

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Agus Hermawan. (2012). Komunikasi Pemasaran. Jakarta: Erlangga

Arif Fakhrudin, Maria Valeria Roellyanti, Awan.(2022) Bauran Pemasaran Yogyakarta: CV Budi Utama

Dr.H. Zuchri Abdurssamad, S.I.K., M.Si (2021) Metode Penelitian Kualitatif Makassar: Syakir Media Press

Pujileksono, Sugeng. 2015 Metode Penelitian Komunikasi Kulitatif. Malang:Kelompok Intrans Publishing.

Gunawan, I. (2014). Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik. Jakarta: Bumi Aksara.

Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT Indeks Gramedia. Kottler, P. & Keller. (2012). Manajemen Pemasaran. Jakarta : PT. Indeks.

Jurnal :

Anissa Aprilia Adhianti , Herlinda 2020 Strategi Komunikasi Pemasaran 7p Pengelola Museum Sejarah Jakarta Dalam Upaya Meningkatkan Daya Tarik Wisatawan Mancanegara.

Agistya Pratiwi. 2020. Strategi Komunikasi Organisasi Pimpinan Pt. Accentuates Cabang Solo Dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Karyawan. Surakarta.

Edi Satrio Utomo ,Suhendra Atmaja ,Nur'aeni 2020 Strategi Marketing Public Relations Dealer Daihatsu Dalam Meningkatkan Penjualan Mobil Di Masa Pandemi Covid-19 ,Subang

Strategi Komunikasi Pemasaran 7p Pengelola Museum Sejarah Jakarta Dalam Upaya Meningkatkan Daya Tarik Wisatawan Mancanegara

Link :

<https://www.gaikindo.or.id/>

<https://autonetmagz.com/7-alasan-kenapa-tidak-membeli-land-rover-di-importir-umum/19003/>



LAMPIRAN

LAMPIRAN I

SURAT TUGAS

**UNIVERSITAS NASIONAL**
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
S1 - Ilmu Politik, S1 - Hubungan Internasional, S1 - Ilmu Administrasi Negara,
S1 - Sosiologi, dan S1 - Ilmu Komunikasi
Jl. Sero Hada No. 41 Premis, Pondok Harjo, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan 12120. Telp. 021-7801200, 7801198 (Gedung P1), 7802119, 7802119
P.O. Box 1711, Jakarta 10117. Email: info@un.nasional.ac.id, library@un.nasional.ac.id

PENUGASAN PEMBIMBING SKRIPSI
Nomor: 223-DX/2023

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Nasional dengan ini menunjuk kepada :

Nama Dosen: **Dr. Sri Desi Purwatiingsih, M.Si**

Sebagai Pembimbing skripsi Semester Genap Tahun Akademik 2022/2023 bagi mahasiswa berikut :

Nama Mahasiswa: **Maudyana Putri**
Nomor Pokok: **195516516603**
Program Studi: **Ilmu Komunikasi**
Bidang Konsentrasi: **Hubungan Masyarakat**

Adapun tugas pokok pembimbing Skripsi adalah :

- Mengarahkan mahasiswa bimbingannya menyusun proposal penelitian
- Mendampingi mahasiswa bimbingan dalam seminar proposal penelitian
- Mengarahkan/membimbing mahasiswa dalam penelitian dan penulisan skripsi

Tugas dan wewenang ini berlaku paling lama untuk jangka waktu 2 (dua) semester, sejak tanggal penugasan ini ditanda tangani.

Jakarta, Selasa, 4 Maret 2023
Dekan,


Dr. Erna Ermawati Cholmi, M.Si
N.I.P. 0109150857

Tembusan :

1. Wakil Dekan FSSIP;
2. Ka. Program Studi;
3. Arsip;

LAMPIRAN II



UNIVERSITAS NASIONAL FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

S1- Ilmu Politik, S1- Hubungan Internasional, S1- Ilmu Administrasi Negara,
S1- Sosiologi, dan S1- Ilmu Komunikasi

Jl. Sawo Manis No. 61 Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta 12520 Telp. (021) 79833907, 7906700 (Hunting) Fax: 7802718, 7802719

P.O. Box 4741 Jakarta 12047 Homepage : <http://www.unn.ac.id> E-mail : icbuzas@unn.ac.id

KONSULTASI BIMBINGAN

Npm : 193516516603
Nama : MAUDYLIANA PUTRI
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Hubungan Masyarakat

KONSULTASI PEMBIMBING PROPOSAL

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
5 April, 2023	komitmen perusahaan showroom mobil dalam meningkatkan daya saing dunia otomotif (studi deskriptif kualitatif pada perusahaan jual beli mobil showroom java autoblitz tangerang selatan)	Sudah Ditanggapi
6 April, 2023	skripsi eda bab i maudyliana putri	Sudah Ditanggapi
8 April, 2023	bab 1 sudah di revisi lanjut ke bab 2 dan 3	Sudah Ditanggapi

KONSULTASI PEMBIMBING TUGAS AKHIR

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
9 July, 2023	bab 1-4	Sudah Ditanggapi
10 July, 2023	revisi bab 1-4	Sudah Ditanggapi
10 July, 2023	tambahan draft pertanyaan	Sudah Ditanggapi
29 July, 2023	berikut bab 1-5 sudah di selesaikan	Sudah Ditanggapi
30 July, 2023	final 1-5	Sudah Ditanggapi
2 August, 2023	abstrak	Sudah Ditanggapi

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
2 August, 2023	lampiran bawah	Sudah Ditanggapi
2 August, 2023	file final dari cover - daftar riwayat hidup	Sudah Ditanggapi
2 August, 2023	skripsi draft - properly pdf	Sudah Ditanggapi



LAMPIRAN III

LAPORAN HASIL OBSERVASI

OBSERVASI PERTAMA

Tujuan : Ingin mengetahui komunikasi pemasaran perusahaan Java Auto

Blitz dalam meningkatkan daya saing di dunia otomotif.

Waktu : 15 Juli 2023 - 16 Juli 2023 dan 25 Juli 2023

Tempat : *Showroom* mobil Java Auto Blitz, Bursa Mobil BSD Tangerang Selatan.

Catatan Observasi

Peneliti mendatangi tempat penelitian yaitu *repeat order* Java Auto Blitz yang berlokasi di Bursa Mobil BSD Kavling Commercial Park Barat Lot 1.2 & 1.3 Jl. BSD Raya Utama Bursa Mobil BSD Blok B6 Lt.2, Kabupaten Tangerang, Banten 15339. Dengan tujuannya untuk mengetahui bagaimana bentuk kinerja *Showroom* Java Auto Blitz secara langsung Komunikasi Pemasarannya dan peneliti ingin melihat bagaimana gambaran perusahaan secara umum.

Setelah sampai lokasi, peneliti memasuki wilayah Bursa Mobil BSD yang dimana sebelum parkir di dalamnya disambut dengan satpam yang menjaga portal keamanan. Posisi *Showroom* Java Auto Blitz terletak di blok paling ujung pertama deretan ruko-ruko.

Selanjutnya peneliti memasuki *Showroom* Java Auto Blitz, di dalamnya terdapat dua lantai. Lantai dasar terdapat meja admin didepan, lahan untuk *display* mobil, *space* untuk lahan operasional mekanik satu ruangan untuk tamu yakni

ruangan yang isinya sofa, meja, dan ruangan yang di pasang AC. Sedangkan lantai dua yang isinya berkas-berkas penting dan masih kendali *admin*.

Peneliti diizinkan memasuki ruangan tersebut untuk mengetahui situasinya. kemudian peneliti bertemu dengan informan yang menjadi sumber informasi. Perlu diketahui peneliti sebelumnya membuat janji pertemuan dengan informan melalui whatsapp dan informan meminta peneliti untuk langsung data ke Showroom Java Auto Blitz untuk proses wawancara pukul 16.00, dan akhirnya proses wawancara itu berlangsung. Pujo Lastianto yakni selaku informan utama atau *repeat order* informan, Pujo Lastianto adalah laki-laki yang berumur 38 tahun, ia memiliki jabatan sebagai manager di Showroom Java Auto Blitz. Proses wawancara berlangsung selama 30menit.

Kemudian di hari ke dua pada 16 Juli 2023 jam 16.00 peneliti melanjutkan wawacaranya ke informan ke dua yaitu Djatmiko, yang sebelumnya peneliti juga membuat janji bertemu di *Showroom* pada Whatsapp , Djatmiko adalah pelanggan setia *Showroom* Java Auto Blitz . wawancara berlangsung selama sekitar 20 menit

Selanjutnya wawancara yang dilakukan via virtual whatsapp chat pada tanggal 25 Juli 2023 dengan peneliti ke 3, yaitu informan yang tidak ingin disebutkan identitasnya (Rocky) selaku bagian *Marketing Communication* pada ATPM mobil land rover yaitu. PT.JLM. wawancara dilakukan selama 3 hari karena informan membutuhkan waktu untuk membalas pesan disela-sela kesibukannya.

LAMPIRAN IV

TRANSKRIP WAWANCARA

Transkrip Wawancara Key Informan

Narasumber : Pujo Lastianto

Profesi : Manager

Lokasi : Java Auto Blitz, Bursa Mobil BSD Tangerang Selatan

-
1. Selamat sore om, aku Maudy mahasiswi UNAS lagi ngerjain tugas akhir nih om, dan aku butuh om untuk menjadi informanku terkait penelitian yang aku buat, aku boleh ya tanya-tanya seputar info disini?
 - Baik Maudy, dipersilahkan
 2. Sebenarnya produk/ merek apa sih om yang dijual disini?
 - Prioritasnya adalah mobil Land Lover , dan lainnya kita punya layanan *consignment* , jual beli mobil yang masih mencakup negara *Eropa-Inggris*, Konsultasi kendaraan, dan layanan lainnya sesuai kebutuhan konsumen.
 3. Terus gimana om cara nentui harga untuk unit mobil yang dijual?
 - Untuk harga kita tergantung dari unit mobil yang kita punya, seberapa langka mobil tersebut, seberapa bagus kondisinya, apakah kilometernya itu tinggi atau enggak itu sangat mempengaruhi harga, seberapa terawat dari segi mesinnya, segi bodynya kira-kira itu cara menentukan harganya.
 4. Kalau dari segi lokasi showroom kenapa memilih disini om?
 - Karena di BSD ini banyak orang-orang yang dalam segi ekonomi bisa dibilang mapan, orang-orang di BSD juga cenderung orang yang beranjak ke masa tua. Dan biasanya orang-orang yang ada di masa-masa itu lagi senang berpetualang mau mencari mobil hobi. Lokasi BSD juga cocok untuk dijadikan tempat test drive, dan bisa full speed karena gak macet. Dan memang ada lahan untuk khusus test drive itu sendiri. Selain itu aksesnya dekat dari mana pun, kayak pintu tol, exit tolyang lebih mudah dijangkau orang-orang.
 5. Dari promosinya sendiri yang digunain apa om?
 - strategi yang paling berhasil saat ini tetap di online, atau digital, karena digital marketing di jaman sekarang itu sangat vital untuk mempromosikan sebuah mobil, gak Cuma mobil semua produk apapun itu pasti membutuhkan satu sistem digital marketing

yang bagus, tapi kita di bantu juga sama platform-platform seperti OLX, Mobil 123, dan yang lainnya seperti sosial media instagram. kalau dari segi offline nya kita tetap punya customer-customer yang kita rawat lalu kita masukan ke club mobil dan didalam wadah club mobil itu kita bisa list customer mana yang kira-kira ingin ganti mobil atau mengajak teman-temannya untuk merekomendasikan si Land Rover ini.. lalu setiap minimal tiga bulan sekali club mobil ini pasti adakan event. Dan event itu biasanya adakan sponsor, camping bareng, karena kita paham Land Rover itu tipe mobil Jeep yang tidak dipakai untuk daily. Tetapi adalah mobil hobi yang di pakai mungkin harus ada club bareng-bareng makanya kita adakan club itu untuk acara event-event itu supaya mobilnya itu terpakai dan mereka menikmati. Nah dari acara event itu harapan kami Java Auto Blitz. Temennya yang melihat akan tertarik, dari situlah kita mendapatkan pasar. Selain itu , kita kuat banget menjaga pelanggan-pelanggan lama, atau pelanggan-pelanggan yang sering melakukan repeat order, tiap ada produk baru kita info secara berkala. Dan ada perlakuan khusus untuk pelanggan yang sering kali repeat order biasanya loyalitasnya kita jaga dengan cara ajak makan siang bareng kalau mereka lagi mampir-mampir showroom, kita kasih penawaran dengan potongan harga yang worth it.

6. Nah, dari segi pengembangan untuk menciptakan karyawan yang unggul gimana om? Gimana cara nge-trainnya?
 - Beberapa karyawan sering kami libatkan acara event camp offroad mobil Land Rover saat di beberapa daerah, yang dimana isi dari event tersebut mulai dari petinggi, kolega-kolega penting, dan memang penghobi kan, nah itu kan salah satu pelajaran untuk karyawan untuk membedakan customer land rover itu unik, di dalam acaranya kita biasa pasang display. Jadi para staf atau karyawan fokus di stand tersebut dan saya memang ajak untuk ikut terjun langsung dan ketemu langsung berbaur dengan customer itu sendiri di acar event offroad itu tadi. Sebenarnya juga saya cukup tegas kalau sama karyawan disini, selain yang kami pegang ini mobil-mobil bernilai alasannya adalah tentang harga diri perusahaan. Intinya sumber daya manusia disini cukup, dalam arti mereka kerja sesuai prospek kerjanya. Tapi mereka juga saya ajarin untuk inisiatif, kalau seandainya owner atau saya punya pekerjaan lain di luar, mereka saya ajarin juga buat mengenal tipe-tipe mobil yang ada, tujuannya pengganti kegiatan kita yang turun juga sebagai sales.
7. Untuk membuktikan showroom ini nyata adanya dari segi bukti fisik gimana om?
 - Ya lokasi showroom kita juga udah cukup jelas ya, dan kita selalu mempersilahkan dengan senang hati intuk para pelanggan

lihat unit langsung, dan juga di showroom ini kita kasih free treats buat pelanggan yang minta show unit untuk datang kerumahnya aja, kadang kita bawa unit untuk itu, kita yang samper ke lokasi rumahnya dengan janji sebelumnya. Dan hal yang paling menguatkan lagi adalah dalam pembuktian bukti fisik, pelanggan akan lebih terasa ketika diberi pelayanan test drive. Dengan test drive pelanggan mendapatkan sensasi nyata tentang mobil yang ingin di beli.

8. Kalau dari segi kompetitornya gimana om?
 - Perlu di ingat, sesama penjual Land Rover ataupun showroom yang pegang merek ini juga, kita justru malah bersahabat, jadi justru pesaing kita ini adalah ATPM nya, dan yang membedakan adalah unit mobilnya. Kalau ATPM ini ada spesifikasi yang bisa ada di kurang-kurangnya dari distribusi asal nya di Inggris. Tapi mobil yang kita jual tentunya bisa by request dari pelanggan yang kita belanjain di importir umum, untuk itu kita ada channelnya sendiri. Jadi mobil yang kita jual ini pure premium dari negara asal.
9. Tapi ada gak om selama ini keluhan dari pelanggan?
 - Keluhan pasti ada, kita kan emang jualan mobil hobi. dan mereka yang komplain biasanya kurang edukasi, nah maka dari itu setiap ada keluhan mobil yang bermasalah karena abis beli di kita, kita kasih edukasi. Kalau mobil ini adalah mobil hobi, dan produk yang kita dapetin itu premium dari negara asal, yang dimana bisa dibilang mobil yang datang ini memang tidak sesuai standarisasi on road di Indonesia. Tapi dipastikan bahwa mobil yang kita jual ini dari surat-surat aman dan legal karena sebelum masuk ke indonesia pasti ada test uji yang dimana semua mesin maupun emisinya lolos uji. Nah makanya kita di Indonesia sendiri punya komunitas untuk perkumpulan mobil-mobil jeep seperti ini justru itu cara kita berekreasi, menikmati hidup.

Transkrip Wawancara Informan 2

Narasumber : Djatmiko
Profesi : Pelanggan Setia
Lokasi : Java Auto Blitz, Bursa Mobil BSD Tangerang Selatan

1. Halo om aku Maudy, mahasiswa dari Universitas Nasional yang sedang mengerjakan tugas akhir nih. Aku boleh minta tolong untuk untuk menjadi informanku? Karena hasil observasi sebelumnya aku mendapati om adalah pelanggan yang sudah akrab dan melakukan repeat order nih..
 - Iya maudy, boleh dong
2. Sebelumnya sudah berapa kali om untuk membeli mobil disini?
 - Saya menjadi pelanggan Java Auto Blitz ini udah lumayan lama yaa, kurang lebih ada 5 unit mobil sempat beberapa kali ganti dan beli disini. Gak cuman itu saya kebetulan anggota club pecinta Land Rover juga, walaupun nama Java Auto Blitz ini juga sudah cukup terkenal di club tersebut karena sering kali menjadi sponsor dengan biaya yang gak murah...kadang ada anggota lain juga yang suka tertarik sama unit saya di event, nah saya juga suka rekomendasiin Java Auto Blitz lewat kalau saya beli unit mobil disana.
3. Selama ini ada keluhan gak om selama beli mobil di Java Auto Blitz?
 - Karena saya orangnya cukup cinta sama otomotif, justru yang ngoprek-ngoprek mesin ini adalah seni buat saya. Dari segi pelayanan juga Java Auto Blitz ini menangani sesuai dengan komposisinya sih.
4. Dari harga yang di tentukan selama om beli unit mobil disini gimana?
 - Cukup worth it sih karena unit disini yang saya suka adalah unit ori dari negara asal.

Transkrip Wawancara Informan 2

Narasumber : Rocky
Profesi : Maeketing Communication ATPM PT.JLM
Lokasi : Java Auto Blitz, Bursa Mobil BSD Tangerang Selatan

1. Selamat siang Kak Rocky, aku Maudy. Mahasiswa Universitas Nasional. lagi ngerjain tugas akhir nih ka & aku butuh kaka untuk menjadi informan ku terkait penelitian yang aku buat. kalau berkenan untuk menjadi informan boleh ya aku wawancara sedikit? reply by chat aja gapapa kak
 - Siang Maudy, Oke
2. baik kak, berikut yaa mengenai merek land rover
Apa strategi perusahaan ATPM ini dalam mengembangkan dan memperkenalkan peluncuran produk baru kepada publik?
 - Saat ini ATPM masih merupakan importer dan distributor, jadi untuk riset dan pengembangan produk masih mengikuti kebijakan principal di UK. Berbeda dengan ATPM yg sudah memiliki pabrik perakitan yg dapat melakukan riset pengembangan produk secara mandiri. Yang saat ini ATPM Land Rover lakukan adalah mengamati pasar, melakukan analisis, dan memberikan feedback kepada principal untuk pertimbangan pengembangan produk ke depannya.
3. Apa ada strategi penetapan harga khusus yang di gunakan perusahaan?
 - Untuk strategi penetapan harga dipengaruhi beberapa faktor, selain dari segi biaya (harga beli produk dari pabrik / principal, kurs valuta asing, tarif/pajak impor, etc.) juga ada faktor lain seperti brand image dan harga produk kompetitor.
 - Untuk segmen niche market seperti Land Rover, harga jual produknya cenderung lebih tinggi dibanding segmen mass volume karena margin pendapatannya harus menutupi biaya operasional namun dengan jumlah unit penjualan yg terbatas (margin oriented).
 - Lain halnya dengan segmen mass volume yg dikarenakan kompetisi pasar yg ketat sehingga harga jual produknya harus bersaing, jadi margin penjualan per unitnya akan lebih kecil. Biaya perusahaannya akan ditutupi dengan memaksimalkan volume penjualan.
 - Selain itu faktor brand value juga akan mempengaruhi harga dimana untuk brand Eropa memiliki value dalam hal historical, ciri khas desain, eksklusivitas, serta kemewahan.
4. Bagaimana caranya untuk memastikan bahwa harga yang ditawarkan tetap kompetitif di pasar otomotif?
 - Di segmen luxury, kompetisinya berbeda dengan segmen mass volume, karena setiap brand sudah memiliki eksklusivitasnya

masing-masing. Misalnya Land Rover yg memiliki sistem Live Configurator dimana konsumen bisa merancang mobil yg ingin dimiliki berdasarkan keinginannya sendiri. Mulai warna eksterior, aksesoris, bahan interior beserta warnanya, hingga berbagai kelengkapan fitur yg diinginkan, sehingga mobil yg dimiliki oleh setiap konsumen bisa berbeda karena sifatnya yg personal. Akhirnya harganya pun bisa berbeda walaupun jenis mobilnya sama. Dan tidak semua mobil di segmen luxury dirakit di pabrik Indonesia, sehingga pajaknya pun cukup besar.

- Karena itu mobil di segmen ini benar-benar eksklusif sehingga yg terjadi bukan lagi kompetisi secara produk melainkan kompetisi pengalaman pelanggan dari mulai pembelian hingga aftersales.
5. Apakah perusahaan ini bermitra dengan dealer atau showroom mobil lainnya?
 - Untuk saat ini, ATPM Land Rover di Indonesia hanya bermitra dengan Indomobil karena produknya yang benar-benar niche demi menjaga eksklusivitas sesuai standar yang ditetapkan principal Land Rover di Inggris.
 6. apakah anda mengetahui alasan tentang pertimbangan perusahaan dalam memilih lokasi ATPM itu sendiri?
 - Saat ini, ATPM Land Rover berlokasi di Indomobil Tower berdasarkan arahan dari induk perusahaan yaitu Inchcape dan Indomobil group. Untuk ke depannya, lokasi ATPM akan mengikuti arahan lebih lanjut dari kedua induk perusahaan mengingat nantinya Inchcape juga akan berkantor di Indonesia. Tentunya pemilihan lokasi akan mempertimbangkan strategis seperti kebutuhan organisasi dan kemudahan koordinasi.
 7. Dari segi promosinya apa yang paling efektif, apakah seperti iklan, pameran otomotif, atau kampanye digital? atau ada strategi lainnya?
 - Untuk strategi promosi, kami ada beberapa macam aktivitas seperti pameran, pop-up store / boutique store yg tujuannya memberikan private view dan pengalaman langsung pada konsumen untuk menyaksikan produk-produk JLR, maupun direct mail dimana kami berinteraksi secara personal kepada setiap pelanggan demi menjaga loyalitas mereka.
 - Untuk sarana digital, kami ada instagram maupun facebook, namun saat ini sarana digital tersebut cenderung kearah exposure bagi brand maupun produk kami karena mayoritas audience yg ada disana belum termasuk dalam segmen kami.
 8. Bagaimana perusahaan mengukur dan memantau kepuasan pelanggan terhadap proses purna jual atau layanan yang disediakan?
 - Setiap pelanggan yg membeli kendaraan Land Rover maupun yg melakukan service di bengkel resmi Land Rover akan dikirim link online survey dalam beberapa hari setelah transaksi mereka di dealer.
 - Pelanggan diharapkan mengisi survey tersebut secara online dimana tidak ada campur tangan dari pihak dealer maupun

ATPM, dan survey tersebut langsung terhubung ke sistem regional principal Land Rover sehingga principal dapat memantau langsung penilaian pelanggan secara real time dan transparan

9. Bagaimana perusahaan mengembangkan para karyawan untuk memberikan pengalaman pelanggan yang unggul?
 - Setiap personel Land Rover yg berinteraksi langsung dengan pelanggan seperti sales, marketing, aftersales, customer service akan diberikan serangkaian pelatihan secara online maupun offline yang harus diselesaikan dalam waktu tertentu (dateline).
 - Kinerja personil Land Rover dalam menyelesaikan pelatihan tersebut dipantau langsung oleh regional principal dengan mekanisme reward & punishment bagi mereka yg mampu menyelesaikan pelatihan dengan baik atau sebaliknya.
 - Tujuan dari pelatihan tersebut adalah menjaga supaya setiap personil Land Rover tersertifikasi sesuai standar Land Rover pusat di Inggris.
 - Pelatihan tersebut juga akan diperbarui setiap kali ada produk baru dan atau metode baru dalam aspek sales, marketing, aftersales, dan customer service.

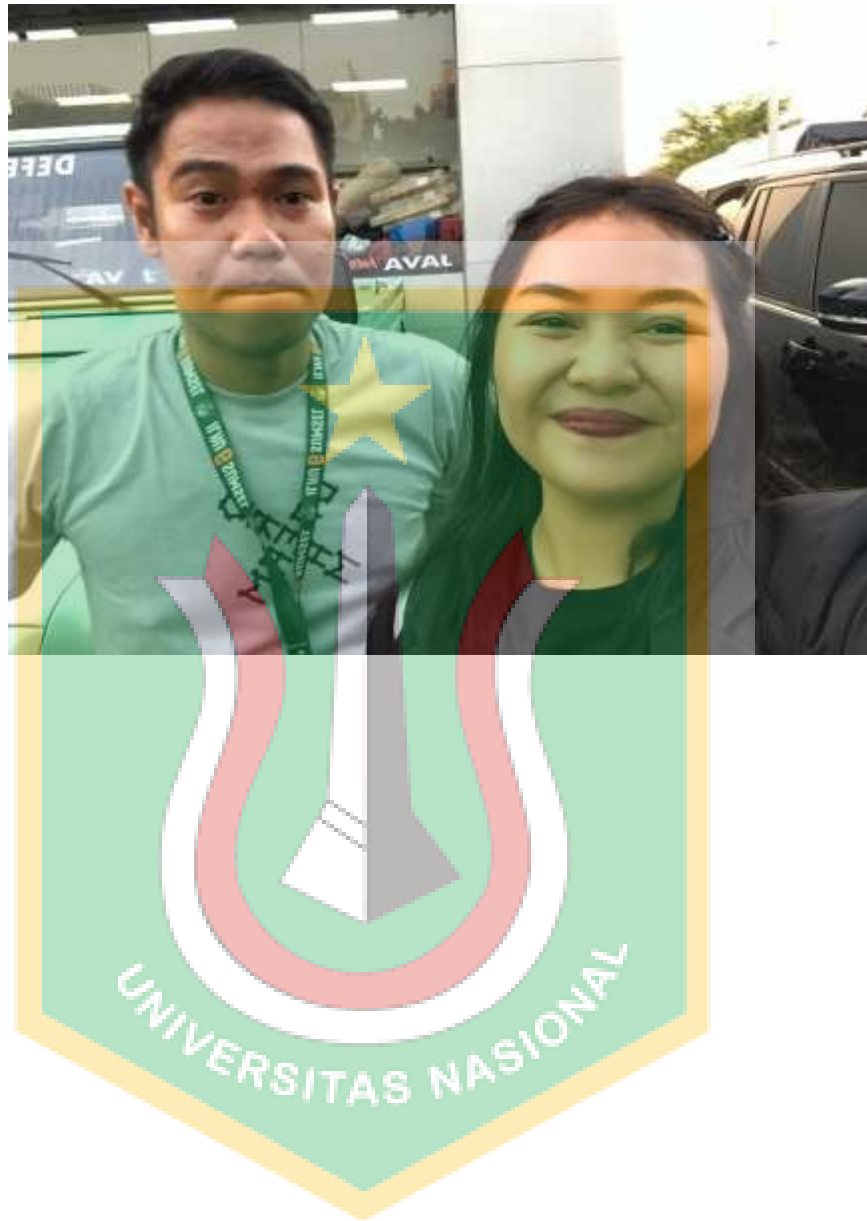


LAMPIRAN V
DOKUMENTASI

1. Dokumentasi bersama Informan 1



2. Dokumentasi bersama informan 2



3. Dokumentasi bersama informan 3



LAMPIRAN VI
DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Data Pribadi :

Nama : Maudylianap Putri
NPM : 193516516603
Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 22 Juni 2001
Alamat : Villa Permata Alamanda Blok B07
RT/RW001/08 Tugu, Cimanggis,
Depok.
Kewarganegaraan : Indonesia
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam

Pendidikan Formal :

1. SDIT Al-Barkah
2. SMP Mutiara Bangsa
3. SMAIT Raflesia
4. Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Nas

Email : Maudylianap@gmail.com

tahap 1

ORIGINALITY REPORT

17%	17%	8%	%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	digilib.unila.ac.id Internet Source	3%
2	repository.radenintan.ac.id Internet Source	1%
3	repository.iainpare.ac.id Internet Source	1%
4	jurnal.unmer.ac.id Internet Source	1%
5	digilib.uinkhas.ac.id Internet Source	1%
6	positori.uin-alauddin.ac.id Internet Source	1%
7	123dok.com Internet Source	1%
8	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	<1%
9	www.coursehero.com Internet Source	<1%