

**PERANCANGAN DIGITAL CAMPAIGN #SUARANYATAVI  
UNTUK MENINGKATKAN PEMAHAMAN PUBLIK  
TERHADAP KINERJA DPR RI KOMISI VI DI TENGAH  
KRISIS**



**SKRIPSI BERBASIS KARYA**

**Sheren Oktiva Adam**

**00000069109**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG  
2025**

**PERANCANGAN DIGITAL CAMPAIGN #SUARANYATAVI  
UNTUK MENINGKATKAN PEMAHAMAN PUBLIK  
TERHADAP KINERJA DPR RI KOMISI VI DI TENGAH  
KRISIS**



**SKRIPSI BERBASIS KARYA**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

**Sheren Oktiva Adam**

**00000069109**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG  
2025**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Sheren Oktiva Adam  
Nomor Induk Mahasiswa : 0000006909  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Jenjang : S1

Menyatakan bahwa skripsi berbasis karya dengan judul:

**PERANCANGAN DIGITAL CAMPAIGN #SUARANYATAVI  
UNTUK MENINGKATKAN PEMAHAMAN PUBLIK  
TERHADAP KINERJA DPR RI KOMISI VI DI TENGAH  
KRISIS**

merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan hasil plagiat, dan tidak pula dituliskan oleh orang lain; Semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya cantumkan dan nyatakan dengan benar pada bagian Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan karya ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi untuk dinyatakan TIDAK LULUS. Saya juga bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang berkaitan dengan tindak plagiarisme ini sebagai kesalahan saya pribadi dan bukan tanggung jawab Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 19 November 2025



Sheren Oktiva Adam

## **HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Sheren Oktiva Adam  
NIM : 00000069109  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan :

### **PERANCANGAN DIGITAL CAMPAIGN #SUARANYATAVI UNTUK MENINGKATKAN PEMAHAMAN PUBLIK TERHADAP KINERJA DPR RI KOMISI VI DI TENGAH KRISIS**

Dengan ini saya menyatakan secara jujur menggunakan bantuan Kecerdasan Artifisial (AI) dalam pengerjaan Tugas/Laporan/Project/Tugas Akhir\*(pilih salah satu) sebagai berikut (beri tanda centang yang sesuai):

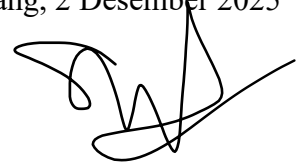
- ☐ Menggunakan AI sebagaimana diizinkan untuk membantu dalam menghasilkan ide-ide utama saja
- ☐ Menggunakan AI sebagaimana diizinkan untuk membantu menghasilkan teks pertama saja
- ☒ Menggunakan AI untuk menyempurnakan sintaksis dan tata bahasa untuk pengumpulan tugas
- ☐ Karena tidak diizinkan: Tidak menggunakan bantuan AI dengan cara apa pun dalam pembuatan tugas

Saya juga menyatakan bahwa:

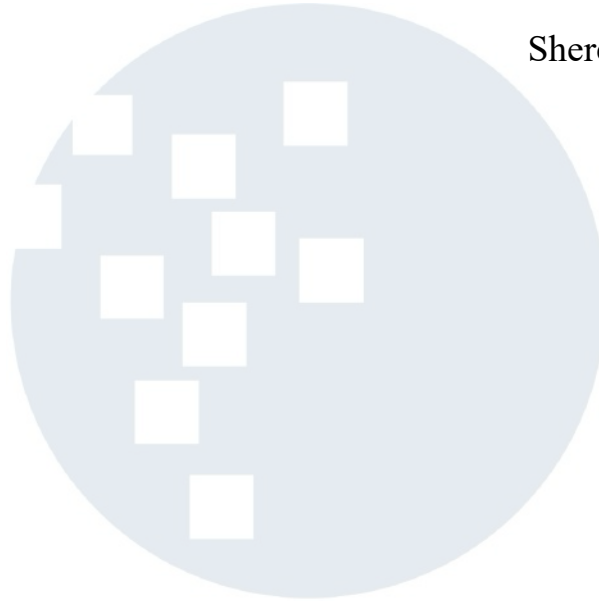
- (1) Menyerahkan secara lengkap dan jujur penggunaan perangkat AI yang diperlukan dalam tugas melalui Formulir Penggunaan Perangkat Kecerdasan Artifisial (AI)
- (2) Mengakui telah menggunakan bantuan AI dalam tugas saya baik dalam bentuk kata, paraphrase, penyertaan ide atau fakta penting yang disarankan oleh AI dan saya telah menyantumkan dalam sitasi serta referensi

(3) Terlepas dari pernyataan di atas, tugas ini sepenuhnya merupakan karya saya sendiri

Tangerang, 2 Desember 2025



Sheren Oktiva Adam



UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi Berbasis Karya dengan judul

# PERANCANGAN DIGITAL CAMPAIGN #SUARANYATAVI UNTUK MENINGKATKAN PEMAHAMAN PUBLIK TERHADAP KINERJA DPR RI KOMISI VI DI TENGAH KRISIS

Oleh

Nama : Sheren Oktiva Adam

NIM : 00000069109

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Selasa, 02 Desember 2025

Pukul 11.00 s.d 12.30 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Hanif Suranto, S.Sos., M.Si.  
NIDN 0306027102

Penguji



Theresia L.V. Lolita, S.I.Kom., M.I.Kom.  
NIDN 0327019001

Pembimbing

Date:

2025.12.11

16:10:48 +07'00'

Silvanus Alvin, S.I.Kom., M.A.

NIDN 0309109001

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Digitally signed by Cendera  
Rizky Anugrah Bangun  
Date: 2025.12.11 16:36:12  
+07'00'

Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si.  
NIDN 0304078404

## HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sheren Oktiva Adam

NIM : 00000069109

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jenjang : S1

Judul Karya Ilmiah : **PERANCANGAN DIGITAL  
CAMPAIGN #SUARANYATAVI UNTUK  
MENINGKATKAN PEMAHAMAN PUBLIK TERHADAP  
KINERJA DPR RI KOMISI VI DI TENGAH KRISIS**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia\* (pilih salah satu):

- ☒ Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.

Tangerang, 19 November 2025



Sheren Oktiva Adam

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas terselesaikannya Skripsi Berbasis Karya ini dengan judul “PERANCANGAN DIGITAL CAMPAIGN #SUARANYATAVI UNTUK MENINGKATKAN PEMAHAMAN PUBLIK TERHADAP KINERJA DPR RI KOMISI VI DI TENGAH KRISIS”. Penyusunan tugas akhir ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Proses penyusunan skripsi karya ini melibatkan rangkaian penelitian serta implementasi kampanye digital yang dikembangkan selama kegiatan magang, khususnya dalam konteks komunikasi politik dan pengelolaan konten informatif di lingkungan Komisi VI DPR RI. Seluruh proses perancangan, analisis, dan pelaksanaan kampanye ini dapat terselesaikan berkat dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Silvanus Alvin, S.I.Kom., M.A., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan dukungan sepanjang proses pengerjaan tugas akhir ini.
5. Nona Evita, B.A., M.A., selaku Pembimbing kedua yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
6. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Seluruh Anggota DPR RI Komisi VI Periode 2024-2029, yang telah membantu terlaksananya kampanye #SuaraNyataVI.
8. Seluruh teman yang membantu dari awal perancangan sampai terselenggaranya kampanye #SuaraNyataVI.

9. Seseorang yang telah menemani sedari Orientasi Mahasiswa Baru UMN 2022 dan Perkenalan Fakultas Ilmu Komunikasi 2022.

Penulis menyadari bahwa karya ini masih memiliki keterbatasan. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka terhadap kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan penelitian di masa mendatang. Semoga karya ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan studi komunikasi politik, khususnya dalam pemanfaatan kampanye digital sebagai sarana penyampaian informasi dan peningkatan pemahaman publik terhadap kinerja lembaga pemerintahan.

Jakarta, 19 November 2025



Sheren Oktiva Adam



***PERANCANGAN DIGITAL CAMPAIGN #SUARANYATAVI  
UNTUK MENINGKATKAN PEMAHAMAN PUBLIK TERHADAP  
KINERJA DPR RI KOMISI VI DI TENGAH KRISIS***

Sheren Oktiva Adam

**ABSTRAK**

Krisis komunikasi yang muncul melalui tagar #BubarkanDPR mencerminkan rendahnya kepercayaan publik terhadap DPR RI, khususnya Komisi VI yang memiliki peran strategis dalam pengawasan perdagangan, industri, persaingan usaha, dan Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Penelitian ini bertujuan merancang kampanye digital untuk memperkuat komunikasi publik dan meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap kinerja Komisi VI. Penelitian menggunakan kerangka SOSTAC dengan variabel utama berupa *engagement* audiens, pertumbuhan *followers*, impresi, dan respons publik di media sosial. Hasil penelitian menunjukkan peningkatan signifikan pada jumlah *followers*, impresi, serta respons positif dari audiens, terutama generasi Z. Kesimpulannya, kampanye digital yang terstruktur dapat memperkuat citra Komisi VI dan mengurangi kesenjangan komunikasi dengan publik.

**Kata kunci:** kampanye digital, komunikasi publik, SOSTAC, DPR RI Komisi VI, media sosial.

***DESIGNING A DIGITAL CAMPAIGN #SUARANYATAVI TO  
INCREASE PUBLIC AWARENESS OF DPR RI COMMISSION  
VI'S PERFORMANCE AMID CRISIS***

*Sheren Oktiva Adam*

***ABSTRACT***

*The communication crisis highlighted by the hashtag #BubarkanDPR reflects low public trust in the Indonesian House of Representatives (DPR RI), particularly Commission VI, which plays a strategic role in overseeing trade, industry, business competition, and state-owned enterprises (SOEs). This study aims to design a digital campaign to strengthen public communication and improve public understanding of Commission VI's performance. The research applies the SOSTAC framework, with key variables including audience engagement, follower growth, impressions, and public responses on social media. The results show significant increases in followers, impressions, and positive audience responses, particularly among Generation Z. In conclusion, a structured digital campaign can enhance the public image of Commission VI and reduce communication gaps with the public.*

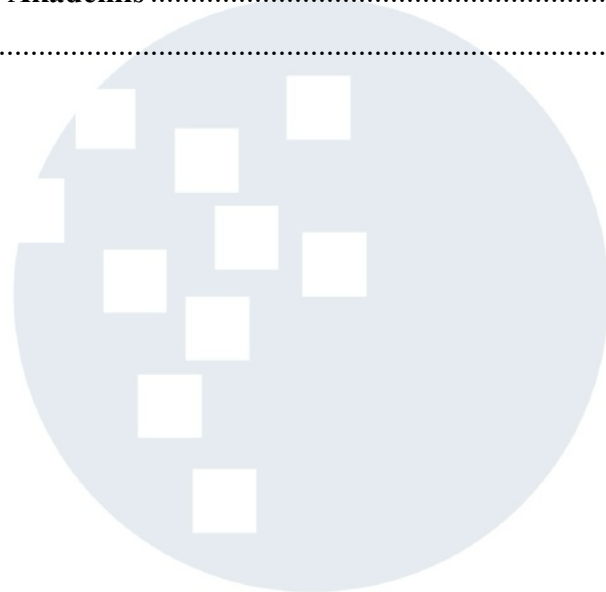
***Keywords:*** *digital campaign, public communication, SOSTAC, DPR RI Commission VI, social media.*



## DAFTAR ISI

|                                                         |             |
|---------------------------------------------------------|-------------|
| <b>HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....</b>           | <b>ii</b>   |
| <b>HALAMAN PERSETUJUAN.....</b>                         | <b>iii</b>  |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>                         | <b>iv</b>   |
| <b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH .....</b> | <b>v</b>    |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                              | <b>vi</b>   |
| <b>ABSTRAK .....</b>                                    | <b>viii</b> |
| <b><i>ABSTRACT</i> .....</b>                            | <b>ix</b>   |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                                  | <b>xi</b>   |
| <b>DAFTAR TABEL.....</b>                                | <b>xiii</b> |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                               | <b>xiv</b>  |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>                            | <b>xvi</b>  |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>                           | <b>1</b>    |
| <b>1.1 Latar Belakang Penelitian .....</b>              | <b>1</b>    |
| <b>1.2 Tujuan Karya .....</b>                           | <b>6</b>    |
| <b>1.3 Kegunaan Karya .....</b>                         | <b>7</b>    |
| <b>1.3.1 Kegunaan Akademis .....</b>                    | <b>7</b>    |
| <b>1.3.2 Kegunaan Praktis .....</b>                     | <b>7</b>    |
| <b>1.3.3 Kegunaan Sosial .....</b>                      | <b>7</b>    |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>                     | <b>8</b>    |
| <b>2.1 Referensi Karya.....</b>                         | <b>8</b>    |
| <b>2.2 Landasan Konsep .....</b>                        | <b>25</b>   |
| <b>BAB III METODOLOGI PERANCANGAN KARYA .....</b>       | <b>40</b>   |
| <b>3.1 Tahapan Pembuatan .....</b>                      | <b>40</b>   |
| <b>3.1.1 Sebelum Produksi (Pra-Produksi) .....</b>      | <b>40</b>   |
| <b>3.1.2 Produksi .....</b>                             | <b>42</b>   |
| <b>3.2. Rencana Anggaran .....</b>                      | <b>63</b>   |
| <b>3.3 Target Luaran/Publikasi/HKI .....</b>            | <b>63</b>   |
| <b>BAB IV STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN.....</b>    | <b>65</b>   |
| <b>4.1 Strategi Perancangan .....</b>                   | <b>65</b>   |

|                                    |                         |            |
|------------------------------------|-------------------------|------------|
| 4.2                                | Implementasi Karya..... | 79         |
| 4.3                                | Evaluasi .....          | 125        |
| <b>BAB V KESIMPULAN SARAN.....</b> |                         | <b>145</b> |
| 5.1                                | Kesimpulan .....        | 145        |
| 5.2                                | Saran.....              | 145        |
| 5.2.1                              | Saran Akademis .....    | 145        |
| <b>LAMPIRAN.....</b>               |                         | <b>153</b> |



**UMN**  
 UNIVERSITAS  
 MULTIMEDIA  
 NUSANTARA

## DAFTAR TABEL

|            |                                                                          |     |
|------------|--------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabel 2.1  | Tabel Referensi Karya.....                                               | 8   |
| Tabel 3.1  | Tabel Jenis Konten.....                                                  | 52  |
| Tabel 3.2  | Tabel Content Brief Feeds .....                                          | 53  |
| Tabel 3.4  | Tabel Content Brief Reels .....                                          | 53  |
| Tabel 3.5  | Tabel Content Brief Story .....                                          | 53  |
| Tabel 4.1  | Tabel Target Audiens #SuaraNyataVI.....                                  | 69  |
| Tabel 4.2  | Tabel Analisis SMART #SuaraNyataVI.....                                  | 71  |
| Tabel 4.3  | Tabel Analisis SWOT #SuaraNyataVI .....                                  | 73  |
| Tabel 4.4  | Tabel <i>Timeline Content Feeds</i> dan <i>Reels</i> #SuaraNyataVI ..... | 80  |
| Tabel 4.5. | Tabel Kesimpulan <i>Insight</i> Campaign #SuaraNyataVI (Terbaru).....    | 126 |



## DAFTAR GAMBAR

|                                                                                                                  |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1.1 Awal Mula DPR Joget Viral .....                                                                       | 2  |
| Gambar 1.2 Pernyataan Anggota Komisi VI Terhadap PT KAI.....                                                     | 3  |
| Gambar 1.3 Data Tahun 2025 Penggunaan Internet .....                                                             | 4  |
| Gambar 1.4 Data Konten Internet 2025 .....                                                                       | 5  |
| Gambar 1.5 Data Bentuk Konten Diakses 2025 .....                                                                 | 6  |
| Gambar 2.1 Digital Campaign Kantor Komunikasi Kepresidenan Republik<br>Indonesia, 2025 .....                     | 9  |
| Gambar 2.2 Digital Campaign Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan<br>Perlindungan Anak (Kemen PPPA), 2025 ..... | 10 |
| Gambar 2.3 Digital Campaign Pemerintah Provinsi DKI Jakarta, 2025 .....                                          | 11 |
| Gambar 2.4 Digital Campaign Partai Politik Singapura, 2025 .....                                                 | 13 |
| Gambar 2.5 Digital Campaign Partai Politik Spanyol, 2025 .....                                                   | 14 |
| Gambar 2.2.6.1 Bagan Tradisional Komunikasi Politik .....                                                        | 21 |
| Gambar 2.2.6.2 Bagan Tingkatan Komunikasi Politik .....                                                          | 21 |
| Gambar 3.1.2.1.1 Instagram @komisividpri .....                                                                   | 40 |
| Gambar 3.1.2.1.3.1 Dokumentasi FGD #BubarkanDPR .....                                                            | 43 |
| Gambar 4.2.1 Visualisasi Logo Melalui AI .....                                                                   | 75 |
| Gambar 4.2.2 Draft Sketch Logo 01 .....                                                                          | 76 |
| Gambar 4.2.3 Draft Sketch Logo 02 .....                                                                          | 76 |
| Gambar 4.2.4 Draft Sketch Logo 03 .....                                                                          | 77 |
| Gambar 4.2.5 Draft Sketch Logo 04 .....                                                                          | 77 |
| Gambar 4.2.6 Draft Sketch Logo 05 .....                                                                          | 78 |
| Gambar 4.2.7 Draft Sketch Logo 06 .....                                                                          | 78 |
| Gambar 4.2.8 Draft Sketch Logo 07 .....                                                                          | 79 |
| Gambar 4.2.9 Draft Sketch Logo 08 .....                                                                          | 79 |
| Gambar 4.2.10 Draft Sketch Logo 09 .....                                                                         | 80 |
| Gambar 4.2.11 Draft Sketch Logo 10 .....                                                                         | 80 |
| Gambar 4.2.12 Finalisasi Logo .....                                                                              | 81 |
| Gambar 4.2.2.1 Data Perolehan Suara dan Kursi DPR.....                                                           | 82 |
| Gambar 4.2.2.2 Color Pallette .....                                                                              | 83 |
| Gambar 4.2.3.1 Konten Feeds Pertama.....                                                                         | 84 |
| Gambar 4.2.3.2 Konten Feeds ke Dua .....                                                                         | 85 |
| Gambar 4.2.3.3 Konten Feeds ke Tiga.....                                                                         | 86 |
| Gambar 4.2.3.4 Konten Feeds ke Empat.....                                                                        | 86 |
| Gambar 4.2.3.5 Konten Feeds ke Lima.....                                                                         | 87 |
| Gambar 4.2.3.6 Konten Feeds ke Enam.....                                                                         | 88 |
| Gambar 4.2.3.7 Konten Feeds ke Tujuh.....                                                                        | 89 |
| Gambar 4.2.3.8 Konten Feeds ke Delapan.....                                                                      | 89 |
| Gambar 4.2.3.9 Konten Feeds ke Sembilan.....                                                                     | 90 |
| Gambar 4.2.3.10 Konten Feeds ke Sepuluh.....                                                                     | 91 |
| Gambar 4.2.3.11 Konten Feeds ke Sebelas.....                                                                     | 92 |

|                                                                |     |
|----------------------------------------------------------------|-----|
| Gambar 4.2.3.12 Konten Feeds ke Dua Belas.....                 | 93  |
| Gambar 4.2.3.13 Konten Feeds ke Tiga Belas.....                | 93  |
| Gambar 4.2.3.14 Konten Feeds ke Empat Belas.....               | 94  |
| Gambar 4.2.3.15 Konten Feeds ke Lima Belas.....                | 95  |
| Gambar 4.2.3.16 Konten Feeds ke Enam Belas.....                | 96  |
| Gambar 4.2.3.17 Konten Feeds ke Tujuh Belas.....               | 97  |
| Gambar 4.2.3.18 Konten Feeds ke Delapan Belas.....             | 97  |
| Gambar 4.2.4.1 Konten Reels Pertama.....                       | 99  |
| Gambar 4.2.4.2 Konten Reels Kedua.....                         | 100 |
| Gambar 4.2.4.3 Konten Reels ke Tiga.....                       | 101 |
| Gambar 4.2.4.4 Konten Reels ke Empat.....                      | 102 |
| Gambar 4.2.4.5 Konten Reels ke Lima.....                       | 103 |
| Gambar 4.2.4.6 Konten Reels ke Enam.....                       | 104 |
| Gambar 4.2.4.7 Konten Reels ke Tujuh.....                      | 105 |
| Gambar 4.2.4.8 Konten Reels ke Delapan.....                    | 106 |
| Gambar 4.2.4.9 Konten Reels ke Sembilan.....                   | 107 |
| Gambar 4.2.5.1 Konten Story Pertama.....                       | 108 |
| Gambar 4.2.5.2 Konten Story Dua.....                           | 109 |
| Gambar 4.2.5.3 Konten Story Tiga.....                          | 110 |
| Gambar 4.2.5.4 Konten Story Empat.....                         | 111 |
| Gambar 4.2.5.5 Konten Story Lima.....                          | 112 |
| Gambar 4.2.5.6 Konten Story Enam.....                          | 113 |
| Gambar 4.2.5.7 Konten Story Tujuh.....                         | 114 |
| Gambar 4.2.5.8 Konten Story Delapan.....                       | 115 |
| Gambar 4.2.5.9 Konten Story Sembilan.....                      | 116 |
| Gambar 4.2.5.10 Konten Story Sembilan.....                     | 117 |
| Gambar 4.3.1 Akun @suaranyatavi dalam Minggu Pertama.....      | 128 |
| Gambar 4.3.2 Akun @suaranyatavi Setelah Kampanye Selesai.....  | 129 |
| Gambar 4.3.3 Akun @suaranyatavi Setelah Kampanye Selesai.....  | 130 |
| Gambar 4.3.4 Pengumpulan Data Evaluasi #SuaraNyataVI.....      | 130 |
| Gambar 4.3.5 Data Responden Evaluasi #SuaraNyataVI.....        | 131 |
| Gambar 4.3.6 Identitas Akun @suaranyatavi dari Responden.....  | 132 |
| Gambar 4.3.7 Evaluasi Konten @suaranyatavi dari Responden..... | 133 |
| Gambar 4.3.8 Aspirasi dan Interaksi Konten @suaranyatavi.....  | 134 |
| Gambar 4.3.9 Kepuasan dan Masukan untuk @suaranyatavi.....     | 135 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|                                             |     |
|---------------------------------------------|-----|
| Lampiran A. Form Konsultasi.....            | 153 |
| Lampiran B. Form Konsultasi.....            | 156 |
| Lampiran C. Form Konsultasi.....            | 158 |
| Lampiran D. Izin Penggunaan Logo/Merek..... | 160 |
| Lampiran E. Bimbingan Praktisi.....         | 161 |
| Lampiran F. Bimbingan Dosen Ahli.....       | 162 |
| Lampiran G. FGD #BubarkanDPR.....           | 163 |
| Lampiran H. PRO-STEP 1 .....                | 165 |
| Lampiran I. PRO-STEP 2.....                 | 166 |
| Lampiran J. GPT Zero.....                   | 167 |
| Lampiran K. Turn It In.....                 | 169 |
| Lampiran L. CV .....                        | 170 |

