

EVALUASI PENGGUNAAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PENYEBARAN INFORMASI PENDAKIAN DI TAMAN NASIONAL GUNUNG GEDE PANGRANGO

SISCA WIDIYA AFIYANTI



**PROGRAM STUDI KONSERVASI BIODIVERSITAS TROPIKA
FAKULTAS KEHUTANAN DAN LINGKUNGAN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



@Hak cipta milik IPB University

IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan artikel atau tulisan suatu masalah
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University



PERNYATAAN MENGENAI TESIS DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa tesis dengan judul “Evaluasi Penggunaan Instagram sebagai Media Penyebaran Informasi Pendakian di Taman Nasional Gunung Gede Pangrango” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir tesis ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juli 2025

Sisca Widiya Afiyanti
E3501222009



RINGKASAN

SISCA WIDIYA AFIYANTI. Evaluasi Penggunaan Instagram sebagai Media Penyebaran Informasi Pendakian di Taman Nasional Gunung Gede Pangrango. Dibimbing oleh RINEKSO SOEKMADI dan EVA RACHMAWATI.

Peningkatan jumlah wisata pendakian di Taman Nasional Gunung Gede Pangrango (TNGGP) berdampak pada peningkatan jumlah pelanggaran yang terjadi. Upaya penyampaian informasi tentang pendakian selama ini telah dilakukan secara langsung maupun tidak langsung. Penyampaian informasi secara langsung dilakukan melalui kampanye dan sosialisasi. Sedangkan untuk menjangkau kelompok sosio demografis yang besar dan beragam, informasi dapat disampaikan melalui Instagram dengan nama akun @bbtn_gn_gedepangrango. Penggunaannya ditujukan untuk mendukung salah satu misi TNGGP yaitu *"mengembangkan pendakian dan wisata alam lainnya yang berkelanjutan untuk seluruh jenjang umur dan ramah disabilitas"*. Tujuan penelitian ini adalah (1) mengidentifikasi pengelolaan dan penggunaan akun @bbtn_gn_gedepangrango dalam menyampaikan informasi pendakian; (2) mengukur tingkat efektivitas penggunaan @bbtn_gn_gedepangrango sebagai media informasi pendakian; (3) menyusun strategi optimalisasi penggunaan @bbtn_gn_gedepangrango sebagai media informasi pendakian.

Tahap pertama pengolahan data dilakukan secara deskriptif melalui pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Data kualitatif diperoleh dari hasil identifikasi terhadap pengelolaan akun @bbtn_gn_gedepangrango, mencakup profil akun, jenis dan ragam konten, fungsi akun sebagai media informasi pendakian dan sumber daya manusia yang terlibat dalam pengelolaan akun. Data kuantitatif diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada pengikut akun untuk mengidentifikasi karakteristik responden. Data primer tambahan dikumpulkan melalui wawancara dengan tim pengelola media sosial Balai Besar TNGGP dan tanggapan responden terhadap pertanyaan terbuka pada kuesioner. Hasil analisis menunjukkan bahwa unggahan konten belum konsisten, baik dari segi jenis, media visual, maupun frekuensi unggahan bulanan. Kondisi ini diduga disebabkan oleh keterbatasan jumlah dan kapasitas sumber daya manusia. Secara khusus, konten pendakian masih lebih sedikit dibandingkan dengan konten berita internal selama periode pengamatan.

Tahap kedua pengamatan terhadap karakteristik pengikut akun @bbtn_gn_gedepangrango didominasi oleh kategori jenis kelamin yaitu laki-laki, kategori usia yaitu Gen Z, kategori tingkat pendidikan yaitu tamatan SMA dan sarjana, kategori jenis pekerjaan yaitu pegawai swasta dan kategori domisili yaitu Jabodetabek. Salah satu tindakan nyata kegiatan konservasi oleh pengikut akun diamati melalui pemberian saran mengenai penanganan sampah di TNGGP. Pengikut akun peduli penanganan sampah diperoleh dari total 482 responden, sebanyak 92 atau 19 persen responden yang memberikan perhatiannya terhadap sampah di TNGGP. Pengamatan ini menggambarkan bahwa masih sedikit pengikut akun yang memahami dan menerapkan kegiatan konservasi berupa tindakan peduli sampah. Perlu upaya bagi pengelola akun untuk terus mempromosikan pendakian bertanggung jawab dan berkelanjutan sebagai bentuk kegiatan konservasi.

Tahap ketiga pengolahan data dilakukan secara kuantitatif menggunakan *Microsoft Excel* dan *software IBM SPSS* versi 30.0. Analisis tingkat terpaan pada penggunaan Instagram dan mengakses akun @bbtn_gn_gedepangrango diamati melalui frekuensi dan durasi. Sedangkan atensi hanya diamati pada akun TNGGP. Hasil analisis tingkat terpaan, frekuensi mengakses akun TNGGP lebih dari 5 kali perakses. Durasi mengakses akun TNGGP terbanyak yaitu kurang dari 5 menit perhari. Atensi terbanyak yaitu memberikan *Like* pada konten yang diunggah dan pengikut akun termasuk dalam kategori Sedang. Hasil dari efektivitas akun yaitu kognitif, afektif dan konatif pengikut akun termasuk dalam kategori tinggi. Analisis menggunakan uji korelasi *Rank Spearman* dan *Chi Square* dalam melihat ada atau tidaknya hubungan antar variabel. Karakteristik pengikut akun tidak ada hubungan dengan tingkat terpaan penggunaan Instagram (frekuensi, durasi dan atensi). Tingkat terpaan penggunaan Instagram tidak ada hubungan dengan efektivitas akun pada respon kognitif dan afektif. Sedangkan tingkat terpaan penggunaan Instagram (frekuensi, durasi dan atensi) ada hubungan dengan respon konatif dengan kekuatan hubungan yang sangat lemah. Hal ini diduga sedikitnya terpaan yang diperoleh mampu menjadikan pengikut akun paham dan bertindak sesuai dengan pendakian bertanggung jawab dan berkelanjutan, dapat melakukan *booking online* sesuai prosedur dan merekomendasikan pendakian di TNGGP.

Tahap keempat, strategi optimalisasi akun menggunakan *Problem-Solution Tree Analysis* (PSTA). Masalah utama dihimpun berdasarkan identifikasi pengelolaan dan penggunaan akun, analisis tingkat terpaan dan efektivitas akun. Masalah utama yang terangkum yaitu Instagram belum optimal sebagai media informasi pendakian di TNGGP. Metode USG digunakan untuk menentukan pelaksanaan solusi berdasarkan tingkat prioritas. Prioritas pertama yaitu menyusun rencana kerja pengelolaan akun TNGGP (latar belakang, tujuan, sasaran, personil, dana, tata waktu, dll). Metode USG relevan untuk menyusun strategi optimalisasi pengelolaan akun @bbtn_gn_gedepangrango secara terarah, terukur dan sesuai dengan konteks kelembagaan serta urgensi sebagai media informasi pendakian TNGGP.

Kata kunci: efektivitas, instagram, pendakian, taman nasional gunung gede pangrango terpaan.

SUMMARY

SISCA WIDIYA AFIYANTI. An Evaluation of Instagram as a Communication Medium for Disseminating Climbing Information in Mount Gede Pangrango National Park. Supervised by RINEKSO SOEKMADI, and EVA RACHMAWATI.

The increase in the number of climbing activities in Mount Gede Pangrango National Park (TNGGP) has led to a rise in the number of violations occurring in the area. Efforts to disseminate hiking-related information have been carried out through both direct and indirect means. Direct dissemination is conducted via campaigns and outreach activities. Meanwhile, to reach broader and more diverse socio-demographic groups, information is also conveyed through Instagram via the official account @bbtn_gn_gedepangrango. The use of this platform aims to support one of TNGGP's missions, namely, *"to develop hiking and other sustainable nature-based tourism that is inclusive of all age groups and accessible to people with disabilities."* The objectives of this study were (1) to identify the management and use of the @bbtn_gn_gedepangrango account in promoting climbing information; (2) to measure the level of effectiveness of using @bbtn_gn_gedepangrango as a climbing information media; (3) to develop strategies for optimizing the use of @bbtn_gn_gedepangrango as a climbing information media.

The first stage of data processing was carried out descriptively through qualitative and quantitative approaches. Qualitative data were obtained from the results of identifying the management of the @bbtn_gn_gedepangrango account, including the account profile, types and varieties of content, the function of the account as a climbing information media and the human resources involved in managing the account. Quantitative data were obtained by distributing questionnaires to account followers to identify the characteristics of the respondents. Additional primary data were collected through interviews with the Balai Besar TNGGP social media management team and respondents' responses to open questions in the questionnaire. The results of the analysis showed that content uploads were not consistent, both in terms of type, visual media, and monthly upload frequency. This condition is thought to be caused by the limited number and capacity of human resources. In particular, climbing content was still less than internal news content during the observation period.

The third stage of data processing was carried out quantitatively using Microsoft Excel and IBM SPSS software version 30.0. Analysis of the level of exposure to the use of Instagram and accessing the @bbtn_gn_gedepangrango account was observed through frequency and duration. While attention was only observed on the TNGGP account. The results of the analysis of the level of exposure, the frequency of accessing the TNGGP account was more than 5 times per access. The duration of accessing the TNGGP account was the most, which was less than 5 minutes per day. The most attention was giving Likes to the uploaded content and account followers were included in the Medium category. The results of the effectiveness of the account, namely cognitive, affective and conative followers of the account were included in the high category. The analysis used the Spearman Rank correlation test and Chi Square to see whether or not there was a relationship between variables. The characteristics of account followers had no relationship with



the level of exposure to Instagram use (frequency, duration and attention). The level of exposure to Instagram use had no relationship with the effectiveness of the account on cognitive and affective responses. While the level of exposure to Instagram use (frequency, duration and attention) had a relationship with conative responses with a very weak relationship strength. It is suspected that the minimal exposure obtained is able to make account followers understand and act in accordance with responsible and sustainable climbing, can make online bookings according to procedures and recommend climbing in TNGGP.

The fourth stage, account optimization strategy using Problem-Solution Tree Analysis (PSTA). The main problems are collected based on the identification of account management and use, analysis of exposure levels and account effectiveness. The main problem summarized is that Instagram is not optimal as a climbing information media in TNGGP. The USG method is used to determine the implementation of solutions based on priority levels. The first priority is to prepare a work plan for managing the TNGGP account (background, goals, targets, personnel, funds, timelines, etc.). The USG method is relevant for developing strategies to optimize the management of the @bbtn_gn_gedepangrango account in a targeted, measurable manner and in accordance with the institutional context and urgency as a media for information on climbing TNGGP.

Keywords: climbing, effectiveness, exposure, instagram, mount gede pangrango national park.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan harus untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan artikel atau tulisan suatu masalah

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2025
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

EVALUASI PENGGUNAAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PENYEBARAN INFORMASI PENDAKIAN DI TAMAN NASIONAL GUNUNG GEDE PANGRANGO

SISCA WIDYA AFIYANTI

Tesis
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Magister pada
Program Studi Konservasi Biodiversitas Tropika

**PROGRAM STUDI KONSERVASI BIODIVERSITAS TROPIKA
FAKULTAS KEHUTANAN DAN LINGKUNGAN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
— Bogor Indonesia —

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University

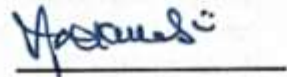
Tim Penguji pada Ujian Tesis:

- 1 Prof. Dr. Ir. Pudji Muljono, M.Si.
- 2 Dr. Ir. Nyoto Santoso, M.Si.

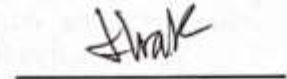
Judul Tesis : Evaluasi Penggunaan Instagram sebagai Media Penyebaran
Informasi Pendakian di Taman Nasional Gunung Gede Pangrango
Nama : Sisca Widiya Afiyanti
NIM : E3501222009

Disetujui oleh

Pembimbing 1:
Dr. Ir. Rinekso Soekmadi, M. Sc., F. Trop



Pembimbing 2:
Dr. Eva Rachmawati, S. Hut., M.Si



Diketahui oleh

Ketua Program Studi:
Prof. Dr. Ir. Yanto Santosa, DEA
NIP 19601004 198501 1 001

Dekan Fakultas Kehutanan dan Lingkungan:
Prof. Dr. Ir. Naresworo Nugroho, M.Si
NIP 19650122 198903 1 002




Tanggal Ujian:
30 Juni 2025

Tanggal Lulus:
18 JUL 2025



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Desember 2023 sampai bulan Mei 2024 ini ialah benar, dengan judul “Evaluasi Penggunaan Instagram Sebagai Media Informasi Pendakian di Taman Nasional Gunung Gede Pangrango”.

Terima kasih penulis ucapkan kepada para pembimbing pertama, Dr. Ir. Rinekso Soekmadi, M.Sc.Ftrop. yang telah membimbing dan banyak memberi saran. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pembimbing Dr. Eva Rachmawati, S.Hut., M.Si, moderator seminar, dan penguji luar komisi pembimbing. Ungkapan terima kasih juga disampaikan kepada ayah, ibu, serta seluruh keluarga yang telah memberikan dukungan, doa, dan kasih sayangnya.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Juli 2025

Sisca Widiya Afiyanti



DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan	3
1.4 Manfaat	3
1.5 Hipotesis	3
1.6 Kerangka Pemikiran	4
II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Pendakian	5
2.2 Instagram	6
2.3 Penggunaan Instagram sebagai Media Informasi dalam Konservasi	8
2.4 Karakteristik Individu	9
2.5 Terpaan Penggunaan Media Sosial Instagram	10
2.6 Efektivitas Instagram sebagai Media Informasi	11
2.7 Problem Solution Tree Analysis	11
2.8 Metode USG (<i>Urgency-Seriousness-Growth</i>)	13
III METODE	14
3.1 Waktu dan Objek Penelitian	14
3.2 Alat dan Instrumen Penelitian	14
3.3 Teknik Pemilihan Responden dan Informan	14
3.4 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data	15
3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	16
3.6 Analisis Data	17
3.7 Definisi Operasional	18
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	23
4.1 Identifikasi Pengelolaan dan Penggunaan Instagram @bbtn_gn_gedepangrango	23
4.2 Identifikasi Karakteristik Pengikut Instagram @bbtn_gn_gedepangrango	30
4.3 Pengukuran Tingkat Efektivitas Penggunaan Instagram @bbtn_gn_gedepangrango	35
4.4 Strategi Optimalisasi Instagram @bbtn_gn_gedepangrango	48
V SIMPULAN DAN SARAN	58
5.1 Simpulan	58
5.2 Saran	58
DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN	64
RIWAYAT HIDUP	81



DAFTAR TABEL

1	Instagram dan penjelasannya	7
2	Kebutuhan data, sumber data dan teknik pengumpulan data	15
3	Definisi operasional karakteristik individu	19
4	Definisi operasional terpaan penggunaan media sosial Instagram	20
5	Definisi operasional efektivitas Instagram sebagai media informasi	21
6	Skala likert dan tingkat kepentingan penentuan prioritas metode USG	22
7	Jalur pendakian resmi di TNGGP beserta ciri khas dan estimasi waktu	25
8	Ketentuan waktu lapor pendakian di TNGGP	27
9	Tarif tiket pendakian berdasarkan kategori pendaki	27
10	Jumlah konten akun @bbtn_gn_gedepangrango berdasarkan waktu unggah, jenis konten dan media visual	28
11	Jenis konten dengan <i>Like</i> tertinggi berdasarkan media visual dan waktu unggah.	29
12	Jumlah dan persentase pengikut akun @bbtn_gn_gedepangrango berdasarkan karakteristik responden	30
13	Frekuensi mengakses akun @bbtn_gn_gedepangrango dalam satu kali penggunaan Instagram	36
14	Jumlah dan persentase responden berdasarkan dimensi durasi mengakses akun @bbtn_gn_gedepangrango	37
15	Jumlah dan persentase responden berdasarkan bentuk atensi pada akun @bbtn_gn_gedepangrango	38
16	Jumlah dan persentase pengikut berdasarkan tingkat atensi pada akun @bbtn_gn_gedepangrango	39
17	Jumlah dan persentase pengikut berdasarkan tingkat kognitif penggunaan akun @bbtn_gn_gedepangrango	40
18	Jumlah dan persentase pengikut berdasarkan tingkat afektif penggunaan akun @bbtn_gn_gedepangrango	40
19	Jumlah dan persentase pengikut berdasarkan tingkat konatif penggunaan akun @bbtn_gn_gedepangrango	41
20	Jumlah dan persentase pengikut berdasarkan usia dan tingkat terpaan pada akun Instagram	42
21	Jumlah dan persentase pengikut berdasarkan jenis kelamin dan tingkat terpaan pada akun Instagram	43
22	Jumlah dan persentase responden berdasarkan tingkat pendidikan dan tingkat terpaan pada Instagram @bbtn_gn_gedepangrango	43
23	Jumlah dan persentase pengikut berdasarkan jenis pekerjaan dan tingkat terpaan pada akun @bbtn_gn_gedepangrango	44
24	Jumlah dan persentase pengikut berdasarkan domisili dan tingkat terpaan pada akun @bbtn_gn_gedepangrango	45
25	Jumlah dan persentase pengikut berdasarkan tingkat terpaan terhadap efektivitas (kognitif) akun @bbtn_gn_gedepangrango	46
26	Jumlah dan persentase pengikut berdasarkan tingkat terpaan terhadap efektivitas (afektif) akun @bbtn_gn_gedepangrango	47
27	Jumlah dan persentase responden berdasarkan tingkat terpaan terhadap efektivitas (konatif) akun @bbtn_gn_gedepangrango	47

28	Prioritas strategi pelaksanaan solusi menggunakan metode USG	50
29	Rencana kerja pengelolaan akun @bbtn_gn_gedepangrango	51
30	Uraian tugas berdasarkan pembagian tugas pengelola akun @bbtn_gn_gedepangrango	52
31	Standar operasional prosedur (SOP) pengelolaan akun TNGGP	53
32	Template konten akun @bbtn_gn_gedepangrango	55
33	Contoh kalender konten akun @bbtn_gn_gedepangrango	55
34	Checklist pemeriksaan isi konten sebelum diunggah	56
35	Contoh FAQ (Frequently Asked Questions)	57

DAFTAR GAMBAR

1	Kerangka pemikiran penelitian	4
2	Logo Instagram	6
3	Gambaran umum penggunaan media sosial secara global pada tahun 2024 (Sumber: www.datareportal.com)	8
4	Platform media sosial favorit secara global pada tahun 2024 (Sumber: www.datareportal.com)	9
5	<i>Problem Tree Analysis</i>	12
6	<i>Solution Tree Analysis</i>	12
7	Profil akun Instagram @bbtn_gn_gedepangrango	14
8	Penggunaan media sosial Instagram, Whatsapp, Facebook, Twitter (X), Youtube, TikTok, dan Threads yang disematkan pada setiap konten di Instagram @bbtn_gn_gedepangrango	24
9	Peta pendakian Taman Nasional Gunung Gede Pangrango	26
10	Contoh konten berdasarkan jenis konten yang diunggah oleh akun @bbtn_gn_gedepangrango (a) konten Fakta, (b) konten Berita Internal, (c) konten Berita Lainnya, (d) konten Pendakian, (e) konten Mandatori dan (f) konten Hiburan	29
11	Jumlah pengikut akun @bbtn_gn_gedepangrango peduli penanganan sampah di TNGGP	33
12	Persentase responden berdasarkan frekuensi penggunaan Instagram dalam satuan kali/minggu	35
13	Persentase responden berdasarkan durasi penggunaan Instagram dalam satu kali akses	37
14	<i>Problem Tree Analysis</i> dengan masalah inti akun @bbtn_gn_gununggedepangrango yang belum optimal dalam menyebarkan informasi pendakian di gunung Gede Pangrango.	48
15	<i>Solution Tree Analysis</i> dengan solusi untuk mengoptimalkan akun @bbtn_gn_gununggedepangrango dalam tujuan menyebarkan informasi pendakian di gunung Gede Pangrango.	49
16	Flowchart SOP pengelolaan akun @bbtn_gn_gedepangrango	54
17	Contoh <i>caption</i> untuk konten pendakian berdasarkan panduan template akun @bbtn_gn_gedepangrango yang telah ditetapkan	56



DAFTAR LAMPIRAN

1	Lampiran 1 Identifikasi akun Instagram @bbtn_gn_gedepangrango	64
2	Lampiran 2 Kuesioner penelitian	69
3	Lampiran 3 Hasil uji validitas instrumen	75
4	Lampiran 4 Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian	77
5	Lampiran 5 Dokumentasi lapang	79

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber ;

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

2. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University

3. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University