

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Hastasari, C. (2011). *Pembunuhan Media Konvensional oleh Media Baru*. Surakarta: Lindu Pustaka.
- Ismail, M., & Murnisari, R. (2019). *PENATARAN*, 01, 93 - 106.
- Jandy, L. (2020). *Media Baru*. Prenadanamia Group.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia*. (2005). Jakarta : Balai Pustaka: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan.
- Kaplan, A., & Haenlin, M. (2010). *User of The World, Until the Challenges and Opportunities of Social Media*. Boston: Focal Press.
- Kaplan, A., & Haenlin, M. (2010). *User of The World, Until The Challenges and Opportunities of Social Media*. Boston: Focal Press.
- Kasali, R. (1998). *Membidik Pasar Indonesia: Segmentasi, Targeting, Positioning*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, & Amstrong. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Vol. 2). Jakarta: Erlangga.
- Littlejohn, S., & Foss, K. (2016). *Teori Komunikasi* (9 ed.). Jakarta: Salemba Humanika.
- McQuail's, D. (2001). *Mass Communication Theory*. London: SAGE Publication.
- Moleong, L. J. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Morrison. (2014). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Nasrullah, R. (2014). *Teori Dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta: Prenada Media Group.

Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: Cv Pustaka Setia.

Shimp, T. A. (2007). *Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu* (Terjemahan ed., Vol. 1). Jakarta: Erlangga.

Singarimbun, M., & Effendi, S. (1987). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.

Sugiono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.

Lainnya :

Anjani, S., & Irwansyah. (2020). Peranan Influencer Dalam Mengkomunikasikan Pesan Di Media Sosial Instagram. *POLYGLOT*, 16, 203 - 229.

Arifin, Y., Romadhan, M. I., & Pradana, B. S. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Kalih Kitha Wedding Organizer Dalam Membangun Brand Awareness Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Untag* .

Herlina, R., Alfianty, M., & S, Y. S. (2020). Pemanfaatan Instagram Sebagai Komunikasi Pemasaran Pada Wedding Photography Nesnumoto Bandung. *Jurnal Beja*, 01.

Kusuma, D. F., & Sugandi, M. S. (2018). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 03, 18 - 33.

Prasetyo, G. S., & Arviani, H. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Darmaheswara Wedding Organizer Melalui Instagram Dalam Analisis Sostac Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Nusantara*, 09, 1177 - 1183.

Setiawan, R. (2013). *Kekuatan New Media dalam Membentuk Budaya Populer di Indonesia*. eJournal Ilmu Komunikasi.

Syahreza, M. F., & Irvan. (2018). Pola Penggunaan Media Sosial Instagram dan Pola di Antara Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi UNIMED. *Jurnal Interaksi*, 72 - 73.

Tasruddin, R. (2020). Media Konvensional Yang Terbaru. *Jurnalisa*, 06, 225.

Wisuda, K. P. (2019). Efektivitas Pemasaran Jasa Photography Melalui Media Sosial Instagram Di Bali. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 16, 169 - 184.

(n.d.). Retrieved from
<https://amp.kompas.com/tren/read/2021/10/06/100500365/sejarah-instagram-dan-ceritaawalpeluncurannya>

Slice. (2023, May 04). Retrieved Oktober 12, 2023, from
<https://www.blog.slice.id/blog/edisi-2023-statistik-pengguna-media-sosial-terbaru>





LAMPIRAN

SURAT KESEDIAAN 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 Manis 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 : 223/D/X/2023

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

Nama Dosen : **Drs. Adi Prakosa, M.Si.**

Sebagai Pembimbing skripsi Semester Ganjil Tahun Akademik 2023/2024 bagi mahasiswa berikut :

Nama Mahasiswa : Bayu Aji Prastyo
Nomor Pokok : 193516516044
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, Selasa, 10 Oktober 2023
Dekan,



Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si
N.I.P. : 0109150857

Tembusan :

1. Wakil Dekan FISIP;
2. Ka. Program Studi;
3. Arsip;

LAMPIRAN 1

Transkrip Wawancara

Transkrip Wawancara Key Informan 1

Nama : Aditya Wardana

Umur : 30

Jenis Kelamin : Laki-Laki

Jabatan : Owner vendor foto pernikahan Tesera Pictures

Tempat/Hari/Tanggal Wawancara : Kantor Tesera Pictures, Jakarta Timur,
Tanggal 20 Desember 2023

Peneliti	Kapan didirikannya vendor Tesera Pictures?
Key Informan	Awal mula didirikannya vendor Tesera Pictures pada tahun 2017 dan didirikannya oleh 4 orang yang dimana mereka temen-temen kuliah saya. Awal didirikannya sendiri si karena hobi motret terus pengen coba main ke wedding karena ngeliat ada temen juga yang kakanya punya catering, nah dari situ saya coba nanya-nanya seputar wedding terus kira-kira saya bisa ga ya masuk ke seputar wedding, tapi ya sebagai vendor yang baru start aja gitu. Tapi dari awal itu belum dapet client sama sekali, jadi awal mula startnya coba buat fotoin temen-temen dulu yang diumuran saya dulu banyak temen-temen cewe pada lamaran. Nah itu saya fotoin lamaran temen-temen saya gitu.

Peneliti	Selama berdirinya, adakah perbedaan baik dari segi penamaan atau pemasaran dari Tesera Pictures?
Key Informan	<p>Sebelumnya itu Namanya Set Project karena bikin berdua sama temen saya, cuma karena ngajak temen lagi buat ikut join jadi kaya mending kita bikin namanya yang lebih serius dan dari hasil rundingan bareng-bareng jadilah namanya Tesera, sebenarnya secara arti makna penamaan itu ga ad aua cuma awalnya kaya dari kesera kesera dan jadi namanya Tesera Pictures karena enak aja disebutnya. Lalu untuk perubahan si sebenarnya karena lebih serius jadi lebih mateng aja karena kita disitu bikinnya bareng-bareng jadi kita akhirnya selain bikin warna, bikin logo, kita juga mulai nyesuain tone warna buat foto sama video itu mau kearah mana. Terus kita juga nentuin mau kearah mana segmentasinya, kearah , bawah, menengah, atau atas. Jadi perubahannya lebih serius aja karena mikirnya udah ke komersil nih karena kalo dulu kan kaya hanya sekedar hobi dan dulu juga saya masih kerja dan semakin berjalannya waktu, semakin serius dan punya client sekitar 5 sampai 6 client, akhirnya saya mutusin buat resign dari kerjaan dan coba buat lebih serius di Tesera Pictures.</p>
Peneliti	Media apa saja yang digunakan Tesera Pictures dalam melakukan pemasaran?

Key Informan	<p>Untuk media yang paling efektif dalam meningkatkan penjualan menurut kita Word of Mouth. Sedangkan sosial media sendiri sebenarnya cara kita untuk mem-branding kalau kita ini punya portofolio loh, punya hasil-hasil foto yang bisa kalian lihat. Dan kalau cara kita melakukan pemasaran lewat sosial media terutama Instagram itu melalui Boosting Ads. Strong point yang biasa kita dapetin melalui Instagram Ads biasanya karena ternyata ada beberapa teman dari calon client kita yang mengikuti Instagram kita, jadi para client bisa tanya mengenai kita melalui temennya baik dari hasil foto dan servis yang kita berikan gimana. Karena banyak diluar sana vendor foto yang bagus tapi banyak kejadian kaya fotonya ga dikirim-kirim terus videonya ilang dan albumnya ga dikirim gitu dan itu yang bikin denial para client karena kan banyak dari client cari vendor foto dengan harga terjangkau dan hasil fotonya bagus, memang banyak si vendor dengan harga yang terjangkau dan hasilnya bagus tapi mereka belum tau servisnya gimana gitu.</p>
Peneliti	Adakah filosofi dari logo Tesera Pictures?

Key Informan	<p>Untuk logo sendiri berbentuk T cuma dibikin kaya daun gitu, untuk filosofi secara signifikan si gaada ya paling kita ambil dari daun yang dimana filosofi daun itu punya makna symbol kesuburan. Jadi kenapa daun, kan bentuknya kaya daun kan diujung huruf T nya itu jadi buat symbol kesuburan yang dari itu semoga dari logo ini itu maknanya kita bisa tumbuh, bisa subur, bisa berkembang bersama dan saling berkembang ya kaya bunga kan semakin lama semakin mekar jadi kita pengen tuh nanti Tesera Pictures jadi punya banyak client terus dari kita juga improve secara diri masing-masing gitu.</p>
Peneliti	<p>Apakah dalam strategi pemasaran sudah disegmentasi, targeting, dan positioning? (Segmentasi, Targeting, dan Positioning)</p>



Key Informan	<p>Untuk segmentasi sendiri kita berkisaran usia sekitar 23 sampai 35 gitu si, dan pernah paling muda itu umur 24 itupun biasanya perempuan kalau umur 24 dan kalau laki-laki itu biasanya umur 27-35. Alasan ambil kisaran umur 23-35 dalam segmentasi sendiri karena kebanyakan perempuan di umur 23-24 udah ada kepikiran untuk menikah gitu. Untuk positioning sendiri jadi kita itu fokusnya lebih ditempat yang outdoor gitu kaya intimate. Karena pas awal kita bangun Tesera Pictures di tahun 2017 itu konsep intimate outdoor itu masih jarang banget, kebanyakan nikahan itu di ballroom, di Gedung gitu indoor dan waktu itu pas banget Tesera Pictures tampil pertama kali buat wedding itu di taman kayu yang dimana taman kayu itu semi outdoor. Dari situ karena emang tempatnya rame dan tempatnya lagi hits banget dimasa itu ditambah konsep intimate outdoor dimasa itu masih jarang banget dan pas banger momentum kita dipost sama bridestory dan dibuat artikel sama bridestory di postan line yang dimana bridestory itu suatu media hits dunia wedding yang ada di media sosial line dan semenjak artikel tersebut di post di line alhamdulillah jadi banyak yang calon client yang mengenal kita sebagai vendor dengan konsep intimate outdoor.</p>
Peneliti	<p>Bagaimana periklanan yang dilakukan oleh Tesera Pictures? (Periklanan)</p>

Key Informan	<p>Untuk periklanan sendiri karna kebetulan saya juga merupakan fotografer diberbagai macam event yang dimana panitia dari event tersebut kebanyakan anak muda yang belum menikah, jadi saya coba untuk menawarkan tesera pictures sebagai vendor foto pernikahan mereka nantinya. Sebenarnya hal itu didukung oleh hasil foto yang saya kerjakan bisa mereka lihat langsung jadi mereka sudah ada bayangan tentang gaya berfoto yang saya lakukan nanti ketika mereka menggunakan jasa tesera pictures sebagai vendor pernikahan mereka.</p>
Peneliti	<p>Bagaimana promosi yang dilakukan Tesera Pictures? (Promosi)</p>
Key Informan	<p>Untuk promosi sendiri biasanya kita melakukan gimmick seperti memberikan free foto canvas atau free album saat melakukan openhouse bagi para client yang deal di hari itu. Dan kita juga biasanya kasih diskon promo di awal tahun kaya promo newyear buat yang all packages jadi diskon 10%. Untuk promo biasanya selama setahun itu kita ada 3 promo, yang pertama promo awal tahun, terus juga ada promo di bulan puasa sampe lebaran, dan yang terakhir biasanya kita kasih promo di akhir tahun mulai dari bulan oktober gitu.</p>
Peneliti	<p>Adakah kegiatan atau hal lain yang dilakukan Tesera Pictures dalam mengimplementasikan komponen pemasaran public relations? (Public Relations)</p>

Key Informan	<p>Untuk public relations sendiri untuk menjaga hubungan baik bukan cuma sama client si, tapis ama para relasi kita juga kaya vendor vendor gitu. Untuk para client sendiri biasanya kita melakukan open house gitu si yang sebenarnya tujuan dari open house sendiri biasanya kita mengundang para client yang pernah coba hubungin kita melalui online tapi belum deal, nah open house sendiri kita jadiin buat para client biar jadi lebih yakin lagi karena di openhouse sendiri kita bakal coba buat lebih saling mengenal sama para client jadi pas nanti di hari h pernikahan client tu udah ga canggung lagi sama kita. Sedangkan untuk menjaga hubungan baik sama para relasi kita kaya vendor vendor gitu biasanya kita sering tukeran hampers gitu si untuk saling aware satu sama lain. Kadang juga beberapa kali kita suka bagi bagi hampers sama para client kita juga untuk terus menjalin hubungan sama mereka.</p>
Peneliti	<p>Apakah ada penjualan perorangan/personal selling yang dilakukan Tesera Pictures? (Personal Selling)</p>
Key Informan	<p>Untuk personal selling sendiri biasanya kita coba buat tawarin langsung ke temen temen kita ataupun relasi yang kita punya karna kebetulan mayoritas temen saya itu pelaku usaha yang bergerak di bidang pernikahan, jadi kadang mereka juga bantu menawarkan vendor kita ke orang yang lagi bingung cari vendor foto untuk pernikahannya gitu.</p>
Peneliti	<p>Apakah Tesera Pictures melakukan pemasaran langsung dalam memasarkan jasanya? (Direct Marketing)</p>

Key Informan	Biasanya untuk direct marketing yang kita lakukan itu dengan cara menawarkan ke vendor gitu si, jadi kaya kita kirim rincian harga kita yang kemungkinan bisa masuk dan akhirnya kita bisa menjalin kerjasama bareng mereka dengan cara dimasukin ke packaging vendor mereka.
Peneliti	Apa harapan Tesera Pictures dalam memaksimalkan penjualan di era digital seperti sekarang ini?
Key Informan	Untuk harapannya sendiri si semoga lebih banyak client yang masuk dan lebih banyak venue yang bisa kita explore jadi tesera portofolionya lebih banyak ga hanya di venue itu itu aja. Karna untuk portofolionya sendiri bisa dilihat agak monoton si karena venuenya itu itu aja. Dan tambahan semoga harga bisa jadi stabil lagi karena setelah pandemic harga jadi kebingungan banget ditambah banyak vendor vendor baru yang muncul dengan menawarkan harga yang murah sedangkan disebelum pandemic sendiri harga itu relative tinggi ga kaya sekarang setelah pandemic yang banyak juga client yang minta promo terus.

LAMPIRAN 2

Transkrip Wawancara

Transkrip Wawancara Key Informan 2

Nama : Ezi

Umur : 30

Jenis Kelamin : Perempuan

Jabatan : Pengelola media sosial Tesera Pictures

Tempat/Hari/Tanggal Wawancara : Kantor Tesera Pictures, Jakarta Timur,
Tanggal 25 Januari 2024

Peneliti	Sebagai pengelola akun media sosial Tesera Pictures, apakah efektif melakukan pemasaran melalui media sosial di era seperti ini?
Key Informan	Iya efektif banget, karena sekarang ini kan eranya itu orang pasarin produk mereka lewat sosial media, terutama yang paling high itu kaya Instagram terus tiktok gitu, jadi pasti efektif banget si karena semua orang juga sekarang pake media sosial dan kaya jarang banget orang yang gapunya dan gamain media sosial.
Peneliti	Media sosial apa saja yang digunakan Tesera Pictures dalam melakukan pemasaran?
Key Informan	Media sosialnya itu sebenarnya kita ada Instagram, ada tiktok terus kita juga coba buat pasang profil kita di marketplace bridestory gitu.

Peneliti	Fitur apa aja yang digunakan Tesera Pictures dalam melakukan pemasaran melalui media sosial Instagram?
Key Informan	Kalau melalui Instagram sendiri kita pasti menggunakan fitur feeds untuk memposting foto dan juga instastory, bahkan dari beberapa Instagram storynya itu kita highlight terus yang pasti untuk mengarah ke selling atau penjualan gitu kita biasanya gunain fitur Instagram Ads.
Peneliti	Bagaimana Tesera Pictures melakukan periklanan melalui media sosial Instagram? (Advertising)
Key Informan	Untuk periklanan sendiri biasanya kita menggunakan fitur Instagram Ads gitu, jadi kaya foto-foto yang kita upload di feeds gitu nanti kita pasangin Ads gitu biar lebih luas lagi jangkauan yang liat profile Instagram kita dan juga melalui Instagram story biasanya kita menandai profile Instagram vendor-vendor yang biasa kerja bareng kita atau ya bisa dikatakan rekanan bareng kita misalnya kaya vendor catering, vendor venue, dan vendor lainnya supaya bisa saling nge-repost terus juga kaya kita nge-tag bridenya jadi bridenya bisa nge-repost juga nanti dan tujuannya agar temen temen dari bride nya juga banyak yang liat gitu.
Peneliti	Lalu untuk promosi penjualan, Tesera Pictures melakukan promosi penjualan seperti apa melalui media sosial Instagram? (Promosi Penjualan)

Key Informan	<p>Untuk promosi biasanya kita ngerepost ulang dari para instastory vendor gitu, jadi kan biasanya kaya pas lagi technical meeting gitu para vendor dokumentasiin hal itu dan biasanya kita saling repost untuk mempromosikan vendor masingmasing gitu termasuk kita juga mempromosiin tesera di akun Instagram vendor vendor yang lain git uterus juga kita kaya promosiinnya itu lewat Instagram ads juga karena kan di ig ads itu ada kaya directnya itu ke fotonya ada juga yang ke profulnya untuk opsi. Terus untuk promosi juga kita dibantu oleh para fotografer dan videographer yang kita hire sebagai freelance disaat bekerja biasanya mereka mendokumentasikan pas kerja bareng kita dengan men tag akun Instagram tesera pictures di instastory akun personal dari foto grafer atau videographer yang kita hire gitu.</p>
Peneliti	<p>Apa yang dilakukan Tesera Pictures dalam menjalankan fungsi public relations melalui Instagram? (Hubungan Masyarakat)</p>

Key Informan	<p>Untuk public relations sendiri biasanya kita juga sering ngadain acara offline gitu sesama vendor kaya openhouse gitu dan biasanya kalo ngadain openhouse gitu biasanya ada dokumentasinya kan sama juga kaya tadi technical meeting sebelum acara pernikahan itu kan pasti masing-masing vendor mendokumentasikan terus mereka post di sosial media mereka dengan saling ngetag kaya ini lagi bekerjasama dengan vendor apa aja dan terus juga biasanya kaya kita lagi kerja di satu acara gitu biasanya saling mempromosikan juga kaya saling follow Instagram vendor satu sama lain.</p>
Peneliti	<p>Bagaimana Tesera Pictures menjalankan direct marketing melalui Instagram? (pemasaran langsung)</p>
Key Informan	<p>Untuk mengimplementasikan komponen direct marketing sendiri biasanya kita memanfaatkan bio Instagram untuk mencantumkan linktree yang berisi contact person atau admin dari tesera pictures untuk memudahkan para client dalam bertanya mengenai pricelist dan juga ketentuan segala macamnya gitu, terus kita juga melakukan promo dibulan bulan tertentu kaya awal tahun ataupun akhir tahun dan juga di event event tertentu biasanya kita ngadain promo kaya kasih discount ataupun item item tambahan dan juga kaya menawarin ke teman teman untuk menggunakan jasa tesera pictures dengan bilang akan dikasih discount kaya gitu.</p>
Peneliti	<p>Dalam menjalankan penjualan personal, apa yang dilakukan Tesera Pictures melalui Instagram? (Penjualan Personal)</p>

Key Informan	Untuk penjualan personal melalui Instagram sendiri biasanya kita dibantu sama fotografer atau video grafer yang kerja bareng kita dengan ngetag akun Instagram kita di instastory mereka dengan harapan banyak teman teman atau pengikut dari Instagram personal para fotografer atau videographer yang kerja bareng kita nanya mengenai pricelist dan lain sebagainya tentang tesera picturesn jadi kaya promosi langug dari akun akun personal dari timnya tesera gitu.
Peneliti	Sebagai pengelola media sosial Tesera Pictures, apa harapan dan target untuk Instagram Tesera Pictures kedepannya?
Key Informan	Untuk harapannya sendiri semoga bisa sering ngepost foto untuk portofoliodi Instagram semakin rajin dan juga lebih banyak interaksi juga sama para calon client misalnya kaya banyak yang nanyain harga dan juga kaya banyak yang like dan komen foto yang tesera post melalui Instagram dan juga semoga akun Instagram tesera pictures followersnya bertambah banyak dan juga marketnya bisa tambah luas dan juga iklan iklannya bisa tepat sasaran.

LAMPIRAN 3

Transkrip Wawancara

Transkrip Wawancara Informan Pendukung

Nama : Kya

Umur : 30

Jenis Kelamin : Perempuan

Jabatan : Mantan *client* Tesera Pictures

Tempat/Hari/Tanggal Wawancara : Kantor Tesera Pictures, Jakarta Timur.

Peneliti	Darimana anda mengetahui Tesera Pictures?
Informan	Saya mengetahui Tesera Pictures dari keluarga yang pernah bekerja sama dengan Tesera Pictures
Peneliti	Apakah anda mengikuti akun Instagram Tesera Pictures? Jika mengikuti, sejak kapan anda mengikuti akun Instagram Tesera Pictures?
Informan	Saya mengikuti akun Instagram Tesera Pictures sejak tahun 2019
Peneliti	Apa yang membuat anda mengikuti akun Instagram Tesera Pictures?
Informan	Karena saya ingin melihat portofolio dari Tesera Pictures dan juga sebagai referensi untuk pernikahan saya nantinya
Peneliti	Apakah sebelumnya anda ingin menggunakan jasa Tesera Pictures sebagai vendor foto pernikahan anda?
Informan	Saya memang berencana untuk menggunakan jasa Tesera Pictures sebagai vendor foto pernikahan saya

Peneliti	Apakah anda pernah melihat bentuk promosi atau pemasaran yang dilakukan akun Instagram Tesera Pictures?
Informan	Saya pernah melihat bentuk pemasaran dari Tesera Pictures melalui Instagram Ads dan juga melalui Instagram story yang dipost akun Tesera Pictures dan juga beberapa pameran seperti openhouse yang diadakan oleh Tesera Pictures dengan vendor-vendor lain
Peneliti	Bagaimana servis yang diberikan Tesera Pictures dalam waktu kerja? Apakah masih berhubungan baik sampai sekarang ini?
Informan	Untuk servis yang diberikan Tesera Pictures dalam bekerja itu mereka cukup membantu mulai dari preparation dan saat bekerja pun mereka sangat friendly dan juga mengarahkan dengan baik, mereka juga tidak membatasi waktu jasanya terlalu ketat, dan sampai saat ini saya sebagai client masih menjaga hubungan baik dengan Tesera Pictures



HASIL TRANSKIP

DOKUMENTASI



Key Informan 1



Key Informan 2



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 Manis 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 : 193516516044
Nama : BAYU AJI PRASTYO
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Periklanan

KONSULTASI PEMBIMBING PROPOSAL

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
17 October, 2023	latar belakang	Sudah Ditanggapi
18 October, 2023	bab 2	Sudah Ditanggapi
18 October, 2023	bab 1 dan bab 2	Sudah Ditanggapi
20 October, 2023	assalamualaikum, selamat malam pak adi. berikut saya lampirkan proposal saya yang sudah di revisi pak. baik dari segi penulisan, pemaparan terhadap tujuan penelitian, pemaparan penelitian terdahulu, pemilihan teori dan konsep, kerangka berfikir, metodologi penelitian serta footnote dan daftar pustaka. terimakasih pak adi	Sudah Ditanggapi
20 October, 2023	revisi sub bab 3.3 data	Sudah Ditanggapi

KONSULTASI PEMBIMBING TUGAS AKHIR

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
14 December, 2023	bimbingan tanggal 12 december 2023 (revisi setelah sidang seminar proposal berupa penambahan pemaparan latar belakang baik berupa positioning jasa serta range harga dan kerangka pemikiran)	Sudah Ditanggapi
14 December, 2023	bimbingan tanggal 12 desember 2023 (berupa draft pertanyaan yang ingin ditanyakan untuk melengkapi atau memenuhi isi dari bab 4)	Sudah Ditanggapi

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
4 January, 2024	revisi kerangka pemikiran serta pemaparan gambaran umum latar belakang penelitian berupa sejarah perusahaan, logo, dan juga aktifitas instagram objek penelitian pada bab 4 sub bab 4.1	Sudah Ditanggapi
14 January, 2024	bimbingan tanggal 12 januari 2024 (bimbingan bab 4 sub bab 4.2 mengenai hasil dan pembahasan)	Sudah Ditanggapi
22 January, 2024	bimbingan bab 4 sub bab 4.2 dan 4,3 mengenai hasil penyajian data dan pembahasan	Sudah Ditanggapi
25 January, 2024	revisi bab 4 sub bab 4.2 dan 4.3 mengenai hasil penelitian dan pembahasan	Sudah Ditanggapi
26 January, 2024	<p>revisi mengenai bab 4 sub bab 4.2 dan 4.3</p> <p>4.2 penambahan data-data mengenai pemanfaatan media sosial di hasil penelitian</p> <p>4.3 memaparkan teori new media baik dari segi karakteristik dan juga terpaan dalam pemanfaatan yang dilakukan melalui media sosial instagram</p> <p>bab 5 mengenai kesimpulan dari pemanfaatan media sosial baik berupa fitur yang digunakan dan lainnya.</p>	Sudah Ditanggapi
27 January, 2024	revisi mengenai hasil kesimpulan dan format penulisan	Sudah Ditanggapi
27 January, 2024	revisi perbaikan kalimat pada abstrak dan kesimpulan	Sudah Ditanggapi

HASIL TURNITIN



Similarity Report ID: oid:3618:50751292

● 23% Overall Similarity

Top sources found in the following databases:

- 23% Internet database
- 7% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 0% Submitted Works database

TOP SOURCES

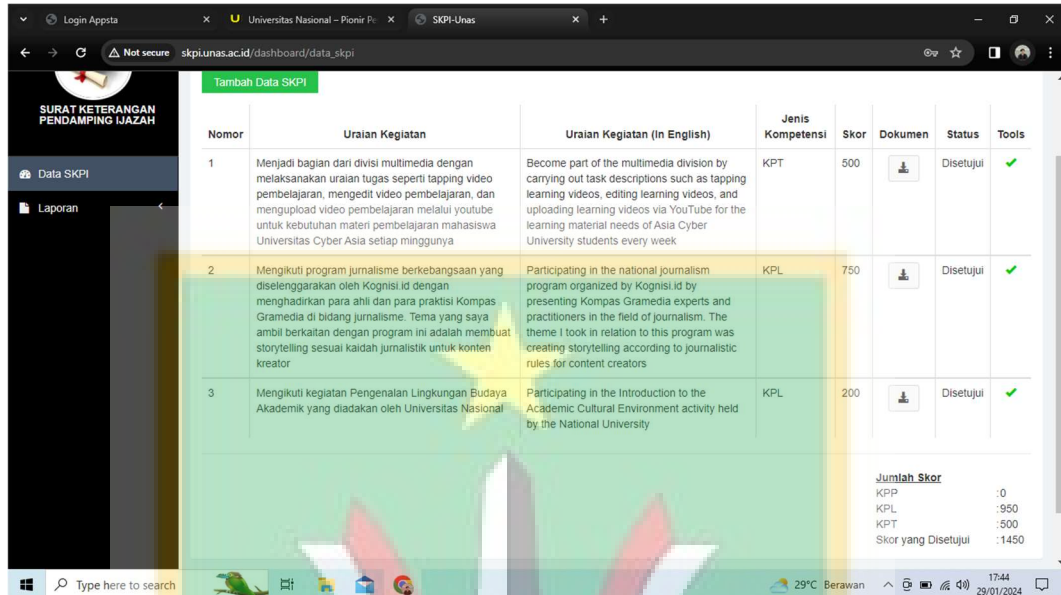
The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.



1	repository.uin-suska.ac.id	3%
	Internet	
2	eprints.ums.ac.id	2%
	Internet	
3	123dok.com	2%
	Internet	
4	ccl5.com	<1%
	Internet	
5	eprints.binadarma.ac.id	<1%
	Internet	
6	komunikasi101.wordpress.com	<1%
	Internet	
7	elibrary.unikom.ac.id	<1%
	Internet	
8	eprints.upnyk.ac.id	<1%
	Internet	

Sources overview

SURAT KETERANGAN PENDAMPING IJAZAH

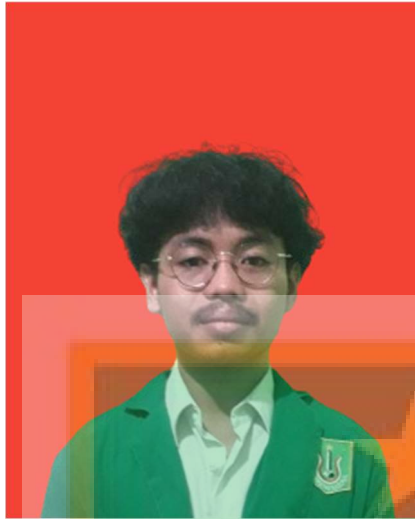


The screenshot shows a web application interface for 'SURAT KETERANGAN PENDAMPING IJAZAH'. The main content is a table with columns: Nomor, Uraian Kegiatan, Uraian Kegiatan (In English), Jenis Kompetensi, Skor, Dokumen, Status, and Tools. There are three rows of data. A summary table at the bottom right shows the total scores for each competency type and the total score of all approved items.

Nomor	Uraian Kegiatan	Uraian Kegiatan (In English)	Jenis Kompetensi	Skor	Dokumen	Status	Tools
1	Mengjadi bagian dari divisi multimedia dengan melaksanakan uraian tugas seperti tapping video pembelajaran, mengedit video pembelajaran, dan mengupload video pembelajaran melalui youtube untuk kebutuhan materi pembelajaran mahasiswa Universitas Cyber Asia setiap minggunya	Become part of the multimedia division by carrying out task descriptions such as tapping learning videos, editing learning videos, and uploading learning videos via YouTube for the learning material needs of Asia Cyber University students every week	KPT	500		Disetujui	
2	Mengikuti program jurnalisme berkebangsaan yang diselenggarakan oleh Kognisi.id dengan menghadirkan para ahli dan para praktisi Kompas Gramedia di bidang jurnalisme. Tema yang saya ambil berkaitan dengan program ini adalah membuat storytelling sesuai kaidah jurnalistik untuk konten kreator	Participating in the national journalism program organized by Kognisi.id by presenting Kompas Gramedia experts and practitioners in the field of journalism. The theme I took in relation to this program was creating storytelling according to journalistic rules for content creators	KPL	750		Disetujui	
3	Mengikuti kegiatan Pengenalan Lingkungan Budaya Akademik yang diadakan oleh Universitas Nasional	Participating in the Introduction to the Academic Cultural Environment activity held by the National University	KPL	200		Disetujui	

Jumlah Skor	
KPP	: 0
KPL	: 950
KPT	: 500
Skor yang Disetujui	: 1450

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Bayu Aji Prastyo merupakan anak pertama dari satu bersaudara. Penulis dilahirkan di Depok pada tanggal 11 Oktober 2001. Penulis mulai menempuh pendidikan di SDN Pancoran Mas 3 Depok dan lulus pada tahun 2013, lalu melanjutkan pendidikan di SMP Setia Negara Depok dan lulus pada tahun 2016, kemudian melanjutkan Pendidikan di SMK Nasional Depok dengan jurusan Teknik Kendaraan

Ringan dan lulus pada tahun 2019, selanjutnya menempuh Pendidikan di perguruan tinggi negeri di Universitas Nasional sebagai mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik program studi Ilmu Komunikasi dengan focus penjurusan Periklanan.