

**KAMPANYE TENTANG *DOXING*  
DALAM UPAYA MENJAGA PRIVASI DI MEDIA SOSIAL**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana  
Program Studi Desain Komunikasi Visual Jenjang Strata 1 / S1



Oleh

**Anindita Nur Pahmi**

**20201810033**

**FAKULTAS ILMU KOMPUTER**

**UNIVERSITAS KUNINGAN**

**2024**

# LEMBAR PENGESAHAN

**Kampanye Tentang *Doxing* Dalam Upaya Menjaga Privasi di Media Sosial**

Disusun Oleh

**Anindita Nur Pahmi**

**20201810033**

**Program Studi Desain Komunikasi Visual Jenjang Strata 1 / S1**

Skripsi ini telah dibimbing kepada para pembimbing sesuai dengan SK bimbingan Skripsi/Tugas Akhir di Program Studi Desain Komunikasi Visual Jenjang S1 Fakultas Ilmu Komputer Universitas Kuningan dan telah disetujui pada

:

Tempat : Fakultas Ilmu Komputer

Hari : Kamis

Tanggal Bulan Tahun : 20 Juni 2024

**DOSEN PEMBIMBING :**

**Pembimbing 1**



**Dr. Sigit Setya Kusuma, M.Sn.**  
NIK. 410 111 920 229

**Pembimbing 2**



**Elin Herlina, M.I/Kom.**  
NIK. 410 105 920 230

**Mengetahui/Mengesahkan**

**Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual S1**



**Jerry Donald Rahjajaan, M.Sn.**  
NIK. 410 107 740 228

# LEMBAR PENGUJIAN

**Kampanye Tentang *Doxing* Dalam Upaya Menjaga Privasi di Media Sosial**

Disusun Oleh

**Anindita Nur Pahmi**

**20201810033**

**Program Studi Desain Komunikasi Visual Jenjang Strata 1 / S1**

Skripsi ini telah Diujikan dan Dipertahankan di Depan Dosen Penguji Sidang Skripsi, Program Studi Desain Komunikasi Visual Jenjang S1 Fakultas Ilmu Komputer Universitas Kuningan dan telah disetujui pada :

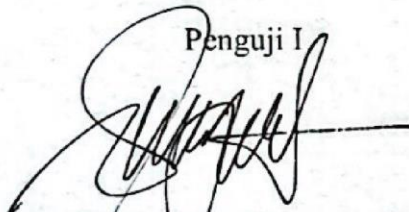
Tempat : Fakultas Ilmu Komputer

Hari : Kamis

Tanggal : 20 Juni 2024


## DOSEN PENGUJI :

Penguji I




**Dr. Sigit Setya Kusuma, M.Sn.**  
NIK. 410 111 920 229

Penguji II



**Rika Nugraha, M.Sn.**  
NIK. 410 110 730 227

Penguji III



**Yulvanto, M.T.I.**  
NIK. 410 106 830 231

## Mengetahui/Mengesahkan

Dekan  
Fakultas Ilmu Komputer



**Eito Sugiharto, S.Kom., M.Eng.**  
NIK. 410 381 013 48

Ketua Program Studi  
Desain Komunikasi Visual S1



**Jerry Dounald Rahajajan, M.Sn.**  
NIK. 410 107 740 228

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Anindita Nur Pahmi  
NIM : 20201810033  
Tempat, Tanggal lahir : Kuningan, 14 Februari 2000  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Fakultas : Ilmu Komputer  
Perguruan Tinggi : Universitas Kuningan

Menyatakan bahwa **Skripsi / Tugas Akhir** dengan judul sebagai berikut :

Judul : Kampanye Tentang *Doxing* Dalam Upaya Menjaga Privasi di Media Sosial


Dosen Pembimbing 1 : Dr. Sigit Setya Kusuma, M.Sn

Dosen Pembimbing 2 : Elin Herlina, M.I.Kom

Adalah benar benar **ASLI** dan **BUKAN PLAGIAT** yakni tidak melakukan penjiplakan pada karya tulis ilmiah milik orang lain, kecuali yang dikembangkan dan diacu dalam daftar pustaka pada Skripsi / Tugas Akhir ini.

Demikian pernyataan ini **SAYA** buat, apabila kemudian hari terbukti **SAYA** melakukan penjiplakan karya orang lain, maka **SAYA** bersedia menerima **SANKSI AKADEMIK**.

Kuningan, 20 Juni 2024  
Yang menyatakan,

  
**Anindita Nur Pahmi**



## PERNYATAAN ORIGINALITAS

*Bismillahirrahmanirrahim*

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul Kampanye Tentang Doxing Dalam Upaya Menjaga Privasi Di Media Sosial beserta seluruh isinya adalah benar karya saya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan.

Atas dasar pernyataan ini saya siap menanggung resiko atau sanksi apa pun yang sesuai dengan peraturan yang berlaku apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian skripsi ini.

Kuningan, 20 Juni 2024  
Yang membuat pernyataan,



**Anindita Nur Pahmi**

## MOTTO

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

"Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan"

إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

"Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan"

(QS. Al-Insyirah 94: Ayat 5-6)

آتَىٰ أَمْرُ اللَّهِ فَلَا تَسْتَعْجِلُوهُ ۗ سُبْحٰنَهُ وَتَعَالَىٰ عَمَّا يُشْرِكُونَ

"Ketetapan Allah pasti datang, maka janganlah kamu meminta agar dipercepat (datangnya). Maha Suci Allah dan Maha Tinggi Dia dari apa yang mereka persekutukan."

(QS. An-Nahl 16: Ayat 1)

“Ngalamun, ngimpi, ngadoa, ngusahakeun.”

(Abah, 2015)

## PERSEMBAHAN

Dengan segala puji syukur kepada Allah SWT dan atas dukungan dan doa dari orang-orang tercinta, akhirnya skripsi ini dapat dirampungkan dengan baik dan tepat pada waktunya. Oleh karena itu, dengan rasa bangga dan bahagia saya ucapkan rasa syukur dan terimakasih saya kepada:

1. Allah SWT, karena hanya atas izin dan karunia-Nya lah maka skripsi ini dapat dibuat dan selesai pada waktunya. Puji syukur yang tak terhingga pada Allah SWT yang meridhoi dan mengabulkan segala doa. Alhamdulillah.
2. Orang tua saya, terutama ibu saya, ibu Wati Kurniawati serta ayah Andi Iskandar, yang selalu memberikan ketenangan, kenyamanan, motivasi, doa terbaik, dan menyisihkan finansialnya, sehingga saya bisa menyelesaikan masa

studi saya. Terima kasih atas hal-hal yang telah diberikan. Kalian sangat berarti bagi saya.

3. Keluarga saya, terutama kepada Alm. abah, ema, aa, adik, tante dan anak-anaknya jugra saudara yang lainnya, terima kasih atas semangat, dukungan, dan doanya serta terima kasih karena sudah membantu dan mau menemani dalam mengerjakan skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu Dosen Prodi DKV FKOM UNIKU yang selalu memberikan yang terbaik bagi mahasiswanya, terutama Bapak Dr. Sigit Setya Kusuma, M.Sn. dan Ibu Elin Herlina, M.I.Kom. selaku pembimbing saya. Terima kasih karena telah memberikan bantuan, semangat, dan doa sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
5. Teman-teman seperjuangan, DKV dan FKOM UNIKU 2020, terutama Ardis, Dede, Ghevira, Gina, Fauzy, Ajeng yang senantiasa memberikan arahan, dukungan, serta motivasi dan telah menemani selama hampir empat tahun ini.
6. Sahabat-sahabat terbaik saya, terutama Salwa, Suci, Dzimar, Alifian, Rizqa, Anisa, Almathana, Jodi, Anggitya, Selvya, Jihan, Syifa yang senantiasa memberikan arahan, dukungan, motivasi, serta doanya, juga terima kasih karena sudah membantu dan mau menemani saya berkeluh kesah.
7. Terakhir, untuk diri saya sendiri, Anindita Nur Pahmi. Terima kasih sudah bertahan sejauh ini. Terima kasih tetap memilih berusaha dan merayakan sendiri sampai di titik ini, walau sering merasa kurang atas apa yang telah sdiusahakan dan belum berhasil, namun terima kasih tetap menjadi manusia yang selalu mau berusaha dan tidak lelah mencoba. Terima kasih karena memutuskan untuk tidak menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dan telah menyelesaikannya sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dirayakan untuk diri sendiri. Berbahagialah selalu diamapun berada, Anin. Apapun lebih dan kurangmu, mari rayakan diri sendiri.

## ABSTRAK

Pelanggaran privasi pada perkembangan informasi di internet termasuk media sosial perlu diperhatikan. Salah satu bentuk pelanggaran privasi yang terus bertambah tiap tahunnya adalah *doxing*. *Doxing* merupakan perilaku mencari dan mempublikasikan data pribadi di internet. Perilaku ini dapat terjadi kepada siapapun, termasuk masyarakat biasa yang berpotensi menjadi pelaku dan korban dari *doxing*. Kurangnya media kampanye mengenai *doxing* dapat membuat masyarakat kurang paham terhadap keamanan privasi dari salah satu kejahatan siber ini. Oleh karena itu, diperlukan pemahaman mengenai *doxing* bagi masyarakat dalam menjaga privasinya. *Microblog* dipilih sebagai bentuk implementasi kampanye untuk mengedukasi masyarakat mengenai perilaku *doxing* dalam upaya menjaga privasinya di media sosial. Perancangan ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan wawancara, studi literatur, dan kuesioner. Data kemudian dianalisis menggunakan metode AISAS dan diselesaikan dengan teori *Design Thinking*. Kampanye mengenai *doxing* dalam upaya menjaga privasi di media sosial diimplementasikan pada *microblog* Instagram dengan *username* @info\_doxing. Hasil kampanye *doxing* dengan media *microblog* Instagram yang didapat dari kuesioner, menghasilkan data sebanyak 87,9% menganggap konten kampanye efektif, menarik serta komunikatif. Kampanye ini memberi edukasi terhadap audiens terhadap *doxing* sebanyak 90,2%. Kampanye *doxing* dalam menjaga privasi melalui media *microblog* Instagram ini berpengaruh positif terhadap minat audiens terhadap *doxing*.

**Kata Kunci:** *Kampanye, Doxing, Microblog, Privasi*



## **ABSTRACT**

*Violations of privacy in the development of information on the internet, including social media need to be considered. One form of privacy violation that continues to increase every year is doxing. Doxing is the behavior of searching for and publishing personal data on the internet. This behavior can happen to anyone, including ordinary people who have the potential to become perpetrators and victims of doxing. The lack of media campaigns regarding doxing can make the public less aware of the privacy security of this type of cybercrime. Therefore, it is necessary to understand doxing for the public to maintain their privacy. Microblogs were chosen as a form of campaign implementation to educate the public about doxing behavior in an effort to maintain their privacy on social media. This design uses descriptive qualitative methods with interviews, literature studies and questionnaires. The data was then analyzed using the AISAS method and completed using Design Thinking theory. A campaign regarding doxing in an effort to maintain privacy on social media was implemented on the Instagram microblog with @info\_doxing as the username. The results of the campaign for regarding doxing through the Instagram microblog media obtained from the questionnaire produced data as many as 87,9% considered the campaign content effective, interesting, and communicative. This campaign provides education to the audience regarding doxing as much as 90,2%. The campaign about doxing to maintain privacy on social media through the Instagram microblog has had a positive influence on the audience's interest against doxing.*

**Keywords:** Campaign, Doxing, Microblog, Privacy

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT. Yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam semoga tetap tercurah limpahkan kepada junjungan Nabi kita Muhammad SAW, kepada para sahabatnya, kepada keluarganya serta kepada kita selaku umatnya yang Insha Allah taat pada ajaran agama dan senantiasa mengamalkannya. Aamiin. Adapun judul skripsi yang penulis ambil adalah **“KAMPANYE TENTANG *DOXING* DALAM UPAYA MENJAGA PRIVASI DI MEDIA SOSIAL”**

Dalam proses penyelesaian skripsi ini, penulis memperoleh banyak bantuan dari berbagai pihak baik berupa bimbingan, arahan serta tertulis maupun secara lisan sehingga proposal dapat diselesaikan. Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Dikdik Harjadi, M.Si., selaku Rektor Universitas Kuningan.
2. Bapak Tito Sugiharto, S.Kom., M.Eng. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Kuningan.
3. Bapak Jerry Dounald Rahajaan, M.Sn. selaku Kepala Program Studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Ilmu Komputer Universitas Kuningan.
4. Bapak Dr. Sigit Setya Kusuma, M.Sn selaku Pembimbing I yang sudah banyak meluangkan waktunya untuk membimbing penulis.

5. Ibu Elin Herlina, M.I.Kom. selaku Pembimbing II yang sudah banyak meluangkan waktunya untuk membimbing penulis.
6. Orang tua yang telah memberikan do'a, arahan dan dukungan baik material maupun moral.
7. Rekan-rekan Mahasiswa Fakultas Ilmu Komputer Universitas Kuningan.
8. Serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan dukungan dan membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Dalam penyusunan ini penulis menyadari adanya kekurangan dalam pembuatan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis, tempat/objek penelitian, Institusi dan bagi para pembaca pada umumnya. Atas dukungan dan bantuannya, penulis mengucapkan banyak terima kasih.

Kuningan, 20 Juni 2024

Penulis

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PENGUJIAN	
SURAT PERNYATAAN	
PERNYATAAN ORIGINALITAS	
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	
ABSTRAK .....	i
<i>ABSTRACT</i> .....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR .....	viii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR LAMPIRAN .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	3
1.3 Rumusan Masalah .....	3
1.4 Tujuan Perancangan .....	3
1.5 Batasan Lingkup Perancangan .....	4
1.6 Manfaat Perancangan .....	4
1.7 Metode Perancangan .....	5
1.7.1 Metode Pengumpulan Data.....	5
1.7.2 Metode Analisis Data .....	6
1.7.3 Metode Penyelesaian Masalah.....	6
1.7.4 Kerangka Perancangan .....	7
1.8 Sistematika Penulisan.....	8
<b>BAB II LANDASAN TEORITIS.....</b>	<b>11</b>
2.1 Kajian Teori dan Studi Literatur .....	11
2.1.1 Kampanye .....	11
2.1.2 <i>Doxing</i> .....	12
2.1.3 Privasi .....	17
2.1.4 Informasi.....	23
2.1.5 Media Baru/ <i>New Media</i> .....	23

2.1.6 Desain Komunikasi Visual .....	26
2.1.7 Desain Grafis .....	26
2.1.8 Tata Letak/ <i>Layout</i> .....	34
2.1.9 <i>Design Thinking</i> .....	37
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	38
2.3 Tinjauan Karya Terdahulu .....	41
2.4 Kerangka Teoritis .....	43
<b>BAB III ANALISIS DATA DAN KONSEP PERANCANGAN .....</b>	<b>45</b>
3.1 Data dan Objek Perancangan.....	45
3.1.1 Data Primer .....	45
3.1.2 Data Sekunder.....	48
3.1.3 Objek Perancangan .....	50
3.2 Hasil Analisis Data .....	51
3.2.1 AISAS.....	51
3.3 Konsep Kreatif .....	52
3.3.1 Tujuan Kreatif.....	52
3.3.2 Strategi Kreatif.....	53
3.4 Konsep Visual.....	55
3.4.1 Teknik Visualisasi.....	55
3.4.2 Gaya Visualisasi .....	56
3.4.3 Elemen Perancangan.....	56
3.4.4 <i>Copywriting</i> .....	60
3.5 Konsep Media.....	61
3.5.1 Target Audiens.....	61
3.5.2 Media Utama.....	61
3.5.3 Media Pendukung .....	62
3.6 Program Kreatif.....	67
3.6.1 Jadwal Perancangan.....	67
3.6.2 Biaya Perancangan.....	67
<b>BAB IV VISUALISASI HASIL PERANCANGAN .....</b>	<b>69</b>
4.1 Pengolahan Ide .....	69
4.1.1 Tema dan Konsep yang Digunakan .....	69
4.1.2 Nama <i>Microblog</i> .....	69
4.1.3 Hashtag dan Slogan .....	70

4.1.4 Pemilihan Warna.....	70
4.1.5 Pemilihan Tipografi .....	71
4.1.6 Elemen Visual.....	72
4.2 Eksekusi Visual .....	72
4.2.1 Logo.....	72
4.2.2 Template <i>Feeds</i> Instagram.....	74
4.2.3 Tahap Pengerjaan <i>Microblog</i> .....	75
4.2.4 Tahap Pengerjaan Media Pendukung .....	78
4.3 Penerapan pada Media.....	83
4.4 Tahap Sesudah Perancangan.....	94
4.5 Implementasi Kampanye <i>Doxing</i> .....	95
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>97</b>
5.1 Kesimpulan.....	97
5.2 Saran .....	97
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>99</b>
<b>RIWAYAT HIDUP (CURRICULUM VITAE).....</b>	<b>105</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>107</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Kasus Doxing 2017-2020 .....	2
Gambar 2. 1 Jenis Warna RGB dan CMYK.....	27
Gambar 2. 2 Warna Panas dan Dingin .....	28
Gambar 2. 3 Skema Warna Primer .....	28
Gambar 2. 4 Skema Warna Sekunder.....	29
Gambar 2. 5 Skema Warna Tersier.....	29
Gambar 2. 6 Skema Monochromatic .....	30
Gambar 2. 7 Skema Complementary .....	30
Gambar 2. 8 Skema Split Complementary.....	31
Gambar 2. 9 Skema Triadic.....	31
Gambar 2. 10 Skema Square.....	31
Gambar 2. 11 Skema Rectangular Tetradic.....	32
Gambar 2. 12 Prinsip Desain Grafis Unity .....	33
Gambar 2. 13 Prinsip Desain Grafis Balance.....	33
Gambar 2. 14 Prinsip Desain Grafis Irama .....	34
Gambar 2. 15 Prinsip Desain Grafis Hirarki Visual.....	34
Gambar 2. 16 Big Type Layout.....	37
Gambar 2. 17 Type Specimen Layout.....	37
Gambar 2. 18 Instagram belajarprivasi .....	41
Gambar 2. 19 Instagram hukum_online.....	42
Gambar 3. 1 Observasi Konten Doxing .....	46
Gambar 3. 2 Observasi Poster Mengenai Doxing.....	47
Gambar 3. 3 Dokumentasi Wawancara .....	48
Gambar 3. 4 Jumlah Korban Doxing .....	49
Gambar 3. 5 Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia.....	50
Gambar 3. 6 Persentase Usia Pengguna Instagram di Indonesia .....	50
Gambar 3. 7 Poster Swiss Style .....	56
Gambar 3. 8 Referensi Combination Mark Logo.....	57
Gambar 3. 9 Referensi Tipografi Sans Serif .....	58
Gambar 3. 10 Referensi Warna .....	58
Gambar 3. 11 Referensi Ilustrasi.....	59
Gambar 3. 12 Referensi Layout .....	60
Gambar 3. 13 Referensi X-banner Kampanye Sosial .....	62
Gambar 3. 14 Referensi T-shirt Kampanye Sosial .....	63
Gambar 3. 15 Referensi Tote Bag Kampanye Sosial.....	64
Gambar 3. 16 Referensi Poster Kampanye Sosial .....	65
Gambar 3. 17 Referensi Pin Kampanye Sosial .....	66
Gambar 3. 18 Referensi Sticker Ajakan.....	66
Gambar 4. 1 Warna yang Digunakan dalam Perancangan .....	70
Gambar 4. 2 Font Helvetica Neue Regular .....	71
Gambar 4. 3 Font Helvetica Neue Bold .....	71
Gambar 4. 4 Font Helvetica Neue Light.....	72

Gambar 4. 5 Sketsa Logo .....	73
Gambar 4. 6 Final Logo Microblog .....	73
Gambar 4. 7 Konsep Template Feeds Instagram.....	74
Gambar 4. 8 Template Feeds Instagram.....	75
Gambar 4. 9 Menentukan Background dan Template.....	76
Gambar 4. 10 Memasukan Teks .....	76
Gambar 4. 11 Pembuatan dan Penyesuaian Elemen Visual .....	77
Gambar 4. 12 Final Design Feeds 1 .....	78
Gambar 4. 13 Layout Konsep Desain X-Banner .....	78
Gambar 4. 14 Hasil Desain X-Banner.....	79
Gambar 4. 15 Layout Konsep Desain T-Shirt .....	79
Gambar 4. 16 Hasil Desain T-Shirt .....	80
Gambar 4. 17 Layout Konsep Desain Tote Bag.....	80
Gambar 4. 18 Hasil Desain Tote Bag .....	80
Gambar 4. 19 Layout Konsep Desain Poster .....	81
Gambar 4. 20 Hasil Desain Poster .....	81
Gambar 4. 21 Layout Konsep Desain Poster Digital .....	82
Gambar 4. 22 Hasil Desain Poster Digital .....	82
Gambar 4. 23 Layout Konsep Desain Pin.....	83
Gambar 4. 24 Hasil Desain Pin .....	83
Gambar 4. 25 Hasil Desain Sticker .....	83
Gambar 4. 26 Visualisasi Media Utama Microblog.....	84
Gambar 4. 27 Konten Trivia 1 .....	85
Gambar 4. 28 Konten Trivia 2.....	85
Gambar 4. 29 Konten Trivia 3.....	86
Gambar 4. 30 Konten Trivia 4.....	86
Gambar 4. 31 Konten Trivia 5.....	86
Gambar 4. 32 Konten Trivia 6.....	87
Gambar 4. 33 Konten Tips and Trick 1 .....	87
Gambar 4. 34 Konten Tips and Trick 2 .....	88
Gambar 4. 35 Konten News 1 .....	88
Gambar 4. 36 Konten News 2 .....	89
Gambar 4. 37 Konten Quotes.....	89
Gambar 4. 38 Konten Giveaway .....	89
Gambar 4. 39 Visualisasi Media Pendukung X-Banner.....	90
Gambar 4. 40 Visualisasi Media Pendukung T-Shirt .....	91
Gambar 4. 41 Visualisasi Media Pendukung Tote Bag.....	91
Gambar 4. 42 Visualisasi Media Pendukung Poster .....	92
Gambar 4. 43 Visualisasi Media Pendukung Poster Digital .....	93
Gambar 4. 44 Visualisasi Media Pendukung Pin .....	93
Gambar 4. 45 Visualisasi Media Pendukung Sticker .....	94
Gambar 4. 46 Hasil Kuesioner 1 .....	96
Gambar 4. 47 Hasil Kuesioner 2 .....	96

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Bagan Kerangka Perancangan.....	8
Tabel 2. 1 Tabel Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	40
Tabel 2. 2 Bagan Kerangka Penggunaan Teori .....	43
Tabel 3. 1 Content Plan .....	55
Tabel 3. 2 Tabel Jadwal Perancangan.....	67
Tabel 3. 3 Tabel Rincian Biaya .....	67

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1. SK Bimbingan
- Lampiran 2. Kartu Bimbingan
- Lampiran 3. Dokumentasi Wawancara
- Lampiran 4. Kuesioner 1
- Lampiran 5. Kuesioner 2
- Lampiran 6. *Content Plan*