



**UNIVERSITAS NASIONAL**

***PERSONAL BRANDING INFLUENCER @RAVENAARBELLIA  
MELALUI INSTAGRAM DALAM MENAMBAHKAN  
JUMLAH FOLLOWERS***

**SKRIPSI**

**ALYFIANI RIZKY NUGRAHA**

**203516516163**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**JAKARTA**

**2024**



**NATIONAL UNIVERSITY**

**PERSONAL BRANDING INFLUENCER  
@RAVENAARBELLIA VIA INSTAGRAM TO INCREASE  
THE NUMBER OF FOLLOWERS**

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

**ALYFIANI RIZKY NUGRAHA  
203516516163**

**FACULTY OF SOCIAL SCIENCE AND POLITICAL SCIENCE  
COMMUNICATION SCIENCE  
JAKARTA  
2024**

## LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

### LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.



## SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS NASIONAL

### PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Alyfiani Rizky Nugraha  
Nomor Pokok Mahasiswa : 203516516163  
Konsentrasi Studi : Public Relations  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Judul Skripsi : PERSONAL BRANDING  
INFLUENCER @RAVENAARBELLIA  
MELALUI INSTAGRAM DALAM  
MENAMBAHKAN JUMLAH  
FOLLOWERS  
Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Strata  
Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan  
Ilmu Politik, Universitas Nasional

Disetujui untuk diujikan,  
Jakarta, 4 Maret 2024

Dosen Pembimbing,

Dr. Anita Rosana, B.A., M.A

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi



Djudjur Luciana R., S.Sos. M.Si

## SURAT PENGESAHAN SKRIPSI



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS NASIONAL

### PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Alyfiani Rizky Nugraha  
Nomor Pokok Mahasiswa : 203516516163  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi Studi : Public Relations  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Judul Skripsi : PERSONAL BRANDING  
INFLUENCER @RAVENAARBELLIA  
MELALUI INSTAGRAM DALAM  
MENAMBAHKAN JUMLAH  
FOLLOWERS  
Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Strata  
Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan  
Ilmu Politik, Universitas Nasional

Disetujui untuk disahkan,  
Jakarta, 6 Maret 2024

Dosen Pembimbing,

Dr. Anita Rosana, B.A., M.A.

Dekan

Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si.

## HALAMAN PENGESAHAN



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS NASIONAL

### HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :  
Nama : Alyfiani Rizky Nugraha  
NPM : 203516516163  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi : Public Relations  
Judul Skripsi : PERSONAL BRANDING INFLUENCER  
@RAVENAARBELLIA MELALUI  
INSTAGRAM DALAM MENAMBAHKAN  
JUMLAH FOLLOWERS

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

### DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang : Dr. Bhakti Nur Avianto, S.IP., M.Si. (...)  
Penguji 1 : Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si (...)  
Penguji 2 : Dr. Anita Rosana, B.A., M.A. (...)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 4 Maret 2024

# LEMBAR PERSETUJUAN PERBAIKAN REVISI



UNIVERSITAS NASIONAL  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
JAKARTA

## FORMULIR 4

### PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Anggiani Rizky Ngraha  
Nomor Induk Mahasiswa : 203516516163  
Jurusan : Public Relations  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Personal Branding Influencer @ravenaarbenua  
melalui Instagram dalam menambahkan jumlah followers

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, 28 Februari 20 24, sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 4 Maret 20 24

Ketua Sidang : Dr. Blakei Nur Amanto, S.IP., M.Si.  
Penguji I : Dr. Sri Desai Purwatiingsih, M.Si.  
Penguji II : Dr. Anita Rosana, B.A., M.A.

#### Keterangan :

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



**LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL TELAH DIREVISI**

**LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI**

Nama : Auyfioni Rizky Nugraha  
 NPM : 20351651463  
 Fakultas/Akademik : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
 Program Studi : Ilmu Komunikasi  
 Tanggal Sidang : 28 Februari 2024

**JUDUL DALAM BAHASA INDONESIA**

PERSONAL BRANDING INFLUENCER @RAVENAARBELLIA MELALUI INSTAGRAM DALAM MENAMBAHKAN JUMLAH FOLLOWERS

**JUDUL DALAM BAHASA INGGRIS**

PERSONAL BRANDING INFLUENCER @RAVENAARBELLIA VIA INSTAGRAM TO INCREASE THE NUMBER OF FOLLOWERS

**TANDA TANGAN DAN TANGGAL**

Pembimbing	Ka. Prodi	Mahasiswa
TGL : 4 Maret 2024	TGL : 4 Maret 2024	TGL : 4 Maret 2024
		
Dr. Anita Rosana, B.A., M.A	Diandur Luciana R., S.Sos.M.Si	Auyfioni Rizky Nugraha




# BIODATA ALUMNI MAHASISWA



UNIVERSITAS NASIONAL  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
JAKARTA

## BIODATA ALUMNI MAHASISWA SEMESTER GANJIL TAHUN AKADEMIK 20<sup>23</sup>/20<sup>24</sup>

Nama Mahasiswa : Ayufiani Rizky Nugraha  
No. Pokok : 203516516163  
Program Studi/Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Tempat Tgl. Lahir : Jakarta, 2 Agustus 2001  
Alamat Rumah : Perumahan Permata Depok Sektor Pirus Blok K6/2  
RT 001/009 Kel. Pondok Jaya Kec. Cipayang  
Cibogam, Depok  
Telepon Rumah : .....  
Telepon Kantor : .....  
HP : 081219369149  
Alamat Kantor : .....  
E-mail : alfinugraha2001@gmail.com

Jakarta, 3 Maret 2024  
Alumni,  
  
...Ayufiani Rizky Nugraha...

## KATA PENGANTAR

Rasa syukur yang dalam saya sampaikan kepada Tuhan Yang Maha Esa berkat kemurahan-Nya penelitian ini dapat saya kerjakan dan diselesaikan dengan baik. Di dalam penelitian ini saya membahas tentang “Personal *Branding* Influencer @ravenaarbellia Melalui Instagram Dalam Menambahkan Jumlah Followers”.

Semoga karya ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca pada umumnya serta peneliti sendiri secara khusus. Peneliti serta penulisan tidak akan berlangsung dengan lancar tanpa adanya motivasi, dukungan, serta bantuan dari seluruh pihak, diantaranya:

1. Dr. El Amry Bermawi Putera, M.A. sebagai Rektor dari Universitas Nasional.
2. Dr. Erna Ermawati Chotim, S.Sos., M.Si. sebagai Dekan dari Universitas Nasional.
3. Dr. Aos Yuli Firdaus, S.I.P., M.Si. sebagai Wakil Dekan Bidang Administrasi Akademik dan Keuangan.
4. Dr. (C) Angga Sulaiman, S.I.P., M.A.P. sebagai Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan, Kerja Sama dan Sumber Daya Manusia.
5. Djudjur Luciana Radjagukguk, S.Sos., M.Si. sebagai Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah mendukung saya untuk menyelesaikan penelitian ini.
6. Nursatyo, S.Sos., M.Si selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional
7. Staf Sekretariat FISIP yang telah membantu penulis dalam pengurusan administrasi akademik penulis
8. Romika Junaidi, S.I.Kom., M.A selaku Dosen Pembimbing Akademik peneliti yang selalu membantu perkuliahan peneliti
9. Dr. Anita Rosana, B.A., M.A selaku Dosen Pembimbing tercinta yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran, memberikan arahan dan masukan saat bimbingan, memberikan ilmu pengetahuan dengan kesabarannya selama proses bimbingan hingga peneliti menyelesaikan

penulisan skripsi

10. Seluruh Dosen Universitas Nasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama melakukan perkuliahan
11. Teruntuk kedua orang tua penulis tercinta, Bapak Ade Nugraha dan Ibu Sri Rezeki Rachmawati yang telah banyak memberikan doa restu dan dorongan moril serta materil dan semangat maka penulis dapat menyelesaikan skripsi ini
12. Teruntuk uwa, Ibu Retno Wulansari yang telah banyak memberikan doa restu serta support dan semangat
13. Adik kandung tersayang Afif Athiawan Nugraha yang selalu memberikan support tiada henti
14. Kucing-kucing penulis Tobi, Simba, Agnes, Coco, Baba yang selalu menemani dalam mengerjakan skripsi ini
15. Sahabat penulis Natasya, Nirma, Shafa, Shevani, Fahri, Erland, Dio, Anjas, Dhika, Gamma, Dhani, Ilham yang senantiasa selalu membantu dan memberi dukungan agar dapat menyelesaikan skripsi ini
16. Bapak dan ibu dosen pada program Ilmu Komunikasi Universitas Nasional yang telah mencurahkan segenap perhatian dan ilmunya kepada penulis

Penulis hanya dapat menyampaikan terima kasih, serta terus berdoa agar segala kebaikan yang diberikan dapat menjadi suatu amal yang berlipat ganda oleh Allah SWT. Selain itu penulis juga sangat menyadari bahwa temuan penelitian ini masih belum sempurna, terdapat begitu banyak kesalahan baik dalam penulisan kata ataupun berbagai kekurangan lain dalam menyampaikan materi. Karenanya dibutuhkan kritik serta saran yang sifatnya membangun serta agar dicapai kesempurnaan penelitian.

Jakarta, 30 Januari 2024



Alyfiani Rizky Nugraha

## ABSTRAK

Nama : Alyfiani Rizky Nugraha  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul : *PERSONAL BRANDING INFLUENCER*  
*@RAVENAARBELLIA MELALUI*  
*INSTAGRAM DALAM MENAMBAHKAN*  
*JUMLAH FOLLOWERS*  
Pembimbing : Dr. Anita Rosana, B.A., M.A

Melihat potensi generasi Z di media sosial, ada beberapa penelitian *Personal Branding Influencer* Indonesia mencitrakan diri kepada generasi Z. Dalam penelitian ini, diperlukan strategi komunikasi mengenai *Personal Branding* tentang bagaimana mengelola *Personal Branding* melalui media sosial. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi dalam meningkatkan *Personal Branding* gen Z melalui akun Instagram @ravenaarbellia. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan penelitian studi kasus. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai Strategi Komunikasi dalam meningkatkan *Personal Branding* melalui *Influencer* Ravena Arbellia bahwa *Personal Branding* yang sudah di bentuk dan diterapkan Ravena Arbellia sudah sesuai dengan sebelas aspek kriteria *Authentic Personal Branding* milik Rampersard yang terdiri dari Ketekunan, Konsistensi, Keautentikan, Integritas, Spesialisasi, Otoritas, Keistimewaan, Visibilitas, Relevan, Perbuatan Baik, dan Kinerja. Strategi Komunikasi yang digunakan oleh Ravena Arbellia adalah strategi kolaborasi dan pendekatan dengan *followers* di Instagram dengan cara melakukan *sharing*, *QnA*, *games* di *Instagram Story*, *quiz*, dan *giveaway*. Hal ini dilakukan Ravena Arbellia untuk menciptakan keistimewaan yang dapat membedakan dirinya dengan *Influencer* lainnya. Ravena Arbellia sudah berhasil menerapkan dan menyampaikan *Personal Branding* pada dirinya sendiri sehingga menerima *feedback* yaitu memiliki banyak *followers* dan dapat dikenal sebagai *Influencer fashion and beauty*.

Kata kunci: *Personal Branding, Influencer, Instagram, followers*

## ABSTRACT

Name : Alyfiani Rizky Nugraha  
Study Program : Communication Science  
Tittle : PERSONAL BRANDING INFLUENCER  
@RAVENAARBELLIA VIA INSTAGRAM  
TO INCREASE THE NUMBER OF  
FOLLOWERS  
Concellor : Dr. Anita Rosana, B.A., M.A

Seeing the potential of generation Z on social media, there are several personal *branding* research. Indonesian Influencers are *branding* themselves to generation Z. In this research, a communication strategy regarding personal *branding* is needed about how to manage personal *branding* through social media. The aim of this research is to determine communication strategies in improving Gen Z's personal *branding* through the Instagram account @ravenaarbella. This research uses a descriptive qualitative research method with a case study research approach. Based on the results of research conducted by researchers regarding Communication Strategy in improving Personal *Branding* through Influencer Ravena Arbella, the Personal *Branding* that has been formed and implemented by Ravena Arbella is in accordance with the eleven aspects of Rampersard's Authentic Personal *Branding* criteria which consist of Diligence, Consistency, Authenticity, Integrity, Specialization, Authority, Distinction, Visibility, Relevance, Good Conduct, and Performance. The communication strategy used by Ravena Arbella is a collaboration strategy and approach with followers on Instagram by sharing, QnA, games on Instagram Story, quizzes and giveaways. Ravena Arbella did this to create features that could differentiate itself from other Influencers. Ravena Arbella has succeeded in implementing and conveying Personal *Branding* for herself so that she has received feedback, namely having many followers and being known as a *fashion and beauty* influencer.

Keyword: *Personal Branding, Influencer, Instagram, followers*

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>iv</b>
<b>SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	<b>v</b>
<b>SURAT PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	<b>vi</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PERBAIKAN REVISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL TELAH DIREVISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>BIODATA ALUMNI MAHASISWA</b> .....	<b>x</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xiii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xx</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1    Latar Belakang Masalah .....	1
1.2    Rumusan Masalah .....	4
1.3    Tujuan Penelitian.....	4
1.4    Manfaat Penelitian.....	4
1.5    Sistematika Penulisan .....	5
<b>BAB II</b> .....	<b>7</b>
<b>KAJIAN PUSTAKA</b> .....	<b>7</b>
2.1    Penelitian Terdahulu.....	7
2.2    Pengertian dari Kajian Kepustakaan.....	15
2.2.1    Media Baru .....	15
2.2.2    Media Sosial .....	17

2.2.3	Instagram .....	19
2.2.4	<i>Influencer</i> .....	21
2.2.5	Personal <i>Branding</i> .....	23
2.2.6	Followers .....	24
2.3	Kerangka Teori.....	25
2.3.1	Teori Personal <i>Branding</i> .....	25
2.4	Kerangka Pemikiran .....	27
<b>BAB III.....</b>		<b>29</b>
<b>METODOLOGI PENELITIAN.....</b>		<b>29</b>
3.1	Paradigma Penelitian .....	29
3.2	Metode Penelitian.....	29
3.3	Pendekatan Penelitian.....	29
3.4	Penentuan Informan.....	30
3.5	Teknik Pengumpulan Data .....	30
3.6	Teknik Keabsahan Data .....	32
3.7	Teknik Pengolahan dan Analisis Data .....	33
3.8	Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	34
<b>BAB IV.....</b>		<b>36</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>36</b>
4.1	Gambaran mengenai Instagram.....	36
4.2	Profil <i>Influencer</i> Ravena Arbellia.....	39
4.2.1	Informasi Responden.....	43
4.3	Hasil Penelitian.....	45
4.3.1	Instagram sebagai Media Komunikasi .....	45
4.3.2	Aspek Konsistensi ( <i>consistency</i> ) .....	47
4.3.3	Aspek Keautentikan ( <i>authenticity</i> ) .....	49
4.3.4	Aspek Spesialisasi ( <i>specialization</i> ).....	51
4.3.5	Aspek Integritas ( <i>integrity</i> ) .....	53
4.3.6	Aspek Otoritas ( <i>authority</i> ) .....	55
4.3.7	Aspek Keistimewaan ( <i>distinctiveness</i> ).....	57
4.3.8	Aspek Visibilitas ( <i>visibility</i> ).....	59
4.3.9	Aspek Ketekunan ( <i>persistence</i> ) .....	61



4.3.10 Aspek Relevan ( <i>releveant</i> ) .....	63
4.3.11 Aspek Perbuatan Baik ( <i>goodwill</i> ) .....	65
4.3.12 Aspek Kinerja ( <i>performance</i> ) .....	67
4.4 Pembahasan .....	69
4.4.1 Instagram sebagai Media Komunikasi .....	69
4.4.2 Aspek Konsistensi yang dilakukan Ravena Arbellia dalam meningkatkan <i>Personal Branding</i> .....	70
4.4.3 Aspek Keautentikan yang dilakukan Ravena Arbellia dalam meningkatkan <i>Personal Branding</i> .....	71
4.4.4 Aspek Spesialisasi yang dilakukan Ravena Arbellia dalam meningkatkan <i>Personal Branding</i> .....	71
4.4.5 Aspek Integritas yang dilakukan Ravena Arbellia dalam meningkatkan <i>Personal Branding</i> .....	73
4.4.6 Aspek Otoritas yang dilakukan Ravena Arbellia dalam meningkatkan <i>Personal Branding</i> .....	73
4.4.7 Aspek Keistimewaan yang dilakukan Ravena Arbellia dalam meningkatkan <i>Personal Branding</i> .....	74
4.4.8 Aspek Visibilitas yang dilakukan Ravena Arbellia dalam meningkatkan <i>Personal Branding</i> .....	75
4.4.9 Aspek Ketekunan yang dilakukan Ravena Arbellia dalam meningkatkan <i>Personal Branding</i> .....	75
4.4.10 Aspek Relevan yang dilakukan Ravena Abellia dalam meningkatkan <i>Personal Branding</i> .....	76
4.4.11 Aspek Perbuatan Baik yang dilakukan Ravena Arbellia dalam meningkatkan <i>Personal Branding</i> .....	77
4.4.12 Aspek Kinerja yang dilakukan Ravena Arbellia dalam meningkatkan <i>Personal Branding</i> .....	78
<b>BAB V.....</b>	<b>79</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>79</b>
5.1 Kesimpulan.....	79
5.2 Saran .....	79
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>81</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>83</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>104</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Instagram Ravena Arbellia .....	3
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir .....	28
Gambar 4. 1 Portofolio Ravena Arbellia .....	40
Gambar 4. 2 <i>Achievement</i> Ravena Arbellia .....	41
Gambar 4. 3 <i>Endorsement Brand</i> Ravena Arbellia .....	41
Gambar 4. 4 <i>Campaign</i> Ravena Arbellia .....	42
Gambar 4. 5 Postingan <i>Endorse</i> Ravena Arbellia .....	48
Gambar 4. 6 Postingan Keautentikannya Ravena Arbellia .....	50
Gambar 4. 7 Tampilan Bio Instagram Ravena Arbellia .....	52
Gambar 4. 7 Tampilan Bio Instagram Ravena Arbellia .....	52
Gambar 4. 8 Postingan Kolaborasi Bersama <i>Brand Skincare</i> .....	54
Gambar 4. 8 Postingan Kolaborasi Bersama <i>Brand Skincare</i> .....	54
Gambar 4. 9 Keahlian Ravena Arbellia Sebagai Pembicara .....	56
Gambar 4. 9 Keahlian Ravena Arbellia Sebagai Pembicara .....	56
Gambar 4. 10 <i>Reels</i> Ravena Arbellia .....	58
Gambar 4. 10 <i>Reels</i> Ravena Arbellia .....	58
Gambar 4. 11 Tampilan Postingan Ravena Arbellia .....	60
Gambar 4. 11 Tampilan Postingan Ravena Arbellia .....	60
Gambar 4. 12 Postingan Setiap Minggu Di Bulan Yang Sama .....	62
Gambar 4. 12 Postingan Setiap Minggu Di Bulan Yang Sama .....	62
Gambar 4. 13 Tampilan Komentar Dalam Postingan Ravena Arbellia .....	64
Gambar 4. 13 Tampilan Komentar Dalam Postingan Ravena Arbellia .....	64
Gambar 4. 14 Caption Di Postingan Ravena Arbellia .....	66
Gambar 4. 14 Caption Di Postingan Ravena Arbellia .....	66

**Gambar 4. 15 Tagged Dari Brand .....68**

**Gambar 4. 15 Tagged Dari Brand .....68**



## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....7

Tabel 3. 1 Waktu dan Jadwal Penelitian.....35

