



**KEPUTUSAN DEKAN
FAKULTAS KOMUNIKASI & DESAIN KREATIF
UNIVERSITAS BUDI LUHUR
Nomor : K/UBL/FKDK/000/015/02/25**

**TENTANG
KEWAJIBAN DOSEN MELAKSANAKAN TRIDHARMA PERGURUAN TINGGI
FAKULTAS KOMUNIKASI & DESAIN KREATIF UNIVERSITAS BUDI LUHUR
SEMESTER GENAP TAHUN AKADEMIK 2024/2025**

- Menimbang : a) Bahwa untuk meningkatkan kinerja Dosen dalam melaksanakan Tridharma Perguruan Tinggi di Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif Universitas Budi Luhur.
b) Bahwa dipandang perlu meningkatkan peran Dosen dalam pengembangan keilmuan dan karya nyata dalam kehidupan masyarakat.
- Mengingat : 1) Undang-Undang Nomor 12/Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi (Lembaran Negara Republik Indonesia/Tahun 2012 Nomor 5336);
2) Undang-Undang Nomor 20/Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional (Lembaran Negara Republik Indonesia/Tahun 2003 Nomor 78, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4301);
3) Undang-Undang Nomor 60/Tahun 1999 tentang Pendidikan Tinggi (Lembaran Negara Tahun 1999 Nomor 115, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3859);
4) Peraturan Pemerintah Nomor 17/Tahun 2010 tentang Pengelolaan dan Penyelenggaraan Pendidikan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2010 Nomor 23);
5) Permendikbudristek Nomor 53 tahun 2023 tentang Penjaminan Mutu Pendidikan Tinggi;
6) Statuta Universitas Budi Luhur No. K/YBLC/KET/000/216/06/23;
7) Keputusan Pengurus Yayasan Pendidikan Budi Luhur Cakti No. K/YBLC/KET/000/072/03/23 tentang Pengangkatan Dekan

MEMUTUSKAN

MENETAPKAN

- Pertama : Mewajibkan setiap dosen tetap Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif Universitas Budi Luhur untuk memiliki *roadmap* penelitian, menyusun rencana atau proposal penelitian, melaksanakan penelitian, dan menyusun karya ilmiah minimal satu karya dalam satu semester.
- Kedua : Mewajibkan setiap dosen tetap Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif untuk terlibat dalam kegiatan pengabdian masyarakat minimal satu kegiatan dalam satu semester.
- Ketiga : Mewajibkan setiap dosen Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif untuk mengajar sesuai dengan jadwal dan mata kuliah yang telah ditetapkan Ketua Program Studi.
- Kempat : Dalam melaksanakan Tridharma Perguruan Tinggi setiap dosen berkewajiban membuat laporan kepada Ketua Program Studi terkait dan bertanggung jawab kepada Dekan Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif Universitas Budi Luhur.
- Kelima : Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan dan akan diubah sebagaimana mestinya apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan.

Ditetapkan di : Jakarta
Pada Tanggal : 24 Februari 2025
Dekan Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif
Universitas Budi Luhur



Rocky Prasetyo Jati



UNIVERSITAS BUDI LUHUR

Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif

KAMPUS PUSAT : Jl. Raya Ciledug, Petukangan Utara, Jakarta Selatan 12260

Telp : (021) 5853753 (Hunting) Fax : (021) 7371164, 5853752

Website : <http://www.budiluhur.ac.id>

Lampiran Keputusan Dekan Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif Universitas Budi Luhur

Nomor : K/UBL/FKDK/000/015/02/25

Tentang : Kewajiban Dosen Melaksanakan Tridharma Perguruan Tinggi Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif
Universitas Budi Luhur Semester Genap Tahun 2024/2025

NO	N A M A
1.	Abdul Azis, S.S, M.I.Kom
2.	Dr. Afrina Sari, S.Sos, M.Si
3.	Drs. Ahmad Pramegia, M.I.Kom
4.	Ahmad Thabathaba'I Saefudin, S.I.Kom., M.Ds.
5.	Dr. Ahmad Toni, S.Sos.I., M.I.Kom
6.	Amin Aminudin, S.Kom.I, M.I.Kom
7.	Anastasia Putri Kristiani, M.I.Kom
8.	Anggun Putri Dewanggi I.B, S.Sos, M.M
9.	Arbi Cristional Lokananta, S.I.Kom., M.I.Kom
10.	Archita Desia Logiana, S.Ds., MM
11.	Dr. Arief Ruslan, S.Kom. M.Sn.
12.	Arif Nur Hidayat, S.Kom., M.I.Kom
13.	Artyasto Jatisidi, S.I.Kom., M.I.Kom
14.	Benny Muhdaliha, S.Sn., M.Sn
15.	Danang Soeminto, S.Sos., M.I.Kom
16.	Denik Iswardani Witarti, S.I.P, M.Si, Ph.D
17.	Dewi Pugersari, S.Ds, M.Ds
18.	Dhika Purnama Putra, S.I.Kom., M.Sn
19.	Dini Maryani Sunarya, S.Sos, M.Si
20.	Doddy Wihardi, S.I.P., M.I.Kom
21.	Dominggo Subandrio, S.Sn., M.I.Kom
22.	Dr. Dudi Iskandar, S.Ag., M.I.Kom
23.	Dwi Kristanto, S.H., M.M
24.	Drs. Dwi Prijono Soesanto, M.I.Kom
25.	Eko Sumardi, S.Sos., M.I.Kom
26.	Eryco Muhdaliha, S.E, M.M
27.	Fatma Misky, S.I.Kom., M.Sn
28.	Geri Suratno, S.I.Kom., M.I.Kom
29.	Harningsih, S.I.Kom., M.I.Kom
30.	Haronas Kutanto, S.P.T., M.I.Kom
31.	Dr. I.G.P. Wiranegara, S.Sn., M.Sn
32.	Dr. Indah Suryawati, S.Sos, M.Si
33.	Jeanie Annissa, S.I.P, M.Si
34.	Julaiha Probo Anggraini, S.Si, M.Kom
35.	Laksmi Rachmaria, S.Sos., M.I.Kom
36.	Liza Dwi Ratna Dewi, S.Sos, M.Si
37.	Medya Apriliansyah, S.E, M.Si
38.	Mira Herlina, S.Sos., M.I.Kom
39.	Muhammad Ikhwan, S.Sos., M.I.K
40.	Muhammad Iqbal Naufal, S.I.Kom., M.I.Kom
41.	Muhammad Shaufi, S.Pd.I., M.Pd.I
42.	Muhammad Syaid Agustiar, S.Sos., M.I.Kom
43.	Mulyati, S.I.Kom., M.I.Kom
44.	Dr. Nawiroh Vera, S.Sos, M.Si
45.	Nexen Alexandre Pinontoan, S.I.Kom., M.I.Kom
46.	Dr. Ni Gusti Ayu Ketut Kurniasari, S.I.P, M.Si
47.	Nurfitrianah Octavianingrum Raharjo Putri, S.Sn., M.Sn
48.	Prof. Dr. Ir. Prudensius Maring, M.A
49.	Putro Nugroho, S.S.T, M.I.Kom
50.	Dra. Rachmi Kurnia Siregar, M.I.Kom
51.	Raden Wahyu Utomo Martianto, S.I.Kom., M.I.Kom
52.	Rahajeng Puspitosari, S.I.Kom., M.I.Kom
53.	Rama Romindo Utomo, M.I.Kom
54.	Rana Syakirah Rinaldi, S.I.Kom., M.I.Kom
55.	Ria Anggraini, S.I.Kom, M.I.Kom
56.	Ricky Widyananda Putra, S.I.Kom., M.Sn
57.	Rifqi Muflih, S.Sos, M.Si
58.	Rini Lestari, S.Sos., M.I.Kom
59.	Dr. Riyodina Ganefsri Pratikto, M.Si
60.	Dr. Rocky Prasetyo Jati, S.P.T., M.Si
61.	Dr. Safriady, S.Sos, M.Si
62.	Sangga Arta Witama, S.I.Kom., M.I.Kom
63.	Sekarseta Prihatmadi, S.P.T., M.I.Kom
64.	Shinta Kristanty, S.Sos, M.Si
65.	Sinta Dwi Utami, S.I.P., M.I.Kom
66.	Sukma Alam, S.I.Kom., M.I.Kom
67.	Suwarno, S.Sos., M.I.Kom
68.	Dr. Umaimah, S.Fil., M.Si
69.	Wahyu Arnisa, S.I.Kom., M.Ds.



UNIVERSITAS BUDI LUHUR

Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif

KAMPUS PUSAT : Jl. Raya Ciledug, Petukangan Utara, Jakarta Selatan 12260

Telp : (021) 5853753 (Hunting) Fax : (021) 7371164, 5853752

Website : <http://www.budiluhur.ac.id>

70.	Wedha Stratesti Yudha, S.S., M.Sc
71.	Wenny Maya Arlena, S.Sos, M.Si
72.	Yousep Eka Irawan Apriandi, S.P.T., M.I.Kom
73.	Yuliana Choerul Reza, M.I.Kom
74.	Zakaria Satrio Darmawan, S.P.T., M.I.Kom

Ditetapkan di : Jakarta
Pada Tanggal : 24 Februari 2025
Dekan Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif
Universitas Budi Luhur



Rocky Prasetyo Jati



SERTIFIKAT

Diberikan kepada

Sukma Alam, S.I.Kom, M.I.Kom

Atas partisipasi sebagai Pembicara Materi dalam Pengabdian Masyarakat dengan tema "Pengelolaan dan Etika Media Sosial untuk Siswa SMK An Nurmaniyah, Tangerang" pada Rabu, 30 April 2025

Kepala SMK An Nurmaniyah



H. Achmad Hilal, S.Pd, MM



Media Sosial: Etika, Hoaks dan Bekarya

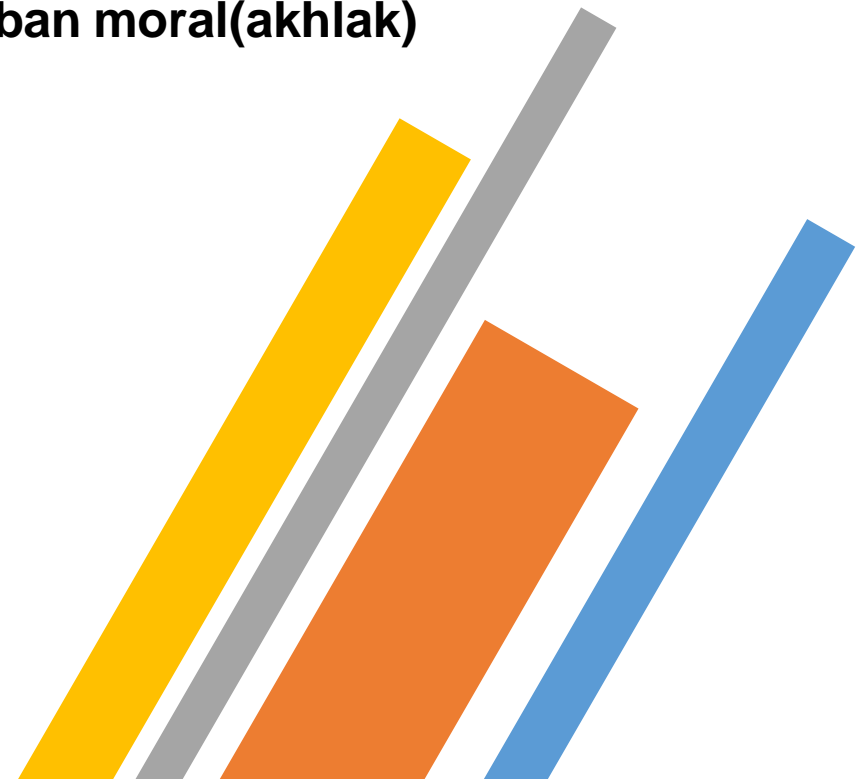
Sukma Alam, S.I.Kom, M.I.Kom



Etika di internet atau Netiquette adalah sebuah norma yang digunakan sebagai aturan dalam proses komunikasi di internet atau merupakan etika berinteraksi sekaligus perilaku sosial yang berlaku di media online (Thurlow dkk, 2004:65).

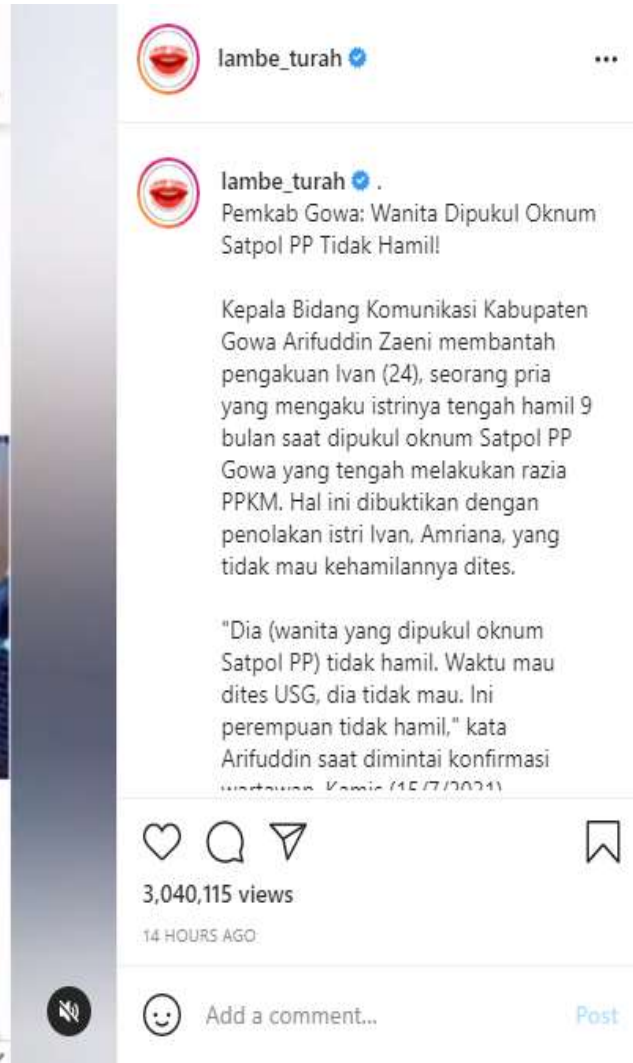
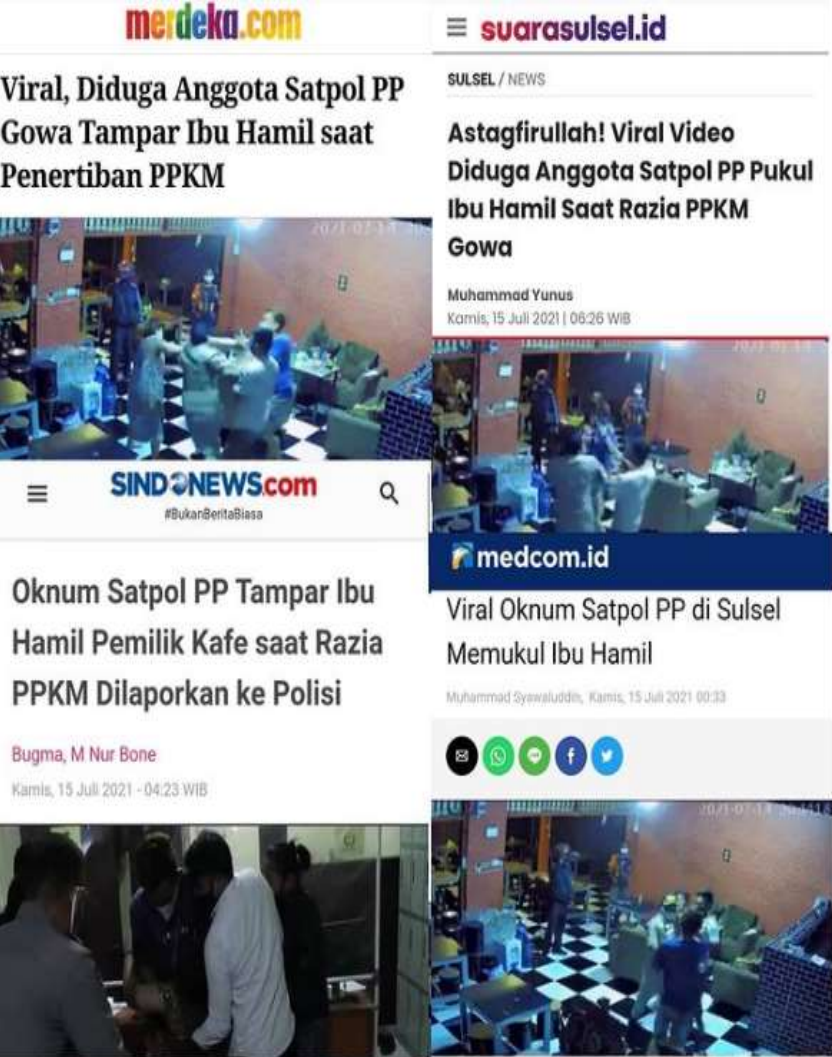
Pengertian Etika

- Etika berasal dari bahasa Yunani *ethos* (kata tunggal) yang berarti: Tempat tinggal, padang rumput, kandang, kebiasaan, adat, watak, sikap, cara berpikir
- Menurut KBBI, etika adalah ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral(akhlak)





People Nowadays



SARING SEBELUM
BERKOMENTAR

Jenis-Jenis Misinformasi dan Disinformasi

Satir atau Parodi



Satir adalah konten yang dibuat untuk menyatakan sindiran pada seseorang, sebuah organisasi, pemerintah, atau masyarakat dengan menggunakan parodi, ironi, atau sarkasme.

Konten Menyesatkan (*Misleading Content*)

Konten menyesatkan adalah penggunaan informasi untuk membingkai suatu isu atau individu tertentu.

Misleading content dapat diciptakan dengan sengaja. Informasi ditampilkan dengan menghilangkan konteksnya untuk mengarahkan opini pembaca

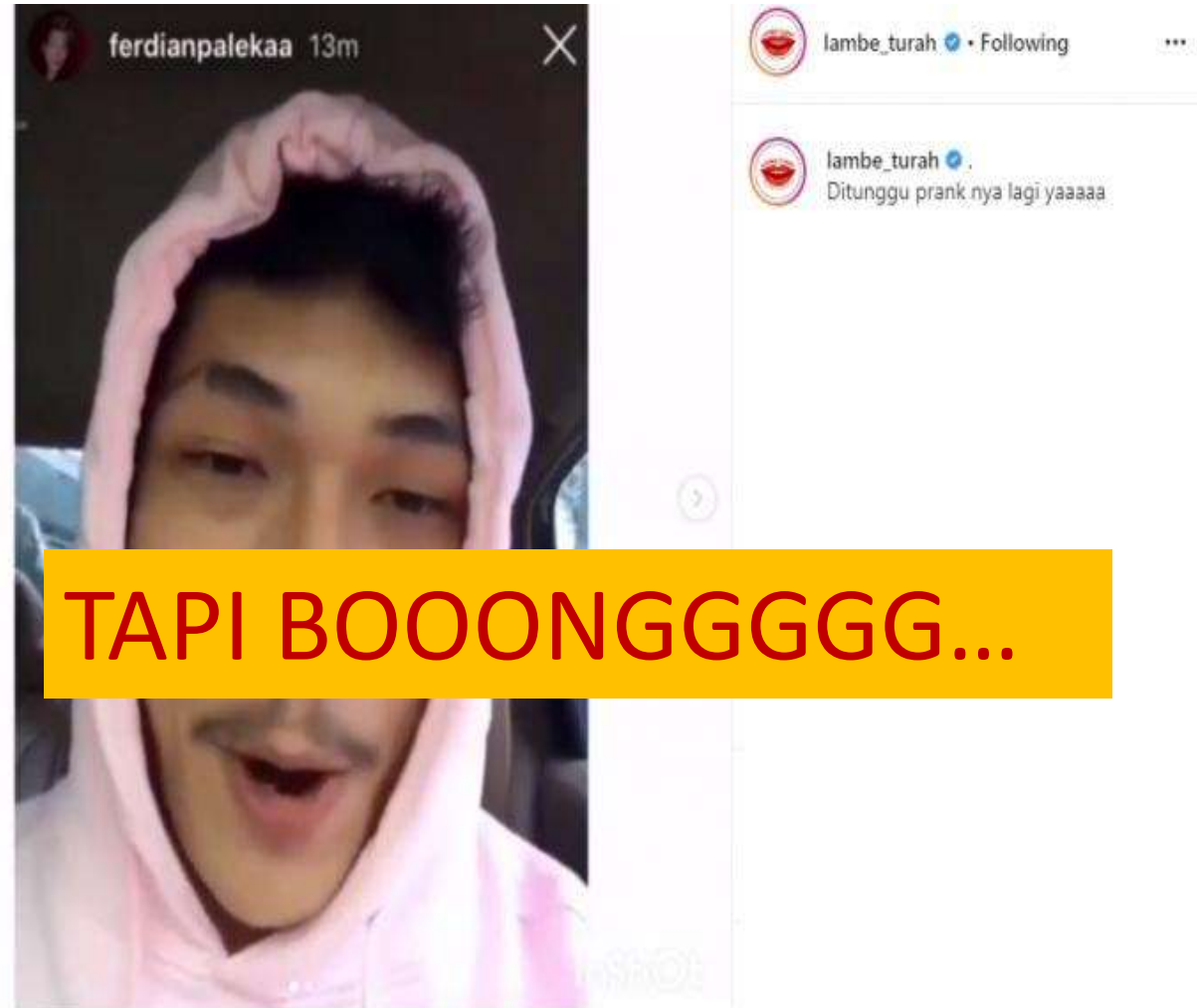


Apakah tentara USA di foto ini sedang menodong ataukah menolong?
Semua bergantung pada foto mana yang ditampilkan oleh media.

Konteks yang Salah (*False Context*)

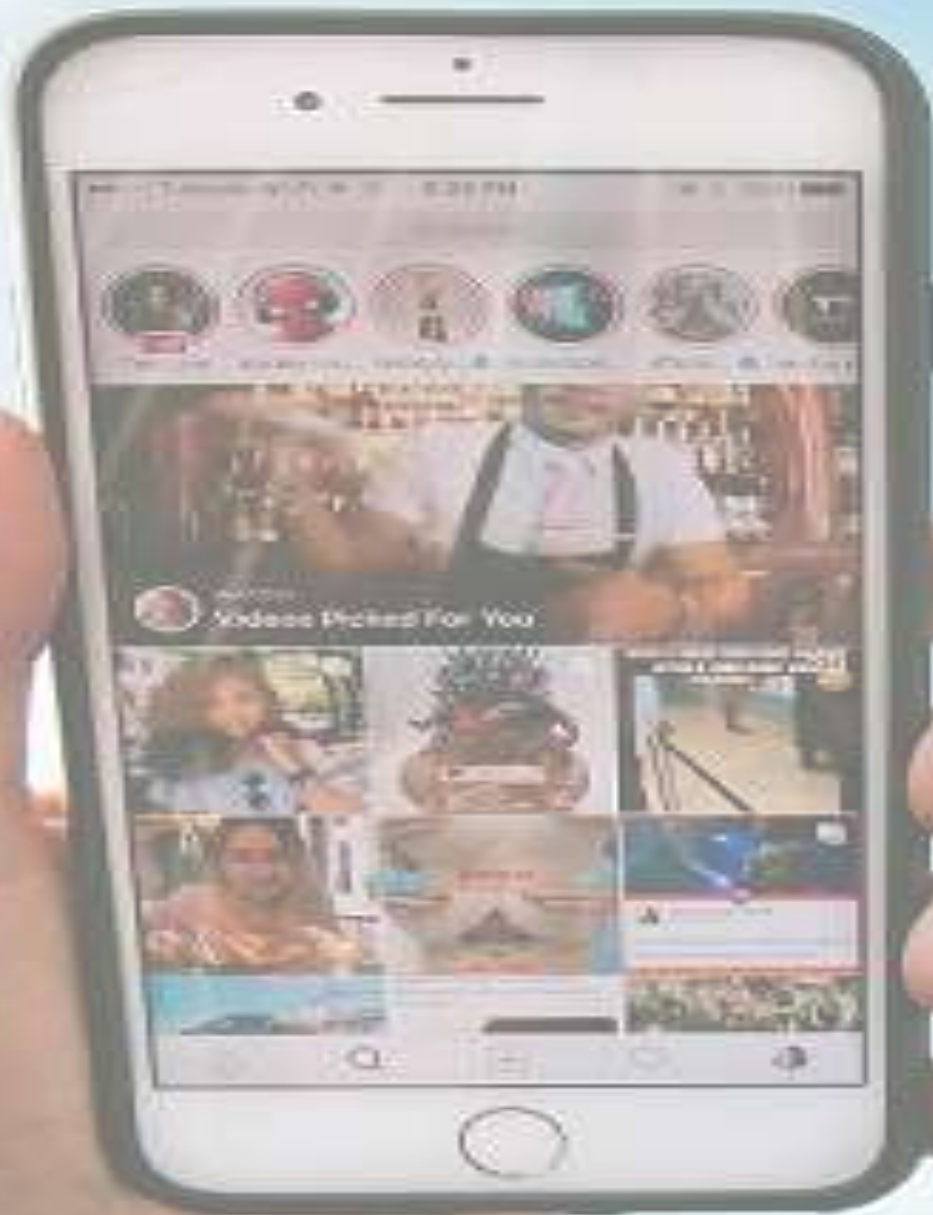
Konten ini berupa informasi benar yang disampaikan dalam konteks yang salah

False context umumnya digunakan untuk menggiring opini pembaca



Jika selalu berulang kembali mengecek media sosial berarti kamu telah menjadi **FOMO**

Fear of missing out atau FOMO adalah perasaan yang membuat seseorang takut "tertinggal" karena teman-teman dekatnya sedang asyik dengan kegiatan seru di luar sana.



APAKAH ANDA TERMASUK NOMOPHOBIA ?

Nomophobia (No Mobile Phobia) merupakan bentuk ketakutan seseorang apabila sedikit saja dalam hidupnya tidak memegang smartphone atau ponsel pintarnya maka ia akan cemas dan stres



Gejala Nomophobia

Muncul perasaan cemas, gelisah, khawatir, bingung, bahkan marah apabila tidak menggunakan ponsel pintar

CIRI-CIRI UTAMA NOMOPHOBIA

- Menggunakan gadget di waktu makan
- Lebih sering berinteraksi dengan gadget dibandingkan dengan orang lain
- Lebih sering bermain gadget dibandingkan mengerjakan sesuatu yang produktif
- Lupa waktu saat berinteraksi dengan gadget

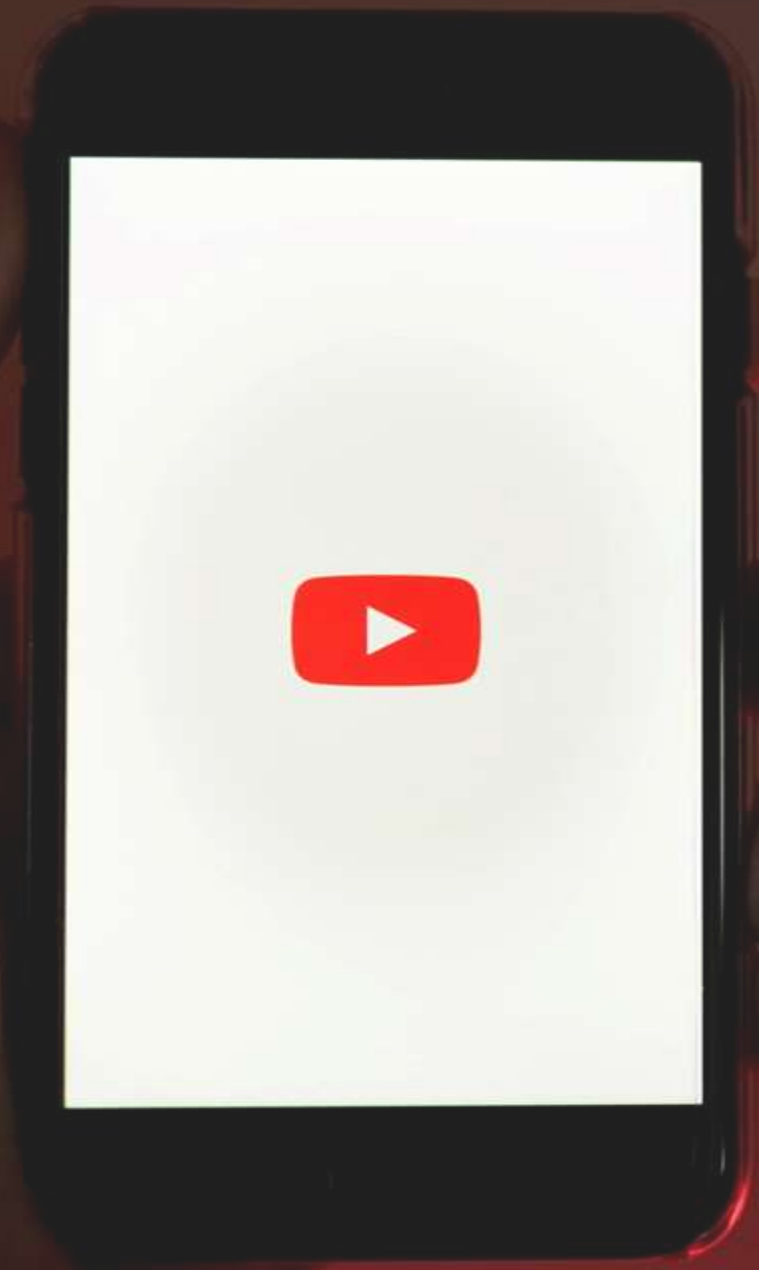




Punya media sosial berapa?

Apa untungnya punya media sosial?

Berapa jam menghabiskan media sosial?



Kita tidak bisa hidup tanpa media sosial tetapi kita bisa memanfaatkan media sosial sebagai *platform* bisnis, media massa, & menebarkan konten-konten positif (*influencer*).

Mau bikin konten apa nih?

A hand holding a smartphone, displaying a video of a group of people in a room. The background is a soft, out-of-focus purple and blue light.

Semua orang bisa bikin konten tapi....
Bagus, Menarik & Storytelling

Content Creator



Berprofesi yang membuat konten berupa informasi, edukasi, inspirasi hiburan dll untuk disebarakan ke khalayak melalui media sosial

BLOG

FOTO

VIDEO

TULISAN

AUDIO

**DESAIN/
GAMBAR**





Gali potensi kamu

1. Kamu suka konten seperti apa
2. Riset kecil-kecilan (*on demand*)
3. Media sosial itu beragam platform



Contoh Akun Instagram Kampus Budi Luhur

1. Lembaga pendidikan
2. Informasi tentang kampus
3. Konten menarik dikemas video dan gambar visual



Youtuber / Selebgram / Podcaster / Blogger merupakan content creator yang membuat konten sesuai dengan platform yang digunakan.

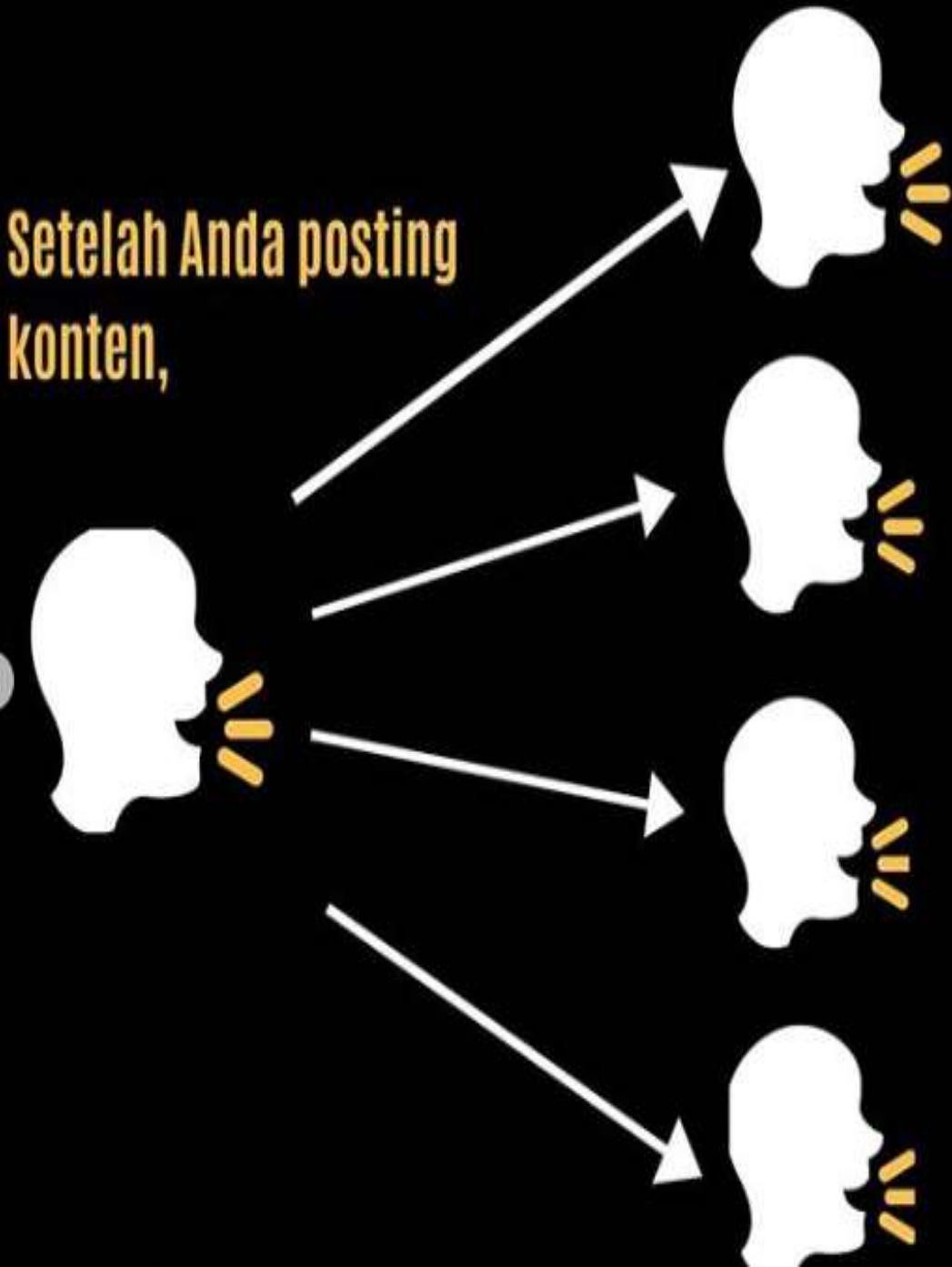
Sebenarnya banyak sekali content creator yang memang sejak lama sudah ada seperti musisi, penulis, seniman dll

ENGAGEMENT VS VALUE

(+) Membangun jaringan dan menambah pertemanan
(-) Butuh waktu lama dan sulit dikelola

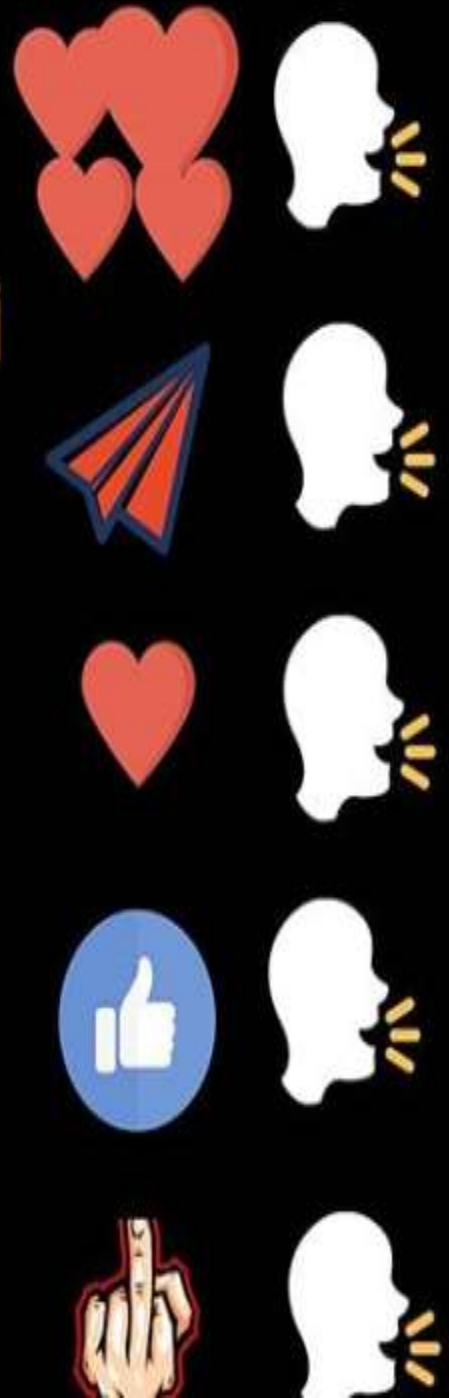
(+) Meningkatkan kepercayaan dan membuktikan skill
(-) Butuh waktu riset dan kualitas

Setelah Anda posting
konten,



RESPONS NETIZEN

Audiens akan memberi
umpan balik.



Etika komunikasi yang baik dalam media sosial (Mursito, 2006):

1

Jangan menggunakan kata kasar

2

Provokatif

3

Porno ataupun SARA

4

Artikel atau status yang bohong

5

Jangan mencopy paste artikel / gambar yang mempunyai hak cipta

6

Memberikan komentar yang relevan

“Bijaklah menggunakan media sosial dan jadilah netizen yang haus mencari dan berbagi ilmu serta santun berkomentar. Dengan begitu Anda menjadi Netizen cerdas dan berbudi luhur”

- Sukma Alam -

TERIMA KASIH

LAPORAN KEGIATAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
ETIKA KOMUNIKASI DI MEDIA SOSIAL: MEDIA SOSIAL UNTUK BRANDING DAN BERKARYA



TIM DOSEN:

Jeanie Annisa, S.IP, M.Si
Mira Herlina, S.Sos, M.I.Kom
Sukma Alam, S.I.Kom, M.I.Kom

Fakultas Komunikasi dan Desain Kreatif
Universitas Budi Luhur
Jakarta
2025

A. Pendahuluan

Dengan semakin berkembangnya zaman, maka semakin juga dibutuhkannya teknologi untuk kehidupan sehari-hari. Tak jauh dari internet dan media sosial. Secara khusus media sosial merupakan suatu platform yang sangat membantu kita dalam berkomunikasi dan juga menyajikan berbagai informasi kepada seluruh penggunanya. Dengan media sosial, kita tak perlu khawatir akan jarak dan waktu untuk berbagi informasi maupun berkomunikasi dengan seluruh lapisan masyarakat.

Pada era globalisasi saat ini perkembangan IPTEK semakin pesat, penyebaran terkait informasi dapat lebih cepat serta akses informasi pun mudah diperoleh dengan sosial media seperti instagram, youtube, whats app, twitter, google (Sudiantini et al., 2023)

Media sosial memberikan fasilitas kepada pengguna khususnya remaja untuk dapat mengidentifikasi pengguna lain yang memiliki minat serupa. Dengan begitu kita dapat dengan mudah mengekspresikan diri. Namun bagi kaum introvert juga tetap dapat mengekspresikan diri dengan bebas tanpa mengekspos diri kita yang sebenarnya (anonim). Karena identifikasi ini memiliki peran yang sangat besar terhadap perkembangan remaja.

Penggunaan media sosial juga secara khusus dapat digunakan untuk menyalurkan kreativitas kita, seperti membuat video tutorial membuat kerajinan dari barang bekas, atau hanya sekedar melihat foto dan video yang diposting oleh pengguna lain. Media sosial juga dapat menjadi sarana dalam berwirausaha maupun kegiatan belajar.

Dampak positif penggunaan sosial media terhadap prestasi belajar peserta didik mempermudah proses pembelajaran, karena saat peserta didik mengalami kendala atau kesulitan didalam belajar dapat mengakses informasi dari media sosial dengan begitu akan meningkatkan prestasi belajarnya (Syifa et al., 2023). Seiring dengan meningkatnya popularitas media sosial di kalangan anak-anak, Peran orang tua dan guru di sekolah diharapkan dapat membantu peserta didik dalam membatasi diri di media sosial (Syifa et al., 2023).

Informasi yang kita dapat dari media sosial juga beragam, baik yang secara umum maupun hanya sekedar hiburan. Namun ada juga yang membagikan informasi pribadi yang dapat dilihat oleh pengguna lain. Penggunaan media sosial di kalangan remaja perlu

diperhatikan karena jika digunakan dengan tidak hati – hati maka tidak tertutup kemungkinan akan berdampak negatif.

Dampak negatif media sosial sangat beragam, mulai dari masalah kesehatan mental seperti depresi dan kecemasan, hingga masalah sosial seperti cyberbullying dan penyebaran hoaks. Penggunaan media sosial yang berlebihan juga dapat mengurangi kualitas hidup, menyebabkan kecanduan, dan mengganggu interaksi sosial di dunia nyata.

Maka dari itu Tim Dosen dari Fakultas Komunikasi dan Desain Kreatif pada kegiatan pengabdian Masyarakat ini bertujuan memberikan edukasi bagi para siswa/i di SMK An Nurmaniyah (Yapera) agar dapat menggunakan media sosial dengan bijak. Materi yang disampaikan yaitu tentang pemanfaatan media sosial dengan bijak, media sosial untuk branding serta memilah berita hoax di media sosial. Penyebaran informasi yang semakin tidak terbendung menjadi sarana akan penyebaran informasi yang belum tentu kebenarannya atau sering disebut sebagai hoax. Mastel menjelaskan bahwa dari jumlah 1.146 responden sebanyak 44,3% diantara mereka menerima berita palsu atau hoax setiap harinya dan dengan presentase 17,2% menerima lebih dari satu kali berita palsu atau hoax dalam sehari (Mastel, 2017)

Untuk materi yang disampaikan Tim Dosen dari Fakultas Komunikasi dan Desain Kreatif dilaksanakan pada program studi Akuntansi, di SMK An Nurmaniyah (Yapera).

B. Waktu dan Tanggal Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada:

Hari/ Tanggal : Rabu/ 30 April 2025

Tempat : SMK An Nurmaniyah (Yapera)

Pukul : 08.00 w.i.b – 12.00 w.i.b

C. Pembicara

1). Jeanie Annisa, S.IP., M.Si

2). Mira Herlina, S.Sos., M.I.Kom

3). Sukma Alam, S.I.Kom., M.I.Kom

D. Pelaksanaan

Materi pertama yang disampaikan adalah Etika Komunikasi di Media Sosial, pemateri yaitu Jeanie Annisa, S.IP., M.Si. Materi ini membahas tentang bagaimana cara menggunakan media sosial dengan sehat, dan bijaksana. Siswa diberikan edukasi tentang UU ITE sehingga menjadi tahu mana yang boleh diupload dan mana yang tidak boleh diupload di media sosial. Serta dampak – dampak nya baik yang positif maupun negatif dalam menggunakan media sosial.

Pada sesi 1 ini, siswa menyimak materi dengan tekun dan sangat antusias, Tim Dosen juga memberikan pertanyaan – pertanyaan untuk para siswa serta memberikan hadiah bagi siswa yang dapat menjawab pertanyaan tersebut.

Selanjutnya sesi ke dua, diisi oleh Mira Herlina, S.Sos., M.I.Kom. Materi yang disampaikan tentang media sosial dapat dimanfaatkan untuk branding. Petrama, siswa diberikan pemahaman terlebih dahulu tentang apa itu branding. Sambil mendengarkan pemaparan, siswa pun diberikan pertanyaan seputar media branding.

Para siswa antusias dalam menjawab pertanyaan tentang branding dan media branding tersebut, dan ini menandakan siswa memahami materi yang disampaikan. Selanjutnya siswa diberikan pengetahuan tentang bagaimana cara membangun image di media sosial. Seperti hendaknya konten media sosial diatur sedemikian rupa, jangan mengupload konten yang tidak baik, karena setiap konten yang diupload akan memberikan Kesan bagi orang lain yang melihatnya.

Pada sesi terakhir, pemateri berikut nya adalah Sukma Alam, S.I.Kom., M.I.Kom. Menyampaikan tentang berita yang bersifat hoax dan media sosial untuk berkarya. Pada sesi ini, siswa diedukasi tentang apa itu berita hoax, seperti apa contoh – contohnya dan bagaimana menanggapi berita hoax di media sosial.

Beberapa siswa diberikan pertanyaan tentang berita hoax yang ada di media sosial dan siswa yang dapat menjawab pertanyaan, diberi hadiah. Pada intinya, para siswa mampu memahami mana yang merupakan berita hoax di media sosial dan mana yang bukan. Penyampaian materi ini juga dapat membuka pemahaman siswa bahwa jangan mudah untuk mengunggah pesan – pesan yang belum tentu kebenarannya. Terakhir,

disampaikan bahwa media sosial dapat digunakan untuk mengembangkan kreatifitas para siswa selama media sosial tersebut digunakan dengan sehat dan bijak.



Gambar 1. Mira Herlina, S.Sos., M.I.Kom menyampaikan materi tentang media sosial untuk branding



Gambar 2. Mira Herlina S.Sos., M.I.Kom menyampaikan pertanyaan untuk siswa



Gambar 2. Bapak Sukma Alam S.I.Kom., M.I.Kom menyampaikan materi tentang media sosial, hoax dan berkarya

E. Penutup

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di SMK An Nurmaniyah (Yapera) program studi akuntansi berjalan dengan baik dan maksimal. Materi yang disampaikan oleh Tim Dosen diharapkan mampu memberikan edukasi bagi para siswa agar menggunakan media sosial dengan baik, kreatif dan bijaksana agar memberikan dampak – dampak yang positif dalam kegiatan mereka sehari – hari.

Para siswa juga diharapkan dapat memilah – milah mana informasi yang perlu serta tidak perlu disampaikan melalui media sosial, bijak dalam menuliskan komentar dan selalu memperhatikan UU ITE ketika akan mengupload gambar atau foto atau memberikan komentar nya di media sosial.

Daftar Pustaka

Mastel. (2017). Hasil Survey Mastel Tentang Wabah HOAX Nasional.

<http://mastel.id/infografis-hasil-survey-masteltentang-wabah-hoaxnasional/>

Sudiantini, D., Safitri, A., Alfia, A. P., & Pambudi, A. A. (2023). Pengaruh Media Sosial Dalam Prestasi Pendidikan. Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin, 1(5), 184–188

Syifa, S. F., Nur Istirohmah, A., Lestari, P., & Nur Azizah, M. (2023). Dampak Penggunaan Media Sosial terhadap Prestasi Belajar Peserta Didik. Jurnal BELAINDIKA (Pembelajaran Dan Inovasi Pendidikan), 5(1), 21–27. <https://doi.org/10.52005/belaindika.v5i1.100>

LAMPIRAN



