

ARUTALA SEDAYA ABADI

Taste Narrative | Creative & Digital Media Agency

Puri Botanical Residence, Jl. Michelia 8 No.21-23, Meruya Selatan, Jakarta Barat, 11620

Telp. +625213140945 | Email: hello@tastenarrative.com



SURAT KETERANGAN RISET

No. TN.R/001-II/2025

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dyas Zhafran

Jabatan : Direktur Utama

Alamat : Puri Botanical Residence, Jl. Michelia 8 No.21-23, Meruya Selatan, Jakarta Barat, 11620

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Savira Sahara

NIM : 25210072

Instansi : Universitas Nusa Mandiri

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Bisnis Digital

Bahwa yang bersangkutan telah melakukan riset di Arutala Sedaya Abadi (Taste Narrative) pada tanggal 24 Oktober 2024 – 24 April 2025, dalam kapasitasnya sebagai **Creative Associate – Partnership**. Selama masa riset, yang bersangkutan melakukan observasi dan pengumpulan data terkait proses bisnis dan operasional di industri kreatif, sesuai dengan bidang yang dijalani di perusahaan.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 23 April 2025

Yang menerangkan,

CV ARUTALA SEDAYA ABADI

Dyas Zhafran

Direktur Utama

LAMPIRAN-LAMPIRAN

LAMPIRAN A. BUKTI HASIL PENGECEKAN PLAGIARISME

- BAB I

BAB I.pdf

ORIGINALITY REPORT

16%

SIMILARITY INDEX

13%

INTERNET SOURCES

7%

PUBLICATIONS

8%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	eprints.unmas.ac.id Internet Source	1%
2	lib.unnes.ac.id Internet Source	1%
3	Hidayatul Fitri, Dyta Setiawati Hariyono, Ghea Amalia Arpandy. "Pengaruh Self-Esteem Terhadap Fear Of Missing Out (Fomo) pada Generasi Z Pengguna Media Sosial", Jurnal Psikologi, 2024 Publication	1%
4	repository.dinamika.ac.id Internet Source	1%
5	Submitted to Universitas Pelita Harapan Student Paper	1%
6	Submitted to itera Student Paper	1%
7	repo.undiksha.ac.id Internet Source	1%
8	Submitted to State Islamic University of Alauddin Makassar Student Paper	1%
9	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	1%
10	Submitted to Udayana University Student Paper	1%

- BAB II

BAB II.pdf

ORIGINALITY REPORT

6%	6%	1%	2%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	core.ac.uk Internet Source	1%
2	www.diva-portal.org Internet Source	1%
3	jurnal.stie.asia.ac.id Internet Source	1%
4	www.scribd.com Internet Source	1%
5	Submitted to Douglas County Schools Student Paper	1%
6	docplayer.info Internet Source	<1%
7	repository.usu.ac.id Internet Source	<1%
8	pt.scribd.com Internet Source	<1%
9	repository.itbwigalumajang.ac.id Internet Source	<1%
10	Syurmita Syurmita, Miranda Junisar Fircarina. "Pengaruh Zakat, Islamic Corporate Social Responsibility dan Penerapan Good Governance Bisnis Syariah terhadap Reputasi dan Kinerja Bank Umum Syariah di Indonesia", Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial, 2020	<1%

- BAB III

BAB III.pdf		
ORIGINALITY REPORT		
24%	21%	11%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS
		12%
		STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES		
1	Submitted to Binus University International Student Paper	3%
2	etd.ummy.ac.id Internet Source	2%
3	www.scribd.com Internet Source	2%
4	123dok.com Internet Source	1%
5	repository.iainpalopo.ac.id Internet Source	1%
6	Saniya Nur Aisyah, Jaeni Jaeni. "PENGARUH PARTISIPASI ANGGARAN, KOMPETENSI, DAN KEPUASAN KERJA TERHADAP KINERJA PERANGKAT DESA DENGAN KOMITMEN ORGANISASI SEBAGAI VARIABEL MODERASI", Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING), 2025 Publication	1%
7	Submitted to Sriwijaya University Student Paper	1%
8	Submitted to Universitas PGRI Palembang Student Paper	1%
9	id.123dok.com Internet Source	1%
10	eprints.perbanas.ac.id Internet Source	1%

- BAB IV

BAB IV.pdf

ORIGINALITY REPORT

20%
SIMILARITY INDEX

14%
INTERNET SOURCES

13%
PUBLICATIONS

10%
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Universitas Negeri Jakarta Student Paper	3%
2	Muh Fahrul Syaugy Asbullah, Ida Farida, Fitriani Fitriani. "MODERATION OF ISLAMIC FINANCIAL PATTERNS ON EXPERIENCE AND DISCOUNTS ON ONLINE GAME TOP UP BEHAVIOR IN GENERATION Z KAB. BONE", Islamic Economic and Business Journal, 2025 Publication	1%
3	www.researchgate.net Internet Source	1%
4	Submitted to Ciputra University Student Paper	1%
5	Serius Zebua. "Pengaruh Komunikasi Kepemimpinan, Komunikasi Internal, dan Komunikasi Digital terhadap Work Engagement: Peran Moderasi Organizational Trust", eCo-Fin, 2025 Publication	1%

UNIVERSITAS
NUSA MANDIRI

- BAB V

BAB V.pdf

ORIGINALITY REPORT

8%

SIMILARITY INDEX

8%

INTERNET SOURCES

3%

PUBLICATIONS

3%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

repositori.usu.ac.id

Internet Source

2%

2

docplayer.info

Internet Source

2%

3

digilib.uinsby.ac.id

Internet Source

2%

4

etheses.uin-malang.ac.id

Internet Source

1%

5

library.um.ac.id

Internet Source

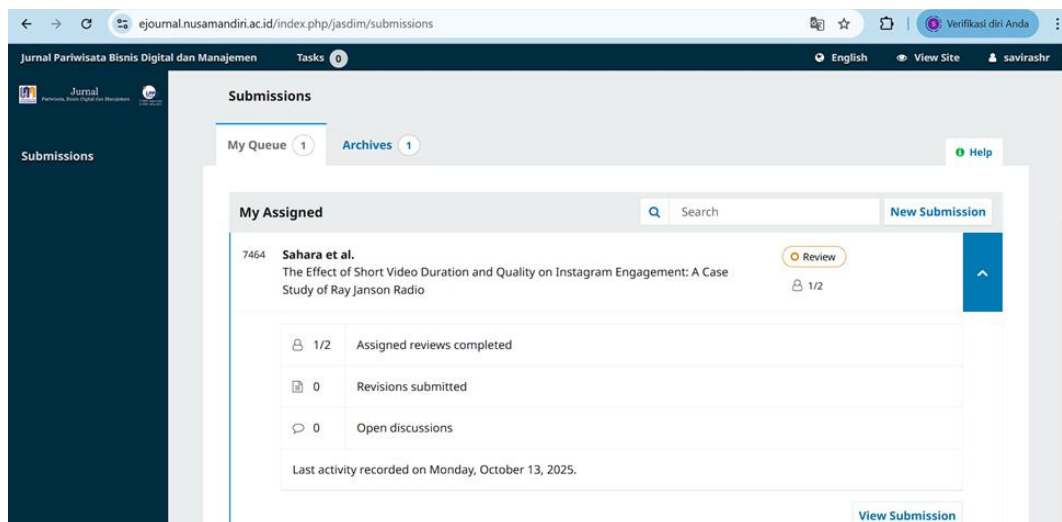
1%

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On

NUSA MANDIRI

LAMPIRAN B. BUKTI SUMBIT/PUBLISH ARTIKEL ILMIAH

The screenshot displays the 'Submissions' page of the eJournal NUSAMANDIRI. The page is titled 'Submissions' and includes a sidebar with 'Submissions' and 'Archives' tabs. The main content area shows a submission by Sahara et al. with the title 'The Effect of Short Video Duration and Quality on Instagram Engagement: A Case Study of Ray Janson Radio'. The submission is marked as 'Review' and has a progress bar showing 1/2 assigned reviews completed. A table below the submission details shows the progress of assigned reviews, revisions submitted, and open discussions. The last activity recorded is on Monday, October 13, 2025.

Icon	Progress	Description
👤 1/2	Assigned reviews completed	
📄 0	Revisions submitted	
💬 0	Open discussions	

Last activity recorded on Monday, October 13, 2025.

UNIVERSITAS
NUSA MANDIRI

LAMPIRAN C. *FORM* KUESIONER PENELITIAN

Dengan Hormat,

Dalam rangka menyelesaikan studi Program Sarjana pada Program Studi Bisnis Digital Universitas Nusa Mandiri, saya

Nama : Savira Sahara

NIM : 25210072

Program Studi : Bisnis Digital

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Memohon kesediaan Bapak/Ibu dan Saudara/i untuk menjadi responden dalam kuesioner penelitian Tugas Akhir saya yang berjudul ***Pengaruh Durasi dan Kualitas Video Pendek Terhadap Engagement Instagram Ray Janson Radio***. Adapun kriteria responden yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Mengikuti akun Instagram @rayjansonradio.
- 2) Pernah memberikan *likes*, komen, *share* atau *save* di *Reels* Instagram @rayjansonradio dalam kurun waktu tiga bulan terakhir.
- 3) Berusia minimal 17 tahun dan aktif menggunakan Instagram dalam 3 bulan terakhir.

Petunjuk Pengisian Kuesioner

Mohon Bapak/Ibu/Saudara/i untuk memperhatikan hal-hal berikut saat mengisi kuesioner ini:

1. Bacalah setiap pertanyaan dengan seksama agar dapat dipahami dengan baik.
2. Berikan jawaban secara jujur, karena dalam kuesioner ini tidak terdapat jawaban yang benar maupun salah.
3. Jawablah setiap pertanyaan sesuai dengan kondisi dan pendapat pribadi Anda dengan memilih salah satu pilihan skala berikut:

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Netral

4 = Setuju

5 = Sangat Setuju

Partisipasi Anda sangat berarti bagi kelancaran penelitian ini. Atas perhatian dan kerja samanya, saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,
Savira Sahara

IDENTITAS RESPONDEN

Isilah identitas diri anda dengan mengisi biodata anda sebagai berikut:

1. Nama Responden :
2. Jenis Kelamin : ☐ Laki-laki ☐ Perempuan
3. Usia : ☐ 17 – 24 Tahun ☐ 25 – 32 Tahun
☐ 33 – 40 Tahun ☐ > 40 Tahun

DAFTAR PERNYATAAN

1. DURASI VIDEO

Berikan jawaban Anda terhadap pernyataan berikut sesuai dengan pendapat pribadi. Gunakan skala:

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Netral

4 = Setuju

5 = Sangat Setuju

No.	Item Pernyataan	1	2	3	4	5
Kesesuaian Waktu						
1.	Saya merasa durasi video pendek pada akun @rayjansonradio sesuai dengan kebutuhan saya.					
2.	Saya tidak merasa video terlalu panjang atau terlalu singkat.					
Daya Tarik Durasi						
1.	Saya menonton video karena durasinya sesuai dengan preferensi saya.					
2.	Saya lebih tertarik menonton video berdurasi singkat.					
Ketuntasan Menonton						
1.	Saya cenderung menonton video sampai selesai.					
2.	Saya sering melewati video yang terlalu panjang.					

2. KUALITAS VIDEO

Berikan jawaban Anda terhadap pernyataan berikut sesuai dengan pendapat pribadi. Gunakan skala:

1 = Sangat Tidak Setuju

1.	Saya membagikan video kepada orang lain jika menurut saya bermanfaat.					
2.	Saya merasa konten video layak untuk dibagikan.					
Intensi Ulang						
1.	Saya menyimpan video untuk ditonton kembali nanti.					
2.	Saya menonton ulang video yang menurut saya menarik.					



LAMPIRAN D. DATASET JAWABAN RESPONDEN

A. Variabel Durasi Video (X1)

Responden	Variabel Durasi Video/DV					
	DV1	DV2	DV3	DV4	DV5	DV6
1	4	4	5	5	5	5
2	4	5	5	5	3	5
3	5	4	4	5	4	5
4	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
6	5	5	5	5	5	5
7	4	4	4	5	2	5
8	5	5	5	5	5	5
9	5	4	4	5	3	5
10	3	4	4	3	2	3
11	4	4	4	4	4	4
12	4	5	5	3	4	3
13	5	5	5	5	4	5
14	4	4	4	4	5	2
15	4	4	4	5	5	4
16	5	5	5	5	5	5
17	5	4	4	4	5	4
18	5	5	5	5	5	5
19	5	5	5	5	5	5
20	4	4	4	4	5	5
21	5	4	4	5	5	5
22	4	4	4	4	4	4
23	3	3	3	3	2	5
24	4	4	3	4	3	4
25	5	5	4	1	4	2
26	5	5	5	5	5	1
27	4	5	5	2	3	4
28	3	4	3	4	3	4
29	5	5	5	5	5	5
30	5	5	5	5	5	5
31	4	4	4	2	5	2
32	4	4	4	5	4	4
33	5	5	5	5	5	5
34	5	5	5	5	5	5
35	5	5	5	5	5	5
36	5	5	5	5	5	5
37	5	5	5	5	5	5
38	5	5	5	5	5	5
39	5	5	5	5	5	5
40	5	5	5	5	5	5

41	5	5	5	5	5	5
42	5	5	5	5	5	5
43	5	5	5	5	5	5
44	5	5	5	5	5	5
45	5	5	5	5	5	5
46	5	5	5	5	5	5
47	5	5	5	5	5	5
48	5	5	5	5	5	5
49	5	5	5	5	5	5
50	5	5	5	5	5	5
51	5	5	5	5	5	5
52	4	4	5	5	5	4
53	5	5	5	5	5	5
54	5	5	5	5	5	5
55	5	5	5	5	5	5
56	5	5	5	5	5	5
57	4	4	4	3	3	3
58	5	5	5	5	5	5
59	5	5	5	5	5	5
60	5	5	5	5	5	5
61	5	5	5	5	5	5
62	5	5	5	5	5	5
63	5	5	5	5	5	5
64	5	5	5	5	5	5
65	5	5	5	5	5	5
66	5	5	5	5	5	5
67	5	5	5	5	5	5
68	4	4	4	3	4	3
69	5	5	5	5	5	5
70	5	5	5	5	5	5
71	5	5	5	5	5	5
72	5	5	5	5	5	5
73	5	5	5	5	5	5
74	5	5	5	5	5	5
75	5	5	5	5	5	5
76	5	5	5	5	5	5
77	5	5	5	5	5	5
78	5	5	5	5	5	5
79	5	5	5	5	5	5
80	5	5	5	5	5	5
81	5	5	5	5	5	5
82	5	5	5	5	5	5
83	5	5	5	5	5	5
84	5	5	5	5	5	5

85	5	5	5	5	5	5
86	5	5	5	5	5	5
87	5	5	5	5	5	5
88	5	5	5	5	5	5
89	5	5	5	5	5	5
90	5	5	5	5	5	5
91	5	5	5	5	5	5
92	5	5	5	5	5	5
93	5	5	5	5	5	5
94	5	5	5	5	5	5
95	5	5	5	5	5	5
96	5	5	5	5	5	5
97	5	5	5	5	5	5
98	4	5	5	4	3	5
99	4	5	4	3	4	3
100	5	5	5	5	5	5

B. Variabel Kualitas Video (X2)

Responden	Variabel Kualitas Video/KV							
	KV1	KV2	KV3	KV4	KV5	KV6	KV7	KV8
1	5	4	4	5	3	4	5	5
2	4	4	4	4	4	4	4	3
3	4	4	4	5	5	5	4	4
4	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
6	5	5	5	5	5	5	5	5
7	4	5	5	5	5	5	5	5
8	5	5	5	5	5	5	5	5
9	5	5	5	5	4	4	5	5
10	4	3	5	2	3	3	4	3
11	4	4	4	4	4	4	5	5
12	5	5	5	5	4	4	4	4
13	4	5	5	5	5	5	5	5
14	5	5	5	5	4	4	5	5
15	4	5	5	5	5	5	5	5
16	5	5	5	5	5	5	5	5
17	5	5	5	5	5	5	5	5
18	5	5	5	5	5	5	5	5
19	4	4	4	4	4	4	4	4
20	4	5	5	4	4	4	4	5
21	4	5	5	5	4	5	5	5
22	4	4	5	4	4	5	5	4
23	4	4	4	4	4	4	4	4
24	5	4	4	3	3	3	4	4

25	4	4	5	3	5	5	5	4
26	5	5	5	5	5	5	5	5
27	4	4	5	5	4	5	2	4
28	4	4	4	3	3	3	4	4
29	5	5	5	2	5	5	5	5
30	5	5	5	5	5	5	5	5
31	4	4	4	5	4	4	4	5
32	5	5	5	4	3	5	4	4
33	5	5	5	5	5	5	5	5
34	5	5	5	5	5	5	5	5
35	5	5	5	5	5	5	5	5
36	5	5	5	5	5	5	5	5
37	5	5	5	5	5	5	5	5
38	5	5	5	5	5	5	5	5
39	5	5	5	5	5	5	5	5
40	5	5	5	5	5	5	5	5
41	5	5	5	5	5	5	5	5
42	5	5	5	5	5	5	5	5
43	5	5	5	5	5	5	5	5
44	5	5	5	5	5	5	5	5
45	5	5	5	5	5	5	5	5
46	5	5	5	5	5	5	5	5
47	5	5	5	5	5	5	5	5
48	5	5	5	5	5	5	5	5
49	5	5	5	5	5	5	5	5
50	5	5	5	5	5	5	5	5
51	5	5	5	5	5	5	5	5
52	5	5	5	1	4	4	5	5
53	5	5	5	5	5	5	5	5
54	5	5	5	5	5	5	5	5
55	5	5	5	5	5	5	5	5
56	5	5	5	5	5	5	5	5
57	4	4	4	3	3	3	3	3
58	5	5	5	5	5	5	5	5
59	5	5	5	5	5	5	5	5
60	5	5	5	5	5	5	5	5
61	5	5	5	5	5	5	5	5
62	5	5	5	5	5	5	5	5
63	5	5	5	5	5	5	5	5
64	5	5	5	5	5	5	5	5
65	5	5	5	5	5	5	5	5
66	5	5	5	5	5	5	5	5
67	5	5	5	5	5	5	5	5
68	5	5	5	4	4	4	4	4

69	5	5	5	5	5	5	5	5
70	5	5	5	5	5	5	5	5
71	5	5	5	5	5	5	5	5
72	5	5	5	5	5	5	5	5
73	5	5	5	5	5	5	5	5
74	5	5	5	5	5	5	5	5
75	5	5	5	5	5	5	5	5
76	5	5	5	5	5	5	5	5
77	5	5	5	5	5	5	5	5
78	5	5	5	5	5	5	5	5
79	5	5	5	5	5	5	5	5
80	5	5	5	5	5	5	5	5
81	5	5	5	5	5	5	5	5
82	5	5	5	5	5	5	5	5
83	5	5	5	5	5	5	5	5
84	5	5	5	5	5	5	5	5
85	5	5	5	5	5	5	5	5
86	5	5	5	5	5	5	5	5
87	5	5	5	5	5	5	5	5
88	5	5	5	5	5	5	5	5
89	5	5	5	5	5	5	5	5
90	5	5	5	5	5	5	5	5
91	5	5	5	5	5	5	5	5
92	5	5	5	5	5	5	5	5
93	5	5	5	5	5	5	5	5
94	5	5	5	5	5	5	5	5
95	5	5	5	5	5	5	5	5
96	5	5	5	5	5	5	5	5
97	5	5	5	5	5	5	5	5
98	4	3	5	5	4	4	3	4
99	5	5	5	5	5	5	5	5
100	5	5	5	5	5	5	5	5

C. Variabel Engagement (Y1)

Responden	Variabel Engagement/E							
	E1	E2	E3	E4	E5	E6	E7	E8
1	5	5	2	4	3	5	4	4
2	4	5	3	3	4	2	4	4
3	5	5	4	5	4	4	4	4
4	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
6	5	5	5	5	5	5	5	5
7	5	5	1	4	5	5	5	5
8	5	5	5	5	5	5	5	5

9	5	5	5	5	4	3	4	4
10	3	4	4	3	3	4	4	5
11	5	5	5	5	5	5	5	5
12	5	5	3	3	4	2	3	3
13	5	5	5	5	5	5	5	5
14	5	5	2	2	5	5	5	5
15	5	5	5	5	5	5	5	5
16	5	5	5	5	5	5	5	5
17	4	4	4	4	4	4	4	4
18	4	5	5	5	5	5	5	5
19	4	4	4	4	4	4	4	4
20	5	5	5	5	5	5	5	5
21	5	5	5	5	5	5	5	5
22	5	5	5	5	5	5	5	5
23	3	3	3	3	3	3	3	3
24	3	4	3	3	3	3	4	4
25	5	5	4	4	5	4	5	5
26	5	5	5	5	5	5	5	5
27	4	5	2	3	5	1	4	4
28	4	4	2	3	4	2	4	4
29	5	5	4	5	5	4	5	5
30	5	5	5	5	5	5	5	5
31	4	5	2	2	5	4	4	4
32	3	3	3	4	5	5	5	5
33	5	5	5	5	5	5	5	5
34	5	5	5	5	5	5	5	5
35	5	5	5	5	5	5	5	5
36	5	5	5	5	5	5	5	5
37	5	5	5	5	5	5	5	5
38	5	5	5	5	5	5	5	5
39	5	5	5	5	5	5	5	5
40	5	5	5	5	5	5	5	5
41	5	5	5	5	5	5	5	5
42	5	5	5	5	5	5	5	5
43	5	5	5	5	5	5	5	5
44	5	5	5	5	5	5	5	5
45	5	5	5	5	5	5	5	5
46	5	5	5	5	5	5	5	5
47	5	5	5	5	5	5	5	5
48	5	5	5	5	5	5	5	5
49	5	5	5	5	5	5	5	5
50	5	5	5	5	5	5	5	5
51	5	5	5	5	5	5	5	5
52	4	4	3	4	5	3	4	4

53	5	5	5	5	5	5	5	5
54	5	5	5	5	5	5	5	5
55	5	5	5	5	5	5	5	5
56	5	5	5	5	5	5	5	5
57	3	4	2	2	2	3	3	3
58	5	5	5	5	5	5	5	5
59	5	5	5	5	5	5	5	5
60	5	5	5	5	5	5	5	5
61	5	5	5	5	5	5	5	5
62	5	5	5	5	5	5	5	5
63	5	5	5	5	5	5	5	5
64	5	5	5	5	5	5	5	5
65	5	5	5	5	5	5	5	5
66	5	5	5	5	5	5	5	5
67	5	5	5	5	5	5	5	5
68	4	4	4	4	4	4	4	4
69	5	5	5	5	5	5	5	5
70	5	5	5	5	5	5	5	5
71	5	5	5	5	5	5	5	5
72	5	5	5	5	5	5	5	5
73	5	5	5	5	5	5	5	5
74	5	5	5	5	5	5	5	5
75	5	5	5	5	5	5	5	5
76	5	5	5	5	5	5	5	5
77	5	5	5	5	5	5	5	5
78	5	5	5	5	5	5	5	5
79	5	5	5	5	5	5	5	5
80	5	5	5	5	5	5	5	5
81	5	5	5	5	5	5	5	5
82	5	5	5	5	5	5	5	5
83	5	5	5	5	5	5	5	5
84	5	5	5	5	5	5	5	5
85	5	5	5	5	5	5	5	5
86	5	5	5	5	5	5	5	5
87	5	5	5	5	5	5	5	5
88	5	5	5	5	5	5	5	5
89	5	5	5	5	5	5	5	5
90	5	5	5	5	5	5	5	5
91	5	5	5	5	5	5	5	5
92	5	5	5	5	5	5	5	5
93	5	5	5	5	5	5	5	5
94	5	5	5	5	5	5	5	5
95	5	5	5	5	5	5	5	5
96	5	5	5	5	5	5	5	5

97	5	5	5	5	5	5	5	5
98	5	5	4	5	3	4	4	4
99	5	5	1	1	5	4	5	5
100	5	5	5	5	5	5	5	5

