



UNIVERSITAS NASIONAL

**PEMANFAATAN CYBER ADVERTISING PT. PELNI DALAM
MENINGKATKAN PELAYANAN PENJUALAN TIKET KAPAL
LAUT KEPADA MASYARAKAT**

SKRIPSI

MUHAMMAD ALFATH FIQHYA AMRINAGARA

203516526522

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

JAKARTA

2024



NASIONAL UNIVERSITY

**UTILIZATION OF CYBER ADVERTISING PT. PELNI IN IMPROVING
SHIP TICKET SALES SERVICES TO THE COMMUNITY**

THESIS

**Submitted as one of the requirements of obtaining a Bachelor Degree of
Communications Science (S.I.Kom)**

MUHAMMAD ALFATH FIQHYA AMRINAGARA

203516526522

**FACULTY OF SOCIAL SCIENCE AND POLITICAL SCIENCE
COMMUNICATION SCIENCE STUDY PROGRAM**

JAKARTA

2024



UNIVERSITAS NASIONAL

**PEMANFAATAN CYBER ADVERTISING PT. PELNI DALAM
MENINGKATKAN PELAYANAN PENJUALAN TIKET KAPAL
LAUT KEPADA MASYARAKAT**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi (S.I.Kom)**

MUHAMMAD ALFATH FIQHYA AMRINAGARA

203516526522

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

JAKARTA

2024

FORMULIR PERSETUJUAN SKRIPSI

 **UNIVERSITAS NASIONAL**
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN
ILMUPOLITIK

FORMULIR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Muhammad Alfath Fiqhya Amrinagara

NPM : 203516526522

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Judul Skripsi : Pemanfaatan *Cyber Advertising* PT. PELNI dalam Meningkatkan Pelayanan Penjualan Tiket Kapal Laut Kepada Masyarakat

Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu syarat dari persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

Disetujui untuk diajukan
Jakarta, 29 Januari 2024

Dosen Pembimbing : 
Swastiningsih, S.E., M.Si.

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi : 
Djujur Luciana R. S.Sos., M.Si

LEMBAR PENGESAHAN



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Muhammad Alfath Fiqhya Amrinagara
NPM : 203516526522
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Periklanan
Judul Skripsi : Pemanfaatan *Cyber Advertising* PT. PELNI dalam Meningkatkan Pelayanan Penjualan Tiket Kapal Laut Kepada Masyarakat
Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional

Disetujui untuk disahkan

Jakarta, 4 Maret 2024

Dosen Pembimbing,

Swastingsih S.E., M.Si.

Dekan



Dr. Erna Ernawati Chotim, M.Si

UNIVERSITAS NASIONAL

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Muhammad Alfath Fiqhya Amrinagara
NPM : 203516526522
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pemanfaatan Cyber Advertising PT. Pelnindo dalam Meningkatkan Pelayanan Penjualan Tiket Kapal Laut Kepada Masyarakat

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang : Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si.

Pembimbing : Swastiningsih, SE.,M.Si

Penguji : Dr. Nurhasanah Haspiaini, M.Si

(.....)
(.....)
(.....)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 29 Februari 2024

PESETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

FORMULIR 4 PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Muhammad Alfath Fiqhya Amrinagara
Nomor Induk Mahasiswa : 203516526522
Jurusan : Periklanan
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pemanfaatan Cyber Advertising PT. PELNI Dalam Meningkatkan Pelayanan Penjualan Tiket Kapal Laut Kepada Masyarakat

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, 29 Februari 2024 sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 1 Maret 2024

Ketua Sidang : Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si.

Penguji I : Dr. Nurhasanah Haspiaini, M.Si.

Penguji II : Swastiningsih, SE.,M.Si.

Keterangan :

*) Lembaran ini dapat diminta di Sekretariat FISIP, apabila Skripsinya telah diujikan dan dinyatakan **LULUS**, halaman ini tidak dijilid.

LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL

LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI

Nama : Muhammad Alfath Fiqhya Amrinagara
NPM : 203516526522
Fakultas/Akademik : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi / Periklanan
Tanggal Sidang : 29 Februari 2024


JUDUL DALAM BAHASA INDONESIA

Pemanfaatan Cyber Advertising PT. Pelni Dalam Meningkatkan Pelayanan Penjualan Tiket Kapal Laut Kepada Masyarakat

JUDUL DALAM BAHASA INGGRIS

Utilization of Cyber Advertising PT. PELNI In Improving Ship Ticket Sales Services to The Community

TANDA TANGAN DAN TANGGAL

Pembimbing	Ka. Prodi	Mahasiswa
TGL : 2 Maret 2024	TGL : 4 Maret 2024	TGL : 4 Maret 2024
 Swarciningsih, SE., M.Si.	 Djujur Luciana R. S.Sos., M.Si.	 Muhammad Alfath Fiqhya Amrinagara

PERNYATAAN ORISIONALITAS



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhammad Alfath Fiqhya Amrinagara
NPM : 203516526522
Skripsi : Pemanfaatan Cyber Advertising PT. PELNI dalam Meningkatkan Pelayanan Penjualan Tiket Kapal Laut Kepada Masyarakat

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran, dan penerapan asli saya sendiri. Saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan-bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagai bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Nasional atau perguruan tinggi lainnya.

Apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional. Demikian pernyataan ini saya buat.

Jakarta, 1 Maret 2024

Yang membuat pernyataan



Muhammad Alfath Fiqhya Amrinagara

BIODATA ALUMNI



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

BIODATA ALUMNI MAHASISWA
SEMESTER GANJIL TAHUN AKADEMIK 2023/2024

Nama Mahasiswa : Muhammad Alfath Fiqhya Amrinagara
No. Pokok : 203516526522
Program Studi/Jurusan : Ilmu Komunikasi / Periklanan
Tempat Tgl. Lahir : Jakarta, 3 Maret 2001
Alamat Rumah : Graha Alam Indah Blok I Nomer 10, Baru
Ampar, Kramat Jati, Jakarta Timur
Telepon Rumah :-
Telepon Kantor :-
HP : 08111742647
Alamat Kantor :-
E-mail : alfathfiqhya@gmail.com

Jakarta, 1 Maret 2024
Alumni,

Muhammad Alfath Fiqhya Amrinagara

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmat – Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Nasional. Ketertarikan penulis dengan permasalahan dalam skripsi ini adalah Pemanfaatan *Cyber Advertising* PT. PELNI Dalam Meningkatkan Pelayanan Penjualan Tiket Kapal Laut Kepada Masyarakat. Skripsi ini mengkaji tentang bagaimana pemanfaatan *cyber advertising* PT. PELNI dalam memanfaatkan media sosial Instagram, Facebook, dan Tiktok, dengan memperhatikan isi konten, desain, dan konsistensi dalam mengunggah iklan untuk meningkatkan pelayanan penjualan tiket kapal laut kepada masyarakat.

Sebelumnya, penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai penyusunan skripsi, sulit bagi penulis untuk merampungkan skripsi ini. Maka dari itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. El Amry Bermawwi Putera, M.A selaku Rektor Universitas Nasional beserta jajarannya.
2. Ibu Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si selaku Dekan FISIP Universitas Nasional beserta jajarannya.
3. Ibu Djudjur Luciana R., S.Sos. M.Si selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional dan Bapak Nursatyo, M.Si selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional beserta jajarannya.
4. Bapak Nursatyo, S.Sos, M.Si selaku dosen pembimbing akademik yang telah berkenan untuk mengarahkan, membimbing, dan konsultasi kepada penulis dalam rangka menyelesaikan studi dengan cepat dan efisien.
5. Ibu Swastiningsih, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing tersayang yang telah berkenan menyediakan banyak waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan serta membimbing penulis dalam penyusunan skripsi.

6. Segenap Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional yang telah memberikan banyak ilmu, pengalaman dan praktik mengenai dunia komunikasi yang sebelum penulis tidak ketahui.
7. Keluarga yang penulis cintai, Bapak Saya Prof. Dr. Ali Masykur Musa, M.Si., M.Hum; Mama Saya Farida Gurmiyati SH, MH; Kakak Saya Humaira Fathma Gardilla, S, Psi dan suaminya Mohammad Andre Roswan ST; serta Kakak Saya dr. Hafidzah Qaulan Tsaqila; semuanya telah memberikan dukungan kepada penulis, baik itu dukungan moral maupun materi.
8. Diri saya sendiri, karena telah berjuang dan yakin untuk dapat menyelesaikan penelitian dengan konsisten demi cita-cita ke depan.
9. Teman-teman seperjuangan yang mengikuti skripsi yang telah memberikan dukungan secara kolektif dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi.

Dengan penuh harapan, semoga jasa kebaikan mereka diterima Allah swt. dan tercatat sebagai amal shalih. Jazakumullah khoirul jaza'. Akhirnya, karya ini penulis suguhkan kepada segenap pembaca dengan harapan adanya saran dan kritik yang bersifat konstruktif demi pengembangan dan perbaikan, serta pengembangan lebih sempurna dalam kajian-kajian Ilmu Komunikasi. Semoga karya ini bermanfaat dan mendapat ridha Allah SWT. Amin.

Jakarta, 4 Maret 2023

Penulis



Muhammad Alfath Fiqhya Amrinagara

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Sebagai sivitas akademik Universitas Nasional, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Alfath Fiqhya Amrinagara
NPM : 203516526522
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jenis karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan. Menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Nasional **hak bebas royalti noneksklusif (*non-exclusive royalty-free right*)** atas karya ilmiah saya berjudul:

PEMANFAATAN *CYBER ADVERTISING* PT. PELNI DALAM MENINGKATKAN PELAYANAN PENJUALAN TIKET KAPAL LAUT KEPADA MASYARAKAT.

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti noneksklusif ini Universitas Nasional berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan. Mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*). Merawat dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilikan hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di Jakarta

Pada tanggal: 4 Maret 2024

Yang menyatakan,



(Muhammad Alfath Fiqhya Amrinagara)

ABSTRAK

Nama : Muhammad Alfath Fiqhya Amrinagara
Studi : Ilmu Komunikasi
Judul : Pemanfaatan *Cyber Advertising* PT. PELNI Dalam Meningkatkan Pelayanan Penjualan Tiket Kapal Laut Kepada Masyarakat
Pembimbing : Swastiningsih, S.E., M.Si

Cyber advertising atau bisa disebut iklan online adalah periklanan atau bentuk periklanan yang dilakukan secara online melalui berbagai platform di dunia maya. Pemanfaatan *Cyber Advertising* pada PT. PELNI belum optimal merata keseluruhan di Indonesia dikarenakan SDM (Sumber Daya Manusia) yang belum mampu mengejar percepatan teknologi baik dari internal perusahaan maupun masyarakat sebagai pengguna. Objek penelitian ini adalah perusahaan PT. PELNI (Persero). Tujuannya ialah mengetahui bagaimana pemanfaatan *cyber advertising* pada PT. Pelni dalam peningkatan pelayanan penjualan tiket kapal laut kepada masyarakat. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan mengambil data melalui wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian ini adalah pemanfaatan *cyber advertising* yang dilakukan oleh PT. PELNI (Persero) sangat bagus, efektif, dan efisien dengan promosi di media sosial 2-3 kali dalam sebulan memanfaatkan iklan website yang terintegrasi dengan media sosialnya seperti Instagram, Facebook, Tiktok, dengan memperhatikan isi konten, desain, dan konsistensi dalam mengunggah iklan. Dengan menggunakan *cyber advertising* jangkauan pemasaran PT. PELNI (Persero) semakin memperluas jangkauan dalam beriklan. Dengan begitu peranan *cyber advertising* terlihat sangat efektif bagi komunikasi dalam penyebaran promosi, PT. PELNI selalu mengedepankan *Attitude, Attention, Action, Anticipation* dalam melayani. Dengan pelayanan yang diberikan oleh PT. PELNI dapat memberikan kesan yang positif dimata khalayak, dan terobosan PT. PELNI dengan meluncurkannya Pelni Mobile dan Website www.pelni.co.id melayani penjualan tiket secara online, sehingga customer tidak perlu repot untuk datang langsung dan mengantre di loket.

Kata Kunci:

Pemanfaatan *Cyber Advertising*, PT. Pelni, Meningkatkan Pelayanan Penjualan Tiket Kapal Laut

ABSTRACT

Name : Muhammad Alfath Fiqhya Amrinagara
Study Program : Communication Science Study Program
Title : Utilization of Cyber Advertising PT. Pelni in Improving Sales Services Sea Ship Tickets to the Community
Counsellor : Swastiningsih, S.E., M.Si

Cyber advertising or what can be called online advertising is advertising or a form of advertising carried out online through various platforms in cyberspace. Utilization of Cyber Advertising at PT. PELNI is not yet optimal evenly distributed throughout Indonesia because HR (Human Resources) has not been able to catch up with technological acceleration both from within the company and from the community as users. The object of this research is the company PT. PELNI (Persero). The aim is to find out how cyber advertising is utilized at PT. PELNI in improving sea ticket sales services to the public. This research uses a qualitative descriptive method by collecting data through interviews and documentation. The results of this research are the benefits of cyber advertising carried out by PT. PELNI (Persero) is very good, effective and efficient with promotions on social media 2-3 times a month utilizing advertising sites that are integrated with social media such as Instagram, Facebook, Tiktok, paying attention to content, design and consistency in uploading advertisements. By using cyber advertising the marketing reach of PT. PELNI (Persero) is increasingly expanding its reach in investment. With the importance of cyber advertising seen as very effective for communication in spreading promotions, PT. PELNI always prioritizes Attitude, Attention, Action, Anticipation in serving. With the services provided by PT. PELNI can give a positive impression in the eyes of the public, and innovative PT. PELNI with the launch of Pelni Mobile and the website www.pelni.co.id serves online ticket sales, so consumers don't need to bother coming directly and queuing at the counter.

Key Word:

Utilization of Cyber Advertising PT. Pelni in Improving Sales Services Sea Ship Tickets to the Community

DAFTAR ISI

Halaman Judul Inggris.....	i
Halaman Judul	ii
Formulir Persetujuan Skripsi	iii
Lembar Pengesahan.....	iv
Halaman Pengesahan.....	v
Persetujuan Perbaikan Skripsi.....	vi
Lembar Persetujuan Judul.....	vii
Pernyataan Orisinalitas	viii
Biodata Alumni.....	ix
Kata Pengantar	x
Halaman Persyaratan Persetujuan Publikasi	xii
Abstrak.....	xiii
Abstract.....	xiv
Daftar Isi	xv
Daftar Tabel	xvii
Daftar Gambar	xviii
Daftar Lampiran	xix
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Peneliti	7
1.4.2 Perusahaan	7
1.4.3 Akademis.....	7
1.5 Sistematika Penelitian	7
1.5.1 BAB I PENDAHULUAN:.....	7
1.5.2 BAB II KAJIAN PUSTAKA:	8
1.5.3 BAB III METODOLOGI PENELITIAN:.....	8
1.5.4 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN:	8

1.5.5 BAB V PENUTUP:	8
BAB II	9
2.1 Penelitian Terdahulu yang Relevan	9
2.2 Definisi <i>Cyber Advertising</i>	13
2.3 Teori <i>New Media</i>	19
2.4 Konsep Pemanfaatan	28
2.5 Konsep Peningkatan Pelayanan Penjualan	30
2.6 Kerangka Pemikiran	34
BAB III	36
3.1 Pendekatan Penelitian	36
3.2 Penentuan Informan	37
3.3 Teknik Pengumpulan Data	39
3.4 Teknik Keabsahan Data	41
3.5 Teknik Pengolahan Data dan Analisis Data	42
3.6 Lokasi dan Jadwal Penelitian	43
BAB IV	44
4.1 Gambaran Umum	44
4.1.1 Sejarah PT. PELNI (Persero)	44
4.1.2 Visi Perusahaan	49
4.1.3 Misi Perusahaan	49
4.1.4 Struktur Organisasi dan Susunan Komisaris Dan Direksi	50
4.2 Hasil Penelitian	52
4.2.1 Persiapan, Bentuk dan Urgensi <i>Cyber Advertising</i> PT. PELNI (Persero)	52
4.2.2 <i>Media Cyber Advertising</i> PT. PELNI (Persero)	58
4.2.3 Kemudahan <i>Cyber Advertising</i> PT. PELNI (Persero) Bagi Pengguna Untuk Membeli Tiket	61
4.2.4 Perkembangan Penjualan Tiket Setelah Menggunakan <i>Cyber Advertising</i>	66
4.2.5 Prinsip-Prinsip Pelayanan Penjualan PT. PELNI (Persero)	69
4.3 Pembahasan	72
BAB V	77
5.1 Kesimpulan	77
5.2 Saran	78
Daftar Pustaka	79
Lampiran	82

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	: Penelitian Terdahulu	9
Tabel 2.2	: Kerangka Pemikiran	35
Tabel 3.1	: key Informan	38
Tabel 3.2	: Informan	38
Tabel 3.3	: Tabel Jadwal Penelitian	43
Tabel 4.1	: Struktur Organisasi PT. PELNI (Persero)	50



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kapal PT. PELNI.....	4
Gambar 1.2 Kapal PT. PELNI.....	6
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. PELNI (Persero)	50
Gambar 4.2 Wawancara dengan Mas Agus selaku Masyarakat Pengguna	53
Gambar 4.3 Wawancara dengan Mas Adi selaku Masyarakat Pengguna	53
Gambar 4.4 Dokumentasi <i>power point</i> Kesiapan Ahlifungsi Loket	54
Gambar 4.5 Dokumentasi <i>power point</i> rapat Kesiapan Ahlifungsi Loket	55
Gambar 4.6 Dokumentasi Power Point Rapat mengenai Sosialisasi	56
Gambar 4.7 Dokumentasi Power Point Rapat mengenai cara pembelian tiket... ..	57
Gambar 4.8 Instagram PT. PELNI (Persero)	58
Gambar 4.9 Wawancara dengan Ibu Asri selaku Manager Pemasaran	59
Gambar 4.10 Wawancara dengan Mas Agus selaku Masyarakat Pengguna	59
Gambar 4.11 Tik Tok PT. PELNI (Persero)	60
Gambar 4.12 Instagram PT. PELNI (Persero)	61
Gambar 4.13 Pelni Mobile PT. PELNI (Persero).....	62
Gambar 4.14 Wawancara dengan Mas Adi selaku Masyarakat Pengguna	63
Gambar 4.15 Dokumentasi <i>Power Point</i> Rapat Pemanfaatan <i>Cyber Advertising</i>	63
Gambar 4.16 <i>Power Point</i> Rapat proses Kerjasama mitra channel penjualan.....	64
Gambar 4.17 <i>Power Point</i> Rapat proses list Kerjasama mitra channel penjualan	65
Gambar 4.18 E-Tiket PT. PELNI (Persero)	67
Gambar 4.19 Data Peningkatan Penjualan Tiket per bulan tahun 2023	74
Gambar 4.20 Data Penjualan Tiket sampai dengan Oktober 2023	75
Gambar 4.21 Data Penjualan Tiket beberapa cabang	75
Gambar 5.1 Data Peningkatan Penjualan Tiket per bulan tahun 2023	78

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	: Surat Penugasan Dosen Pembimbing.....	82
Lampiran 2	: Surat Permohonan Penelitian	83
Lampiran 3	: Surat Permohonan Izin kunjungan/ Wawancara.....	84
Lampiran 4	: Lembar Konsultasi	85
Lampiran 5	: Draft Pertanyaan Wawancara	87
Lampiran 6	: Transkrip Wawancara	90
Lampiran 7	: Dokumentasi Penelitian.....	106
Lampiran 8	: Surat Keterangan Pendamping Ijazah	108
Lampiran 9	: Daftar Riwayat Hidup	109
Lampiran 10	: Hasil Uji iThenticate	110

