

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Ahmad. (2020). *Manajemen Strategis*. Makassar: Nas Media Pustaka.

Buttle, Francis. (2009). *Customer Relationship Management: Concepts and Technologies*. Abingdon-on-Thames: Routledg.

David, F. R. (2010). *Strategic Management Concepts and Cases*. New Jersey: Prentice Hall.

Effendy, O. U. (2005). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Nawawi, H. (1991). *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.

Samsu. (2017). *Metode Penelitian Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, serta Research & Development*. Jambi: Pusaka.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Wahyuningsih, S. (2013). *Metode Penelitian Studi Kasus (Konsep, Teori, Pendekatan Psikologi Komunikasi, dan Contoh Penelitiannya)*. Madura: UTM Press.

Wekke, I. S. (2019). *Metode Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Gawe Buku.

Yusuf, M. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana.

Jurnal

Buana, Afrit & Azizah, Nur & Pratami, Rezki & Margaretha, Lusyan. (2020).

Strategi Komunikasi Pemasaran Waroeng SS Dalam Meningkatkan Brand Awareness
Konsumen Melalui Instagram. JRK (Jurnal Riset Komunikasi). 11. 58-68.

10.31506/jrk.v11i1.

Heryana, A. (2018). Informan dan Pemilihan Informan dalam Penelitian Kualitatif.

Universitas Esa Unggul, 4.

Nadhiro. (2020). *Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Awareness Pada
Followers Instagram Warunk Upnormal. Universitas Negeri Surabaya*, 2(2).

Siti Sekar Ayu Fadillah, Dwi Kartikawati. (2020). *Aktivitas Media Relations Konsultan
Public Relations Media Buffet Dalam Membantu Pembentukan Citra Perusahaan
Klien. Jurnal Komunikasi*.

Syakila, Rania N. & Ardhoyo, Novalia A. (2021). *Penerapan Customer Relationship
Management pada Crematology Coffee Roasters Saat Pandemi Covid-19. Jurnal
Cyber PR*, 1(1), 1-10.

Zahro, Nurul U. & Prabawani, Bulan. (2018). *Pengaruh Customer Relationship Management
Terhadap Loyalitas Pelanggan TV Kabel di Kecamatan Tembalang Melalui Kepuasan
Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada PT. MNC Sky Vision-Indovision
Semarang)*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 7(1), 10-18.

Skripsi

Afifa, Nur Shaff. 2012. Strategi Public Relations Dalam Membangun Customer Relationship Management Di PT. Sungwon Button Indonesia Periode April 2012. *Skripsi*. Jakarta: Universitas Bina Nusantara.



Website

Admin. (2022, Juni 25). *New Media Theory: Definition, Functions, and Benefits*. Diambil kembali dari <https://manajemen.uma.ac.id/2022/06/teori-new-media-pengertian-fungsi-dan-manfaatnya/>

Anam, Khoirul. (2022, Juni 12). *Instagram & Tiktok Minggir, Ini Raja Platform Sosial Media RI*. Diambil kembali dari <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20220612115314-37-346302/instagram-tiktok-minggir-ini-raja-platform-sosial-media-ri>

Annisa, Tsalis. (2021, September 14). *Brand awareness: Pengertian, strategi dan 3 contohnya*. Diambil kembali dari <https://www.ekrut.com/media/brand-awareness-adalah>

Barantum. (2023, Januari 25). *Mengenal Apa Itu CRM (Customer Relationship Management)*. Diambil kembali dari <https://www.barantum.com/blog/crm-adalah/>

Connexindo. (2019, Januari 16). *5 MEDIA SOSIAL PALING BANYAK DIGUNAKAN DI INDONESIA*. Diambil kembali dari <https://www.nataconnexindo.com/blog/5-media-sosial-paling-banyak-digunakan-di-indonesia>

Darestuti, Marsyaviani. (2021, Agustus 31). *Perkembangan Digital Marketing di Indonesia dan Tren Digital Marketing*. Diambil kembali dari <https://buzzup.id/perkembangan-digital-marketing-di-indonesia-dan-tren-digital-marketing/>

Gani, Prita. (2014, Juni 30). *Marketing Public Relations*. Diambil kembali dari <https://www.lspr.edu/pritakemalgani/marketing-public-relations/>

Hosting, Jagoan. (2022, Juni 22). *Apa itu Brand Awareness? Contoh, Fungsi & Strateginya*. Diambil kembali dari <https://www.jagoanhosting.com/blog/brand-awareness-adalah/>

Kompas. (2022, Oktober 4). Rekomendasi 5 Agensi Digital Marketing Terbaik di Indonesia. Diambil kembali dari

<https://www.kompasiana.com/penulisdigital/633ba04b08a8b505df607623/rekomendasi-5-agensi-digital-marketing-terbaik-di-indonesia>

Mtarget. (2021, Mei 6). *Meningkatkan Brand Awareness Melalui Social Media Marketing*.

Diambil kembali dari <https://mtarget.co/blog/cara-meningkatkan-brand-awareness-melalui-social-media-marketing/>

Rizaty, Monavia. (2021, Agustus 3). *Inilah Negara Pengguna Instagram Terbanyak, Indonesia*

Urutan Berapa?. Diambil kembali dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/08/03/inilah-negara-pengguna-instagram-terbanyak-indonesia-urutan-berapa>

Riadi, Muchlisin. (2020, September 11). *Marketing Public Relations (Pengertian, Tujuan, Fungsi, Kegiatan dan Strategi)*. Diambil kembali dari

<https://www.kajianpustaka.com/2020/09/marketing-public-relations.html>

Tyas, Nimas. (2021, November 6). *Sejarah Digital Marketing dan Perkembangannya*. Diambil kembali dari <https://blog.myskill.id/bidang-profesi/sejarah-digital-marketing/>



Lampiran I: Formulir Konsultasi 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 Manila 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

KONSULTASI BIMBINGAN

Npm : 193516516439
Nama : YESSY ISNAEN ADZANYA
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Hubungan Masyarakat

KONSULTASI PEMBIMBING PROPOSAL

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
15 October, 2022	pembahasan bab 1 hingga bab 3	Sudah Ditanggapi
21 October, 2022	seminar proposal	Sudah Ditanggapi
22 October, 2022	bab 1 yang lebih sudah dihapus dan sudah dirapihkan	Sudah Ditanggapi

KONSULTASI PEMBIMBING TUGAS AKHIR

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
3 February, 2023	cover dan daftar isi	Sudah Ditanggapi
3 February, 2023	bab i	Sudah Ditanggapi
3 February, 2023	bab ii	Sudah Ditanggapi
3 February, 2023	bab iii	Sudah Ditanggapi
3 February, 2023	bab iv	Sudah Ditanggapi
3 February, 2023	bab v	Sudah Ditanggapi
3 February, 2023	daftar pustaka	Sudah Ditanggapi

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 Manila 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

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 : Yessy Isnaen Adzanya
Nomor Pokok : 193516516439
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 III: Panduan dan Transkrip Wawancara
Panduan dan Transkrip Wawancara Informan Kunci, Muhamad Rival Nursapei

PANDUAN WAWANCARA INFORMAN KUNCI

Nama dan Jabatan : Muhamad Rival Nursapei (Manager OneClick Media)

Topik : Manajemen Strategis OneClick Media Digital Marketing Agensi Dalam Mempertahankan Hubungan Baik Dengan Klien (Lockerwear.id)

Hari/Tanggal : Selasa, 24 Januari 2023

Waktu : 09.00-10.00 WIB.

Tempat : Platform *video conference* Google Meet.

Daftar Pertanyaan:

Sejarah dan Profile OneClick Media

1. Pada tahun berapa OneClick Media dibangun ?
2. Bagaimana OneClick Media Tercipta ?
3. Bagaimana Perkembangan OneClick Media ?
4. Apa saja layanan yang disediakan OneClick Media ?
5. Apa yang menjadi target dari OneClick Media ?
6. Bagaimana Struktur organisasi perusahaan OneClick Media ?

Customer Related Question

1. Apakah OneClick Media menyimpan database lengkap dari klien ?
2. Apakah OneClick Media melakukan analisa pada data klien ?

Perencanaan dan Persiapan Strategi OneClick Media

1. Dalam penyusunan strategi, siapa saja yang terlibat dalam penyusunan strategi tersebut ?
2. Bagaimana strategi OneClick Media untuk menjaga hubungan baik dengan klien ?

3. Selama ini media apa yang digunakan OneClick Media dalam mengatur komunikasi dengan setiap klien ?

Implementasi Strategi OneClick Media

1. Untuk strategi CRM OneClick Media, apa strategi OneClick Media untuk membangun hubungan baik dengan klien ?
2. Apakah OneClick Media memiliki program untuk loyalitas klien ?
3. Apakah OneClick Media menyediakan layanan pelanggan lebih baik dengan memberikan akses informasi yang dibutuhkan clientnya untuk membantu client dengan pertanyaan atau masalah yang dimiliki pelanggannya OneClick Media itu sendiri ?
4. Menurut bapak apakah OneClick Media sudah cukup informatif kepada klien ?
5. Seberapa sering OneClick Media memberikan kabar atau informasi kepada klien ?

Evaluasi Strategi OneClick Media

1. Apa yang menjadi tolak ukur kesuksesan strategi yang digunakan ?
2. Apa Hambatan atau kendala ketika menjalankan strategi untuk membangun hubungan dengan klien ?
3. Hambatan atau kendala ketika menjalankan strategi untuk membangun hubungan dengan klien ?



TRANSKRIP WAWANCARA INFORMAN KUNCI

Nama dan Jabatan : Muhamad Rival Nursapei (Manager OneClick Media)

Topik : Manajemen Strategis OneClick Media Digital Marketing Agensi Dalam Mempertahankan Hubungan Baik Dengan Klien (Lockerwear.id)

Hari/Tanggal : Selasa, 24 Januari 2023

Waktu : 09.00 - 10.00

Tempat : Platform *video conference* Google Meet.

Daftar Pertanyaan:

OneClick Media

1. Pada tahun berapa OneClick Media dibangun ?

Informan : 2021 bulan agustus

2. Bagaimana OneClick Media tercipta ?

Informan : Banyak UMKM yang kesulitan memasarkan brand atau produknya. Sehingga OneClick Media tercipta karena kekhawatiran usaha usaha kecil ini yang tidak mengoptimalkan media untuk pemasaran.

3. Bagaimana Perkembangan OneClick Media ?

Informan : Tahun 2021 - 2022, ada 16 client. Tahun 2022 - 2023, terdapat 20 client hingga saat ini. Jumlah klien sudah gabungan dari yang lama dan yang baru sehingga ada klien yang lama yang tetap menggunakan jasa oneclick media

4. Apa saja layanan yang disediakan OneClick Media ?

Informan : Awalnya ada 2 layanan yaitu pertama ada layanan konten dan yang kedua ada layanan advertising. Klien di bebaskan memilih yang manapun ataupun memilih keduanya (full package). Layanan konten berisikan jasa untuk manage konten dari klien sehingga klien terima jadi konten tersebut. Sekarang sudah berkembang seperti sudah ada google ads,

Jasa pengelola website, dan jasa customer service nantinya selain itu ada jasa marketplace seperti shopee, lazada, dll. Program-program baru ini sudah ada tetapi baru diterapkan pada klien-klien yang ada saat ini belum di buka secara massive.

5. Apa yang menjadi target dari OneClick Media ?

Informan : Pertama memperbesar layanan dari OneClick Media. Seperti contoh awalnya hanya ada layanan konten dan advertising. Oneclick media awalnya hanya ada konten di instagram dan facebook. Sehingga berencana mengembangkan ke platform lain seperti tiktok, website, dan marketplace.

6. Bagaimana Struktur organisasi perusahaan OneClick Media ?

Informan : Abis ada CEO itu bawahnya ada general manager. Dibawahnya general manager ada para manager, ada manager advertising ada juga manager konten trus ada juga admin lalu ada juga akuntan. Lalu dibawahnya manager itu ada beberapa staff misalnya ada 4 staff advertising lalu ada 5 staff content creator lalu ada 1 orang admin lalu ada 1 orang sales

Customer Related Question

1. Apakah OneClick Media menyimpan database lengkap dari klien ?

Informan : Ya dikelola tetapi hanya digunakan untuk beriklan layanan-layanan OneClick Media

2. Apakah OneClick media melakukan analisa pada data klien ?

Informan : Ya, pertama yang dilihat adalah behaviour customer. Contohnya, dulu tidak main tiktok tetapi sekarang banyak orang yang berpindah ke tiktok sehingga kita menyarankan klien untuk menggunakan tiktok.

Perencanaan dan Persiapan Strategi OneClick Media

1. Dalam penyusunan strategi, siapa saja yang terlibat dalam penyusunan strategi tersebut ?

Informan : Hanya CEO dengan managernya tetapi untuk eksekusi ada manager dan staff nya.

2. Bagaimana strategi OneClick Media untuk menjaga hubungan baik dengan klien ?

Informan : Menerapkan fast respon di jam kerja. Membantu klien jika ada kendala walaupun tidak berhubungan langsung dengan konten ataupun advertising. Seperti kendala pada akun emailnya.

3. Selama ini media apa yang digunakan OneClick Media dalam mengatur komunikasi dengan setiap kliennya ?

Informan : Kita menggunakan whatsapp grup sehingga semua komunikasi yang diperlukan melalui group itu. Termasuk dalam informasi, masalah atau kendala, ataupun berita dan pengumuman yang lain.

Implementasi Strategi OneClick Media

1. Untuk strategi CRM OneClick Media, apa strategi OneClick Media untuk membangun hubungan baik dengan klien ?

Informan : Menerapkan respon yang cepat dan memanfaatkan media-media online. Selain itu bertanggung jawab pada KPI-KPI yang ada untuk selalu tercapai. Sehingga klien bisa melihat OneClick Media memiliki komitmen.

2. Apakah OneClick Media memiliki program untuk loyalitas client ?

Informan : Ada free service ke klien. Contohnya seperti lockerwear yang awalnya hanya menggunakan layanan konten dan advertising di facebook dan meta. Karena sudah lama maka ditawarkan untuk gratis menggunakan tiktok ads. Selain itu ada layanan lain yang dapat diberikan free seperti website dan marketplace.

3. Apakah OneClick Media menyediakan layanan pelanggan lebih baik dengan memberikan akses informasi yang dibutuhkan clientnya untuk membantu klien dengan pertanyaan atau masalah yang dimiliki pelanggannya OneClick media itu sendiri ?

Informan : Pada dasarnya akses tidak diberikan tetapi ada beberapa akses yang diberikan seperti akses website. Jika ada masalah pada pelanggan umumnya dihandle oleh staff advertising maupun managernya langsung dari OneClick Media

4. Menurut bapak apakah OneClick Media sudah cukup informatif kepada klien ?

Informan : Dirasa sudah cukup informatif karena OneClick Media selalu menginformasikan hal-hal baru dalam dunia digital marketing kepada client. Jika klien ada pertanyaan kita selalu open untuk hal itu. Kita selalu mencoba untuk mempertahankan client yang ada dan mendatangkan klien baru.

5. Seberapa sering OneClick Media memberikan kabar atau informasi ke klien ?

Informan : Setiap 1 bulan sekali. Informasi yang diberikan mengenai platform yang sedang ramai dan memberikan saran untuk membantu mencapai KPI yang telah di sepakati. Tidak dilakukan daily kecuali hal urgent.

Evaluasi Strategi OneClick Media

1. Apa yang menjadi tolak ukur kesuksesan strategi yang digunakan ?

Informan : Tolak ukurnya adalah KPInya atau target. Inikan kita sudah set target sama setiap klien kita di awal. Misalnya targetnya followers maka kita harus achieve itu.

2. Apa Hambatan atau kendala ketika menjalankan strategi untuk membangun hubungan dengan klien ?

Informan : Kendala yang sering dialami adalah algoritma yang setiap platform memiliki algoritma masing-masing. Seperti masalah pada ads ataupun ketentuan dari platform yang berubah-ubah. Hal ini sering terjadi diluar dugaan sehingga kita harus mencari solusi untuk menyelesaikan masalah tersebut secepat mungkin.

3. Hambatan atau kendala ketika menjalankan strategi untuk membangun hubungan dengan klien ?

Informan : Terkadang ada klien yang belum mengerti. Contohnya awalnya targetnya followers tetapi setelah 1 setengah bulan berjalan klien menanyakan tidak adanya penjualan di platform tersebut. Padahal advertising untuk memasarkan brandnya terlebih dahulu tidak secara langsung mendatangkan penjualan.

Lampiran IV: Panduan dan Transkrip Wawancara Informan 1, Leonardo Andre Kusuma

PANDUAN WAWANCARA INFORMAN 1

Nama dan : Leonardo Andre Kusuma (CEO OneClick Media)

Jabatan

Topik : Manajemen Strategis OneClick Media Mempertahankan Hubungan Baik Dengan Klien (Lockerwear.id)

Hari/Tanggal : Jumat, 3 Februari 2023

Waktu : 12.30 – 13.00 WIB.

Tempat : Platform *video conference* Google Meet.

Daftar Pertanyaan:

Sejarah dan Profile OneClick Media

1. Pada tahun berapa OneClick Media dibangun ?
2. Bagaimana OneClick Media Tercipta ?
3. Bagaimana Perkembangan OneClick Media ?
4. Apa saja layanan yang disediakan OneClick Media ?
5. Apa yang menjadi target dari OneClick Media ?
6. Bagaimana Struktur organisasi perusahaan OneClick Media ?

Customer Related Question

1. Apakah OneClick Media menyimpan database lengkap dari client ?
2. Apakah OneClick Media melakukan analisa pada data client ?

TRANSKRIP WAWANCARA INFORMAN 1

Nama dan : Leonardo Andre Kusuma (CEO OneClick Media)
Jabatan
Topik : Manajemen Strategis OneClick Media Dalam Mempertahankan Hubungan Baik Dengan Klien (Lockerwear.id)
Hari/Tanggal : Jumat, 3 Februari 2023
Waktu : 12.30 - 13.30 WIB
Tempat : Platform *video conference* Google Meet.

Daftar Pertanyaan:

OneClick Media

1. Pada tahun berapa OneClick Media dibangun ?

Informan : Kita mulai pertama beroperasi di agustus 2021

2. Bagaimana OneClick Media Tercipta ?

Informan : Awalnya karena keresahan kami karena usaha-usaha terutama UKM yang belum memanfaatkan media-media yang ada untuk memasarkan usahanya.

3. Bagaimana Perkembangan OneClick Media ?

Informan : Awalnya dari 2021 sampai 2022 kita ada 16 klien. Lalu sekarang, ada 20 klien. Klien tersebut adalah client lama dan yang baru.

4. Apa saja layanan yang disediakan OneClick Media ?

Informan : Kita awalnya mulai dari 2 layanan yaitu konten dan advertising. Konten itu jasa untuk mengatur konten dari usaha dia. Selanjutnya, kami mencoba untuk memperluas layanan kami seperti google ads, Jasa pengelola website, dan jasa customer service nantinya selain itu ada jasa marketplace seperti shopee, lazada, dll.

5. Apa yang menjadi target dari OneClick Media ?

Informan : OneClick Media ingin memperluas layanannya ke platform-platform yang lain seperti tiktok, website ataupun marketplace seperti Shopee.

6. Bagaimana Struktur organisasi perusahaan OneClick Media ?

Informan : Paling atas ada CEO setelah itu general manager. dan dibawahnya ada para manajer, manajer ini dibagi menjadi konten, advertising, admin, dan akuntan. Lalu manajer itu mengepalai staff divisi masing-masing.

Customer Related Question

1. Apakah OneClick Media menyimpan database lengkap dari klien ?

Informan : Tidak secara umum, tetapi kita menyimpan data klien untuk keperluan pengiklanan

2. Apakah OneClick media melakukan analisa pada data klien ?

Informan : Hal yang kita analisa adalah customer behaviour yang sedang terjadi saat itu.



Lampiran V: Panduan dan Transkrip Wawancara Informan 2,

PANDUAN WAWANCARA INFORMAN 2

Nama : Aldan Fatur (Manager LockerWear.id)

Topik : Manajemen Strategis OneClick Media Dalam Mempertahankan Hubungan Baik Dengan Klien (Lockerwear.id)

Hari/Tanggal : Senin, 30 Januari 2023

Waktu : 16.30 WIB - selesai

Tempat : Platform *video conference* Zoom

Daftar Pertanyaan:

1. Apa itu LockerWear?
2. Mengapa LockerWear menggunakan OneClick Media ?
3. Berapa lama LockerWear berlangganan layanan OneClick Media ?
4. Jasa atau layanan apa yang digunakan LockerWear ?
5. Apa yang diharapkan LockerWear dengan menggunakan jasa OneClick Media?
6. Selama LockerWear berlanggan, apa yang sudah didapatkan oleh LockerWear ?
7. Selama LockerWear berlanggan, Apakah OneClick Media sudah berhasil mencapai KPI ?
8. Adakah hal yang belum di dapatkan LockerWear dari OneClick Media ?
9. Apakah OneClick media berhasil dalam strateginya untuk membangun dan menjaga hubungan baiknya dengan LockerWear?
10. Apa saran untuk OneClick Media dari LockerWear?
11. Bagaimana penyelesaian masalah OneClick Media menurut LockerWear ?
12. Apakah LockerWear sport akan merekomendasikan ke pihak yang lain ?

TRANSKRIP WAWANCARA INFORMAN 2

Nama : Aldan Fatur (Manager LockerWear.id)

Topik : Manajemen Strategis OneClick Media Dalam Mempertahankan Hubungan Baik Dengan Klien (Lockerwear.id)

Hari/Tanggal : Senin, 30 Januari 2023

Waktu : 16.30 WIB - selesai

Tempat : Platform *video conference* Zoom

Daftar Pertanyaan:

1. Apa itu LockerWear?

Informan : Locker wear adalah sebuah brand pakaian olahraga lokal untuk laki-laki.

2. Mengapa LockerWear menggunakan OneClick Media ?

Informan : Di OneClick Media memiliki garansi ketika KPI tidak tercapai maka uang dikembalikan. Uang yang dikembalikan sesuai target yang tidak tercapai.

3. Berapa lama LockerWear berlangganan layanan OneClick Media ?

Informan : Dari bulan april 2022 hingga saat ini.

4. Jasa atau layanan apa yang digunakan LockerWear ?

Informan : Full package yaitu konten dan advertising di meta. Untuk tiktok OneClick Media hanya membantu posting.

5. Apa yang diharapkan LockerWear dengan menggunakan jasa OneClick Media?

Informan : Dapat membantu dalam hal branding dan sales.

6. Selama LockerWear berlanggan, apa yang sudah didapatkan oleh LockerWear ?

Informan : Membantu aktivasi id shopee, membantu pembuatan website dan landing page, Membantu konten postingan, membantu pengiklanan dan sudah bisa membantu membawa omset sebesar 300 juta per 6 bulan, mendatangkan leads tiap bulannya sebesar 3000. Saat ini Locker Wear sudah memiliki 11.300 followers

7. Selama LockerWear berlangganan, Apakah OneClick Media sudah berhasil mencapai KPI ?

Informan : Sudah mencapai 100% KPI yang ditentukan. Jika KPI belum tercapai pasti Locker Wear tidak ingin melanjutkan kerjasama. Oneclick media selalu berhati-hati dari awal untuk menentukan target dan melihat potensi market dari brand tersebut.

8. Adakah hal yang belum didapatkan LockerWear dari OneClick media ?

Informan : Sudah dipenuhi semua.

9. Apakah OneClick media berhasil dalam strateginya untuk membangun dan menjaga hubungan baiknya dengan LockerWear?

Informan : Sudah, karena pertama dari OneClick Media sudah fast respon. Kedua tiap bulan OneClick Media selalu melakukan laporan melalui online meeting. Hal yang dilakukan adalah hal yang sudah dicapai, yang masih kurang dan hal yang dapat ditingkatkan. Sehingga OneClick Media sudah berhasil menjaga hubungan baik dengan Locker Wear.

10. Apa saran untuk OneClick Media dari LockerWear?

Informan : Yang perlu di soroti kinerja tim konten karena beberapa kali suka lupa tag produk ataupun salah tag produk. Hal-hal seperti ini yang perlu diperhatikan.

11. Bagaimana penyelesaian masalah OneClick Media menurut LockerWear ?

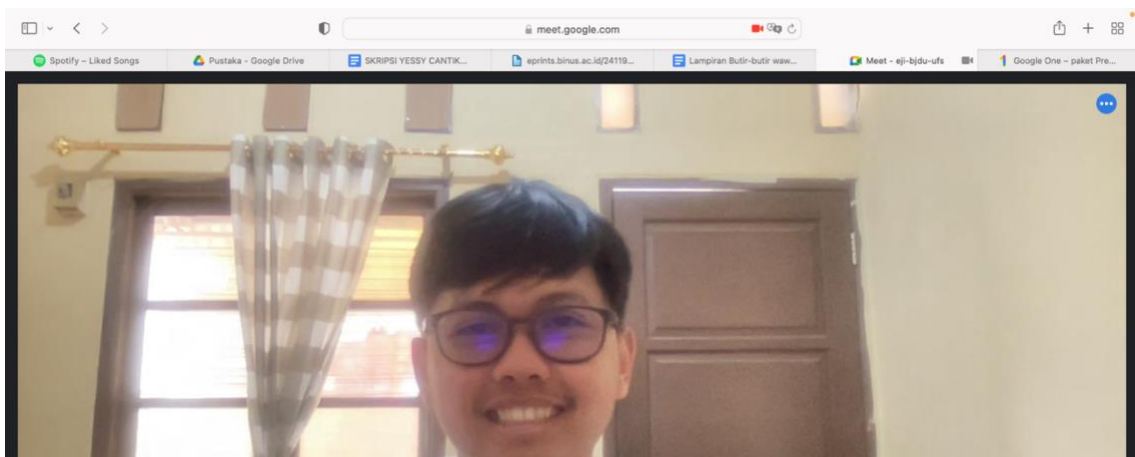
Informan : Cukup bagus karena bertanggung jawab pada semua aspek seperti tadi ada salah tag produk ataupun typo dari OneClick Media cepat untuk merespon dan memperbaikinya. Seperti waktu itu ada trouble di websitenya lalu akhirnya OneClick Media membantu mengganti platform dan mencoba memberikan solusi.

12. Apakah LockerWear sport akan merekomendasikan ke pihak yang lain ?

Informan : Ya akan direkomendasikan.



Lampiran VI: Dokumentasi Foto Wawancara



Gambar 1. Foto bersama Informan Kunci, Muhamad Rival Nursapei (Manager OneClick Media) Usai Melakukan Wawancara



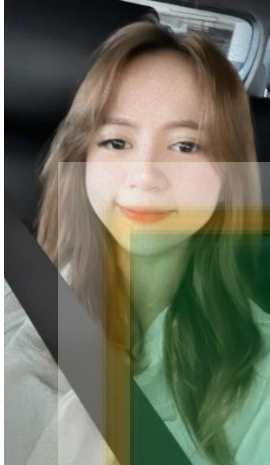
Gambar 2. Foto bersama Informan 1, Leonardo Andre Kusuma (CEO OneClick Media) Usai Melakukan Wawancara.



Gambar 3. Foto bersama Informan 2, Aldan Fatur (Manager LockerWear.id) Usai Melakukan Wawancara.



Lampiran VII: Daftar Riwayat Hidup Penulis



Yessy Isnaen Adzanya lahir di Jakarta, pada tanggal 13 September 1999. Penulis merupakan anak pertama dari pasangan Bapak Fajar Wahyudi dan ibu Siti Hajariah. Penulis merupakan warga negara Indonesia yang berdomisili di Jakarta.

Penulis menempuh pendidikan di SDN Batu Ampar 13 Pagi, SMP Daarul Qur'an Islamic Boarding School, SMA Sahid Islamic Boarding School, dan kemudian di tahun 2019 penulis melanjutkan pendidikannya di Universitas Nasional Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program Studi Ilmu Komunikasi, Konsentrasi Public Relations.

Selama menjadi mahasiswi, penulis sempat aktif menjadi reporter di organisasi kampus, yakni Unas TV. Selain focus pada perkuliahan dan organisasi kampus, penulis juga melakukan magang menjadi *Marketing Officer* di Advance Digital (2022) dan berhasil melanjutkan menjadi karyawan full time di perusahaan tersebut dan tetap melanjutkan perkuliahannya.

Lampiran VIII: BIODATA ALUMNI MAHASISWA



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

BIODATA ALUMNI MAHASISWA

SEMESTER GENAP TAHUN AKADEMIK 2022/2023

Nama Mahasiswa : Yessy Isnaen Adzanya
No. Pokok : 193516516439
Program Studi/Jurusan : Ilmu Komunikasi / Public Relations
Tempat Tgl. Lahir : Jakarta, 13 September 1999
Alamat Rumah : Jln. Batu Tulis No.1A RT.14/03 Condet, Jakarta Timur.
Telepon Rumah :
Telepon Kantor :
HP : 085778146864
Alamat Kantor :
E-mail : yessyisn@gmail.com

Jakarta, 7 Maret 2023

Alumni,

Yessy Isnaen Adzanya

Lampiran IX: HASIL TURNITIN

