



**PENGELOLAAN KOMUNIKASI KORPORAT
DALAM IMPLEMENTASI *CORPORATE SOCIAL
INNOVATION* YANG BERKELANJUTAN PADA
PERUSAHAAN ELEKTRONIK DI INDONESIA
(Studi Kasus Pada PT Epson Indonesia Tahun 2021-2023)**

TESIS

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan
Program Studi Magister Ilmu Komunikasi**

Oleh:

**DEBORA AYU SITA AGUSTINA
55221110035**

MERCU BUANA

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

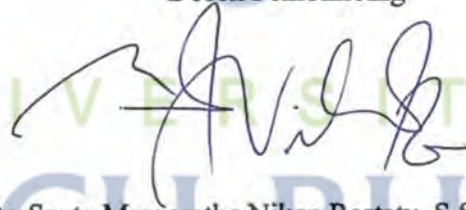
2024

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

Nama Lengkap : Debora Ayu Sita Agustina
NIM : 55221110035
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Konsentrasi * : Komunikasi Korporat dan Pemasaran
Judul Karya Akhir/Tesis : Pengelolaan Komunikasi Korporat dalam Implementasi
Corporate Social Innovation yang Berkelanjutan pada
Perusahaan Elektronik di Indonesia (Studi Kasus pada
PT Epson Indonesia Tahun 2021-2023)

Jakarta, 30 Agustus 2024

Dosen Pembimbing



(Dr. Santa Margaretha Niken Restaty, S.Sos., M.Si.)

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS

Judul : Pengelolaan Komunikasi Korporat dalam Implementasi
Corporate Social Innovation yang Berkelanjutan pada
Perusahaan Elektronik di Indonesia (Studi Kasus pada PT
Epson Indonesia Tahun 2021-2023)

Nama : Debora Ayu Sita Agustina

NIM : 55221110035

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

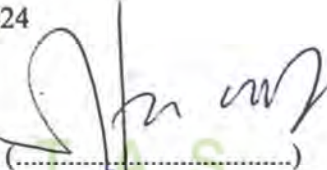
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Komunikasi Korporat dan Pemasaran

Tanggal : 30 Agustus 2024

Jakarta, 30 Agustus 2024
Mengetahui,

1. Ketua Sidang :
Dr. Heri Budiarto, M. Si.
2. Penguji Ahli :
Dr. Rosmawaty Hilderiah
Pandjaitan, S.Sos., M.T.
3. Pembimbing :
Dr. Santa Margaretha Niken
Restaty, S.Sos., M.Si.



(.....)



(.....)



(.....)

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

Judul : Pengelolaan Komunikasi Korporat dalam Implementasi
Corporate Social Innovation yang Berkelanjutan pada
Perusahaan Elektronik di Indonesia (Studi Kasus pada PT
Epson Indonesia Tahun 2021-2023)
Nama : Debora Ayu Sita Agustina
NIM : 55221110035
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Komunikasi Korporat dan Pemasaran
Tanggal : 30 Agustus 2024

Jakarta, 30 Agustus 2024
Mengetahui,

1. Ketua Sidang :
Dr. Heri Budianto, M. Si.
2. Penguji Ahli :
Dr. Rosmawaty Hilderiah
Pandjaitan, S.Sos., M.T.
3. Pembimbing :
Dr. Santa Margaretha Niken
Restaty, S.Sos., M.Si.



(.....)
(.....)
(.....)

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Nama Lengkap : Debora Ayu Sita Agustina
NIM : 55221110035
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Kosentrasi : Komunikasi Korporat dan Pemasaran
Judul Karya Akhir/Tesis : Pengelolaan Komunikasi Korporat dalam Implementasi
Corporate Social Innovation yang Berkelanjutan pada
Perusahaan Elektronik di Indonesia (Studi Kasus pada
PT Epson Indonesia Tahun 2021-2023)

Jakarta, 30 Agustus 2024

Dosen Pembimbing



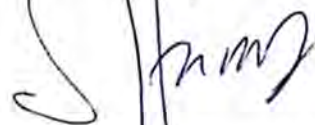
(Dr. Santa Margaretha Niken Restaty, S.Sos., M.Si.)

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

Ketua Program Studi
Magister Ilmu Komunikasi



(Dr. Heri Budianto, M.Si)

PERNYATAAN SIMILARITY CHECK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Debora Ayu Sita Agustina
NIM : 55221110035
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Dengan judul “Pengelolaan Komunikasi Korporat Dalam Implementasi Corporate Social Innovation yang Berkelanjutan Pada Perusahaan Elektronik Indonesia (Studi Kasus Pada PT Epson Indonesia)”, telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 29 Agustus 2024, didapatkan nilai persentase sebesar 15 %

Jakarta, 30 Agustus 2024
Administrator Turnitin


Aulia Rahman, S.Ikom

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : Pengelolaan Komunikasi Korporat dalam Implementasi *Corporate Social Innovation* yang Berkelanjutan pada Perusahaan Elektronik di Indonesia (Studi Kasus pada PT Epson Indonesia Tahun 2021-2023)
Nama : Debora Ayu Sita Agustina
N I M : 55221110035
Program Studi : Komunikasi Korporat dan Pemasaran
Tanggal : 30 Agustus 2024

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

UNIVERSITAS Jakarta, 30 Agustus 2024

MERCU BUANA



(Debora Ayu Sita Agustina)

ABSTRAK

Sampah elektronik menjadi masalah yang dapat merusak lingkungan dan menjadi salah satu penyebab peningkatan suhu di bumi, serta berpengaruh pada perubahan iklim. Beberapa hambatan menyebabkan PT Epson Indonesia (EIN) sulit untuk segera membuat atau menjalankan program kerja dan kegiatan komunikasi dengan tujuan mengatasi masalah lingkungan tersebut. Penelitian ini bertujuan agar mendapatkan pemahaman, penjelasan dan penggambaran tentang bagaimana perusahaan tersebut mengkonstruksi pengelolaan komunikasi korporat beserta hambatan dan solusinya dalam penerapan konsep ekonomi hijau dan konsep TPB/SDGs melalui implementasi *Corporate Social Innovation (CSI)* kurun waktu April 2021-Maret 2023 sebagai solusi. Merujuk pada teori koergensi simbolik, difusi inovasi, dan konsep komunikasi korporat, *Triple Bottom Line (3P)* serta TPB/SDGs, penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif, paradigma konstruktif dan metode penelitian studi kasus untuk mengetahui cara PT EIN menyusun dan menyampaikan pesan bisnis, serta solusi atas hambatan komunikasinya. Hasil penelitian menemukan bahwa implementasi *CSI* dilakukan PT EIN melalui pengelolaan komunikasi korporat secara strategis yang menggunakan perspektif teori dan konsep yang disebutkan sebelumnya. Pertama, mengacu teori konvergensi simbolik, ditemukan 5 isyarat simbol yang digunakan berdasarkan 4 tahapan, yakni tema fantasi, rantai fantasi, tipe fantasi visi retorik. Kedua, mengacu teori difusi inovasi, pengelolaan komunikasi terbagi atas dua proses, yakni antara (1) pemerintah pada PT EIN, (2) PT EIN pada *stakeholders* lainnya. Ketiga, pengelolaan pesan dari konsep *triple bottom line (3P)* juga digunakan sebagai acuan untuk menentukan beberapa poin agenda TBP/SDGs yang terkait. Penelitian ini memberi rekomendasi kepada PT EIN untuk memiliki bagian khusus yang menangani *CSI* untuk perubahan yang berkelanjutan.

Kata Kunci: *Corporate Social Innovation*, Komunikasi Korporat, Berkelanjutan, Ekonomi Hijau.

ABSTRACT

Electronic waste (e-waste) becomes a problem that can damage the environment. Moreover, it is also the causes of increasing earth's average temperature which has an effect on climate change. PT Epson Indonesia (EIN) faced several obstacles that made it difficult to immediately create or implement work programs and communication activities aimed at addressing environmental problems. This study aims to gain an understanding, explanation and description of how PT EIN constructs corporate communication management along with obstacles and solutions in implementing the green economy concept and the SDGs concept through the implementation of Corporate Social Innovation (CSI) for the period April 2021-March 2023 as a solution. Referring to the theory of symbolic convergence, diffusion of innovation, and the concept of corporate communication, Triple Bottom Line (3P) and SDGs, this study was conducted using a qualitative approach, constructive paradigm and case study research method to find out how PT EIN composes and conveys business messages, as well as solutions to its communication obstacles. The results of the study found that the implementation of CSI was carried out by PT EIN through strategic corporate communication management using the perspectives of those several theories and concepts. First, referring to the theory of symbolic convergence, 5 symbolic cues were found to be used based on 4 stages, namely fantasy themes, fantasy chains, fantasy types and rhetorical vision. Second, referring to the diffusion of innovation theory, communication management was divided into two processes, namely based on the relationship of (1) the government and PT EIN, (2) PT EIN and other stakeholders. Third, message management from the triple bottom line (3P) concept was also used as a reference for the company to determine several SDGs agenda points. This study recommends that PT EIN is should has a special section that handles CSI for sustainable change.

Keywords: *Corporate Social Innovation, Corporate Communications, Sustainable, Green Economy.*

KATA PENGANTAR

Soli Deo gloria, puji dan syukur hanya bagi Allah yang selalu setia memberikan kekuatan, kasih dan anugerah-Nya kepada penulis, sehingga mampu menyelesaikan tesis ini sebagai syarat untuk mendapatkan gelar Magister Ilmu Komunikasi dari Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana Jakarta.

Dalam proses pembuatan tesis yang berjudul “Pengelolaan Komunikasi Korporat dalam Implementasi *Corporate Social Innovation* pada Perusahaan Elektronik di Indonesia (Studi Kasus pada PT Epson Indonesia Tahun 2021-2023)” ini, peneliti menghadapi beberapa hambatan yang muncul dari internal diri atau lingkungan penelitian, terutama saat masa pandemi. Sehingga pada akhirnya, peneliti membutuhkan waktu lebih lama untuk penyelesaiannya. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terima kasih banyak kepada Ibu Dr. Santa Margaretha Niken Restaty, S.Sos., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah membantu, mendukung dan selalu sabar membimbing dalam setiap tahapan penyusunan tesis ini. Begitu juga kepada Ibu Dr. Rosmawaty Hilderiah Pandjaitan, S.Sos., M.T. selaku dosen penelaah, peneliti ucapkan terima kasih dan apresiasi tinggi karena telah membagikan ilmu pengetahuan, pengalaman, saran dan kritik sehingga mempermudah penyelesaian penelitian ini. Selain itu, banyak bantuan, dukungan serta kontribusi lainnya yang diterima oleh peneliti dalam mengupayakan penyusunan tesis ini. Maka dari itu, peneliti hendak menyampaikan rasa syukur dan hormat kepada beberapa pihak berikut ini:

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, yang juga telah mengajarkan dan membagikan ilmu pengetahuan dalam perkuliahan.
2. Bapak Dr. Heri Budianto, S.Sos, M.Si selaku Ketua Sidang serta Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan Dr. Afdal Makkuraga Putra, M. Si selaku Sekretaris Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang tanpa henti mengingatkan, memotivasi dan memberi masukan kepada peneliti.
3. Seluruh dosen dan staff di Program Magister Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana yang telah memberi waktu dan upayanya untuk mengajarkan ilmu pengetahuan serta membagikan cerita pengalamannya kepada para mahasiswa. Terima kasih untuk segala kesempatan dan hal berharga yang telah diberikan kepada kami.
4. Seluruh rekan mahasiswa angkatan 39 Program Magister Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana dan Pejuang2 UMB yang bersama berjuang dan membantu selama jalannya perkuliahan tahun 2021-2024. Terima kasih untuk kerjasamanya.
5. H. Siahaan (Alm.) & Rata R. Sihombing selaku orang tua tercinta; A. Leonardo S., L. Andreas S., Anggi O.Y.T.S., L. Dean M. S. selaku abang, kakak, keponakan; Kel. Wagner (Pelni & GDC); Flo & Lia; “Pesan” Siahaan Fams; dan Pomp. Omp. Natalina Sihombing. Terima kasih banyak buat doa, perhatian, juga atas dukungannya dalam setiap

langkah atau keputusan yang diambil oleh peneliti. “Family’s always first, right? Yes, it is.”

6. Seluruh sahabat terbaik: Faizal, Gita, Indra, Marco, Tifa, Bestie, Kare, Diana, Martha, Dian, Mona, Teddy, Lucas, Yoyo, Dohot, Alex, PSPS, Kompa Palsi yang tiada henti memberi semangat dan dukungan moral. Canda tawa dan kehangatan kalian sangat berarti.
7. Rekan-rekan di PT Epson Indonesia yang telah memberikan kesempatan, waktu dan dukungan pada proses penyusunan tesis ini. Terima kasih telah bekerja sama dan berkontribusi sehingga penelitian ini dapat diselesaikan.

Peneliti menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam tata bahasa, cara penyampaian, segi penyajian data, maupun aspek teknik penyusunan lainnya dalam tesis ini. Oleh karena itu, dengan rendah hati, peneliti menerima saran dan kritik dari pembaca agar peneliti dapat memperbaiki penulisan tesis ini.

Penulis berharap tesis ini dapat menghadirkan informasi dan juga memberikan pemahaman mendalam tentang penggunaan komunikasi korporat khususnya dalam implementasi konsep-konsep ekonomi hijau yang bersifat berkelanjutan. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat dan meningkatkan kepedulian berbagai pihak atas lingkungan dan sosial, serta mampu dijadikan referensi bagi para pembaca.

Jakarta, 30 Agustus 2024



Debora Ayu Sita Agustina
Peneliti

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS	iii
LEMBAR PENGESAHAN TESIS	iv
PERNYATAAN SIMILARITY CHECK	v
PERNYATAAN KEASLIAN	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1. 1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1. 2 Fokus Penelitian.....	15
1. 3 Maksud dan Tujuan Penelitian	15
1. 4 Manfaat Penelitian	16
1.4.1 Manfaat Akademis	16
1.4.2 Manfaat Praktis	17
BAB II	19
TINJAUAN PUSTAKA	19
2. 1. Penelitian Terdahulu.....	19
2. 2. Landasan Teori.....	49
2. 2. 1 Teori Konvergensi Simbolik.....	49
2. 2. 2 Teori Difusi Inovasi.....	53
2. 3. Landasan Konsep.....	57
2. 3. 1 Konsep Komunikasi Korporat.....	57
2. 3. 2 Konsep Triple Bottom Line atau 3P.....	60
2. 3. 3 Konsep Corporate Social Innovation.....	62
2. 3. 4 Konsep Tujuan Pembangunan Berkelanjutan.....	64
2. 4. Kerangka Berpikir.....	66
BAB III	68
METODE PENELITIAN	68
3. 1. Tipe Penelitian.....	68
3. 2. Paradigma Penelitian.....	69
3. 3. Metode Penelitian.....	70
3. 4. Subyek Penelitian.....	71
3. 5. Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	72
3. 6. Teknik Analisis Data.....	76
3. 7. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	79
BAB IV	82
HASIL DAN PEMBAHASAN	82

4. 1	Gambaran Umum PT Epson Indonesia.....	82
4. 1. 1.	Struktur Organisasi Manajemen.....	86
4. 1. 2.	Deskripsi Tanggung Jawab.....	87
4. 1. 3.	Identitas Perusahaan.....	92
4. 2.	Gambaran Umum Informan Penelitian.....	92
4. 3.	Hasil Penelitian.....	95
4. 3. 1	Cara Pengelolaan Komunikasi Korporat dalam Implementasi Corporate Social Innovation yang Berkelanjutan pada Perusahaan Elektronik PT Epson Indonesia Kurun Waktu April 2021-Maret 2023.....	95
4. 3. 2.	Hambatan dan Solusi Pengelolaan Komunikasi Korporat dalam Implementasi Corporate Social Innovation yang Berkelanjutan pada Perusahaan Elektronik PT Epson Indonesia Kurun Waktu April 2021-Maret 2023.....	126
4. 4.	Pembahasan	133
4. 4. 1.	Cara Pengelolaan Komunikasi Korporat dalam Implementasi Corporate Social Innovation yang Berkelanjutan pada Perusahaan Elektronik PT Epson Indonesia Kurun Waktu April 2021-Maret 2023.....	133
4.4.1.1.	Analisis Teori Konvergensi Simbolik.....	133
4.4.1.2.	Analisis Teori Difusi Inovasi.....	138
4.4.1.3.	Analisis Komunikasi Korporat.....	148
4.4.1.4.	Analisis Konsep Triple Bottom Line.....	151
4.4.1.5.	Implementasi Corporate Social Innovation.....	153
4. 4. 2.	Hambatan dan Solusi Pengelolaan Komunikasi Korporat dalam Implementasi Corporate Social Innovation yang Berkelanjutan pada Perusahaan Elektronik PT Epson Indonesia Kurun Waktu April 2021-Maret 2023.....	157
BAB V	161
KESIMPULAN DAN SARAN	161
5. 1.	Kesimpulan.....	161
5. 2.	Saran.....	163
5. 2. 1.	Saran Akademis.....	163
5. 2. 2.	Saran Praktis.....	167
DAFTAR PUSTAKA	168

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1.	Matrix Penelitian Terdahulu.....	36
Tabel 4. 1.	Saluran Media Komunikasi Epson Indonesia.....	103
Tabel 4. 2.	Kampanye TPB/SDGs Epson Indonesia Melalui Peringatan Hari Khusus.....	116
Tabel 4. 3.	Isyarat Simbolik dan Tema Fantasi Epson Indonesia.....	134
Tabel 4. 4.	Tahapan Difusi Inovasi Komunikasi Korporat PT Epson Indonesia Terhadap Inovasi dari Pemerintah.....	141
Tabel 4. 5.	Atribut Pengaruh Keputusan Adopsi oleh Epson Indonesia.....	142
Tabel 4. 6.	Tahapan Difusi Inovasi Komunikasi Korporat PT Epson Indonesia pada Beberapa <i>Stakeholders</i>	146
Tabel 4. 7.	Implementasi Perwujudan TPB/ SDG oleh Epson Indonesia.....	158
Tabel 4. 8.	Hambatan Komunikasi PT Epson Indonesia periode April 2021-Maret 2023.....	160
Tabel 4. 9.	Model Implementasi Corporate Social Innovation PT Epson Indonesia.....	164



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1.	Grafik Komposisi Sampah Indonesia Berdasarkan Jenis Sampah (2023).....	1
Gambar 1. 2.	Volume Jenis Sampah B3 Rumah Tangga DKI Jakarta (Januari -Agustus 2022).....	4
Gambar 1. 3.	Volume Sampah Elektronik Global (2016-2050).....	6
Gambar 4. 1.	Sejarah Seiko Epson Corporation.....	83
Gambar 4. 2.	Gedung Kantor PT Epson Indonesia-Cibis Business Park..	85
Gambar 4. 3.	Struktur Organisasi Epson Indonesia	86
Gambar 4. 4.	Struktur Organisasi Divisi Pemasaran Epson Indonesia.....	88
Gambar 4. 5.	Tampilan Akun Resmi Instagram Epson Indonesia.....	90
Gambar 4. 6.	Tampilan Akun Resmi Facebook Epson Indonesia.....	90
Gambar 4. 7.	Tampilan Akun Resmi LinkedIn Epson Indonesia.....	91
Gambar 4. 8.	Tampilan Akun Resmi Youtube Epson Indonesia.....	91
Gambar 4. 9.	Logo Perusahaan Epson Indonesia.....	92
Gambar 4. 10.	Kegiatan CSR di TPST Bantargebang.....	96
Gambar 4. 11.	Filosofi Manajemen Epson Indonesia.....	99
Gambar 4. 12.	Prinsip Perilaku Perusahaan Epson Indonesia.....	99
Gambar 4. 13.	Komitmen Epson. Sumber Web Epson Indonesia.....	101
Gambar 4. 14.	Informasi Keberlanjutan Perusahaan Epson Indonesia.....	102
Gambar 4. 15.	Informasi Keberlanjutan Produk Epson Indonesia.....	102
Gambar 4. 16.	Informasi Kemitraan Keberlanjutan Epson Indonesia.....	103
Gambar 4. 17.	Program <i>Talk Show</i> -Epson Talk.....	106
Gambar 4. 18.	Digital <i>Marketing</i> Campaign kolaborasi dengan KOL.....	109
Gambar 4. 19.	<i>Roadshow</i> -Epson Bussiness Inkjet Caravan.....	110
Gambar 4. 20.	Konservasi Maritim-KKP Alor.....	115
Gambar 4. 21.	Profil Pemimpin Perusahaan Seiko Epson Corporation.....	117
Gambar 4. 22.	Teknologi Epson yang Ramah Lingkungan.....	120
Gambar 4. 23.	Kampanye Heat free-Teknologi Epson.....	121
Gambar 4. 24.	CSR-Epson Goes To School.....	122
Gambar 4. 25.	Informasi Implikasi Komitmen TPB/ SDGs oleh Perusahaan Epson.....	123
Gambar 4.26.	Penghargaan untuk Epson.....	125

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara	173
Lampiran 2 Transkrip Wawancara Informan Pertama.....	175
Lampiran 3 Transkrip Wawancara Informan Kedua	182
Lampiran 4 Transkrip Wawancara Informan Ketiga	188
Lampiran 5 Transkrip Wawancara Informan Keempat	194
Lampiran 6 Dokumentasi Saat Wawancara	198
Lampiran 7 Daftar Konten Media Epson Indonesia	200
Lampiran 8 Hasil Cek Uji Plagiasi (Turnitin)	244
Lampiran 9 Surat Ijin Penelitian	250
Lampiran 10 Surat Tugas Dosen Pembimbing	252
Lampiran 11 CV Peneliti	253



UNIVERSITAS
MERCU BUANA