

## LAMPIRAN

### LAMPIRAN 1 : PEDOMAN WAWANCARA

#### INTERVIEW GUIDE MANAGER UMUM (INFORMAN KEY)

1. Identitas informan (Nama, umur, pekerjaan, jenis kelamin, pendidikan)
2. Profil perusahaan (Nama, alamat, telepon, email, situs web, akta notaris, npwp, tdup,)
3. Apakah anda mengetahui berbagai persiapan untuk melakukan pencarian data yang faktual dan analisis konsumen? (**mpr**)
4. Apakah anda mengetahui berbagai bauran pemasaran yang dipilih marketing public relations untuk menjangkau konsumen? (**bauran pemasaran**)
5. Apakah anda mengetahui strategi marketing public relations dalam menarik perhatian konsumen, menambah konsumen, dan menggiring opini konsumen? (**3 ways**)
6. Apakah ada kemajuan atau manfaat bagi PT. Airlangga Global Travling ketika menggunakan strategi ini? (**mpr, bp & 3 ways**)
7. Siapakah target dan sasaran konsumen yang dibidik perusahaan? (**mpr, bp & 3 ways**)

#### INTERVIEW GUIDE SPV HUMAS & PEMASARAN (INFORMAN 1)

1. Identitas informan (Nama, umur, pekerjaan, jenis kelamin, pendidikan)
2. Apa jobdesc divisi Humas dan Pemasaran di PT. Airlangga Global Traveling ? (**umum**)
3. Berapa jumlah karyawan divisi Humas dan Pemasaran dan apa masing – masing tugasnya? (**umum**)
4. Apa strategi Humas dan Pemasaran PT Airlangga Global Traveling pada tahun ini ? (**mpr, bp & 3 ways**)
5. Apakah sebelum membangun relasi dengan publik, anda mencari data yang faktual terkait permasalahan dan menganalisis konsumen? (**research**)
6. Apakah sebelum menjalin hubungan atau relasi, anda melakukan perencanaan strategi yang akan dilakukan? (**planning**)
7. Apakah setelah menguji strategi tersebut dan berhasil, anda mengimplementasikannya kepada publik atau konsumen? (**action**)
8. Apakah setelah menjalankan strategi tersebut, anda mengevaluasi keberhasilan dari strategi dan inisiatif? (**evaluation**)

9. Apakah dalam menjalankan strategi marketing public relations menggunakan bauran pemasaran publisitas? (jika iya, mengapa hal itu perlu digunakan? (jika tidak, apa alasannya?) **(bp publisitas)**
10. Apakah dalam menjalankan strategi marketing public relations menggunakan bauran pemasaran periklanan? (jika iya, mengapa hal itu perlu digunakan? (jika tidak, apa alasannya?) **(bp periklanan)**
11. Apakah dalam menjalankan strategi marketing public relations menggunakan bauran pemasaran promosi penjualan? (jika iya, mengapa hal itu perlu digunakan? (jika tidak, apa alasannya?) **(bp penjualan)**
12. Apakah dalam menjalankan strategi marketing public relations menggunakan bauran pemasaran pemasaran langsung dan interaktif? (jika iya, mengapa hal itu perlu digunakan? (jika tidak, apa alasannya?) **(bp pemasaran langsung dan interaktif)**
13. Apakah dalam menjalankan strategi marketing public relations menggunakan bauran pemasaran word of mouth? (jika iya, mengapa hal itu perlu digunakan? (jika tidak, apa alasannya?) **(bp word of mouth)**
14. Apakah dalam menjalankan strategi marketing public relations menggunakan bauran pemasaran sponsorship? (jika iya, mengapa hal itu perlu digunakan? (jika tidak, apa alasannya?) **(bp sponsorship)**
15. Apakah dalam menjalankan strategi marketing public relations menggunakan bauran pemasaran pemasaran personal? (jika iya, mengapa hal itu perlu digunakan? (jika tidak, apa alasannya?) **(bp pemasaran personal)**
16. Apakah dalam menjalankan strategi marketing public relations menggunakan bauran pemasaran direct marketing? (jika iya, mengapa hal itu perlu digunakan? (jika tidak, apa alasannya?) **(bp direct marketing)**
17. Apa strategi marketing public relations untuk menarik perhatian konsumen? **(pull strategy)**
18. Apa strategi marketing public relations untuk menambah jumlah konsumen? **(push strategy)**
19. Apa strategi marketing public relations untuk menggiring opini konsumen? **(pass strategy)**

### INTERVIEW GUIDE SPV TOUR & MICE (INFORMAN 2)

1. Identitas informan (Nama, umur, pekerjaan, jenis kelamin, pendidikan)
2. Apakah anda mengetahui berbagai persiapan manajemen relasi yang dibangun tim marketing public relations? (**mpr**)
3. Apakah anda mengetahui berbagai bauran pemasaran yang dipilih marketing public relations untuk menjaring konsumen? (**bauran pemasaran**)
4. Apakah anda mengetahui strategi marketing public relations dalam menarik perhatian konsumen, menambah konsumen, dan menggiring opini konsumen? (**3 ways**)
5. Apakah ada peningkatan kuantitas produksi setelah berjalannya strategi MPR? (**mpr, bp & 3 ways**)

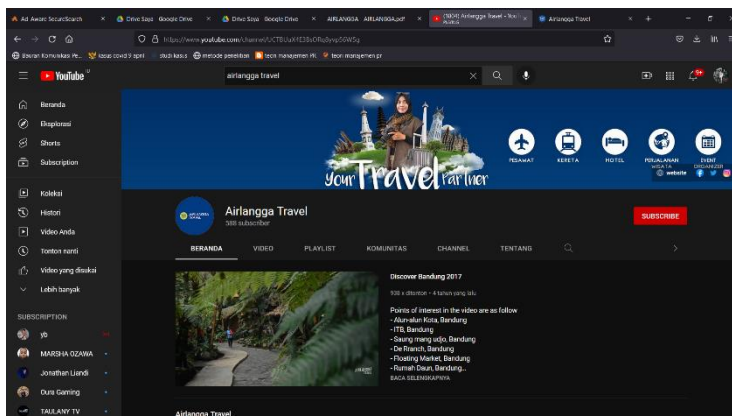
### INTERVIEW GUIDE KONSUMEN (INFORMAN 3)

1. Apakah anda mengetahui bahwa PT. Airlangga Global Traveling menerapkan promosi penjualan kepada konsumennya? (**bp promosi penjualan**)
2. Apakah anda mengetahui bahwa konsumen PT. Airlangga Global Traveling menerapkan word of mouth kepada perusahaan? (**bp word of mouth**)
3. Apakah anda mengetahui bahwa PT. Airlangga Global Traveling menerapkan pemasaran personal kepada konsumennya? (**bp pemasaran personal**)
4. Apakah anda mengetahui bahwa PT. Airlangga Global Traveling menerapkan direct marketing kepada konsumennya? (**bp direct marketing**)
5. Apakah anda mengetahui bahwa PT. Airlangga Global Traveling memberikan merchandise kepada konsumennya? (**pull strategy**)
6. Apakah anda mengetahui bahwa PT. Airlangga Global Traveling mengadakan pameran untuk konsumennya? (**push strategy**)
7. Apakah anda mengetahui bahwa PT. Airlangga Global Traveling melakukan kegiatan sosial? (**pass strategy**)

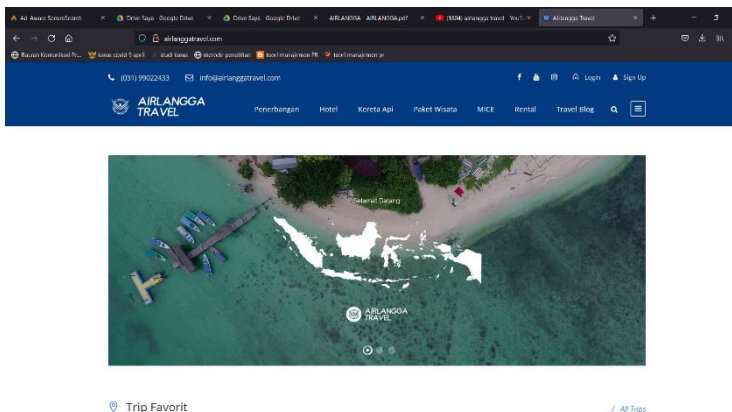
**LAMPIRAN 2 : DOKUMENTASI WAWANCARA**

*Gambar 4.15 Wawancara dengan SPV Pemasaran dan Humas Airlangga Travel*

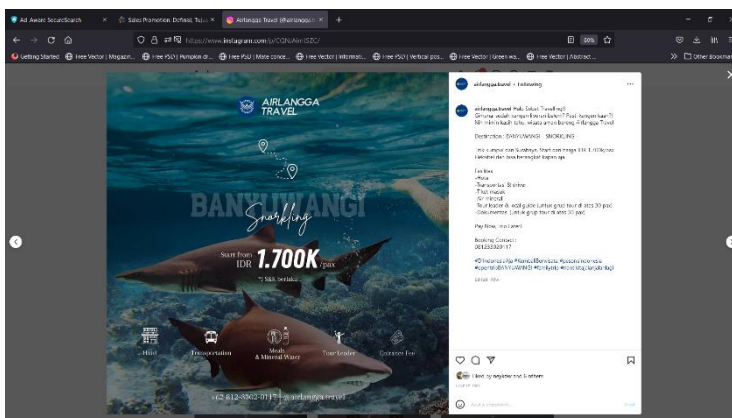
### LAMPIRAN 3 : MEDIA SOSIAL PT. AIRLANGGA GLOBAL TRAVELING



Gambar 4.16 Youtube Airlangga Travel




Gambar 4.17 Website Airlangga Travel



Gambar 4.18 Instagram Airlangga Travel


LAMPIRAN 4 : FORMAT PENAGIHAN PT. AIRLANGGA TRAVEL



**AIRLANGGA  
TRAVEL**

031 - 99022433 (office)  
081 - 233020117 (whatsapp)  
email : info@airlanggatravel.com  
airlanggaglobaltraveling@gmail.com

---



**AIRLANGGA  
TRAVEL**

Jl. Dharmawangsa No. 1, Gubeng Surabaya 60286  
031 99022433 081233020117  
info@airlanggatravel.com  
whatsapp: 081233020117

**INVOICE**

Invoice No : TR/2022/06/003  
Tanggal : 8 Jun 2022  
Customer : Fakultas Sains dan Teknologi  
Universitas Airlangga

No.	Servis	Tanggal	Harga		Total Harga
1	Fullboard Morning - Repeat Kapal Tenaga Kapadriban Fasilitas Sarana dan Teknologi Universitas Airlangga ke Fave Hotel Manahan Sido	4 - 5 Jun 2022	04 pax	1 Hari	Rp 80.228.000
Terbilang: EMPAT PULUH DUA DELAPAN RATUS SEMBILAN PULUH RIBU LIMA RATUS DELAPAN RUPIAH					Rp 80.228.000
					PPN 1.1%
					Rp 882.508
					<b>Grand Total</b>
					<b>80.890.508</b>

Dibekahi Oleh \_\_\_\_\_ Humel Kani

\_\_\_\_\_ Delta Plaza

Catatan : Pembayaran transfer via Bank Mandiri (DK) A/C: 14201468352, via Bank BNI (DK) A/C: 110115540  
 A/N: PT Airlangga Global Traveling

**AIRLANGGA  
GLOBAL  
TRAVELING**

GEDUNG AIRLANGGA CORNER LT. 2  
KAMPUS B UNIVERSITAS AIRLANGGA  
JL. DHARMAWANGSA NO. 1 GUBENG SURABAYA

[www.airlanggatravel.com](http://www.airlanggatravel.com)

Gambar 4.19 Format Penagihan Airlangga Travel



**UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

Program Studi : Adm. Publik, Adm. Bisnis, Ilmu Komunikasi, Magister Adm. Publik, Doktor Ilmu Adm.  
Gedung: F 101. Jl. Semolowaru 45 Surabaya ( 60118 )  
Telp. 031 5925982, 5931800 psw. 159 e-mail : fisip@untag-sby.ac.id

**PERINTAH REVISI**

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen Penguji Skripsi dari mahasiswa :

N A M A : Ahmad Aff Hidayat  
N. B. I. : 1151700190  
Jurusan : Ilmu Komunikasi

Memerintahkan Untuk Mengadakan Revisi Skripsi Sbb :

NO	MATERI	BAB	HAL
	Lakukan analisis lebih jauh dari hasil eksplorasi		

Setuju telah direvisi,  
Dosen Penguji,

Dr. Teguh Priyo Sadono, M.Si.

Surabaya, Selasa 28 Juni 2022  
Dosen Penguji,

Dr. Teguh Priyo Sadono, M.Si.



**UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

Program Studi : Adm. Publik, Adm. Bisnis, Ilmu Komunikasi, Magister Adm. Publik, Doktor Ilmu Adm.  
Gedung: F 101. Jl. Semolowaru 45 Surabaya ( 60118 )  
Telp. 031 5925982, 5931800 psw. 159 e-mail : fisip@untag-sby.ac.id

**PERINTAH REVISI**

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen Penguji Skripsi dari mahasiswa :

N A M A : Ahmad Afif Hidayat  
N. B. I. : 1151700190  
Jurusan : Ilmu Komunikasi

Memerintahkan Untuk Mengadakan Revisi Skripsi Sbb :

NO	MATERI	BAB	HAL
	Revisi seperti yang telah dibahas pada waktu sidang		

Setuju telah direvisi,  
Dosen Penguji,

Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana, S. Sos., M.Med.Kom.

Surabaya, Selasa 28 Juni 2022  
Dosen Penguji,

Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana, S. Sos., M.Med.Kom.





UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Program Studi : Adm. Publik, Adm. Bisnis, Ilmu Komunikasi, Magister Adm. Publik, Doktor Ilmu Adm.

Gedung: F 101, Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)

Telp. 031 5925982, 5931800 psw. 159 e-mail : fisip@untag-sby.ac.id

**PERINTAH REVISI**

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen Penguji Skripsi dari mahasiswa :

N A M A : Ahmad Afif Hidayat

N. B. I. : 1151700190

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Memerintahkan Untuk Mengadakan Revisi Skripsi Sbb :

NO	MATERI	BAB	HAL
	Apabila menggunakan studi kasus, maka Anda perlu mendapatkan sumber data yang berasal dari multisumber, bukan hanya pihak internal saja yang diwawancarai. Tetapi perlu adanya triangulasi sumber dari pihak internal maupun eksternal. Analisis kurang mendetail. Tabel-label yang ada di skripsi beri judul dan keterangan tabel Daftar Pustaka tidak perlu dipisah antara buku, jurnal atau internet.		

Setuju telah direvisi,  
Dosen Penguji,

Surabaya, Selasa 28 Juni 2022  
Dosen Penguji,

  
Beta Puspitaning Ayodya, S.Sos., M.A.

  
Beta Puspitaning Ayodya, S.Sos., M.A.

# STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS PT. AIRLANGGA GLOBAL TRAVELING DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI PERUSAHAAN DI MASA PANDEMI COVID-19

## ORIGINALITY REPORT

15%

SIMILARITY INDEX

14%

INTERNET SOURCES

7%

PUBLICATIONS

5%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1	<a href="https://repository.uph.edu">repository.uph.edu</a> Internet Source	1%
2	<a href="https://journal.moestopo.ac.id">journal.moestopo.ac.id</a> Internet Source	1%
3	<a href="https://giapjournals.com">giapjournals.com</a> Internet Source	1%
4	<a href="https://jurnal.bsi.ac.id">jurnal.bsi.ac.id</a> Internet Source	1%
5	<a href="https://123dok.com">123dok.com</a> Internet Source	1%
6	Submitted to Universitas Islam Indonesia Student Paper	1%
7	<a href="https://www.jurnal.iain-bone.ac.id">www.jurnal.iain-bone.ac.id</a> Internet Source	1%
8	Submitted to Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Student Paper	1%

9	<a href="https://repository.iainpurwokerto.ac.id">repository.iainpurwokerto.ac.id</a> Internet Source	1 %
10	Rismi Juniarsih. "PENINGKATAN KETERAMPILAN BERPIKIR KRITIS DENGAN MENGGUNAKAN MODEL PEMBELAJARAN KOOPERATIF TIPE THINK PAIR AND SHARE SISWA SEKOLAH DASAR", Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran, 2018 Publication	1 %
11	<a href="https://download.garuda.ristekdikti.go.id">download.garuda.ristekdikti.go.id</a> Internet Source	1 %
12	<a href="http://www.jurnal.syntaxliterate.co.id">www.jurnal.syntaxliterate.co.id</a> Internet Source	1 %
13	<a href="http://karyailmiah.unisba.ac.id">karyailmiah.unisba.ac.id</a> Internet Source	<1 %
14	<a href="http://e-journal.undikma.ac.id">e-journal.undikma.ac.id</a> Internet Source	<1 %
15	<a href="http://ecampus.iainbatusangkar.ac.id">ecampus.iainbatusangkar.ac.id</a> Internet Source	<1 %
16	<a href="http://ejournal.iainpalopo.ac.id">ejournal.iainpalopo.ac.id</a> Internet Source	<1 %
17	<a href="http://johannessimatupang.wordpress.com">johannessimatupang.wordpress.com</a> Internet Source	<1 %
18	<a href="http://komunikasi.untag-sby.ac.id">komunikasi.untag-sby.ac.id</a> Internet Source	<1 %

19 **epdf.pub** <1 %  
Internet Source

---

20 **repository.uinjkt.ac.id** <1 %  
Internet Source

---

21 **www.findglocal.com** <1 %  
Internet Source

---

22 **jurnal.fdk.uinsgd.ac.id** <1 %  
Internet Source

---

23 **repository.uin-suska.ac.id** <1 %  
Internet Source

---

24 **www.scribd.com** <1 %  
Internet Source

---

25 **www.theseus.fi** <1 %  
Internet Source

---

26 **digilib.uinsby.ac.id** <1 %  
Internet Source

---

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off