

# Perancangan Media Promosi Jasalindo Sport Design Of Jasalindo Sport Promotional Media

*by* Rakhmad Maulidi

---

**Submission date:** 21-Mar-2024 09:29AM (UTC+0700)

**Submission ID:** 2326387110

**File name:** 2022\_Perancangan\_Media\_-\_Artikel.pdf (578.39K)

**Word count:** 2941

**Character count:** 18801

## Perancangan Media Promosi Jasalindo Sport

### Design Of Jasalindo Sport Promotional Media

Sundri Natali<sup>1</sup>  
Rakhmad Maulidi<sup>2</sup>  
Rina Nurfitri<sup>3\*</sup>

<sup>1,3</sup>Desain Komunikasi Visual, STIKI Malang, Indonesia

<sup>2</sup>Teknik Informatika, STIKI Malang, Indonesia

<sup>1</sup>162111051@mhs.stiki.ac.id, <sup>2</sup>maulidi@stiki.ac.id, <sup>3</sup>rina.nurfitri@stiki.ac.id

#### \*Penulis Korespondensi:

Rina Nurfitri  
rina.nurfitri@stiki.ac.id

#### Riwayat Artikel:

Diterima : 13 Juni 2022  
Direview : 20 Agustus 2022  
Disetujui : 5 September 2022  
Terbit : 22 September 2022

#### Abstrak

Perancangan Jasalindo Sport merupakan perusahaan yang bergerak dibidang penyelamatan dan penyelaman, pengakutan bangkai kapal dan penyediaan alat diving. Perusahaan ini belum memiliki media promosi yang dapat dikenal masyarakat luas. Maka dibutuhkan perancangan media Promosi Jasalindo Sport untuk meningkatkan citra perusahaan yang dapat dikenal masyarakat dan meningkatkan penjualan. Metode perancangan menggunakan metode milik Sadjiman Ebdy Sanyoto teknik pengumpulan data observasi dan wawancara, dengan analisis data SWOT( Strengths (Kekuatan) ,Weakness (Kelemahaan), Opportunities(Peluang), dan Threats (Ancaman) setelah itu terbentuklah desain final yang kemudian diujicobakan kepada target audiens. Perancangan media promosi Jasalindo Sport menghasilkan video company Profile dan media pendukung poster, brosur, katalog, x-banner, yang dipublikasikan di youtube, Instagram, Facebook. Kesimpulannya media yang dihasilkan tentu saja memiliki kelebihan dan kekurangan dalam membantu memperkenalkan Jasalindo Sport.

**Kata Kunci:** Perancangan, Media Promosi, Jasalindo Sport

#### Abstract

*Jasalindo Sport design is a company engaged in rescue and diving, shipwrecking and the provision of diving equipment, the Company does not yet have a promotional media that can be known to the public. Therefore, it is necessary to design a media promotion Jasalindo Sport to improve the image of the company that can be known to the public and increase sales. The method of design using Sadjiman Ebdy Sanyoto's method of collecting observation and interview data, with SWOT data analysis (Strengths, Weakness, Opportunities, and Threats (Threats) after that formed a final design that was then tested to the target audience. Jasalindo Sport's promotional media design resulted in a video company Profile and supporting media posters, brochures, catalogs, x-banners, published on youtube, Instagram, Facebook. In conclusion, the resulting media certainly has advantages and disadvantages in helping to introduce Jasalindo Sport.*

**Keywords:** Design, Promotion Media, Jasalindo Sport

#### 1. Pendahuluan

Perkembangan saat ini kapal merupakan satu-satunya transportasi dari dulu hingga sekarang mampu menjelajah jarak jauh. Kapal merupakan transportasi laut sebagai distribusi antar negara maupun antar pulau. Kepemilikan kapal menjadi penting dalam aktivitas perdagangan kerajaan-kerajaan pesisir pada masa itu. Kapal juga merupakan bukti nyata terjadinya penjelajahan laut, sebagai bukti langsung (*direct evidence*) dalam data arkeologi maritim. Tercatat situs kapal karam tertua di Indonesia adalah perahu Punjulharjo di Rembang (abad ke-7 M) dan Situs Tang Cargo atau juga disebut Belitung Wreck (abad ke-9 M). Jasalindo Sport

merupakan perusahaan yang bergerak di bidang penyelamatan dan penyelaman (*salvage*). Pengangkutan bangkai kapal dan berbagai penyediaan penyelam bawah laut dengan luasnya jaringan penyelam bersertifikat ADCI (*Commercial Diver Certification Program*), yang terdiri lebih dari seratus penyelam berpengalaman, baik lokal maupun ekspatriat. Selain itu juga memiliki inspektur yang bersertifikat dan mengoperasikan armada kelautan milik perusahaan, yang terdiri dari kapal pendukung penyelaman *Jasalindo Sport*, *Work Barge "Continental"* dan *Tugboat "Universal"* yang memungkinkan peralatan dan yang secara mandiri dan cepat. Dikenal Sebagai perusahaan yang memiliki reputasi yang sangat baik karena komitmen totalnya dalam menyediakan solusi untuk masalah-masalah *underwater* bagi sektor energi lepas pantai dan industri maritim secara luas. *Jasalindo* telah melayani sejumlah pemilik kapal, *underwater* dan dinas pemerintahan, serta beberapa perusahaan internasional yang bergerak di bidang maritim guna menyediakan layanan bawah laut di seluruh kepulauan Indonesia.

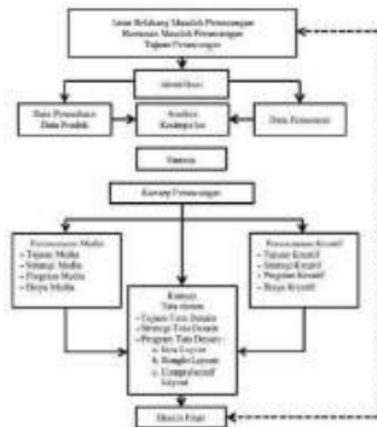
*Jasalindo Sport* memiliki keunggulan tersendiri dengan penyewaan alat penyelam 100 unit dan dalam satu hari alat penyelam yang telah disewa terhitung lebih dari 10 unit. *Jasalindo Sport* memiliki media promosi yang kurang meluas karena hanya menggunakan media cetak berupa brosur, sehingga tidak banyak masyarakat yang mengetahui tentang perusahaan *Jasalindo Sport*. Diperlukan membangun strategi baru dengan mengembangkan media promosi yang interaktif dan efektif untuk mempengaruhi minat pengunjung. Kurangnya masyarakat tentang hal tersebut maka dibutuhkan media berupa video yang berisi tentang jasa yang disediakan *Jasalindo Sport* media cetak sebagai pendukung yang dapat di kenalkan kepada masyarakat melalui media *social*. Menggunakan media promosi berupa video yang di *upload* di *channel* youtube *Jasalindo Sport* karena banyaknya pengguna youtube di inonesia setiap tahun semakin meningkat dari hasil *survey* dan *presantase* APJI (Asosiasi Pengguna Internet Indonesia).

Pada perkembangan youtube tentu saja akan membawa pengaruh terhadap jumlah dari *audience* itu sendiri. Semakin berkembang teknologi, pengguna atau *audience* juga semakin luas. Ini menjadi peluang yang sangat baik dalam mempromosikan *Jasalindo Sport* kepada masyarakat melalui media yang di buat berbeda dari perusahaan lainnya. Video yang berdurasi 3 menit ini memperlihatkan kepada masyarakat, tentang *Jasalindo sport* dan kegiatan pembuatan kapal, membersihkan karang dalam laut, serta kapal yang beroperasi di perairan pelabuhan. Serta pekerja dikapal dan penyelaman dalam laut, video juga akan menjelaskan keunggulan dari *Jasalindo Sport*.

Penelitian ini difokuskan pada perancangan media promosi *Jasalindo Sport* dengan menjelaskan tahapan dalam pembuatannya. Tahapan-tahapan tersebut dijelaskan dengan menggunakan metode perancangan Sadjiman Ebdy Sanyoto. Tujuan Perancangan ini adalah untuk membuat media promosi berupa video pemasaran dari *Jasalindo Sport*.

## 2. Metode Penelitian

Sistematika Perancangan yang digunakan sebagai acuan merupakan sistematika perancangan oleh Sadjiman Ebdy Sanyoto[1]. Sistematika perancangan oleh Sadjiman Ebdy Sanyoto dijadikan acuan karena tahapan - tahapan yang dilakukan memiliki persamaan dengan perancangan Media Promosi *Jasalindo Sport*, namun terdapat istilah pada tahapan tersebut, oleh karena itu sistematika perancangan oleh Sadjiman perlu dilakukan penyesuaian dengan sistematika Perancangan Media Promosi *Jasalindo Sport*.



Gambar 1. Bagan Metode Perancangan Sadjiman Ebdy Sanyoto

Beberapa tahapan perancangan yang dilakukan diantaranya yaitu :

### Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada Perancangan Jasalindo Sport menggunakan teknik observasi dan wawancara.

#### Observasi

Observasi merupakan kegiatan mengamati dan mencatat segala hal yang dilakukan pada objek yang diteliti. Observasi yang digunakan pada perancangan Media Promosi Jasalindo Sport adalah observasi sistematis yang dilakukan dengan datang langsung kepekalongan pelabuhan bratas, pengkatakan bangkai kapal, dan water sport pasir putih situbondo pada tanggal 1 febuari hingga 8 febuari 2020.

#### Wawancara

Wawancara adalah percakapan 2 orang atau lebih yang diisi dengan kegiatan bertanya, mendengar, dan menjawab. Teknik wawancara yang digunakan perancang adalah wawancara terstruktur, yaitu menetapkan sendiri pertanyaan secara ketat untuk diajukan kepada pemimpin Jasalindo Sport dan karyawan. Wawancara ditetapkan dan dilaksanakan yang terencana melalui pedoman daftar pertanyaan yang telah dipersiapkan sebelumnya. Wawancara dilakukan pada tanggal 28 Januari 2019 beliau berada di Kalimantan dan ditemui secara via social media.

### Analisa Data

Data yang sudah berhasil dikumpulkan penulis dari beberapa sumber kemudian dianalisa menggunakan analisis SWOT ((*Strengt* (Kekuatan), *Weakness* (Kelemahan), *Opportunities* (Peluang), *Threarts* (ancaman)).

## 3. Hasil Dan Pembahasan

### Hasil Analisa Data

Hasil dari analisis SWOT SWOT (*Strengt* (Kekuatan), *Weakness*(Kelemahan),*Opportunities*(Peluang), *Threarts* (ancaman)).Metode ini dilakukan untuk mencari pokok data dari hasil pencarian data primer dan sekunder sebagai penentu konten perancangan media promosi. *Strenght* (Kekuatan) Keunggulan yang terdapat pada Jasalindo Sport adalah Jasalindo Sport perusahaan Salvage yang terbesar di Surabaya, Pekalongan, Kalimantan, salah satu perusahaan yang memiliki kapal bawah laut, dan memiliki alat penyelam

yang disewakan, memiliki Water Sport bagi pengunjung yang memiliki hobby menyelam. *Weakness* Kelemahan Yang terdapat pada Jasalindo sport adalah. Jasalindo Belum memiliki media promosi yang untuk meningkatkan citra perusahaan,serta memperkenalkan pada masyarakat luas, Masyarakat Surabaya sendiri belum mengenal dengan baik dan mengetahui tentang Jasalindo Sport. *Oppurtunities* Peluang yang terdapat pada Jasalindo Sport Jika media promosi Jasalindo Sport dapat diperbaharui, melalui media media social berupa Youtube yang sangat sering digunakan masyarakat. Seingga dapat meningkatkan citra perusahaan, dan memperkenalkan kepada masyarakat luas terutama yang memiliki hobby menyelam, Jasalindo memiliki water sport yang dapat di jadikan tempat wisata.*Threats* (Ancaman) Masih banyak masyarakat yang belum mengetahui tentang Jasalindo sport, dari kurangnya media yang dipromosi yang digunakan dan beberapa kompetitor yang menggunkan media yang lebih menarik, dan dapat menjadi ancaman Jasalindo Sport untuk meningkatkan citra perusahaan.

### Identifikasi Data

Identifikasi Data adalah sebuah proses yang memiliki tujuan untuk mengumpulkan, meneliti dan memcatat semua data dari hasil survey. Data yang diidentifikasi meliputi data perusahaan yaitu nama perusahaan, alamat, pemilik dan data lain yang dapat mendukung perancangan dan data produk seperti jenis produk, bahan baku, harga produk dan lain- lain.

### Data Perusahaan

Nama usaha adalah Jasalindo Sport yang merupakan usaha yang menyediakan jasa layanan pengakatan bangkai kapal serta penyewaaan alat menyelam bawah laut dan wahana water Sport Situbondo yang menyediakan Hotel Apung berada diatas laut. Lokasi Jasalindo Sport yang terletak di komplek pergudangan Margomulyo Jaya Jl. Sentong Asri C6 Surabay Jawa Timur.

### Data Produk

Jasalindo Sport merupakan jasa layanan pengakatan bangkai kapal dan penyewaan alat- alat menyelam, diving, wahana Water Sport yang berada di Situbondo Jawa Timur. Alat menyelam di sediakan untuk para pengunjung yang mempuri hobby menyelam dan melihat keindahan bawah laut untuk harga menyewa dalam 1 hari mulai dari Rp. 300.000 hingga Rp 500.000- penginapan hotel apung juga disediakan bagi para pengunjung yang menginap dengan harga Per-malam Rp 1200.000 – Rp 2200.000 beserta penyewa wahana lainnya

### Hasil Rancangan

Hasil rancangan yang diperoleh untuk Perancangan Media Promosi Jasalindo Sport melalui beberapa tahap Praproduksi, Produksi, Paskaproduksi yang kemudian menjadi desain Final.

### Praproduksi

Tahap awal atau persiapan Pembuatan video Company profile Jasalindo dengan memproses materi outline yang berisi shooting projective, durasi, tempat setting. Company Profile merupakan salah satu bagian dari CD interaktif, dimana berisi data-data yang biasanya merupakan sebuah profil dari suatu lembaga, sekolah, perusahaan, organisasi, yang nantinya dapat digunakan sebagai media promosi [2] . Berikut merupakan tahapan dalam praproduksi:

### Stroyline

adalah alur rangkaian peristiwa yang direkam dan dijalin sedemikian rupa sehingga menggerakkan jalan cerita, dari awal, tengah, hingga mencapai klimaks dan akhir cerita. Proses awal dalam pembuatan video company profile adalah story line yang berisi sebuah rangkaian cerita tentang jasalindo sport mulai berdirinya perusahaan hingga prestasi yang dicapai jasalindo.



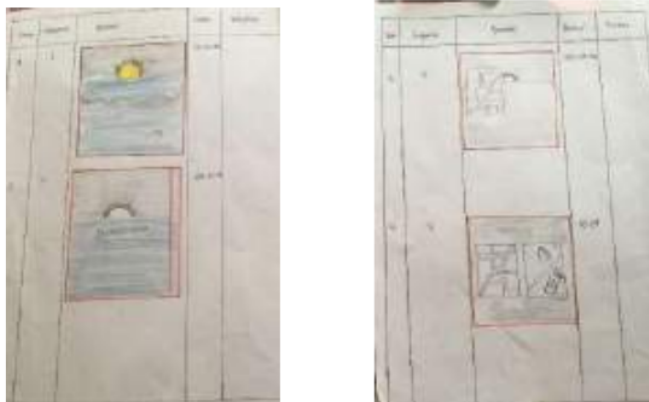
Scene	Message	Slide	Music
Penggalan 1	Title dan pembukaan	1	Black Music
Visual	Pemandangan Laut		
Teks	Opening "JASALINDO SPORT"		
Penggalan 2	Proses kerja Pembuatan Kapal	2	Black Music
Penggalan 3	Meeting seluruh karyawan kapal sebelum bekerja .	3	Black Music
Penggalan 4	Pekerjaan seluruh karyawan	4	Black Music
Penggalan 5	Pekerjaan seluruh karyawan	5	Black Music
Penggalan 6	Membersihkan karang-karang	6	Black Music
Penggalan 7	Seluruh Karyawan Jasalindo Sport	7	Black Music

**Gambar 2.** Stroyline

4

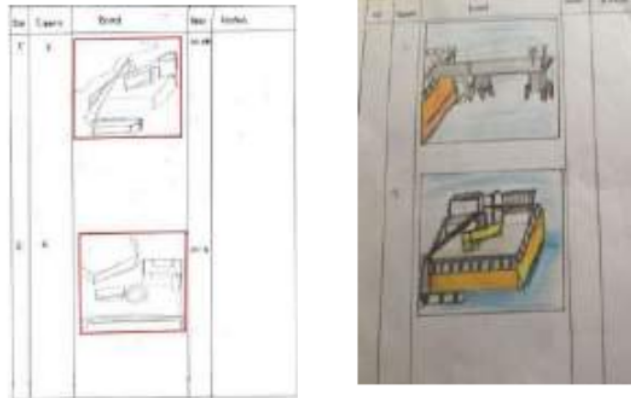
*Storyboard* sebuah sketsa gambar yang disusun berurutan sesuai dengan naskah, dengan *storyboard* dapat menyampaikan ide cerita kepada orang lain dengan mudah, karena dapat menggiring khayalan seseorang untuk mengikuti gambar-gambar yang ada, sehingga menghasilkan persepsi yang sama pada ide cerita. Proses tahap kedua membuat *storyboard* merupakan visualisasi dari *storyline* yang berupa rangkaian gambar sketsa yang menggambarkan secara detail tentang *jasalindo sport*. Berikut Sketsa *Storyboard*:

Sketsa Squence 1, 2,3,4 pembukaan video



**Gambar 3.** Sketsa Pembukaan Video

Pengambilan gambar dari atas dengan memotari obyek pengakatan bangkai kapal, lokasi pengambilan gambar berada di pekalongan dengan menggunakan alat Drone. Squence 9 hingga 13 yang berisikan video . Pengambilan gambar menggunakan teknik pedestal gerakan kamera dinaik dan turunkan mengikuti objek yang bergerak, dan memeperlihatkan pekerja yang sedang mengkatrol alat bawah laut, dan alat yang digunakan pengambilan video Drone dji Phantom 4.



Gambar 4. Sketsa Squence

**Produksi**

Pada tahap produksi ini dengan menggunakan beberapa gerakan kamera seperti *tilting* dan *panning*. *Tilting*, gerakan kamera ke bawah, biasanya menampilkan sosok tertentu dan menimbulkan rasa penasaran penonton, ada 2 macam *tilting* yaitu *Tilt up* dan *tilt down*. Sedangkan *Panning*, pengambilan gambar yang menggerakkan posisi kamera dari kiri ke kanan atau sebaliknya [3]. Tahap pelaksanaan di mana *shooting video company profile* Jasalindo Sport dilakukan. Semua hasil *shooting* merujuk pada naskah *storyboard*, narasi yang sudah dibuat ditahap pra produksi atau persiapan. Shooting dilakukan selama 7 hari, 3 hari di pasir putih situbondo dan 4 hari di pekalongan. Berikut Shooting Script pengambilan gambar yang telah dilakukan:

No	Scene	Shot	Camera	Angle	Duration	Effect	Transition
1	1	Wide Shot	30 Degree	01	00:00:00	00:00:05	None
2	2	Medium Shot	45 Degree	02	00:00:05	00:00:10	None
3	3	Medium Shot	45 Degree	03	00:00:10	00:00:15	None
4	4	Medium Shot	45 Degree	04	00:00:15	00:00:20	None
5	5	Medium Shot	45 Degree	05	00:00:20	00:00:25	None
6	6	Medium Shot	45 Degree	06	00:00:25	00:00:30	None
7	7	Medium Shot	45 Degree	07	00:00:30	00:00:35	None
8	8	Medium Shot	45 Degree	08	00:00:35	00:00:40	None

Gambar 5. Shooting Script

Berikut hasil pengambilan Gambar/ shooting yang telah dilakukan:



**Gambar 6.** Shooting jasalindo Sport

### Paska Produksi

Tahap terakhir atau penyempurnaan dalam memproses hasil shooting untuk edit pengolahan atau editing dilakukan mengikuti aspek suara, hasil shooting, dan alur cerita dari naskah/storyboard yang telah dibuat. Proses yang selanjutnya *editing*, ialah melakukan *offline editing* atau yang dikenal sebagai istilah *rough cut* [4]. Pada proses *editing* menggunakan software Adobe Premiere CC 2018, berikut merupakan *screenshot* dari proses editing:

Proses awal yang dilakukan membuat adalah Intro/bumpering Jasalindo Sport dan memasukan hasil video yang telah direkam dilakukan lokasi, video di edit menggunakan software Adobe Premiere CC 18, pembukaan menggunakan tools yang tersedia di adobe premiere.

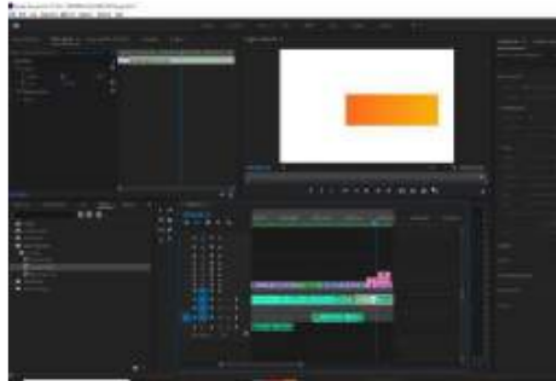


**Gambar 7.** Proses Editing

Pada tahap ini merupakan proses untuk mengelolah video yang telah diambil untuk disusun, dipotong, serta penambahan efek, penambahan transisi dan penambahan audio dan narasi yang telah dibuat.

Pada tahap ini proses rendering adalah proses terakhir setelah video dan audio yang sudah selesai di edit melalui software Adobe Premiere CC 2018, menjadikan output video yang dapat di mainkan atau diputar. Caranya dengan merender proyek yang sudah selesai dengan Mengexport project yang sudah dibuat yang berbeda pada dengan CTRL+M – Export -Media.

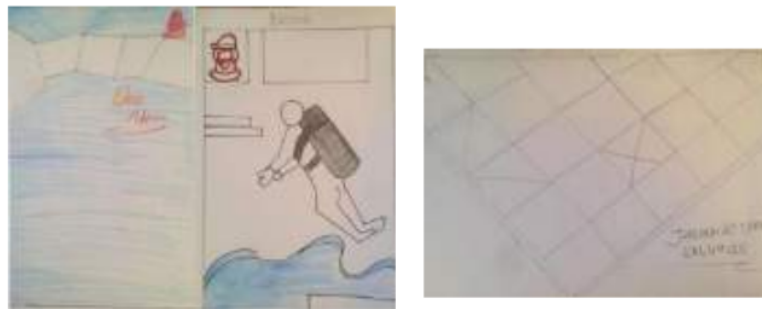




**Gambar 8.** Proses Editing

### Konsep Desain

*Rough* Sketsa Desain poster , brosur, *katalog* Pembuatan desain poster, brosur dan *katalog* yang merupakan sketsa kasar dalam penyusunan typografi, gambar sehingga dapat membuat desain poster, brosur yang berbeda dari perusahaan lain. Desain poster menggunakan gambar seorang penyelam yang sedang membersihkan karang, dan tampak sedang membawa alat perkelengkapan menyelam, desain brosur menggunakan hasil foto penyelam yang sedang mengangkat bangkai kapal dalam laut dengan menggunakan alat telah disediakan oleh Jasalindo Sport. Desain katalog juga menggunakan foto/gambar yang telah diambil dengan menggunakan kamera sebagai alatnya



**Gambar Sketsa 9.** Poster, brosur, katalog

### Digitalisasi

16

Proses ini dilakukan dengan menggunakan software *Adobe Illustrator* dan *Adobe Photoshop*, serta *Corel Draw* berikut proses pembuatan desain Poster, Brosur, katalog:



Gambar 10. Digitalisasi Katalog

### Implementasi

Implementasi adalah proses menunjukkan media pendukung yang digunakan untuk mempromosikan media promosi Jasalindo Sport kepada masyarakat mempunyai *hobby* menyelam yang belum mengenal Jasalindo Sport.

### Poster dan Brosur

Desain Poster Jasalindo Sport memperlihatkan tentang Diving Adventure yang diadakan oleh perusahaan untuk masyarakat yang mempunyai hobby menyelam, dan persewaan alat menyelam. Desain poster dan brosur menggunakan warna *biru, putih, gold* identik dengan perusahaan Jasalindo Sport, ukuran kertas yang digunakan untuk poster A3 dan brosur A5. Font disesuaikan dengan sesuai dengan warna perusahaan.



Gambar 11. Poster dan Brosur

### Katalog

Desain Katalog Jasalindo Sport berisikan semua kegiatan perusahaan mulai dari pengkakan bangkai kapal hingga water Sport Pasir Putih Situbondo Jawa Timur, warna yang digunakan

sesuai dengan warna perusahaan, ukuran kertas yang digunakan A4, pada desain cover jasalindo Sport menggunakan style persegi mencerminkan ketegasan serta dapat menyampaikan informasi.



Gambar 12. Katalog



Gambar 13. X-Banner

#### Media Promosi

Media yang digunakan sebagai pendukung berupa sosial media, untuk mempromosikan Jasalindo Sport kepada masyarakat luas adalah youtube, Instagram, facebook. Promosi dilakukan oleh suatu perusahaan dengan tujuan memberitahukan keberadaan produk tersebut serta memberi keyakinan tentang manfaat produk tersebut kepada pembeli. Promosi merupakan salah satu cara yang digunakan untuk meningkatkan volume penjualan[5]. Sehingga media promosi merupakan media/alat yang dilakukan oleh Jasalindo Sport untuk menunjukkan keberadaannya.

#### 4. Penutup

Hasil perancangan media promosi Jasalindo Sport yang berupa media video *company profile* dan media cetak sebagai pendukung berupa poster, brosur, banner, x-banner, katalog yang inovatif

dan ujicoba karya di Instagram, Facebook, Youtube membantu membangun citra perusahaan dan dapat dikenal masyarakat luas.

Berdasarkan perancangan media promosi Jasalindo Sport sebagai alat penting untuk meningkatkan citra perusahaan serta memperkenalkannya kepada masyarakat luas, harus memiliki pesan bahwa ini adalah Jasalindo Sport yang bekerja dibidang penyelaman dan penyelamatan bangkai kapal, serta penyewaan alat *diving/snorkling*. Penulis berharap perancangan media promosi Jasalindo Sport dapat menjalankan usaha dengan lebih baik lagi, dalam proses produksi dan mempromosikannya. Kepada perancang selanjutnya, mohon untuk terus mempertahankan visi misi Jasalindo Sport ketika akan melakukan pengembangan baru.

## 5. Referensi

- [1] Sanyoto, Sadjiman Ebd. *Metode Perancangan Komunikasi Visual Periklanan*. Yogyakarta: Dimensi Press. 2016.
- [2] Kusumo, Fajar. dan Sulartopo. *Perancangan Video Company Profile Sebagai Media Promosi Dan Informasi Pada Toko Citra Meubel Semarang*. Vol 12 . No.1 Jurnal Pixel Juli Hal. 33-41. 2019.
- [3] Bonafix, D Nunun. *Videografi: Kamera dan Teknik Pengambilan Gambar*. Vol. 2 No.1 Jurnal Humaniora. April Hal. 845-854.2011.
- [4] Jasmine, Aisyah Maharani. Dan Redito Benaya Loen. *Penggunaan Video Company Profile Sebagai Sarana Informasi Dan Meningkatkan Promosi Pada PT Avoir Industry*. Vol. 2 No. 2. JTIM : Jurnal Teknologi Informasi dan Multimedia. Agustus Hal 125-132. 2020
- [5] Puspitarini, Dinda Sekar, dan Reni Nuraeni. *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi*. Vol 3 No.1 Jurnal Common Juni Hal. 71-80. 2019

# Perancangan Media Promosi Jasalindo Sport Design Of Jasalindo Sport Promotional Media

## ORIGINALITY REPORT

17%

SIMILARITY INDEX

17%

INTERNET SOURCES

13%

PUBLICATIONS

12%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1	<a href="http://ojs.unanda.ac.id">ojs.unanda.ac.id</a> Internet Source	5%
2	<a href="http://www.ojs.unanda.ac.id">www.ojs.unanda.ac.id</a> Internet Source	2%
3	<a href="http://repository.uin-suska.ac.id">repository.uin-suska.ac.id</a> Internet Source	2%
4	<a href="http://baldatungofur.wordpress.com">baldatungofur.wordpress.com</a> Internet Source	1%
5	<a href="http://repository-stdi.interstudi.edu">repository-stdi.interstudi.edu</a> Internet Source	1%
6	<a href="http://www.ejournal.lembahdempo.ac.id">www.ejournal.lembahdempo.ac.id</a> Internet Source	1%
7	<a href="http://repository.usahidsolo.ac.id">repository.usahidsolo.ac.id</a> Internet Source	1%
8	<a href="http://ejournal.raharja.ac.id">ejournal.raharja.ac.id</a> Internet Source	1%
9	<a href="http://bsd.pendidikan.id">bsd.pendidikan.id</a> Internet Source	1%



10	widuri.raharja.info Internet Source	1 %
11	repository.amikom.ac.id Internet Source	<1 %
12	repository.stiki.ac.id Internet Source	<1 %
13	journal.sekawan-org.id Internet Source	<1 %
14	eprints.uny.ac.id Internet Source	<1 %
15	pakarbisnisinc.angelfire.com Internet Source	<1 %
16	libraryproceeding.telkomuniversity.ac.id Internet Source	<1 %
17	Tanwir D G Djuma, Johnny Tanamal, Syamsul Bachri Daeng Parani. "STRATEGI BERSAING PADA GELATIK RESIDENCE PALU", Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT), 2015 Publication	<1 %

Exclude quotes Off  
Exclude bibliography Off

Exclude matches Off