

**LAPORAN
PENGABDIAN MASYARAKAT**

**PENDAMPINGAN PENGELOLAAN SOSIAL MEDIA
SEBAGAI SARANA PEMASARAN DIGITAL BAGI UMKM DI
KELURAHAN KERENG BANGKIRAI KOTA PALANGKA
RAYA**



- 1. Annisa Rizki Ananda, M.I.Kom. NIDN. 1118059401**
- 2. Dr. H. Junaidi, M.I.Kom. NIDN. 1112096701**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALANGKARAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
MEI 2024**

HALAMAN PENGESAHAN LAPORAN

PENGABDIAN MASYARAKAT

Judul Pengabdian : Pendampingan Pengelolaan Sosial Media
Sebagai Sarana Pemasaran Digital Bagi UMKM Di
Kelurahan Kereng Bangkirai Kota Palangka
Raya

Nama Ketua PKM : Annisa Rizki Ananda, M.I.Kom.
NIDN : 1118059401
Jabatan Fungsional : Asisten Ahli

Anggota PKM : Dr. H. Junaidi, M.I.Kom
NIDN : 1112096701
Jabatan Fungsional : Asisten Ahli

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Nama Staff yang terlibat : Deby Nuriadini, S.I.Kom

Nama Alumni yang terlibat : Rumbaka Fachrizal Eurotama, S.I.Kom

Nama Mahasiswa yang terlibat : 1. Siska Auliana Elfiyanti (21.12.024730)
2. Rizaldi Rahman (21.12.024737)

Biaya Pengabdian : Rp. 1.340.000

Kaprodi Ilmu Komunikasi  Annisa Rizki Ananda, M.I.Kom NIK. 21.0102.013	• Laporan pengabdian sudah terdata di Prodi
--	---

Palangka Raya, 12 Mei 2024

Ketua,



Annisa Rizki Ananda, M.I.Kom
NIDN 1118059401

Mengetahui,
Dekan,

Dr. Irwani, S.Sos, M.A.P
NIK.15. 0101.003

Mengetahui,
Kepala LPTM Palangka Raya


apt. Mohammad Rizki Fadhil Pratama, M.Si
NIK. 15.0602.042

RINGKASAN

Salah satu permasalahan yang terlihat untuk pengabdiaan masyarakat ini yakni belum maksimalnya pemasaran digital yang digunakan UMKM di daerah Kereng Bangkirai. Daerah Kereng Bangkirai ini pun merupakan daerah wisata yang memiliki potensi besar untuk meningkat usaha masyarakat yakni adanya UMKM. Pemasaran dari produk UMKM masih belum maksimal secara digital.

Dengan adanya pemanfaatan media sosial dengan strategi *social media marketing* maka, permasalahan yang krusial di daerah wisata air hitam kereng bangkirai akan menemukan solusi. Salah satu permasalahan yang mendominasi yaitu kurangnya promosi UMKM melalui sosial media dan pemanfaatan media digital secara maksimal untuk meningkatkan keuntungan.

Pendampingan Pengelolaan Sosial Media Sebagai Sarana Pemasaran Digital Bagi UMKM Di Kelurahan Kereng Bangkirai Kota Palangka Raya sudah tepat sasaran. Tepat sasaran disini artinya UMKM yang berada di daerah tersebut sudah tereduksi dan sudah didampingi dalam pemanfaatan media sosial dalam strategi pemasaran digital. UMKM daerah kereng bangkirai yang awalnya masih belum memahami secara detail, dengan adanya pendampingan ini pelaku usaha mendapatkan pengetahuan secara konkret dalam pemasaran produk UMKM secara digital

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN LAPORAN.....	2
PENGABDIAN MASYARAKAT	2
RINGKASAN	3
DAFTAR ISI.....	4
BAB I.....	5
PENDAHULUAN	5
A. Latar Belakang	5
BAB II.....	7
SOLUSI PERMASALAHAN.....	7
BAB III	8
METODE PELAKSANAAN	8
BAB IV	9
PEMBAHASAN KEGIATAN	9
BAB V	10
KESIMPULAN.....	10
DAFTAR PUSTAKA	11
LAMPIRAN 1.....	12
BIODATA DOSEN PENGUSUL	12
LAMPIRAN 2.....	18

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Desa Wisata Kereng Bangkirai merupakan salah satu kawasan wisata unggulan yang terletak di Kelurahan Kereng Bangkirai, kecamatan Sabangau, Kota Palangka Raya, Provinsi Kalimantan Tengah. Daerah ini cukup terkenal dengan wisatanya salah satunya adalah Dermaga Kereng Bangkirai yang biasanya juga dikunjungi oleh berbagai orang yang bukan dari daerah tersebut. Daerah Kereng Bangkirai dapat dikatakan daerah yang cukup berkembang namun kurang cepat dalam perkembangannya karena daerahnya yang dapat dikatakan berada di tepi Kota Palangka Raya itu sendiri. Tentu hal ini dapat menyebabkan berbagai masalah baik secara kultur, perilaku, kualitas pendapatan dan gaya hidup.

Salah satu permasalahan yang terlihat untuk pengabdian masyarakat ini yakni belum maksimalnya pemasaran digital yang digunakan UMKM di daerah Kereng Bangkirai. Daerah Kereng Bangkirai ini pun merupakan daerah wisata yang memiliki potensi besar untuk meningkat usaha masyarakat yakni adanya UMKM. Pemasaran dari produk UMKM masih belum maksimal secara digital. Lebih lanjut menurut Zulaikha, Fauzan, Khadijah, & Fahmisyah, (2021) bahwa model pemasaran digital menjadi suatu model pemasaran yang sangat penting dalam menarik wisatawan yang mana hal ini merupakan salah satu dampak dari perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat.

Upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan perkembangan teknologi informasi tersebut antara lain seperti membangun konten yang tepat untuk website, pengoptimalan media sosial dan iklan pada media digital (Zulaikha *et.,al*, 2021). Media digital pun berkaitan pula dengan bentuk media baru sangat interaktif, sedangkan media massa tidak. Pengguna media baru adalah produsen konten dan informasi yang aktif, baik mengirim email atau menggunakan alat kolaborasi internet (Rosmilawati, Rahman, & Ananda, 2023). Media sosial berpotensi untuk membantu pelaku UMKM memasarkan produknya (Hamzah dan Putri, 2021). Ada potensi lainnya yang dimiliki media sosial yakni menghubungkan banyak orang

dengan mudah. Potensi tersebut mendorong media sosial menjadi *trend* dalam pemasaran dan komunikasi kehidupan sehari-hari dikalangan masyarakat, dengan berbagai rentang usia yakni dari muda hingga tua sehingga media sosial menjadi penghubung diantara keduanya (Hamzah dan Putri, 2021).

Berkaitan dengan pontesi media sosial, terdapat potensi lainnya yang mengutungkan dari media sosial yakni mudahnya penyebaran arus informasi dan adanya sistem perdagangan bebas. Hal tersebut dapat meningkatkan kesadaran konsumen akan banyaknya pilihan produk barang dan jasa yang dapat dipilih. Adanya kesadaran dan pilihan yang beraneka ragam menyebabkan para pelaku usaha harus membenahi strategi pemasaran agar dapat bersaing di era sistem perdagangan bebas serta dapat meningkatkan penjualan (Fauzi, Irviani, Mukodimah, 2020).

Potensi tersebut harus dimaksimalkan dalam pemasaran digital bagi pelaku usaha khususnya daerah kereng bangkirai. Karena pada daerah kereng bangkirai ditemukan bahwa pemasaran secara digital ataupun pemanfaatan media sosial masih belum maksimal

Dilansir dari www.borneonews.co.id bahwa jumlah UMKM di daerah wisata danau hitam kereng bangkirai berjumlah 130 pelaku usaha. Lebih lanjut dijelaskan pada daerah tersebut pun sudah menerima sertifikasi halal dari Halal Center Cendekia Muslim (HCCM) Kalteng (Apriando, 2023). Maka dengan banyaknya jumlah UMKM yang ada pada daerah kereng bangkirai menjadi penting untuk diadakannya pengabdian masyarakat ini yang bertujuan untuk tereduksinya pelaku usaha dan meningkatkan profit dari UMKM.

BAB II

SOLUSI PERMASALAHAN

Pemanfaatan digital marketing memiliki beberapa keunggulan yakni, target bisa diatur sesuai demografi, domisili, gaya hidup, dan bahkan kebiasaan (Hamzah dan Putri, 2021). Dengan adanya digital marketing ini akan memudahkan dan menjadi alternatif lain untuk strategi pemasaran produk ataupun jasa dari UMKM. Menurut Hamzah dan Putri (2021) *Social media marketing* adalah proses menarik perhatian orang agar terikat (*engaged*) dengan konten yang disajikan. Jika sudah terikat, kemungkinan konten itu akan dibagikan tentu jadi lebih besar.

Dengan adanya pemanfaatan media sosial dengan strategi *social media marketing* maka, permasalahan yang krusial di daerah wisata air hitam kereng bangkirai akan menemukan solusi. Salah satu permasalahan yang mendominasi yaitu kurangnya promosi UMKM melalui sosial media dan pemanfaatan media digital secara maksimal untuk meningkatkan keuntungan.

Dengan permasalahan yang ada maka adanya pendampingan pengelolaan sosial media sebagai sarana pemasaran digital bagi UMKM di kelurahan kereng bangkirai kota Palangka Raya menjadi penting untuk dilakukan. Solusi permasalahan lainnya yakni dari pendampingan tersebut adanya output yakni pembuatan salah satu akun media sosial agar masyarakat pelaku UMKM dapat mempromosikan produk mereka melalui media sosial serta memberikan edukasi berupa penggunaan sosial media dan bagaimana cara mempromosikan produk melalui sosial media.

Pendampingan ini penting dilakukan lebih lanjut dijelaskan bahwa strategi digital marketing dalam bentuk pemanfaatan media sosial dapat memberikan pengetahuan kepada para pelaku UMKM di daerah kereng bangkirai mengenai cara maupun tahapan dalam memperluas jaringan konsumen melalui pemanfaatan media sosial dalam memasarkan produknya sehingga dapat meningkatkan keunggulan bersaing bagi UMKM itu sendiri.

BAB III

METODE PELAKSANAAN

Adapun metode yang digunakan untuk kegiatan ini yaitu metode partisipatif baik dari perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi. Pendampingan ini dilaksanakan satu hari dengan kurang lebih 5 - 10 orang peserta dari unit usaha UMKM yang berada di Kelurahan Kereng Bangkirai Kota Palangka Raya Provinsi Kalimantan Tengah.

Tahap awal program pengabdian masyarakat yakni, tim melakukan persiapan dengan survey UMKM yang memerlukan Pengelolaan Sosial Media Sebagai Sarana Pemasaran Digital. Dari hasil survey ditemukan bahwa masih kurangnya pemanfaatan media sosial secara maksimal, bahkan masih ada UMKM di daerah kereng bangkirai yang belum memiliki media sosial secara khusus dari produk yang dipasarkan tersebut.

Tahap selanjutnya tim merumuskan permasalahan dan solusi dari permasalahan yang ada pada daerah tersebut. Ditemukan solusi yakni dilakukan pendampingan sosial Pengelolaan sosial media sebagai sarana pemasaran digital bagi UMKM Di Kelurahan Kereng Bangkirai Kota Palangka Raya.

Tahap pelaksanaannya yakni mengadakan sosialisasi dan pendampingan kepada UMKM di daerah kereng bangkirai Kota Palangka Raya. Sosialisasi yang diberikan berupa materi yang terdiri dari pengertian sosial media, jenis-jenis sosial media, fungsi sosial media sebagai pemasaran, dan berkaitan dengan *digital marketing*. Lalu setelah materi disampaikan diadakan tanya jawab dan diskusi dalam forum serta mensosialisasikan membuat akun sosial media dan tampilan yang menarik pada sosial media. Sosial media yang difokuskan dalam kegiatan pengabdian yakni sosial media Instagram.

BAB IV

PEMBAHASAN KEGIATAN

Tim Pengabdian masyarakat mengadakan pendampingan untuk pengelolaan sosial media sebagai sarana pemasaran digital. Pada saat pelaksanaan materi yang diberikan yakni berkaitan dengan sosial media sebagai sarana pemasaran digital. Peserta pada sosialisasi ini yakni berjumlah 10 UMKM daerah kereng bangkirai Kota Palangka Raya. Pelaksanaan kegiatan diadakan di Kecamatan Kereng Bangkirai Kota Palangka Raya, Provinsi Kalimantan Tengah. Tim Pengabdian masyarakat yang terdiri dari Dosen Prodi Ilmu Komunikasi, Annisa Rizki Ananda, M.I.Kom dan Dr. H. Junaidi berkolaborasi dengan mahasiswa KKN Kelompok 3 program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhamamdiyah Palangkaraya.

Kegiatan pendampingan dimulai dengan pemaparan materi yang berkaitan dengan pengertian sosial media, jenis-jenis sosial media, fungsi sosial media sebagai media pemasaran. Dijelaskan pula mengenai digital marketing. Setelah materi disampaikan, antusias pelaku UMKM sebagai peserta pendampingan terlihat dari pertanyaan yang diajukan dan pada saat *sharing session* mengenai pemanfaatan media sosial sebagai strategi dari pemasaran produk UMKM. Antusias lainnya dapat dilihat dari adanya akun media sosial yang dibuat. Dengan adanya pendampingan ini maka, peserta dari kegiatan pengabdian teredukasi dengan adanya pengetahuan berkaitan dengan pemasaran digital. Pemasaran secara digital yang masih belum banyak diterapkan masyarakat diharapkan dengan pendampingan ini mendapatkan pilihan lainnya untuk menjual produk dengan jangkauan lebih luas. Diakhir kegiatan

BAB V

KESIMPULAN

Pendampingan Pengelolaan Sosial Media Sebagai Sarana Pemasaran Digital Bagi UMKM Di Kelurahan Kereng Bangkirai Kota Palangka Raya sudah tepat sasaran. Tepat sasaran disini artinya UMKM yang berada di daerah tersebut sudah teredukasi dan sudah didampingi dalam pemanfaatan media sosial dalam strategi pemasaran digital. UMKM daerah kereng bangkirai yang awalnya masih belum memahami secara detail, dengan adanya pendampingan ini pelaku usaha mendapatkan pengetahuan secara konkret dalam pemasaran produk UMKM secara digital. Dari pendampingan ini masyarakat yang awalnya tidak memaksimalkan media sosial sebagai sarana untuk promosi menjadi lebih memaksimalkan pemasaran secara digital. Pendampingan ini pun membuat masyarakat dapat melakukan promosi produk UMKM melalui media sosial. Pemasaran secara digitalpun dinilai berpotensi untuk meningkatkan keuntungan, sehingga kegiatan pengabdian ini memberikan dampak yang besar bagi pelaku UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriando. (2023). 130 UMKM Wisata Air Hitam Kereng Bangkirai Terima Sertifikat Halal Gratis. <https://www.borneonews.co.id/berita/304324-130-umkm-wisata-air-hitam-kereng-bangkirai-terima-sertifikat-halal-gratis> diakses tanggal 1 Mei 2024
- Fatimah, S., & Mukarramah, S. K. (2023). Pendampingan Pengembangan Pemasaran Digital di Desa Wisata Rinding Allo. *Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Bagi Masyarakat*, 3(3), 165-173.
- Fauzi, F., Irviani, R., & Mukodimah, S. (2020). Pendampingan Pemasaran Produk Hasil Home Industry Berbasis Media Sosial Dalam Upaya Memberdayakan Ibu Rumah Tangga Di Kabupaten Pringsewu. *Jurnal PkM Pemberdayaan Masyarakat*, 1(2), 55-68
- Hamzah, R. E., & Putri, C. E. (2021). Pemanfaatan Digital Marketing oleh Pelaku UMKM di Kuningan Barat Jakarta Selatan. *Jurnal Pustaka Dianmas*, 1(1), 12-20.
- Ismanto, H., Tamrin, M. H., & Edward, M. Y. (2020). Pendampingan UKM Tenun Ikat Troso dalam Pengelolaan Model Pemasaran Berbasis Online. *E-Dimas: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 11(1), 87-95
- Rosmilawati, S., Ananda, A. R., Rahman, S., Handayani, I. T., & Milka, M. (2022). Sosialisasi Dan Edukasi Tentang Keterbukaan Informasi Publik Serta Pembentukan Kelompok Masyarakat Peduli Informasi Di Kelurahan Menteng Kota Palangka Raya. *Transformasi: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 2(1), 8-17.
- Zulaikha, T. S. A., Fauzan, S., Khadijah, T. A. Z., & Fahmisyah, W. (2021). Pendampingan Pengembangan Digital Marketing Desa Wisata Gubugklakah Kabupaten Malang. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 168-174.

LAMPIRAN 1

BIODATA DOSEN PENGUSUL

A. Identitas Diri Ketua

Nama Lengkap	Annisa Rizki Ananda, M.I.Kom
Jenis Kelamin	Perempuan
Jabatan Fungsional	Asisten Ahli
NIK	21.0102.013
NIDN	1118059401
Tempat dan Tanggal Lahir	Palangka Raya, 18 Mei 1994
Mata kuliah yang diampu	1. Manajemen Humas dan Pengembangan Personalitas 2. Komunikasi Organisasi 3. Dasar-Dasar Public Relation 4. Pengantar Ilmu Komunikasi 5. Metode Penelitian

B. Riwayat Pendidikan

	S1	S2
Nama Perguruan Tinggi	Universitas Muhammadiyah Malang	Universitas Brawijaya Malang
Program Studi	Ilmu Komunikasi	Ilmu Komunikasi
Tahun Masuk-Lulus	2012-2017	2017-2020

C. Pengalaman Penelitian Dalam 5 Tahun Terakhir

NO	TAHUN	JUDUL PENELITIAN	PENDANAAN	
			SUMBER	JUMLAH (JUTA RP)
1	2016	Representasi Perempuan Pada Media Online (Analisis Semiotik Pada Rubrik Asmara di Portal Berita	Mandiri	-

		Online Jawapos.com Periode Bulan April 2016)		
2	2019	Persaingan Portal Berita Online dalam Kajian Ekonomi Media (Studi Ekonomi Media Aspek Distribusi menggunakan Prespektif Teori Niche pada Tujuh Portal Berita Online Periode Bulan April – Desember 2019)	Mandiri	-
3	2021	Efektivitas Media Baru dalam Sosialisasi Program KB saat Pandemi COVID-19 di Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN) Kota Palangka Raya	LP2M	Rp.10.000.000
4	2022	Analisis Framing Pemberitaan tentang Pemilihan Umum Kepala Daerah Calon Gubernur Dan Wakil Gubernur Kalteng Tahun 2020 Pada Portal Berita Online tabengan.co.id dan prokalteng.co	LP2M	Rp. 15.000.000

D. Publikasi Artikel Ilmiah Dalam Jurnal 5 Tahun Terakhir

No	JUDUL ARTIKEL ILMIAH	NAMA JURNAL	VOL/NO/ TAHUN
1	Persaingan Portal Berita Online menggunakan Prespektif Teori Niche Pada Kajian Ekonomi Media	Metacommunication : Journal of Communication Studies	Volume 5/ No.2/ 2020 DOI: 10.20527/mc.v5i2.8597

2	Strategi Promosi Media Betang.TV Dalam Menarik Minat Masyarakat Kalimantan Tengah Lewat Instagram	Jurnal Riset Entrepreneurship	Volume 5. No. 1, Pebruari Tahun 2022 DOI : http://dx.doi.org/10.30587/jre.v5i1
3	Analisis Framing Pemberitaan tentang Pemilihan Umum Kepala Daerah Calon Gubernur Dan Wakil Gubernur Kalteng Tahun 2020 Pada Portal Berita Online Tabengan.co.id Dan Prokalteng.co	Jurnal Darma Agung	Volume 30 No 3 (2022): Desember DOI: http://dx.doi.org/10.46930/ojsuda.v30i3.2391
4	Sosialisasi Dan Edukasi Tentang Keterbukaan Informasi Publik Serta Pembentukan Kelompok Masyarakat Peduli Informasi Di Kelurahan Menteng Kota Palangka Raya	Transformasi : Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat	Volume 2, No 1 (2022) DOI: https://doi.org/10.31764/transformasi.v2i1.7656
5	Pendampingan Penerapan CHSE (Cleanliness, Healthy, Safety, Environment) Bagi Pengelola Tempat Wisata Kecamatan Bukit Batu Kota Palangka Raya	Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)	Vol. 3 No. 2.1 Desember (2022): SPECIAL ISSUE
6	Pelatihan Komunikasi Efektif Siswa Sman 17 Surabaya	Jurnal Pelayanan dan Pengabdian Masyarakat Indonesia	Volume 1, No 1 (2022) : Maret https://journal-stiayappimakassar.ac.id/index.php/jppmi/article/view/54

7	Pelatihan Public Speaking Untuk Meningkatkan Kepercayaan Diri Siswa SMAN 17 Surabaya	Humanism Jurnal Pengabdian Masyarakat	Volume 3, No 3 (2022) DOI: http://dx.doi.org/10.30651/hm.v3i3.14528
---	--	---------------------------------------	--

Semua data yang saya isikan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggung jawabkan secara hukum. Apabila dikemudian hari ternyata dijumpai ketidak sesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam surat Perjajian Penugasan Penelitian

Demikian biodata ini saya buat dengan sebenar benarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan pengusulan penelitian kompetitif dosen internal

Palangka Raya 25 Januari 2024
Ketua tim,

Annisa Rizki Ananda, M.I.Kom

A. Identitas Diri Anggota

Nama Lengkap	Dr. H. Junaidi, M.I.Kom
Jenis Kelamin	Laki-laki
Jabatan Fungsional	Asisten Ahli
NIK	14.01.02.067
NIDN	1112096701
Tempat dan Tanggal Lahir	Barito Utara, 12 September 1967
Mata kuliah yang diampu	1. Komunikasi Politik 2. Pengantar Ilmu Politik 3. Sosiologi 4. Komunikasi Massa 5. Dasar-dasar Jurnalistik

B. Riwayat Pendidikan

	S1	S2	S3
Nama Perguruan Tinggi	Universitas Persatuan Guru Republik Indonesia Palangka Raya	Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjary Banjarmasin	Universitas Muhammadiyah Malang
Program Studi	Ilmu Hukum	Ilmu Komunikasi	Sosiologi
Tahun Lulus	2005	2013	2024

C. Publikasi Artikel Ilmiah Dalam Jurnal 5 Tahun Terakhir

No	JUDUL ARTIKEL ILMIAH	NAMA JURNAL	VOL/NO/ TAHUN
1	Optimalisasi Palangka Raya menuju Kota Wisata yang Diminati Wisatawan Nusantara/Mancanegara pada Kecamatan Sebangau	Restorica : Jurnal Ilmu Adminstras Negara dan Ilmu Komunikasi	Volume 4 No.2 Tahun 2018 Doi : https://doi.org/10.33084/restorica.v4i2.443

2	Peran Komunikasi Direktorat Samapta Bhayangkara Kepolisian Daerah Kalimantan Tengah (Ditsabhara Polda Kalteng) Dalam Peningkatan Patroli Dialogis Di Kota Palangka Raya	Restorica : Jurnal Ilmu Adminstras Negara dan Ilmu Komunikasi	Volume 5 No.2 Tahun 2019 Doi : https://doi.org/10.33084/restorica.v5i1.995
3	Strategi Komunikasi dalam Keluarga Antar Suku Jawa-Dayak di Kota Palangka Raya	Anterior Jurnal	Volume 19 No.1 Tahun 2019 Doi : https://doi.org/10.33084/anterior.v19i1.1177

Semua data yang saya isikan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggung jawabkan secara hukum. Apabila dikemudian hari ternyata dijumpai ketidak sesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam surat Perjajian Penugasan Penelitian

Demikian biodata ini saya buat dengan sebenar benarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan pengusulan penelitian kompetitif dosen internal

Palangka Raya 25 Maret 2024
Anggota tim,

Dr. H. Junaidi, M.I.Kom

LAMPIRAN 2
DOKUMENTASI KEGIATAN







