



**PRODUKSI KONTEN *REELS* INSTAGRAM
UNTUK MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*
ROJOWENI ALAM**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
gelar Sarjana Terapan (S. Tr.) Informasi dan Humas
Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro

Oleh:

Mishel Deriani Afriadi

40020622650045

**PROGRAM STUDI INFORMASI DAN HUMAS
SEKOLAH VOKASI
UNIVERSITAS DIPONEGORO
2026**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan sebenarnya, penulis menyatakan bahwa Tugas Akhir ini disusun tanpa mengambil bahan hasil penelitian baik untuk memperoleh suatu gelar sarjana atau diploma yang sudah ada di universitas lain maupun hasil penelitian lainnya. Penulis juga menyatakan bahwa Tugas Akhir ini tidak mengambil bahan dari publikasi atau tulisan orang lain kecuali yang sudah disebutkan dalam rujukan dan dalam Daftar Pustaka. Penulis bersedia menerima sanksi jika terbukti melakukan plagiasi / penjiplakan.

Nama : Mishel Deriani Afriadi

NIM : 40020622650045

Tanda Tangan :



Tanggal : 26 Juni 2026

**HALAMAN PERSETUJUAN
TUGAS AKHIR**

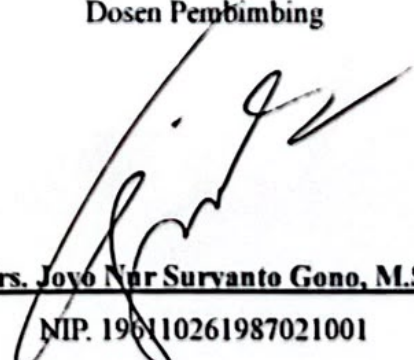
**PRODUKSI KONTEN *REELS* INSTAGRAM UNTUK MENINGKATKAN
BRAND AWARENESS ROJOWENI ALAM**

Oleh:

**Mishel Deriani Afriadi
40020622650045**

Semarang, 10 Juni 2026

**Disetujui oleh,
Dosen Pembimbing**


Drs. Jovo Nur Survanto Gono, M.S.
NIP. 196110261987021001

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan Oleh :
Nama : Mishel Deriani Afriadi
NIM : 40020622650045
Program Studi atau Konsentrasi : S.Tr Informasi dan Humas
Judul Tugas Akhir : Produksi Konten *Reels* Instagram Untuk
Meningkatkan *Brand Awareness*
Rojoweni Alam

Telah dinyatakan berhasil di hadapan Tim Penguji dan diterima untuk
melengkapi persyaratan menjadi Sarjana Terapan pada program Diploma
IV (S1 Terapan) Informasi dan Hubungan Masyarakat Departemen
Informasi dan Budaya Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro.

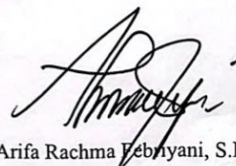
TIM PENGUJI

Pembimbing : Drs. Joyo Nur Suryanto Gono, M.S
NIP. 196110261987021001
Penguji I : Dr. Dra. Liliek Budiastuti, M.Si.
NIP. 1962013119871032001
Penguji II : Rizki Halim, S.E., M.I.Kom.
NIP. 196110261987021001

()
()
()

Semarang, 26 Juni 2026

Ketua Program Studi S.Tr. Informasi dan Humas



Arifa Rachma Febryani, S.I.Kom., M.I.Kom.

NIP. 199202122020122022

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

"Life's better when you're free."

-SZA

PERSEMBAHAN

Tugas Akhir ini penulis persembahkan kepada Allah SWT atas segala rahmat, kemudahan, dan kekuatan yang diberikan dalam setiap proses kehidupan. Kepada keluarga yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang, dan dukungan tanpa henti. Kepada sahabat, teman, dan orang-orang terdekat yang selalu hadir memberikan semangat dalam setiap langkah perjalanan ini. Kepada segenap civitas akademika Program Studi Informasi dan Hubungan Masyarakat Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro yang telah menjadi bagian dari proses pembelajaran dan pengembangan diri penulis. Serta kepada diri sendiri yang telah berjuang, bertahan, dan tidak menyerah hingga mampu menyelesaikan salah satu perjalanan penting dalam kehidupan ini.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, karunia, serta kemudahan yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan pelaksanaan dan penyusunan Tugas Akhir yang berjudul “Produksi Konten *Reels* Instagram untuk Meningkatkan *Brand Awareness* Rojoweni Alam”. Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan (S.Tr.) pada Program Studi Informasi dan Humas, Departemen Informasi dan Budaya, Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro.

Melalui pelaksanaan *project* ini, penulis berharap produksi dan publikasi konten *Reels* Instagram yang telah dilakukan dapat membantu meningkatkan *brand awareness* masyarakat terhadap merek Rojoweni Alam. Selain itu, *project* ini diharapkan dapat menjadi salah satu bentuk pemanfaatan media sosial Instagram sebagai sarana komunikasi pemasaran digital yang efektif bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), khususnya dalam memperkenalkan produk kepada khalayak yang lebih luas.

Pembahasan dalam Tugas Akhir ini disusun ke dalam lima bab yang saling berkaitan satu sama lain. Secara garis besar, pembahasan pada tiap bab dapat dijelaskan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN, berisi latar belakang yang menjelaskan kondisi *brand awareness* Rojoweni Alam yang masih rendah di kalangan masyarakat. Pada bab ini juga dibahas rumusan masalah, tujuan, manfaat, serta luaran yang ingin dicapai melalui pelaksanaan *project* Tugas Akhir.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI, berisi kajian karya terdahulu dan teori-teori yang digunakan sebagai landasan dalam pelaksanaan *project*, meliputi teori *public relations*, *brand awareness*, komunikasi pemasaran digital, serta produksi media *public relations*.

BAB III METODE PENCIPTAAN KARYA, berisi penjelasan mengenai klien pencipta karya, profil klien, segmentasi target sasaran, konsep karya, serta proses penciptaan karya yang terdiri atas tahap pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Selain itu, pada bab ini juga dijelaskan timeline pelaksanaan *project*, *Key*

Performance Indicator (KPI), sustainability project, dan rancangan biaya yang digunakan selama pelaksanaan project.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN, berisi hasil pelaksanaan project mulai dari proses produksi dan publikasi konten Instagram *Reels*, hasil *insight* konten, hasil survei pra dan pasca publikasi, evaluasi pencapaian KPI, serta analisis mengenai peningkatan *brand awareness* Rojoweni Alam setelah pelaksanaan *project*.

BAB V PENUTUP, berisi kesimpulan dari keseluruhan pelaksanaan *project* serta saran yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi Rojoweni Alam maupun pihak lain yang akan melaksanakan *project* serupa di masa mendatang.

Penulis menyadari bahwa pelaksanaan maupun penyusunan Tugas Akhir ini masih memiliki berbagai keterbatasan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun sebagai bahan evaluasi dan perbaikan untuk karya yang lebih baik di masa mendatang.

Akhir kata, penulis berharap Tugas Akhir yang berjudul “Produksi Konten *Reels* Instagram untuk Meningkatkan *Brand Awareness* Rojoweni Alam” ini dapat memberikan manfaat bagi Rojoweni Alam, Program Studi Informasi dan Humas, serta pihak lain yang membutuhkan referensi mengenai pemanfaatan Instagram *Reels* dalam meningkatkan *brand awareness* suatu merek.

Semarang, 10 Juni 2026

Mishel Deriani Afriadi

UCAPAN TERIMAKASIH

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, karunia, kesehatan, serta kemudahan yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Produksi Konten *Reels* Instagram untuk Meningkatkan *Brand Awareness* Rojoweni Alam” dengan baik.

Dalam proses pelaksanaan *project* hingga penyusunan Tugas Akhir ini, penulis memperoleh banyak bantuan, dukungan, bimbingan, serta motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Allah SWT atas segala rahmat, karunia, kesehatan, kemudahan, dan kekuatan yang diberikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik.
2. Ibu tercinta, Rita Ruspawati, yang senantiasa memberikan kasih sayang, doa, dukungan, pengorbanan, serta semangat yang tidak pernah putus kepada penulis dalam setiap proses kehidupan. Terima kasih atas segala perjuangan, kesabaran, dan cinta yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
3. Mbak Arifa Rachma Febriyani, S.I.Kom., M.I.Kom. selaku Ketua Program Studi Sarjana Terapan Informasi dan Hubungan Masyarakat Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro yang telah memberikan arahan dan dukungan selama penulis menempuh pendidikan.
4. Mas Drs. Joyo Nur Suryanto Gono, M.S. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan, arahan, masukan, serta motivasi kepada penulis selama proses pelaksanaan *project* hingga penyusunan Tugas Akhir ini.
5. Ibu Dr. Dra. Liliek Budiastuti, M.Si. dan Mas Rizki Halim, S.E., M.I.Kom. selaku dosen penguji yang telah memberikan kritik, saran, dan masukan yang membangun demi penyempurnaan Tugas Akhir ini.
6. Segenap civitas akademika Program Studi Informasi dan Hubungan Masyarakat Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro yang telah

memberikan ilmu, pengalaman, dan wawasan kepada penulis selama masa perkuliahan.

7. Ibu Emma Noviana selaku pemilik UMKM Rojoweni Alam yang telah memberikan kesempatan, kepercayaan, serta bantuan kepada penulis dalam pelaksanaan *project* Tugas Akhir.
8. Muhammad Fathir Alvaro, adik penulis yang selalu memberikan dukungan, semangat, serta keceriaan kepada penulis selama proses penyusunan Tugas Akhir.
9. Kananta Taj Yara Sayaka, keponakan penulis yang selalu menjadi sumber kebahagiaan dan penyemangat bagi penulis.
10. Seluruh sepupu dan keluarga besar Mbah Samir yang senantiasa memberikan doa, dukungan, perhatian, serta semangat kepada penulis.
11. Muhammad Dazza Arrafi, partner penulis yang selalu hadir menemani, memberikan dukungan, mendengarkan setiap keluh kesah, serta menjadi tempat pulang dan bertukar cerita selama proses penyusunan Tugas Akhir ini.
12. Divi Najla Putri dan Luthfiah Aisyah Mulyawan, sahabat terdekat penulis sejak SMP yang selalu memberikan dukungan, perhatian, serta menjadi tempat berbagi cerita dalam berbagai situasi.
13. Khiar Amru Sari dan Ananda Ashita Salsabila, sahabat penulis sejak awal masa perkuliahan yang selalu menemani dan menjadi bagian penting dalam perjalanan akademik penulis.
14. Maritza Hanan Ananda, Jelita Nindia Laksita, dan Belinda Ivana Putri, sahabat sekaligus teman seperjuangan selama masa perkuliahan yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan banyak kenangan berharga.
15. Salsabila Jihan, teman pertama penulis di Universitas Diponegoro yang telah menjadi bagian dari perjalanan perkuliahan penulis sejak awal.
16. Rasya Khairul, Camelia Putri Ramadhanti, dan Muhammad Daffa Raihan, sahabat selama KKN yang selalu membantu, memberikan dukungan, serta menjadi tempat bertukar pikiran ketika penulis menghadapi berbagai kesulitan selama penyusunan Tugas Akhir.

17. Kak Meika, selaku kakak sekaligus teman cerita penulis yang selalu memberikan dukungan, nasihat, semangat, serta menjadi tempat berbagi cerita dan keluh kesah selama ini.
18. Marapthon – *The Last Tale*, yang secara tidak langsung menjadi tontonan dan teman setia penulis selama proses penyusunan Tugas Akhir, serta memberikan hiburan di tengah berbagai tantangan dan tekanan yang dihadapi selama pengerjaan *project* ini.
19. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan, dukungan, dan doa sehingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan dengan baik.
20. Terakhir, untuk diri sendiri, Mishel Deriani Afriadi, yang telah berusaha, bertahan, dan tidak menyerah dalam menjalani setiap proses perkuliahan, pelaksanaan *project*, hingga penyusunan Tugas Akhir ini. Terima kasih karena telah berani melangkah sejauh ini, melewati berbagai tantangan, serta terus berusaha memberikan yang terbaik hingga akhirnya mampu menyelesaikan salah satu tahap penting dalam perjalanan akademik ini.

ABSTRAK

Rojoweni Alam merupakan UMKM yang memproduksi sabun berbahan alami dan ramah lingkungan. Meskipun memiliki berbagai keunggulan produk, tingkat *brand awareness* masyarakat terhadap merek ini masih tergolong rendah. Kondisi tersebut ditunjukkan oleh hasil kuesioner pra produksi yang menunjukkan sebagian besar responden belum mengenal Rojoweni Alam. Oleh karena itu, diperlukan strategi promosi yang lebih efektif melalui pemanfaatan media sosial, khususnya Instagram *Reels*. Project ini bertujuan memproduksi konten Instagram *Reels* untuk meningkatkan *brand awareness* Rojoweni Alam. Metode yang digunakan dalam *project* ini meliputi tahap pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Luaran yang dihasilkan berupa 10 konten Instagram *Reels* yang dipublikasikan melalui akun Instagram @rojoweni_alam sebagai media promosi digital untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat yang lebih luas. Hasil *project* menunjukkan bahwa seluruh konten berhasil dipublikasikan dengan total 9.258 tayangan. Selain itu, hasil kuesioner pasca publikasi menunjukkan bahwa 98% responden mengetahui dan dapat mengingat merek Rojoweni Alam setelah melihat konten yang dipublikasikan. Dengan demikian, produksi konten Instagram *Reels* terbukti efektif dalam meningkatkan *brand awareness* serta memperluas jangkauan informasi mengenai produk Rojoweni Alam kepada masyarakat.

Kata Kunci: *Brand Awareness*, Instagram *Reels*, Promosi Digital, Media Sosial, Rojoweni Alam.

ABSTRACT

Rojoweni Alam is an MSME that produces natural and environmentally friendly soap products. Despite its product advantages, public brand awareness of the brand remains relatively low. This condition was indicated by the preliminary survey results showing that most respondents were unfamiliar with Rojoweni Alam. Therefore, a more effective promotional strategy is needed through social media, particularly Instagram Reels. This project aimed to produce Instagram Reels content to increase Rojoweni Alam's brand awareness. The project was carried out through three stages: pre-production, production, and post-production. The output consisted of 10 Instagram Reels contents published through the Instagram account @rojoweni_alam as a digital promotional medium to introduce the products to a wider audience. The results showed that all contents were successfully published and generated a total of 9,258 views. Furthermore, the post-publication questionnaire indicated that 98% of respondents recognized and remembered the Rojoweni Alam brand after viewing the published contents. Therefore, the production of Instagram Reels content proved effective in increasing brand awareness and expanding public exposure to Rojoweni Alam products.

Keywords: *Brand Awareness, Instagram Reels, Digital Promotion, Social Media, Rojoweni Alam*

Top of Form

Bottom of Form

DAFTAR ISI

HALAMAN Sampul.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
UCAPAN TERIMAKASIH.....	viii
ABSTRAK.....	xi
ABSTRACT.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan.....	10
1.4 Manfaat.....	11
1.5 Luaran.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI.....	12
2.1 Kajian Karya Terdahulu.....	12
2.2 Landasan Teori.....	14
2.2.1 <i>Public Relations</i>	14
2.2.2 <i>Brand Awareness</i>	15
2.2.3 Komunikasi Pemasaran Digital.....	16
2.2.4 Produksi Media <i>Public Relations</i>	17
BAB III METODE PENCIPTAAN KARYA.....	18
3.1 Klien Pencipta Karya.....	18
3.2 Profil Klien.....	18

3.3 Segmentasi / Target Sasaran.....	19
3.3.1 Segmentasi Psikografis.....	19
3.3.2 Segmentasi Demografis.....	19
3.3.3 Segmentasi Geografis.....	19
3.4 Konsep Karya.....	19
3.5 Proses Penciptaan Karya.....	20
3.5.1 Pra Produksi.....	20
3.5.2 Produksi.....	44
3.5.3 Pasca Produksi.....	45
3.6 <i>Timeline</i> Pelaksanaan Tugas Akhir.....	46
3.7 <i>Key Performance Indicator</i> (KPI).....	47
3.8 <i>Sustainability Project</i>	47
3.9 Rancangan Biaya.....	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	49
4.1 Gambaran Umum Permasalahan.....	49
4.2 Analisis Tahap Pra Produksi.....	50
4.2.1 Riset.....	50
4.2.2 <i>Standard Sequence Guide</i>	50
4.2.3 Pembentukan Tim Produksi.....	57
4.2.4 Penentuan Lokasi dan Jadwal Produksi.....	57
4.2.5 Persiapan Properti.....	58
4.3 Analisis Tahap Produksi.....	58
4.3.1 Pengarahan <i>Talent</i>	58
4.3.2 Penataan Lokasi Produksi.....	58
4.3.3 Proses Pengambilan Gambar (<i>Shooting</i>).....	59
4.4 Analisis Tahap Pasca Produksi.....	68
4.4.1 Seleksi <i>Footage</i>	68
4.4.2 Proses <i>Editing Video</i>	68
4.4.3 <i>Preview Video</i>	71
4.4.4 Publikasi Video.....	71
4.4.5 Monitoring dan Evaluasi.....	73

4.5 Hambatan Produksi	88
BAB V PENUTUP.....	90
5.1 Kesimpulan.....	90
5.2 Saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA.....	92
LAMPIRAN.....	95

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Produk Sabun Rojoweni Alam.....	2
Gambar 1.2 Instagram Rojoweni Alam.....	4
Gambar 1.3 Data Penggunaan Media Sosial Yang Paling Sering Digunakan.....	6
Gambar 1.4 Diagram Survei Pengetahuan Masyarakat Mengenai Rojoweni Alam.....	7
Gambar 2.1 <i>Levels of Brand Awareness</i>	15
Gambar 4.1 Tahapan <i>Import</i>	68
Gambar 4.2 Tahapan <i>Cutting</i>	69
Gambar 4.3 Tahapan Penambahan Transisi.....	69
Gambar 4.4 Tahapan Penambahan dan Pengeditan audio.....	70
Gambar 4.5 Tahapan Penambahan Efek Visual dan Grafis.....	70
Gambar 4.6 Tahapan Rendering.....	71
Gambar 4.7 Hasil Kuesioner Pasca Publikasi Pertanyaan 1.....	74
Gambar 4.8 Hasil Kuesioner Pasca Publikasi Pertanyaan 2.....	74
Gambar 4.9 Hasil Kuesioner Pasca Publikasi Pertanyaan 3.....	75
Gambar 4.10 Hasil Kuesioner Pasca Publikasi Pertanyaan 4.....	76
Gambar 4.11 Hasil Kuesioner Pasca Publikasi Pertanyaan 5.....	76

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Konsep Karya.....	19
Tabel 3.2 <i>Standard Sequences Guide</i> (SSG) 1.....	22
Tabel 3.3 <i>Standard Sequences Guide</i> (SSG) 2.....	24
Tabel 3.4 <i>Standard Sequences Guide</i> (SSG) 3.....	26
Tabel 3.5 <i>Standard Sequences Guide</i> (SSG) 4.....	28
Tabel 3.6 <i>Standard Sequences Guide</i> (SSG) 5.....	31
Tabel 3.7 <i>Standard Sequences Guide</i> (SSG) 6.....	33
Tabel 3.8 <i>Standard Sequences Guide</i> (SSG) 7.....	35
Tabel 3.9 <i>Standard Sequences Guide</i> (SSG) 8.....	37
Tabel 3.10 <i>Standard Sequences Guide</i> (SSG) 9.....	39
Tabel 3.11 <i>Standard Sequences Guide</i> (SSG) 10.....	42
Tabel 3.12 <i>Timeline</i> Pelaksanaan Tugas Akhir.....	46
Tabel 3.13 <i>Key Performance Indicator</i> (KPI).....	47
Tabel 3.14 Rancangan Anggaran Biaya Produksi.....	48
Tabel 4.1 Hasil Implementasi <i>Standard Sequence Guide</i> 1.....	51
Tabel 4.2 Hasil Implementasi <i>Standard Sequence Guide</i> 2.....	51
Tabel 4.3 Hasil Implementasi <i>Standard Sequence Guide</i> 3.....	52
Tabel 4.4 Hasil Implementasi <i>Standard Sequence Guide</i> 4.....	52
Tabel 4.5 Hasil Implementasi <i>Standard Sequence Guide</i> 5.....	53
Tabel 4.6 Hasil Implementasi <i>Standard Sequence Guide</i> 6.....	53
Tabel 4.7 Hasil Implementasi <i>Standard Sequence Guide</i> 7.....	53
Tabel 4.8 Hasil Implementasi <i>Standard Sequence Guide</i> 8.....	54
Tabel 4.9 Hasil Implementasi <i>Standard Sequence Guide</i> 9.....	54
Tabel 4.10 Hasil Implementasi <i>Standard Sequence Guide</i> 10.....	55
Tabel 4.11 Pembagian Peran Tim Produksi.....	57
Tabel 4.12 Proses Pengambilan Gambar.....	59
Tabel 4.13 Pengambilan Gambar <i>Standard Sequence Guide</i> 1.....	60
Tabel 4.14 Pengambilan Gambar <i>Standard Sequence Guide</i> 2.....	61
Tabel 4.15 Pengambilan Gambar <i>Standard Sequence Guide</i> 3.....	61

Tabel 4.16 Pengambilan Gambar <i>Standard Sequence Guide</i> 4	62
Tabel 4.17 Pengambilan Gambar <i>Standard Sequence Guide</i> 5	63
Tabel 4.18 Pengambilan Gambar <i>Standard Sequence Guide</i> 6	64
Tabel 4.19 Pengambilan Gambar <i>Standard Sequence Guide</i> 7	64
Tabel 4.20 Pengambilan Gambar <i>Standard Sequence Guide</i> 8	65
Tabel 4.21 Pengambilan Gambar <i>Standard Sequence Guide</i> 9	66
Tabel 4.22 Pengambilan Gambar <i>Standard Sequence Guide</i> 10	67
Tabel 4.23 Publikasi Video.....	72
Tabel 4.24 Overview Hasil <i>Insight</i> Konten <i>Reels</i> Instagram Rojoweni Alam.....	77
Tabel 4.25 Rekapitulasi Hasil <i>Insight</i> Konten <i>Reels</i> Instagram Rojoweni Alam..	82
Tabel 4.26 Analisis Keberhasilan <i>Project</i>	88

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Permohonanan Izin Pengambilan Data.....	95
Lampiran 2. Sertifikat HKI.....	96
Lampiran 3. Dokumentasi Pelaksanaan TA.....	97
Lampiran 4. BAST.....	98
Lampiran 5. Sertifikat TOEFL SEU Universitas Diponegoro.....	102
Lampiran 6. Surat Keterangan Bebas Plagiasi.....	103