

Lampiran 1. Guideline Wawancara  
Interview Guide Owner Kalih Kitha

1. Identifikasi Informan (Nama, umur, pekerjaan, pendidikan)
2. Profil perusahaan (Nama, alamat, telepon, email, sosial media)
3. Bagaimana nama Kalih Kitha ini diciptakan ? (profil perusahaan)
4. Kenapa memilih media instagram sebagai alat untuk memperkenalkan Kalih Kitha ? ( Instagram)
5. Apakah anda mengetahui berbagai persiapan untuk memperkenalkan Kalih Kitha kepada konsumen ? ( pertanyaan ini dibuat berdasarkan teori *brand awareness* atau kesadaran merk)
6. Apakah anda mengetahui berbagai bauran pemasaran yang di pilih marketing communication untuk menjaring konsumen? (bauran pemasaran)
7. Apakah anda mengetahui tentang *promotion mix* ? (promotion mix)
8. Apakah ada kemajuan atau manfaat bagi Kalih Kitha saat menggunakan strategi ini ? (*advertising, sales promotion, publicity / public relations, dan personal selling*)
9. Siapakah segmentasi konsumen yang bidik oleh Kalih Kitha ? (*advertising, sales promotion, publicity / public relations, dan personal selling*)

Interview Guide Marketing Communication

1. Identifikasi Informan (Nama, umur, pekerjaan, pendidikan)
2. Apa jobdesc dari Marketing Communication di Kalih Kitha ? (umum)
3. Apa strategi dari Marketing Communication pada tahun ini ? (*advertising, sales promotion, publicity / public relations, dan personal selling*)
4. Apakah dalam menjalankan strategi komunikasi pemasaran menggunakan bauran pemasaran publisitas? (jika iya, mengapa hal itu perlu digunakan? (jika tidak, apa alasannya?) (strategi publisitas)
5. Apakah dalam menjalankan strategi komunikasi pemasaran menggunakan bauran pemasaran periklanan? (jika iya, mengapa hal itu perlu digunakan? (jika tidak, apa alasannya?) (strategi periklanan)

6. Apakah dalam menjalankan strategi komunikasi pemasaran menggunakan bauran pemasaran promosi penjualan? (jika iya, mengapa hal itu perlu digunakan? (jika tidak, apa alasannya?) (strategi promosi penjualan)
7. Apakah dalam menjalankan strategi komunikasi pemasaran menggunakan bauran pemasaran digital atau interaktif marketing ? (jika iya, mengapa hal itu perlu digunakan? (jika tidak, apa alasannya?) (strategi pemasaran digital dan interaktif)
8. Apakah dalam menjalankan strategi komunikasi pemasaran menggunakan bauran pemasaran langsung / direct marketing ? (jika iya, mengapa hal itu perlu digunakan? (jika tidak, apa alasannya?) (strategi pemasaran direct marketing)
9. Apakah dalam menjalankan strategi komunikasi pemasaran menggunakan bauran pemasaran penjualan secara pribadi / personal selling ? (jika iya, mengapa hal itu perlu digunakan? (jika tidak, apa alasannya?) (strategi pemasaran personal selling)
10. Sarana media apa saja yang digunakan untuk membangun *brand awareness* Kalih Kitha ? (Instagram)
11. Apa saja kelebihan dan kekurangan dalam membangun *brand awareness* melalui media tersebut ? (instagram)

#### Interview Guide Followers / Client

1. Identifikasi Informan (nama, umur, pekerjaan, pendidikan)
2. Bagaimana anda mengetahui tentang Kalih Kitha (brand awareness)
3. Apa alasan anda memilih Kalih Kitha sebagai wedding organizer dari pada vendor yang lain ? (brand awareness)
4. Sejak kapan anda telah mengikuti akun instagram Kalih Kitha dan alasan apa anda mengikuti akun instagram Kalih Kitha ? (Instagram)
5. Menurut anda bagaimana pelayanan informasi yang diberikan oleh Kalih Kitha dalam memenuhi atau mencari informasi yang anda butuhkan ?  
(*interactive marketing*)

6. Bagaimana tanggapan anda terhadap kegiatan promosi yang dilakukan oleh Kalih Kitha ? (untuk mengetahui apakah marketing communication menjalankan tugasnya untuk memperkenalkan Kalih Kitha kepada masyarakat)

Tabel Wawancara dengan Alfiyan Karim selaku Owner Kalih Kitha yang menjadi informan Kunci tanggal 25 Mei 2022 di Kuni Cafe.



*Gambar 19 Foto Dokumentasi Wawancara Owner Kalih Kitha*

*Tabel 4 Scripting owner Kalih Kitha*

No	Peneliti (P) Informan (I)	Pertanyaan dan Jawaban
1.	P	Selamat malam Kak Alfiyan. Sebagai awal kita bahas latar belakang dari Kalih Kitha dulu ya mas. Boleh mas Bagaimana Kalih Kitha ini terbentuk ?
2.	I	Kalih Kitha ini terbentuk pada 14 Agustus 2020, yang dimana saat itu ada aku sama kak Evi yang bentuk. Dulu Nama Kalih Kitha ini sebelum terbentuk WO ( <i>wedding organizer</i> ) itu namanya Part Of Mc Surabaya Event. Yang dimana sebelum kami WO, sebenarnya kita lebih ke Mc mas. Seiringnya berjalannya waktu, banyak klien dari kita untuk mempercayai kita untuk menyelenggarakan acara mereka. Dari situ saya sama kak Evi untuk membentuk WO yang lebih berfokus pada sebuah penyenggara acara

		yang bernama Kalih Kitha. Untuk nama Kalih Kitha sendiri juga mempunyai sebuah arti. Untuk Kalih itu artinya bersama atau bisa juga diartikan dua, dan Kitha itu artinya kita. Jadi nama Kalih Kitha ini mempunyai arti bersama dengan kita. Tujuannya untuk klien-klien kita kalau punya acara bisa ingat atau menggunakan vendor kita.
3.	P	Oh iya kak, pada saat itu awal awal Kalih Kitha untuk mempromosikannya bagaimana ya kak ?
4.	I	Pada awal melakukan promosi, kita tidak mempunyai background atau pengalaman dalam wedding organizer, Akan tetapi kita bangun Kalih Kitha dan melakukan promosi sambil jalan, dan sama-sama belajar dari sebuah pengalaman dari temen, saudara, atau vendor yang udah mempunyai nama yang besar. Biasanya yang kita gunakan untuk promosi ini lewat Instagram.
5.	P	Kenapa memilih media instagram sebagai alat untuk memperkenalkan Kalih Kitha
6.	I	Kenapa kita memilih Instagram sebagai strategi promosi kita ini, karena untuk sosial media Instagram saat ini pada era jaman sekarang, Instagram sangat mempengaruhi banget, ketika kita bikin suatu bisnis baik itu makanan, jasa, atau produk lainnya itu sangat mempengaruhi banget. Dan juga pada dasarnya kita langsung milih Instagram dari pada media lainnya. Serta klien kita kebanyakan atau jatuhnya itu di Instagram dan jarang banget klien mengethaui kita dari Facebook, Tik-Tok atau lainnya. Semua nya pasti taunya dari Instagram, apalagi yang nikah ini kebanyakan yang muda dan yang umur 40 ke atas itu jarang banget. Jadi klien kita itu kebanyakan cari di Instagram, akhirnya kita putusin untuk media promosinya kita menggunakan media Instagram.
	P	Apakah anda mengetahui berbagai persiapan untuk memperkenalkan Kalih Kitha kepada konsumen ?
	I	Untuk mempersiapkannya, kita waktu awal itu pertama kali buat <i>wedding organizer</i> itu saat klien saya memberikan kepercayaan kepada saya untuk meng- <i>handle</i> acara beliau. Pada dasarnya kita basicnya adalah <i>master of ceremony</i> atau MC, tapi dengan kita ikut TM ( <i>Technical Metting</i> ) TM vendor <i>wedding organizer</i> lainnya kita dapat pengalaman dari <i>wedding organizer</i> tersebut. Sehingga kita bisa menerapkannya di <i>wedding organizer</i> kita. Contohnya kayak gimana kita gunakan Instagram ini buat

		mempromosikan Kalih Kitha lebih luas, akhirnya kita minta tolong ke temen-temen kita untuk <i>broadcast</i> melalui media temen-temen. Dan kita juga pernah pas event ke sekolah kita juga minta untuk mempromosikan.
	P	Apakah anda mengetahui berbagai bauran pemasaran yang di pilih marketing communication untuk menjangkit konsumen
	I	Untuk bauran pemasaran kita tau sih, kita juga lulusan dari Ilmu Komunikasi, jadinya kita juga belajar bersama – sama dan mencoba untuk menerapkannya di Kalih Kitha untuk lebih dikenal lagi dengan masyarakat.
	P	Apakah anda mengetahui tentang <i>promotion mix</i> ?
	I	Untuk strategi promosi kita ada sales promotion, terus iklan di Instagram baik itu lewat story atau feed. Terus ini kita juga ada interaktif marketing, jadinya kita disini mengalokasikan atau interaksi melalui media Instagram dengan calon klien kita. Jadinya waktu <i>technical meeting</i> (TM) itu aku tanya ke klien tau dari kita itu dari mana, dan banyak yang jawab dari instagram, dari saudara atau temen yang sudah pakai jasa kita, atau dapat rekomendasi dari orang luar. Dan kita juga kirim pesan pada klien kita lewat <i>whatsapp</i> untuk mengingatkan promo kita, dan mengingatkan kembali perihal yang berkaitan dengan wedding baik itu vendor lain atau WO nya kita. Kita juga sering lewat mulut ke mulut secara langsung tentang kelebihan kita itu kayak apa harganya berapa dan lain-lain.
	P	Apakah ada kemajuan atau manfaat bagi Kalih Kitha saat menggunakan strategi ini
	I	Untuk kemajuan dari Kalih Kitha disini alhamdulillah sangat pesat yaa. Di sini kita juga ada target pertahun 2020, 2021, 2022 ini ada kemajuan, maksudnya kemajuan itu klien kita bertambah banyak, nama kita lebih dikenal, terus perihal apapun Kalih Kitha sudah ada plusnya gitu, karena kalau memang kita disini sudah dikenal otomatis kita disini juga akan mempertahankan citra kita, biar kita disini nggak buruk. Karene memang mempertahankan citra itu gak semudah dari pada kita untuk membangun yang baru. Dan juga kita dulu cuma berempat alhamdulillah sekarang udah 45 an crew.
	P	Siapa segmentasi konsumen yang bidik oleh Kalih Kitha ?

	I	Segmentasi konsumen kita ini hanya orang yang mau nikah aja sih, dan tidak menutup kemungkinan apabila ada yang mau makai jasa kita buat acara ulang tahun kita juga bisa ambil. Dan kita tidak ada batasan umur atau lainnya, pokoknya yang mau nikah aja baik itu umur muda atau tua.
--	---	---

Tabel Wawancara dengan Evi Febrianti selaku *Marketing Communication* yang menjadi informan Kunci tanggal 25 Mei 2022 di Kuni Cafe.



Gambar 20 Foto Dokumentasi Wawancara *Marketing Communication* Kalih Kitha

Tabel 5 Scripting *Marketing Communication* Kalih Kitha

No	Peneliti (P) Informan (I)	Pertanyaan dan Jawaban
	P	Apa jobdesc dari <i>Marketing Communication</i> di Kalih Kitha
	I	Saat ini kita lebih hubungan dengan vendor-vendor dan juga klien sih. Jadi perihal klien yang ingin menanyakan price list kita, paket harga, dan tanya-tanya seputar Kalih Kitha, mengatur Instagram dan mempromosikan. itu masuk di <i>marketing communication</i> . Jadi kontak person yang ada di Instagram Kalih Kitha kontaknya <i>marketing communication</i>
	P	Apa strategi dari <i>Marketing Communication</i> pada tahun ini ?

I	Strategi kita pada tahun ini sama kayak tahun sebelumnya, kita adakan sales promotion, interactive marketing, direct marketing, personal selling, dan iklan lewat Instagram.
P	Apakah dalam menjalankan strategi komunikasi pemasaran menggunakan bauran pemasaran publisitas?
I	Untuk publisitas disini kita sama menggunakan media Instagram juga
P	Apakah dalam menjalankan strategi komunikasi pemasaran menggunakan bauran pemasaran periklanan
I	Kalau iklan di Instagramnya kita pernah buat lewat snapgram sama fedd juga. Kebanyakan yang di iklanin itu paket bundling harga kita sama vendor-vendor lain.
P	Apakah dalam menjalankan strategi komunikasi pemasaran menggunakan bauran pemasaran promosi penjualan?
I	Biasanya kita paling sering promosi itu saat bundling harga dengan vendor-vendor wedding kayak MC, dekorasi, foto dan videografi, make up artist, busana, dan tempat atau venue. Kita lakukan bundling tersebut pastinya dengan harga yang sudah disepakati dengan vendor lainnya. Tujuan bundling ini yaa untuk memberikan harga yang lebih murah apabila calon klien kita memilih paket bundling dari pada membeli secara satu persatu. Kita lakukan promo <i>bundling</i> ini lewat <i>story</i> dan <i>feed</i> Instagram. Dan juga apabila ada pameran <i>wedding</i> kita juga lakukan promonya secara langsung bagikan poster – poster promonya ke orang-orang. Dari paket <i>bundling</i> tersebut kita juga dapat membangun relasi dengan vendor – vendor, jadinya juga bisa untuk meangkat citra kita di vendor-vendor lain.
P	Apakah dalam menjalankan strategi komunikasi pemasaran menggunakan bauran pemasaran digital atau interaktif marketing
I	Iya kita juga gunakan itu, yang udah saya jelaskan tadi kita menggunakan media Instagram untuk interaksi dan promosinya. Tentunya kita mempunyai alasan tertentu kenapa memilih instagram, yang pertama kebanyakan klien kita mencari informasi vendor wedding organizer melalui media Instagram, kedua rata-rata usia klien kita terbilang masih muda 20-33 tahun yang pastinya memiliki media sosial, dan yang ketiga media instagram bagi kita adalah platform gratis untuk dapat melakukan sebuah promosi kepada khalayak dan dapat melakukan komunikasi atau interaksi pada kahalayak yang lebih luas. Dan juga fitur –

		fitur yang ada di Instagram juga banyak ada <i>reels</i> , <i>story</i> , <i>feed</i> , dan <i>direct message</i> Instagram. Dari fitur tersebut kita memanfaatkan buat konten-konten menarik, promo yang menarik yang secara gratis dan pastinya juga dapat berinteraksi dengan <i>followers</i> kita.
	P	Apakah dalam menjalankan strategi komunikasi pemasaran menggunakan bauran pemasaran langsung / direct marketing ?
	I	Itu juga kita gunakan sih, Kalau kita dalam komunikasi dengan klien lebih banyak melalui chat dan telpon melalui whatsapp. Kebanyakan nya kita selalu mengingatkan kembali ke klien kita, seperti jadi makai jasa vendor ini, udah lunasi vendor ini, atau hal-hal yang perlukan saat kegiatan pernikahan. Jadinya kita kirim pesan lewat <i>whatsapp</i> ke klien kita, untuk isinya kebanyakan kayak jadi pakai kita atau nggak, perihal sebuah acara, dealing, dan lain sebagainya. Kalau kita menggunakan email, biasanya lebih digunakan untuk melakukan kerja sama dengan vendor – vendor wedding, seperti melakukan bundling harga, surat akses dan lain sebagainya. Jadinya kita kalau pakai email lebih ke vendor, untuk chat melalui whatsapp dan instagram lebih ke klien
	P	Apakah dalam menjalankan strategi komunikasi pemasaran menggunakan bauran pemasaran penjualan secara pribadi / personal selling ?
	I	Untuk itu ada, kita tidak hanya melakukan interaksi atau komunikasi melalui media atau online, akan tetapi kita juga bisa secara langsung atau face to face apabila klien tersebut meminta untuk bertemu dan kita menjelaskan price list kita dan menjelaskan beberapa hal yang harus diperhatikan dalam melakukan sebuah dealing atau yang lain. Dengan cara kita nentuin dulu titik tengah lokasi nya dimana agar kita tidak terlalu jauh dan klien juga tidak terlalu jauh. Intinya biar sama-sama enak, klien lebih paham dan kita lebih mudah untuk menjelaskan. Selain itu kita juga pernah ikut pameran wedding yang ada di Tp selama 3 hari. Pada di pameran tersebut kita bisa melakukan penjualan secara langsung ke calon klien dan dapat membangun citra Kalih Kitha, karena kita tau orang orang yang datang ke pameran wedding pastinya orang yang membutuhkan jasa-jasa yang ada di wedding dan langsung berinteraksi dengan kita.
	P	Sarana media apa saja yang digunakan untuk membangun <i>brand awareness</i> Kalih Kitha ?

I	Untuk media kita disini ada Facebook, Tik-Tok, Twitter, YouTube, sama Instagram. Akan tetapi yang paling sering kita gunakan itu di Instagram, dimana interaksi kita banyak melalui media Instagram jarang klien tau kita dari media lainnya, pasti kalau kita tanya ke klien kita jawabnya tau Kalih Kitha dari Instagram atau dari rekomendasi temennya, saudaranya.
P	Apa saja kelebihan dan kekurangan dalam membangun <i>brand awareness</i> melalui media tersebut ?
I	Untuk kelebihanannya sih banyak yaa, mulai dari kita melakukan promosi lewat Instagram secara gratis, fitur-fitur yang di Instagram lebih banyak baik itu video maupun foto dan pastinya interaksi kita dengan klien di permudah. Untuk kekurangannya sih kalau Instagram sejauh ini tidak ada yaa, dan menurut kita Instagram merupakan media yang cocok untuk digunakan sebuah bisnis apalagi ada fitur Instagram untuk bisnis.

Tabel Wawancara dengan kak Anggi Wijaya selaku klien Kalih Kitha yang menjadi narasumber pendukung tanggal 26 Mei 2022 di kediaman kak Anggi di Benowo Indah Surabaya.



Gambar 21 Foto Dokumentasi Wawancara Anggi Klien

Tabel 6 Scripting Anggi Klien Kalih Kitha

No	Peneliti (P) Informan (I)	Pertanyaan dan Jawaban
	P	Bagaimana anda mengetahui tentang Kalih Kitha ?
	I	Eh sebelumnya saya tahu Kalih Kitha ini dari Instagram ya mas, karene untuk referensi pernikahan saya, saya lihat-lihat mana sih referensi yang bagus atau yang interest buat

		saya. Jadinya pas saya cari <i>wedding organizer</i> ada beberapa WO lainnya saya lebih milih di Kalih Kitha.
	P	Apa alasan anda memilih Kalih Kitha sebagai wedding organizer dari pada vendor yang lain.
	I	Alasan saya memilih Kalih Kitha, sebelumnya juga disarankan sama temen saya, yang dimana juga ada acara yang kebetulan juga yang megang itu Kalih Kitha, dan menurut temen saya ini tuh rekomend buat saya. Habis itu saya baru deh cari Kalih Kitha di Instagram lihat <i>feed</i> -nya testimoni dari pelanggan yang lain, dan promosinya.
	P	Sejak kapan anda telah mengikuti akun instagram Kalih Kitha dan alasan apa anda mengikuti akun instagram Kalih Kitha ?
	I	Kebetulan saya baru mengikuti saat saya sedang rekomen dari temen saya, kurang lebih nya udah 1 tahun lah. Untuk Saya gunakan Instagram ini udah lama sih mas pas SMA. Biasanya saya juga cari informasi wedding organizer dari Instagram. Dan kebetulan saya nemu Kalih Kitha di pencarian saya, dan saya lihat instagramnya banyak testimoni dari pelanngan sebelumnya, akhirnya saya minta price list harganya untuk bandingkan dengan wedding organizer lainnya
	P	Menurut anda bagaimana pelayanan informasi yang diberikan oleh Kalih Kitha dalam memenuhi atau mencari informasi yang anda butuhkan ?
	I	Eh kalau menurut saya ya mas, karena saya kan belum tahu sendiri, tapi dari sekian banyak testimoni dan promosi yang dilakukan sudah cukup baik ya mas, aku lihat setiap acaranya dibuat dokumentasi di Hilight Instagramnya mulai dari pra acara sampai acara. Kalau aku lihat ya mas di Instagramnya Kalih Kitha lebih banyak testimoni dari pelanggan dan juga event mereka yang pernah mereka <i>handle</i> , Untuk kayak promosinya kayaknya aku lihat di hari-hari tertentu jadi gak tiap hari ada promo.
	P	Bagaimana tanggapan anda terhadap kegiatan promosi yang dilakukan oleh Kalih Kitha ?
	I	Kalau di kegiatan promosinya, Kalau aku lihat ya mas di Instagramnya Kalih Kitha lebih banyak testimoni dari pelanggan dan juga event mereka yang pernah mereka <i>handle</i> , Untuk kayak promosinya kayaknya aku lihat di hari-hari tertentu jadi gak tiap hari ada promo. Dan pas waktu saya tanya-tanya perihal promosinya pas itu saya tanya lewat whatsapp mas. Habis itu aku tanya kak Evi

		kalau kita bisa ketemu atau nggak nya, soalnya kalau di WA kurang begitu paham, akhirnya kita putusin jam dan tempat kita untuk kumpul mas.
--	--	---

Tabel Wawancara dengan kak Febriyanto selaku klien Kalih Kitha yang menjadi narasumber pendukung tanggal 25 Mei 2022 melalui telpon *whatsapp*.



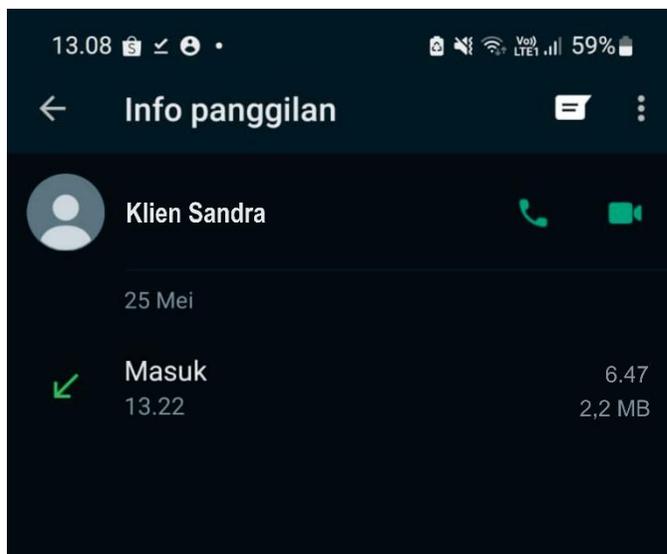
Gambar 22 Dokumentasi Telpon Febri Klien

Tabel 7 Scripting Febri Klien Kalih Kitha

No	Peneliti (P) Informan (I)	Pertanyaan dan Jawaban
	P	Bagaimana anda mengetahui tentang Kalih Kitha ?
	I	Saya tahu Kalih Kitha ini dari istri saya seh mas, waktu itu saya dikasih list <i>wedding organizer</i> yang ada di Surabaya, nah salah satunya itu Kalih Kitha. Jadinya pas di kasih listnya saya cari satu satu lewat Instagram untuk tahu harganya buat kita bandingin.
	P	Apa alasan anda memilih Kalih Kitha sebagai wedding organizer dari pada vendor yang lain.
	I	Alasan saya memilih Kalih Kitha sama istri saya itu, waktu lihat harga paket nya ternyata lebih cocok dengan budget kita, dan juga saya lihat di Instagram sudah ada banyak testimoni dari pelanggan lain. Akhirnya saya sama istri saya waktu itu tanya-tanya dulu sebelum dealing.

	P	Sejak kapan anda telah mengikuti akun instagram Kalih Kitha dan alasan apa anda mengikuti akun instagram Kalih Kitha ?
	I	Saya follow Instagramnya ya pas waktu kita cari-cari <i>wedding organizer</i> kayak nya 1 tahun kurang deh mas.
	P	Menurut anda bagaimana pelayanan informasi yang diberikan oleh Kalih Kitha dalam memenuhi atau mencari informasi yang anda butuhkan ?
	I	Eh informasi yang diberikan Kalih Kitha sangat membantu kita seh mas, responnya juga cepet. Aku ini sebenarnya orang yang pelupa mas, dan juga saya banyak kerjaan yang saya urus, makanya saya gunakan jasa Kalih Kitha ini untuk menjalankan tugas pernikahan saya. Saya juga pernah di ingetin sama kak Evi kalau untuk vendor ini segera dilunasi, dan pastinya juga di ingetin perihal tentang pernikahan, kayak maharnya di persiapkan, jumlah catering dan lain sebagainya
	P	Bagaimana tanggapan anda terhadap kegiatan promosi yang dilakukan oleh Kalih Kitha ?
	I	Kalau untuk promonya, Kalau saya lihat Instagram Kalih Kitha, kebanyakan isinya itu dari testimoni pelanggan sama kegiatan event mereka. Untuk kayak promosinya saya pernah lihat di <i>snapgram</i> mereka.

Tabel Wawancara dengan kak Sandra selaku klien Kalih Kitha yang menjadi narasumber pendukung tanggal 25 Mei 2022 melalui telpon *whatsapp*.



Gambar 23 Dokumentasi Sandra Klien

Tabel 8 Scripting Sandra Klien Kalih Kitha

No	Peneliti (P) Informan (I)	Pertanyaan dan Jawaban
	P	Bagaimana anda mengetahui tentang Kalih Kitha ?
	I	Saya tahu dari Kalih Kitha ini dari rekomen temen saya, pas itu temen saya punya temen yang menggunakan jasa Kalih Kitha, akhirnya saya kepo kan ya mas, lihat instagramnya Kalih Kitha, minta <i>price list</i> terus diskusi juga dengan suami saya.
	P	Apa alasan anda memilih Kalih Kitha sebagai wedding organizer dari pada vendor yang lain.
	I	Untuk alasannya sih, saya orang nya gak mau ribet ya mas, saya juga banyak kerjakan. Jadinya kalau temen saya udah rekomended di Kalih Kitha saya iyaa aja, saya juga percaya sama teman saya kalau pilihannya terbaik. Lagi pula juga temen saya udah tau acaranya waktu di nikahan temennya.
	P	Sejak kapan anda telah mengikuti akun instagram Kalih Kitha dan alasan apa anda mengikuti akun instagram Kalih Kitha ?
	I	Sejak saat di kasih tau temen saya seh mas, untuk lamanya kayak kurang dari 1 tahun.

	P	Menurut anda bagaimana pelayanan informasi yang diberikan oleh Kalih Kitha dalam memenuhi atau mencari informasi yang anda butuhkan ?
	I	Untuk informasinya yang dikasih cukup bagus sih, kalau sayanya yang masih kurang jelas, saya dan kak evi biasanya ketemu atau <i>technical meeting</i> gitu sama suami saya juga, jadinya biar enak kalau ketemu langsung jelasinnya.
	P	Bagaimana tanggapan anda terhadap kegiatan promosi yang dilakukan oleh Kalih Kitha ?
	I	Promo-promo yang ada di Kalih Kitha saya lihat di snapgram-nya mas, untuk kayak feednya mereka lebih ke testimoni dari kegiatan event mereka sih Kegiatan promonya biasanya memberikan paket harga gitu, jadinya dalam paket tersebut udah termasuk dengan vendor-vendor lainnya. Aku tau promonya ini pas waktu aku minta harga price listnya.

## Lampiran 2. Kartu Bimbingan Skripsi



**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 : [hsip@untag-sby.ac.id](mailto:hsip@untag-sby.ac.id)

---

**KARTU BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Yanuar Arifin

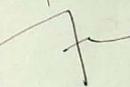
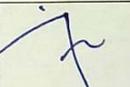
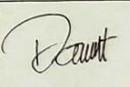
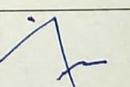
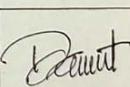
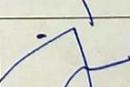
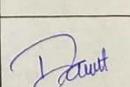
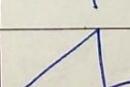
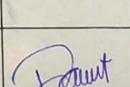
NBI : 1151800060

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Dosen Pembimbing I : Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom., M.Med.Kom

Dosen Pembimbing II : Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana, S. Sos., M. Med. Kom

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Kalih Kitha Wedding Organizer Dalam Membangun Brand Awareness Melalui Media Instagram

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
1.	23/22 /03	- Revisi Bab I (mencantumkan data yang lebih baru, perbaiki tulisan) - Lanjut Bab II		
2.	30/22 /03	- Revisi Bab II (tambahkan teori, promosisi mix, uraian pemisahan, kembangkan penelitian terdahulu)		
3.	06/22 /04	- Lanjutkan bab 3 uraian konsep, uraian berpikir, kerangka konsep (media baru, Instagram)		
4.	13/22 /04	- Revisi Bab II (tambahkan proses komunikasi di promosi mix)		
5.	20/22 /04	- Revisi Bab II (tambahkan proses komunikasi pada elemen promosi mix)		

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
6.	10/05 <sup>22</sup>	Acc Bab II, lanjut Bab III. dan Garis Interview		
7.	18/05 <sup>22</sup>	Acc Bab III > Guide Interview Lanjut bab IV		
8	01/06 <sup>22</sup>	Pahasan : Acc bab IV > lanjut bab V Pendahuluan : Memisahkan analisis *		
9.	00/06 <sup>22</sup>	Revisi Bab V dan abstrak, dan Acc Bab IV		
10	14/05 <sup>22</sup>	Revisi bab V, kurangi jumlah kata abstrak Inggris, dapus rata kanan kiri dan * Acc Abstrak		
11.	19/06 <sup>22</sup>	Bab V, abstrak, dan daftar pustaka Acc		

Catatan:

1. Kartu Bimbingan dibawa saat bimbingan
2. Kartu bimbingan diisi oleh Dosen Pembimbing

Bimbingan dinyatakan

Tanggal: 21 - Juni - 2022

Dosen Pembimbing I,

M. NUSMAN .P.  
(.....)

Dosen Pembimbing II,

Bagus Cahyo Shah A.P.  
(.....)

## Lampiran 3. Lembar Revisi



**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** : Yanuar Arifin  
**N. B. I.** : 1151800060  
**Jurusan** : Ilmu Komunikasi

Memerintahkan Untuk Mengadakan Revisi Skripsi Sbb :

NO	MATERI	BAB	HAL
	1. Diperdalam LBM 2. Kerangka berfikir penelitiannya agar diperdalam 3. Pemasaran digital harus jelas dalam proses penelitiannya		

Setuju telah direvisi,  
 Dosen Penguji,

Dr. Widiyatno Ekoputro, MA.

Surabaya, Selasa 28 Juni 2022  
 Dosen Penguji,

Dr. Widiyatno Ekoputro, MA.



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 : fsip@untag-sby.ac.id

**PERINTAH REVISI**

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

N A M A : Yanuar Arifin  
 N. B. I. : 1151800060  
 Jurusan : Ilmu Komunikasi

Memerintahkan Untuk Mengadakan Revisi Skripsi Sbb :

NO	MATERI	BAB	HAL
	Penggunaan teori yg mana Kata pengantar Daftar pustaka		

Setuju telah direvisi,  
Dosen Penguji,

Dr. Noorchanti Sumarah, M.I.Kom.

Surabaya, Selasa 28 Juni 2022  
Dosen Penguji,

Dr. Noorchanti Sumarah, M.I.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 : Yanuar Arifin  
 N. B. I. : 1151800060  
 Jurusan : Ilmu Komunikasi

Memerintahkan Untuk Mengadakan Revisi Skripsi Sbb :

NO	MATERI	BAB	HAL
	Tidak ada		

Setuju telah direvisi,  
 Dosen Penguji,

Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom., M.Med.Kom.

Surabaya, Selasa 28 Juni 2022  
 Dosen Penguji,

Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom., M.Med.Kom.

## STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL KALIH KITHA WEDDING ORGANIZER DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS MELALUI MEDIA INSTAGRAM

### ORIGINALITY REPORT

<b>15%</b>	<b>8%</b>	<b>4%</b>	<b>14%</b>
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

### PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	<b>Submitted to Montgomery High School</b> Student Paper	<b>8%</b>
<b>2</b>	<b>ojs.umsida.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>3</b>	<b>redcomm.co.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>4</b>	<b>library.binus.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>5</b>	<b>Submitted to Universitas Sebelas Maret</b> Student Paper	<b>1%</b>
<b>6</b>	<b>komunikasi.untag-sby.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>7</b>	<b>repository.unhas.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>8</b>	<b>eprints.iain-surakarta.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>

[www.plusdigital.co.za](http://www.plusdigital.co.za)