

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Chaffey, Dave dan Fiona Ellis Chadwick. 2019. *Digital Marketing*. London: Pearson Education Limited

Burhan Bungin. 2008 *Metode Penelitian Kualitatif*,

Kotler dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran Edisi XIV*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia

Kotler, Phillips dan Gary Amstrong. 2012. *Principles of Marketing*. New Jersey

Miles, B. Mathew dan Michael Huberman. 1992. *Analisis Data Kualitatif Buku Sumber Tentang Metode-Metode Baru*. Jakarta: UIP

Moleong, Lexy J. 2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Newman, W.L. 1997. *Social Research Methods Qualitative and Quantitative Approaches*. Boston: Allyn & Bacon.

Satori, Diam'an dan Aan Komariah. 2009. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabete

Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabete

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

Salim, Agus. 2006. *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial: Buku Untuk Sumber Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Tiara Wacana

Parwito. 2007. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LKis

Jurnal :

Dewi, S. T., Oxygentri, O., & Arindawati, W. A. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Bittersweet By Najla Dalam Menarik Minat Konsumen. *Jurnal*

Ilmiah Muqoddimah: Jurnal Ilmu Sosial, Politik dan Humaniora, 6(2), 438-443.

Firdaus, M. I., Azizah, P. N., & Sa'adah, R. (2022). Pentingnya Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Umkm Di Era 4.0. *Jurnal Graha Pengabdian*, 4(2), 154-162.

Mujayana, M., & Santoso, R. (2022). Media Komunikasi Pemasaran Digital Marketing Produk Umkm Selama Pandemi Covid-19. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 7(1), 17-30.

Masyithoh, I. N., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh digital marketing terhadap minat beli konsumen pada marketplace tokopedia. *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 7(1), 109-126.

Pebryani, R. (2020). *PENGARUH DIGITAL MARKETING ONLINE TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN UNTUK MELAKUKAN RESERVASI SECARA ONLINE PADA ANGGREK SHOPPING HOTEL BANDUNG* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS SANGGA BUANA).

Ramdan, A. M., Maulana, M. F., & Revinzky, M. A. (2022). Analisa Konten Marketing Di Sosial Media Tiktok Terhadap Brand Awareness Bittersweet By Najla. *Business Preneur: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(02).



LAMPIRAN

Field Note Minggu, 18 Juni 2023/Pukul 14.00- Selesai

Lokasi : Outlet Bittersweet By Najla

Pada hari ini, Minggu 18 juni 2023 pada Pukul 14.00 WIB peneliti datang ke Outlet Bittersweet By Najla. Peneliti pun di sambut dengan ramah oleh pegawai Bittersweet By Najla yang sedang bertugas pada saat itu. Peneliti sambil menunggu Informan Mas Adam dan Mba Putri, peneliti sebelumnya sudah mengatur jadwal dengan Mas adam Dan Mba Rizki untuk melakukan wawancara tentang penelitian, peneliti Sambil menunggu informan datang untuk di wawancara peneliti pesan minuman dan makanan yaitu Cinamon roll kepada pelayan Bittersweet By Najla. Pelayan yang diberikan oleh karyawan Bittersweet By Najla sangat ramah kepada peniliti, kurang dari dua puluh menit makanan dan minuman yang peneliti pesan telah datang dan padat dinikmati oleh peneliti. Pada saat peneliti menikmati apa yang telah dipesan oleh peneliti kemudian dua orang informan datang setelah itu peneliti langsung memberikan jabatan tangan kepada dua orang informan tersebut.

Peneliti memulai untuk wawancara dengan Mas Adam. Dia bertanya tentang peran digital marketing dalam membangun minat beli pelanggan Bittersweet by Najla melalui akun TikTok. Mas Adam menjelaskan dengan jelas bagaimana mereka menggunakan TikTok sebagai alat pemasaran yang efektif untuk menarik perhatian pelanggan muda yang aktif di platform tersebut. Setelah melakukan wawancara dengan Mas Adam selesai, giliran dengan Mba Rizki Putri Kumala memberikan jawaban wawancara kepada peneliti. Mba Rizki menjelaskan betapa pentingnya memahami Segmentasi dan minat pelanggan potensial melalui analisis data yang diperoleh dari akun TikTok Bittersweet by Najla.

Sumber Diolah Oleh Peneliti 2023.

Lampiran 2 Transkrip Pedoman Wawancara Informan Pokok

1. Bagaimana awal menjalankan bisnis Bittersweet By Najla?
2. Bagaimana Bittersweet By Najla menjalankan Digital Marketing dalam memasarkan produknya?
3. Apa saja bentuk pemasaran yang dilakukan BBN? Baik langsung maupun tidak langsung)
4. Bagaimana Bittersweet By Najla dalam menentukan target pasar ?
5. Apa saja produk yang dijual dalam Bittersweet By Najla?
6. Bagaimana cara Bittersweet By Najla memproduksi Content Marketing di TikTok untuk menarik minat beli pelanggan? (SOP dan Jam Upload)
7. Bagaimana cara Bittersweet By Najla melakukan Live Streaming Selling di TikTok untuk memasarkan produknya? (SOP dan Jam live)
8. Bagaimana strategi Bittersweet By Najla dalam mengatur waktu upload Content Marketing di TikTok sehingga dapat masuk ke laman FYP (For You Page)?
9. Bagaimana strategi Bittersweet By Najla dalam mendapatkan centang biru di Akun TikTok @BittersweetByNajla?
10. Bagaimana strategi Bittersweet By Najla dalam menaikkan rating Live Streaming Selling di TikTok?
11. Apa yang akan dilakukan Bittersweet By Najla untuk menghadapi hate comment atau review buruk dari pelanggan di Contentnya?
12. Apa yang dilakukan Bittersweet By Najla jika produk yang banyak dipesan konsumen tidak tersedia?
13. Berapa harga product dessert Box Bittersweet By Najla? Dan Bagaimana cara menentukannya?
14. Bagaimana Bittersweet By Najla dalam menentukan strategi Digital Marketing untuk memasarkan produknya dalam menentukan planning kedepannya?

Sumber Diolah Oleh Peneliti 2023.

Lampiran 3 Transkrip Pedoman Wawancara Informan Kunci

1. Bagaimana anda mengetahui BBN?
2. Sejak Kapan anda menjadi pelanggan di BBN?
3. Apa yang membuat anda tertarik untuk membeli produk di BBN?
4. Penawaran atau bentuk promosi seperti apa yang pernah anda peroleh ketika menjadi pelanggan?
5. Bagaimana cara anda mendapatkan informasi mengenai harga promo di BBN?
6. Menurut Anda, bagaimana strategi yang dilakukan BBN dalam menerapkan Digital Marketing di akun TikTok?

Sumber Diolah Oleh Peneliti 2023



Lampiran 4 Transkrip Hasil Wawancara Informan Pokok

Nama Informan : Adam Hersydano	
Usia	: 30 th
1.	<p>Bagaimana awal menjalankan bisnis Bittersweet By Najla ?</p> <p><i>“ Awalnya kak ala membuat Cinamon Roll kemudian kak ala memposting nya di akun social media nya yaitu akun path pribadinya pada masa itu, dan kak ala mebagikan cinnamon roll nya kepada temen temen terdekatnya sehingga mendapatkan respon yang baik dari temannya. Kenapa kamu engga coba buat jualan aja. Dan akhirnya kak ala melakukan open pre order untuk dessert box nya itu. Kak ala melakukan open pre order nya pada saat itu masih menggunakan akun social media pribadinya dan hingga akhirnya bittersweet memiliki akun social media sendiri.”</i></p>
2.	<p>Bagaimana Bittersweet By Najla menjalankan Digital Marketing dalam memasarkan produknya?</p> <p><i>“ Untuk Digital Marketing yang kami lakukan , kami menggunakan media sosial untuk memasarkan serta membangun product knowledge kepada netizen lewat sosial media kami khususnya Instagram dan TikTok lewat konten-konten yang tersedia setiap hari nya di platfrom-platform tersebut dimana konten-konten yang kami sajikan pun alur dan ritmenya berbeda pada tiap platfrom agar memiliki ciri khas tersendiri, yang pasti kita menggunakan referensi konten-konten yang lagi viral atau trending di social media supaya kontennya juga cepet viral dan diketahui banyak orang. Selain itu kita juga bekerjasama dengan KOL atau Influencer ternama sehingga masyarakat juga lebih tertarik ingin membeli produk kita.”</i></p>
3.	<p>Apa saja bentuk pemasaran yang dilakukan Bittersweet By Najla ? Baik langsung maupun tidak langsung)</p> <p><i>“ Secara langsung kita sering buka booth di acara-acara tertentu sih kak , misalnya belum lama ini kita buka Booth di Jakarta Fair 2023 terus kita juga buat pengumuman di social media kita kalau kita buka booth disana , nah menu yang dijual disana juga ada menu yang engga kita jual dimanapun nah itu jadi tambahan nilai jual juga biar orang pada tertarik buat dateng ke booth kita , terus harga yang kita kasih juga bener-bener</i></p>

discount dan murah jadi banyak juga netizen yang posting di sosmed mereka dengan review mereka dan bikin banyak orang jadi penasaran dan akhirnya mampir juga ke booth kita di Jakarta Fair 2023. Buat Tidak langsungnya kita pakai sosial media buat gencarin produk-produk kita sih ka, kalau di IG biasanya lebih ke konten-konten yang interaktif kayak bangun Komunikasi sama followers untuk dapet give away dan kita juga terus-terusan infoin sama netizen mengenai promo-promo menarik biar mereka beli produk kita. Kalau di TikTok lebih ke konten apa yang terjadi di belakang layer bittersweet by najla kayak proses pembuatannya dan juga nge react komen-komen netizen mengenai review produk kita yang dibalas sama video dengan voice over owner kita , Ka Najla . “

4. Bagaimana Bittersweet By Najla dalam menentukan target pasar?

“ Target pasar kita udah ditetapkan sih yaitu pecinta dessert atau makanan manis khususnya apalagi penggemar-penggemar sugar rush. Pasti orang yang beli produk kita ya pecinta dessert yang emang paham dan suka dessert atau makanan manis karena menu-menu kita itu inovatif mengikuti trend perkembangan dessert yang ada di dunia. ”

5. Bagaimana cara Bittersweet By Najla memproduksi Content Marketing di TikTok untuk menarik minat beli pelanggan? (SOP dan Jam Upload)

“Biasanya kita upload 3-4 konten dalam sehari dan diupload setiap jam 12 siang. Brief nya biasanya ngasih tau netizen produk kita kek gimana, terus promo-promo atau give away yang diadain sama BitterSweet By Najla atau biasanya juga Ka Ala bakal nge react atau balesin komen-komen netizen pake video yang berisi tata cara pembuatan product atau resep kasaran atau kek product knowledge nya. Terus kita juga ada tambahan stories TikTok sih itu tentative buat announce promo yang ada selama Live TikTok hari itu ada apa aja tapi setiap hari udah pasti kita bakalan update dan jangan engga lupa kita tambahin juga etalase biar memudahkan netizen buat langsung co produk kita”

6. Bagaimana strategi Bittersweet By Najla dalam mengatur waktu upload Content Marketing di TikTok sehingga dapat masuk ke laman FYP (For You Page)?

“Biar FYP kita upload nya jam 12 siang karena di jam-jam segitu berdasarkan riset biasanya masyarakat lagi aktif buka hape atau sosmed karena jam makan siang , pas banget jadi biar mereka sekalian beli produk kita dan muncul di FYP mereka. Terus kita juga biasanya pake caption-caption yang menarik sama tren-tren yang lagi viral di TikTok dan pake Sound-sound yang viral juga. ”

7. Bagaimana strategi Bittersweet By Najla dalam mendapatkan centang biru di Akun TikTok @BittersweetByNajla?

“Naikin followers lewat live streaming kita dengan cara follow akun kita biar gratis ongkir terus yang pasti rajin upload konten di FYP biar dapat likes yang banyak jadi orang kepoin akun kita. Terus kita juga pengajuan ke TikTok dengan berbagai syarat apalagi kita juga akun bisnis dan penjualan kita juga sejauh ini aman-aman aja jadi mungkin udah masuk kriteria dari TikTolnya.”

8. Apa yang akan dilakukan Bittersweet By Najla untuk menghadapi hate comment atau review buruk dari pelanggan di Contentnya?

“ Biasanya bakal kita bales pake konten yang di jawabin sama Ka Ala (Owner Bittersweet By Najla) pakai video klarifikasi atau react komen tapi masih mengandung promosi produk kaya missal Ka Ala lagi buat dessert box atau lagi makan produk kita yang lainnya kayak yang ada di TikTok udah banyak juga klarifikasi-klarifikasi yang Ka Ala buat karena review yang kurang memuaskan dari pelanggan kita.”

9. Berapa harga product dessert Box Bittersweet By Najla? Dan Bagaimana cara menentukannya?

Untuk harganya kami dibandrol dari 20ribu – 80 ribu Rupiah untuk produk dessert kami, untuk mementukan harganya kami tinjau dari bahan- bahan yang kami pakai

10. Bagaimana Bittersweet By Najla dalam menentukan strategi Digital Marketing untuk memasarkan produknya dalam menentukan planning kedepannya?

“ Mengikuti Tren yang lagi berkembang dan Viral sih pastinya dan memanfaatkan sosmed apa aja yang penggunaanya banyak dan juga efektif kita pasti selalu akan update-update mengenai konten dan juga interaksi dengan netizen. “

Sumber Diolah Oleh Peneliti 2023.

Lampiran 4 Transkrip Hasil Wawancara Informan Pokok

Nama Informan : Rizki Putri Kumala
Usia : 25 th
<p>1. Apa saja produk yang dijual dalam Bittersweet By Najla?</p> <p><i>“Umumnya kalau di online ya Dessert ka dimulai dari Dessert Box kita dengan berbagai varian dari mulai coklat , matcha , cheese, oreo, milkbath , red velvet dan banyak varian lainnya. Best seller kita itu ada Turkish sih ka. Tapi kalau diTikTok kita jualnya yang engga ada di offline store ka ada SnackTok, BrowBox, Layered Dessert sama DessertBox dengan berbagai varian rasa. Kalau di Live Streaming ada rasa Cadburry, Lotus, Matcha , Red Velvet, Cookies and Cream, Tiramissu, Nuttela kita buka di 50 etalase ka kalau live tapi itu tentative mengikuti produk apa aja yang ingin dijual atau mungkin ada varian baru bisa aja nambah.”</i></p>
<p>2. Bagaimana cara Bittersweet By Najla melakukan Live Streaming Selling di TikTok untuk memasarkan produknya? (SOP dan Jam live)</p> <p><i>“ Kita ada jadwalnya Ka biasanya Pagi , Siang , Sore dan Malam udah pasti ada live. Buat setnya baru-baru ini kita pakai kitchen kita sih ka biar netizen liat proses pembuatan produk kita kayak gimana. Biasanya aku on tiktok dulu abis itu masukin produk apa aja yang hari itu kita mau jual kedalam etalase abis itu mulai nanti selama live aku selalu infor ke netizen ada promo-promo apa aja hari itu biar menarik pelanggan sama ngadain flashsale selama 10-15 menit supaya mereka pada checkout produk yang mau kita up selling. Terus kita juga bangun interaksi sama netizen dengan jawabin komen-komen yang ada terus infor juga gratis ongkir atau diskon-diskon dari TikTiknya sendiri. Biar livenya banyak yang nonton kita juga minta untuk bantu tap tap layer biar viewersnya naik dengan ajakan untuk mengikuti give away jadi nanti live kita dengan cara kayak gitu gampang masuk fyp. Host nya juga ganti-ganti biar penonton ga bosan denger suara atau interaksinya biar banyak yang check out dan payment juga.”</i></p>
<p>3. Bagaimana strategi Bittersweet By Najla dalam menaikkan Raiting Live Streaming Selling di TikTok ?</p> <p><i>“Selalu minta tolong netizen buat follow akun kita terus juga tap-tap layar biar dapet likes yang banyak jadi kalau kita tap tap layar dan likes live streaming kita otomatis bakal masuk ke fyp followers tiktok para penonton nah itu ningkatin viewers juga ditambah kalau sudah follow</i></p>

akun kita otomatis akan muncul di fyp followers dan masuk ke notifiknya mereka kalau kita ngadain live selain itu banyakin promo dan juga dapat harga distribusi atau diskon dari TikTok juga ngaruh.”

4. Apa yang dilakukan BBN jika produk yang banyak dipesan konsumen tidak tersedia?

“ Kita alihin keproduk yang lain dengan varian rasa yang sama atau narik mereka buat buru-buru CO supaya ga kehabisan produk atau biasanya nyuruh mereka follow akun kita biar kalau restock mereka langsung bisa order secepatnya.”

Sumber Diolah Oleh Peneliti 2023.



Lampiran 5 Transkrip Hasil Wawancara Informan Kunci

Nama Informan : Jessica Anindyra Amalia
Usia : 21 th
1. Bagaimana anda mengetahui Bittersweet By Najla ? <i>“ Dari instastory – instastory influencer yang beli terus ngereview dessert boxnya mereka , karena aku pecinta makanan manis jadi aku tertarik buat beli dan FOMO juga sih pas aku coba ternyata enak terus aku sering repurchase kalo lagi pengen sampai sekarang. ”</i>
2. Sejak Kapan anda menjadi pelanggan di Bittersweet By Najla ? <i>“Dari 2020 ka pas awal-awal pandemic sih kayaknya waktu itu FOMO aja ka liat temen atau influencer banyak yang beli dessert box jadi akhirnya ikutan juga. “</i>
3. Apa yang membuat anda tertarik untuk membeli produk di Bittersweet By Najla ? <i>“Varian menu nya yang banyak terus rasanya sama bentuk packingannya yang bagus , terus mereka sering ngadain promo juga aku liat di TikTok jadi aku beli pas promo aja jadi dapet harga murah. “</i>
4. Penawaran atau bentuk promosi seperti apa yang pernah anda peroleh ketika menjadi pelanggan? <i>“ Kalau di TikTok aku sering dapet Buy 1 Get 1 mereka kalau di LiveStreaming sama beberapa kali aku ikutan flash sale mereka harganya juga turunnya lumayan bisa discount 50% atau pernah aku dapet discount 70% juga. “</i>
5. Bagaimana cara anda mendapatkan informasi mengenai harga promo di Bittersweet By Najla ? <i>“ Biasanya iseng aja join livenya BBN terus biasanya nanti aku cek etalase atau hostnya nanti juga infoin ada promo apaa tau biasanya buka TikToknya mereka di storynya mereka sering info promo-promo menarik apalagi kalau tanggal kembar kayak 6.6 atau 7.7 dan lainnya sering banget mereka ngadain promo yang banyak. “</i>

6. Menurut Anda, bagaimana strategi yang dilakukan Bittersweet By Najla dalam menerapkan Digital Marketing di akun TikTok?

“ Keren sih idenya inovatif banget ngikut tren , kalau di TikTiknya mereka sering ngasi tau cara produksi produk mereka jadi aku sebagai pembeli juga liat dan paham kalau mereka ngebuat produknya benar-bener well prepared , higienis dan juga sesuai dengan claim mereka jadi ngebuat aku percaya kalau bahan dan cara pembuatannya juga higienis jadi pas makan aku jadi senang.”

Sumber Diolah Oleh Peneliti 2023.



Lampiran 6 : Dokumentasi Dengan Informan Pokok



Lampiran 7 : Dokumentasi Dengan Informan Kunci



Lampiran 8: Daftar Riwayat Hidup



Data Pribadi

Nama : Irwan Maulana
Tempat, Tanggal Lahir : Tangerang, 14 Febuari 2001
Jenis Kelamin : Laki – laki
Agama : Islam

Nama Orang Tua

1. Nama Ayah : Suhaemi
2. Nama Ibu : Alhmh. Upik Rahmawati Agni
3. Alamat : Jl. Gunung Rinjani Blok B7 No.16 Bugel Indah
Kota Tangerang

Pendidikan

1. SD : SDN 6 Tangerang
2. SMP : SMPN 17 Tangerang
3. SMA : SMAS Yuppentek 1 Tangerang
4. Perguruan Tinggi : Universitas Nasional
 - A. Program Studi : Ilmu Komunikasi
 - B. Konsentrasi : Public Relations
 - C. Universitas : Universitas Nasional

Jakarta, 12 Juni 2023

Irwan Maulana

Penulis




LAMPIRAN 9: Data SKPI (Surat Keterangan Pendamping Ijazah)

7/28/23, 9:04 AM

DATA SKPI - UNIVERSITAS NASIONAL

Tambah Data SKPI (tambah_skpi)

Nomor	Uraian Kegiatan	Uraian Kegiatan (In English)	Jenis Kompetensi	Skor	Dokumen	Status	Tools
1	Pekan Raya Komunikasi 2021	Communication Fair 2021	KPT	300	 (fileskpi/1-193516516456.pdf)	Disetujui	✓
2	Bakti Sosial Himakom 2021	Himakom Social Service 2021	KPP	100	 (fileskpi/2-193516516456.pdf)	Disetujui	✓
3	Kegiatan Latihan Dasar Kepemimpinan HIMAKOM Periode 2020/2021	HIMAKOM Basic Leadership Training Activities for the 2020/2021 Period	KPT	200	 (fileskpi/3-193516516456.pdf)	Disetujui	✓
4	PLBA Ganjil 2019/2020	PLBA Odd 2019/2020	KPT	200	 (fileskpi/4-193516516456.pdf)	Disetujui	✓
5	Kepala Divisi Minat dan Bakat HIMAKOM Periode 2021/2022	Head of Interest and Talent Departement HIMAKOM in 2021/2022	KPT	150	 (fileskpi/5-193516516456.pdf)	Disetujui	✓
6	Kampus Keren ANTV "Strategi Pertelevision di Era Tranformasi Digital"	Kampus Keren ANTV "Television Strategy in the Age of Digital Transformation"	KPL	200	 (fileskpi/6-193516516456.pdf)	Disetujui	✓
7	Webinar "Socio Political Photography"	Webinar "Socio Political Photography"	KPL	100	 (fileskpi/7-193516516456.pdf)	Disetujui	✓

Nomor	Uraian Kegiatan	Uraian Kegiatan (In English)	Jenis Kompetensi	Skor	Dokumen	Status	Tools
8	Sertifikat Magang	Internship Certificate	KPT	300	 (fileskpi/8-193516516456.pdf)	Disetujui	✓
9	RPTRA INSPIRING 2020/2021	RPTRA INSPIRING 2020/2021	KPP	100	 (fileskpi/9-193516516456.pdf)	Disetujui	✓
10	COMCARE 2021	COMCARE 2021	KPP	200	 (fileskpi/10-193516516456.pdf)	Disetujui	✓

Jumlah Skor

KPP	:400
KPL	:300
KPT	:1150
Skor yang Disetujui	:1850

Design and constructed by BPSI © Universitas Nasional (<http://bpsi.unas.ac.id>) - 2023 All Right Reserved

Lampiran 10: Hasil Turnitin

tahap 1

ORIGINALITY REPORT

15% **15%** **5%** %
 SIMILARITY INDEX INTERNET SOURCES PUBLICATIONS STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.uir.ac.id Internet Source	1%
2	repository.usd.ac.id Internet Source	1%
3	docplayer.info Internet Source	1%
4	jurnal.um-tapsel.ac.id Internet Source	1%
5	journal.unpas.ac.id Internet Source	1%
6	ojs.unpkediri.ac.id Internet Source	1%
7	repository.stei.ac.id Internet Source	1%
8	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	<1%
9	repo.uinsatu.ac.id Internet Source	<1%

Lampiran 11: Formulir Perbaikan Skripsi



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

FORMULIR 4

PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Irwan Maulana
Nomor Pokok Mahasiswa : 193516516456
Fakultas / Akademik : Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik (FISIP)
Prodi / Konsentrasi : Ilmu Komunikasi / Public Relations
Judul Skripsi : "Analisis Digital Marketing Dessert Box "Bittersweet By Najla" Dalam membangun minat beli pelanggan (Studi Pada akun Media sosial Bittersweet By Najla)

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, 18 Agustus 2023, sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 31 Agustus 2023

Ketua Sidang : Sahruddin, S.IP., M.Si

Penguji I : Djudjur Luciana R., S.Sos. M.Si

Penguji II : Prof. Dr.Lely Arrianie, M.Si

Keterangan :

*) Lembaran ini dapat diminta di Sekretariat FISIP, apabila Skripsinya telah diujikan dan dinyatakan LULUS, halaman ini tidak dijilid.

Lampiran 12: Lembar Persetujuan Judul yang Telah Direvisi

LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI

Nama : Irwan Maulana
 NPM : 193516516456
 Fakultas/Akademik : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
 Prodi & Konsentrasi : Ilmu Komunikasi / Public Relations
 Tanggal Sidang : 18 Agustus 2023




JUDUL SKRIPSI DALAM BAHASA INDONESIA

Analisis Digital Marketing Dessert Box "Bittersweet By Najla" dalam Membangun Minat Beli Pelanggan (Studi pada akun Media Sosial Bittersweet by Najla)

JUDUL SKRIPSI DALAM BAHASA INGGRIS

Digital Marketing Analysis of "Bittersweet By Najla" Dessert Box in Building Customer Buying Interest (Study on Bittersweet by Najla Social Media accounts)

TANDA TANGAN DAN TANGGAL

Pembimbing	Ka. Prodi	Mahasiswa
TGL :	TGL :	TGL :
 Prof. Drs. Iely Hanic, M.Si	 Drs. Adi Prakosa, M.Si	 Irwan Maulana

Lampiran 13: Biodata Alumni Mahasiswa



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

BIODATA ALUMNI MAHASISWA
SEMESTER GENAP/GANJIL TAHUN AKADEMIK 2022/2023

Nama Mahasiswa : Irwan Maulana
NPM : 193516516456
Prodi / Konsentrasi : Ilmu Komunikasi / Public Relations
Tempat, Tgl. Lahir : Tangerang, 14 Februari 2001
Alamat Rumah : Bugel Indah Blok B7 No, 16 RT 003 RW 010 Bugel
Karawaci Kota Tangerang Banten
Telepon Rumah :
Telepon Kantor :
HP : 087771879403
Alamat Kantor :
E-mail : irwan.maulana142@gmail.com

Jakarta, 4 September 2023

Alumni,

Irwan Maulana

Lampiran 14: 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 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 : 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 : **Dr. Dra. Lely Arrianie, M.Si.**

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

Nama Mahasiswa : Irwan Maulana
Nomor Pokok : 193516516456
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;