



UNIVERSITAS NASIONAL

**PENGEMBANGAN PESAN IKLAN PRODUK ACTION FIGURE
PRUL MARKET TOYS DI INSTAGRAM DAN YOUTUBE**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu untuk memperoleh gelar

Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Auzi Anasykurorizqi

NPM : 203516516501

**PROGAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS NASIONAL**

2024



UNIVERSITAS NASIONAL

**DEVELOPING ADVERTISING MESSAGES FOR ACTION
FIGURE PRODUCTS PRUL MARKET TOYS ON INSTAGRAM
AND YOUTUBE**

THESIS

THESIS Submitted as one of the requirements to obtain a Bachelor of
Communication Science (S.Ikom) degree

Auzi Anasykurorizqi

NPM : 203516516501

**STUDY PROGRAM OF COMMUNICATION SCIENCES
FACULTY OF SOCIAL AND POLITIC SCIENCES
ADVERTISING**

2024



UNIVERSITAS NASIONAL
PENGEMBANGAN PESAN IKLAN PRODUK ACTION FIGURE
PRUL MARKET TOYS DI INSTAGRAM DAN YOUTUBE

SKRIPSI

Auzi Anasykurorizqi

NPM : 203516516501

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

2024

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda – tangan dibawah ini :

Nama : AUZI ANASYKURORIZQI
NPM : 203516516501
Judul Skripsi : PENGEMBANGAN PESAN IKLAN PRODUK ACTION
FIGURE PRUL MARKET TOYS DI INSTAGRAM DAN
YOUTUBE

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan 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 ijasah pada Universitas Nasional atau perguruan tinggi lainnya.

Apabila dikemudian 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 Agustus 2024



Auzi Anasykurorizi

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI



**UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL
DAN ILMUPOLITIK**

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Auzi Anasykurorizqi

Nomor Pokok Mahasiswa : 203516516501

Konsentrasi : Periklanan

Judul Skripsi : Pengembangan Pesan Iklan Produk Action
Figure PRUL Market Toys Di Instagram Dan
Youtube

Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu persyaratan untuk
memperoleh gelar Sarjana Satu (S1) pada Fakultas
Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

Disetujui untuk disahkan
Jakarta, 27 Agustus 2024

UNIVERSITAS NASIONAL

Dosen Pembimbing

Th. Bambang Pamungkas, S.Sos., M.I.Kom

Dekan

Dr. Erna Ernawati Chotim, M.Si

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama Mahasiswa : Auzi Anasykurorizqi
Nomer Pokok Mahasiswa : 203516516501
Konsentrasi : Periklanan
Program Studi Fakultas : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
: Pengembangan Pesan Iklan Produk Action Figure
PRUL MarketToys Di Instagram Dan Youtube

Telah berhasil dipertahankan di hadapan dewan penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom) pada program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Nasional.

DEWAN PENGUJI

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

Pengusi I : Yuyu Sriwartini, S.Sos., M.Si.

Penguji II : Th. Bambang Pamungkas, S.Sos., M.I.Kom

Ditetapkan di : Jakarta

Pada Tanggal : 1 September 2024

PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIC
JAKARTA

FORMULIR 4

PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Auzi Anasukurorizqi
Nomor Induk Mahasiswa : 203516516501
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Program Studi : FISIP
Judul Skripsi : Pengembangan Pesan Iklan Produk Action Figure PRUL Market Toys Di Instagram Dan Youtube

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal 20 Agustus 2024 sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 27 Agustus 2024

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


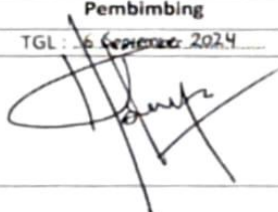

Penguji I : Yuyu Sriwartini, S.Sos., M.Si.

Penguji II : Th. Bambang Pamungkas, S.Sos., M.I.Kom

Keterangan :

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

LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI

LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI		
Nama	: Auzi Anasykurorizqi	
NPM	: 203516516501	
Fakultas/Akademi	: Fakultas Ilmu Sosial dan Politik	
Program Studi	: Ilmu Komunikasi	
Tanggal Sidang	: Selasa, 20 Agustus 2024	
JUDUL DALAM BAHASA INDONESIA :		
Pengembangan Pesan Iklan Produk Action Figure PRUL Market Toys Di Instagram Dan Youtube		
JUDUL DALAM BAHASA INGGRIS :		
Development Advertising For Action Figure Products PRUL Market Toys On Instagram And Youtube		
		
TANDA TANGAN DAN TANGGAL		
Pembimbing	Ka. Prodi	Mahasiswa
TGL : 6 September 2024	TGL : 6 September 2024	TGL : 6 September 2024
		

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur ditunjukkan kepada Allah SWT karena rahmat dan karunianya, peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengembangan Pesan Iklan Produk Action Figure PRUL Market Toys di Instagram dan Youtube”**. Skripsi ditujukan sebagai salah satu syarat akademik untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom) pada jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

Tanpa adanya bantuan serta dukungan dari berbagai pihak, Proses penyusunan skripsi ini tidak akan berjalan lancar dan sesuai rencana, tanpabantuan serta dukungan dari pada semua pihak yang telah membantu selama penulis melakukan proses penulisan skripsi ini. Oleh karenanya, peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada dosen pembimbing penelitian yaitu Bapak Th. Bambang Pamungkas, S.Sos., M.I.Kom yang telah membantu penulis dengan sepenuh hati untuk menyelesaikan penelitian. Karena jasa dan waktu yang beliau berikan, penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan sebaik – baiknya. Selanjutnya ucapan terimakasih juga penulis sampaikan kepada pihak-pihak di bawah ini:

1. Dr. El Amry Bermawi Putera, M.A., Selaku Rektor Universitas Nasional
2. Dr. Erna Ermawati Chotim, S.Sos., M.Si., Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional
3. Djujur Luciana, S.Sos., M.Si dan Nursatyo S.Sos.M,si. Selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi dan Sekretaris Program Studi Ilmu Komuniasi Universitas Nasional
4. Bapak Th. Bambang Pamungkas, S.Sos., M.I.Kom selaku dosen Pembimbing skripsi saya, yang telah banyak membantu dan memberikan ilmu, motivasi, dan juga semangat dalam pengerjaan skripsi ini. Terima kasih sebanyak – banyaknya diucapkan kepada Ibunda Lely karena sudah membantu dan memberikan masukan berupa ilmu, motivasi, dan semangat selama proses bimbingan di tengah

kesibukan beliau. Tanpa adanya ilmu pengetahuan dan semangat dari beliau, saya tidak yakin skripsi ini akan selesai dengan baik dan tepat waktu.

5. Seluruh jajaran Staff dan dosen Universitas Nasional, yang telah memberikan ilmu kepada peneliti selama penulis berkuliah di Universitas Nasional. Peneliti sangat berterima kasih atas tahun – tahun penuh ilmu dan edukasi yang sangat bermanfaat bagi penulis terutama dalam menyelesaikan penelitian ini.
6. Kedua Orang Tua peneliti, Ibu Nur Agustini dan Bapak Usman Nur Effendi sebagai tanda bakti dan rasa terima kasih yang tidak terhingga, aku persembahkan karya kecil ini kepada mamah dan ayah saya yang sudah memberikan kasih sayang dan dukungan serta cinta kasih yang tidak terhingga. Semoga ini menjadi langkah awal untuk membuat mamah dan ayah bahagia, terima kasih selama ini sudah memberikan banyak motivasi, selalu mendoakan dan selalu memberi nasehat untuk menjadi yang lebih baik.
7. Avira Nur Alliza yang sudah banyak berkontribusi dalam penulisan skripsi ini. Terima kasih sudah menemani, meluangkan waktu, tenaga serta pikiran kepada saya, dan memberikan semangat untuk selalu maju tanpa kenal lelah dalam segala hal untuk meraih apa yang menjadi impian saya. Terima kasih sudah menjadi sosok rumah yang selalu ada untuk saya.
8. Seluruh teman – teman saya di prodi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional khususnya peminatan periklanan yang ikut serta memberikan semangat dan bantuan kepada peneliti dalam mengerjakan skripsi peneliti hingga tuntas.
9. Seluruh informan yang terlibat dalam penelitian ini, saya mengucapkan terima kasih karena sudah meluangkan waktunya ditengah jadwal kegiatan yang padat dan memberikan informasi yang sangat berguna untuk penelitian ini.

10. Dan yang terakhir kepada diri saya sendiri, Auzi Anasykurorizqi terimakasih sudah bertahan selama ini. terimakasih tetap memilih berusaha dan merayakan dirimu sendiri sampai detik ini. terimakasih karena memutuskan tidak menyerah ditahun ini, sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini kamu telah menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin. Dengan penuh harapan, semoga jasa kebaikan mereka diterima Allah swt. dan tercatat sebagai amal shalih. *Jazakumullah khoiril jaza'*.

Semoga skripsi yang telah penulis tulis ini senantiasa dapat memberikan manfaat pengetahuan dan ilmu – ilmu mengenai topik yang telah peneliti bahas bagi para pembaca dan juga dapat menjadi referensi untuk penelitian yang akan datang.



**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai aktivitas akademik Universitas Nasional, Penulis yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Auzi Anasykurorizqi

NPM : 203516516501

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 yang berjudul :

Pengembangan Pesan Iklan Produk Action Figure PRUL Market Toys di Instagram dan Youtube

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti noneksklusif ini Universitas Nasional berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di, Jakarta, Pada tanggal 27 Agustus 2024

Yang menyatakan



(Auzi Anasykurorizqi)

ABSTRAK

Nama : Auzi Anasykurorizqi
NPM : 203516516501
Progam Studi : Ilmu Komunikasi
Judul : Pengembangan Pesan Iklan Produk Action Fiugre PRUL Market Toys Di Instagram Dan Youtube.
Dosen Pembimbing : Bapak Th. Bambang Pamungkas, S.Sos., M.I.Kom

Perkembangan teknologi membuat para pelaku usaha untuk mengikuti perubahan dalam membuat iklan promosi produk. Internet melahirkan media baru sebagai wadah yang dapat membantu mengembangkan iklan produk melalui media sosial Instagram dan platform video Youtube. Kedua media tersebut merupakan bagian dari *new media* yang saat ini tengah populer dengan berbagai macam fitur yang dapat dimanfaatkan dalam mengembangkan iklan berbasis visual dan audio visual. PRUL Market Toys yang bergerak di bidang penjualan *action figure*, memanfaatkan media sosial Instagram dan platform youtube untuk mengembangkan pesan iklan mengenai produk *action figure*. Untuk mengembangkan sebuah pesan iklan, khususnya pada media baru diperlukan beberapa strategi komunikasi khususnya komunikasi pemasaran untuk menciptakan iklan yang kreatif dan informatif, sehingga dapat menarik audiens. Penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu gambaran mengenai pengembangan pesan iklan produk *action figure* pada Channel Youtube dan akun Instagram PRUL Market Toys. Untuk menyusun penelitian ini, penulis menggunakan teori *new media* atau media baru sebagai acuan untuk menyelesaikan penelitian ini. Selain itu metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kualitatif. Sementara itu, untuk memperoleh data dan informasi lainnya, penulis menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara dengan informan yang terkait.

Kata Kunci : pengembangan pesan iklan, PRUL Market Toys, Instagram, Youtube

ABSTRACT

Name : Auzi Anasykurorizqi
NPM : 203516516501
Study Program : Communication Sciences
Title : Developing Advertising Messages For Action Figure Products
PRUL Market Toys On Instagram And Youtube
Counsellor : Bapak Th. Bambang Pamungkas, S.Sos., M.I.Kom

Technological developments make business people to follow changes in making product promotion advertisements. The internet gave birth to new media as a forum that can help develop product advertisements through Instagram social media and Youtube video platforms. Both media are part of new media which is currently popular with a variety of features that can be utilized in developing visual and audio visual based advertisements. PRUL Market Toys, which is engaged in selling action figures, utilizes the Instagram social media and YouTube platforms to develop advertising messages about action figure products. To develop an advertising message, especially in new media, several communication strategies are needed, especially marketing communication to create creative and informative advertisements, so that they can attract audiences. This study aims to find out an overview of the development of advertising messages for action figure products on the Youtube Channel and PRUL Market Toys Instagram account. To compile this research, the author uses new media theory or new media as a reference to complete this research. In addition, the research method used in this research is Qualitative. Meanwhile, to obtain data and other information, the author uses data collection techniques through interviews with relevant informants.

Keywords : advertising message development, PRUL Market Toys, Instagram, Youtube

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	4
KATA PENGANTAR.....	4
ABSTRAK	13
ABSTRACT	14
DAFTAR ISI.....	15
DAFTAR TABEL	18
DAFTAR LAMPIRAN	20
BAB I PENDAHULUAN.....	Error!
Bookmark not defined.	
1.1 Latar Belakang.....	Error!
Bookmark not defined.	
1.2 Rumusan Masalah	Error!
Bookmark not defined.	
1.3 Tujuan Penelitian.....	Error!
Bookmark not defined.	
1.4 Manfaat Penelitian.....	Error!
Bookmark not defined.	
1.4.1 Manfaat Teoritis	Error!
Bookmark not defined.	
1.4.2 Manfaat Praktis.....	Error!
Bookmark not defined.	
1.5 Sistematika Penulisan.....	Error!
Bookmark not defined.	
BAB II KAJIAN PUSTAKA	Error!
Bookmark not defined.	
2.1 Penelitian Terdahulu.....	Error!
Bookmark not defined.	

2.2 Teori **Error!**

Bookmark not defined.

2.2.1 Media Baru (New Media)..... **Error!**

Bookmark not defined.

2.2.2 Teori Hierarki Efek (*Hierarchy of Effect Model*)..... **Error!**

Bookmark not defined.

2.3 Kerangka Konsep **Error!**

Bookmark not defined.

2.3.1 Pengembangan Pesan Iklan **Error!**

Bookmark not defined.

2.3.2 Pesan Dalam Komunikasi Iklan **Error!**

Bookmark not defined.

2.3.3 Iklan..... **Error!**

Bookmark not defined.

2.3.4 Iklan Pada Media Baru **Error!**

Bookmark not defined.

2.3.5 Pesan Iklan Pada Media Baru..... **Error!**

Bookmark not defined.

2.3.6 Instagram..... **Error!**

Bookmark not defined.

2.3.7 Youtube..... **Error!**

Bookmark not defined.

2.3.8 PRUL Market Toys **Error!**

Bookmark not defined.

2.3.9 Action Figure..... **Error!**

Bookmark not defined.

2.4 Kerangka Berfikir **Error!**

Bookmark not defined.

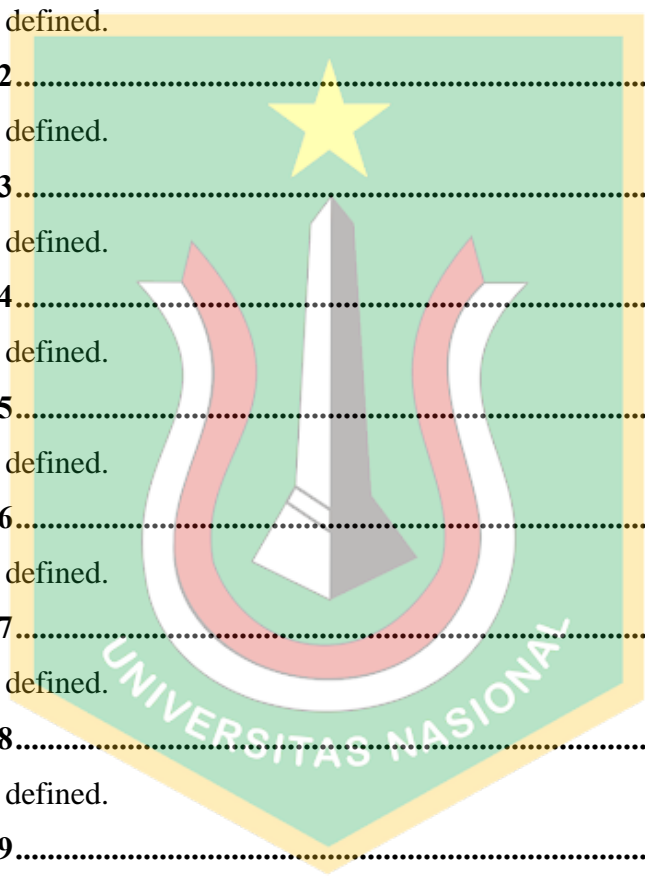
BAB III METODELOGI PENELITIAN..... Error!

Bookmark not defined.

3.1 Pendekatan Penelitian.....	Error!
Bookmark not defined.	
3.2 Subjek dan Objek Penelitian	Error!
Bookmark not defined.	
3.2.1 Subjek Penelitian	Error!
Bookmark not defined.	
3.2.2 Objek Penelitian	Error!
Bookmark not defined.	
3.3 Penentuan Informan.....	Error!
Bookmark not defined.	
3.4 Teknik Pengumpulan Data	Error!
Bookmark not defined.	
3.4.1 Data Primer.....	Error!
Bookmark not defined.	
3.4.2 Data Sekunder	Error!
Bookmark not defined.	
3.5 Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....	Error!
Bookmark not defined.	
3.6 Teknik Keabsahan Data.....	Error!
Bookmark not defined.	
3.7 Lokasi dan Jadwal Penelitian	Error!
Bookmark not defined.	
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	Error!
Bookmark not defined.	
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	Error!
Bookmark not defined.	
4.1.1 Sejarah PRUL.....	Error!
Bookmark not defined.	
4.1.2 Profil Prul Market Toys.....	Error!
Bookmark not defined.	

4.1.3	Visi dan Misi PRUL	Error!
	Bookmark not defined.	
4.1.4	Struktur Organisasi PRUL.....	Error!
	Bookmark not defined.	
4.2	Profil Informan	Error!
	Bookmark not defined.	
4.3	Penyajian Data Hasil Penelitian	Error!
	Bookmark not defined.	
4.3.1	Pengembangkan Pesan Iklan Produk Action Figure PRUL Market Toys di Instagram dan Youtube	Error!
	Bookmark not defined.	
4.3.2	Pengembangan Pesan Iklan Produk Action Figure PRUL Market Toys di Instagram	Error!
	Bookmark not defined.	
4.3.3	Pengembangan Pesan Iklan Produk Action Figure PRUL Market Toys di Youtube	Error!
	Bookmark not defined.	
4.3.4	Pesan Iklan Informatif (Informative).....	Error!
	Bookmark not defined.	
4.3.5	Pesan Iklan Persuasif (Persuasive)	Error!
	Bookmark not defined.	
4.3.6	Pesan Iklan Pengingat (<i>Reminder</i>)	Error!
	Bookmark not defined.	
4.3.7	Pesan Iklan Penguatan (Reinforcement)	Error!
	Bookmark not defined.	
4.4	Pembahasan	Error!
	Bookmark not defined.	
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	Error!
	Bookmark not defined.	

5.1 Kesimpulan.....	Error!
Bookmark not defined.	
5.2 Saran.....	Error!
Bookmark not defined.	
DAFTAR PUSTAKA.....	Error!
Bookmark not defined.	
LAMPIRAN 1.....	Error!
Bookmark not defined.	
LAMPIRAN 2.....	Error!
Bookmark not defined.	
LAMPIRAN 3.....	Error!
Bookmark not defined.	
LAMPIRAN 4.....	Error!
Bookmark not defined.	
LAMPIRAN 5.....	Error!
Bookmark not defined.	
LAMPIRAN 6.....	Error!
Bookmark not defined.	
LAMPIRAN 7.....	Error!
Bookmark not defined.	
LAMPIRAN 8.....	Error!
Bookmark not defined.	
LAMPIRAN 9.....	Error!
Bookmark not defined.	
LAMPIRAN 10.....	Error!
Bookmark not defined.	
LAMPIRAN 11.....	Error!
Bookmark not defined.	
LAMPIRAN 12.....	Error!
Bookmark not defined.	



LAMPIRAN 13..... Error!

Bookmark not defined.



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Pengguna Internet Di Indonesia	1
Tabel 1.2 Penigkatan Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 3.1 Jadwal Pelaksanaan Penelitian	61



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Internet dan Media Sosial Di Indonesia	3
Gambar 1.2 Konten Feeds pada akun Instagram PRUL Market Toys	8
Gambar 1.2 Konten Feeds pada akun Instagram PRUL Market Toys	10
Gambar 1.3 Konten review action figure channel Youtube PRUL Market ...	11
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	51
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PRUL Market dan PRUL Channel	70
Gambar 4.2 Konten Iklan PRUL Market Toys Pada Tahun 2020	83
Gambar 4.3 Konten Iklan Informatif PRUL Market Toys	83
Gambar 4.4 Konten Iklan PRUL Market Toys Pada Tahun 2020	87
Gambar 4.5 Konten Iklan Persuasif PRUL Market Toys	87
Gambar 4.6 Konten Iklan PRUL Market Toys Pada Tahun 2020	90
Gambar 4.7 Konten Iklan Pengingat PRUL Market Toys	90
Gambar 4.8 Konten Iklan PRUL Market Toys Pada Tahun 2020	94
Gambar 4.9 Konten Iklan penguatan PRUL Market Toys	94



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Catatan Lapangan (Fields Note)	102
Lampiran 2 Transkrip Wawancara Key Informan	103
Lampiran 3 Transkrip Wawancara Informan Utama	106
Lampiran 4 Transkrip Wawancara Informan Tambahan	112
Lampiran 5 Dokumentasi Wawancara Key Informan	114
Lampiran 6 Dokumentasi Wawancara Informan Utama	115
Lampiran 7 Dokumentasi Wawancara Informan Tambahan	116
Lampiran 8 Dokumentasi Tambahan	117
Lampiran 9 Hasil Turnitin	119
Lampiran 10 Surat Keterangan Pendamping Ijazah	120
Lampiran 11 Ketersedian Pembimbing	121
Lampiran 12 Surat Penugasan Dosen Pembimbing	122
Lampiran 13 Daftar Riwayat Hidup	123