© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

PERAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* PADA PT DSK GLOBAL KONSULTAMA

Khansa Inayah Purwanto
NIM: 2205311021

TUGAS AKHIR

Diajukan untuk memenuhi persyaratan Diploma III Politeknik

PROGRAM STUDI DIPLOMA III ADMINISTRASI BISNIS
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
2025

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
   a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
   b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
PROGRAM STUDI DIPLOMA III ADMINISTRASI BISNIS

LEMBAR PERSETUJUAN

Nama : Khansa Inayah Purwanto
NIM : 2205311021
Program Studi : Diploma III Administrasi Bisnis
Judul Laporan Tugas Akhir: Peran Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan *Brand Awareness* Pada PT DSK Global Konsultama

Depok, 28 Juli 2025

Koordinator Program Studi	Dosen Pembimbing
Taufik Akbar, S.E., M.S.M	**Dr., Wahyudi Utomo , S.Sos., M.Si.**
NIP. 198409132018031001	NIP. 198007112015041001

Mengetahui,
Ketua Jurusan Administrasi Niaga

Dr., Wahyudi Utomo , S.Sos., M.Si.
NIP. 198007112015041001

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA

PROGRAM STUDI DIPLOMA III ADMINISTRASI BISNIS

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Khansa Inayah Purwanto
NIM : 2205311021
Program Studi : Diploma III Administrasi Bisnis
Judul Laporan Tugas Akhir: Peran Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan *Brand Awareness* Pada PT DSK Global Konsultama

Telah berhasil dipertahankan di hadapan tum penguji dan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Ahli Madya (A. Md) pada Program Studi Diploma III Administrasi Bisnis Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta, pada:

Hari : Selasa
Tanggal: 22 Juli 2025
Waktu : 09.00-09.50 WIB

Tim Penguji

Ketua Sidang : Dr. Wahyudi Utomo, S.Sos., M.Si. .....
NIP. 198007112015041001

Penguji I : Hana Nurdina, S.S.T., M.B.A. .....
NIP. 199411042024062001

Penguji II : Riza Hadikusuma , M.Ag. .....
NIP. 197404032001121002

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta
Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Tugas akhir pada Program Diploma III ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan dari Politeknik Negeri Jakarta. Adapun judul yang diangkat dalam penyusunan tugas akhir ini adalah "Peran Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan *Brand Awareness* Pada PT DSK Global Konsultama." Penulisan ini disusun dalam bentuk laporan yang diharapkan dapat memberikan gambaran nyata mengenai praktik di dunia kerja, khususnya pada bidang pengembangan bisnis.

Penyusunan tugas akhir ini didasarkan pada hasil observasi langsung selama kegiatan magang serta dokumentasi yang relevan, dan juga didukung oleh literatur yang berkaitan. Penulis menyadari bahwa tanpa adanya bimbingan, dukungan, dan arahan dari berbagai pihak, tugas ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Dr. Syamsurizal, S.E., M.M. selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Dr. Dra. Iis Mariam, M.Si., selaku Ketua Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta periode 2021-2025.
3. Dr. Wahyudi Utomo, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta periode 2025-2029 dan selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktunya dalam memberikan saran, dukungan, dan arahan kepada penulis dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir ini.
4. Taufik Akbar, S.E., M.S.M. selaku Koordinator Program Studi Diploma III Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Jakarta.
5. Seluruh Dosen Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama perkuliahan.
6. Seluruh karyawan PT. DSK Global Konsultama, terkhusus untuk Bapak Galih Gumilang, S.E., BKP selaku CEO DSK Global, Bapak Ahmad

Girang Adipura, S.Ak. selaku Supervisor sekaligus Pembimbing Lapangan, Kak Windy, Kak Risdha, Balance dan Rizky yang telah menjadi rekan kerja satu divisi penulis dalam melaksanakan magang selama empat bulan yang tentunya memberikan pengalaman dan ilmu baru bagi penulis.

7. Heri Purwanto, S.E., Lily Handayani, S.Pd., selaku Orang tua serta Fakhirah Rizki, Naufal Firdaus, Nadine Nabilah yaitu keluarga tercinta, yang selalu mendukung dan mendoakan sehingga penulis diberikan kemudahan dan kelancaran dalam menyusun dan menyelesaikan Laporan Magang ini.
8. Naura Cesalia Rilani, Melza Aprianti, Tis'a Dian Pamungkas, Sami Leksono Adji, Muhammad Rajiful Haq Gea yaitu teman seperjuangan, atas dukungan moral serta semangat yang diberikan selama penulis menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis dengan senang hati menerima saran dan kritik dari pembaca yang bersifat membangun. Penulis berharap agar laporan ini dapat bermanfaat bagi para pembaca serta berkontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan.

Depok, 18 Juni 2025

Penulis

Khansa Inayah Purwanto

NIM. 2205311010

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
   a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
   b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN i
LEMBAR PENGESAHAN ii
KATA PENGANTAR iii
DAFTAR ISI v
DAFTAR TABEL vii
DAFTAR GAMBAR viii
DAFTAR LAMPIRAN ix
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 3
1.3 Tujuan Penulisan 3
1.4 Manfaat Penulisan 3
1.4.1 Manfaat Bagi Penulis 4
1.4.2 Manfaat Bagi Perusahaan 4
1.4.3 Manfaat Bagi Ilmu Pengetahuan 4
1.5 Metode Pengumpulan Data 5
BAB II LANDASAN TEORI 7
2.1 Komunikasi Pemasaran 7
2.1.1 Pengertian Komunikasi Pemasaran 7
2.1.2 Bauran Komunikasi Pemasaran 7
2.2 Media Sosial 9
2.2.1 Pengertian Media Sosial 9
2.2.2 Fungsi Media Sosial dalam pemasaran 9
2.3 Instagram 10
2.3.1 Pengertian Instagram 11
2.3.2 Fitur – Fitur Instagram untuk *Brand Awareness* 12
2.3.3 Strategi Konten Instagram untuk bisnis 13
2.4 *Brand Awareness* 13
2.4.1 Pengertian *Brand Awareness* 13
2.4.1 Indikator *Brand Awareness* 14
2.4.2 Peran *Brand Awareness* 14

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN 15
3.1 Profil Perusahaan 15
3.2 Visi dan Misi 16
3.3 Struktur Organisasi Perusahaan 17
3.4 Produk atau Jasa yang Ditawarkan Perusahaan 20
BAB IV PEMBAHASAN 23
4.1 Pengelolaan Akun Instagram PT DSK Global Konsultama 23
4.1.1 Strategi Konten Instagram 23
4.1.2 Aktivitas Interaksi dan keterlibatan pengguna 29
4.1.3 Pengelolaan Komunitas 30
4.2 Peran Media Sosial Instagram dalam meningkatkan *Brand Awareness* 31
PT DSK Global Konsutama 31
4.2.1 Peningkatan Jangkauan dan Visibilitas Merek 31
4.2.2 Peningkatan Pengenalan Merek (*Brand Recognition*) 33
4.2.3 Peningkatan Daya Ingat Merek (*Brand Recall*) 35
4.2.4 Kontribusi Instagram dalam citra merek 36
4.3 Hambatan & Tantangan dalam Pengelolaan Akun Instagram PT DSK Global Konsultama 37
BAB V PENUTUP 37
5.1 Kesimpulan 37
4.2 Saran 38
DAFTAR PUSTAKA 39

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta
Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Frekuensi Posting 27

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Logo PT DSK Global Konsultama 15
Gambar 3. 2 Struktur Organisasi PT. DSK Global Konsultama 17
Gambar 4. 1 Profil Akun Instagram @dskglobal_official 23
Gambar 4. 2 Instagram Insight @dskglobal_official 24
Gambar 4. 3 Konten Informasi Layanan 25
Gambar 4. 4 Konten Edukasi 26
Gambar 4. 5 Feeds Dokumentasi Kegiatan 26
Gambar 4. 6 Konten Interaktif.....27
Gambar 4. 7 Palet Warna.....29
Gambar 4. 8 Konten Interaktif melalui Instagram Stories.....30
Gambar 4. 9 Penyelenggaraan Kontes atau Giveaway.....30
Gambar 4. 10 Pemanfaatan Hastag Relevan 32
Gambar 4. 11 Reels Konten Informatif dan Edukatif.....32
Gambar 4. 12 Kolaborasi dan Penandaan Akun (Tagging).....33
Gambar 4. 13 Template Konten yang Konsisten.....34
Gambar 4. 14 Wajah Profesional.....35
Gambar 4. 15 Penggunaan Logo dan Watermark pada postingan 35

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 41
Lampiran 2 42
Lampiran 3 44

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta
Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi yang pesat telah membawa dampak signifikan terhadap cara perusahaan membangun hubungan dengan masyarakat. Salah satu bentuk perkembangan yang paling mencolok adalah kehadiran media sosial sebagai sarana komunikasi yang praktis, cepat, dan mampu menjangkau audiens secara luas. Media sosial kini tidak hanya digunakan untuk hiburan atau interaksi pribadi, tetapi juga telah menjadi alat strategis dalam membangun citra, memperkenalkan layanan, serta menjalin hubungan yang lebih dekat dengan publik.

Keunggulan media sosial terletak pada sifatnya yang interaktif dan dua arah. Tidak seperti media konvensional yang bersifat satu arah, media sosial memungkinkan audiens memberikan tanggapan secara langsung dalam bentuk komentar, suka, berbagi, hingga pesan pribadi. Hal ini membuat proses komunikasi menjadi lebih dinamis, cepat, dan personal. Perusahaan pun dapat memahami perilaku, kebutuhan, serta harapan konsumen secara lebih mendalam melalui aktivitas mereka di platform digital.

Salah satu media sosial yang memiliki dampak besar dalam dunia komunikasi digital adalah Instagram. Instagram dikenal sebagai platform berbasis visual yang memungkinkan pengguna membagikan foto, video pendek, dan cerita secara langsung. Fitur seperti *Instagram Story, Reels, dan Feed* memberikan pengalaman visual yang menarik dan mudah diingat oleh pengguna. Keunggulan ini menjadi nilai tambah dalam membangun *brand awareness*, terutama karena daya tarik visual sangat efektif dalam memperkuat citra perusahaan di benak audiens.

Instagram juga mendukung pembentukan citra melalui konsistensi elemen visual seperti warna, desain, serta gaya bahasa yang digunakan dalam setiap unggahan. Dengan desain konten yang rapi dan estetis, serta penulisan caption yang sesuai dengan identitas perusahaan, sebuah brand dapat terlihat

profesional, ramah, atau solutif tergantung pada nilai yang ingin ditonjolkan. Keseluruhan elemen ini menjadi bagian dari proses komunikasi strategis untuk menanamkan kesadaran merek.

Dalam dunia bisnis jasa, terutama di sektor konsultan, kekuatan sebuah merek sangat menentukan keberhasilan perusahaan dalam menarik perhatian dan membangun kepercayaan publik. Produk yang ditawarkan tidak bersifat fisik sehingga *brand awareness* menjadi sangat penting sebagai acuan bagi konsumen dalam menentukan pilihan. *Brand awareness* sendiri terbagi menjadi dua tingkatan, yaitu *brand recognition* (kemampuan mengenali merek melalui elemen visual) dan *brand recall* (kemampuan mengingat nama merek secara spontan saat mendengar kategori layanan tertentu).

Peningkatan *brand awareness* melalui media sosial bukan hanya bergantung pada frekuensi unggahan, tetapi juga pada konsistensi pesan dan nilai yang ditampilkan. Setiap unggahan harus mencerminkan identitas perusahaan, seperti logo, warna, serta gaya komunikasi yang seragam. Nilai-nilai utama yang ditanamkan juga harus terlihat, seperti profesionalisme, integritas, kemampuan memberikan solusi (solutif), serta komitmen dalam menjalin hubungan yang terpercaya dengan audiens.

PT DSK Global Konsultama merupakan salah satu perusahaan jasa konsultan yang mulai aktif memanfaatkan Instagram sebagai media komunikasi sejak tahun 2023. Melalui akun resminya, perusahaan memperkenalkan profil, membagikan informasi layanan, menampilkan dokumentasi kegiatan seperti seminar dan pelatihan, serta mengedukasi audiens melalui konten informatif. Interaksi juga dilakukan secara langsung melalui fitur komentar dan pesan pribadi untuk menjawab pertanyaan atau kebutuhan calon klien.

Pemanfaatan Instagram menjadi strategi tepat dalam memperluas jangkauan dan membangun hubungan yang lebih dekat dengan masyarakat. Namun demikian, pengelolaan akun media sosial tidak dapat dilakukan secara sembarangan. Diperlukan strategi konten yang terstruktur, konsistensi dalam penyampaian pesan, serta pemahaman terhadap karakteristik target audiens. Unsur seperti visualisasi yang menarik, gaya bahasa yang sesuai, serta keaktifan dalam

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta
Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

merespons audiens menjadi faktor penting dalam membentuk persepsi positif terhadap merek.

Melalui tugas akhir ini, penulis ingin mengulas lebih dalam mengenai peran media sosial Instagram dalam meningkatkan *Brand Awareness* perusahaan, khususnya pada PT DSK Global Konsultama. Hal ini diharapkan dapat memberikan nilai tambah, baik bagi perusahaan dalam mengevaluasi strategi media sosial yang telah dilakukan, maupun bagi pihak lain yang tertarik untuk mengembangkan komunikasi digital dalam konteks jasa konsultan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan di atas, penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut:

a. Bagaimana pengelolaan akun Instagram PT DSK Global Konsultama?
b. Bagaimana peran media sosial Instagram dalam mendukung upaya PT DSK Global Konsultama untuk meningkatkan *Brand Awareness*?
c. Apa saja hambatan dan tantangan yang dihadapi dalam pengelolaan akun Instagram sebagai media untuk memingkatkan *Brand Awareness*?

1.3 Tujuan Penulisan

Berdasarkan perumusan masalah yang dipaparkan di atas, maka tujuan penulisan laporan tugas akhir ini adalah:

a. Untuk memahami bagaimana pengelolaan akun Instagram dilakukan oleh PT DSK Global Konsultama sebagai bagian dari strategi komunikasi perusahaan.
b. Untuk mengetahui peran Instagram sebagai media sosial dalam mendukung strategi komunikasi PT DSK Global Konsultama untuk meningkatkan *Brand Awareness*.
c. Untuk Mengidentifikasi hambatan dan tantangan yang dihadapi perusahaan dalam mengelola akun Instagram sebagai sarana untuk membangun kesadaran merek.

1.4 Manfaat Penulisan

Penulisan laporan tugas akhir ini diharapkan dapat memberikan manfaat

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta
Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

diantaranya:

a. Bagi penulis, melalui proses penyusunan tugas akhir ini, penulis mendapatkan pengalaman langsung dalam mengamati aktivitas kerja di divisi *Business Development* selama masa magang di PT DSK Global Konsultama. Pengamatan yang dilakukan secara langsung dan juga melalui dokumentasi internal perusahaan telah memberikan penulis pemahaman yang lebih mendalam mengenai strategi komunikasi digital, khususnya dalam pemanfaatan Instagram untuk membangun *Brand Awareness*. Selain itu, penulis juga belajar bagaimana mengidentifikasi hambatan dalam praktik pengelolaan media sosial dan bagaimana perusahaan meresponsnya. Semua pengetahuan dan pengalaman ini menjadi bekal berharga untuk mengembangkan keterampilan profesional, terutama dalam bidang komunikasi dan pemasaran digital.

b. Bagi perusahaan, tugas akhir ini diharapkan dapat memberikan gambaran objektif kepada PT DSK Global Konsultama mengenai efektivitas penggunaan media sosial Instagram dalam membangun *Brand Awareness* perusahaan. Melalui data yang diperoleh dari pengamatan langsung dan analisis dokumen, perusahaan dapat mengevaluasi strategi konten yang sudah diterapkan dan mempertimbangkan saran-saran yang diberikan untuk mengoptimalkan penggunaan Instagram sebagai alat komunikasi yang lebih efisien dan tepat sasaran. Dengan begitu, perusahaan dapat meningkatkan kehadirannya di media sosial serta memperkuat citra merek di mata masyarakat dan calon klien.

c. Manfaat Bagi Ilmu Pengetahuan

Tugas akhir ini turut memberikan kontribusi bagi pengembangan pengetahuan di bidang komunikasi digital dan pemasaran jasa. Pembahasan yang disajikan berdasarkan pengamatan langsung dan data aktual di lapangan menjadikan tugas akhir ini tidak hanya bersifat teoritis, tetapi juga aplikatif. Hal ini dapat menjadi referensi atau contoh praktis bagi mahasiswa lain, dosen, maupun pihak-pihak yang tertarik untuk memahami bagaimana strategi media sosial diterapkan secara nyata oleh perusahaan jasa, khususnya dalam membangun kesadaran merek melalui platform visual seperti Instagram.

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta
Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

1.5 Metode Pengumpulan Data

Dalam proses penyusunan laporan tugas akhir ini, penulis memperoleh data dan informasi yang dibutuhkan melalui beberapa metode dalam pengumpulan data, diantaranya:

a. Observasi

Pada metode ini, Penulis melakukan observasi dengan mengamati secara langsung akun Instagram PT DSK Global Konsultama. Hal-hal yang diamati meliputi jenis konten (Foto, Video, Stories, Reels), frekuensi posting, penggunaan hashtag, caption, interaksi dengan komentar, respons terhadap *Direct Message* (*DM*), dan penggunaan fitur interaktif lainnya.

b. Wawancara

Pada tahap ini, penulis mengajukan serangkaian pertanyaan kepada pihak terkait di PT DSK Global. Objek wawancara adalah Kepala Bagian *Business Development* yang bertanggung jawab langsung atas strategi dan operasional akun Instagram perusahaan.

c. Dokumentasi

Pada tahap ini, penulis mengumpulkan data pendukung berupa bukti visual dari aktivitas digital PT DSK Global. Objek dokumentasi adalah tangkapan layar (*screenshot*) dari beberapa unggahan Instagram PT DSK Global yang dianggap representatif, serta materi promosi relevan lainnya yang tersedia.

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta
Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB V
PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah dilakukan mengenai pemanfaatan media sosial Instagram dalam meningkatkan *Brand Awareness* PT DSK Global Konsultama, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

a. Pengelolaan akun Instagram @DSKglobal_official dilakukan dengan strategi yang terstruktur dan berkelanjutan. Strategi tersebut meliputi konsistensi unggahan, kesesuaian konten dengan kebutuhan target audiens, serta penggunaan elemen visual yang selaras dengan identitas perusahaan. Instagram tidak hanya digunakan sebagai media promosi, tetapi juga sebagai sarana komunikasi dua arah yang mendekatkan perusahaan dengan pengikutnya.

b. Media sosial Instagram memiliki peran yang signifikan dalam meningkatkan *Brand Awareness* PT DSK Global Konsultama. Melalui penyampaian konten visual yang konsisten dan komunikatif, perusahaan berhasil memperluas jangkauan informasi serta membentuk citra profesional di benak audiens. Interaksi aktif dengan pengikut serta penggunaan fitur-fitur seperti Feed, Stories, dan Reels turut memperkuat *brand recognition* dan *brand recall* di kalangan audiens digital.

c. Dalam pengelolaannya, PT DSK Global Konsultama menghadapi sejumlah hambatan seperti perubahan algoritma Instagram, tingginya persaingan konten, kesulitan dalam mengukur dampak langsung terhadap konversi bisnis, dan tantangan dalam menjaga engagement. Oleh karena itu, perusahaan perlu terus melakukan evaluasi berkala, beradaptasi dengan tren digital yang berkembang, serta mengoptimalkan interaksi agar *Brand Awareness* yang telah terbentuk dapat terus dipertahankan dan ditingkatkan.

4.2 Saran

Sebagai langkah strategis jangka panjang, PT DSK Global Konsultama dapat mempertimbangkan pengembangan konten berseri atau rubrik mingguan, seperti "#TipsHukumPekanIni" atau "#FaktaPajakHariIni" untuk menciptakan ekspektasi dan kebiasaan audiens dalam mengakses informasi dari akun perusahaan secara rutin. Konten berseri dapat menjadi ciri khas yang memperkuat positioning PT DSK Global Konsultama sebagai sumber terpercaya dalam bidang konsultasi, hukum, dan perpajakan.

Selain itu, perusahaan juga dapat menjajaki potensi kerja sama dengan mikro-influencer atau profesional di bidang hukum dan perpajakan yang relevan, guna memperluas jangkauan sekaligus menambah kredibilitas konten yang dibagikan. Kolaborasi semacam ini berpeluang meningkatkan kepercayaan audiens terhadap perusahaan serta memperkuat reputasi brand secara organik.

Dalam aspek visual, PT DSK Global Konsultama dapat mengembangkan template khusus untuk jenis konten tertentu, seperti template edukasi, testimoni klien, atau pengumuman acara. Hal ini bertujuan memperkuat identitas visual yang konsisten sekaligus memudahkan audiens mengenali tipe konten dengan cepat di linimasa.

Terakhir, mengingat pentingnya data dalam pengambilan keputusan digital, PT DSK Global Konsultama disarankan untuk mulai mengintegrasikan analitik lanjutan melalui tools tambahan di luar Instagram Insight, seperti Google Analytics atau Meta Business Suite, agar strategi yang dijalankan lebih berbasis data dan terukur.

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta
Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR PUSTAKA

Arianto, B., & Rani, R. (2024). *Media Sosial dalam Strategi Komunikasi Pemasaran Digital*. Bandung: Citra Komunika.

Firmansyah. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

Hartati, T. (2021). *Strategi Pemasaran Digital dengan Media Sosial*. Jakarta: Penerbit Buku Kompas.

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2017). *Media Sosial: Konsep, Tren, dan Aplikasi Bisnis*. Jakarta: Erlangga.

Kertamukti, R. (2015). *Komunikasi Pemasaran dan Media Sosial*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (Edisi ke-15, Jilid 1 & 2). Jakarta: Erlangga.

Marhietta, D., & Alexandrina, R. (2024). *Engagement Strategy di Media Sosial*. Yogyakarta: Andi Offset.

Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

Octaviana, A., Hidayat, R., & Pradipta, S. (2024). *Strategi Digital Branding untuk UMKM*. Jakarta: Literasi Nusantara.

Prasetyo, B., Susanto, M., & Wibowo, A. (2018). *Dasar-Dasar Komunikasi Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.

Pratama, R., & Santosa, B. (2020). *Komunikasi Digital dan Media Sosial. Yogyakarta*: Deepublish.

Purba, R. F., & Haryadi, Y. (2024). *Content Marketing di Era Digital: Strategi & Praktik*. Jakarta: Salemba Humanika.

Putri, D. A., & Saputra, R. (2021). *Media Sosial sebagai Strategi Branding*. Surabaya: CV. Media Edukasi.

Setiadi, N. J. (2015). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif dan Proses Pengambilan Keputusan*. Jakarta: Prenadamedia Group.

Simamora, B. (2023). *Manajemen Merek: Strategi Membangun dan Mengelola Brand yang Kuat*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R\&D*. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, F. (2016). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, F., & Diana, A. (2021). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: CV. Andi.

Wicaksono, A. (2021). *Media Sosial dan Pengaruhnya dalam Bisnis*. Yogyakarta: Laksana.

Yuliana, N., & Ramadhan, F. (2022*). Instagram Marketing: Meningkatkan Awareness Merek di Era Digital*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
   a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
   b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 1

DAFTAR PENGAMATAN

1. Kegiatan media relations melalui pengumuman webinar dan layanan konsultasi.
2. Publikasi rutin konten edukatif seputar perpajakan dan hukum bisnis.
3. Pemanfaatan fitur *Instagram Stories* untuk *polling* dan *Q&A*.
4. Unggahan testimoni klien dengan identitas disamarkan.
5. Ucapan hari besar nasional untuk memperkuat citra profesional dan nasionalis.
6. Penggunaan Reels untuk membagikan tips singkat seputar layanan.
7. Konsistensi visual dengan palet warna merah, krem, dan hitam.
8. Konten carousel informatif terkait peraturan perpajakan.
9. Interaksi aktif melalui balasan komentar dan *Direct Message*.
10. Penggunaan hashtag #SahabatDSK sebagai bentuk komunitas digital.
11. Unggahan kutipan dan insight singkat dari tim ahli DSK.
12. Dokumentasi kegiatan internal seperti rapat dan pelatihan staf.
13. Highlight Instagram disusun berdasarkan topik layanan.
14. Branding logo dan *watermark* disematkan dalam semua konten visual
15. Respons cepat terhadap pertanyaan layanan melalui fitur *DM*.

Lampiran 2

DAFTAR WAWANCARA

1. Sejak kapan PT DSK Global Konsultama mulai aktif menggunakan Instagram sebagai media komunikasi perusahaan?

   PT DSK Global Konsultama mulai aktif menggunakan Instagram secara strategis sejak awal tahun 2023. Sebelumnya akun sudah ada, namun baru dimanfaatkan secara maksimal sebagai media komunikasi dan branding pada tahun tersebut.

2. Apa tujuan utama PT DSK Global Konsultama dalam memanfaatkan Instagram untuk membangun *Brand Awareness*?

   Tujuan utamanya adalah untuk memperkenalkan layanan perusahaan kepada masyarakat luas secara digital, meningkatkan kesadaran merek (*brand awareness*), serta membangun citra sebagai perusahaan konsultan yang profesional dan terpercaya.

3. Bagaimana proses pembuatan dan pengelolaan konten Instagram di PT DSK Global Konsultama dilakukan?

   Konten Instagram dibuat melalui proses brainstorming tim media, disusun dalam bentuk kalender konten bulanan, kemudian didesain dan dijadwalkan menggunakan tools seperti Meta Business Suite. Setiap konten juga melalui proses revisi dan approval terlebih dahulu.

4. Apa saja jenis konten yang paling sering digunakan dan dianggap efektif dalam menjangkau audiens?

   Konten edukatif seperti tips pajak, infografis hukum bisnis, penjelasan layanan, serta konten interaktif seperti kuis dan polling dinilai paling efektif. Konten Reels juga cukup efektif dalam menjangkau audiens yang lebih luas.

5. Sejauh mana konsistensi visual seperti warna, font, dan desain diterapkan dalam membentuk identitas merek di Instagram?

   DSK sangat menjaga konsistensi visual. Warna merah, hitam, dan krem selalu digunakan sebagai elemen utama. Font juga diseragamkan agar tampilan feed terlihat profesional dan mudah dikenali sebagai milik

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta
Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

PT DSK Global Konsultama.

6. Bagaimana PT DSK Global Konsultama membangun kedekatan dan interaksi dua arah dengan audiens melalui Instagram?

   PT DSK Global Konsultama aktif membalas komentar dan DM, membuat konten interaktif, serta menggunakan gaya bahasa yang lebih personal. Admin sering menyapa pengikut dengan sebutan #SahabatDSK dan menyebut dirinya sebagai #MinKA untuk menciptakan komunikasi yang akrab.

7. Apa peran hashtag seperti #SahabatDSK dalam membentuk komunitas dan memperkuat *brand engagement*?

   Hashtag tersebut digunakan untuk membangun sense of belonging dengan audiens. Dengan menggunakan #SahabatDSK, audiens merasa lebih dekat dan menjadi bagian dari komunitas DSK, sehingga engagement meningkat.

8. Apa saja fitur Instagram (seperti *Stories, Reels, atau Feed*) yang paling sering digunakan dan mengapa?

   Feed digunakan untuk konten informatif yang bersifat permanen, *Stories* untuk interaksi cepat dan update harian, sedangkan *Reels* dimanfaatkan untuk menjangkau audiens baru karena algoritmanya mendukung penyebaran lebih luas.

9. Apa tantangan utama yang dihadapi PT DSK Global Konsultama dalam mengelola akun Instagram?

   Tantangan utamanya adalah perubahan algoritma yang membuat jangkauan tidak stabil, serta tingginya persaingan konten dari perusahaan sejenis. Selain itu, menjaga konsistensi engagement juga menjadi tantangan tersendiri.

10. Bagaimana PT DSK Global Konsultama mengukur keberhasilan penggunaan Instagram dalam meningkatkan *Brand Awareness*?

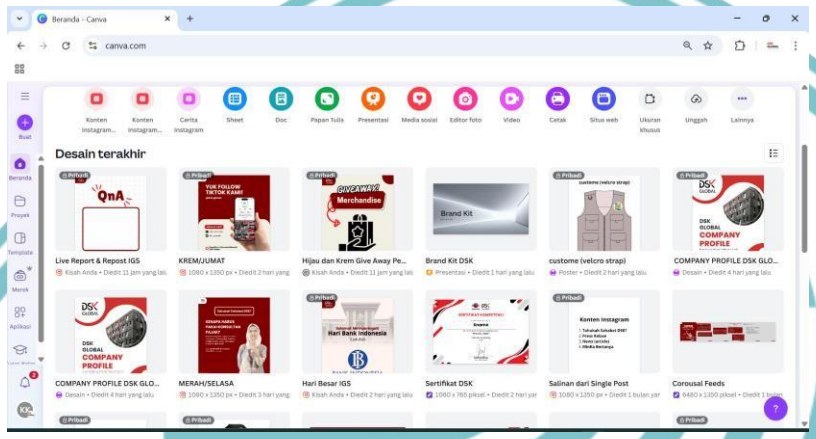
    Keberhasilan diukur melalui insight Instagram seperti jangkauan, tayangan, interaksi, dan pertumbuhan followers. Selain itu, meningkatnya kunjungan ke website dan bertambahnya klien yang mengetahui DSK melalui Instagram juga menjadi indikator keberhasilan.

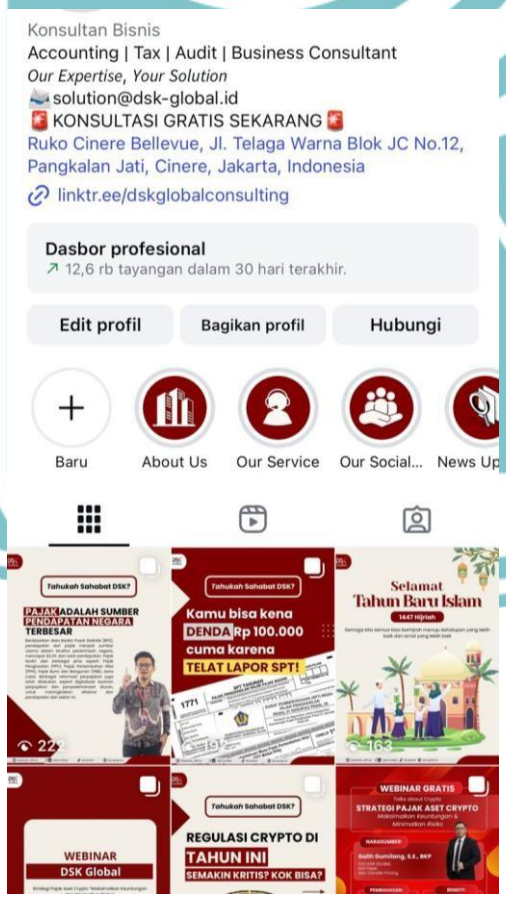
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
   a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
   b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 3

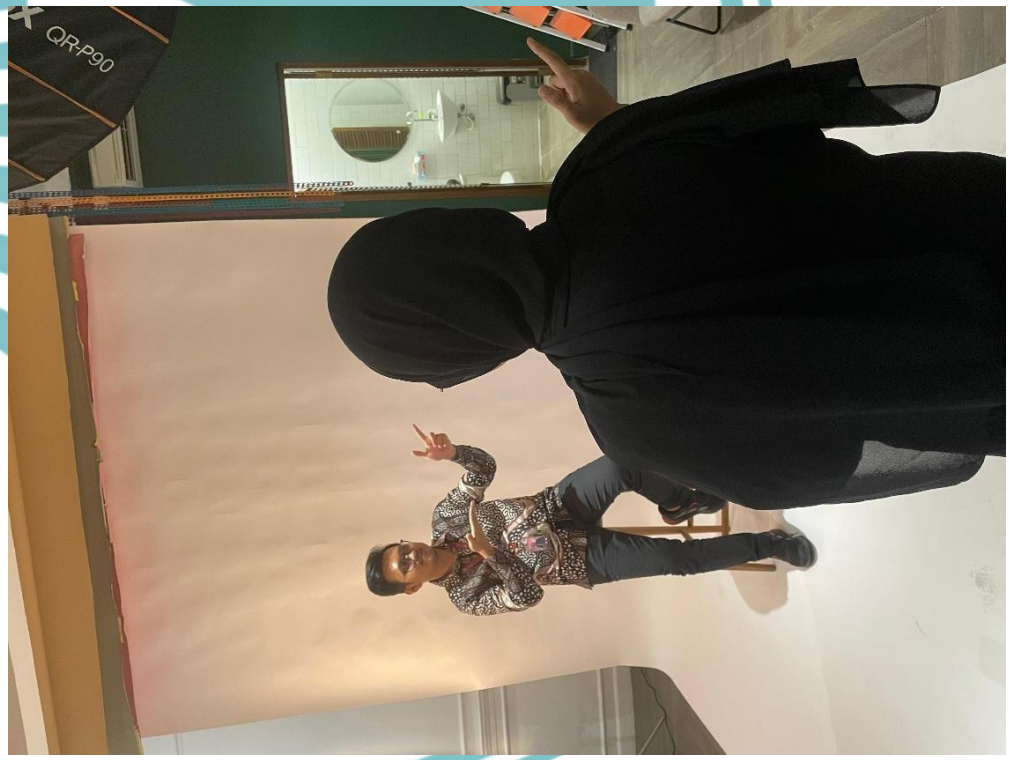
DOKUMENTASI

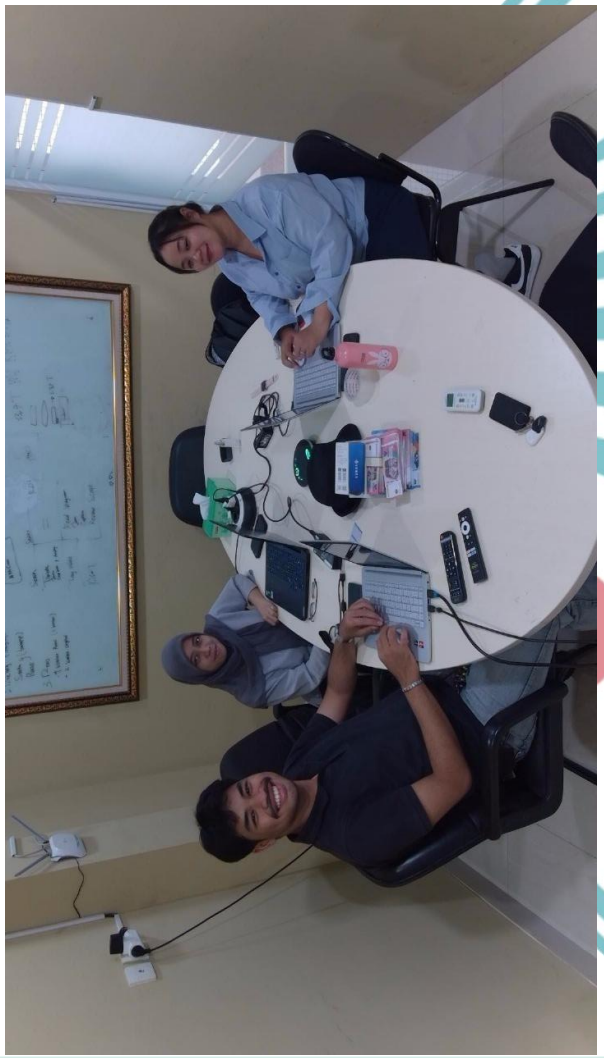




© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
   a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
   b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
   a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
   b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

PERMOHONAN IZIN

Hal : Surat permohonan pengambilan data di PT DSK Global Konsultama

Yth.Bapak Galih Gumilang

Direktur Utama

Di

Tempat

Dengan Hormat,

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama	: Khansa Inayah Purwanto
NIM	: 2205311021
Program Studi	: Diploma III Administrasi Bisnis
No. Handphone	: 08128856347

Memohon untuk diizinkan meminta data dari PT DSK Global Konsultama yang akan digunakan sebagai bahan tugas akhir berjudul Peran Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan *Brand Awareness* Di PT DSK Global Konsultama. Adapun data yang saya butuhkan berupa :

1. Informasi strategi konten Instagram yang diterapkan oleh PT DSK Global Konsultama sejak mulai aktif menggunakan Instagram hingga saat ini (misalnya: jadwal unggahan, jenis konten, tujuan konten, konsep visual).
2. Data insight akun Instagram PT DSK Global Konsultama, seperti jumlah pengikut, engagement rate, jangkauan (reach), dan impresi konten selama periode tertentu (bisa 3 bulan terakhir).
3. Dokumentasi kegiatan perusahaan yang pernah dipublikasikan melalui Instagram, seperti webinar, pelatihan, atau kegiatan eksternal lainnya yang relevan untuk dianalisis dalam konteks brand awareness.

Demikian surat permohonan ini saya sampaikan. Besar harapan saya Bapak berkenan memberikan izin untuk memperoleh data tersebut demi kelancaran penyusunan tugas akhir saya. Atas perhatian dan bantuan Bapak, saya ucapkan terima kasih.

Depok, 18 Juni 2025
Pemohon

(Khansa Inayah Purwanto)
2205311021

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta