

## DAFTAR PUSTAKA

- A. Shimp, Terence. 2014. *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat.
- A Shimp, Terence. *Periklanan Promosi (Aspek Tambahan Komunikasi. Pemasaran Terpadu)* edisi Terjemahan. Erlangga. Jakarta. 2007.
- Baran, Stanley J. 2012. *Pengantar Komunikasi Massa Jilid 1 Edisi 5*. Jakarta: Erlangga.
- Effendy, Ilmu Komunikasi. 2017. *Teori dan Praktek*. PT Remaja Rosdakrarya, Jakarta
- Farida Nugrahani. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif*. “Cakra Books, Solo
- Flew, Terry. 2005. *New Media*. Oxford University Press.
- Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Malang: Erlangga
- Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN) Vol. 2 No. 1 (2017)
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta.
- Koentjaraningrat. *Metode-metode Penelitian Masyarakat Edisi Ketiga*. Jakarta : Gramedia 1993.
- M. Nazir. 2003. *Metode Penelitian*, Jakarta: Ghalia Indonesia,
- McQuail, Dennis. 2011. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta : Salemba Humanika.
- M. Nazir, *Metode Penelitian*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 1999.
- Milles dan Huberman. 1992. *Analisis Data Kualitatif*, Jakarta: Universitas Indonesia Press.
- Philip Kotler dan Gary Amstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.
- Silviani, I. (2021). *Strategi Komunikasi Pemasaran Menggunakan Teknik Integrated Marketing Communication*. Scopindo Media Pustaka
- Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2011).

Stoner, James AF., R. Edward Freeman., Daniel R. Gilbert, JR. “Management, 6th Edition”. New Jersey : Prentice. (Hall Inc, 1995).

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.



**LAMPIRAN**  
**SURAT KETERSEDIAAN PEMBIMBING SKRIPSI**



**UNIVERSITAS NASIONAL**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**TERAKREDITASI BAN-PT**

Jl. Sawo Manila No. 61, Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta Selatan 12520, Telp. (021) 7806700 (hunting),  
Fax. 7802718-7802719 <http://www.unas.ac.id>, E-mail : [info@unas.ac.id](mailto:info@unas.ac.id)

Jakarta, 26 September 2022

Nomor : 101 /IK/IX/2022  
Lamp : -  
Hal : *Kesediaan Membimbing Skripsi*

Kepada Yth.  
**Bapak/Ibu Swastiningsih, SE, M.Si**  
**Dosen Prodi Ilmu Komunikasi**  
Di Jakarta

Dengan hormat,

Terkait dengan penyelenggaraan ujian proposal skripsi semester Ganjil 2022/2023, Prodi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Nasional memohon kesediaan Bapak/Ibu untuk membimbing proposal skripsi yang disusun oleh:

Nama	: Achmad Faqih Firdaus
NPM	: 193516516496
Konsentrasi	: Public Relations
Judul Skripsi	: STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU SINAU SOCKS DALAM MELAKUKAN PROMOSI PADA EVENT "WALL OF FADES" MELALUI VIEWERS DI INSTAGRAM @_SINAUSINAU

Kami berharap Bapak/Ibu dapat memberikan jawaban kesediaan segera dengan memberikan tanda tangan di bawah ini, dan mengembalikannya kepada Prodi Ilmu Komunikasi melalui sekretariat Tata Usaha FISIP. Jika Bapak/Ibu bersedia, mohon dapat membimbing dan mengarahkan skripsi mahasiswa agar layak untuk diuji.

Demikian atas kesediaan dan dukungannya kami ucapkan terima kasih.

*Bersedia/ Tidak Bersedia\**  
Sebagai Pembimbing,

**Swastiningsih, SE, M.Si**  
\* coret yang tidak perlu

Program Studi Ilmu Komunikasi  
Ketua

  
**Drs. Adi Prakosa, M.Si**

## LAMPIRAN 2

### SURAT TUGAS PEMBIMBING



#### UNIVERSITAS NASIONAL FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

S1- Ilmu Politik, S1- Hubungan Internasional, S1- Ilmu Administrasi Negara,  
S1- Sosiologi, dan S1- Ilmu Komunikasi

Jl. Sawo Manis No. 61 Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta 12520 Telp. (021) 78833307, 7806700 (Hunting) Fax: 7802718, 7802719  
P.O. Box 4741 Jakarta 12047 Homepage : <http://www.unas.ac.id> E-mail : [febmas49@gmail.com](mailto:febmas49@gmail.com)

#### PENUGASAN PEMBIMBING SKRIPSI

Nomor : 222/D/X/2022

Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Nasional dengan ini menugaskan kepada :

Nama Dosen : **Swastiningsih, S.E., M.Si.**

Sebagai Pembimbing skripsi Semester Ganjil Tahun Akademik 2022/2023 bagi mahasiswa berikut :

Nama Mahasiswa : Achmad Faqih Firdaus  
Nomor Pokok : 193516516496  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Bidang Konsentrasi : Hubungan Masyarakat

Adapun tugas pokok pembimbing Skripsi adalah :

- o Mengarahkan mahasiswa bimbingannya menyusun proposal penelitian
- o Mendampingi mahasiswa bimbingan dalam seminar proposal penelitian
- o Mengarahkan/membimbing mahasiswa dalam penelitian dan penulisan skripsi

Tugas dan wewenang ini berlaku paling lama untuk jangka waktu 2 (dua) semester, sejak tanggal penugasan ini ditanda tangani.

Jakarta, Rabu, 5 Oktober 2022  
Dekan,



**Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si**  
N.I.P. : 0109150857

Tembusan :

1. Wakil Dekan FISIP;
2. Ka. Program Studi;
3. Arsip;

**LAMPIRAN 3**  
**SURAT PERMOHONAN PENELITIAN**

**UNIVERSITAS NASIONAL**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**TERAKREDITASI BAN-PT**  
Jl. Sawo Mania No. 61, Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta Selatan 12520  
Telp. (021) 70737624, 7806700 Ext.146, Fax. 7802718-7802719  
Homepage : <http://www.unas.ac.id> Email : [info@unas.ac.id](mailto:info@unas.ac.id)

Jakarta, 28 November 2022

Nomer : 963/WD/XI/2022  
Lampiran : -  
Perihal : **Permohonan Penelitian dan Informasi data**

Kepada Yth :  
Bussines Development Sinau  
Di Tempat

Dengan hormat,

Bersama ini kami perkenalkan dengan hormat mahasiswa dibawah ini

Nama : Achmad Faqih Firdaus  
Nomor Pokok : 193516516496  
Semester : 7 (Tujuh) / Ganjil  
Prodi/Konsentrasi : Ilmu Komunikasi  
Alamat : Jl. Musholah I No 41 RT 01 RW 021 Sukmajaya Depok  
Nomor Hp. : 0882 1995 9953

Mahasiswa tersebut bermaksud melakukan penelitian dalam rangka penyusunan Skripsi dengan Judul: *Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Sinau Dalam Melakukan Promosi Pada Event "Ball Of Fades" Melalui Viewers Di Instagram @sinausinau*, Dengan Dosen Pembimbing : Swastiningsih, SE, M.Si. Sehubungan dengan hal tersebut, mohon kiranya Bapak/Ibu dapat memberikan bantuan seperlunya.

Demikian atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

  
UNIVERSITAS NASIONAL  
Wakil Dekan  
Dr. Bhakti Nur Avianto, M.Si

**UNIVERSITAS NASIONAL**

Program Studi : Ilmu Politik - Hubungan Internasional - Sosiologi - Administrasi Publik- Ilmu Komunikasi

CS Scanned with CamScanner

**LAMPIRAN 4**  
**LEMBAR KONSULTASI**



**UNIVERSITAS NASIONAL**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

S1- Ilmu Politik, S1- Hubungan Internasional, S1- Ilmu Administrasi Negara,  
S1- Sosiologi, dan S1- Ilmu Komunikasi  
Jl. Sawo Mania No. 61 Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta 12520 Telp. (021) 78833307, 7806700 (Hunting) Fax. 7802718, 7802719  
P.O. Box 4741 Jakarta 12047 Homepage : <http://www.unas.ac.id> E-mail : [febnas49@gmail.com](mailto:febnas49@gmail.com)

**KONSULTASI BIMBINGAN**

**Npm** : 193516516496  
**Nama** : ACHMAD FAQIH FIRDAUS  
**Program Studi** : Ilmu Komunikasi  
**Konsentrasi** : Hubungan Masyarakat

**KONSULTASI PEMBIMBING PROPOSAL**

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
11 October, 2022	bimbingan pertama (selasa, 27 oktober 2022) pengajuan judul proposal judul awal : strategi komunikasi pemasaran dengan memanfaatkan media tiktok untuk mempertahankan loyalitas konsumen (studi kasus produk teh botol sosro)	Sudah Ditanggapi
13 October, 2022	bimbingan ke-2 konsultasi bab i - bab iii	Sudah Ditanggapi
13 October, 2022	bimbingan ke 3 konsultasi proposal secara keseluruhan	Sudah Ditanggapi
13 October, 2022	bimbingan ke-4 konsultasi proposal skripsi secara keseluruhan (perbaikan bab ii)	Sudah Ditanggapi

**KONSULTASI PEMBIMBING TUGAS AKHIR**

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
---------	-------------------	--------

6 December, 2022	<p>revisi proposal (tanggal 06/12/2022)</p> <p>achmad faqih firdaus (193516516496)</p> <p>poin yang sudah direvisi</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- pergantian judul menjadi :</li> </ul> <p>“strategi komunikasi pemasaran terpadu pt. sinar sosro dalam menjaga brand melalui program “consumer promo teh ha er” pada media sosial tik tok</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- melengkapi konsep imc</li> <li>- melengkapi teori new media</li> <li>- pendalaman tentang pt. sinar sosro</li> <li>- mencantumkan top brand</li> <li>- memperdalam pembahasan fitur tik tok</li> <li>- menetapkan pewawancara</li> </ul>	Sudah Ditanggapi
12 December, 2022	<p>revisi bab 1-3</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- pergantian judul</li> <li>- pergantian subjek penelitian</li> <li>- penambahan teori dan konsep</li> </ul>	Sudah Ditanggapi
19 December, 2022	<p>revisi bab 1-4</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- pengecekan judul baru</li> <li>- pengecekan bab 1-4</li> <li>- pengecekan pertanyaan</li> </ul>	Sudah Ditanggapi
9 January, 2023	<p>bimbingan</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. bab 1 dan bab 2</li> <li>2. pengecekan list pertanyaan</li> </ol>	Sudah Ditanggapi
14 January, 2023	<p>bimbingan tanggal 9 januari 2023</p> <p>pengecekan bab 1-3</p>	Sudah Ditanggapi
2 February, 2023	<p>bimbingan bab 4</p>	Sudah Ditanggapi

2 February, 2023	revisi bab 4 - melengkapi profil perusahaan - melengkapi sejarah perusahaan - menambahkan gambar	Sudah Ditanggapi
2 February, 2023	revisi bab iv dan pembuatan bab v	Sudah Ditanggapi





## LAMPIRAN 5

### DRAFT PERTANYAAN WAWANCARA

- **Pertanyaan untuk Key Informan, Bapak Rifqy Aditya Putra selaku Bussines Development Sinau**
  1. Sejak kapan adanya usaha Sinau Socks?
  2. Bagaimana awal mula terbentuknya Sinau Socks?
  3. Apa saja produk yang di tawarkan Sinau Socks?
  4. Bagaimana Sinau Socks mengenalkan produknya kepada masyarakat?
  5. Bagaimana Sinau Socks mempromosikan produknya di Instagram?
  6. Bagaimana tahapan perencanaan dalam melakukan strategi komunikasi pemasaran di Instagram?
  7. Apa saja fitur Instagram yang Sinau Socks Gunakan dalam melakukan Strategi Pemasaran Terpadu?
  8. Bagaimana Sinau Socks dapat mengikuti event Wall Of Fades?
  9. Dalam kontribusi apa Sinau Socks dalam acara Wall Of Fades?
  10. Bagaimana proses pelaksanaan dalam strategi komunikasi pemasaran terpadu di instagram pada event Wall Of Fades?
  11. Apa yang harus di evaluasi pada kegiatan strategi komunikasi pemasaran terpadu dalam acara Wall Of Fades?
  12. Bagaimana interaksi konsumen di media Instagram terhadap acara Wall Of Fades?
  13. Apakah ada target penjualan dalam acara Wall Of Fades?
  14. Apakah ada perbedaan antara target dan hasil penjualan dari acara Wall Of Fades?
  15. Apakah ada perubahan tingkat penjualan dalam acara Wall Of Fades?
  16. Apa saja keuntungan Sinau Socks dalam mengikuti event Wall Of Fades?
  17. Bagaimana reaksi pengunjung saat mendatangi *booth* Sinau Socks?

18. Apakah ada peningkatan followers pada akun Instagram Sinau Socks pada acara Wall Of Fades?
19. Apakah ada perbedaan penjualan antara event Wall Of Fades tahun 2022 dengan event Wall Of Fades tahun lalu?
20. Apa strategi yang tepat untuk menarik audience di Instagram?

• **Pertanyaan untuk informan pertama, Bapak Holdy Prakoso selaku Operation Sinau**

1. Dalam menyebarkan informasi tentang booth sinau socks pada acara wall Of Fades, hal apa yang dilakukan oleh sales sinau socks?
2. Fitur instagram apa yang digunakan untuk memperluas informasi sinau socks ikut serta dalam acara Wall Of Fades?
3. Seberapa pengaruhkah acara-acara pakaian pada penjualan sinau socks?
4. Produk apa yang Sinau Socks tawarkan dalam event Wall Of Fades?
5. Siapa saja target konsumen Sinau Socks?
6. Sosial media apa saja yang digunakan dalam melakukan pemasaran Sinau Socks?
7. Seberapa penting Media Sosial Instagram dalam meningkatkan penjualan?
8. Bagaimana proses pelaksanaan dalam strategi komunikasi pemasaran terpadu di instagram pada event Wall Of Fades?
9. Apa yang harus di evaluasi pada kegiatan strategi komunikasi pemasaran terpadu dalam acara Wall Of Fades?
10. Bagaimana interaksi konsumen di media Instagram terhadap acara Wall Of Fades?
11. Apakah ada target penjualan dalam acara Wall Of Fades?
12. Apakah ada perbedaan antara target dan hasil penjualan dari acara Wall Of Fades?
13. Apakah ada perubahan tingkat penjualan dalam acara Wall Of Fades?
14. Apa saja keuntungan Sinau Socks dalam mengikuti event Wall Of Fades?
15. Bagaimana reaksi pengunjung saat mendatangi *booth* Sinau Socks?

16. Apakah ada peningkatan followers pada akun Instagram Sinau Socks pada acara Wall Of Fades?
17. Apakah ada perbedaan penjualan antara event Wall Of Fades tahun 2022 dengan event Wall Of Fades tahun lalu?
18. Apa strategi yang tepat untuk menarik audience di Instagram?
19. Bagaimana pendekatan Sinau Socks untuk menarik perhatian konsumen?
20. Aspek apa yang harus dilihat dalam menarik perhatian konsumen di Instagram?

- **Pertanyaan untuk informan kedua, Ahmad Dzakri selaku Konsumen Sinau Pada Event Wall Of Fades**

1. Apakah anda pernah melihat reels Instagram Sinau?
2. Apa Tanggapan anda dengan cara pendekatan Sinau kepada seluruh konsumennya?
3. Apakah Anda pernah melihat konten reels Sinau pada event Wall Of Fades?
4. Bagaimana Impresi Pertama Anda ketika mendatangi booth Sinau pada event Wall Of Fades?



**LAMPIRAN 6**  
**TRANSKRIP WAWANCARA**

**Wawancara 1**

Nama : Rifqy Aditya Putra  
 Jabatan : Bussines Development  
 Waktu : 14 Januari 2023

Pertanyaan	Jawaban
Sejak kapan adanya usaha Sinau Socks?	Kami memulai usaha pada tahun 2015
Bagaimana awal mula terbentuknya Sinau Socks?	Tahun 2015 pada saat kelas entrepreneur di universitas Bina Nusantara yang mewajibkan kami membuat Bisnis
Apa saja produk yang di tawarkan Sinau Socks?	Pada tahun 2015 – 2021, Kami memfokuskan pada produk kaos Kaki, Tshirt & Shirt. Pada tahun 2022 kami memproduksi celana dengan design yang lebih pop
Bagaimana Sinau Socks mengenalkan produknya kepada masyarakat?	Cara kami mengenalkan produk kami melalui social media Instagram dan youtube untuk kanal online. Untuk offline kami mempromosikan melalui Retailer dan event – event.
Bagaimana Sinau Socks mempromosikan produknya di Instagram?	Pastinya dengan konten – konten lifestyle dan fit pic dari merchandise kami punya untuk menarik kunjungan.
Bagaimana tahapan perencanaan dalam melakukan strategi komunikasi pemasaran di Instagram?	Perencanaan komunikasi selalu berasal produk yang kami buat yang akan mempengaruhi cara komunikasi. Contohnya sebagai pelanggan loyal kami sebut konco sinau.
Apa saja fitur Instagram yang Sinau Socks Gunakan dalam melakukan Strategi Pemasaran Terpadu?	Kami memanfaatkan Instagram Ads untuk melakukan strategi pemasaran terpadu, karena dengan menggunakan <i>Instgram Ads</i> , informasi produk Sinau dapat tersebar lebih jauh lagi dan akan meningkatkan jumlah konsumen.

Apakah reels Instagram memiliki pengaruh dalam memberikan informasi tentang produk sinau socks?	Sangat berguna, karena fitur reels membuat perubahan persepsi terhadap konsumsi digital customer dan follower instagram kami.
Apakah viewers reels berpengaruh pada penjualan sinau socks?	Viewers reels tentunya sangat berpengaruh yaa, karena mereka melihat langsung barang – barang yang kami jual secara langsung dengan contoh produk yang dipakai.
Bagaimana Sinau Socks dapat mengikuti event Wall Of Fades?	Dengan berkomunitas dan juga memasang target pasar kami. Ada anak muda yang mengeksplor fashion mereka melewati komunitas darahku biru. Kami menargetkan dengan model yang sesuai dengan market dan juga pricing point kami.
Dalam kontribusi apa Sinau Socks dalam acara Wall Of Fades?	Kami Sinau mengikuti event Wall Of Fades sebagai Tenant Merchandise yang menjual produk sinau pada acara tersebut.
Bagaimana proses pelaksanaan dalam strategi komunikasi pemasaran terpadu di instagram pada event Wall Of Fades?	Kami pastinya dengan mengeluarkan produk – produk baru sinau di WOF dan juga promo – promo untuk produk sinau.
Apa yang harus di evaluasi pada kegiatan strategi komunikasi pemasaran terpadu dalam acara Wall Of Fades?	Evaluasi dengan ads agar target pasar kami bisa lebih besar.
Bagaimana interaksi konsumen di media Instagram terhadap acara Wall Of Fades?	Lumayan ramai, karena kami 2022 kami hiatus sekitar 10 bulan dan kembali di acara Wall Of Fades.
Apakah ada target penjualan dalam acara Wall Of Fades?	Ada setiap acara kami selalu menargetkan 60% Merchandise kami habis di setiap event, khususnya Wall Of Fades.
Apakah ada perbedaan antara target dan hasil penjualan dari acara Wall Of Fades?	Pastinya ada perbedaan karena target bulanan kami dan event itu berbeda, tapi kami tidak bisa jabarkan karna konfidensial.
Apakah ada perubahan tingkat penjualan dalam acara Wall Of Fades?	Ada perubahan secara penjualan sekitar 20% kenaikan dalam target sales bulanan
Apa saja keuntungan Sinau Socks dalam mengikuti event Wall Of Fades?	Intangible assets pastinya, karena kami jauh lebih ter ekspos, karena para pengunjung melihat langsung kualitas produk dan jauh lebih yakin untuk masuk decision phase pembelian produk kami.

Bagaimana reaksi pengunjung saat mendatangi <i>booth</i> Sinau Socks?	Reaksi pengunjung tentunya senang, karena banyak orang melihat wajah baru sinau yang dulu sangat budaya Indonesia sekarang tampil dengan lebih pop dan trendy tanpa kehilangan unsur budaya kami dan tidak hanya itu saja, tentunya kami juga memberikan pelayanan yang ramah kepada seluruh pengunjung Sinau tanpa membeda-bedakan para pengunjung.
Apakah ada peningkatan followers pada akun Instagram Sinau Socks pada acara Wall Of Fades?	Gak besar, cuma 1000 followers.
Apakah ada perbedaan penjualan antara event Wall Of Fades tahun 2022 dengan event Wall Of Fades tahun lalu?	Kurang lebih sama targetnya yaitu 60% dari total merchandise, karena ini akan mempengaruhi dari segi bisnis dan produksi produk. Agar lebih tepat guna. Dan tidak overcost.
Apa strategi yang tepat untuk menarik audience di Instagram?	Reels harus menarik harus dengan point of view portrait dan ada interaksi.
Bagaimana Sinau Mendapatkan pendapatan yang lebih dalam event Wall Of Fades?	Dalam Melakukan promosi dan memanfaatkan kegiatan yang ada, salah satunya event Wall Of Fades, dapat diketahui kami memiliki pendapatan senilai Rp. 57.900.000,00. Pendapatan tersebut kami dapatkan karena penggunaan promosi yang sesuai dengan acara yang ada.

Key Informan,

Bussines Development Sinau



Rifqy Aditya Putra

## Wawancara 2

Nama : Holdy Prakoso

Jabatan : Operations

Waktu : 17 Januari 2023

Pertanyaan	Jawaban
Dalam menyebarkan informasi tentang booth sinau socks pada acara wall Of Fades, hal apa yang dilakukan oleh sales sinau socks?	Dalam hal ini kami mempromosikan produk sinau dengan di pakai oleh para sales Sinau di acara tersebut
Fitur instagram apa yang digunakan untuk memperluas informasi sinau socks ikut serta dalam acara Wall Of Fades?	Untuk memperluas informasi mengenai Sinau Socks yang mengikuti event Wall Of Fades, kami tentunya menggunakan segala fitur instgram seperti story, postingan, dan ads menggunakan Instgram ads, seperti itu
Seberapa pengaruhkah acara-acara pakaian pada penjualan sinau socks?	Acara-acara yang diikuti Sinau tentunya sangat berpengaruh,karena kami dapat menaikkan penjualan dengan peningkatan 25% dari Sales tahunan
Produk apa yang Sinau Socks tawarkan dalam event Wall Of Fades?	Pada event Wall Of fades kami menawarkan Kaos kaki, kemeja, tshirt, shorts
Siapa saja target konsumen Sinau Socks?	Kami mencari target konsumen seperti Mahasiswa – pekerja muda
Sosial media apa saja yang digunakan dalam melakukan pemasaran Sinau Socks?	Kami menggunakan media sosial Instagram

Seberapa penting Media Sosial Instagram dalam meningkatkan penjualan?	Penting untuk mempromosikan produk baru
Bagaimana proses pelaksanaan dalam strategi komunikasi pemasaran terpadu di Instagram pada event Wall Of Fades?	Prisesnya dengan posting produk baru dan promosi
Apa yang harus di evaluasi pada kegiatan strategi komunikasi pemasaran terpadu dalam acara Wall Of Fades?	Content creating, content writing
Bagaimana interaksi konsumen di media Instagram terhadap acara Wall Of Fades?	Via DM sinau socks menanyakan harga dkk, lumayan rama
Apakah ada target penjualan dalam acara Wall Of Fades?	60% dari total barang yang di bawa
Apakah ada perbedaan antara target dan hasil penjualan dari acara Wall Of Fades?	Target Lebih ke set up persentase penjualan, hasil penjualan merupakan jawaban dari target
Apakah ada perubahan tingkat penjualan dalam acara Wall Of Fades?	Ya ada perubahan tingkat penjualan karena awareness sudah terbentuk
Apa saja keuntungan Sinau Socks dalam mengikuti event Wall Of Fades?	Branding dan exposure
Bagaimana reaksi pengunjung saat mendatangi booth Sinau Socks?	Senang karena booth sinau sekarang jauh lebih pop up
Apakah ada peningkatan followers pada akun Instagram Sinau Socks pada acara Wall Of Fades?	1000 Follower
Apakah ada perbedaan penjualan antara event Wall Of Fades tahun 2022 dengan event lain?	Kurang lebih hampir sama karena sudah diatur dengan forecasting penjualan.
Apakah strategi yang tepat untuk menarik audience di Instagram?	Ads, konten yang viral



Bagaimana pendekatan Sinau Socks untuk menarik perhatian konsumen?	Complain melalui dm dan juga aftersales kami melalui instagram dan social media lainnya
Aspek apa yang harus dilihat dalam menarik perhatian konsumen di Instagram?	Konten



Informan 1,  
Operations Sinau

Holdy Prakoso

## Wawancara 2

Nama : Ahmad Dzakri

Jabatan : Konsumen Sinau pada event Wall Of Fades

Waktu : 10 Desember 2022

Pertanyaan	Jawaban
Apakah anda pernah melihat reels Instagram Sinau?	Ya, saya pernah melihat reels instagram Sinau
Bagaimana tanggapan anda terhadap pendekatan Sinau pada seluruh konsumennya?	Melihat cara komunikasi Sinau di instagram, saya merasa lebih emm mendapatkan informasi tentang produk terbaru dan juga saya merasa lebih nyaman ya, karena mudah aja gitu ngebaca informasinya.
Apakah anda pernah melihat konten Sinau pada event wall Of Fades?	Ya, saya pernah melihat konten tersebut, sebelum event wall of fades dibuka. Waktu itu saya melihat reels Sinau yang sedang membangun booth dari Sinau.
Bagaimana impresi pertama anda ketika mendatangi booth Sinau pada event Wall Of Fades?	saya mengunjungi booth sinau, emm saya merasa nyaman ya, karena saya merasa di hormatilah sebagai pembeli dan juga ketika saya mencari barang saya juga ditanya mau dicarikan barang seperti apa dan diberikan rekomendasi barang tersebut yang sekiranya cocok untuk saya.
Bagaimana tanggapan Anda mengenai Reels Sinau pada event Wall Of Fades?	Yaa menurut saya konten Sinau di Instagram cukup informatif ya, karena mereka dengan cermat dapat membuat reels dengan menarik dan juga terdapat emm pesan yang mudah untuk dimengerti, salah satunya seperti reels Sinau yang sedang membangun booth pada event Wall Of Fades. Disini saya juga tertarik untuk mengunjungi booth sinau pada acara Wall Of Fades. Dan setelah mendatangi booth tersebut, saya merekomendasikan kepada teman-teman saya karena pelayanan yang baik dan bahan yang berkualitas pastinya.

Informan 2,

Konsumen

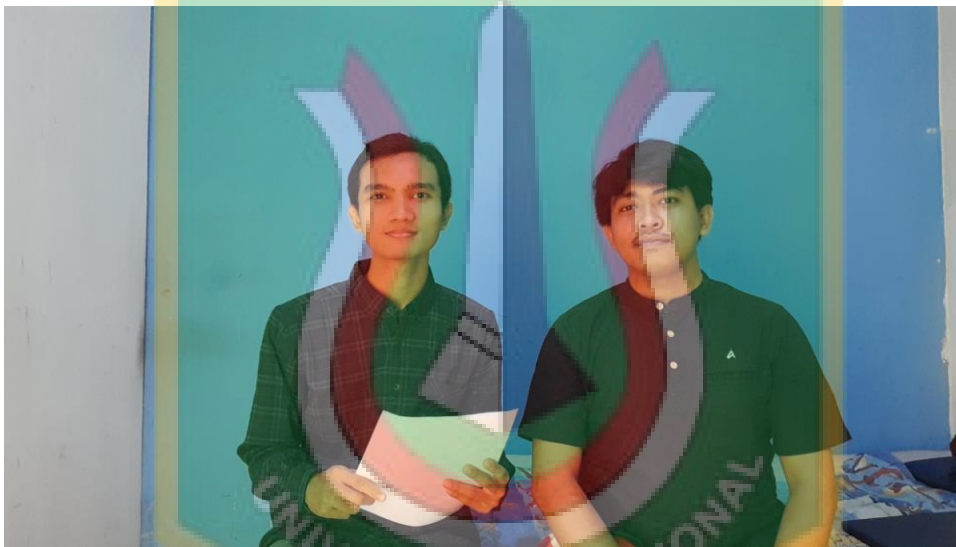


Ahmad Dzakri



**LAMPIRAN 7**  
**DOKUMENTASI PENELITIAN**







Ticket 1 of 3



Order No./ No. Pesanan  
BIA8-0075-6C4D

Name/ Nama  
Ahmad Dzakri

TICKET NO./ NO.TIKET  
35447-DC609-542

**PRE-SALE DAY I**

Valid For / Berlaku Pada : 4 Maret 2022

Price / Harga : Rp.50.000,00



**LAMPIRAN 8**  
**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**



# Achmad Faqih Firdaus

Public Relations

☎ 0882-1995-9953    ✉ achmadfaqih.firdaus@gmail.com

### About Me

Saya Achmad Faqih Firdaus. Saya adalah mahasiswa Universitas Nasional, fakultas FISIP program studi ilmu komunikasi Public Relations. Saya mengikuti TV komunitas kampus, yaitu UNASTV, dari komunitas ini saya memiliki kemampuan lebih, tidak hanya kemampuan menjadi PR, tetapi kemampuan dalam jurnalistik. Seperti fotografi, videografi, dan desain grafis.

Saya adalah orang yang memiliki rasa ingin tahu tinggi dan memiliki ambisi yang kuat dalam mengerjakan pekerjaan saya. Selain itu dengan pengalaman streaming dan kegiatan UNASTV saya memiliki kemampuan kerja tim yang suportif.

### Skills

Public Speaking

Leadership

Word

Photography

Creative Design :

- Photoshop
- Canva

### Achievement

Juara 1 Nasional Lomba Film Pendek

Juara 1 pramuka gudop tergiat tingkat DKI Jakarta

Juara 3 pramuka gudop tergiat administrasi Jakarta

### Pendidikan

**2016 – 2019**      **MAN 13 JAKARTA SELATAN**

**Ilmu Pengetahuan Sosial**

Saya aktif dalam organisasi MPK selama 2 Periode dan menjadi ketua Majelis Perwakilan Kelas di periode kedua. Selain itu saya menjadi sekertaris pramuka inti dua periode dan mendapatkan juara administrasi dua kali tingkat kota Jakarta.

**2019 – Sekarang**      **Kuliah Universitas Nasional**

Saya berkuliah di Universitas Nasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program Studi Ilmu Komunikasi, dan berkonsentrasi pada Public Relations. Sekarang saya masih menjalani pendidikan di semester 6, serta saya aktif dalam TV kampus, UNASTV.

### Pengalaman

**2022**

**Wakil Kepala Studio UNASTV**

Membentuk program kerja UNASTV dan mengikuti segala aktivitas di dalamnya, baik aktivitas internal dan eksternal. Pada saat saya menjabat, saya tetap mengatur dan membantu humas dan struktural UNASTV dalam melaksanakan tugas masing-masing divisi.

**2020**

**MC Program ILC (Indonesia Learning Collaborative)**

Saya memiliki pengalaman menjadi MC di acara Indonesia learning collaborative, kampus merdeka, yang dimana acara tersebut memiliki pengacara kunci, yaitu Wakil Presiden RI, Prof. Dr. (HC.) K. H. Ma'ruf Amin dan Menteri Pendidikan, Nadiem Makarim, B.A., M.B.A.

**2019**

**Creative Supervisor UNASTV**

Saya dipercaya menjadi Creative Supervisor UNASTV. Tugas saya adalah membuat desain, baik itu desain feeds instagram, story instagram, sertifikat, proposal, dan desain untuk kepentingan streaming. Tugas ini juga mempengaruhi citra UNASTV di media sosial.

**LAMPIRAN 9**  
**HASIL UJI TURNITIN**

tahap 1

ORIGINALITY REPORT

<b>16%</b>	<b>16%</b>	<b>4%</b>	<b>%</b>
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	<a href="http://toba.ai">toba.ai</a> Internet Source	<b>1%</b>
<b>2</b>	<a href="http://repository.umsu.ac.id">repository.umsu.ac.id</a> Internet Source	<b>1%</b>
<b>3</b>	<a href="http://digilibadmin.unismuh.ac.id">digilibadmin.unismuh.ac.id</a> Internet Source	<b>1%</b>
<b>4</b>	<a href="http://eprints.ums.ac.id">eprints.ums.ac.id</a> Internet Source	<b>1%</b>
<b>5</b>	<a href="http://www.jurnalkommas.com">www.jurnalkommas.com</a> Internet Source	<b>1%</b>
<b>6</b>	<a href="http://123dok.com">123dok.com</a> Internet Source	<b>1%</b>
<b>7</b>	<a href="http://journal.unpar.ac.id">journal.unpar.ac.id</a> Internet Source	<b>1%</b>
<b>8</b>	<a href="http://eprints.umm.ac.id">eprints.umm.ac.id</a> Internet Source	<b>1%</b>
<b>9</b>	<a href="http://www.researchgate.net">www.researchgate.net</a> Internet Source	<b>1%</b>