



UNIVERSITAS NASIONAL

**STRATEGI KAMPANYE DIGITAL GERAKAN MEMASYARAKATKAN
MAKAN IKAN (GEMARIKAN) OLEH KEMENTERIAN KELAUTAN
DAN PERIKANAN REPUBLIK INDONESIA**

SKRIPSI

DEMYTRI SULISTYADI WIBOWO

(213516516461)

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI PUBLIC RELATIONS

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

SEPTEMBER 2024



UNIVERSITAS NASIONAL

**STRATEGI KAMPANYE DIGITAL GERAKAN MEMASYARAKATKAN
MAKAN IKAN (GEMARIKAN) OLEH KEMENTERIAN KELAUTAN
DAN PERIKANAN REPUBLIK INDONESIA**

SKRIPSI

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

DEMYTRI SULISTYADI WIBOWO

(213516516461)

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI PUBLIC RELATIONS

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

SEPTEMBER 2024



UNIVERSITAS NASIONAL

**DIGITAL CAMPAIGN STRATEGY OF THE MOVEMENT TO
POPULARIZE EATING FISH (GEMARIKAN) BY THE MINISTRY OF
MARITIME AFFAIRS AND FISHERIES OF THE REPUBLIC OF
INDONESIA**

SKRIPSI

**Submitted as partial fulfilment of the requirements for
the Bachelor of Communication Science (S.I.Kom)**

DEMYTRI SULISTYADI WIBOWO

(213516516461)

UNIVERSITAS NASIONAL

PUBLIC RELATIONS COMMUNICATION SCIENCE STUDY PROGRAM

FACULTY OF SOCIAL SCIENCE AND POLITICAL SCIENCE

SEPTEMBER 2024

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda – tangan dibawah ini :

Nama : Demytri Sulistyadi Wibowo

NPM : 213516516461

Judul Skripsi : Strategi Kampanye Digital Gerakan Memasyarakatkan Makan Ikan (Gemarikan) Oleh Kementerian Kelautan dan Perikanan Republik Indonesia

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 ijazah 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, 5 Februari 2024

Yang membuat pernyataan,



Demytri Sulistyadi Wibowo

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama	: Demytri Sulistyadi Wibowo
NPM	: 213516516461
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Konsentrasi	: Public Relations
Judul Skripsi	: Strategi Kampanye Digital Gerakan Memasyarakatkan Makan Ikan (Gemarikan) Oleh Kementerian Kelautan Dan Perikanan Republik Indonesia
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, 7 Februari 2025

UNIVERSITAS NASIONAL

Dosen Pembimbing	Ketua Prodi Ilmu Komunikasi
Dr. Dwi Kartikawati, S.Sos., M.Si.	Djudjur Luciana R., S.Sos., M.Si.

PENGESAHAN SKRIPSI



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Demytri Sulistyadi Wibowo

NPM : 213516516461

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Public Relations

Judul Skripsi : Strategi Kampanye Digital Gerakan Memasyarakatkan Makan Ikan (Gemarikan) Oleh Kementerian Kelautan dan Perikanan Republik Indonesia

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, 08 Maret 2025

Dosen Pembimbing

Dr. Dwi Kartikawati, S.Sos., M.Si

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si

HALAMAN PENGESAHAN



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Demytri Sulistyadi Wibowo

NPM : 213516516461

Program Studi : Ilmu Komunikasi / Hubungan Masyarakat

Judul Skripsi : Strategi Kampanye Digital Gerakan Memasyarakatkan Makan Ikan (Gemarikan) Oleh Kementerian Kelautan dan Perikanan Republik Indonesia

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

DEWAN PENGUJI

1. Ketua Sidang : Dr. Aos Yuli Firdaus, S.I.P., M.Si

2. Pembimbing : Dr. Dwi Kartikawati, S.Sos., M.Si

3. Penguji I : Dra. Masnah, M.Si

4. Penguji II : Dr. Dwi Kartikawati, S.Sos., M.Si

Ditetapkan di: Jakarta

Tanggal: 27 Februari 2025

FORM PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

FORMULIR 4

PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Demytri Sulistyadi Wibowo
Nomor Pokok Mahasiswa : 213516516461
Fakultas / Akademik : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Prodi / Konsetrasi : Ilmu Komunikasi/Hubungan Masyarakat
Judul Skripsi : Strategi Kampanye Digital Gerakan Memasyarakatkan Makan Ikan (Gemarikan) Oleh Kementerian Kelautan Dan Perikanan Republik Indonesia
Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, 27 Februari 2025, sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 8 Maret 2025

Ketua Sidang : Dr. Aos Yuli Firdaus, S.I.P., M.Si

Penguji I : Dra. Masnah, M.Si

Penguji II : Dr. Dwi Kartikawati, S.Sos., M.Si

Keterangan :

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

FORM PERSETUJUAN REVISI

LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI

Nama : Demytri Sulistyadi Wibowo
 NPM : 213516516461
 Fakultas/Akademik : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
 Prodi & Konsetrasi : Ilmu Komunikasi/Hubungan Masyarakat
 Tanggal Sidang : 27 Februari 2025

JUDUL SKRIPSI DALAM BAHASA INDONESIA

**STRATEGI KAMPANYE DIGITAL GERAKAN MEMASYARAKATKAN MAKAN IKAN
 (GEMARIKAN) OLEH KEMENTERIAN KELAUTAN DAN PERIKANAN REPUBLIK
 INDONESIA**

JUDUL SKRIPSI DALAM BAHASA INGGRIS

**DIGITAL CAMPAIGN STRATEGY OF THE MOVEMENT TO POPULARIZE EATING
 FISH (GEMARIKAN) BY THE MINISTRY OF MARITIME AFFAIRS AND FISHERIES OF
 THE REPUBLIC OF INDONESIA**

TANDA TANGAN DAN TANGGAL

Pembimbing	Ka. Prodi	Mahasiswa
TGL : 8 Maret 2025	TGL : 8 Maret 2025	TGL : 8 Maret 2025
 Dr. Dwi Kartikawati, S.Sos., M.Si	 Djudjur Luciana Radjagukguk, S.Sos., M.Si.	 Demytri Sulistyadi Wibowo

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Strategi Kampanye Digital Gerakan Memasyarakatkan Makan Ikan (Gemarikan) Oleh Kementerian Kelautan dan Perikanan Republik Indonesia”. Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) di Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

Pemilihan topik ini dilatarbelakangi dari keprihatinan akan rendahnya angka konsumsi ikan di masyarakat, berawal dari permasalahan ini maka penting bagi pemerintah untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan konsumsi ikan sebagai bagian dari pola makan sehat. Program “Gemarikan” (Gerakan Memasyarakatkan Makan Ikan) yang digagas oleh Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP) merupakan inisiatif strategis yang bertujuan untuk mendorong masyarakat agar menjadikan ikan sebagai bagian dari pola konsumsi sehari-hari dan meningkatkan angka konsumsi ikan nasional. Kampanye ini telah dilakukan melalui berbagai platform digital untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Namun, dalam implementasinya, masih terdapat tantangan dalam memastikan keberhasilan pesan kampanye agar dapat diterima dengan baik oleh masyarakat.

Dalam era digital yang semakin berkembang, strategi kampanye digital memainkan peran penting dalam menyampaikan pesan kepada audiens yang lebih luas. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada analisis strategi kampanye digital Gemarikan yang dilakukan oleh Kementerian Kelautan dan Perikanan melalui Direktorat Jenderal Penguatan Daya Saing Produk Kelautan dan Perikanan. Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam mengidentifikasi langkah-langkah strategis yang lebih efektif dalam menyusun dan mengelola kampanye digital agar lebih optimal dalam menjangkau masyarakat, meningkatkan kesadaran, serta mendorong perubahan perilaku dalam konsumsi ikan.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa tanpa dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terimakasih kepada

1. Dr. El Amry Bermawi Putera, M.A, selaku rektor dari Universitas Nasional,
2. Dr. Dra. Erna Ermawati Chotim, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional, yang selalu memberikan arahan, dukungan, dan fasilitas yang memadai kepada para mahasiswa dalam proses belajar dan penelitian.
3. Dr. Aos Yuli Firdaus, S.I.P., M.Si. selaku Wakil Dekan 1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
4. Dr. (C) Angga Sulaiman, S.I.P., M.A.P. selaku Wakil Dekan 2 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
5. Djudjur Luciana Radjaguguk, S.Sos., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional, atas bimbingan dan dukungan administratif yang selalu diberikan sehingga saya dapat menyusun dan mengajukan skripsi ini dengan lancar.
6. Nursatyo, S.Sos., M.Si. selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.
7. Dr. Dwi Kartikawati, S.Sos., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan serta memberikan masukan yang sangat berharga selama proses penyusunan skripsi ini. Bimbingan beliau menjadi fondasi penting dalam menyusun penelitian ini agar memiliki arah dan kontribusi yang lebih jelas.
8. Pihak Kementerian Kelautan dan Perikanan, yang diwakili Ibu Ulfa Khaerawati Hamdan, S.Pi dan Mas Bernat Alessandro Purba yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data dan informasi yang penulis perlukan.
9. Orang tua dan keluarga tercinta, yang senantiasa memberikan dukungan moral, finansial dan spiritual dalam setiap langkah yang penulis jalani, terimakasih yang mendalam juga penulis sampaikan kepada Mas Wawan

dan Mba Dhita atas kasih sayang dan motivasi yang selalu menguatkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

10. Teman-teman seperjuangan, Zicki, Dilan, Abi, Jihan, Reva, Audry, Fachri, Fadya yang selalu memberikan semangat, informasi dan motivasi selama proses penyusunan skripsi ini.
11. Terakhir, namun tidak kalah penting saya ucapkan terimakasih teruntuk nona Cileungsi dengan NPM 223503516047 yang menemani penyusunan skripsi dengan rasa sabar, doa, motivasi yang terus-menerus dan lebih supportif dari google scholar, kehadiran serta dukunganmu merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari perjalanan akademik saya hingga tahap ini. Terimakasih dan semoga selalu dikelilingi hal hal baik.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menjadi langkah awal yang baik dalam mencapai hasil penelitian yang memberikan kontribusi nyata, baik bagi dunia akademis maupun masyarakat luas. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi perbaikan dan penyempurnaan lebih lanjut.

Akhir kata, penulis berharap semoga Allah SWT selalu memberikan kelancaran dan kemudahan dalam melanjutkan tahapan-tahapan berikutnya

Jakarta, 28 September 2024



Demytri Sulistyadi Wibowo

ABSTRAK

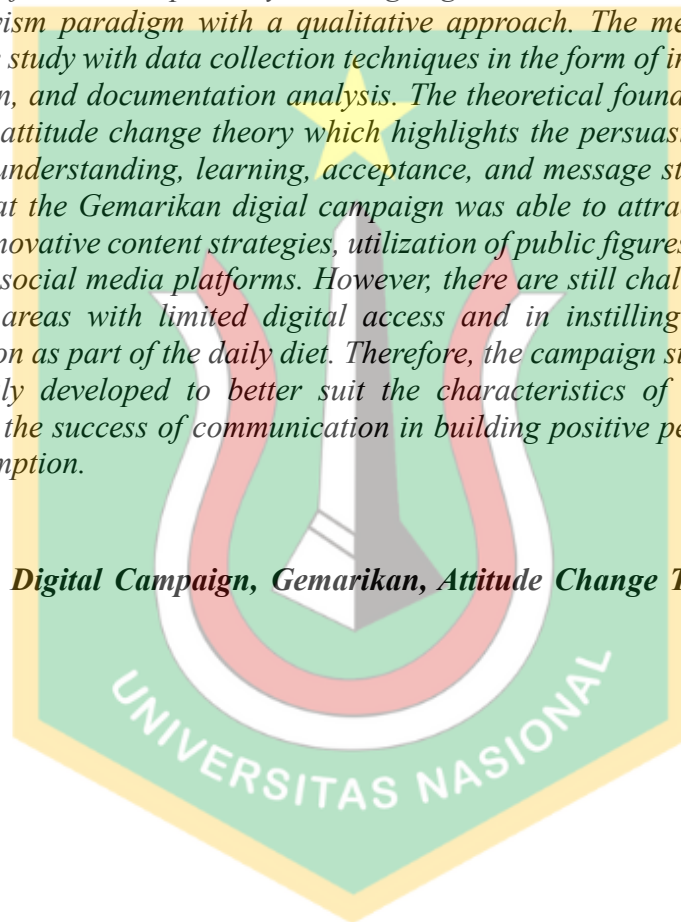
Penelitian ini berfokus dalam menganalisis strategi kampanye digital yang diterapkan oleh Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP) dalam menyosialisasikan Gerakan Memasyarakatkan Makan Ikan (Gemarikan). Latar belakang penelitian ini berangkat dari rendahnya angka konsumsi ikan di Indonesia, meskipun Indonesia ini merupakan salah satu produsen ikan terbesar di dunia. Kampanye Gemarikan bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan ketertarikan masyarakat, khususnya generasi muda, terhadap manfaat konsumsi ikan dengan memanfaatkan media digital. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dengan pendekatan kualitatif. Metode yang diterapkan adalah studi deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam, observasi, dan analisis dokumentasi. Landasan teori yang digunakan ini adalah teori perubahan sikap Carl Hovland yang menyoroti tahapan persuasif, yaitu perhatian, pemahaman, pembelajaran, penerimaan, dan penyimpanan pesan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kampanye digital Gemarikan mampu menarik perhatian masyarakat melalui strategi konten yang inovatif, pemanfaatan figur publik, serta optimalisasi berbagai platform media sosial. Meskipun demikian, masih terdapat tantangan dalam menjangkau masyarakat di wilayah dengan akses digital terbatas serta dalam menanamkan kebiasaan konsumsi ikan sebagai bagian dari pola makan sehari-hari. Oleh karena itu, strategi kampanye perlu terus dikembangkan agar lebih sesuai dengan karakteristik audiens serta memperkuat keberhasilan komunikasi dalam membangun persepsi positif terhadap konsumsi ikan.

Kata Kunci: Kampanye Digital, Gemarikan, Teori Perubahan sikap, Strategi Kampanye.

ABSTRACT

This research focuses on analyzing the digital campaign strategy implemented by the Ministry of Maritime Affairs and Fisheries (KKP) in socializing the Gerakan Memasyarakatkan Makan Ikan (Gemarikan). The background of this research comes from the low fish consumption rate in Indonesia, despite being one of the largest fish producers in the world. The Gemarikan campaign aims to increase public awareness and interest, especially the younger generation, in the benefits of fish consumption by utilizing digital media. This research uses the constructivism paradigm with a qualitative approach. The method applied is a descriptive study with data collection techniques in the form of in-depth interviews, observation, and documentation analysis. The theoretical foundation used is Carl Hovland's attitude change theory which highlights the persuasive stages, namely attention, understanding, learning, acceptance, and message storage. The results showed that the Gemarikan digital campaign was able to attract public attention through innovative content strategies, utilization of public figures, and optimization of various social media platforms. However, there are still challenges in reaching people in areas with limited digital access and in instilling the habit of fish consumption as part of the daily diet. Therefore, the campaign strategy needs to be continuously developed to better suit the characteristics of the audience and strengthen the success of communication in building positive perceptions towards fish consumption.

Keywords: Digital Campaign, Gemarikan, Attitude Change Theory, Campaign Strategy,



DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAAN ORISINALITAS	iv
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	v
PENGESAHAN SKRIPSI	vi
HALAMAN PENGESAHAN.....	vii
FORM PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI	viii
FORM PERSETUJUAN REVISI	ix
KATA PENGANTAR.....	x
ABSTRAK.....	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xiv
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR TABEL.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Konsep.....	22
2.2.1 Strategi.....	22
2.2.2 Kampanye Digital.....	23
2.2.2.1 Tahapan Perancangan Kampanye.....	24
2.2.2.2 Pengukur Kampanye	27
2.2.2.3 Model Kampanye	28
2.2.2.4 Tujuan Kampanye.....	29

2.2.3 Gerakan Memasyarakatkan Makan Ikan (Gemarikan).....	30
2.3 Landasan Teori	31
2.3.1 Teori Perubahan Sikap.....	31
2.4 Kerangka Pemikiran	34
BAB III	35
3.1 Paradigma Penelitian	35
3.2 Pendekatan Penelitian.....	36
3.3 Jenis Penelitian	36
3.4 Lokasi Penelitian	37
3.5 Teknik Pengumpulan Data	38
3.6 Teknik Penentuan Informan	39
3.7 Teknik Analisis Data.....	40
3.8 Teknik Keabsahan Data.....	41
3.9 Jadwal Penelitian	42
BAB IV	43
4.1 Sejarah dan Profil Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP).....	43
4.1.1 Sejarah Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP)	43
4.1.2 Visi dan Misi Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP)	45
4.1.3 Unit Kerja Kementerian Kelautan dan Perikanan	47
4.1.4 Direktorat Jenderal Penguatan Daya Saing Produk Kelautan dan Perikanan	51
4.1.5 Struktur Organisasi Direktorat Jenderal Penguatan Daya Saing Produk Kelautan dan Perikanan.....	53
4.2 Biodata Informan.....	56
4.3 Program Gemarikan	57
4.3.1 Logo Gemarikan.....	59
4.4 Hasil Analisis Penelitian.....	61

4.4.1 Strategi Kampanye Digital Gerakan Memasyarakatkan Makan Ikan (Gemarikan).....	62
4.4.2 Tahapan Perancangan Kampanye Gerakan Memasyarakatkan Makan Ikan (Gemarikan).....	63
4.4.3 Pengukur Kampanye	67
4.4.4 Model Kampanye	69
4.4.5 Tujuan Kampanye.....	76
4.5 Hambatan dan Kendala dalam Implementasi Kampanye Digital Gemarikan	78
4.6 Implementasi Teori Persuasif Carl Hovland pada Strategi Kampanye Digital Gemarikan	80
4.6.1 <i>Attention</i> (Perhatian).....	81
4.6.2 <i>Comprehension</i> (Pemahaman).....	82
4.6.3 <i>Learning</i> (Pembelajaran).....	84
4.6.4 <i>Acceptance</i> (Penerimaan).....	84
4.6.5 <i>Retention</i> (Penyimpanan)	85
4.7 Pembahasan.....	86
BAB V.....	92
5.1 Kesimpulan.....	92
5.2 Saran.....	93
DAFTAR PUSTAKA.....	95
LAMPIRAN.....	98

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Daftar negara penghasil ikan terbesar	1
Gambar 1. 2 Data Angka Konsumsi Ikan (AKI).....	2
Gambar 1. 3 Alasan mengapa tingkat konsumsi ikan rendah	3
Gambar 2. 1 Proses Komunikasi Persuasif	32
Gambar 4. 1 Visi dan Misi Kementerian Kelautan dan Perikanan.....	45
Gambar 4. 2 Daftar Unit Kerja KKP.....	47
Gambar 4. 3 Organisasi Direktorat Jenderal Penguatan Daya Saing Produk Kelautan dan Perikanan.....	53
Gambar 4. 4 Ibu Ulfa	56
Gambar 4. 5 Mas Sandro.....	57
Gambar 4. 6 Logo Gemarikan.....	60
Gambar 4. 7 Elemen Pertama	60
Gambar 4. 8 Elemen Kedua	60
Gambar 4. 9 Elemen Ketiga	61
Gambar 4. 10 Contoh Konten Kolaborasi bersama UMKM.....	67
Gambar 4. 11 Platform Digital Kampanye Gemarikan.....	71
Gambar 4. 12 Konten Kolaborasi bersama influencer Farida Nurhan.....	72
Gambar 4. 13 Laporan Performa Instagram Gemarikan.....	73
Gambar 4. 14 Laporan Performa TikTok Gemarikan	75
Gambar 4. 15 Laporan Performa YouTube Gemarikan	75
Gambar 4. 16 Contoh konten	82
Gambar 4. 17 Contoh Konten	83
Gambar 4. 18 Contoh Konten	84
Gambar 4. 19 Contoh Konten	85
Gambar 4. 20 Contoh Penggunaan Hashtag dan simbol.....	86

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Tabel Penelitian Terdahulu	16
---	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkrip Wawancara Key Informan: Ibu Ulfa	98
Lampiran 2 Transkrip Wawancara Informan Pendukung: Mas Sandro	118
Lampiran 3 Catatan Lapangan Hasil Observasi	124
Lampiran 4 Surat Penugasan Pembimbing Skripsi	126
Lampiran 5 Surat Keterangan Pendamping Ijazah	127
Lampiran 6 Hasil Cek Turnitin	128
Lampiran 7 Bukti Foto Bersama Informan	129
Lampiran 8 Surat Konsultasi Bimbingan	130
Lampiran 9 Daftar Riwayat Hidup	132
Lampiran 10 Surat Pernyataan Karya Tulis	133
Lampiran 11 Surat Keterangan Sidang Skripsi	134

