

BAB I

PENDAHULUAN

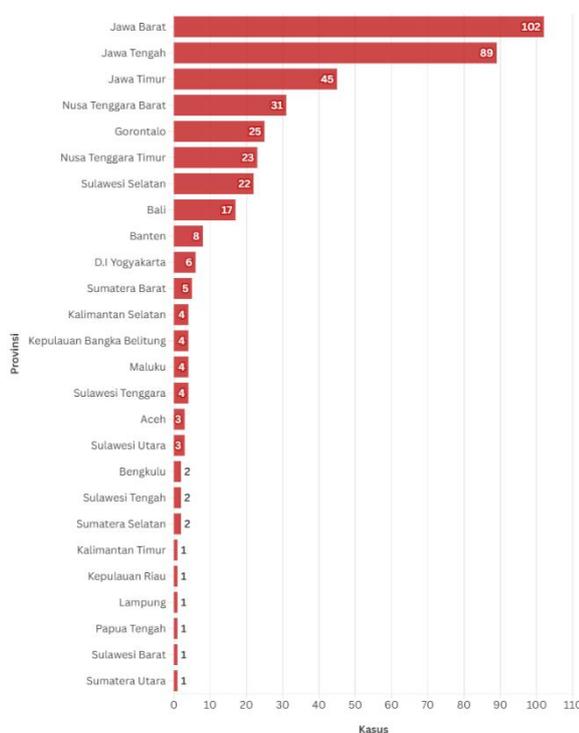
1.1 Latar Belakang

Dari hasil pra-riset yang dilakukan, ditemukan sebuah embung di wilayah Kiarapayung, Kabupaten Sumedang, yang bisa menjadi solusi untuk mengatasi masalah kekurangan air bersih di daerah tersebut. Embung ini dirancang untuk menampung air dan digunakan oleh masyarakat, baik untuk kebutuhan sehari-hari, pertanian, maupun untuk mendukung kegiatan wisata. Namun, dilapangan ditemukan bahwa embung tersebut tidak berfungsi sebagaimana mestinya. Warga Kiarapayung justru menutup akses ke embung karena merasa bahwa manfaat embung hanya dirasakan oleh pihak pengelola wisata, sementara mereka sebagai warga sekitar tidak mendapatkan manfaat langsung. Hal ini menunjukkan adanya kesalahpahaman dan kurangnya komunikasi antara pihak pengelola dan masyarakat. Selain itu, masih banyak warga yang belum memahami bahwa embung bisa dimanfaatkan untuk memenuhi kebutuhan air mereka sendiri. PT DABEST dengan strategi komunikasi yang baik dan membangun hubungan yang positif dengan masyarakat, perusahaan dapat membantu menyampaikan informasi yang benar serta mengajak masyarakat untuk bersama-sama memanfaatkan embung sebagai solusi atas masalah air yang mereka hadapi.

Fenomena lapangan tersebut kemudian didukung oleh data kurangnya kebutuhan Sumber Daya Air (SDA) tepatnya pada ketersediaan air baku menjadi salah satu issue terkini yang sedang ditetapkan oleh Dinas Sumber Daya Air Prov. Jawa Barat, 2024. Bersama PT Daya Agung Bestari (DABEST), melakukan kerja sama untuk menanggulangi salah satu issue tersebut pada kawasan Kiarapayung yang terletak pada Kabupaten Sumedang. Pertumbuhan penduduk yang pesat dan meningkatnya aktivitas ekonomi memerlukan pasokan air yang lebih besar di kawasan Kiarapayung (PT Daya Agung Bestari, 2024). Berdasarkan Data Badan Penanggulangan Bencana Daerah (BPBD) tahun 2023 dalam artikel yang dimuat oleh (Endan Dodi Kusnaedi, 2023), menyatakan bahwa terdapat 12 kawasan Kabupaten Sumedang sedang berada pada posisi rawan air bersih, salah satu kawasan tersebut adalah Kecamatan Jatinangor, dimana kawasan Kiarapayung berada. Melihat kondisi terkini mengenai kebutuhan air yang menurun khususnya di daerah wilayah Kabupaten Sumedang, PT DABEST memberikan sebuah solusi

dan inovasi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat sekitar yang merasakan dampak atas kurangnya kebutuhan pasokan air bersih dengan pendekatan secara *Customer Centric* kepada *stakeholders* komunitas, PT DABEST tidak hanya memberikan perencanaan yang strategis dan terkonsep mengenai infrastruktur pembangunan air baku, namun juga dapat mendengarkan keluhan dan kebutuhan yang nyata tanpa asumsi mengenai kekurangan air bersih dan dampak yang dirasakan, melalui komunikasi yang inklusif, kolaboratif dan memprioritaskan keinginan masyarakat dan komunitas, dengan harapan agar PT DABEST mampu memberikan solusi dan inovasi yang terencana dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat Kabupaten Sumedang.

Jumlah Bencana Kekeringan per Provinsi di Indonesia
(2019-Oktober 2024)



Sumber: Data Badan Nasional Penanggulangan Bencana

GoodStats

Gambar 1.1 Data Kekeringan Provinsi Indonesia

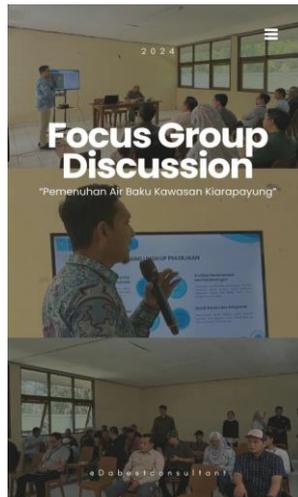
Sumber: Goodstats (2024)

Menurut(Alfathi, 2024), permasalahan kekeringan di Indonesia merupakan isu krusial yang terjadi hampir setiap tahun, khususnya di wilayah-wilayah padat penduduk dan berkebutuhan tinggi seperti Pulau Jawa. Data dari Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB) mencatat bahwa mayoritas kasus kekeringan terjadi di Pulau Jawa, dengan total mencapai 250 kasus, di mana sebarannya banyak ditemukan di Provinsi Jawa Barat. Kondisi ini menunjukkan bahwa wilayah Jawa

Barat memiliki tingkat kerentanan yang tinggi terhadap ketersediaan air, terutama saat musim kemarau. Air tidak hanya dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan dasar masyarakat, seperti minum, sanitasi, dan kesehatan, tetapi juga menjadi komponen penting bagi sektor pertanian, industri, hingga pariwisata. Ketika pasokan air baku atau air bersih mengalami keterbatasan, maka tidak hanya rumah tangga yang terdampak, tetapi juga aktivitas perekonomian dan pembangunan di daerah tersebut turut terganggu.

Salah satu wilayah yang merasakan langsung dampak dari kekurangan pasokan air adalah Kiarapayung, yang berada di Kabupaten Sumedang, Jawa Barat. Melihat kondisi tersebut, PT DABEST bersama Dinas Sumber Daya Air (DSDA) berinisiatif untuk mengembangkan program Pemenuhan Air Baku, yang tidak hanya bertujuan menyelesaikan permasalahan masyarakat, tetapi juga mendorong keberlangsungan sektor-sektor pendukung perekonomian yang terdampak. Program ini diharapkan mampu memberikan solusi berkelanjutan, tidak hanya dari sisi teknis penyediaan air, tetapi juga melalui strategi komunikasi eksternal yang membangun hubungan positif dengan komunitas, agar program dapat diterima dan dimanfaatkan secara optimal.

Salah satu strategi komunikasi yang dilakukan oleh PT DABEST dalam upaya pemenuhan air baku di daerah Kiarapayung, Kabupaten Sumedang melalui kolaborasi dengan *stakeholders*-nya. PT DABEST menggunakan beberapa pendekatan untuk mengumpulkan seluruh informasi dan permasalahan dari masyarakat, pendekatan tersebut dilakukan kepada masyarakat atau warga yang tinggal di daerah Kiarapayung, sebagai bagian dari *stakeholders* PT DABEST dalam kasus ini yaitu komunitas masyarakat. Dengan harapan melalui komunikasi dengan *stakeholders*nya mampu mengumpulkan seluruh informasi yang dibutuhkan pada perancangan program Pemenuhan Air Baku di desa Kiarapayung. PT DABEST menyadari bahwa komunikasi langsung dengan warga sekitar menjadi prioritas utama untuk penyelesaian masalah kurangnya air baku di Kiarapayung.



Gambar 1.2 Kegiatan FGD (*Focus Group Discussion*)

Sumber: Akun Instagram @dabest.consultant (diakses pada 7/11/2024 pukul 11.15 WIB)



Gambar 1.3 Kegiatan Survey Masyarakat

Sumber: Akun Instagram @dabest.consultant (diakses pada 7/11/2024 pukul 11.15 WIB)

Kegiatan yang dilakukan oleh PT DABEST diatas adalah sebuah contoh dari strategi komunikasi eksternal dengan *stakeholdersnya* yang dijalankan oleh perusahaan. Dalam kegiatannya, yang dilakukan oleh perusahaan yaitu untuk memastikan seluruh informasi mengenai keadaan sekitar, analisis aspek lingkungan, pemetaan wilayah dan pengumpulan data untuk mengukur ketersediaan air baku di kawasan Kiarapayung. Setelah mengumpulkan informasi tersebut kemudian PT DABEST melakukan *survey* langsung dengan masyarakat

dan melakukan kegiatan FGD (*Focus Group Discussion*) dengan pendekatan *Costumer Centric*, dengan tujuan untuk mengetahui keluhan serta kekurangan yang dirasakan oleh masyarakat sekitar. Tujuan ini dilakukan agar perencanaan, sasaran masalah dapat sesuai dan memastikan setiap langkah dapat terencana dengan baik untuk keberhasilan *project* pemenuhan air baku ini dan memberikan manfaat yang baik bagi masyarakat dan sektor-sektor sekitar.



Gambar 1.4 Kegiatan Diskusi Pemenuhan Air Baku

Sumber: Akun Instagram @dabest.consultant (diakses pada 7/11/2024 pukul 11.40 WIB)

Dalam kegiatan untuk *project* ketersediaan air baku di Kiarapayung, PT DABEST juga rutin dalam melakukan diskusi dengan *stakeholders* terkait, diskusi tersebut memiliki tujuan yaitu mengembangkan solusi pemenuhan air baku yang berkelanjutan. Melalui kolaborasi dengan para ahli, *stakeholders*, PT DABEST mampu mencari solusi dan inovasi bagi permasalahan ketersediaan air baku di Sumedang. PT DABEST percaya melalui komunikasi dan diskusi dengan masyarakat merupakan strategi yang penting, agar dapat terencana, tepat sasaran, dan mampu memastikan bagi wilayah Sumedang mampu mendapatkan akses air bersih yang sehat dan berkelanjutan, sehingga dampak yang dirasakan tidak hanya pada generasi saat ini, namun untuk generasi selanjutnya.

Seluruh kegiatan komunikasi dengan *stakeholders* yang dilakukan oleh PT DABEST membutuhkan strategi yang baik agar hubungan yang dibentuk serta citra positif dari perusahaan akan terus positif. Bentuk Komunikasi Eksternal yang dijalankan oleh sebuah perusahaan memiliki tujuan untuk menjalin hubungan baik,

melalui hubungan dengan *stakeholders*, dapat menjalankan visi dan misi dari perusahaan, karena memiliki tujuan yang sama. Menurut Ayu et al., (2023), kegiatan hubungan dengan komunitas tidak hanya dilakukan dengan tujuan kepentingan untuk perusahaan, memberikan keuntungan atau mengurangi hambatan yang dirasakan oleh masyarakat. Tetapi, kegiatan *community relations* dilakukan oleh perusahaan sebagai bentuk kontribusi langsung pada permasalahan yang hadir dalam masyarakat, khususnya pada lingkungan sekitar.

Dalam program Pemenuhan Air Baku di Kiarapayung, Kabupaten Sumedang, penerapan *stakeholder relations* kepada komunitas tidak hanya untuk menyelesaikan permasalahan yang terjadi disekitar, namun PT DABEST juga menjaga hubungan baik dengan komunitas yang menjadi unsur penting pada jalannya program atau *project* yang sedang dilaksanakan. Dengan menjaga hubungan dengan komunitas, PT DABEST mampu memberikan manfaat dan menyelesaikan permasalahan lingkungan yang dialami oleh masyarakat Kiarapayung. Tidak hanya perencanaan, namun PT DABEST juga memberikan solusi berupa inovasi teknologi infrastruktur yang bisa digunakan oleh masyarakat sekitar, karena PT DABEST meyakini bahwa dapat menyelesaikan sebuah permasalahan khususnya pada kurangnya kebutuhan air bersih di Indonesia, mampu memberikan manfaat, tidak hanya bagi perusahaan, juga bagi masyarakat luas, dengan perencanaan yang strategis sehingga dapat mensejahterakan banyak pihak.

Peneliti membandingkan PT DABEST dengan perusahaan yang serupa bergerak di bidang jasa konsultasi sumber daya air. Berdasarkan hasil observasi melalui *website* dan media sosial PT Purifikasi (2024), PT Purifikasi merupakan perusahaan yang juga bekerja sama dengan instansi dan perusahaan untuk menyelesaikan permasalahan lingkungan khususnya pada bidang pengelolaan sumber daya air. Keduanya sama-sama memiliki kontribusi yang baik terhadap lingkungan, namun PT DABEST dalam melakukan *project* Pemenuhan Air Baku di Kiarapayung dengan tetap mementingkan komunitas seperti masyarakat sebagai unsur penting. Sehingga selama *project* berlangsung, seluruh perencanaan yang dilakukan dari tahap awal hingga akhir, akan sesuai dengan keinginan masyarakat dan masyarakat terlibat dalam proses pengambilan keputusan.

Tabel 1.1 Data Perbandingan Kompetitor PT DABEST

Aspek	PT DABEST	PT Purifikasi
Bidang Perusahaan	Jasa konsultan yang berfokus pada solusi pengelolaan Sumber Daya Air di Indonesia. Administratif, survey, pengelolaan RAB hingga <i>design</i> . Menciptakan produk yang solutif dan inovatif.	Jasa konsultan yang berfokus pada solusi pengelolaan Sumber Daya Air, perizinan berusaha, <i>design</i> , dan perencanaan perkotaan.
Target Perusahaan	Perusahaan dan atau Instansi Pemerintahan yang ingin menyelesaikan permasalahan pada bidang pengelolaan SDA (Sumber Daya Air) yang mampu memberikan dampak untuk masyarakat luas, dan menjadikan dampak bagi masyarakat sebagai prioritas perusahaan.	Perusahaan, Instansi Pemerintah dan Universitas yang membutuhkan jasa konsultasi, perencanaan dan perizinan bagi perusahaan/mitra tersebut. Menjadikan kepuasan klien sebagai fokus utama dari perusahaan.
Pendekatan dengan <i>stakeholders</i>	PT DABEST melakukan kegiatan rutin untuk menjalin hubungan langsung dengan komunitasnya, seperti Survei Masyarakat, Survei Lingkungan, <i>Focus Group Discussion</i> , <i>Collaboration Meeting</i> dan Diskusi rutin untuk selalu memberikan	PT Purifikasi dalam menjalankan <i>projectnya</i> tidak melakukan kegiatan komunikasi secara rutin baik dengan komunitas, salah satunya masyarakat. Koordinasi dilakukan hanya dengan perusahaan yang menjadi mitra pada <i>project</i> tersebut dan

	<p><i>update</i> mengenai inovasi yang dibuat oleh perusahaan. Komunikasi yang digunakan cenderung non-formal untuk mendengarkan keluhan dari masyarakat dengan pendekatan yang berfokus <i>Costumer Centric</i> dan berorientasi pada proses.</p>	<p>bersifat formal. PT Purifikasi melakukan survey menggunakan tenaga ahli dan langsung datang pada lokasi yang ingin dilakukan survey, sehingga perusahaan ini lebih berfokus pada hasil.</p>
--	--	--

Sumber: Olahan Peneliti (2025)

Berdasarkan hasil observasi, kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh PT DABEST dengan *stakeholdersnya* menjadi hal yang menarik, karena meskipun *project* yang dilakukan merupakan kerja sama dengan instansi pemerintahan seperti DSDA, PT DABEST selalu menjadikan masyarakat sebagai unsur yang penting bagi keberlanjutan *project* yang dilakukan, seperti yang dilaksanakan pada proyek Pemenuhan Air Baku di Kiarapayung. Kegiatan yang dilakukan seperti Survei Masyarakat, Survei Lingkungan, *Focus Group Discussion*, dan diskusi yang dilakukan secara rutin dilaksanakan oleh PT DABEST agar seluruh *stakeholders* yang terlibat pada *project* ini mampu menerima berbagai informasi yang diberikan oleh perusahaan. Kegiatan komunikasi yang dilakukan menggunakan komunikasi yang non-formal, agar pendekatan yang dilakukan dapat berjalan dengan lancar dan perusahaan dapat mendengarkan seluruh keluhan yang dirasakan oleh masyarakat mengenai kurangnya air bersih di daerahnya. Sehingga, kegiatan komunikasi yang dijalankan oleh PT DABEST memfokuskan pada proses, tidak fokus pada hasil. Berbeda dengan perusahaan kompetitor yang tidak melibatkan masyarakat dalam *project* yang dilakukan, dan tidak ada bentuk kegiatan komunikasi yang dilakukan seperti PT DABEST terapkan dengan *stakeholdersnya*. Sehingga, pendekatan yang dilakukan oleh PT DABEST, komunikasi yang fleksibel, inklusif dapat melibatkan *stakeholders* dalam konteks ini adalah komunitas untuk turut andil dalam pengambilan keputusan, dan program atau *project* yang dilaksanakan oleh perusahaan mampu memenuhi keinginan masyarakat dan komunitas. Sehingga, tidak hanya memberikan solusi,

namun juga memberikan inovasi yang berkelanjutan dan mampu memberikan manfaat yang jangka panjang.

PT. Daya Agung Bestari (DABEST CONSULTANT) merupakan perusahaan konsultan di bidang Sumber Daya Air dan telah berpengalaman lebih dari 14 tahun. Mulai dari strategi, perencanaan, desain, dan pelatihan, PT DABEST menciptakan solusi Sumber Daya Air yang aman dan berkelanjutan yang memberikan kontribusi positif bagi semua orang. Keahlian teknis PT DABEST didasarkan pada pengalaman yang berkontribusi terhadap strategi, perencanaan, dan desain infrastruktur energi dan air terbarukan. PT DABEST memiliki wawasan langsung dan pemahaman mendalam tentang Sumber Daya Air yang ditemui di kehidupan nyata. Visi dari PT DABEST adalah memajukan peradaban melalui pengembangan sumber daya air, dan salah satu dari misi PT DABEST adalah menciptakan produk yang solutif dan inovatif secara berkelanjutan. Pada tahun 2024, PT DABEST sudah menjalankan *project-project* yang bermanfaat untuk menyelesaikan permasalahan Sumber Daya Air (SDA) di Indonesia, yaitu dengan total 28 *Project* Pemanfaatan Sumber Daya Air, 28 *Project* Pengendalian Daya Rusak Air, 14 *Project* Perencanaan Pesisir, 4 Konservasi Sumber Daya Air, dan 9 *project* lainnya. Melalui kontribusi yang dilakukan oleh PT DABEST, lebih dari 43 juta jiwa penduduk di Indonesia merasakan dampak positif yang dilakukan oleh PT DABEST, melalui *client* dan kerja sama dengan DSDA, Kementerian PUPR, ITB, PT Freeport Indonesia, dan lainnya.

Penelitian sebelumnya yang berjudul “Analisis Pelaksanaan *Community Relations* GKI Pamulang Melalui Pelayanan Kesehatan untuk Masyarakat Sekitar” yang ditulis oleh (Latuheru & Roennfeld, 2020) ditemukan bahwa penerapan *Community Relations* pada GKI Pamulang berdasarkan permasalahan bahwa kurangnya tempat ibadah untuk umat kristen dan tidak mudah untuk melakukan ibadah bagi kaum minoritas. Dalam konteks ini, hubungan dengan *stakeholders* yang dijalankan oleh GKI Pamulang adalah dengan komunitas. Sehingga, agar diterima oleh masyarakat sekitar, GKI Pamulang membuat klinik Lentera yang mampu melayani di bidang kesehatan dan diperuntukan bagi masyarakat umum. Dengan memberikan pelayanan yang baik bagi masyarakat melalui program Klinik Lentera, menjadi strategi *community relations* yang dijalankan oleh GKI Pamulang, dengan menjaga dan mengelola hubungan yang baik dengan masyarakat melalui pelayanan kesehatan. Hasil pada riset ini menjelaskan bahwa dengan menggunakan strategi *Community*

Relations sebagai langkah untuk membangun hubungan baik dengan masyarakat sekitar mampu memberikan dampak yang baik bagi perusahaan/organisasi atau jalannya sebuah program. Penelitian ini menjelaskan bahwa dalam menciptakan hubungan yang baik dengan komunitas, perlu sebuah upaya atau program, dalam kasus ini, GKI Pamulang kemudian membuat sebuah program layanan kesehatan, dengan tujuan untuk lebih diterima oleh komunitas sekitar yang kemudian memiliki hubungan baik. Sementara, dalam penelitian ini penulis akan meneliti bagaimana strategi komunikasi eksternal yang dilakukan oleh PT DABEST dalam membangun hubungan baik dengan stakeholders yang menjadi solusi dari permasalahan kekurangan air baku di Kiarapayung, Kab. Sumedang.

Penelitian sebelumnya yang berjudul “*Community Relations* Dalam Menjaga Citra Positif Radio” yang ditulis oleh (Febrianti & Oktaviani, 2020) menjelaskan bahwa strategi *Community Relations* yang diterapkan pada Radio Dahlia FM Bandung berupa kegiatan keagamaan (donasi untuk pondok pesantren), infrastruktur (kontribusi untuk memberikan sumbangan pada perbaikan gerbang di jalan Emur), kemanusiaan (donasi untuk bencana banjir di Baleendah), dan kemasyarakatan (membuat Program Dahlia Berbagi pada pandemi Covid-19). Dalam konteks ini, hubungan dengan *stakeholders* yang dijalankan oleh Radio Dahlia FM adalah dengan komunitas. Strategi tersebut dilakukan karena faktor internal, yaitu sebagai wujud komitmen perusahaan, dan faktor eksternal, melihat kondisi sekitar sehingga meningkatkan bentuk empati perusahaan. Kegiatan *community relations* yang diterapkan oleh perusahaan Radio Dahlia Bandung adalah bentuk kepedulian perusahaan, sehingga mampu meningkatkan citra perusahaan. Melalui hasil jurnal ini, menjelaskan bahwa hubungan dengan komunitas yang dilakukan Radio Dahlia FM memiliki fokus untuk membangun citra yang positif, dan tingkat keterlibatan masyarakat hanya sebagai penerima bantuan atau sosialisasi, sementara penelitian yang penulis akan teliti adalah berfokus pada strategi PT DABEST dan strategi komunikasi eksternal mereka dalam mengatasi permasalahan air bersih dengan melibatkan masyarakat secara aktif. Dan, bertujuan untuk menyelesaikan masalah sosial yang konkret (kekurangan air bersih) dengan melibatkan masyarakat dalam pengambilan keputusan.

Menjalin hubungan baik dengan *stakeholders*, masyarakat mampu memberikan manfaat dampak yang positif, keuntungan untuk perusahaan dan pihak eksternal itu sendiri. PT DABEST bekerja sama dengan Dinas Sumber Daya Air

Provinsi Jawa Barat (DSDA) untuk membantu penyelesaian masalah yang sedang dialami oleh masyarakat daerah Kabupaten Sumedang tepatnya kawasan Kiarapayung, dimana akses air baku atau air bersih masih kurang. Dengan harapan besar, *project* ini mampu memberikan solusi yang baik bagi masyarakat terkait akses air bersih dan mampu berkontribusi atas perubahan yang mampu mensejahterakan masyarakat dan sektor sekitar, sehingga melalui hubungan *stakeholders* atau *stakeholders relations* yang dijalankan oleh PT DABEST ini mampu memberikan dampak yang saling menguntungkan untuk kedua pihak.

Pada penelitian yang dilakukan penulis bertujuan untuk mengetahui lebih dalam Strategi Komunikasi Eksternal yang dijalankan oleh PT DABEST dalam pelaksanaan *project* Pemenuhan Air Baku di Kiarapayung, kawasan wilayah utara Kabupaten Sumedang dalam membangun hubungan dengan *stakeholders*. Berdasarkan hal tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian terkait topik ini dengan mengangkat judul “Strategi Komunikasi Eksternal PT DABEST Dalam Membangun Hubungan dengan *Stakeholders*”

1.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada penelitian di atas, peneliti bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi eksternal PT DABEST dalam membangun hubungan dengan *stakeholders*.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang sudah dijabarkan, maka pertanyaan penelitian yaitu “Bagaimana Strategi Komunikasi Eksternal PT DABEST dalam Membangun Hubungan dengan *Stakeholders*?”

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian mampu menyediakan rujukan literatur khususnya mengenai kajian *Stakeholders Relations* dan bagi penelitian selanjutnya. Dan memberikan pemahaman yang mendalam mengenai penerapan strategi *Stakeholders Relations*. Peneliti berharap memberikan manfaat sebagai tolak ukur untuk konteks komunikasi yang lebih luas.

1.4.2 Manfaat Praktis

Diharapkan melalui penelitian ini mampu memberikan manfaat dan saran untuk organisasi atau perusahaan dalam menjalankan komunikasi

pada *stakeholders relations* khususnya pada program yang bermanfaat dan memberikan solusi bagi sebuah permasalahan lingkungan.

1.5 Waktu dan Lokasi Penelitian

Berikut merupakan tabel yang menunjukkan pelaksanaan waktu penelitian yang dilakukan oleh penulis,

Tabel 1.5.1 Waktu dan Periode Penelitian

Kegiatan Penelitian	2024		2025				
	Nov	Des	Jan	Feb	Maret	April	Mei
Pra Penelitian							
Penentuan Judul dan Topik Penelitian							
Penyusunan Bab 1-3							
Desk Evaluation							
Pengumpulan Data							
Pengolahan dan Analisis Data							
Sidang Skripsi							

Sumber: (Olahan Peneliti, 2025)