

LAMPIRAN

Lampiran A-1 Jadwal Penelitian

Jadwal Penelitian

No.	Nama Kegiatan	April 2026				Mei 2026				Juni 2026				Juli 2026			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Penyusunan Proposal																
2	Studi Literatur																
3	Pengumpulan Data																
4	Analisis Data																
5	Pengujian Hipotesis																
6	Penyusunan Laporan																

Lampiran B-1 Lembar Bimbingan

7/27/26, 6:31 PM

Histori_Bimbingan_Skripsi_22166022_20260727.pdf



S1-Sistem Informasi

HISTORI BIMBINGAN SKRIPSI

NIM : 22166022 **Tahun Akademik** : 2025/2026 Genap
Nama : ILHAN RAMADHANU **Kelas** : 8A
Judul Skripsi : Pengaruh Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Branding : terhadap Brand Awareness dan Engagement Audiens pada Footballindo Academy Tegal
Pembimbing 1 : Sarif Surejo, S.E., M.Kom **NIDN** : 0615058502
Pembimbing 2 : R. Bangkit Indarmawan N. S.Kom, M.Kom **NIDN** : 0026077701
Tanggal Cetak : 27 July 2026 18:31:04

Total Topik Bimbingan: 9 **Total Sesi Bimbingan: 29** **Jumlah ACC: 11** **Jumlah Revisi: 6**

No	Tanggal	Topik	Pengirim	Status	Keterangan
1	04/02/2026 08:42	Pengajuan Judul Skripsi	ILHAN RAMADHANU	PENDING	Pengaruh Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Branding : terhadap Brand Awareness dan Engagement Audiens pada Footballindo Academy Tegal
2	17/04/2026 19:51	Pengaruh Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Branding : terhadap Brand Awareness dan Engagement Audiens pada Footballindo Academy Tegal	ILHAN RAMADHANU	-	Topik bimbingan baru
3	18/04/2026 09:14	Pengaruh Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Branding : terhadap Brand Awareness dan Engagement Audiens pada Footballindo Academy Tegal	Sarif Surejo, S.E., M.Kom	REVISI	perbaiki, buat link drive nya agar saya bisa langsung memberikan komentar pada penelitian anda
4	19/04/2026 06:28	Pengaruh Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Branding : terhadap Brand Awareness dan Engagement Audiens pada Footballindo Academy Tegal	ILHAN RAMADHANU	-	Bagian Latar belakang sudah saya revisi mengikuti point yang ditambahkan
5	22/04/2026 10:32	Pengaruh Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Branding : terhadap Brand Awareness dan Engagement Audiens pada Footballindo Academy Tegal	Sarif Surejo, S.E., M.Kom	ACC	oke lanjut
6	17/05/2026 06:32	Pengaruh Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Branding : terhadap Brand Awareness dan Engagement Audiens	ILHAN RAMADHANU	-	izin mengirim laporan skripsi bab 1-4, sudah saya revisi sesuai arahan pembimbing 1 🙏 terimakasih

https://siapprodi.siharkatnegeri.com/index.php/Bimbingan_skripsi_mahasiswa/cetak_histori_bimbingan

1/5

No	Tanggal	Topik	Pengirim	Status	Keterangan
		pada Footballindo Academy Tegal			
7	18/05/2026 10:04	Pengaruh Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Branding : terhadap Brand Awareness dan Engagement Audiens pada Footballindo Academy Tegal	Sarif Surejo, S.E., M.Kom	REVISI	TENTUKAN ARAH RISET, PELAJARI METODE YANG DIGUNAKAN KEMUDIAN BACA JURNAL YANG ANDA GUNAKAN SEBAGAI REFERENSI
8	25/05/2026 11:44	Pengaruh Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Branding : terhadap Brand Awareness dan Engagement Audiens pada Footballindo Academy Tegal	ILHAN RAMADHANU	-	Izin pak untuk revisi sudah saya lakukan, ada tambahan teori dan lainya juga, mohon di review 🙏
9	25/05/2026 11:44	Pengaruh Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Branding : terhadap Brand Awareness dan Engagement Audiens pada Footballindo Academy Tegal	ILHAN RAMADHANU	-	Izin pak untuk revisi sudah saya lakukan, ada tambahan teori dan lainya juga, mohon di review 🙏
10	05/06/2026 09:41	Pengaruh Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Branding : terhadap Brand Awareness dan Engagement Audiens pada Footballindo Academy Tegal	Sarif Surejo, S.E., M.Kom	ACC	-
11	10/06/2026 10:41	Pengaruh Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Branding : terhadap Brand Awareness dan Engagement Audiens pada Footballindo Academy Tegal	Sarif Surejo, S.E., M.Kom	ACC	lanjutan
12	30/06/2026 23:16	Pengaruh Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Branding : terhadap Brand Awareness dan Engagement Audiens pada Footballindo Academy Tegal	ILHAN RAMADHANU	-	Berikut uji validitas dan reliabilitas dengan sampel 30 Responden
13	01/07/2026 08:32	Pengaruh Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Branding : terhadap Brand Awareness dan Engagement Audiens pada Footballindo Academy Tegal	R. Bangkit Indarmawan N. S.Kom., M.Kom	REVISI	- nilai signifikansi 0.001 dari mana? - uji reliabilitas belum berhasil
14	10/07/2026 09:27	Pengaruh Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Branding :	ILHAN RAMADHANU	-	Topik bimbingan baru

No	Tanggal	Topik	Pengirim	Status	Keterangan
		terhadap Brand Awareness dan Engagement Audiens pada Footballindo Academy Tegal			
15	15/07/2026 09:15	Pengaruh Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Branding : terhadap Brand Awareness dan Engagement Audiens pada Footballindo Academy Tegal	R. Bangkit Indarmawan N. S.Kom, M.Kom	REVISI	Yang utama, sebagai catatan besar saya adalah: Saya bingung mau memberikan catatan review, karena antara softcopy yang Anda kirim by system dengan hardcopy berbeda. Softcopy yang Anda kirim tidak sesuai dengan aturan/panduan dan acak-acakan. Sementara hardcopy yang Anda serahkan, bab 4 tidak ada. Yang serius mas. Selanjutnya beberapa catatan: 1. Di bab 3 banyak teori yang muncul, yang pastinya itu bukan teori Anda sendiri (contoh: penretian data primer dan sekunder, pengertian kuisioner, pengertian populasi dan sampel, dsb). Maka seharusnya tetap menyertakan sitasi. 2. Contoh lain adalah tentang Metode Analisis Data. Dari mana nilai R-tabel=0,1966 diperoleh? dari mana nilai cronbach alpha>0.60 diperoleh? kalau itu Anda peroleh dari merujuk kepada teori yang sudah ada, maka seharusnya sebutkan kutipannya. 3. Masih banyak kata asing yang penulisannya belum sesuai aturan, yaitu harus cetak miring. Cek kembali di semua bagian Laporan Anda 4. Setiap rumus yang muncul dalam laporan, seharusnya diberikan identitas (sama halnya dengan gambar dan tabel). Dan itu ada aturannya di buku panduan, silahkan dicari
16	19/07/2026 07:30	Pengaruh Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Branding : terhadap Brand Awareness dan Engagement Audiens pada Footballindo Academy Tegal	ILHAN RAMADHANU	-	Topik bimbingan baru
17	20/07/2026 14:33	Pengaruh Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Branding : terhadap Brand Awareness dan Engagement Audiens pada Footballindo Academy Tegal	R. Bangkit Indarmawan N. S.Kom, M.Kom	REVISI	1. Perbaiki kata pengantar 2. Tentang Nilai R-Tabel belum ada acuannya 3. Pahami dan kuasai semua yang Anda tulis di laporan Anda
18	22/07/2026 20:02	Pengaruh Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Branding : terhadap Brand Awareness dan Engagement Audiens pada Footballindo Academy Tegal	ILHAN RAMADHANU	-	Baik pak, berikut revisi sesuai catatan terbaru.
19	23/07/2026 02:33	Pengaruh Pemanfaatan	R. Bangkit Indarmawan N. S.Kom, M.Kom	ACC	Persiapkan betul-betul semua kebutuhan untuk persiapan sidang

No	Tanggal	Topik	Pengirim	Status	Keterangan
		Instagram Sebagai Media Branding : terhadap Brand Awareness dan Engagement Audiens pada Footballindo Academy Tegal			termasuk tools yang Anda gunakan untuk melakukan analisis. Anda harus mampu memberi kesan kepada penguji bahwa Anda benar-benar menguasai materi Anda
20	24/07/2026 07:58	Pengaruh Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Branding : terhadap Brand Awareness dan Engagement Audiens pada Footballindo Academy Tegal	ILHAN RAMADHANU	-	Draft final skripsi
21	24/07/2026 17:18	Pengaruh Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Branding : terhadap Brand Awareness dan Engagement Audiens pada Footballindo Academy Tegal	Sarif Surejo, S.E., M.Kom	ACC	-
22	24/07/2026 17:30	Pengaruh Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Branding : terhadap Brand Awareness dan Engagement Audiens pada Footballindo Academy Tegal	ILHAN RAMADHANU	-	Topik bimbingan baru
23	24/07/2026 20:39	Pengaruh Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Branding : terhadap Brand Awareness dan Engagement Audiens pada Footballindo Academy Tegal	Sarif Surejo, S.E., M.Kom	REVISI	Silahkan perbaiki
24	24/07/2026 20:46	Pengaruh Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Branding : terhadap Brand Awareness dan Engagement Audiens pada Footballindo Academy Tegal	ILHAN RAMADHANU	-	Berikut link Proposal terbaru yang sebelumnya tidak terupload
25	24/07/2026 20:59	Pengaruh Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Branding : terhadap Brand Awareness dan Engagement Audiens pada Footballindo Academy Tegal	Sarif Surejo, S.E., M.Kom	ACC	Lanjutkan
26	25/07/2026 10:25	Pengaruh Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Branding : terhadap Brand Awareness dan Engagement Audiens pada Footballindo Academy Tegal	Sarif Surejo, S.E., M.Kom	ACC	-

No	Tanggal	Topik	Pengirim	Status	Keterangan
27	25/07/2026 10:26	Pengaruh Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Branding : terhadap Brand Awareness dan Engagement Audiens pada Footballindo Academy Tegal	Sarif Suroreja, S.E., M.Kom	ACC	-
28	27/07/2026 08:00	Pengaruh Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Branding : terhadap Brand Awareness dan Engagement Audiens pada Footballindo Academy Tegal	R. Bangkit Indarmawan N. S.Kom, M.Kom	ACC	-
29	27/07/2026 08:04	Layak Sidang	R. Bangkit Indarmawan N. S.Kom, M.Kom	ACC	Pembimbing 2 menyatakan layak sidang
30	27/07/2026 12:02	ACC Judul Skripsi	Sarif Suroreja, S.E., M.Kom	ACC	Pembimbing 1 menyetujui judul: Pengaruh Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Branding : terhadap Brand Awareness dan Engagement Audiens pada Footballindo Academy Tegal
31	27/07/2026 12:02	ACC Judul Skripsi	R. Bangkit Indarmawan N. S.Kom, M.Kom	ACC	Pembimbing 2 menyetujui judul: Pengaruh Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Branding : terhadap Brand Awareness dan Engagement Audiens pada Footballindo Academy Tegal
32	27/07/2026 12:03	Pengaruh Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Branding : terhadap Brand Awareness dan Engagement Audiens pada Footballindo Academy Tegal	Sarif Suroreja, S.E., M.Kom	ACC	-
33	27/07/2026 12:04	Layak Sidang	Sarif Suroreja, S.E., M.Kom	ACC	Pembimbing 1 menyatakan layak sidang
34	27/07/2026 13:03	Pengaruh Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Branding : terhadap Brand Awareness dan Engagement Audiens pada Footballindo Academy Tegal	Sarif Suroreja, S.E., M.Kom	ACC	-

Tanggal Cetak: 27 July 2026 18:31:04

Dosen Pembimbing 1

Sarif Suroreja, S.E., M.Kom

Dosen Pembimbing 2

R. Bangkit Indarmawan N. S.Kom, M.Kom

Curriculum Vitae**1. Data Pribadi**

Nama Lengkap : Ilhan Ramadhanu
 NIM : 22166022
 Tempat, Tanggal Lahir : Tegal, 17-11-2002
 Jenis Kelamin : Laki-laki
 Alamat : Ds. Kalijembe Rt. 05 Rw. 02 Kec. Tarub
 Kab. Tegal
 No. HP / WhatsApp : 082226942184
 Email : Ilhan.ramadhanu17@gmail.com
 LinkedIn : www.linkedin.com/in/ilhan-ramadhanu
 Github / Portofolio :

2. Riwayat Pendidikan

Tahun	Nama Intansi	Program Studi/Jurusan
2008-2014	SDN 1 Kalijambe	-
2014-2017	SMPN 1 Tarub	-
2017-2021	SMKN 2 Adiwerna	Desain Interior dan Teknik Furnitur (Program 4 tahun)
2022-2026	Universitas Harkat Negeri Tegal	Sistem Informasi

3. Pengalaman Organisasi

Tahun	Nama Organisasi	Jabatan

4. Sertifikat dan Pelatihan

Tahun	Nama Kegiatan/Sertifikat	Penyelenggara
2021	UKOM Desain Interior dan Teknik Furnitur	Dinas Pendidikan dan Kebudayaan SMKN 2 Adiwerna
2024	Workshop Berbicara dengan Percaya Diri	STMIK YMI Tegl
2024	Program Pelatihan Video Editor	BLKK AL AMIN Tersertifikasi BBVP Semarang
2024	Fundamentals Microsoft Office	STMIK YMI Tegal
2024	Bimbingan Teknis Subsektor Desain	Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif /

	Produk Bagi Pelaku Ekonomi Kreatif Kote Tegal	Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif
2025	Sertifikat Magang Industri	PT. Ramadhan Caturkarsa Layodra
2025	Kreativitas dan Inovasi Masyarakat (Krenova)	Kepala badan Perencanaan Pembangunan, Riset dan Inovasi Daerah Kota Tegal
2026	Kuliah Umum Bridging the Research Gap between IT, IS, and Data Science	Universitas Harkat Negeri Tegal

5. Keahlian

Soft Skill	Persentase	Hard Skill	Persentase
Teamwork	80%	Fotografi	80%
Manajemen Waktu	85%	Videografri	80%
Adaptabilitas	90%	Editing Foto	90%
Conten Planning	85%	Editing Video	88%
Conten Ideation	85%	Desain Grafis	80%
		Ms. Office	75%

6. Project / Portofolio

Nama Project	Deskripsi Singkat	Tahun
Footballindo Academy Tegal Social Media Management	Pengelolaan media sosial, pembuatan desain konten flyer, videografi dan fotografi	2024 - 2026
Pt. Ramadhan Caturkarsa Layorda (Magang)	Pengembangan konten digital, desain visual, dan <i>Branding</i> website	2025
Life Komputer Tegal Management Konten Medsos	Pembuatan desain grafis, pembuatan konten media sosial, dan editing video untuk promosi	2025 - Sekarang
Nurra Salad Konten Kreator	Pembuatan konten untuk feed, reels, maupun stories Instagram dan Tiktok	2025 - Sekarang
Warung Pitik 33 Marketing konten	Pembuatan Konten untuk promosi atau	2026

	marketing Rumah makan Warung pitik 33	
--	--	--

FORMULIR PERUBAHAN JUDUL SKRIPSI

Nama : Ilhan Ramadhanu
NIM : 22166022
Program Studi : Sistem Informasi
Tahun Akademik : 2025/2026
Pembimbing 1 : Sarif Surejo, S.E., M.Kom.

Judul Skripsi Sebelumnya :

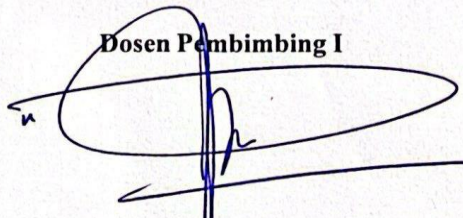
ANALISIS PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA BRANDING (STUDI PADA BRAND AWARENESS DAN ENGAGEMENT AUDIEN FOOTBALLINDO ACADEMY TEGAL)

Judul Skripsi Baru :

PENGARUH PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA BRANDING TERHADAP BRAND AWARENESS DAN ENGAGEMENT AUDIENS PADA FOOTBALLINDO ACADEMY TEGAL

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing SKRIPSI
pada tanggal 2 Juni 2026

Dosen Pembimbing I



Sarif Surejo, S.E., M.Kom.
NIPY. 081025.559

Lampiran E-1 Surat Pengantar
Penelitian

SURAT PENGANTAR PENELITIAN

Nomor: 020.03/SistIn.HN/1/2026

Yang terhormat,
Pimpinan Footballindo Academy Tegal
di
Tempat

Dengan hormat,

Sehubungan dengan pelaksanaan **Skripsi** mahasiswa pada Program Studi S1 Sistem Informasi, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Harkat Negeri, maka dengan ini kami memberikan pengantar bagi:

NIM : 22166022
Nama : ILHAN RAMADHANU
Program Studi : S1 Sistem Informasi
Judul Penelitian : Analisis Pemanfaatan Instagram Dalam Membangun Branding (Studi Kasus Faorballindo Academy Tegal)
Lokasi Penelitian : Jl. Prof. Moh. Yamin Gg. Akademi, Ds. Kudalile, Trayeman

guna melaksanakan kegiatan **pengambilan data, observasi dan wawancara** terkait kegiatan penelitian akademiknya. Oleh karena itu, kami memohon kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan izin, bantuan, dan kerja sama kepada mahasiswa kami selama proses penelitian berlangsung.

Demikian surat pengantar ini kami sampaikan. Atas perhatian dan kerja sama Bapak/Ibu, kami ucapkan terima kasih.

Tegal, 12 Januari 2026

Hormat kami,

Sekretaris Program Studi


Bayu Aji Santoso, S.Kom., M.Kom
NIDN: 0623079701

Mengetahui,

Ketua Program Studi


 Universitas
Harkat Negeri
S1-Sistem Informasi
Bangkit Indanmawan N. S.Kom., M.Kom
NIDN: 0026077701

Lampiran E-2 Surat Keterangan
Telah Melakukan Observasi



FOOTBALLINDO ACADEMY TEGAL

Sapphire Residence Blok E1 RT 05 RW 09 Pacul, Kec. Talang, Kab.

Tegal Telp / WA : +62 877-1503-3135

E-mail : footballindoacademy@gmail.com

Instagram : @footballindo.academy

Surat Keterangan Telah Melakukan Observasi

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ikwi Wijaya Novianto
Jabatan : Manager Tim
Instansi / Unit Kerja : Footballindo Academy Tegal

Dengan ini menyatakan bahwa:

Nama : Ilhan Ramadhani
NIM : 22166022
Program Studi : S1 Sistem Informasi

Telah melaksanakan kegiatan observasi dan pengumpulan data penelitian di Footballindo Academy Tegal, dalam rangka pengumpulan data untuk keperluan skripsi yang berjudul:

"Pengaruh Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Branding terhadap Brand Awareness dan Engagemet Audiens pada Footballindo Academy Tegal"

Kegiatan observasi dan pengumpulan data dilaksanakan pada periode Februari 2026 sampai dengan Mei 2026. Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Tegal, 23 Mei 2026

Manager Tim

Lampiran F-1 Tabel Distribusi
Nilai Kritis Korelasi *Pearson*
Product Moment

Tabel Distribusi Nilai Kritis Korelasi *Pearson* *Product Moment*

df	r	df	r	df	r	df	r
1	0,9969	26	0,3739	51	0,2706	76	0,2227
2	0,95	27	0,3673	52	0,2681	77	0,2213
3	0,8783	28	0,361	53	0,2656	78	0,2199
4	0,8114	29	0,355	54	0,2632	79	0,2185
5	0,7545	30	0,3494	55	0,2609	80	0,2172
6	0,7067	31	0,344	56	0,2586	81	0,2159
7	0,6664	32	0,3388	57	0,2564	82	0,2146
8	0,6319	33	0,3338	58	0,2542	83	0,2133
9	0,6021	34	0,3291	59	0,2521	84	0,212
10	0,576	35	0,3246	60	0,25	85	0,2108
11	0,5529	36	0,3202	61	0,248	86	0,2096
12	0,5324	37	0,316	62	0,2461	87	0,2084
13	0,514	38	0,312	63	0,2441	88	0,2072
14	0,4973	39	0,3081	64	0,2423	89	0,2061
15	0,4821	40	0,3044	65	0,2404	90	0,205
16	0,4683	41	0,3008	66	0,2387	91	0,2039
17	0,4555	42	0,2973	67	0,2369	92	0,2028
18	0,4438	43	0,294	68	0,2352	93	0,2017
19	0,4329	44	0,2907	69	0,2335	94	0,2006
20	0,4227	45	0,2876	70	0,2319	95	0,1996
21	0,4132	46	0,2845	71	0,2303	96	0,1986
22	0,4044	47	0,2816	72	0,2287	97	0,1975
23	0,3961	48	0,2787	73	0,2272	98	0,1966
24	0,3882	49	0,2759	74	0,2257	99	0,1956
25	0,3809	50	0,2732	75	0,2242	100	0,1946

Sumber: Diadaptasi dari *r Coefficient Critical Values Tabel*, University of
Coonecticut (2024)

Lampiran G-1 Dokumentasi
Footballindo dan Akun Insatgram



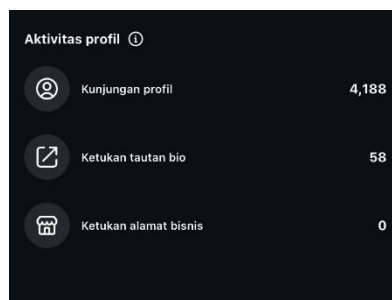
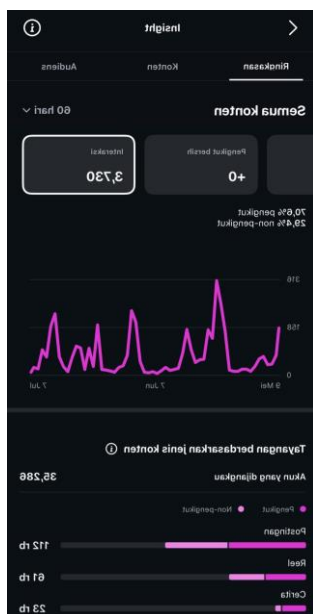
Logo Footballindo Academy Tegal



Observasi Lokasi Latihan



Foto Bersama Manager Tim
Footballindo



Insight Instagram
Footballindo

Lampiran H-1 Kuesioner Penelitian

Judul Penelitian :

“PENGARUH PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA *BRANDING* TERHADAP BRAND *AWARENESS* DAN *ENGAGEMENT* AUDIENS PADA AKUN INSTAGRAM FOOTBALLINDO ACADEMY TEGAL)”

Keterangan:

Kuesioner penelitian ini digunakan sebagai instrumen pengumpulan data dalam penelitian mengenai pemanfaatan Instagram sebagai Media *Branding* terhadap *Brand Awareness* dan *Engagement* Audies pada Footballlindo Academy Tegal. Kuesioner disusun menggunakan Skala Likert lima tingkat dan disebarakan secara daring melalui Google Form kepada responden yang merupakan pengikut (*Followers*) akun Instagram *Footballlindo Academy* Tegal.

Pengaruh Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Branding Terhadap Brand Awareness dan Engagement Audiens pada Akun Instagram Footballindo Academy Tegal

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Perkenalkan, saya **Ilhan Ramadhanu**, mahasiswa **Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Harkat Negeri**. Saat ini saya sedang melaksanakan penelitian skripsi yang berjudul: "

Pengaruh Pemanfaatan Instagram sebagai Media Branding terhadap Brand Awareness dan Engagement Audiens pada Footballindo Academy Tegal."

Sehubungan dengan penelitian tersebut, saya memohon kesediaan Saudara/i untuk meluangkan sedikit waktu guna mengisi kuesioner ini. Jawablah setiap pernyataan dengan jujur, objektif, dan sesuai dengan pengalaman atau pendapat Saudara/i.

Seluruh data yang diberikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian akademik. Partisipasi Saudara/i sangat berarti dalam mendukung penyelesaian penelitian ini serta diharapkan dapat menjadi masukan bagi pengembangan media branding melalui Instagram Footballindo Academy Tegal.

Kriteria Responden:

1. Mengikuti akun Instagram Footballindo Academy Tegal
2. Pernah melihat konten yang diunggah oleh akun tersebut

Petunjuk Pengisian: Berikan tanda atau klik salah satu jawaban yang paling sesuai dengan pendapat anda dengan skala berikut:

1. Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Tidak Setuju (TS)
3. Netral (N)
4. Setuju (S)
5. Sangat Setuju (SS)

Atas kesediaan dan partisipasi Saudara/i dalam mengisi kuesioner ini, saya mengucapkan terima kasih. Semoga kebaikan Saudara/i mendapatkan balasan yang berlipat ganda dan penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan maupun Footballindo Academy Tegal.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

*** Menunjukkan pertanyaan yang wajib diisi**

1. Nama Lengkap *

2. Apakah kamu Follow Instagram Footballindo Academy Tegal? *

Tandai satu oval saja.

- ☐ Ya
- ☐ Tidak

3. Konten Instagram Footballindo Menarik untuk di lihat *

Tandai satu oval saja.

- ☐ Sangat Tidak Setuju
- ☐ Tidak
- ☐ Netral
- ☐ Setuju
- ☐ Sangat Setuju

4. Unggahan Konten Bagus dan Menarik *

Tandai satu oval saja.

- ☐ Sangat Tidak Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Netral
- ☐ Setuju
- ☐ Sangat Setuju

5. Konten Footballindo Academy Tegal Mudah dipahami *

Tandai satu oval saja.

- ☐ Sangat Tidak Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Netral
- ☐ Setuju
- ☐ Sangat Setuju

6. Saya dapat mengenali akun Instagram Footballindo Academy Tegal ketika melihat nama *
atau logonya.

Tandai satu oval saja.

- ☐ Sangat Tidak Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Netral
- ☐ Setuju
- ☐ Sangat Setuju

7. Saya dapat mengenali konten Footballindo Academy Tegal meskipun muncul di antara *
berbagai unggahan akun lain.

Tandai satu oval saja.

- ☐ Sangat Tidak Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Netral
- ☐ Setuju
- ☐ Sangat Setuju

8. Saya dapat mengingat Footballindo Academy Tegal ketika memikirkan akademi sepak bola di Tegal. *

Tandai satu oval saja.

- ☐ Sangat Tidak Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Netral
- ☐ Setuju
- ☐ Sangat Setuju

9. Saya dapat mengingat Footballindo Academy Tegal tanpa harus melihat akun Instagramnya terlebih dahulu *

Tandai satu oval saja.

- ☐ Sangat Tidak Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Netral
- ☐ Setuju
- ☐ Sangat Setuju

10. Konten Instagram Footballindo cademy Tegal membuat saya lebih mudah mengingat Footballindo Academy Tegal sebagai salah satu akademi sepak bola di Tegal *

Tandai satu oval saja.

- ☐ Sangat Tidak Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Netral
- ☐ Setuju
- ☐ Sangat Setuju

11. Setelah melihat konten Instagram Footballindo Academy Tegal, saya lebih mudah mengingat nama Footballindo Academy Tegal *

Tandai satu oval saja.

- ☐ Sangat Tidak Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Netral
- ☐ Setuju
- ☐ Sangat Setuju

12. Saya suka dengan konten Footballindo Academy Tegal *

Tandai satu oval saja.

- ☐ Sangat Tidak Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Netral
- ☐ Setuju
- ☐ Sangat Setuju

13. Saya Tertarik memberikan komentar pada unggahan Footballindo Academy Tegal *

Tandai satu oval saja.

- ☐ Sangat Tidak Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Netral
- ☐ Setuju
- ☐ Sangat Setuju

14. Saya pernah/bersedia membagikan konten Footballindo Academy Tegal kepada teman saya *

Tandai satu oval saja.

- ☐ Sangat Tidak Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Netral
- ☐ Setuju
- ☐ Sangat Setuju

15. Saya pernah atau bersedia menyimpan konten Footballindo Academy Tegal yang saya anggap bermanfaat. *

Tandai satu oval saja.

- ☐ Sangat Tidak Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Netral
- ☐ Setuju
- ☐ Sangat Setuju

16. Saya pernah berinteraksi dengan konten atau akun Footballindo Academy Tegal melalui berbagai fitur Instagram seperti komentar maupun DM *

Tandai satu oval saja.

- ☐ Sangat Tidak Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Netral
- ☐ Setuju
- ☐ Sangat Setuju

7/8/26, 7:08 AM

Pengaruh Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Branding Terhadap Brand Awarenes dan Engagement Audiens pada Akun In...

17. Saya tertarik untuk terus mengikuti perkembangan informasi yang dibagikan melalui Instagram Footballindo Academy Tegal *

Tandai satu oval saja.

☐ Sangat Tidak Setuju

☐ Tidak Setuju

☐ Netral

☐ Setuju

☐ Sangat Setuju

Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google.

Google Formulir

Lampiran I-1 Hasil Uji Validitas Instrumen

Uji Validitas dilakukan untuk mengetahui tingkat kevalidan setiap butir pertanyaan dalam instrumen penelitian. Pengujian validitas menggunakan korelasi Pearson Product Moment dengan bantuan aplikasi Jamovi terhadap 100 responden. Suatu butir pernyataan dinyatakan valid apabila nilai r hitung $>$ r tabel. Pada penelitian ini jumlah responden sebanyak 100 orang, sehingga diperoleh r tabel sebesar 0,1966 pada taraf signifikansi 5%.

Variabel	Item	r Hitung	r Tabel	Sig	Keterangan
Pemanfaatan Instagram	X1	0,792	0,1966	0,001	Valid
	X2	0,829	0,1966	0,001	Valid
	X3	0,784	0,1966	0,001	Valid
<i>Brand Awareness</i>	BA1	0,629	0,1966	0,001	Valid
	BA2	0,676	0,1966	0,001	Valid
	BA3	0,836	0,1966	0,001	Valid
	BA4	0,800	0,1966	0,001	Valid
	BA5	0,712	0,1966	0,001	Valid
	BA6	0,708	0,1966	0,001	Valid
<i>Engagement Audiens</i>	EA1	0,730	0,1966	0,001	Valid
	EA2	0,820	0,1966	0,001	Valid
	EA3	0,684	0,1966	0,001	Valid
	EA4	0,733	0,1966	0,001	Valid
	EA5	0,629	0,1966	0,001	Valid
	EA6	0,619	0,1966	0,001	Valid

Berikut adalah Data *Output* Uji Validitas Jamovi

1. Uji Validitas Variabel X (Pemanfaatan Instagram sebagai Media *Branding*)

Correlation Matrix

		X1	X2	X3	Total_X
X1	Pearson's r	—			
	df	—			
	p-value	—			
X2	Pearson's r	0.494	—		
	df	98	—		
	p-value	< .001	—		
X3	Pearson's r	0.399	0.501	—	
	df	98	98	—	
	p-value	< .001	< .001	—	
Total_X	Pearson's r	0.792	0.829	0.784	—
	df	98	98	98	—
	p-value	< .001	< .001	< .001	—

Berdasarkan hasil uji validitas menggunakan metode *Pearson Product Moment* dengan menggunakan aplikasi Jamovi terhadap 100 responden, diperoleh nilai korelasi (*r* hitung) antara setiap butir pernyataan dengan skor total variabel lebih besar daripada nilai *r* tabel sebesar 0,1966 pada taraf signifikansi 5%/ Selain itu, seluruh butir pernyataan memiliki nilai sig (*p*-value) kurang dari 0,05. Dengan demikian seluruh butir pernyataan pada variabel Pemanfaatan Instagram sebagai Media *Branding* dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

Item	r Hitung	r Tabel	Sig	Keterangan
X1	0,792	0,1966	0,001	Valid
X2	0,829	0,1966	0,001	Valid
X3	0,784	0,1966	0,001	Valid

Berdasarkan Tabel diatas, diketahui bahwa seluruh butir pernyataan pada variabel X (Pemanfaatan Instagram sebagai Media *Branding*) memiliki nilai *r* hitung > *r* tabel (0,1966) dan nilai signifiikansi (Sig.) < 0,05, sehingga seluruh item dinyatakan valid dan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

2. Uji Validitas Variabel Y1 (*Brand Awareness* / BA)

Correlation Matrix

Correlation Matrix

		Total_BA	BA1	BA2	BA3	BA4	BA5	BA6
Total_BA	Pearson's r	—						
	df	—						
	p-value	—						
BA1	Pearson's r	0.629	—					
	df	98	—					
	p-value	< .001	—					
BA2	Pearson's r	0.676	0.192	—				
	df	98	98	—				
	p-value	< .001	.056	—				
BA3	Pearson's r	0.836	0.524	0.398	—			
	df	98	98	98	—			
	p-value	< .001	< .001	< .001	—			
BA4	Pearson's r	0.800	0.489	0.444	0.665	—		
	df	98	98	98	98	—		
	p-value	< .001	< .001	< .001	< .001	—		
BA5	Pearson's r	0.712	0.398	0.336	0.562	0.436	—	
	df	98	98	98	98	98	—	
	p-value	< .001	< .001	< .001	< .001	< .001	—	
BA6	Pearson's r	0.708	0.281	0.424	0.522	0.423	0.447	—
	df	98	98	98	98	98	98	—
	p-value	< .001	.005	< .001	< .001	< .001	< .001	—

Berdasarkan hasil uji validitas menggunakan metode Pearson Product Moment dengan bantuan aplikasi Jamovi terhadap 100 responden, diperoleh nilai korelasi (r hitung) antara setiap butir pernyataan dengan skor tabel lebih besar daripada nilai r tabel sebesar 0,1966 pada taraf signifikansi 5%. Dengan demikian, seluruh butir pernyataan pada variabel *Brand Awareness* (Y1) dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

Item	r Hitung	r Tabel	Sig	Keterangan
BA1	0,629	0,1966	0,001	Valid
BA2	0,676	0,1966	0,001	Valid
BA3	0,836	0,1966	0,001	Valid
BA4	0,800	0,1966	0,001	Valid
BA5	0,712	0,1966	0,001	Valid
BA6	0,708	0,1966	0,001	Valid

Berdasarkan Tabel 4.2 diketahui bahwa seluruh butir pernyataan pada variabel *Brand Awareness* (Y1) memiliki nilai r hitung lebih besar daripada r tabel (0,1966) serta nilai signifikansi (Sig.) < 0,05, sehingga seluruh item dinyatakan valid dan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

3. Uji Validitas Variabel Engagemet Audiens (Y2)

Correlation Matrix

		Total_EA	EA1	EA2	EA3	EA4	EA5	EA6
Total_EA	Pearson's r	—						
	df	—						
	p-value	—						
EA1	Pearson's r	0.730	—					
	df	98	—					
	p-value	< .001	—					
EA2	Pearson's r	0.820	0.486	—				
	df	98	98	—				
	p-value	< .001	< .001	—				
EA3	Pearson's r	0.684	0.448	0.437	—			
	df	98	98	98	—			
	p-value	< .001	< .001	< .001	—			
EA4	Pearson's r	0.733	0.617	0.530	0.317	—		
	df	98	98	98	98	—		
	p-value	< .001	< .001	< .001	.001	—		
EA5	Pearson's r	0.629	0.193	0.545	0.319	0.259	—	
	df	98	98	98	98	98	—	
	p-value	< .001	.055	< .001	.001	.009	—	
EA6	Pearson's r	0.619	0.431	0.375	0.360	0.446	0.160	—
	df	98	98	98	98	98	98	—
	p-value	< .001	< .001	< .001	< .001	< .001	.111	—

Berdasarkan hasil uji validitas menggunakan metode Pearson Product Moment dengan bantuan aplikasi Jamovi terhadap 100 responden, diperoleh nilai korelasi (r hitung) antara setiap butir pernyataan dengan skor total variabel lebih besar daripada nilai r tabel sebesar 0,1966 pada taraf signifikansi 5%. Selain itu seluruh butir pernyataan memiliki nilai signifikansi (p-value) kurang dari 0,05. Dengan demikian, seluruh butir pernyataan pada variabel *Engagement* Audiens (Y2) dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

Item	r Hitung	r Tabel	Sig	Keterangan
EA1	0,730	0,1966	0,001	Valid
EA2	0,820	0,1966	0,001	Valid
EA3	0,684	0,1966	0,001	Valid
EA4	0,733	0,1966	0,001	Valid
EA5	0,629	0,1966	0,001	Valid
EA6	0,619	0,1966	0,001	Valid

Berdasarkan Tabel diatas diketahui bahwa seluruh butir pernyataan pada variabel *Engagement* Audiens (Y2) memiliki nilai r hitung lebih besar daripada r tabel (0,1966) serta nilai signifikansi (Sig.) < 0,05, sehingga seluruh item dinyatakan valid dan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

Lampiran I-2 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Uji Reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat konsistensi instrumen penelitian dalam mengukur variabel yang diteliti. Pengujian reliabilitas pada penelitian ini menggunakan metode *Cronbach's Alpha* dengan bantuan perangkat lunak Jamovi terhadap 100 responden. Suatu instrumen dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60. Adapun rekapitulasi hasil uji reliabilitas instrumen penelitian disajikan pada tabel berikut.

Variabel	Item Pernyataan	<i>Cronbach's Alpha</i>	Kriteria	Keterangan
Pemanfaatan Instagram (X)	X1, X2, X3	0,722	$\geq 0,60$	Reliabel
<i>Brand Awareness</i> (Y1)	BA1, BA2, BA3, BA4, BA5, BA6	0,819	$\geq 0,60$	Reliabel
<i>Engagement</i> Audien (Y2)	EA1, EA2, EA3, EA4, EA5, EA6	0,791	$\geq 0,60$	Reliabel

Berdasarkan Tabel diatas, diketahui bahwa seluruh variabel penelitian memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60. Variabel Pemanfaatan Instagram (X) memperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,722, variabel *Brand Awareness* (Y1) sebesar 0,819, dan variabel *Engagement* Audiens (Y2) sebesar 0,791. Dengan demikian, seluruh instrumen penelitian dinyatakan reliabel karena telah memenuhi kriteria reliabilitas sehingga layak digunakan sebagai instrumen penelitian. Berikut adalah Data *Output* Uji Reliabilitas menggunakan aplikasi Jamovi:

A. Uji Reliabilitas Variabel Pemanfaatan Instagram (X)

Reliability Analysis

Scale Reliability Statistics		
Cronbach's α		
scale	0.722	
[3]		

Item Reliability Statistics		
	Item-rest correlation	If item dropped
		Cronbach's α
X1	0.515	0.668
X2	0.595	0.569
X3	0.520	0.661

Berdasarkan merupakan *Output* hasil uji reliabilitas variabel Pemanfaatan Instagram Sebagai Media *Branding* (X) menggunakan aplikasi Jamovi. Berdasarkan hasil pengujian, diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,722. Nilai tersebut lebih besar daripada batas minimum reliabilitas yaitu 0,60, sehingga variabel X dinyatakan reliabel. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan pada variabel X memiliki tingkat konsistensi yang baik dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

B. Uji Reliabilitas Variabel *Brand Awareness* (Y1)

Reliability Analysis

Scale Reliability Statistics		
Cronbach's α		
scale	0.819	
[3]		

Item Reliability Statistics		
	Item-rest correlation	If item dropped
		Cronbach's α
BA1	0.492	0.808
BA2	0.478	0.820
BA3	0.741	0.755
BA4	0.677	0.768
BA5	0.583	0.791
BA6	0.568	0.793

Berikut merupakan *Output* hasil uji reliabilitas variabel *Brand Awareness* (Y1) menggunakan aplikasi Jamovi. Berdasarkan hasil pengujian, diperoleh nilai

Cronbach's Alpha sebesar 0,819. Nilai tersebut lebih besar daripada batas minimum reliabilitas yaitu 0,60, sehingga variabel *Brand Awareness* (Y1) dinyatakan reliabel. Dengan demikian seluruh butir pernyataan pada variabel *Brand Awareness* memiliki tingkat konsistensi yang baik dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

C. Uji Reliabilitas Variabel *Engagement* Audiens (Y2)

Reliability Analysis

Scale Reliability Statistics	
Cronbach's α	
scale	0.791

[3]

Item Reliability Statistics		
	Item-rest correlation	If item dropped
		Cronbach's α
EA1	0.600	0.748
EA2	0.694	0.719
EA3	0.519	0.765
EA4	0.600	0.747
EA5	0.414	0.797
EA6	0.475	0.775

Berikut merupakan *Output* hasil uji reliabilitas variabel *Engagement* udiens (Y2) menggunakan aplikasi Jamovi. Berdasarkan hasil pengujian, diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,791. Nilai tersebut lebih besar daripada batas minimum reliabilitas yaitu 0,60, sehingga variabel *Engagement* Audiens (Y2) dinyatakan reliabel. Dengaan demikian, seluruh butir pernyataan pada variabel *Engagement* Audiens memiliki tingkat Konsistensi yang baik dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

Lampiran J-1 Hasil Cek Plagiarisme

Sources of similarities (section 2/2)



Similarities

21%

Passages with similarities to sources found in different collections.



Main source detected

No.	Description	Similarities	Locations
1	laakfeb.telkomuniversity.ac.id Semantic detection laakfeb.telkomuniversity.ac.id/upload/DE/1501194300%20-%20PROPO...	10%	
2	upp.fewarmadewa.ac.id Semantic detection upp.fewarmadewa.ac.id/file_proposal/2232121162.pdf	6%	
3	Analisis Pemasaran Media Sosial terhadap Sikap... Semantic detection doi.org/10.51169/deguru.v10i1.1615	4%	
4	eprints.ums.ac.id Semantic detection eprints.ums.ac.id/146153/10/Naskah%20Publikasi.pdf	3%	
5	ejournal.starki.id Semantic detection ejournal.starki.id/index.php/widyanita/article/download/203/183/439	3%	
6	jurnal.y2n.org Semantic detection jurnal.y2n.org/index.php/jp2n/article/download/281/230	3%	
7	Analisis Validitas dan Reliabilitas Instrumen... Semantic detection doi.org/10.70292/pchukumsosial.v4i1.350	3%	
8	6 #f4bedd Semantic detection Comes from my group	3%	
9	INTERACTIVE CONTENT DI INSTAGRAM STORIES DA... Semantic detection jurnal.umb.ac.id/index.php/jems/article/download/9832/5816	2%	
10	Document from another user #245a06 Semantic detection Comes from another group	2%	

Referenced source (without similarities detected)

No.	Description
1	http://stipram.co.id
2	http://ejournal.yayasanpendidikandzurriyatulquran.id/index.php/ihsan
3	https://jpion.org/index.php/jpi682Situswebjurnal:https://jpion.org/index.ph
4	https://staibabussalamsula.ac.id/wp-content/uploads/2025/12/Metode



Analysis attestation
Compilatio Magister+ | Universitas Harkat Negeri

DRAFT FINAL SKRIPSI 22166022 ILHAN-Ramadhanu
ID : 930fa2c79baa171bf81e8cf10c66e2ac8d546e18



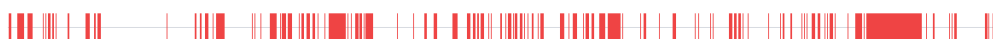
29%
Suspicious texts

File name : DRAFT FINAL SKRIPSI 22166022 ILHAN-Ramadhanu.txt
Original file size : 3.24 MB
Number of words : 16,794

Submitter : S1 Sistem Informasi Harkat Negeri
Submission date : July 24, 2026
Upload type : interface
analysis end date : July 24, 2026

Summary (section 1/2)

Location of suspect texts in the document :



Included in the suspicious text score :



Similarities

21%

Syntactics 3% Semantics 18%

Passages with similarities to sources found in different collections.



AI detection

6%

Texts with stylistically similar formulations to AI-generated text.

This rate is an indicator, not proof. Check with the author that he/she has mastered the knowledge mentioned in the document.



Unrecognized languages

4%

Passages in which some of the vocabulary used is not part of the language dictionary. This may be an attempt by the author to modify the text to make detection impossible.



Not included in the percentage of suspicious texts :



Texts between quotes

3%

Passages between quotation marks, often revealing a quotation.

Lampiran K-1 *Letter of Acceptance*

IJECT

INDONESIAN JOURNAL OF ELECTRONICS AND COMPUTER TECHNOLOGY
PT. SENTRA ILMIAH TEKNOLOGI MANDIRI

E-ISSN: 3164-0613

LETTER OF ACCEPTANCE

No. 001.04/IJECT/VIII/2026

Dear Authors,

Ilhan Ramadhanu, Sarif Surejo, and R. Bangkit Indarmawan Nugroho.

Universitas Harkat Negeri, Indonesia

We are pleased to inform you that your manuscript has been reviewed and accepted for publication in *Indonesian Journal of Electronics and Computer Technology (IJECT)*. Your paper will be published in upcoming issue.

Manuscript ID 28

Manuscript Title *The Influence of Utilizing Instagram as a Branding Medium on Brand Awareness and Audience Engagement at Footballindo Academy Tegal*

Article Type Research Article

Scheduled Publication December 2026 (Vol. 1, No. 2)

Thank you for your fine contribution. We look forward to receiving more of your excellent research works in the future.

Tegal, August 25, 2026

Best regards,



Lukmanul Khakim, S.Kom., M.Tr.T.
Editor-in-Chief

Editorial Office
Jl. Lele, No.12, RT.002/003, Kalisapu, Slawi, Tegal, Jawa Tengah, Indonesia

Email
official@sentrailmiah.com

Website
<https://sentrailmiah.com/index.php/iject/>

Lampiran L-1 Formulir Publikasi
Jurnal

FORMULIR PUBLIKASI JURNAL SKRIPSI

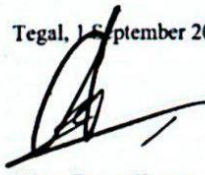
Nama : Ilhan Ramadhanu
NIM : 22166022
Program Studi : Sistem Informasi
Tahun Akademik : 2025/2026
Pembimbing 1 : Sarif Surejo, M.Kom
Pembimbing 2 : R. Bangkit Indarmawan N., M.Kom

Judul Skripsi : Pengaruh Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Branding terhadap Brand Awareness dan Engagement Audiens pada Footballindo Academy Tegal
Judul Publikasi : *The Influence of Utilizing Instagram as a Branding Medium on Brand Awareness and Audience Engagement at Footballindo Academy Tegal*
Nama Penerbit : *Indonesian Journal of Electronics and Computer Technology*
Link Abstrak : -
Halaman : -
Volume : 1
Sinta : Non Sinta

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa artikel jurnal yang berasal dari skripsi saya telah dipublikasikan / disubmit pada jurnal sebagaimana tercantum di atas dan merupakan karya ilmiah saya sendiri.

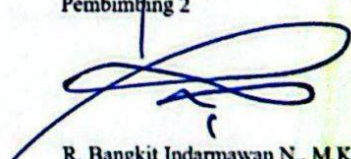
Apabila di kemudian hari terdapat pelanggaran akademik, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Tegal, 1 September 2026


Ilhan Ramadhanu

Diverifikasi oleh :
Pembimbing 1


Sarif Surejo, M.Kom
Pembimbing 2


R. Bangkit Indarmawan N., M.Kom