

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Amstrong, K. (1997). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Anik, P. (2007). *Mengembangkan kreativitas dan kecerdasan anak*. Jakarta: Buku Kita.
- APJII, A. P. (2022). *Jumlah Penduduk terkoneksi internet tahun 2021-2022*. JAKARTA: APJII.
- Drs. Antar Venus, M. (2012). *Manajemen Kampanye Panduan Teoritis dan Praktis dalam Mengefektifkan Kampanye Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Freddy, R. (2002). *Measuring Customer Satisfaction*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kenrianto, I. (2016). *Bisnis Online Revolution*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler. (2001). bauran promosi. Dalam D. Sihombing. *Principles Marketing*.
- Kotler, P. &. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Luttrell, R. (2015). *Sosial Media : How to engage, share and connect*. London: Rowman& Littlefield.
- McQuail, D. (1996). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Erlangga.
- McQuail, D. (2010). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Morissan. (2010). *Periklanan komunikasi pemasaran terpadu*. Jakarta: Kencana.
- Morissan, A. (2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: kencana.

Nessim Hanna, R. W. (2001). *consumer behaviour*. Prentice Hall: Upper Saddle River.

Rangkuti, F. (2006). *Analisis SWOT Teknik Membelah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.

Richards. (2009). periklanan pengertian.

Ride, D. a. (2006). *The New Media Handbook*. New York : Routledge.

Sumarni, M. d. (2010). *Pengantar Bisnis* . Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.

Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta.

Uchjana, O. (1990). *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.



## Skripsi

Nurul, Annisa. 2014. Strategi Komunikasi Pemasaran Online (Studi Kasus pada Pemasaran Online di “REALInc Store). *Skripsi*. Serang-Banten: Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.

Tessa, Fadillah. 2018. Strategi Komunikasi Pemasaran Cafe Papistar Melalui Media Sosial Instagram. *Skripsi*. Banten: Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.

Ningsih, Neneng Surya. 2021. Komunikasi Pemasaran Pada Akun Instagram @Kita\_Center Dalam Mempasarkan Produk. *Skripsi*. Riau: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.



## Website

Benyamin, M. (2007). metode anggaran promosi. Diambil kembali dari:

<https://repository.widyatama.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/2480/Bab%202.pdf>.

Freddy, R. (2009). Citra merek. Diambil kembali dari:

<https://bbs.binus.ac.id/gbm/2018/03/27/brand-image/>.

Storey, R. (1987). kampanye. Diambil kembali dari:

<https://www.dosenpendidikan.co.id/pengertian-kampanye/>.

Khairil . (2019). Model Sebagai Konsep Marketing Zaman Digital. Diambil

kembali dari: [https://khairil.web.id/blog/aisas-model-sebagai-konsep-marketing-zaman-digital/#:~:text=Apa%20itu%20AISAS%20%3F&text=Menurut%20Sugiyama%20dan%20Andree%20\(2011,latar%20belakang%20kemajuan%20teknologi%20internet](https://khairil.web.id/blog/aisas-model-sebagai-konsep-marketing-zaman-digital/#:~:text=Apa%20itu%20AISAS%20%3F&text=Menurut%20Sugiyama%20dan%20Andree%20(2011,latar%20belakang%20kemajuan%20teknologi%20internet).

Tjiptono. (2012). *keputusan pembelian*. [https://www.hestanto.web.id/keputusan-pembelian/#:~:text=Menurut%20Tjiptono%20\(2012\)%20keputusan%20pembelian,kemudian%20mengarah%20kepada%20keputusan%20pembelian](https://www.hestanto.web.id/keputusan-pembelian/#:~:text=Menurut%20Tjiptono%20(2012)%20keputusan%20pembelian,kemudian%20mengarah%20kepada%20keputusan%20pembelian).



# LAMPIRAN

## Lampiran I: Formulir Konsultasi Pembimbing Skripsi

### LEMBAR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Lusi Permata Sari

Nama Pokok Mahasiswa : 213516546555

Program Studi/ Konsentrasi : Ilmu Komunikasi / Periklanan

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran PT Eagle Indo  
Pharma melalui instagram tahun 2022.

NO	Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf Pembimbing
1	6 Desember 2022	Revisi Bab 1-3	
2	3 Januari 2023	Bab 4 Skripsi	
3	19 Januari 2023	Revisi Bab 4 Skripsi	
4	30 Januari 2023	Revisi Bab 4 Skripsi	
5	31 Januari 2023	Konsultasi Bab 5	
6	1 Februari 2023	Revisi Bab 5	
7	2 Februari 2023	Pengecekan Bab 1-5	
8	3 Februari 2023	Revisi Bab 1-5	

Jakarta, 03 Februari 2023

Ketua

Program Studi,



Drs. Adi Prakosa, M.Si

## Lampiran II: Surat Penugasan Pembimbing Skripsi



### 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 Mami 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 : [febunas49@gmail.com](mailto:febunas49@gmail.com)

#### PENUGASAN PEMBIMBING SKRIPSI

Nomor : 222/D/X/2022

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

Nama Dosen : **Nursatyo, S.Sos.M.Si.**

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

Nama Mahasiswa : Lusi Permata Sari  
Nomor Pokok : 213516546555  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Bidang Konsentrasi : Periklanan

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 III: Surat Kesiediaan membimbing 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 : *Kesiediaan Membimbing Proposal Skripsi*

Kepada Yth.  
**Bapak/Ibu Nursatyo, S.Sos, 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 : Lusi Permata Sari  
NPM : 213516546555  
Konsentrasi : Periklanan  
Judul Proposal Skripsi : STRATEGI PEMASARAN MINYAK KAYU PUTIH  
CAP LANG PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM  
TAHUN 2022

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 proposal skripsi mahasiswa agar layak untuk diuji.

Demikian atas kesediaan dan dukungannya kami ucapkan terima kasih.

*Bersedia/ Tidak-Bersedia\**  
Sebagai Pembimbing,

**Nursatyo, S.Sos, M.Si**  
\* coret yang tidak perlu

Program Studi Ilmu Komunikasi  
Ketua,  
  
**Drs. Adi Prakosa, M.Si**



## Lampiran IV: Surat Permohonan Penelitian untuk Acom Agency



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](mailto:info@unas.ac.id)

Jakarta, 05 Desember 2022

Nomor : 932/WD/XII/2022  
Lamp : -  
Perihal : **Permohonan Penelitian dan Informasi Data**

Kepada Yth : Bapak/Ibu Pimpinan Acom Digital Kreasi  
Jl. Kalimantan A2 No. 1, Nusaloka BSD, Rawa Mekar Jaya  
Tangerang Selatan

Dengan Hormat,

Bersama ini kami perkenalkan dengan hormat mahasiswa berikut ini:

Nama : Lusi Permata Sari  
Nomor Induk Mahasiswa : 2135165465552  
Semester : 7 (Tujuh) / Ganjil T.A 2022-2023  
Prodi / Konsentrasi : Ilmu Komunikasi / Periklanan  
Alamat Rumah : Jl Subur no-70 Kel. Pondok Pinang, Kec. Kebayoran Lama  
Jakarta Selatan.  
No. Telepon : 085694498468  
Email : [lusi.permata99@gmail.com](mailto:lusi.permata99@gmail.com)

Mahasiswa tersebut bermaksud melakukan penelitian dalam rangka penyusunan Skripsi dengan judul : **"Strategi Komunikasi Pemasaran Minyak Kayu Putih Cap Lang Pada Media Sosial Instragram Tahun 2022"**. Dengan Dosen pembimbing/penanggung jawab penelitian: Nursatyo, S.Sos., M.Si. M.Si. Sehubungan dengan hal tersebut diatas, mohon kiranya Bapak/Ibu dapat memberikan bantuan seperlunya.

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

Hormat Kami,  
Wakil Dekan



*(Signature)*  
Dr. Bhakti Nur Avianto, S.IP., M.Si.

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

**Lampiran V : Persetujuan Judul yang telah di revisi**

**LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI**

Nama : Lusi Permata Sari  
NPM : 213516546555  
Fakultas/Akademik : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi : Ilmu komunikasi  
Tanggal Sidang : 25 Februari 2023

JUDUL DALAM BAHASA INDONESIA

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT EAGLE INDO PHARMA MELALUI INSTAGRAM TAHUN 2022

JUDUL DALAM BAHASA INGGRIS

PT EAGLE INDO PHARMA INSTAGRAM MARKETING COMMUNICATION STRATEGY IN 2022

**TANDA TANGAN DAN TANGGAL**

Pembimbing	Ka. Prodi	Mahasiswa
TGL : 7 maret 2023	TGL :	TGL : 7 maret 2023
		

## Lampiran VI: Panduan & Transkrip Wawancara

### PANDUAN WAWANCARA INFORMAN KUNCI

Nama dan : Tia Prisilia sebagai *Art Director* minyak kayu putih cap lang  
Jabatan  
Hari/Tanggal : Jumat, 16 Desember 2022  
Waktu : 10.00-12.00 WIB.  
Tempat : Acom Agency

#### Daftar Pertanyaan:

TAHAPAN @keluarga\_capleng

1. Segmentasi
2. Targeting
3. Positioning

#### ELEMEN STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN

1. Advertising seperti apa yang diterapkan dalam media sosial Instagram
2. Personal selling seperti apa yang diterapkan dalam media sosial Instagram
3. Sales Promotion seperti apa yang diterapkan dalam media sosial Instagram
4. Public Relation seperti apa yang diterapkan dalam media sosial Instagram
5. Direct Marketing seperti apa yang diterapkan dalam media sosial Instagram

#### MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

1. Media sosial apa saja yang digunakan untuk pemasaran minyak kayu putih Cap Lang?
2. Lalu, Bagaimana mengoptimalkan media sosial tersebut?
3. Kenapa memilih Instagram sebagai media untuk promosi?
4. Konten seperti apa yang dapat menarik minat konsumen?
5. Konten apa yang paling banyak jumlah likenya?
6. Ada nggak standar like dalam sekali postingan?
7. Bagaimana tahapan penyebaran konten melalui Instagram?
8. Apakah Akun Instagram melakukan interaksi ke pengguna atau followers?
9. Apakah ada pemilihan waktu ketika memposting Instagram?
10. Bagaimana akun media sosial Instagram membangun ketertarikan followers?
11. Apa keuntungan memanfaatkan Instagram untuk kegiatan promosi?

## TRANSKRIP WAWANCARA KEY INFORMAN

Nama dan : Tia Prisilia sebagai *Art Director* minyak kayu putih cap lang  
Jabatan  
Hari/Tanggal : Jumat, 16 Desember 2022  
Waktu : 10.00-12.00 WIB.  
Tempat : Acom Agency

### Tahapan-tahapan komunikasi pemasaran

Segmentasi

Informan: Segmentasi minyak kayu putih cap lang adalah Wanita muda yang sudah memiliki anak sehingga memiliki banyak aktivitas dan membutuhkan proteksi diri dari penyakit yang disebabkan oleh nyamuk dan juga dapat menghangatkan tubuh

Targeting

Informan: ibu ibu muda yang sudah mempunyai anak yang memiliki aktivitas

Positioning

Informan: Minyak kayu putih cap lang menepatkan dirinya dengan positioning dalam kebiasaan keseharian yang biasa ibu ibu lakukan untuk menjaga anaknya tetap terlindungi dari nyamuk dan juga selalu menjaga kehangatan pada tubuh.

### Elemen strategi komunikasi pemasaran

Advertising

Informan: Dengan mengunggah iklan lewat postingan, dari sebuah *design* dan konten video yang edukatif, beriklan yang dilakukan menggunakan fitur yang telah di sediakan oleh *Instagram* dengan memberikan *caption*

sebagai tambahan informasi. Dengan harapan Iklan dapat memberikan @keluarga caplang dalam penyampaian Informasi.”

personal selling

Informan: Dalam kegiatan personal selling @keluarga\_caplang di lakukan melalui live streaming di Instagram admin bertugas untuk menjawab apa yang menjadi masalah yang di alami pelanggan.

sales promotion

Informan: Dalam hal ini cap lang melakukan pemasaran untuk diskon produk, sampai giveaway dan juga melakukan sales promotion di e-commerce.

Public Relation

Informan: Kegiatan public relation yang dilakukan Cap Lang adalah mengadakan kegiatan fogging yang dilakukan di lingkungan sekolah

Direct Marketing

Informan: Direct Messages pada fitur Instagram, kita gunakan untuk merepost ulang postingan loyalitas pelanggan yang sedang menggunakan minyak kayu putih

### **Media sosial Instagram**

Kenapa memilih Instagram sebagai media untuk promosi?

Informan: Cap lang memilih Instagram sebagai media untuk pemasaran dikarenakan banyaknya perusahaan yang menggunakan media sosial sebagai media untuk beriklan dan melakukan pemasaran atas produknya termasuk juga perusahaan yang bergerak di bidang kesehatan yang saling

berlomba-lomba untuk melakukan inovasi terhadap produk yang pembuatannya dan berharap bisa menghadapi persaingan di pasar. Di samping teknologi yang terus berkembang, target market minyak kayu putih caplang ialah ibu-ibu muda yang juga pengguna sosial media.”

konten seperti apa yang menarik perhatian khalayak

informan: Terdapat banyak konten Instagram @keluarga\_caplang yang menarik, salah satunya konten challenges yang relate dengan kebiasaan di kehidupan sesuai tagline minyak kayu putih cap lang “buat anak jangan coba-coba” serta penggunaan bahasa di highlight sesuai dengan target audiensnya. Dan setiap seminggu terdapat 3 sampai 4 postingan berbeda.

Informan: Dalam mengoptimalkan media sosial tersebut, Instagram @keluarga\_caplang menggunakan call to action pada setiap postingan kontennya. Selain itu Cap Lang juga menggunakan hastag untuk menarik dan mendapatkan interaksi dan engagement.

Timeline postingan di Instagram untuk membuat berbagai konten

Informan: Tahapan untuk membuat postingan di Instagram antara lain: membuat digital plan yang berisi brief ide konten lalu membuat visual desain yang menarik setelah ok dari team desain creative lanjut menunggu schedule postingan.

Dalam hal ini mengelolah sebuah Instagram sama halnya dengan mengetahui konten apa untuk di posting dan dampaknya apa?

Informan: Postingan Instagram yang paling banyak jumlah like dan komennya adalah konten berisi knowledge informasi produk, challenges serta tips n

trik kebiasaan kehidupan sehari-hari. Untuk standar jumlah like sesuai dengan engange dan management ads yang digunakan, biasanya sekitar 1000 likes.”

Apakah akun instagram @keluarga\_caplang melakukan interaksi kepada pengguna

Informan: kami biasanya sering membuat snapgram, dan melakukan siaran live

ketika ada event maupun giveaway challenged.

Bagaimana mengembangkan hubungan positif dengan konsumen, termasuk followers Instagramnya.

Informan: Keluarga Caplang memposting di platform media sosial Instagram tentang aktivitas sehari-hari, kebiasaan orang Indonesia, dan pemasaran produk.



## TRANSKRIP WAWANCARA INFORMAN 1

Nama dan : Nur Oktaviana sebagai admin media sosial minyak kayu  
Jabatan : putih cap lang dalam akun @keluarga\_caplang  
Hari/Tanggal : Selasa, 20 Desember 2022  
Waktu : 12.00-15.00 WIB.  
Tempat : Acom Agency

### Tahapan - tahapan komunikasi pemasaran

Segmentasi

Informan: Wanita yang berumur 20 hingga 55 tahun dengan ekonomi sosial di seluruh tingkatan, yang berdomisili di Indonesia, yang memiliki aktivitas didalam maupun luar ruangan yang menjaga kesehatan yang dilakukan berdasarkan kebiasaan baik dengan dan menyukai aroma minyak kayu putih.

Targeting

Informan: Targeting yang dituju mulai dari ibu ibu muda yang sudah mempunyai anak yang memiliki aktivitas banyak diluar maupun didalam ruangan.

Positioning

Informan: menjaga agar tubuhnya tetap hangat dan terlindungi dari nyamuk.

### Elemen strategi komunikasi pemasaran

Advertising

Informan: Advertising yang dilakukan di media sosial instagram @keluarga\_caplang dengan penggunaan fitur dalam instagram seperti instastory dan juga postingan yang langsung direct ke link online shop



official shoppe sehingga jikalau pelanggan ada yang tertarik bisa langsung membelinya.

personal selling

Informan: Disamping untuk menjaga citra perusahaan dalam kedekatan dengan pelanggan, Live streaming juga membantu untuk mencari tau attention masyarakat kepada program program yang sedang cap lang jalankan

Sales promotion

Informan: Dalam hal ini cap lang melakukan pemasaran untuk diskon produk, sampai giveaway dalam konten postingan. Dan juga melakukan sales promotion di e-commerce seperti shopee dan Tokopedia pada event tanggal-tanggal kembar seperti 11.11

Public relation

Informan: Kegiatan public relation yang dilakukan Cap Lang adalah mengadakan kegiatan fogging yang dilakukan di lingkungan sekolah, kegiatan tersebut membantu masyarakat untuk menghilangkan gigitan nyamuk Aedes Aegypti pada penyakit demam berdarah

Direct marketing

Informan: Iya, direct messages hanya untuk merepost ulang informasi informasi yang diberikan pelanggan terhadap apa yang mereka rasakan selama penggunaan minyak kayu putih cap lang

### **Media sosial Instagram**

konten seperti apa yang menarik perhatian khalayak?

Informan: Salah satu postingan yang paling di gemari konten yang berisikan kebiasaan sehari-hari dengan tema pilihan this or that dengan caption bun, kalian tim mana? Beli minyak kayu putih cap lang di warung atau online shop.

membuat timeline postingan di Instagram untuk membuat berbagai konten.

Perencanaan timeline postingan terdiri dari beberapa tahapan

Informan: Tahapan untuk membuat postingan di Instagram antara lain: membuat digital plan yang berisi brief ide konten lalu membuat visual desain yang menarik setelah ok dari team desain creative lanjut menunggu schedule postingan.

Apakah ada jadwal untuk memposting?

Informan: Biasanya untuk memposting dilakukan pada pukul 14.00-15.00 Sore dan Malam hari di jam 18.00-19.00 WIB.

Instagram @keluarga\_caplang terus bekerja untuk mengembangkan hubungan positif dengan konsumen, termasuk followers Instagramnya

Informan: Dalam media sosial Instagram keluarga Cap lang berisikan konten mengenai rutinitas keseharian hingga kebiasaan masyarakat Indonesia, dan juga mengenai pemasaran produk. Minyak Kayu Putih Cap Lang menjaga konsistensi pesan untuk memastikan konsumen dapat menangkap dan memahami pesan inti yang ingin disampaikan.

## TRANSKRIP WAWANCARA INFORMAN 2

Nama dan : Fabiola Estiningtyas sebagai pengguna setia minyak kayu  
Jabatan : putih cap lang  
Hari/Tanggal : Rabu, 28 Desember 2022  
Waktu : 12.00-15.00 WIB.  
Tempat : Acom Agency

### Tahapan - tahapan komunikasi pemasaran

#### Targeting

Informan: Targeting yang dilakukan minyak kayu putih sudah tepat sasaran dengan menjadikan ibu-ibu target sasaran yang dituju sesuai dengan kualitas produk yang dipasarkan dan penggunaan instagram sebagai salah satu tempat untuk mempromosikan produknya sudah tepat.

#### Positioning

Informan: positioning cap lang sesuai dengan keseharian ibu-ibu sehingga sangat relate dengan kenyataan, memudahkan kita dalam penggunaan karena selalu dilakukan berulang-ulang untuk menjaga kehangatan pada tubuh anak sehingga terhindar dari penyakit.

### Media sosial Instagram

konten seperti apa yang menarik perhatian khalayak?

Informan: konten-konten yang menarik perhatian mengenai informasi hingga pemasaran produk cap lang mengenai keunggulan produk, event-event, voting this or that dan juga giveaway.

Apa yang menarik dari setiap postingan yang dilakukan instagram?

Informan: Setiap postingan untuk tvc mengenai “Cerita Seru Si Natha” selalu memberi link untuk melihat secara lengkap video tersebut dan juga terdapat kalimat tanya kalian sudah menonton series cerita seru si natha?”

Umpan balik yang seperti apa yang pengguna pahami?

Informan: Untuk umpan balik yang dilakukan oleh @keluarga\_caplang yaitu merespon kolom komentar pelanggan dengan cepat, ramah, dan menggunakan bahasa yang santun dan mudah dipahami.



### TRANSKRIP WAWANCARA INFORMAN 3

### TRANSKRIP WAWANCARA INFORMAN 2

<b>Nama dan Jabatan</b>	:	<b>Aini Cahya Aulia Nur sebagai pengguna setia minyak kayu putih cap lang</b>
<b>Hari/Tanggal</b>	:	Rabu, 1 Maret 2023
<b>Waktu</b>	:	16.00-17.00 WIB.
<b>Tempat</b>	:	Jl Kampung Baru, Jakarta

#### **Tahapan - tahapan komunikasi pemasaran**

##### Targeting

Informan: minyak kayu putih cap lang memiliki sasaran untuk ibu-ibu yang memiliki kebiasaan dalam tradisi dalam menyukai aroma minyak kayu putih.

##### Positioning

Informan: minyak kayu putih cap lang memiliki positioning dalam kehangatan yang dihasilkan setelah menggunakan minyak kayu putih cap lang.

#### **Media sosial Instagram**

konten seperti apa yang menarik perhatian khalayak?

Informan: postingan yang ditampilkan di Instagram berupa foto dan video maupun story Instagram sudah sesuai komposisi yang melambungkan kehangatan sehingga memiliki daya tarik yang tinggi.

Apa yang menarik dari setiap postingan yang dilakukan instagram?

Informan: Penjelasan setiap postingan sudah terstruktur dan tertera disetiapa postingan sehingga tidak membingungkan.

## Lampiran VII: laporan observasi

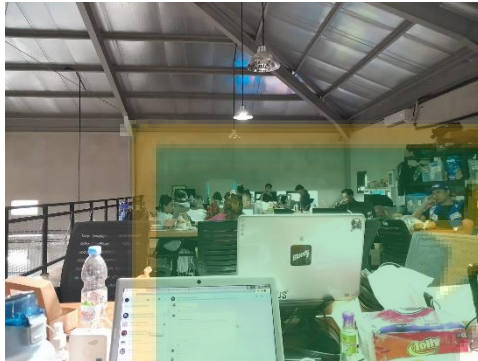
### LAPORAN HASIL OBSERVASI

Penulis melakukan observasi pada media sosial Instagram @keluarga\_caplang.

Aspek yang di amati	Keterangan
15-30 November 2022	
STP Cap Lang	Segmentasi targeting positioning minyak kayu putih cap lang adalah wanita dengan usia 20 hingga 50 tahun yang sudah memiliki anak sehingga memiliki banyak aktivitas dan membutuhkan proteksi diri yang disebabkan oleh nyamuk dengan standar ekonomi sosial ABCD, yang bertempat tinggal di Indonesia dengan psikografi percaya pada tradisi dan menyukai aroma khas Minyak Kayu Putih Alami.
1-30 Desember 2022	
Instagram konten	konten dan postingan edukasi yang berbentuk pemasaran campaign, sesuai dengan tone manner ciri khas cap lang dan segala hal mengenai penjualan produk. Dalam seminggu cap lang memposting 3-4 postingan.
Pemanfaatan Instagram	mengelola media sosial Instagram dengan memanfaatkan fitur-fitur Instagram seperti upload foto dan video, hashtag, dan instastory
Isi konten	konten-konten yang menarik perhatian mengenai informasi rutinitas sehari-hari, kebiasaan orang Indonesia berdasarkan keunggulan produk hingga pemasaran produk cap lang seperti mengadakan event campaign, votting this or that dan juga giveaway.
Jumlah postingan dan juga black campaign	Dalam menggunakan fitur engage dan manajemen ads yang digunakan biasanya standar untuk sekali postingan sekitar 1000 likes, Tapi dalam hal ini tidak menutup kemungkinan terjadinya black campaign, penulis telah melakukan observasi mendalam mengenai jumlah like yang di dapat dalam sebuah postingan challenges sesuai dengan keinginan klien yang tinggi sehingga admin sosmed membeli jumlah like dan followes untuk postingan konten tersebut.

Interaksi dengan pengguna atau followers	Instagram @keluarga_caplang berinteraksi dengan membuat siaran langsung dan selalu mengupdate instastory ketika ada kampanye besar yang mempengaruhi penjualan produk.
Advertising social media	Jenis media Advertising yang digunakan ialah pemasaran through the line dengan mempromosikan sebuah campaign di akun media sosialnya
Personal Selling	Caplang melakukan personal selling secara tatap muka dengan pelanggan dalam media sosial dengan live streaming Instagram atau event yang sedang dijalani. Yang bertujuan untuk memberikan respon dan solusi yang tepat terhadap permasalahan pelanggan guna meningkatkan kepercayaan dan membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan
Sales Promotion	Caplang menjalankan pemasaran penjualan dengan menawarkan diskon dan hadiah melalui postingan di akun @keluarga_caplang. Dan juga dilakukan di e-commerce seperti shopee dan Tokopedia dalam event tanggal-tanggal cantik seperti 11.11.
Public Relation	Kegiatannya dilakukan dengan melakukan kegiatan fogging di lingkungan masyarakat
Direct Marketing	Dalam media sosial Instagram @keluarga_caplang tidak menggunakan direct marketing untuk penyebaran penjualan menggunakan direct messages (DM) mereka hanya mempromosikan produk, menginformasikan produk dan juga menjaga loyalitas pelanggan di setiap postingan foto maupun video yang sudah ditayangkan

## Lampiran VIII: Dokumentasi





## Lampiran IX : Hasil Uji Turnitin 14%

### ORIGINALITY REPORT

**14%**  
SIMILARITY INDEX

**14%**  
INTERNET SOURCES

**3%**  
PUBLICATIONS

**%**  
STUDENT PAPERS

### PRIMARY SOURCES

1	<a href="http://eprints.untirta.ac.id">eprints.untirta.ac.id</a> Internet Source	2%
2	<a href="http://repository.upi-yai.ac.id">repository.upi-yai.ac.id</a> Internet Source	2%
3	<a href="http://repository.uin-suska.ac.id">repository.uin-suska.ac.id</a> Internet Source	2%
4	<a href="http://etd.iain-padangsidempuan.ac.id">etd.iain-padangsidempuan.ac.id</a> Internet Source	1%
5	<a href="http://www.slideshare.net">www.slideshare.net</a> Internet Source	1%
6	<a href="http://libraryproceeding.telkomuniversity.ac.id">libraryproceeding.telkomuniversity.ac.id</a> Internet Source	1%
7	<a href="http://jimfeb.ub.ac.id">jimfeb.ub.ac.id</a> Internet Source	<1%
8	<a href="http://docplayer.info">docplayer.info</a> Internet Source	<1%
9	<a href="http://id.123dok.com">id.123dok.com</a> Internet Source	<1%
		<1%

## Lampiran X : Daftar Riwayat Hidup



**Lusi Permata Sari**  
GRAPHIC DESIGNER

Graphic design is a craft where professionals create visual content to communicate messages. By applying visual and page layout techniques, designers use typography and pictures to meet users specific needs.

### EXPERIENCE

- **PT. SUBUR MITRA GRAFISTAMA | 2019**  
**Junior Graphic Designer**  
Calculation, Design and preprint
- **PT VATAR MEDIA RAYA. | 2020**  
**Intern Graphic Designer**  
Design Sosial Media Promotion
- **ARSA BOGA SEJAHTERA | 2022**  
**Intern Graphic Designer**  
Design Sosial Media Promotion

### EDUCATION

- **Intermediate expert in communication science**  
2017-2020  
Creative Media State Polytechnic
- **Extension program**  
2021-2023  
National university

### SOFTWARE KNOWLEDGE

- Adobe Illustrator
- Adobe Photoshop
- Adobe Indesign

### SKILL

Design Thinking	<div style="width: 76%;"></div>	76%
Team Work	<div style="width: 92%;"></div>	92%
Graphic Design	<div style="width: 90%;"></div>	90%
Illustration	<div style="width: 69%;"></div>	69%
Analysis	<div style="width: 78%;"></div>	78%

085694498468    Pondok Pinang - Jakarta Selatan 12310.    lusi.permata99@gmail.com