

LAMPIRAN



LEMBAR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Ardi Prasetyo

Nama Pokok Mahasiswa : 183112351650547

Program Studi/ Konsentrasi : Ilmu Komunikasi / Periklanan

Judul Skripsi : Strategi Pemasaran PT Kokoh Inti Arebama Jasa Renovasi Rumah
& Toko Bahan Bangunan Melalui Media Sosial Instagram Pada
Akun @mitraruma_official

NO	Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf Pembimbing
1	22/11/2022	Konsultasi Judu Penelitian	
2	8/12/2022	Revisi Latar Belakang	
3	30/12/2022	Revisi Manfaat Penelitian	
4	16/01/2023	Penambahan kebaruan penelitian dan jenis publikasinya	
5	24/01/2023	Merapihkan redaksi penulisan	
6	27/01/2023	Teori yang dipakai dengan tiap sub bab dengan realitas penelitian	
7	28/01/2023	Menyusun BAB III dengan sistematika baru dengan penjelasan lebih detail	
8	30/01/2023	Menjelaskan tahap menganalisis data	
9	4/02/2023	Merapihkan penulisan, penambahan novelty kebaruan penelitian	

Jakarta, Januari 2023

Ketua Program Studi

Drs. Adi Prakosa, M.Si

LAMPIRAN

SURAT KESEDIAAN PEMBIMBING



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

Jakarta, 13 Mei 2022

Nomor : 41 /IK/III/2022

Lamp : -

Hal : *Kesediaan Pembimbing Skripsi*

Kepada Yth.

Bapak/Ibu Dr. Sugeng Wahjudi, M.Si

Dosen Prodi Ilmu Komunikasi

Di Jakarta

Dengan hormat,

Terkait dengan penyelenggaraan ujian proposal skripsi semester Genap 2021/2022, Prodi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Nasional memohon kesediaan Bapak/Ibu untuk membimbing proposal skripsi yang disusun oleh:

Nama : Ardi Prasetyo
NPM : 18112351650547
Konsentrasi : Periklanan
Judul Proposal Skripsi : STRATEGI PEMASARAN PT. KOKOH INTI AREBAMA
JASA RENOVASI RUMAH & TOKO BAHAN BANGUNAN
MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA AKUN
@mitraruma_official

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

Demikian atas kesediaan dan dukungannya kami ucapkan terima kasih.

*Bersedia/ Tidak Bersedia**
Sebagai Pembimbing.

Dr. Sugeng Wahjudi, M.Si

* coret yang tidak perlu

Program Studi Ilmu Komunikasi
Ketua.

Drs. Adi Prakosa, M.Si

LAMPIRAN

SURAT PERMOHONAN PENELITIAN



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

Jl. Sawo Manilla 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

Nomor : /WD/ /2022 Jakarta, 20 Desember 2022
Lamp : -
Perihal : Permohonan Penelitian dan Informasi Data

Kepada Yth :

Team Digital Marketing Mitraruma

Di Tempat

Dengan hormat,

Bersama ini kami perkenalkan dengan hormat mahasiswa di bawah ini:

Nama : Ardi Prasetyo
Nomor Induk Mahasiswa : 183112351650547
Prodi/Konsentrasi : Ilmu Komunikasi/Periklanan
Alamat Rumah : Perum. Pura Bojonggede Blok J9 No. 21 RT 02 RW 21
HP : 089614807568

Mahasiswa tersebut bermaksud melakukan penelitian dalam rangka penyusunan Skripsi dengan Judul: Strategi Pemasaran PT. Kokoh Inti Arebama Jasa Renovasi Rumah & Toko Bahan Bangunan Melalui Media Sosial Instagram Pada Akun @mitraruma_official, Dengan Dosen Pembimbing : Dr. Drs. Sugeng Wahjudi, M.Si.

Schubungan dengan hal tersebut, mohon kiranya Bapak/Ibu dapat memberikan bantuan seperlunya.

Demikian atas perhatiannya dan kerjasama Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

Wakil Dekan,

Dr. Bhakti Nur Avianto, M.Si

LAMPIRAN

SURAT TUGAS



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

Jl. Sawo Manila 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

SURAT TUGAS

No. 376/WD/V/2022

Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional menugaskan kepada Dosen berikut ini :

Nama : Dr. Sugeng Wahyudi, M.Si
NIP/NIDN : 010020012
Pangkat Akademik : Lektor
Unit Kerja : FISIP Universitas Nasional

Untuk dapat bertindak sebagai Pembimbing Skripsi pada Semester Genap Tahun Akademik 2021/2022 atas nama mahasiswa :

Nama : Ardi Prasetyo
NPM : 183112351650547
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Proposal Skripsi : *Strategi Pemasaran Jasa Renovasi Rumah & Toko Bahan Bangunan Melalui Media Sosial Instagram @Mitraruma_official*

Dengan ketentuan sebagai berikut :

- Jangka waktu penulisan skripsi adalah tiga sampai enam bulan.
- Memberikan bimbingan secara teratur delapan kali konsultasi dengan mengisi formulir 1 secara lengkap.
- Penulisan skripsi mengikuti pedoman sebagaimana tercantum dalam buku pedoman penulisan dan Ujian Skripsi yang dikeluarkan oleh Fakultas.

Demikian surat tugas ini dibuat untuk dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya sesuai dengan aturan yang berlaku.

Jakarta, 13 Mei 2022

Wakil Dekan,



Dr. Bhakti Nur Avianto, M. Si.

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

LAMPIRAN
HASIL TURNITIN 14%

tahap 1

ORIGINALITY REPORT

14%	14%	2%	%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	dspace.uii.ac.id Internet Source	2%
2	www.scribd.com Internet Source	2%
3	repository.radenintan.ac.id Internet Source	1%
4	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	1%
5	journal.unhas.ac.id Internet Source	1%
6	text-id.123dok.com Internet Source	1%
7	123dok.com Internet Source	<1%
8	repository.untag-sby.ac.id Internet Source	<1%
9	repository.iainpalopo.ac.id Internet Source	<1%

LAMPIRAN

TRANSKIP WAWANCARA

Nama : Mba Amelia Intan Patin

Jabatan : Platform Owner Customer Engagement

1. Apa saja bentuk pemasaran yang dilakukan oleh tim digital marketing Mitraruma dalam meningkatkan penjualan produk?

Content di Multiple channel (tiktok, IG, FB, Youtube)

Emotional Content

Package Promo

FB Ads & Google Ads

KOL Collab

2. Strategi apa saja yang dilakukan untuk menarik perhatian konsumen?

Quality konten yang menjawab kebutuhan mereka

KOL Collaboration dengan konsep story telling sebagai customer

Interaktif aktivitas di sosmed seperti Giveaway, IG live dan educational content

3. Bagaimana cara penjual menginformasikan kepada pembeli terkait produk yang dijual ?

Melalui Iklan di social media

Mempromosikan melalui kol

4. Apabila ada kendala dalam melakukan promosi kepada pembeli, apa yang seharusnya dilakukan ?

Tergantung jenis kendalanya, tapi yang harus dilakukan adalah mencari dulu secara menyeluruh dari proses awal perencanaan hingga eksekusi untuk menemukan sumber kendala, setelah itu baru dilakukan evaluasi

5. Bagaimana cara pihak pemasaran atau marketing dalam memasarkan dan memperkenalkan Mitraruma kepada konsumen?

Melalui konten sosmed, kita memberikan konten2 edukasi untuk menaikkan awareness, selanjutnya kita melakukan konten promo serta konten keunggulan layanan kami untuk menggaet pasar

6. Bagaimana layanan dari pihak mitraruma sampai ke konsumen?

Mitraruma memberikan layanan seputar home & living, kita ada 5 langkah utama dalam proses ini

1. Konsultasi
2. Survey
3. Proses RAB
4. Pelaksanaan project
5. Proses QA Checking agar project memenuhi standar instalasi

7. Model kegiatan promosi seperti apa yang saat ini yang efektif dan banyak meningkatkan penjualan Mitraruma?

Social media ads, Kolaborasi dengan influencer

8. Konsep pemasaran digital yang sudah dilakukan melalui Instagram apakah jumlah publik yang tertarik dengan produk atau pelayanan Mitraruma sudah sesuai dengan target keinginan?

Sudah memenuhi target namun akan terus berkembang

9. Dalam aktivitas pemasaran digital ini, apakah Mitraruma juga melakukan paid promotion & endorsement?

Yes tentu

Nama : Mas Kevin Tuwo

Jabatan : UI/UX Designer (Product Designer)

1. Apa itu SEO?

Search Engine Optimization, bagaimana mengoptimisasi halaman2 website kita agar bisa muncul di search engine seperti google, bing dan lain2 ketika di cari oleh orang, bahkan secara gratis. Namun butuh effort dan ilmu teknikal dalam menerapkannya

2. Media apa saja yang digunakan untuk memasarkan dan mempromosikan layanan mitraruma?

Media sosial, Google ads, Youtube

3. Kendala apa saja yang dihadapi dalam melakukan dan pemasaran mitraruma?

Kurang materi yang memadai atau konten yang belum maksimal sehingga terkendala di penjadwalan. Kendala dalam budget juga punya pengaruh besar

4. Bagaimana cara mengatasi kendala tersebut?

Koordinasi antar tim memainkan peranan penting dalam keberhasilan suatu kegiatan promosi



Nama : Mba Idola Intani Izani

Jabatan : Admin Customer Engagement Executive

1. Siapakah yang bertanggung jawab dalam pengelolaan akun Instagram Mitraruma?

Mengenai bertanggung jawab dalam mengelola akun Instagram, memang dipegang oleh beberapa pihak ya terutama dari tim customer engagement khusus social media. Dimana salah satu platformnya adalah Facebook, YouTube, Instagram bahkan sampai ke tiktok untuk mengendalikan atau pengelolaan akun. Untuk Instagram saat ini saya yang memegang sepenuhnya untuk Instagram yang terkoneksi melalui platform Facebook

2. Bagaimana Mitraruma menentukan segmentasi pasar? Misalnya berdasarkan geografis, demografis dan psikologis.

Geografis

Untuk Mitraruma menentukan segmentasi pasarnya berdasarkan geografis yaitu yang pertama mitraruma itu memiliki segmentasi di awal seluruh wilayah Indonesia di mana project dari pulau Sumatera, Jawa bahkan ke kalimantan, hingga bali. namun saat ini mitraruma memfokuskan projek renovasi atau layanannya yaitu mencakup wilayah Jabodetabek hingga Bandung area di sini Mengapa karena Mitraruma ingin memfokuskan beberapa Project yang akan dihighlight sesuai dengan program dari Mitraruma itu sendiri. Jadi mitraruma ingin memfokuskan atau bahkan membatasi Project untuk aplikatornya seperti itu.

Demografis

ya segmentasi pasar dari mitraruma untuk demografis nya disini kita melihat dari sisi keluarga ya dan juga pastinya kelas sosial yang menengah ke atas itu dari jenis kelamin baik laki-laki dan perempuan dan juga seperti pasangan baru menikah dan keluarga yang baru, usia kalangan milenial dan juga orang tua seperti itu.

Psikologis.

untuk segmentasi pasar psikologis dari mitraruma, melihat dari segi kebutuhannya di mana faktornya untuk memotivasi atau bahkan menunjukkan gaya hidup milenial saat ini ya ingin membangun rumah, mewujudkan rumah impiannya dan mitraruma memberikan layanan tersebut dengan memiliki proses yang transparan yang juga merasakan nyaman dan aman ya saat Customer kami melakukan renovasi rumah.

3. **Apa saja saluran komunikasi yang digunakan oleh Mitraruma dalam menarik jumlah pelanggan?**

Sejak awal mitraruma lama berdiri yaitu menggunakan websitenya di www.mitraruma.com dan beberapa platform online lainnya seperti Instagram Facebook YouTube dan saat ini juga ada tiktok itu jadi jangkauan pasarnya memudahkan dan juga sangat luas.

4. **Mengapa memilih memaksimalkan melalui internet seperti media sosial Instagram sebagai sarana pemasaran Mitraruma?**

Alasan kami juga menggunakan Instagram sebagai strategi pemasaran media sosial saat ini cocok digunakan dan efektif biaya juga gratis, dapat diakses kapan saja dan dimana saja. Jadi kita bisa memberikan informasi tanpa batasan waktu. kami memanfaatkan peluang ini dalam melakukan promosi di media sosial terutama instagram, terlebih lagi saat ini orang-orang sangat menyukai media online ya karena semua berbagai informasi bisa kita dapatkan di sana gitu, Jadi bahkan melalui iklan atau kolaborasi bersama influencer pun masih bisa membuat konten yang menarik. Dari berbagai media sosial media yang kami punya saat ini memang Instagram yang sangat banyak ya, di mana followersnya telah menembus 480k. Dibandingkan dengan sosial media yang lain seperti YouTube kami sudah menembus 10.500 subscriber lalu di tiktok kami sudah sekitar 40k followers. jadi ya kita mengikuti arus teknologi dan memanfaatkan media yang saat ini lagi berkembang di masyarakat. Memanfaatkan fitur-fitur yang ada di instagram untuk melakukan pemasaran kayak hastag, tanda @ dan judul foto, bisa dilihat juga di akun instagram kita banyak mitraruma memberikan informasi dan program-program dalam menarik minat pelanggan.

5. **Mengapa testimoni dan memberikan ulasan produk dipilih sebagai salah bantuk pemasaran mitraruma melalui Instagram?**

Di dalam akun Instagram kita juga terdapat beberapa macam informasi ada juga testimoni yang disampaikan pelanggan, dari situ bisa menarik calon konsumen yang penasaran dengan mitraruma, lalu bisa konsultasi gratis dan dapat melakukan personalisasi design. Serta adanya rasa kepercayaan dari calon konsumen setelah membaca testimoni itu sendiri. kami memanfaatkan juga testimoni yang disampaikan konsumen melalui instagram pribadinya lalu di tag ke kami, lumayan kan kita juga

mendapat keuntungan dapat promosi gratis kepada konsumen jadi orang yang belum tau mitraruma menjadi tau dari unggahan konsumen kami. Kami juga memanfaatkan dengan memberikan ulasan atau rating aplikator di instagram juga website. bisa dikatakan sebagai salah satu strategi dalam menarik calon konsumen membangun kepercayaan pelanggan dan kepuasan pelanggan dengan memberikan nilai yang lebih terhadap calon pelanggan lainnya dapat membangun loyalitas untuk pelanggan kami agar selalu percaya pada perusahaan kami kalo disini memakai bahan baku yang sesuai standar profesionalnya dari team mitraruma langsung, jadi kami tuliskan juga di caption Instagram mengenai bahan kami yang kami pakai.



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama Lengkap : Ardi Prasetyo

Tempat, Tgl Lahir : Boyolali, 8 November 1998

Agama : Islam

Kewarganegaraan : Indonesia

Jenis Kelamin : Laki-laki

Alamat : Perumahan Pura Bojonggede Blok J9 No.21 RT 02 RW 21
Kec. Tajurhalang Kab. Bogor

Anak ke : 2

Ayah : Suwardi

Ibu : Nurjanah

Status : Belum Menikah

No. Telpon : 089614807568

Email : ardhiprasetyo99@gmail.com

Pendidikan : -2014 – 2017 SMKN 1 BOJONGGEDE
2018 – Present Universitas Nasional (Major Communication Sciences)

