



UNIVERSITAS DIPONEGORO

**UPAYA MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* PADA UMKM
MANGGLENG DI DESA WISATA PEKUNDEN, KABUPATEN
BANYUMAS MELALUI REDESAIN LOGO, KEMASAN DAN VIDEO
PROMOSI**

TUGAS AKHIR

NABILLA CAHYANINGRUM

40020619650036

**PROGRAM STUDI SARJANA TERAPAN INFORMASI DAN HUMAS
SEKOLAH VOKASI
DEPARTEMEN INFORMASI DAN BUDAYA
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2024



UNIVERSITAS DIPONEGORO

**UPAYA MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* PADA UMKM
MANGGLENG DI DESA WISATA PEKUNDEN, KABUPATEN
BANYUMAS MELALUI REDESAIN LOGO, KEMASAN DAN VIDEO
PROMOSI**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Terapan
Informasi dan Hubungan Masyarakat**

NABILLA CAHYANINGRUM

40020619650036

**PROGRAM STUDI SARJANA TERAPAN INFORMASI DAN HUMAS
SEKOLAH VOKASI
DEPARTRMRN INFORMASI DAN BUDAYA
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2024

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya Nabilla Cahyaningrum menyatakan bahwa Tugas Akhir dengan Judul: Upaya Meningkatkan *Brand Awareness* Pada UMKM Manggleng Di Desa Wisata Pekunden, Kabupaten Banyumas Melalui Redesain Logo, Kemasan Dan Video Promosi merupakan hasil karya saya sendiri dan semua sumber baik yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan benar.

Nama : Nabilla Cahyaningrum

Nim : 40020619650036

Tanda Tangan :



Tanggal : Semarang, 21 Juni 2024

HALAMAN PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR

Judul : Upaya Meningkatkan *Brand Awareness* Pada UMKM Manggleng Di
Desa Wisata Pekunden, Kabupaten Banyumas Melalui Redesain Logo, Kemasan
Dan Video Promosi

Nama : Nabilla Cahyaningrum

NIM : 40020619650036

Semarang, 21 Juni 2024

Disetujui oleh,

Dosen Pembimbing



Dr. Dra. Liliek Budiastuti Wiratmo, M.Si.

NIP. 1962013119871032001

HALAMAN PENGESAHAN


Nama : Nabilla Cahyaningrum
NIM : 40020619650036
Program Studi atau Konsentrasi : S.Tr Informasi dan Hubungan Masyarakat /
Humas
Judul Tugas Akhir : Upaya Meningkatkan *Brand Awareness* Pada
UMKM Manggleng Di Desa Wisata Pekunden,
Kabupaten Banyumas Melalui Redesain Logo,
Kemasan Dan Video Promosi

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan Informasi dan Humas pada Program Studi Informasi dan Hubungan Masyarakat, Departemen Informasi dan Budaya, Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro.

TIM PENGUJI

Pembimbing	Dr. Dra. Liliek Budiastuti Wiratmo M.Si NIP. 1962013119871032001	()
Penguji I	Muhammad Bayu Widagdo S.Sos. M.I.Kom. NIP. 198002262014041001	()
Penguji II	Nur Laili Mardhiyani S.I.Kom., M.I.Kom. NIP. 199003172019032014	()

Semarang, 21 Juni 2024
Ketua Program Studi S.Tr Informasi dan Humas

()
Dra. Sri Indrahti, M.Hum
NIP. 196602151991032001

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS

AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Diponegoro, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nabilla Cahyaningrum

NIM : 40020619650036

Program Studi : Informasi dan Hubungan Masyarakat

Departemen : Informasi dan Budaya

Fakultas : Sekolah Vokasi

Jenis karya : Tugas Akhir

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Diponegoro **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*None-exclusive Royalty Free Right*) atas projek Tugas Akhir saya yang berjudul:

“Upaya Meningkatkan *Brand Awareness* Pada UMKM Manggleng Di Desa Wisata Pekunden, Kabupaten Banyumas Melalui Redesain Logo, Kemasan Dan Video Promosi”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti/Noneksklusif ini Universitas Diponegoro berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Semarang

Pada Tanggal : 21 Juni 2024

Yang Menyatakan



Nabilla Cahyaningrum

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat nikmat dan karunia-Nya pelaksana proyek dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini yang berjudul “Upaya Meningkatkan *Brand Awareness* Pada UMKM Manggleng Di Desa Wisata Pekunden, Kabupaten Banyumas Melalui Redesain Logo, Kemasan Dan Video Promosi”. Tugas Akhir ini merupakan bentuk pertanggung jawaban dan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan. Pelaksana proyek berharap dengan adanya tugas Akhir ini bisa bermanfaat dan dapat menambah ilmu pengetahuan. Pelaksana proyek Tugas Akhir ini adalah salah satu persyaratan untuk menyelesaikan Pendidikan di Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro. Serta untuk menambahkan pengetahuan mengenai lingkup kehumasan dan produksi media *public relations*. Adapun tujuan lainnya yaitu untuk mengenalkan Prodi Informasi dan Hubungan Masyarakat kepada klien karya bidang yaitu Oemah Manggleng Sinar Matahari. Adapun pembahasan dari proyek Tugas Akhir ini terdapat V BAB, dan penyusunannya adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN, pada BAB ini membahas tentang profil UMKM Oemah Manggleng Sinar Matahari dan menjelaskan latar belakang permasalahan dan kendala yang dihadapi oleh klien. Pelaksana proyek memberikan beberapa inovasi berupa *Rebranding* logo dan desain kemasan, serta pembuatan video promosi yang diunggah pada *Instagram @oemah.manggleng* guna meningkatkan *brand awareness*.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA, pada BAB ini membahas tentang kajian Pustaka karya terdahulu yang relevan dengan judul tugas akhir ini.

BAB III PENGKARYAAN PRODUK, pada BAB ini membahas tentang metode-metode yang dirancang untuk memproduksi tugas akhir ini yaitu redesain logo dan desain kemasan serta pembuatan *Standar Sequence Guide (SSG)* video promosi.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN, pada BAB ini membahas tentang implementasi karya yang berupa perubahan, penambahan dan pembahasan terkait desain logo dan kemasan serta pembuatan video promosi.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN, pada BAB ini membahas mengenai kesimpulan dan saran dalam memproduksi Tugas Akhir ini.

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Keberhasilan bukanlah milik orang pintar, melainkan milik mereka yang senantiasa berusaha”-B.J.Habibie

PERSEMBAHAN

Tugas Akhir ini kupersembahkan bagi:

1. Allah Subhanahu wa ta'ala yang telah memberikan berkat serta karunia-Nya sehingga pelaksana projek dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik dan dapat menyelesaikan Pendidikan di Universitas Diponegoro.
2. Orang tua yang saya yang amat saya cintai, Ibu Mulyati M.Ad dan Bapak Andy Sarwono, S.Pd. Berkat do'a dan dukungannya saya bisa berada di titik ini.
3. Segenap civitas akademika Universitas Diponegoro yang kuhormati, khususnya kepada dosen Prodi Sarjana Terapan Informasi dan Hubungan Masyarakat yang telah membimbing dan memberikan ilmu yang sangat berharga.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan Syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan nikmat serta anugerah-Nya sehingga pelaksana proyek dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Upaya Meningkatkan *Brand Awareness* Pada UMKM Manggleng Di Desa Wisata Pekunden, Kabupaten Banyumas Melalui Redesain Logo, Kemasan Dan Video Promosi” yang merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan. Diharapkan dengan adanya Tugas Akhir ini dapat bermanfaat dan menambah pengetahuan.

Dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini, pelaksana proyek mendapatkan banyak bimbingan, doa serta dukungan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, pelaksana proyek ingin menyampaikan ucapan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Allah Subhanahu wa ta’ala atas berkat dan karunia-Nya pelaksana proyek mendapatkan kemudahan sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik.
2. Kedua orang tua saya tercinta Bapak Andy Sarwono, S.Pd., dan Ibu Mulyati, M.Ad., yang telah mendoakan, memberikan dukungan serta memotivasi tiada henti sehingga saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik
3. Prof. Dr. Ir. Budiono, M.Si., selaku Dekan Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro yang telah memberikan izin dalam menjalankan proyek selama perkuliahan
4. Dra. Sri Indrahti, M.Hum., selaku Ketua Program Studi S.Tr. Informasi dan Hubungan Masyarakat, Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro yang telah memberikan arahan dan kebijakan untuk Menyusun Tugas Akhir ini.
5. Agus Naryoso, S.Sos., M.Si., selaku sekretaris Program Studi Informasi dan Hubungan Masyarakat, Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro.

6. Dr.Dra. liliek Budiastuti Wiratmo, M.Si., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan serta motivasi sehingga saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
7. Muhammad Bayu Widagdo S.Sos, M.I.Kom., selaku Dosen Penguji yang telah memberikan bimbingan dan arahan sehingga saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
8. Almarhum Ghozian Aulia Pradana S.I.Kom., M.A selaku Dosen Penguji yang telah memberikan bimbingan dan arahan sehingga saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini
9. Nur Laili Mardhiyani S.I.Kom., M.I.Kom., selaku Dosen Penguji yang telah memberikan bimbingan dan arahan sehingga saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
10. *Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) Wisanggeni Desa Pekunden* yang telah memberikan izin untuk melaksanakan projek di Desa Pekunden
11. Ibu Tamini Natamihardjo dan Ibu Tri Yuniati selaku Pemilik UMKM Oemah Manggleng Sinar Matahari yang telah memberikan izin serta dukungannya untuk melaksanakan projek di Oemeh Manggleng Sinar Matahari.
12. Sahabat-sahabat saya tercinta Tosan Ayu Permata Dewi, Louis Bertand Bintang Timur, Ulya Susanti, Tri Vanni Ayu Lestari, Dhani Widya Kusuma, Millati Hanifa, Englisha Brilian Prabandari, Ricky Yakub, Shelena Zaheera, Vanessa Safra Hanna Purba, Briguitha inggrid Billiananty, Raditya Vicky Gavina Putri, Siti Fatimatuzahro, Feti Rakhmasari. Rahma Almira, Elfira Asri Jayanti, Aisy Vertikaningtyas, dan lain-lain yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu. Atas dukungan dan mootivasi yang telah diberikan sehingga saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
13. Anabul saya tercinta Lolly, Cillo, Cibu, Ciku, Cipu yang telah selalu menghibur dan menemani saya selama pelaksanaan Tugas Akhir ini.
14. Terakhir, kepada pihak yang telah berkontribusi membantu dalam penyusunan Tugas Akhir ini, talent yang terlibat, rekan-rekan Informasi dan Hubungan Masyarakat 2019.

ABSTRAK

Brand Awareness adalah kesadaran merek dimana konsumen mampu untuk mengenali suatu merek dengan logo, warna, desain, jargon pada suatu merek. Seperti UMKM Oemah Manggleng Sinar Matahari yang memproduksi dan menjual manggleng sejak tahun 2001 yang berada di Desa Wisata Pekunden, Kabupaten Banyumas. Selama ini UMKM Oemah Manggleng Matahari masih menggunakan desain yang sederhana dan terkesan universal sehingga yang membedakan produknya dengan produk pesaing. Selain itu, Oemah manggleng memiliki *Instagram @oemah.manggleng* yang kurang aktif. Untuk meningkatkan *Brand Awareness* pada Oemah Manggleng Sinar Matahari perlu adanya *rebranding* dengan pembuatan *Media Public Relations* yaitu dengan *rebranding* logo dan kemasan serta pembuatan video promosi guna meningkatkan *Brand Awareness*.

Kata Kunci : Brand Awareness, *Rebranding*, Logo dan Kemasan Video Promosi, Instagram, Oemah Manggleng Sinar Matahari

ABSTRACT

Brand Awareness is brand awareness where consumers are able to recognize a brand by the logo, color, design, jargon of a brand. Like the UMKM Oemah Manggleng Sinar Matahari which has been producing and selling manggleng since 2001 in the Pekunden Tourism Village, Banyumas Regency. So far, Oemah Manggleng Matahari UMKM still uses a simple design that has a universal impression, which differentiates its products from competitors' products. Apart from that, Oemah Manggleng has an Instagram @oemah.manggleng which is less active. To increase Brand Awareness at Oemah Manggleng Sinar Matahari, rebranding is needed by creating Media Public Relations, namely by rebranding the logo and packaging as well as making promotional videos to increase Brand Awareness.

Keywords: Brand Awareness, Rebranding, Logo and Promotional Video Packaging, Instagram, Oemah Manggleng Sinar Matahari

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	
LAPORAN TUGAS AKHIR	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
KATA PENGANTAR	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	viii
UCAPAN TERIMA KASIH	ix
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR DIAGRAM	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Batasan Masalah.....	10
1.3 Rumusan Masalah	10
1.4 Tujuan.....	10
1.4.1 Tujuan Umum	10
1.4.2 Tujuan Khusus.....	11
1.5 Manfaat	11
1.5.1 Bagi UMKM Oemah Manggleng Sinar Matahari.....	11
1.5.2 Bagi Program Studi Sarjana Terapan Informasi dan Hubungan Masyarakat.....	11
1.6 Luaran	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13

2.1 Kajian Karya Terdahulu	13
2.2 Landasan Teori	14
2.2.1 <i>Public Relations</i>	14
2.2.2 <i>Brand Awareness</i>	14
2.2.3 Desain Logo	15
2.2.4 Logo	18
2.2.5 Kemasan	19
2.2.6 Leaflet	20
2.2.7 Video Promosi	20
2.2.8 Instagram	21
BAB III METODE PENGARYAAN	22
3.1 Profil Klien	22
3.2 Tempat dan Waktu Pengkaryaan	22
3.3 Target Tugas Akhir	22
3.4 Metode Pengaryaan	23
3.4.1 Pra Produksi	23
3.4.2 Pelaksanaan Produksi	23
3.4.3 Paska Produksi	24
3.5 Jenis Karya Bidang	25
3.6 Tahap Produksi	25
3.7 Budgeting	63
3.8 Timeline Produksi	64
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	65
4.1 Analisis Implementasi Karya	65
4.2 Proses Pembuatan Karya Bidang	65
4.2.1 Pra Produksi	65
4.2.3 Pasca Produksi	103
4.2.4 Pembahasan Hasil Produksi	105
4.2.5 Review	108

4.2.6 Dokumentasi	111
BAB V PENUTUP	114
5.1 Kesimpulan	114
5.2 Saran.....	114

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo dan Kemasan Oemah Manggleng Sinar Matahari	4
Gambar 1. 2 Kemasan dari produk pesaing	5
Gambar 1.3 Instagram Oemah Manggleng Sinar Matahari	5
Gambar 3.1 Logo Oemah Manggleng Sinar Matahari.....	25
Gambar 3.2 Pengeditain Desain di Adobe Illustrator.....	28
Gambar 3.3 Kemasan Standing Pouch Ziplock Rasa Orginal	28
Gambar 3. 4 Kemasan Standing Pouch Ziplock Rasa Pedas Manis	29
Gambar 3. 5 Kemasan Stoples Rasa Original	31
Gambar 3.6 Kemasan Stoples Rasa Pedas Manis	31
Gambar 3.7 Pengeditan Desain di Adobe Illustrator.....	31
Gambar 3.8 Desain Kemasan Goodie Bag.....	33
Gambar 3.9 Bagian Depan Leaflet.....	34
Gambar 3.10 Bagian Belakang Leaflet	34
Gambar 4.1 Logo Oemah Manggleng Sinar Matahari.....	66
Gambar 4.2 Bagian Depan Kemasan Varian Original.....	69
Gambar 4.3 Bagian Belakang Kemasan Varian Original.....	70
Gambar 4.4 Bagian Depan Kemasan Varian Pedas Manis	71
Gambar 4.5 Bagian Belakang Kemasan Varian Pedas Manis.....	72
Gambar 4.6 Desain Kemasan Stoples	73
Gambar 4.7 Desain Kemasan Goodie Bag.....	75
Gambar 4.8 Bagian Depan Leaflet.....	75
Gambar 4.9 Bagian Belakang Leaflet	76
Gambar 4.10 Foto Produk Varian Original	77
Gambar 4.11 Foto Produk Varian Pedas Manis	77
Gambar 4.12 Kemasan Standing Pouch Ziplock Original	78
Gambar 4.13 Kemasan Standing Pouch Ziplock Pedas Manis	79
Gambar 4.14 Kemasan Stoples	80
Gambar 4.15 Goodie Bag.....	81
Gambar 4.16 Editing video Reels 1 App CapCut	84
Gambar 4.17 Postingan Reels 1 @oemah.manggleng.....	84

Gambar 4.18 Editing video Reels 2 App CapCut	86
Gambar 4.19 Postingan Reels 2 @oemah.manggleng	86
Gambar 4.20 Editing video Reels 3 App CapCut	88
Gambar 4.21 Postingan Reels 3 @oemah.manggleng	88
Gambar 4.22 Editing video Reels 4 App CapCut	90
Gambar 4.23 Postingan Reels 4 @oemah.manggleng	90
Gambar 4.24 Editing video Reels 5 App CapCut	92
Gambar 4.25 Postingan Reels 5 @oemah.manggleng	92
Gambar 4.26 Editing video Reels 6 App CapCut	94
Gambar 4.27 Postingan Reels 6 @oemah.manggleng	94
Gambar 4.28 Editing video Reels 7 App CapCut	96
Gambar 4.29 Postingan Reels 7 @oemah.manggleng	96
Gambar 4.30 Editing video Reels 8 App CapCut	98
Gambar 4.31 Postingan Reels 8 @oemah.manggleng	99
Gambar 4.32 Editing video Reels 9 App CapCut	100
Gambar 4.33 Postingan Reels 9 @oemah.manggleng	101
Gambar 4.34 Editing video Reels 9 App CapCut	102
Gambar 4.35 Postingan Reels 10 @oemah.manggleng	103
Gambar 4.36 Insight Instagram Oemah Manggleng	105
Gambar 4.37 Profil Akun Instagram Oemah Manggleng	106
Gambar 4.38 Arsip Cerita Instagram Oemah Manggleng.....	106
Gambar 4.39 Review Owner Oemah Manggleng Sinar Matahari	109
Gambar 4.40 Review dari Cucu Pemilik Oemah Manggleng.....	109
Gambar 4.41 Review dari Konsumen Oemah Manggleng	110
Gambar 4.42 Dokumentasi selama Pelaksanaan Project	113

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Tahun 2023.....	4
Tabel 1.2 Data Penjualan Tahun 2024.....	4
Tabel 3.1 Standar Sequence Guide Reels 1 “Berkunjung ke Oemah Manggleng Sinar Matahari”	35
Tabel 3.2 Standar Sequence Guide Reels 2 “Review produk oemah Manggleng”	38
Tabel 3.3 Standar Sequence Guide Reels 3 “Tipe-tipe Orang Makan Manggleng	40
Tabel 3.4 Standar Sequence Guide Reels 4 “Tanya Owner”	42
Tabel 3.5 Standar Sequence Guide Reels 5 “Proses Pembuatan Manggleng	45
Tabel 3.6 Standar Sequence Guide Reels 6 “Tanya Sobat Nyemil”	48
Tabel 3.7 Standar Sequence Guide Reels 7 “Apaantuh”.....	51
Tabel 3.8 Standar Sequence Guide Reels 8 “Cara Mengetahui Singkong Yang Berkualitas”.....	55
Tabel 3.9 Standar Sequence Guide Reels 9 “Cemilan yang kamu suka”.....	57
Tabel 3.10 Standar Sequence Guide Reels 10 “Video Cinematic Produk Oemah Manggleng”.....	61
Tabel 3.11 Budgeting	63
Tabel 3.12 Timeline Produksi	64
Tabel 4.1 Perubahan Video Reels 1.....	83
Tabel 4.2 Perubahan Video Reels 2.....	85
Tabel 4.3 Perubahan Video Reels 3.....	87
Tabel 4. 4 Perubahan Video Reels 4.....	89
Tabel 4.5 Perubahan Video Reels 5.....	92
Tabel 4.6 Perubahan Video Reels 6.....	93
Tabel 4.7 Perubahan Video Reels 7.....	95
Tabel 4.8 Perubahan Video Reels 8.....	97
Tabel 4.9 Perubahan Video Reels 9.....	99
Tabel 4.10 Perubahan Video Reels 10.....	101
Tabel 4.11 Anggaran Awal	104
Tabel 4.12 Anggaran Akhir yang dikeluarkan oleh Oemah Manggleng Sinar Matahari	104

Tabel 4.13 Anggaran Akhir yang dikeluarkan oleh Pelaksana Proyek	105
Tabel 4.14 Ringkasan Video Reels yang Diunggah di Instagram	107
Tabel 4.15 Data Penjualan setelah adanya Logo dan Kemasan Serta Video Promosi	107

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 1.1 Hasil Kuesioner Tertutup yang Diambil.....	6
Diagram 1.2 Hasil Kuesioner Tertutup yang Diambil.....	7
Diagram 1.3 Hasil Kuesioner Tertutup yang Diambil.....	7
Diagram 1.4 Hasil Kuesioner Tertutup yang Diambil.....	8
Diagram 1.5 Hasil Kuesioner Tertutup yang Diambil	8