

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Ardianto, Elvinaro. (2011). *Handbook of Public Relations*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Akhmad, Bachrudin Ali dan Ibrahim, Idi Subandy. 2014 *Komunikasi dan Komodifikasi Mengkaji media dan Budaya dalam Dinamika Globalisasi*. Jakarta: Yayasan pustakan Obor Indonesia
- Bagong, Suyanto. 2005. *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta : Kencana Prenanda Media Group
- Bagong, Suyanto dan Sutinah. (2006). *Metode Penelitian Sosial Berbagai Alternatif Pendekatan*. Jakarta : Prenada Media Group. Hal 173
- Dewdney Andrew & Peter. Ride (2006) , *The New Media Handbook*, Routledge, London.
- Fandy Tjiptono. 2015. *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta
- Flew, Terry. 2005. *New Media*. Oxford University Press
- Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran*, Cet ke-6 (Yogyakarta: BPFE,2000)
- Hidayat, Dedy N. 2003. *Paradigma dan Metodologi Penelitian Sosial Empirik Klasik*. Jakarta : Departemen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia.
- Holmes, David. 2012. *Teori komunikasi media, Teknologi dan masyarakat* . terj Teguh wahyu. Yogyakarta : Pusta pelajar
- Maackenzie, N. & Knipe, S. 2006. “ Research dilemmas : Paradigms, methods and methodology. “ *Issues in Educational Research*, 16 (2), 193-205
- McQuail, Dennis. 2011. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta : Salemba Humanika
- Miles, M.B, Huberman, A.M, & Saldana, J (2014). *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook*, Edition 3. USA : Sage Publications. Terjemahan Tjetjep Rohindi Rohidi, UI-Press
- Moleong, L.(2002). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L. J. (2004). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT. Remaja

- Moleong, L. J. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Moleong, Lexy J. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- Prastowo, A. (2011). *Memahami Metode-Metode Penelitian*. AR-RUZ MEDIA
- Rangkuti, Freddy. (2009) . *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Stake, R. (1995). *The art of case study research*. Thousand Oaks, CA : Sage
- Supranto, J. 2000. *Teknik Sampling untuk Survei dan Eksperimen*. Jakarta : Penerbit PT Rineka Cipta
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2018 *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung : CV Alfabeta
- Sugiyono. 2018 *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Terry, Flew. *New Media : An Introduction, New Your*: Oxford University Press, 2005
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : CV. Andi
- Widiana, Erna, Muslichah. (2010) . *Dasar-Dasar Pemasaran*, Karya Putra Darwati, Bandung

JURNAL

- Batra, R., & Ray, M. L. (1986). *Affective Responses Mediating Acceptance of Advertising*. *Journal of Consumer Research*, 13 (2), 234-249.
- Hariyanti, N.T., & Wirapraja, A. (2018). *Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Modern (Sebuah Studi Literatur)* . *Jurnal Eksekuti*, 15 (1), 133-146
- I Gusti Ngurah Aditya Lesmana (2012) *Analisis Pengaruh Media Sosial Twitter terhadap Pembentukan Brand Attachment*
- Nadila Syarifah, Djujur Luciana Radjagukguk . *Personal Branding Ajeng Ditunggu Sebagai Indika FM HUT Radio Melalui Media Sosial Tiktok* : *Jurnal Ilmu Sosial Politik*, Jakarta : 2022
- Dewi Sri Andika Rusmana, Mohammad Insan Romadhan. *Potensi Media Sosial Sebagai Sarana Media Promosi Pariwisata Berbasis Partisipasi Masyarakat*, Sidoarjo : 2017

Ratnasari Ekasuci, Muhammad Handar, Liliyana, Ita Suryani. *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi Bagi Radio Mersi 93,9 FM: Journal Komunikasi* , Jakarta : 2020

Lina Ayu Safitri, Chriswardana Bayu Dewa. *Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19* : Jurnal Pariwisata dan Budaya, Yogyakarta : 2021

Reni Nuraeni, Dinda Sekar Puspitarini. *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House)* : Jurnal Common , Bandung : 2019

WEBSITE

<https://idmetafora.com/news/read/1353/Mengenal-Apa-Itu-TikTok-Sejarah-dan-Beberapa-Fitur-fiturnya.html>

<https://arek.its.ac.id/hmsi/2021/09/08/tiktok-aplikasi-yang-mengubah-dunia-sosial-media/>

<https://www.kompasiana.com/bayu1127/634183bfc1cb8a575a57c522/perkembangan-tiktok-sebagai-sarana-digital-marketing-di-indonesia>

<https://kemazan.com/blog/tiktok-shop-sebagai-strategi-marketing-untuk-meningkatkan-brand-awareness/>

<https://qontak.com/blog/influencer-marketing/>

https://www.tiktok.com/@shandraoktaa?_t=8XvT1PEptHV&_r=1

https://www.tiktok.com/@graceandglow.id?_t=8YyF1q4XF9V&_r=1

<https://vt.tiktok.com/ZS8A9uKJV/>

<https://www.tiktok.com/@shandraoktaa/video/7067424856987454746>

<https://www.tiktok.com/@shandraoktaa/video/7038250991338130715>

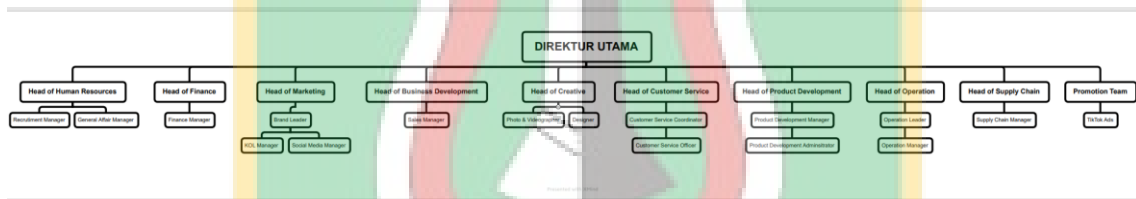
<https://instagram.com/graceandglow.id?igshid=Zjc2ZTc4Nzk=>

https://www.instagram.com/reel/CfT_MV5Pj20/?igshid=Zjc2ZTc4Nzk=



LAMPIRAN

STRUKTUR ORGANISASI PT GOOD SALE TECH



HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh

Nama : Wanda Dhealiana Susiawan

NPM : 193516516487

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Penggunaan Tiktok Shandra Oktaa Sebagai Media Promosi PT Good Sale Tech Pada Online Shop Grace And Glow

Telah berhasil dipertahankan dihadapan dewan penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang Drs. Adi Prakosa, M.Si.

Pembimbing I/Penguji I Nursatyo, S.Sos.M.Si.

Pembimbing II/Penguji II Djudjur Luciana R., S.Sos. M.Si

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 01 Maret 2023



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, 07 Februari 2023

Nomor : 101 /IK/IX/2022

Lamp : -

Hal : *Kesediaan Membimbing Skripsi*

Kepada Yth.

Bapak/Ibu Djudjur L. Radjagukguk, S.Sos, M.Si

Dosen Prodi Ilmu Komunikasi

Di Jakarta

Dengan hormat,

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

Nama : Wanda Dhealiana Susiawan
NPM : 193516516487
Konsentrasi : Jurnalistik
Judul Skripsi : PENGGUNAAN TIKTOK SHANDRA OKTAA
SEBAGAI MEDIA PROMOSI PT GOOD SALE
TECH PADA ONLINE SHOP
GRACE AND GLOW

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,

Djudjur L. Radjagukguk, S.Sos, M.Si

* coret yang tidak perlu



(Program Studi Ilmu Komunikasi




Ketua


Drs. Adi Prakosa, M.Si

LEMBAR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Wanda Dhealiana Susiawan
Nama Pokok Mahasiswa : 193516516487
Program Studi/ Konsentrasi : Ilmu Komunikasi / Jurnalistik
Judul Skripsi : PENGGUNAAN TIKTOK SHANDRA OKTAA
SEBAGAI MEDIA PROMOSI PT GOOD SALE TECH PADA ONLINE SHOP
GRACE AND GLOW

NO	Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf Pembimbing
1	27/9/2022	Persetujuan Judul	
2	4/10/2022	Bimbingan BAB 1, BAB 2 dan BAB 3	
3	6/10/2022	ACC BAB 1, BAB 2 dan BAB 3	
4	29/11/2022	<ul style="list-style-type: none">- Dibagian sub bab 2.2 tidak ditulis " kerang teori " langsung ditulis " Teori Thery Flew Media Baru "- sistematika penulisan harus diperbaiki- dibawah gambar harus beserta sumber dan informasinya.	

5	5/12/2022	<ul style="list-style-type: none"> - memberikan penjelasan 2.1 dan menambahkan tabel tentang hasil dan kesimpulan dari penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian - nomor halaman masih harus diperbaiki disetiap bab nomor halaman ditengah lalu setelah bab halaman dikanan bawah. 	
6	21/12/2022	<ul style="list-style-type: none"> - menambahkan nomor subbab 2.1 pada tabel penelitian terdahulu, - menambahkan persamaan dan perbedaan tentang penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian saya. - menambahkan konsep yang saya gunakan di bab 2 lebih lengkap. 	
7	4/1/2023	<ul style="list-style-type: none"> - dibagian kerangka berpikir dan memberikan tambahan kata untuk dibagian bawah gambar kerangka berpikir. - dibagian bab 3 ditambahkan paradigma menurut ahli dan penjelasan pengertian paradigma menurut saya dan alasan saya memilih paradigma tersebut. 	

8	13/1/2023	<ul style="list-style-type: none">- menambahkan bab 3 tentang dokumentasi, dan teknik keabsahan data.- melakukan pembahasan di bab 4. pada sub bab 4.2 dibagian analisis saya menambahkan konsep dan dijabarkan melalui wawancara yang saya lakukan- lanjut bab 5	
9	30/1/2023	- Acc Bab 1-5	

Jakarta, Februari 2023

Ketua Program Studi, Ilmu Komunikasi

Drs. Adi Prakosa, M.Si.

LAMPIRAN PEDOMAN WAWANCARA

DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA

INFORMAN KUNCI

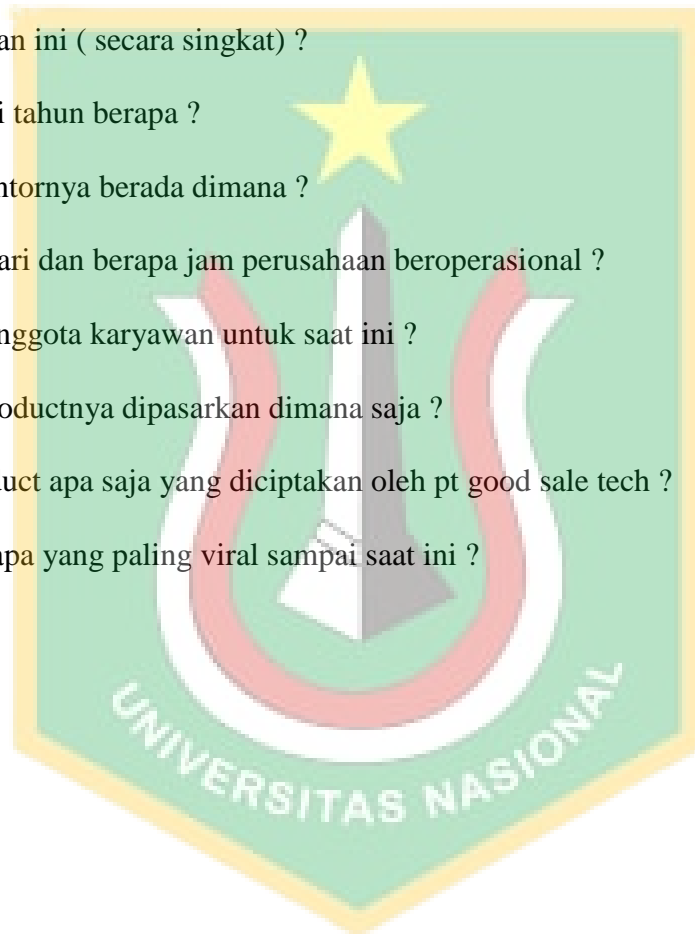
1. Menurut shandra tiktokk seperti apa ?
2. Manfaat penggunaan tiktok seperti apa menurut shandra ?
3. Apakah ada cara khusus dari shandra untuk membuat konten tiktok ?
4. Cara ampuh untuk mempromosikan produk ?
5. Bagaimana mencari dan menaikkan popularitas pada video tiktok shandra ?
6. Untuk kedepanya shandra akan berfokus dengan konten yg seperti apa ?
7. Dengan fitur fitur yang diberikan oleh tiktok apakah bermanfaat untuk menunjang konten yang shandra buat?
8. Untuk media sosial yang digunakan saat ini apakah hanya tiktok saja atau ada aplikasi lainnya yang aktif ?
9. Strategi promosi yang shandra lakukan untuk mempromosikan produk ?
10. Bagaimana sistem untuk upload video tiktoknya ?
11. Teknik yang shandra gunakan dalam mempromosikan produk seperti apa? hard selling atau soft selling dan alasanya ?

INFORMAN PENDUKUNG 1

1. Grace and glow berdiri ditahun berapa ?
2. Awal grace and glow muncul di media sosial dimana ? kenapa di media sosial tersebut?
3. Product apa yang dimunculkan pertama kali ?
4. Bagaimana cara memasarkan product tersebut hingga sampai saat ini viral di media sosial dan sudah banyak reseller di Indonesia ?
5. Bagaimana meyakinkan khalayak terhadap product grace and glow ?
6. Saat ini grace and glow sudah dipasarkan dimana saja ? apakah ada offline storenya ?
7. Untuk total keseluruhan product grace and glow saat ini sudah berapa banyak ?
8. Apa visi misi dari brand grace and glow?
9. Shandra bergabung dalam PT Good Sale Tech pada Tanggal berapa ?
10. Mengapa memilih Shandra untuk mempromosikan produk dari PT Good Sale Tech ?
11. Apakah Penjualan naik ketika Shandra Mempromosikan Lewat video tiktok/live streaming yang dilakukanya ?
12. Apakah shandra memiliki kontrak kerja dengan PT Good Sale Tech ?
13. Apa kelebihan Shandra untuk mempromosikan produk dari PT Good Sale Tech ?

INFORMAN PENDUKUNG 2

1. Visi dan misi pt good sale tech ?
2. Pt good sale tech bergerak dibidang apa?
3. Apa sejarah pt good sale tech sampai pemilik memutuskan untuk mengeluti perusahaan ini (secara singkat) ?
4. Berdiri di tahun berapa ?
5. Letak kantornya berada dimana ?
6. Berapa hari dan berapa jam perusahaan beroperasi ?
7. Berapa anggota karyawan untuk saat ini ?
8. Untuk productnya dipasarkan dimana saja ?
9. Ada product apa saja yang diciptakan oleh pt good sale tech ?
10. Product apa yang paling viral sampai saat ini ?



TRANSKIP REKAMAN WAWANCARA

Wawancara (Key Informan)

Nama : Shandra Oktaa

Bidang/Posisi : Content Creator

Hari/ Tanggal : Sabtu, 3 Desember 2022

Tempat dan Waktu : Kalibata, Jakarta Selatan

NO	Peneliti	Key Informan
1	Menurut shandra tiktok seperti apa ?	Menurut aku tiktok ini tempat dimana para creator bisa mengekpresikan apa yang mereka pengen share ngga cuman berkreasi tetapi juga bisa saling share informasi, tips, hack apalagi tiktok sekarang lebih banyak isinya dibanding dulu karena dulu yang kita tau tiktok isinya joget-joget dan berbeda banget sama yang sekarang dan menurut aku jauh lebih berkualitas isinya tiktok sekarang tuh. banyak banget yang share review makeup, produk, makanan dan tempat tempat yang lucu sekarang bisa di share di tiktok, dan sekarang

		ya masyarakat lebih mencari review-review yang mereka inginkan dari tiktok.
2	Manfaat penggunaan tiktok seperti apa menurut shandra ?	manfaat bisa dapat sumber informasi, karena di tiktok kebanyakan individual yang sering share berbagai hal jadi menurut aku terpeercaya gitu, mungkin di platform lain lebih sering hoax untuk mendapatkan informasi tetapi menurut aku kalau di tiktok itu jauh lebih terpercaya si. shandra menyebutkan tiktok itu sebagai “ google “ kedua karena mencari informasi saat ini sangat gampang hanya beda versi saja
3	Apakah ada cara khusus dari shandra untuk membuat konten tiktok ?	untuk aku pribadi yang paling penting punya branding sesuai dengan ciri khas tersendiri karena pasti orang-orang bisa gampang mengigit dan memahami si creator tersebut pembawanyaa, kalau aku ciri khasnya review makeup, skincare pada saat bikin konten tiktok, yang jelas, dan menarik
4	Cara ampuh untuk mempromosikan produk ?	Untuk mempromosikan produk ada 2 yaitu dengan cara live streaming di tiktok dan dengan cara membuat video di tiktok asalkan

		<p>konsisten itu salah satu kuncinya tetapi aku pribadi untuk live ini lagi stop dulu, jadi aku membuat video di tiktok agar traffic penjualan aku tetap stabil aku selalu ngeshare keranjang kuning yang ada di video tiktok. jadi aku menyarankan untuk upload video tiktok 1minggu 3kali agar tetap aktif.</p>
5	<p>Bagaimana mencari dan menaikkan popularitas pada video tiktok shandra ?</p>	<p>harus tetap konsisten ngeshare video, rajin rajin membuat konten. kalau untuk tiktok saat ini menurut aku harus rajin ngonten karena agar video kita masuk fyp pengguna tiktok yang lainnya dan kalau kita membuat kontenpun harus tetep berkualitas.</p>
6	<p>Untuk kedepanya shandra akan berfokus dengan konten yg seperti apa ?</p>	<p>aku pribadi berfokus tetap di beauty, tips, dan share tentang perbeauty dan lebih pengen soft selling jadi ngga hanya jualan produk aja tetapi makin lebih kreatif dan menarik jadi para pengguna tiktok lainnya seneng nontonin konten aku gitu.</p>
7	<p>Dengan fitur fitur yang diberikan oleh tiktok apakah bermanfaat untuk</p>	<p>menurut aku pribadi fitur fitur yang dibuat oleh tiktok sangat sangat menunjang untuk konten aku gitu banget, karena setiap tahunya tiktok</p>

	<p>menunjang konten yang shandra buat?</p>	<p>mengeluarkan inovasi bar uterus, dan fiturnya bermanfaat untuk para creator lainnya. untuk aku sendiri yang paling bermanfaat banget yaitu aku bisa bikin video tanpa harus record dulu jadi ditiktok udahh bisa bikin video langsung, edit langsung , ngasih text, ngasih sound, ngasih efek dan dalam 1 aplikasi. dan yang ke2 udah ada fitur keranjang kuning yang menguntungkan untuk aku karena dengan cara ini aku bisa langsung kasih tau produk apa yang ingin aku pakai dan pengguna lainnya bisa langsung klik keranjang kuning dari video yang aku buat gitu.</p>
8	<p>Dengan fitur fitur yang diberikan oleh tiktok apakah bermanfaat untuk menunjang konten yang shandra buat?</p>	<p>Yang aktif ada instagram dan tiktok tetapi menurut aku dua aplikasi ini sangat berkesinambungan karena biasanya para small business mengajukan promosi ke aku itu bisa lewat DM instagram untuk dipromosikan di tiktok .</p>
9	<p>Strategi promosi yang shandra lakukan untuk mempromosikan produk ?</p>	<p>biasanya kalau aku pribadi untuk skincare sendiri aku kasih before after karena kalau diberikan before dan after setelah pemakaian</p>

		<p>skincare itu sendiri pengguna yang menonton jauh lebih percaya gitu sesuai review yang aku buat. kalau makeup aku pakai di video-video akuu beneran pakai jadi biar pengguna lebih percaya kalau produk makeup yang aku review ya memang beneran aku pakai. dan untuk promosi sendiri aku biasanya ikutin tren di tiktok karena memang tiktok itu suka random kadang tren yang munculnya seperti apa gitu jadi aku selalu ikut trennya agar video aku bisa fyp di pengguna tiktok lainnya , misalkan ada sound yang lagi hype, dan produk apa yang lagi hype. karena kalau seperti ituu sama aja kita meramaikan produk/sound yang lagi viral tersebut di tiktok.</p>
10	<p>Bagaimana sistem untuk <i>upload</i> video tiktoknya ?</p>	<p>Aku sendiri <i>upload</i> video tiktok 1 minggu 3kali agar tetap konsisten dan biar terlihat aktif di tiktok.</p>
11	<p>Teknik yang shandra gunakan dalam mempromosikan produk seperti apa? hard selling</p>	<p>Aku pribadi lebih fokus kepada teknik <i>soft selling</i> karena aku lebih seneng <i>review-review</i> produk yang aku pakai dimedia sosial yang aku punya, jadi peminatnya jauh lebih banyak</p>

	atau soft selling dan alasanya ?	karena memang produk yang aku <i>review</i> pasti aku pakai.
--	-------------------------------------	---

Jakarta, 06 Februari 2023



ES Dipindai dengan CamScanner

Shandra Qoriah Oktaa

Wawancara (Informan Pendukung 1)

Nama : Rean Syifa Widad

Bidang/Posisi : Brand Leader *Grace And Glow*

Hari/ Tanggal : Jumat, 2 Desember 2022

Tempat dan Waktu : Kantor PT Good Sale Tech (Jalan mpr iii, cilandak jakarta selatan)

No	Peneliti	Informan
1	Grace and glow berdiri ditahun berapa ?	Berdirinya Grace and Glow pada tanggal 28 januari 2021
2	Awal grace and glow muncul di media sosial dimana ? kenapa di media sosial tersebut?	tiktok, karena tiktok sedang naik sebagai alat promosi pada saat itu dan lebih mudah untuk melakukan promosi di tiktok pada saat itu.
3	Product apa yang dimunculkan pertama kali ?	Body wash black opium, English pear
4	Bagaimana cara memasarkan product tersebut hingga sampai saat ini viral di media	Mengetahui pasti siapa target <i>customer</i> dan apa yang bisa ditawarkan <i>brand</i> untuk memenuhi demands dari target <i>customer</i> .

	sosial dan sudah banyak reseller di Indonesia ?	
5	Bagaimana meyakinkan khalayak terhadap product grace and glow ?	Memberikan testimonial di social media dan tidak overclaim pd result atau testimoniya
6	Saat ini grace and glow sudah dipasarkan dimana saja ? apakah ada offline storenya ?	Indonesia, Malaysia, Vietnam. Untuk offline store baru rekanan dengan drugstore, beauty store lain.
7	Untuk total keseluruhan product grace and glow saat ini sudah berapa banyak ?	kurang lebih ada 30 SKU untuk saat ini
8	Apa visi misi dari brand grace and glow?	Memberikan body care yang wangi dan mengatasi masalah kulit orang Indonesia dengan harga yang kompetitif
9	Shandra bergabung dalam PT Good Sale Tech pada Tanggal berapa ?	Untuk tanggal bergabung 28/11/2021 (sudah setahun)

10	<p>Mengapa memilih Shandra untuk mempromosikan produk dari PT Good Sale Tech ?</p>	<p>untuk alasan memilih Shandra karna dia sesuai dengan kriteria yg kita cari</p> <ul style="list-style-type: none"> - konten <i>beauty</i> (cocok dengan <i>management</i> kita) - rajin mengonten - penjualan yang bagus - shandraoktaa ketika kita kasih arahan dia mengikuti
11	<p>Apakah Penjualan naik ketika Shandra Mempromosikan Lewat video tiktok/live streaming yang dilakukanya ?</p>	<p>Endorsement ke creator / influencer sangat amat berpengaruh bagi brand, karna brand tersebut menjadi di kenal oleh semua orang dan pastinya penjualan juga meningkat.</p>
12	<p>Apakah shandra memiliki kontrak kerja dengan PT Good Sale Tech ?</p>	<p>Kita selalu membuat kontrak terhadap creator/influencer agar membuat mereka terikat dengan kita , dikarenakan makin maraknya agency lain yg mencari creator.</p>

13	Apa kelebihan Shandra untuk mempromosikan produk dari PT Good Sale Tech ?	Kelebihan shandra untuk membawakan brand GST adalah brand menjadi di kenal banyak orang , dan mendapatkan penjualan yang bagus
----	---	--



Wawancara (Informan Pendukung 2)

Nama : Desti Eka R
 Bidang/Posisi : HRD PT Good Sale Tech
 Hari/ Tanggal : Selasa, 13 Desember 2022
 Tempat dan Waktu : Kantor PT Good Sale Tech (Jalan mpr iii, cilandak jakarta selatan)

No	Peneliti	Informan Pendukung
1	Visi dan misi pt good sale tech ?	Visi : To give customers preeminent compelling selfcare experience Misi: - Distributing cosmetic products to consumers properly and correctly by continuously supervising and monitoring developments that occur in the market to guarantee after-sales service. – Always innovating to create superior cosmetic products to be the best and foremost.
2	Pt good sale tech bergerak dibidang apa?	Bergerak dibidang industry kecantikan

3	Apa sejarah pt good sale tech sampai pemilik memutuskan untuk mengeluti perusahaan ini (secara singkat) ?	Pemilik memutuskan menggeluti industri ini karena wanita di Indonesia sangat memerhatikan kecantikannya.
4	Berdiri di tahun berapa ?	Pada tahun 2019
5	Letak kantornya berada dimana ?	Kantornya berada Jl. Pangeran Antasari No.62, RW.9, Cipete Utara, Kec. Kby. Baru, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12150
6	Berapa hari dan berapa jam perusahaan beroperasi ?	Untuk jam operasional kantor di jam 09.00 – 17.30, dari Hari Senin sampai Jumat dan untuk Sabtu WFH (<i>Work From Home</i>)
7	Berapa anggota karyawan untuk saat ini ?	Untuk anggota karyawan 150 anggota
8	Untuk productnya dipasarkan dimana saja ?	Produk yang dipasarkan ada di beberapa e-commerce yaitu Shope, Tiktok Shop, Bukalapak, Lazada, Blibli, Tokopedia, dan beberapa Offline store seperti KKV.

9	Ada product apa saja yang diciptakan oleh pt good sale tech ?	Produk yang berhasil diciptakan yaitu <i>grace and glow, elformula, the originote, lilith & eve, lab on hair, glowsophy, milk recipe, sea makeup, go smile, sun hero, ceracode</i>
10	Product apa yang paling viral sampai saat ini ?	Untuk viral saat ini ada Grace and Glow dan The originate selebihnya brand yang lain tetap stabil dan tetap melakukan penjualan pada umumnya



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Wanda Dhealiana Susiawan
Npm : 193516516487
Tempat/ Tanggal Lahir : Jakarta, 20 Juli 2001
Alamat : Jln Bangka Raya gg amal iii no 34 RT013/RW005
Pela Mampang, Mampang Prapatan, Jakarta
Selatan 12720
No. Handphone : 0895-2080-2957
Email : wandahealianasusiawan@gmail.com
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam

RIWAYAT PENDIDIKAN

2007-2013 SD NEGERI PEJATEN BARAT 03 PAGI
2013-2016 SMP NEGERI 124 JAKARTA
2016-2019 SMK CYBER MEDIA JAKARTA
2019-2023 UNIVERSITAS NASIONAL

DOKUMENTASI WAWANCARA

INFORMAN KUNCI



Peneliti melakukan wawancara bersama Shandra Oktaa yang dilakukan secara langsung, dengan rinciannya sebagai berikut :

Waktu Pelaksanaan Wawancara : Jumat , 3 Desember 2022

Lokasi Wawancara : KV Café (Jl. Pancoran Timur Raya No.47, RW.8, Pengadegan, Kec. Pancoran, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12780)

Durasi Wawancara : 50 Menit

Narasumber : Shandra Oktaa (Content Creator)

INFORMAN PENDUKUNG 1



Peneliti melakukan wawancara bersama Rean Syifa Widad yang dilakukan secara langsung, dengan rinciannya sebagai berikut :

Waktu Pelaksanaan Wawancara : Jumat , 3 Desember 2022

Lokasi Wawancara : Kantor PT Good Sale Tech (Jl. M.P.R III No.13, RT.6/RW.11, Cilandak Bar., Kec. Cilandak, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12430)

Durasi Wawancara : 40 Menit

Narasumber : Rean Syifa Widad (Brand Leader Grace and Glow)

INFORMAN PENDUKUNG 2



Peneliti melakukan wawancara bersama Desti Eka R secara langsung dengan rinciannya sebagai berikut :

Waktu Pelaksanaan Wawancara : Jumat , 3 Desember 2022

Lokasi Wawancara : Kantor PT Good Sale Tech (Jl. M.P.R III
No.13, RT.6/RW.11, Cilandak Bar., Kec. Cilandak, Kota Jakarta Selatan, Daerah
Khusus Ibukota Jakarta 12430)

Durasi Wawancara : 30 Menit

Narasumber : Desti Eka R (HRD PT Good Sale Tech)

tahap 1

ORIGINALITY REPORT

19%	19%	9%	%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	e-journal.uajy.ac.id Internet Source	1%
2	ejournal.bsi.ac.id Internet Source	1%
3	media.neliti.com Internet Source	1%
4	repository.stei.ac.id Internet Source	1%
5	repository.iainpalopo.ac.id Internet Source	1%
6	123dok.com Internet Source	1%
7	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	1%
8	repository.uksw.edu Internet Source	1%
9	dmaxepaper.com Internet Source	<1%