supaya kegambar dengan jelas

## G. Kesimpulan Validasi

Lingkari salah satu pilihan berikut:

1. Layak untuk digunakan
2. Layak digunakan dengan revisi
3. Tidak layak digunakan

Jakarta, 06 Juli 2025  
Ahli Materi Customer Service



Eta Lestari

## Lampiran 8 Lembar Hasil Validasi Ahli Media Pembelajaran

### LEMBAR VALIDASI AHLI EVALUASI MEDIA INTERAKTIF

#### A. Identitas Produk yang Dinilai

**Nama Produk** : Media Interaktif Layanan Pelanggan  
**Konteks Implementasi** : Pelatihan di Ioda Academy  
**Fokus Kompetensi** : Layanan Pelanggan Profesional

#### B. Identitas Validator

**Nama Lengkap** : Dr. I Kadek Suartama, S.Pd., M. Pd.  
**Lembaga/Instansi** : Universitas Pendidikan Ganesha (UNDIKSHA)  
**Keahlian/Specialisasi** : Ahli Evaluasi Media Interaktif

#### C. Petunjuk Umum

Lembar ini digunakan untuk menilai kualitas teknis media interaktif dalam mendukung pelatihan berbasis digital. Fokus utama validasi adalah pada aksesibilitas, pengalaman pengguna, dan kesesuaian media untuk pelatihan profesional.

#### D. Petunjuk Khusus

- Penilaian dilakukan menggunakan skala Likert 1-5 (1 = Sangat Kurang, 5 = Sangat Baik).
- Isikan komentar atau saran pengembangan pada kolom yang disediakan.
- Validasi ini mengacu pada prinsip-prinsip desain instruksional digital, standar aksesibilitas media, dan efisiensi interaksi pengguna dalam konteks pelatihan kerja.

#### E. Validasi Komponen Evaluasi Media Interaktif

NO	Aspek	Komponen Penilaian	Skor (1-5)	Komentar/Saran
1.	Kemudahan akses	Media dapat diakses melalui berbagai perangkat (laptop, tablet, smartphone)	3	
2.		Tidak ada hambatan teknis yang berarti memulai dan menjalankan media	4	
3.	Efisiensi Navigasi	Navigasi antarbagian efisien, cepat dipahami dan tidak membingungkan	5	
4.		Pengalaman pengguna (user experience) mendukung fokus dan kenyamanan dalam belajar	4	
5.	Relevansi Digitalisasi	Media cocok untuk konteks pelatihan digital di lingkungan kerja	4	
6.		Desain dan format mendukung fleksibilitas penggunaan dalam pelatihan profesional	3	

**F. KOMENTAR UMUM DAN SARAN PENGEMBANGAN**

(Silakan berikan evaluasi menyeluruh terkait keunggulan dan potensi peningkatan dari sisi teknis media)

1. Berikan petunjuk pada evaluasi/cekkembangan

**G. Kesimpulan Validasi**

Lingkari salah satu pilihan berikut:

1. Layak untuk digunakan
2. Layak digunakan dengan revisi
3. Tidak layak digunakan



**Lampiran 9 Hasil Uji Coba Produk oleh Pengguna Akhir (Uji Kelompok Kecil)**

Nama Responded	Dea Ananta	Rizal Adi Saputra	Eka saputri	Muhammad Alpian	Cristian Nugroho
Lama Bekerja	<1 Tahun	1 Tahun	2 Tahun	1 Tahun	2 Tahun
Industri Bekerja	Ritel	Ritel	Edutech	Edutech	Hotel
	Skor				
Kemudahan Navigasi	4	5	5	5	4
Saya dapat memahami alur dalam media dengan mudah	4	5	5	5	4
Tidak ada bagian yang membingungkan saat berpindah halaman atau bagian	4	4	5	5	5
Struktur media membuat saya tidak kesulitan saat belajar mandiri	4	5	5	5	5
Instruksi dan cerita kasus mudah diikuti	5	4	5	5	5
Skenario yang digunakan membantu saya memahami situasi layanan pelanggan	5	5	5	4	3
Saya merasa terhubung secara emosional dengan cerita dan karakter dalam media	5	5	3	4	4
Media ini membangkitkan empati terhadap situasi pelanggan yang ditampilkan	4	5	3	3	4
Materi dan kasus mencerminkan situasi yang saya alami atau amati di dunia kerja	5	5	3	4	4
Contoh-contoh kasus terasa nyata dan relevan dengan pekerjaan customer service	5	4	5	5	5
Media ini mendorong saya untuk berpikir dan merefleksikan bagaimana saya menangani pelanggan	5	4	5	5	4
Komentar			Tambahkan beberapa teknik lain, supaya ada referensi		tambahkan beberapa contoh skenario dari berbagai bidang

### Lampiran 10 Hasil Analisis Data

#### Hasil Analisis Data Ahli Desain

A	B	C	D
No	Aspek	Komponen Penilaian	Skor (1-5)
1	Tujuan Pembelajaran	Tujuan pembelajaran dirumuskan dengan jelas dan sp	4
2		Tujuan sesuai dengan kompetensi layanan pelanggan	4
3		Tujuan berorientasi pada hasil belajar yang terukur	3
4	Interaktivitas	Media menyediakan fitur yang memungkinkan interak	5
5		Interaksi mendorong pengguna untuk mengambil kep	2
6		Interaktivitas meningkatkan keterlibatan dan motivasi	4
7	Struktur Navigasi	Navigasi antarkonten mudah digunakan dan konsisten	5
8		Alur navigasi mendukung pemahaman konten secara	5
9	Visual & User Interface	Tampilan visual memperjelas isi dan tidak membingun	4
10		Desain visual (layout, warna, font) nyaman dan sesuai	5
	Jumlah		41
<b>Skor Maksimal Ideal (SMI)</b>			<b>50</b>
<b>PERSENTASE</b>			<b>82.00</b>

#### Hasil Analisis Data Ahli Materi

No	Aspek	Komponen Penilaian	Skor (1-5)
1	Kesesuaian Konten	Materi mencerminkan situasi nyata dalam layanan pelanggan	4
2		Ilustrasi dan penjelasan sesuai dengan realitas industri jasa	4
3	Kebermaknaan Tugas	Studi kasus yang digunakan umum terjadi di lapangan	4
4		Instruksi tugas mencerminkan tantangan nyata bagi customer service	4
5		Penyusunan tugas mendorong peserta berpikir kritis dan solutif	4
6	Teknik Penanganan	Strategi seperti L.A.S.T diterapkan secara tepat dan konsisten	2
7		Komunikasi empatik tercermin dalam narasi dan interaksi pada media	3
	Jumlah		25
<b>Skor Maksimal Ideal (SMI)</b>			<b>35</b>
<b>PERSENTASE</b>			<b>71.43</b>

#### Hasil Analisis Data Ahli Media

No	Aspek	Komponen Penilaian	Skor (1-5)
1	Kemudahan Akses	Media dapat diakses melalui berbagai perangkat (laptop, tab	3
2		Tidak ada hambatan teknis yang berarti dalam memulai dan	4
3	Efisiensi Navigasi	Navigasi antarbagian efisien, cepat dipahami, dan tidak men	5
4		Pengalaman pengguna (user experience) mendukung fokus	4
5	Relevansi Digitalisasi	Media cocok untuk konteks pelatihan digital di lingkungan	4
6		Desain dan format mendukung fleksibilitas penggunaan dal	3
	Jumlah		23
<b>Skor Maksimal Ideal (SMI)</b>			<b>30</b>
<b>PERSENTASE</b>			<b>76.67</b>

### Lampiran 11 Riwayat Hidup



Moh. Noval Farobi berasal dari Lombok Timur, Kecamatan Pringgabaya, Kabupaten Nusa Tenggara Barat (NTB). Pendidikan formalnya dimulai dari SDN 02 Anggaraksa. Setelah menyelesaikan pendidikan dasar, penulis melanjutkan jenjang studi di MTS Muallimin NW Pancor dan MA Tia NW Wanasaba, dan lulus dengan mengambil jurusan IPS pada tahun 2018. Di tahun yang sama, ia melanjutkan studi ke jenjang perguruan tinggi di Universitas Pendidikan Ganesha, Program Studi Teknologi Pendidikan. Pada tahun 2025, saat skripsi dengan judul “Pengembangan Media Pembelajaran Interaktif Berbasis Skenario Menggunakan *Articulate Rise* Pada Materi Penanganan Keluhan Pelanggan Untuk Pelatihan *Customer Service* di Ioda Academy” ini disusun, Moh. Noval Farobi masih aktif sebagai mahasiswa S1 Program Studi Teknologi Pendidikan di Universitas Pendidikan Ganesha. Selanjutnya, mulai tahun 2025 sampai penulisan skripsi ini, penulis masih terdaftar sebagai mahasiswa Program Studi S1 Teknologi Pendidikan, Jurusan Ilmu Pendidikan Psikologi dan Bimbingan di Universitas Pendidikan Ganesha.