DAFTAR PUSTAKA

Buku:

Creeber, G., Martin, R. 2009. Digital Cultures: Understanding Media baru. Berkshire, England: McGraw-Hill

Faesal, Sanafiah. 2002. Dasar dan Teknik Penelitian Keilmuan Sosial. Surabaya: Usaha Nasional

Hatjartjo, S. 2011. New Media Teori dan Aplikasi. Karanganyar: Lindu Pustaka

Lutfiyah, Muh Fitrah. 2017. Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas dan Studi Kasus. Sukabumi: Jejak

Mondry. 2008. Pemahaman Teori dan Praktik Jurnalistik. Bogor: Ghalia Indonesia

Sugiyono. 2005. Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung: CV Alfabeta

Skripsi:

Amanda P.S. 2017. PENGARUH KONTEN *POST* INSTAGRAM TERHADAP *ONLINE ENGAGEMENT* (Studi Kasus Pada Lima Merek Pakaian Wanita). Skripsi. Fakultas Teknologi Industri. Institut Teknologi Sepuluh Nopember: Surabaya.

Rika Fitriani, 2019, STRATEGI PENGELOLAAN KONTEN AKUN INSTAGRAM MEMBANGUN PERSONAL BRANDING SELEBGRAM. Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa: Serang.

Riski P.D. 2017. FUNGSI MEDIA ONLINE DAN MANFAAT BAGI PERKEMBANGAN PESAN DAKWAH KEPADA PUBLIK (Studi Media Online Di Lampung). Skripsi. Fakultas Dakwah Ilmu Komunikasi. Universitas Islam Negeri Raden Intan: Lampung.

Stephanie Clara R. S. 2019. STRATEGI KONTEN UNTUK MEMBANGUN CUSTOMER ENGAGEMENT PADA MEDIA SOSIAL PT GLOBAL LOYALTY INDONEISIA (Studi Kasus: Instagram @Ponta_id). Skripsi. Fakultas Ilmu Komunikasi. Universitas Multimedia Nusantara: Tangerang

Jurnal:

Feroza, Cindie Sya'bania, dkk. 2020. Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun @Yhoophii_Official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan. *Jurnal Inovasi*. Vol 14. No. 1, 33.

Haidar, Naura Firdaus, dkk. 2021. Analisis Konten Visual *Post* Instagram Riliv Dalam Membentuk *Costumer Engagement. Jurnal Barik.* Vol.2. No.2, 121-134.

Junawan, Hendra, dkk. 2020. Eksistensi Media Sosial, Youtube, Instagram Dan Whatsapp Ditengah Pandemi Covid-19 Dikalangan Masyarakat Virtual Indonesia. *Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi.* Vol. 10 No. 1, 42.

Putri, Kharismma Riana, dkk. 2019. Strategi Pengelolaan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Citra RSUD Dr. Moewardi. *Jurnal Komunikasi*

Ricko, dkk. 2019. Analisis Strategi Konten Dalam Meraih *Engagement* pada Media Sosial Youtube (Studi Kasus Froyonion). Prologia. Vol.3. No.1, 231-237.

Saleh, Gunawan, dkk. 2018. Pengaruh Media Sosial Instagram dan Whatsapp Terhadap Pembentukan Budaya *"Alone Together". Jurnal Komunikasi.* Vol. 10. No. 2, 103-114.

Septyami, Diah Eka, dkk. 2022. Pengelolaan Konten Media Sosial Instagram @Info_Tuban Dalam Peningkatan Pengikut. *Jurnal Peurawi:Media Kajian Komunikasi Islam,* Vol. 5 No. 1, 25.

Widyaranti, Trias Yulvia dkk. 2020. Pengelolaan Media Sosial Untuk Mendukung Aktivitas Humas Pemerintah Kota Surakarta. *Jurnal Informasi dan Komunikasi,* Vol. 4 No. 4, 112.

Website:

https://m.liputan6.com/ (diakses pada Minggu, 03 April 2022 pukul 21.33)

https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/ (diakses pada Sabtu, 11 September 2022 pukul 22.00)

LAMPIRAN

UNIVERSITAS NASIONAL

Lampiran I: Surat Kesediaan Dosen Pembimbing

UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
TERAKREDITASI BAN-PT
Jl. Sawo Manila No. 61, Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta Selatan 12520
Telp. (021) 70737624, 7806700 Ext.146, Fax. 7802718-7802719
Homepage : http//www.unas.ac.id Email : info@unas.ac.id

Jakarta, 13 Mei 2022

Nomor : 376/WD/V/2022
Lamp : 1 (satu) Berkas
Hal : **Kesediaan Pembimbing Skripsi**

Kepada Yth : Dr. Dra. Lely Arrianie, M.Si
Dosen Prodi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Nasional
Di Jakarta

Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional, Meminta Kesedian Bapak/Ibu untuk membimbing Skripsi yang disusun oleh :

Nama : Nabila Ramadhani
NPM : 183112351650436
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Proposal Skripsi : ***Pengelolaan Konten Media Baru Instagram @maxxcoffeeid Dalam Meraih Online Engagement***

Kesediaan Bapak/Ibu memberikan bimbingan secara intensif sangat kami harapkan. Diminta Bapak/Ibu memberikan jawaban segera dengan memberikan tanda tangan di bawah ini dan untuk menghitung beban tugas, diminta segera mengembalikannya kepada Pimpinan Fakultas melalui Sekretariat.

Demikian, terima kasih.

*Bersedia/Tidak Bersedia**
Sebagai Pembimbing,

Dr. Dra. Lely Arrianie, M.Si

Wakil Dekan,

Dr. Bhakti Nur Avianto, M. Si.

*coret yang tidak perlu

Program Studi : Ilmu Politik - Hubungan Internasional - Sosiologi - Administrasi Publik- Ilmu Komunikasi

Lampiran II: Surat Tugas

UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
TERAKREDITASI BAN-PT

Jl. Sawo Manila No. 61, Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta Selatan 12520
Telp. (021) 70737624, 7806700 Ext 146, Fax. 7802718-7802719
Homepage : http//www.unas.ac.id Email : info@unas.ac.id

SURAT TUGAS
No. 376/WD/V/2022

Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional menugaskan kepada Dosen berikut ini :

Nama	: Dr. Dra. Lely Arrianie, M.Si
NIP/NIDN	: 0002046601
Pangkat Akademik	: Lektor Kepala
Unit Kerja	: FISIP Universitas Nasional

Untuk dapat bertindak sebagai Pembimbing Skripsi pada Semester Genap Tahun Akademik 2021/2022 atas nama mahasiswa :

Nama	: Nabila Ramadhani
NPM	: 183112351650436
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Judul Proposal Skripsi	: ***Pengelolaan Konten Media Baru Instagram @maxxcoffeeid Dalam Meraih Online Engagemant***

Dengan ketentuan sebagai berikut :

a. Jangka waktu penulisan skripsi adalah tiga sampai enam bulan.
b. Memberikan bimbingan secara teratur delapan kali konsultasi dengan mengisi formulir 1 secara lengkap.
c. Penulisan skripsi mengikuti pedoman sebagaimana tercantum dalam buku pedoman penulisan dan Ujian Skripsi yang dikeluarkan oleh Fakultas.

Demikian surat tugas ini dibuat untuk dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya sesuai dengan aturan yang berlaku.

Jakarta, 13 Mei 2022
Wakil Dekan

Dr. Bhakti Nur Avianto, M. Si.

Jakarta, 13 Mei 2022

Program Studi : Ilmu Politik - Hubungan Internasional - Sosiologi - Administrasi Publik- Ilmu Komunikasi

Lampiran III: Lembar Konsultasi Pembimbing Skripsi

LEMBAR KONSULTASI PEMBIMBING SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Nabila Ramadhani

Nama Pokok Mahasiswa 183112351650436

Program Studi/ Konsentrasi : Ilmu Komunikasi/Jurnalistik

Judul Proposal Skripsi : PENGELOLAAN KONTEN MEDIA BARU INSTAGRAM @MAXXCOFFEEID DALAM MERAIH *ONLINE ENGAGEMENT*

NO	Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf Pembimbing
1	26/03/22	Konsultasi Judul Proposal Skripsi	
2	27/03/22	Pointer Permasalahan	
3	01/04/22	BAB I	
4	02/04/22	BAB II	
5	07/04/22	BAB I – III	
6	07/06/22	BAB IV	
7	27/07/22	Hasil Penelitian, Pembahasan, dan Abstrak	
8	08/08/22	BAB I – V	

Jakarta, 08 Agustus 2022

Ketua Program Studi,

Drs. Adi Prakosa, M.Si

Lampiran VI: Surat Permohonan Penelitian

MAXX
COFFEE

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

NO.9/REC/HR/INT/PT/II/III/2022

Dengan surat ini kami menerangkan bahwa:

Nama : Nabila Ramadhani
NPM : 183112351650436
Universitas : Universitas Nasional
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Narasumber : Syafitri Erwan (Spesialis Sosial Media)

Bahwa nama tersebut telah melakukan wawancara dan penelitian di perusahaan kami untuk menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul "Pengelolaan Konten Media Baru Instagram @maxxcoffeeid Dalam Meraihh Online Engagement"

Demikian surat pernyataan ini dibuat, agar digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terimakasih.

Jakarta, 20 Juli 2022

MAXX
COFFEE
LKM2

Syafitri Erwan
Spesialis Sosial Media

Lampiran V:

Transkip Wawancara *Key* Informan

Nama : Syafitri Erwan

Jabatan : Spesialis Sosial Media

Tanggal : Rabu, 20 Juli 2022

Tempat : Maxx Coffee Lippo Mall Kemang 2 Refresh

Q: Mengapa @maxxcoffeeid dalam hal pengelolaan konten dilakukan melalui platform media sosial Instagram?

A: Karena Instagram sendiri dirasa merupakan media yang besar, media yang dimana informasinya sangat mudah di akses bagi siapapun, mudah untuk dikirim atau disebarluaskan.

Q: Apa yang anda ketahui tentang konten media sosial?

A: Yang saya ketahui tentang konten media sosial ini merupakan bagaimana media membentuk citra dan membuat informasi di media sosial.

Q: Apakah dalam membuat konten memerlukan strategi?

A: Ya tentu diperlukan strategi dalam pembuatan konten karena strategi ini lah yang membuat konten menjadi lebih dinikmati para *viewers.*

Q: Apa pendapat anda tentang strategi konten dalam media sosial?

A: Dengan adanya strategi, brand dapat fokus dalam membuat konten, sehingga tujuan dalam meraih *online engagement* akan tercapai.

Q: Apakah strategi konten yang digunakan dapat membantu perusahaan untuk mencapai tujuan dalam berinteraksi sosial dengan pengguna sosial media?

A: Dengan adanya strategi, konten pun menjadi terarah dan menarik karena di setiap konten pun mempunyai target nya masing-masing dalam menyampaikan pesan kepada audiens sehingga interaksi sosial dengan pengguna media sosial pun berjalan dengan baik.

Q: Strategi apa yang digunakan @maxxcoffeeid dalam meningkatkan *online engagement*?

A: Kami menggunakan strategi salah satunya adalah konten *giveaway* dan juga melakukan *collabs live*. Selain itu kami juga menggunakan ciri khas tersendiri dalam pembuatan kontennya, mengajak *followers* berinteraksi melalui *caption* yang digunakan atau melalui Instastory seperti *polling* hingga *Q&A*, konsisten dalam memposting konten dan menggunakna fitur *reels*.

Q: Pengaruh apa yang diperoleh dari strategi konten terhadap akun @maxxcoffeeid?

A: Pengaruhnya pada akun Instagram @maxxcoffeeid lebih banyak *viewers* dan menambah *followers* dari konten yang kami buat juga membantu dalam memberikan informasi produk Maxx Coffee serta untuk mencapai *engagement*.

Q: Apa tujuan dari penggunaan strategi konten untuk berinteraksi sosial pada akun Instagram @maxxcoffeeid?

A: Tujuan dari konten yang kami buat memiliki target dan *value* besertakan promosi yang membuat pengikut Instagram @maxxcoffeeid tidak bosan dan informasi yang disampaikan melalui Instagram mudah untuk dipahami.

Q: Apakah strategi konten yang dibuat tetap dikembangkan oleh perusahaan guna untuk mencapai keberhasilan dalam memperoleh *engagement* menjadi lebih besar?

A: Kami selalu mengembangkan konten-konten @maxxcoffeeid agar mencapai target *engagement*. Sehingga dengan adanya *engagement* dapat meningkatkan penjualan produk kami.

Q: Apakah perusahaan sudah mnyesuaikan pembuatan konten yang dibagikan ke media sosial untuk menunjang bagaimana konten tersebut dikonsumsi bagi pengguna media sosial yang melihat?

A: Semua konten yang dibuat oleh @maxxcoffeeid sudah disesuaikan untuk dibagikan ke media sosial seperti tema yang ditentukan. Misalnya, pembuatan konten promo pada hari-hari besar seperti pada hari Kartini's Day. Kami membuat konten promo berupa menjual harga minuman menjadi 21 ribu. Dan kami juga membuat konten Special Price 22K setiap tanggal 22 selama 2022 dengan syarat dan ketentuan yang berlaku.

Q: Apakah @maxxoffeeid terdapat kesulitan atau kendala dalam pembuatan konten Instagram untuk meraih *online engagement*?

A: Tentunya dalam pembuatan konten kami memiliki hambatan, salah satunya adalah dalam proses penyuntingan yang memakan waktu yang lama, kemudian proses dari satu divisi ke divisi lain sehingga menimbulkan beberapa kali revisi.

Q: Fitur Instagram apa yang adnda gunakan untuk meningkatkan *online engagement*?

A: Fitur-fitur yang digunakan pada Instagram @maxxcoffeeid dalam pembuatan konten seperti Instagram story, feeds, reel, story highlight, Instagram live, ig shop.

Q: Apa keunggulan akun @maxxcoffeeid dengan akun competitor lainnya dalam duni F&B?

A: Bisa dibilang keunggulanya disini kami memiliki ciri khas tersendiri dalam pembuatan konten dengan motion animasi yang bertema kergaman cita rasa kopi Indonesia dan juga bertema vintage.

Q: Menurut anda, seberapa penting pengaruh *online engagement* terhadap @maxxcoffeeid?

A: Sangat penting, karena dengan adanya online engagement akun Instagram @maxxcoffeeid menjadi lebih dikenal masyarakat tidak hanya dari segi *followers* nya saja tetapi calon *followers* juga. Keberadaannya pun dapat berkemabang dengan baik pada media sosial dan berfungsi untuk meningkatkan efektivitas

kinerja tim marketing media sosial, selain itu *online engagement* juga dapat menaikkan penjualan.

Q: Bagaimana cara @maxxcoffeeid dapat konsisten dalam pembuatan konten Instagram untuk meraih *online engagement*?

A: Cara konsisten @maxxcoffeeid dalam pembuatkan kontennya disini kami menetapkan untuk konsisten dalam menguploud konten minimal 2 konten sehari

Q: Apa tujuan dari konten yang telah dibuat @maxxcoffeeid? apakah sudah mencapai target *online engagement* yang diinginkan?

A: Tujuan dalam pembuatan konten yang dibuat oleh @maxxcoffeeid tentunya untuk memberikan informasi promo kepada para *followers* maupun calon *followers*, bukan hanya sekedar memberikan informasi promo kami juga bertujuan untuk berinteraksi secara online guna mempertahankan *loyalitas customer* terhadap Maxx Coffee. Untuk target *online engagement* itu sendiri kita mempunyai target di setiap kontennya berapa *viewersnya*, untuk saat ini konten-konten yang maxxcoffeeid masih ada yang belum mencapai targetnya.

Transkip Wawancara Informan 1

Nama : Sekar Maharani

Jabatan : Followers Instagram @maxxcoffeeid

Tanggal : Rabu, 20 Juli 2022

Tempat : Maxx Coffee Lippo Mall Kemang 2 Refresh

Q: Apa pendapat anda sebagai pengguna media sosial Instagram mengenai pengeloaan konten media sosial yang dilakukan oleh Maxx Coffee?

A: Menurut saya karena media online itu kan terhubung dengan jaringan internet. Saya sebagai pengguna Instagram juga merasakan pengaruhnya lewat konten yang disajikan oleh akun Instagram @maxxcoffeeid dan melalui jaringan internet informasi dapat diakses dengan mudah secara berkelanjutan oleh siapapun terutama pengguna media Instagram.

Q: Sudah berapa lama anda mengetahui akun @maxxcoffeeid?

A: Sudah 3 tahunan saya mengenal Maxx Coffee

Q: **Bagaimana pendapat anda mengenai konten yang dibuat oleh @maxxcoffeeid?**

A: Menurut saya saat ini sudah, karena konten yang dibuat sudah variatif dan mengikuti perkembangan zaman sekarang.

Q: Informasi apa yang anda dapat dari konten @maxxcoffeeid?

A: Promo yang ada di maxx coffee, minuman dan makanan yang paling diminati, minuman dan makanan baru yang diluncurkan oleh Maxx Coffee, konten-konten pembuatan produk mereka secara singkat, dan informasi mengenai kopi itu sendiri

Q: Apakah anda menyukai konten-konten yang dibuat oleh @maxxcoffeeid?

A: Saya cukup tertarik dengan konten yang dibuat karena mengikutin tren saat ini

Q: Apa saran dan harapan yang dapat anda berikan mengenai konten yang telah dibuat oleh @maxxcoffeeid?

A: Saya berharap kedepannya @maxxcoffeeid tetap aktif menggugah konten yang sesuai dengan tren dan serta konten yang variatif, terutama promo-promo yang ada di Maxx Coffee seperti minuman dan makanan, konten-konten produk yang dijelaskan secara singkat serta informasi mengenai kopi itu sendiri

Transkip Wawancara Informan 2

Nama : Firly Salsadila

Jabatan : Followers Instagram @maxxcoffeeid

Tanggal : Rabu, 20 Juli 2022

Tempat : Maxx Coffee Lippo Mall Kemang 2 Refresh

Q: Apa pendapat anda sebagai pengguna media sosial Instagram mengenai pengeloaan konten media sosial yang dilakukan oleh Maxx Coffee?

A: Menurut saya sebagai pengguna Instagram, Maxx Coffee mengelola konten melalui Instagram cukup bagus ya, karena kan Instagram sendiri terhubung dengan internet yang dimana mudah untuk diakses.

Q: Sudah berapa lama anda mengetahui akun @maxxcoffeeid?

A: Saya sudah lebih dari 3 tahun mengetahui Maxx Coffee, saya mengikuti akun Instagram @maxxcoffeeid pada saat Maxx Coffee yang di Lippo Mall Kemang buka, dari situlah saya suka Maxx Coffee dengan konsep terbarunya, karena setau saya di Maxx Coffee Lippo Mall Kemang adalah Maxx Coffee pertama dengan logo terbaru selain itu saya kira saat opening saja banyak ada promonya ternyata sampai saat ini juga lebih banyak lagi promonya jadinya saya menetapkan untuk terus datang ke Maxx Coffee.

Q: Bagaimana pendapat anda mengenai konten yang dibuat oleh @maxxcoffeeid?

A: Menurut saya cukup menarik. mulai dari foto-foto produk baru hingga promo-promo hariannya. namun, menurut saya, perlu ada inovasi terbaru agar followers tidak bosan. contoh, posting event-event menarik dan lain-lain.

Q: Informasi apa yang anda dapat dari konten @maxxcoffeeid?

A: Banyak hal. mulai dari produk baru, menu andalan barista, promo-promo, menarik, mengetahui macam biji kopi nusantara yang di kontenkan oleh @maxxcoffeeid

Q: Apakah anda menyukai konten-konten yang dibuat oleh @maxxcoffeeid?

A: Saya pribadi menyukai konten yang dibuat oleh @maxxcoffeeid karena tidak bosan, kontennya banyak variasi mulai dari promo hingga funbrewing yang diadakan oleh Maxx Coffee

Q: Apa saran dan harapan yang dapat anda berikan mengenai konten yang telah dibuat oleh @maxxcoffeeid?

A: Perbanyak lagi inovasi dan kreatifitas iklan-iklan dan mampu membuat *viewer* di Instagram ikut menikmati konten dari berbagai kalangan mulai dari anak sekolah hingga orang tua.

Lampiran VI: *Field Notes* (Catatan Lapangan)

Pada hari Rabu, 20 Juli 2022 datang ke Maxx Coffee Lippo Mall Kemang 2 Refresh. Sesampainya disana peneliti disapa oleh para barista nya dengan sangat ramah. Keadaan Maxx Coffee saat itu sedang ramai pelanggan. Terlihat para barista pun sedang sibuk melayani pelanggan.

Kemudian peneliti menuju ke kasir untuk memesan salah satu minuman coffee mereka, sesampainya di kasir peneliti disambut dengan senyuman oleh baristanya dan peneliti di rekomendasikan minuman *signaturenya* Maxx Coffee yaitu Latte Freddo. Tidak terlalu lama peneliti menunggu coffee di *pick up bar*.

Setelah mengambil coffee peneliti mencari tempat duduk, karena saat itu Maxx Coffee sedang ramai pelanggan jadi tidak banyak tempat duduk yang kosong sehingga peneliti kedapatan tempat duduk di depan *slow bar*. Sedikit demi sedikit peneliti menikmati coffee tiba-tiba salah satu barista Maxx Coffee yang Bernama Reza menghampiri peneliti menanyakan bagaimana rasa coffee yang direkomendasikan, setelah peneliti berbincang-bincang dengannya Reza pun melanjutkan kegiatannya kembali.

Komunikasi di Maxx Coffee Lippo Mall Kemang 2 Refresh ini berjalan dengan baik, adanya interaksi sosial anatara pelanggan dengan barista dan anatara pelanggan dengan pelanggan yang saling berkomunikasi satu sama lain. Maxx Coffee tidak hanya sekedar tempat untuk menikmati coffee, tetapi banyak orang yang menjadikan Maxx Coffee untuk *meeting* bersama *client*, *hangout* bersama teman dan keluarga. Sehingga fungsi integrasi sosial terjalin disana antara Max Coffee dan pelangganya.

Lampiran VII: Dokumentasi

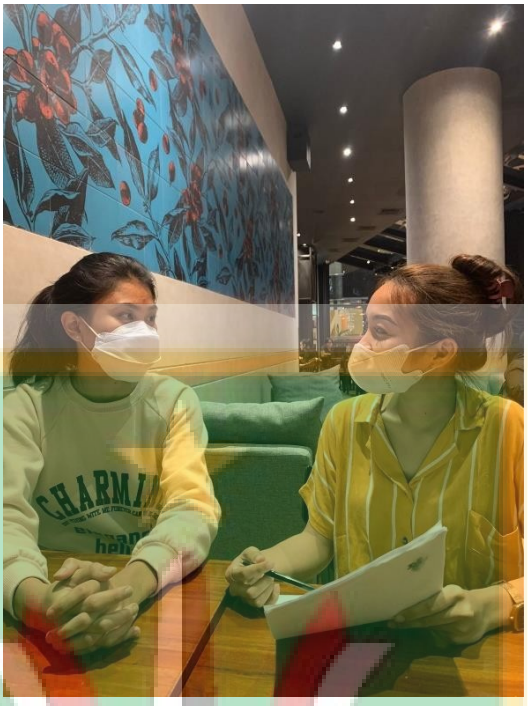
1. **Dokumentasi Bersama *Key Informan***

Waktu: Rabu, 20 Juli 2022
Tempat: Maxx Coffee Lippo Mall Kemang 2 Refresh

2. **Dokumentasi Bersama Informan 1**

Waktu: Rabu, 20 Juli 2022
Tempat: Maxx Coffee Lippo Mall Kemang 2 Refresh

3. Dokumentasi Bersama Informan 2



Waktu: Rabu, 20 Juli 2022
Tempat: Maxx Coffee Lippo Mall Kemang 2 Refresh

UNIVERSITAS NASIONAL

Lampiran VIII: Daftar Riwayat Hidup

Data Pribadi:

Nama	: Nabila Ramadhani
NPM	183112351650436
Tempat, Tanggal Lahir	: Jakarta, 20 Desember 1999
Alamat	: Jalan Cipete Dalam I No. 6 RT. 013 RW. 003 Kel. Cipete Selatan, Kec. Cilandak. Jakarta Selatan 12410
Email	: nabibilabil@gmail.com
Jenis Kelamin	: Perempuan
Agama	: Islam
Kewarganegaraan	: Indonesia

Pendidikan Formal:

1. SDN 03 Pagi Cipete Selatan
2. SMP Negeri 86 Jakarta Selatan
3. SMK Negeri 20 Jakarta Selatan
4. Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Nasional Jakarta

tahap 1

ORIGINALITY REPORT

11%	11%	3%	%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	2%
2	repository.its.ac.id Internet Source	1%
3	www.openkerja.id Internet Source	1%
4	text-id.123dok.com Internet Source	1%
5	journal.binadarma.ac.id Internet Source	1%
6	digilib.uin-suka.ac.id Internet Source	1%
7	www.tribunnews.com Internet Source	<1%
8	repository.radenintan.ac.id Internet Source	<1%
9	repository.uinjambi.ac.id Internet Source	<1%

UNIVERSITAS NASIONAL