

LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman wawancara

A. BAURAN KOMUNIKASI PEMASARAN

a. Periklanan (*Advertising*)

1. Bagaimana metode periklanan yang digunakan dalam memasarkan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya?
2. Siapakah target dan sasaran pendengarnya?
3. Bentuk media apa saja yang digunakan dalam beriklan?
4. Segmen mana saja yang dituju dalam iklan?
5. Apakah dalam promosi iklan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya menggunakan media, seperti media cetak dan media elektronik? Sebutkan media yang digunakan!
6. Berapa kali dalam 1 bulan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dalam melakukan kegiatan periklanan?
7. Apa kelebihan dan kekurangan metode ini?

b. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

1. Bagaimana bentuk promosi penjualan yang dilakukan dalam memasarkan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya?
2. Siapakah target dan sasarannya?
3. Segmen mana saja yang dituju dalam promosi penjualan?
4. Bentuk promosi penjualan apa yang digunakan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya?
5. Kenapa memilih bentuk promosi penjualan yang seperti itu?
6. Berapa kali dalam satu bulan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya melakukan kegiatan promosi penjualan?
7. Bagaimana cara menyampaikan kepada public agar promosi penjalan dapat tersampaikan dengan sebagaimana mestinya?
8. Apa kelebihan dan kekurangan metode yang digunakan?

c. Penjualan Personal (*Personal Selling*)

1. Bagaiaman penjualan personal yang dilakukan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya?
2. Siapakah target dan sasarannya?
3. Bentuk penjualan personal apa yang digunakan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya?
4. Segmen mana saja yang dituju dalam penjualan personal?

5. Kenapa memilih bentuk penjualan personal seperti itu?
6. Berapa kali dalam satu bulan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya melakukan kegiatan penjualan personal?
7. Bagaimana cara menyampaikan kepada public agar promosi penjualan dapat tersampaikan dengan sebagaimana mestinya?
8. Apa kelebihan dan kekurangan dari metode yang sudah digunakan?

d. Pemasaran Langsung (*Direct Selling*)

1. Bagaimana Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dalam melakukan kegiatan pemasaran langsung?
2. Apakah Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya melakukan metode pemasaran langsung?
3. Siapakah target dan sasarannya?
4. Segmen mana saja yang dituju dalam pemasaran langsung?
5. Bentuk pemasaran langsung apa yang digunakan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya?
6. Kenapa memilih bentuk pemasaran langsung yang seperti itu?
7. Bagaimana cara menyampaikan kepada publik agar pemasaran langsung dapat tersampaikan dengan sebagaimana mestinya?
8. Apa kelebihan dan kekurangan dari metode yang sudah digunakan?

e. Pemasaran Interaktif (*Interactive Marketing*)

1. Bagaimana Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dalam melakukan kegiatan pemasaran interaktif?
2. Apakah Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya melakukan metode pemasaran interaktif?
3. Siapakah target dan sasarannya?
4. Segmen mana saja yang dituju dalam pemasaran interaktif?
5. Apakah dalam pemasaran interaktif Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya menggunakan media social? seperti apa media social yang digunakan?
6. Bentuk pemasaran interaktif apa yang digunakan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya?
7. Kenapa memilih bentuk pemasaran interaktif yang seperti itu?
8. Bagaimana cara menyampaikan kepada publik agar pemasaran interaktif dapat tersampaikan dengan sebagaimana mestinya?
9. Apa kelebihan dan kekurangan dari metode yang sudah digunakan?

f. Hubungan Masyarakat (*Public Relations*)

1. Apakah Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya melakukan kerjasama dengan media? Jika iya, media apa yang digunakan?

2. Event apa yang sudah dibuat oleh humas untuk mempromosikan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya?
3. Bagaimana strategi kampanye humas?
4. Apakah humas universitas 17 Agustus 1945 surabata melakukan kerjasama dengan pihak luar?
5. Bagaimana bentuk kerjasamanya?
6. Ketika ada beberapa hal kegiatan yang perlu di follow up, apakah humas selalu memfollow up kegiatan tersebut? Dan bagaimana cara humas memfollow up hal tersebut?

B. BKUK (BAGIAN KEGIATAN UNTUK KERJASAMA)

1. Kegiatan apasaja yang dilakukan BKUK di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya?
2. Bentuk kerjasama apa yang dilakukan Universiats 17 Agustus Surabaya?
3. Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya melakukan kegiatan kerjasama dengan pihak siapa saja?
4. Apa yang dilakukan BKUK agar visi dan misi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berjalan dengan baik?

C. LSP (LEMBAGA SERTIFIKASI PROFESI)

1. apa saja aktivitas yang dilakukan LSP?
2. Kira-kira hal tersebut ada kegiatan yang membuat calon mahasiswa tertarik untuk memilih universitas 17 agustus 1945 Surabaya?
3. Kegiatan apa yang dilakukan LSP untuk membuat masyarakat tertarik memilih kuliah di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya?

D. MAHASISWA

1. Kenapa memilih Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya?
2. Tau Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya darimana?
3. Kan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya punya akun social media, nah apa kalian sebagai calon mahasiswa pada saat itu tau tidak akun social media tersebut?
4. Dan apa anda sudah merasa sudah cukup informasi yang diberikan di akun social media tersebut?

5. Lalu kalau kalian merasa informasi melalui social media belum cukup, terus kalian mencari informasi melalui apa?
6. Kalau sudah cukup, akun media social apa yang kalian pilih?
7. Apa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya pernah mengadakan cara pameran campus expo di sekolah anda?
8. Lalu apakah anda pernah dating ke acara campus expo di jatim expo?
9. Kalau pernah, apa anda datang ke both Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya?
10. Pernah datang ke acara event yang Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya adakan nggak?

Lampiran 2 Transkrip Wawancara Kabag Humas

Transkrip hasil wawancara peneliti dengan Kabag Humas

(periklanan)

Nama informan : A.A.I Prihandari Satvikadewi, M.Med.Kom
Pendidikan terakhir : S2
Jabatan : Kabag Humas Universtas 17 Agustus 1945 Surabaya
Tanggal wawancara : 11 April 2019

Peneliti : Assalamualaikum bu...saya masitha, hmm pertanyaan yang mau saya tanyakan ini kan berbaur tentang komunikasi pemasaran terpadu toh bu, nah komunikasi pemasaran terpadu itu kan ada enam aspek, itu ada periklanan, promosi penjualan, penjualan personal, pemasaran langsung, pemasaran interaktif sama hubungan masyarakat. Nah yang saya mau tanyakan dari periklanan itu pertama bagaimana metode periklanan yang digunakan dalam memasarkan untag sendiri bu?

Kabag Humas : eehhmm... kalau iklan itu kan kita kenal ada iklan media, above the line sama below the line nah kalau above the linanya kita ini sementara untag menggunakan media konvensional, maksudnya media konvensional itu kita belum pernah beriklan di new media, kita beriklan di koran, radio, di tv, itu yang above the line.

Kalau yang below the line kita beriklan itu lewat video tron gitu.

Peneliti : video tron yang kayak gimana itu bu?

Kabag humas : video tron kayak ini, jadi kalau kita pasang baliho yang sifatnya iklan ya, iklan itu kan kita membayar space hmm untuk ditayangkan produk kita kan, kalau video tron itu modelnya kayak gini, ahhh ini misalnya iklan video tron...

Peneliti : ohhh kayak gitu bu?

Kabag humas : nah ini kita ada di wonokromo

Peneliti : oh yang itu ya bu yang kayak ada di jalanan itu kan

Kabag humas : heeh iya yang ada di jalanan, ini kan billboard, kalau ini video tron, nah kalau billboard itu kan selain relative mahal apa namanya dia kan harus itungannya kan harus minimal itu kalau gak salah itungannya itu per dua minggu, nah per per harinya itu iklan billboard ini lebih mahal bisa sampai sewanya sampai Rp. 7.500.000,- itu sedangkan kalau video tron kita itu itungannya adalah ini per view, jadi gini

Peneliti : setiap kali tampilan?

Kabag humas : tarifnya itu berdasarkan berapa kali dia tampil nah itu eh apa durasinya tergantung kita minimal biasanya kalau yang agensi untuk video tron itu biasanya eh minimal dua minggu,

Peneliti : oh dua minggu...

Kabag humas : dua minggu itu eeh cuma masih jauh lebih murah daripada pakai billboard kalau di billboard kita harus bayar pajaknya dan segala macam...

Peneliti : ohh ada pajaknya juga bu??

Kabag humas : heem kalau di video tron kan yang bayar pajaknya mereka yang pemilik media nah kita tinggal kontennya

Peneliti : berarti kita cuman ngasih yaa memang bayar tapi kita cuman ngasih konten udah itu serahin ke dia gitu ya bu

Kabag humas : heeh iyaa

Peneliti : ohhh...

Kabag humas : kalau tv kita biasanya, membagi menjadi beberapa eeh apa periode jadi tv itu kan juga cukup mahal ininya placementnya eeehh apa ssshhh periode-periode penting misalnya wisuda, kemudian hari raya idul fitri, tahun baru, sama penerimaan mahasiswa baru, jadi pertahun itu ada empat jadwal di tv, nah kalau radio kita relatif jarang beli jarang placement karna radio itu biasanya justru kita punya eeh slot untuk promosi, jadi kalau iklan di radio itu kan kita mungkin oasang iklan kita bayar ke radio, atau kita talkshow kita bayar ke radio...

Peneliti : hmhhh

Kabag humas : eeh apa namanya, yang untuk ehhh radio sejauh ini kita masih sangat jarang beriklan, karena kita dapat slot-slot yang free seperti talkshow mahasiswa berprestasi, kemudian talkshow apa namaya dosen sebagai narasumber, atau mungkin ehmm mereka sendiri meliput acara yang ada di untag, nah itu sehingga kita jarang beriklan di radio.

Peneliti : hmhm

Kabag humas : nah kalo media cetak itu ehhh medianya surat kabar, ehmm sama majalah, sejauh ini kalau surat kabar yang kita pernah placement adalah surya, kemudian eh jawapos kemudian kompas, kemudian republik, eeh dan kalo koran satu lagi sindo.

Peneliti : kalau televise itu bu?

Kabag humas : kalau televise kitajtv, sbo, metro tv, eeh yang kita beli yaa, jtv, sbo, metro tv

Penelitian : kalau net bu?

Kabag humas : enggak, kita tidak beriklan di net itu ehmm

Penelitian : net itu untuk apa ya bu, kok saya lihat data yang kerja sama itu katanya net

Kabah humas : oh iya net itu lebih banyak bekerja sama untuk liputan, untuk ini jadi kita enggak pernah placement di net

Peneliti : ohh kalo iklan enggak ya bu yaa, tapi kalau liputan-liputan memang

Kabag humas : heeh, karna kalo di net itu kita kan ngitungnya berdasarkan jumlah penonton, jumlah penontonnya net tv dengan jumlah penontonnya sbo atau jtv itu jauh lebih kecil jadi kita justru melihatnya berdasarkan jumlah penontonnya gitu ceritanya

Peneliti : ohhh gitu toh bu, iyaiya

Kabag humas : terus kalo majalah kita eehm karna majalah itu juga ini yaa eehh spesifik gitu baca, maka yang kita pilih, majalah yang memang segmennya itu kalau anak muda udah enggak lihat seperti itu

Peneliti : ah iyaa bu iyaa

Kabag humas : kita pilih yang segmennya justru orang tua di majalahnya yang kita placement adalah Surabaya city gate itu majalah yang Surabaya, suara Surabaya, free max yang lihat kan eehh mereka yang misalnya dari taxi, naik taxi dari bandara ke ini kayak gitu, jadi kita lihatnya eehh berdasarkan segmentasi, kira - kira berpotensi untuk menjadi eeh target sasarannya.

Peneliti : berarti target sasarannya itu gak cuman apa kayak yang muda-muda aja ya bu, orang tua juga ya bu...

Kabag humas : iyaa, karena kan yang biayai kuliah itu orang tua, jadi kita segmennya kita bagi menjadi eeh beberaoa yang pertama itu anak sma yang calon sma, kemudian mahasiswa itu sendiri segmennya mahasiswa, kemudian alumni

Peneliti : ohh alumni juga ya bu yaa...

Kabag humas : ya segmen alumni yang diatasnya mahasiswa usia mahasiswa umur 30, umurnya ini mungkin dari 14 ke 19 itu yang belum mahasiswa maksudnya calon mahasiswa, 14 ke 18 lah, terus kemudian 19 ke 25, 25 ke 35 terus 35 ke atas itu eeh target target marketnya

Peneliti : hmm heeh bu paham, terus berapa kali sekali satu bulan itu istilahnya melakukan kegiatan periklanan itu bu?

Kabag humas : kalau periklanan itu tadi secara periodik yang sudah pasti kita pasang iklan....

Peneliti : ohh yang tadi itu bu yang empat tadi ya bu...

Kabag humas : heeh iya itu, adalah pmb, kemudian wisuda

Peneliti : berarti dalam satu tahun ya bu itungannya

Kabag humas : iya betul, wisuda itu ada dua periode itu, hari besar terutama hari besar idul fitri dan tahun baru

Peneliti : terus kelebihan dan kekurangannya sendiri bu dari periklanan yang itu pilih gitu itu?

Kabag humas : kalau media cetak sebenarnya karna konsumennya semakin sedikit yaa itu

Peneliti : iyaa bu iyaa

Kabag humas : tapi eeh fungsinya beriklan di media konvensional eeh apakah itu koran atau majalah sebenarnya supaya kita eeh terlihat, dimuat, iklan kita dimuat, eeh juga ini eeh media relations jadi kita harus tetep menjaga relasi dengan media kan, nah selama ini kan kita me ngundang media kalau kita punya acara kita beritakan, kita ini, mereka beritakan, kita undang untuk apa press conference kita ini, nah apa namanya eeh benefitnya buat mereka apa, sebenarnya kita bukan, bukan mau apa ya semacam ee membeli dalam tanda kutip jurnalis enggak, tapi kan juga mesti ini ya mesti punya eeh imbal balik apa yang bisa berikan sebagai kontribusi untuk industry media cetak

Peneliti : berarti feedback gitu ya bu?

Kabag humas : heeh iyaa industry media cetak itu kan kita bagian dari

Peneliti : berarti kekurangannya ya di media cetak itu ya bu karna kurangnya konsumen itu tadi ya bu ya?

Kabag humas : eeh semakin sedikit tapi kita memang belum punya ukurannya, belum punya sejauh apa keberhasilannya

Peneliti : kalau kelebihannya itu bu

Kabag humas : kalau kelebihannya ya itu tadi eeh selain kita beriklan, kita juga mendapatkan media relations, kemudian bagaimanapun walaupun hanya eeh sekilas tapi iklan itu kan membuat orang eeh inget brand kita oh untag untag untag, kayak sekarang kita misalnya untag itu eco campus yah mbak, untag itu merah putih ya mbak, yang identik dengan eeh apa eeh imagenya, image-image identik dengan untag.

Peneliti : simbol-simbolnya gitu ya bu

Kabag humas : eeh iya identik-identiknya untag itu

Lampiran 3 Transkrip Wawancara Kabag Humas

Transkrip hasil wawancara peneliti dengan Kabag Humas

(promosi penjualan)

Nama informan : A.A.I Prihandari Satvikadewi, M.Med.Kom
Pendidikan terakhir : S2
Jabatan : Kabag Humas Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Tanggal wawancara : 11 April 2019

Peneliti : bagaimana bentuk promosi Untag Surabaya ?

Kabag humas : promosi penjualan kayak sekarang sempet ke ini ya ke Jatim Expo, itu promotion of selling, memang sebenarnya siapa sih yang kita sasar sebagai calon konsumennya untag sasarannya itu pada dasarnya kan mahasiswa tapi kita kan sebagai lembaga pendidikan itu kan tidak boleh hanya mengandalkan kepada pembayaran spp mahasiswa, sehingga spp mahasiswa itu tidak sepenuhnya digunakan untuk operasional universitas ini tapi juga untuk pengembangan responsibility itu, nah kemudian kan tapi bagaimanapun dana itu diolah nah itu diolah bagaimana caranya lebih ke manajemen keuangan baik di rektorat maupun di yayasan, nah tugas kita untuk memasarkan ini produk kita pertama layanan pendidikan itu sendiri, kemudian layanan penelitian, dan layanan pengabdian. Kalau layanan pendidikan itu kan melalui mahasiswa yang tri dharma, tri dharma itu adalah apa itu produk dari pendidikan nah terus produk dari pendidikan tinggi yang untuk pendidikan itu kan kita punya s1 s2 dan s3 nah inikan masing-masing sasarannya itu beda, s1 itu untuk mahasiswa usia yang sebenarnya tidak ada maksimal, mungkin seperti yang baru lulus Sma, s2 untuk lulusan s1, dan s3 untuk lulusan s2, masing-masing punya treatment kalau s1 karena memang dia semacam general education itu semua lulusan Sma itu tertarik untuk lebih banyak yang tertarik daripada lulusan s1 ke s2, kalau untuk Sma kita personal sellingnya bermain dengan gimick-gimick seperti ini loh di untag nanti begini, lebih ke apa namanya mengedepankan

bagaimana kehidupan mahasiswa kalau diuntag sendiri, sehingga mereka memiliki bayangan kalau masuk untag itu kaya begini gitu. Nah ditunjang dengan mekanisme di penerimaan mahasiswa baru, kan kita itu untuk biaya pendaftaran itu kan seharusnya sudah include semua tapi kan apa biaya registrasi formulir itu kan lima ratus ribu perorang nah itu kita melakukan diskon itu merupakan dari personal selling yang kita pakai, diskon itu tidak hanya untuk s1 tetapi juga untuk s2 dan s3, kemudian mekanisme diskon ini tidak hanya untuk pendaftaran misalnya apa namanya uang gedung itu istilahnya dpp ada diskon yang sekarang berdasarkan gelombang 1 gelombang 2 gelombang 3 semakin awal semakin besar diskonnya. Kemudian, diskon untuk misalnya lulusan terbaik.

Peneliti : Kalau itu bu untuk anak karyawan?

Kabag humas : Alumni dari s1 ke s2, atau s2 ke s3 itu otomatis juga ada diskonnya khusus, terus anak karyawan, anak alumni jadi kaya keluarga gitu yang diterapkan sebagai gimmick-gimmick pemberi diskon, yang kita gunakan memang diskon untuk personal selling

Peneliti : Kenapa memilih menggunakan bentuk promosi tersebut bu?

Kabag humas : Karna kita kan produknya pendidikan, kita nggak punya hal unik yang terlalu berharga kaya personal sellingnya kita punya susu kita bisa ngasih voucher atau hadiah produk itukan kita nggak mungkin ngasih oke kamu daftar disini berlaku untuk temenmu, temenmu gratis kan ya nggak mungkin kaya gitu jadi yang paling benar itu ya diskon. Kalau untuk apa namanya benevit personal selling itu lebih ke pendekatannya apa calon konsumen itu merasa mendapatkan sesuatu yang lebih, nah kalau di penjualan yang di untuk pendidikan kan itu, kalau penelitian pengabdian bentuknya benevitnya si siapa namanya sasaran dari penelitian itu pengabdian itu kan dari masyarakat, penelitian itu kita kan ga mungkin jualan penelitian terus yang mungkin adalah pengabdian sebuah suatu personal selling kalau kita kn, itu maksudnya di sinergikan. Misalkan gini, kita kn digresik kan ada semacam mou misalkan untuk perangkat desa kalau mau masuk untag ada diskon itu tuh sebagian dari personal selling

- Peneliti : Berarti kayak periode promosi penjualan itu dilakukan setahun sekali ya bu pendaftarannya?
- Kabag humas : Hmm setahun 2 kali, kalau apa namanya pendaftaran itu kan bulan february ya
- Peneliti : Bagaimana cara menyampaikan kepada publik agar promosi penjualan dapat tersampaikan dengan baik?
- Kabag humas : Kalau mengkomunikasinya lewat brosur, website kemudian iklan-iklan itu kita pasti, itu kan bagian dari promosi
- Peneliti : Kalau yang disekolah-sekolah itu termasuk kerjasama juga bu?
- Kabag humas : Iya itu juga termasuk dari promosi selling karena kita memberikan semacam apa ya, namanya itu cpv contact person ya di suatu sekolah itu kan ada yang namanya guru bk, nah kita dari sekolah kita punya moU dari sekolah itu ada dari sekian anak daftar ke untag itu kita memberikan cpv itu lebih ke apresiasi karena kan itu sifatnya membantu kita untuk misalnya mengumpulkan anak, mengumpulkan mahasiswa, calon mahasiswa menjelaskan, itu berarti kan mengapresiasi kan kita
- Peneliti : Kalau kekurangannya sendiri bu?
- Kabag humas : Kalau kekurangannya itu kan dalam satu pameran yang datang paling banyak ya 1000-3000 kalau pamerannya besar, tapi kalau di media kan bisa lebih dari itu yang artinya kalau pameran seperti sekarang ini kan dan pameran itu kayak udah pada saat itu aja kalau media itu kan kita lebih banyak.

Lampiran 4 Transkrip Wawancara Kabag Humas

Transkrip hasil wawancara peneliti dengan Kabag Humas

(penjualan personal dan pemasaran langsung)

- Nama informan : A.A.I Prihandari Satvikadewi, M.Med.Kom
- Pendidikan terakhir : S2
- Jabatan : Kabag Humas Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
- Tanggal wawancara : 11 April 2019
-
- Peneliti : terus ya bu lanjut, bagaimana penjualan personal yang dilakukan untag sendiri bu?
- Kabag humas : penjualan personal yang dilakukan untag ya itu tadi dengan diskon tadi
- Peneliti : ooh penjualan personal tadi apa face to face langsung itu bu?
- Kabag humas : eeh enggak, kan personal selling itu kita kan materinya udah ada ya misalnya diskon, nah kalau personal sellingnya kita sampaikan melalui pmb yakan, yang menyampaikan pmb, kalau face to face ya sudah pasti ya langsung berinteraksi lewat pameran kita sampaikan program-program personal sellingnya.
- Peneliti : berarti bentuknya ya event itu pameran itu ikut pameran terus diskon gitu.
- Kabag humas : bentuknya kan diskon, personal selling itu kan bentuknya diskon, pemberian diskon, bagaimana menyampaikan program personal selling itu kan disampaikan melalui pameran, melalui brosur, media, melalui face to face, jadi yang memang di apa di sampaikan eeh kepada konsumen secara personal...
- Peneliti : berarti pada intinya memang hampir sama ya bu ya sama promosi penjualan gitu kan?

- Kabag humas : promosi penjualannya kana pa eeh apa ehh promosi penjualannya kan si ini tadi apa programnya nah personal sellingnya itu kan gabisa dipisahkan
- Peneliti : ohh iya paham paham berarti promosi penjualan programnya terus personal sellingnya tindakannya ya bu
- Kabag humas : iyaa
- Peneliti : paham paham bu, berarti langsung ke pemasaran langsung saja bu, terus kalau pemasaran langsung bagaimana bu melakukan kegiatan itu?
- Kabag humas : pemasaran langsung eeh kita yang pertama kalau pemasarn langsung ya memang palcenya di untag kita maksudnya gini kita enggak ngomong tentang prodak, place, price, dan promotion. Placenya kita kan ya hanya ada disini...
- Peneliti : heeh bu...
- Kabag humas : eeh kita gapunya misalnya kantor perwakilan di Jakarta, kantor perwakilan enggak ada, jadi kalau misalnya penjualan langsung ya orang harus datang kesini itu satu, yang kedua itu adalah website jadi placenya kita sekarang ini ada do tempat ini yang secara personal, yang seacara langsung, ada yang secara virtual, nah kalo virtual itu tempatnya adalah di web...
- Peneliti : oh berarti pemasaran interaktif juga ada ya bu yaaa...
- Kabag humas : iyaa heem, pemasarannya kan orang langsung beli kita, kalau beli kita itu kan kita sudah bisa online, artinya kita beli token, mendaftar secara langsung kan sudah bisa, nah atau mereka datang kesini beli formulir secara langsung dan cash
- Peneliti : berarti sekarang formulir online juga bisa ya bu...
- Kabag humas : bisa, sudah bisaa...
- Peneliti : terus, berarti eeh bentuk pemasaran langsungnya ya itu tadi ya bu...
- Kabag humas : heem iyaaa...

Peneliti : orang datang kesini langsung...

Kabag humas : kalau pemasaran langsung kan pasti konsumen datang ke tempat produk itu tadi kan

Peneliti : heeh iya bu pasti itu, terus eeh bagaimana cara menyampaikan kepada public bu agar pemasaran langsung dapat tersampaikan?

Kabag humas : kita lewat iklan, eeh kan pasti kita mencantumkan alamat website kita...

Peneliti : untuk mereka datang ke kitaa...

Kabag humas : jadi kita menyampaikan kepada target market atau public ya, lewat iklan itu, lewat website, lewat brosur, eeh apa namanya lewat eeh banner

Peneliti : heeh yang apa tadi itu ya bu yaa... video tron

Kabag humas : video tron...

Peneliti : kelebihanannya dari metode ini apa buk?

Kabag humas : eeh kalau kelebihan kayak misalnya setiap tahun kita punya target pendaftar mahasiswa baru itu 3000-3200 nah selama 10 tahun terakhir ini atau setidaknya 5 tahun terakhir ini itu kita selalu mencapai target, itu saya pikir bisa dijadikan tolak ukur kelebihan ya, bahwa mereka tahu mereka mendaftar dan mereka berkuliah sampai lulus disini itu eeh menurut saya ukuran yaa kelebihanannya

Peneliti : terus kekurangannya sendiri apa buk?

Kabag humas : kekurangan dari pemasaran langsung

Peneliti : iya pemasaran langsung untagnya sendiri bu

Kabag humas : eeh kalau dilihat dari hasilnya ke pemasaran langsung, kekurangannya dalam mungkin justru evaluasi dari kita sendiri sih, dari bagaimana pemasaran langsung itu diakses oleh calon mahasiswa, mereka kan otomatis kalau tidak bisa eeh online harus datang kesini, nah kalau harus datang kesini itu kan berarti butuh biaya kesini gitu kan, kemudian mungkin jauh dari orang tua, ya itu

untuk sementara karena memang kita tidak menyediakan kelas jauh atau eeh cabang untag cabang ini walaupun kita misalnya ada untag Surabaya, untag Cirebon, untag Semarang, tapi kan kita tidak saling terkait, nah kalau kelemahannya ya memang pemasaran langsung ya kalau yang non virtual direct mereka mau enggak mau ya harus datang...

Peneliti : heem iyaa buu

Kabag humas : sejauh apapun itu yaa, kalau yang virtual yaa mereka mau gak mau harus terkoneksi internet

Peneliti : iyaa mau gamau harus ada internet...

Lampiran 5 Transkrip Wawancara Kabag Humas

Transkrip hasil wawancara peneliti dengan Kabag Humas

(pemasaran interaktif)

Nama informan : A.A.I Prihandari Satvikadewi, M.Med.Kom

Pendidikan terakhir : S2

Jabatan : Kabag Humas Universtas 17 Agustus 1945 Surabaya

Tanggal wawancara : 11 April 2019

Peneliti : eeh langsung ke pemasaran interaktif ya bu a, apakah untag Surabaya melakukan metode pemasaran interaktif bu?

Kabag humas : iyaah, kita melalui social media...

Peneliti : ohh ada social media juga ya bu?...

Kabag humas : iyaa, social medianya kita kana da facebook, instagram, eeh youtube dan twitter...

Peneliti : heeemm iyaa bu

Kabag humas : nah, itu kan kita ada admin yang memang menangani untuk pemasaran itu...

Peneliti : web juga termasuk ya bu?

Kabag humas : web juga termasuk tapi kita tidak ada aktivitas interaksi di web, kecuali kalau di siakad, kalau ineraktifitasnya di media social, web enggak, web hanya searah...

Peneliti : ooohhh begitu...

Kabag humas :iya web hanya searah, hanya sebagai media...

Peneliti : ohhhh, terus eehmm bagaimana untag Surabaya dalam melakukan kegiatan pemasaran interaktif bu?

- Kabag humas : ehh yaa, kita menyampaikan mempromosikan apa yang kegiatan kegiatan yang dilaksanakan untag, pencapaian-pencapaian untag, kemudian eeh program yang ditawarkan untag, misalnya kita punya fakultas ada berapa ya kayak gitu-gitu
- Peneliti : ohh heem heem buu, kalau masalah fasilitas juga dikasih tau nggak bu?
- Kabag humas : iyaa, ya dikasih tahu
- Peneliti : terus, kenapa memilih bentuk pemasaran interaktif itu bu?
- Kabag humas : pertama karna memang pasarnya menuntut begitu yakan, jadi kita harus menyesuaikan diri beradaptasi dengan target market
- Peneliti : tapi banyak ya bu...yang maksudnya lewat social media, tanya-tanya di social media gitu bu?
- Kabag humas : sejauh ini banyak, cukup banyak eeh terutama lewat Instagram, twitter, kemudian eeh karna mereka melihat ada respon dari kita otomatis kita berinteraksi itu terjadi...
- Peneliti : terus bagaimana cara menyampaikannya ke public bu?
- Kabag humas : kalau cara menyampaikannya kan kita mengikuti sebenarnya memanfaatkan mengoptimalkan fasilitas-fasilitas yang sudah disediakan oleh social media ya, seperti kalau Instagram itu ada story, ada eeh apa namanya repost itu kita optimalkan itu aja, kemudian facebook sekarang ada story, ini line
- Peneliti : berarti selalu update ya bu yaa...
- Kabag humas : iyaa....
- Peneliti : terus kelebihanannya bu...
- Kabag humas : kelebihanannya ya itu tadi ya, kita jadi bisa berinteraksi dengan mahasiswa dan terutama kalau social media itu mahasiswa kalau calon mahasiswa itu belum, jadi kalau social media itu memang eeh digunakan oleh mahasiswa, kalau calon mahasiswa alumni, itu sepertinya tidak, ya mungkin mereka update tapi enggak interaktif, enggak nanya-nanya tapi komen

Peneliti : berarti itu termasuk kekurangannya ya bu, istilahnya calon mahasiswa enggak seberapa interaktif ke social media ya bu...

Kabag humas : eeh mungkin itu kita belum pernah membuat sebuah eksemain atau mengetes, tapi ada beberapa dugaan, bisa jadi informasinya sudah cukup jelas atau bisa jadi eh apa namanya mereka tidak membutuhkan, kita belum cek realnya ke lapangan seperti apa

Peneliti : berarti kekurangannya ya itu tadi ya bu...

Kabag humas : kalau kekurangannya social media yaa segmennya sangat spesifik

Peneliti : cuman yang itu-itu aja ya bu, orang tua enggak pake sosmed

Kabag humas : heem iyaa...

Lampiran 6 Transkrip Wawancara Kabag Humas

Transkrip hasil wawancara peneliti dengan Kabag Humas

(Hubungan Masyarakat)

Nama informan : A.A.I Prihandari Satvikadewi, M.Med.Kom
Pendidikan terakhir : S2
Jabatan : Kabag Humas Universtas 17 Agustus 1945 Surabaya
Tanggal wawancara : 11 April 2019

Peneliti : untuk humas sendiri bu, apakah untag melakukan kerjasama dengan media?

Kabag humas : iya untag melakukan kerjasama dengan media, walaupun tidak secara spesifik MoU

Peneliti : oh enggak pake bu...

Kabag humas : kita MoU itu justru dilakukan dengan eehmm kalo media itu MoU, MoU itu banyak dilakukan oleh program studi karna itu kan kaitannya dengan kerjasama mereka diluar pembertiaan, lah kalau dengan pemberitaan kan kita tidak punya hak untuk menginterfrensi media, kalau kita pasang iklan ya kita tetap bayar, kalau kita meminta diberitakan ya mereka tetep punya independensi untuk menentukan mana yang layak mereka beritakan, jadi bukan berarti karena kita bekerjasama mereka pasti memuat enggak

Peneliti : itu sama siapa saja bu yang tv tadi metro tv, sbo..

Kabag humas : ohh enggak, kita hamper semua, hamper semua media itu kan kita punya daftar sekitar 64 media yang kita kerjasama kan tergantung acaranya, seperti halnya acara hari kartini, kita share ke media-media yang segmennya perempuan....

Peneliti : ohhh iyaiyaa...terus event apa yang sudah dimuat oleh humas bu untuk mempromosikan Untag bu?

Kabag humas : itu kayak kemaren Eco Fest buat sebuah pameran ehh ada shownya disitu ehh apa namanya karena kita eco campus ya kita tonjolan dalam eco fest kita membuat sebuah kegiatan di dalam mall Royal Plaza, kemudian kita bikin misalnya acara yang cukup eehhmm apa rutin itu adalah jalan sehat itu, terus wayang itu kan memang harus adakan karna memang sebagai salah satu ciri khasnya Untag sendiri, karena wayang jarang ya yang menyelenggarakan, kalau kampus yang konsisten menyelenggarakan itu ya Untag

Peneliti : terus bagaimana strategi kampanyenya humas sendiri bu?

Kabag humas : strategi kampanye humas sendiri humas itu pada dasarnya kita mengoptimalkan media untuk membuat apa yang sudah kita kerjakan itu dikenali tidak hanya terbatas pada iklan, yang terpenting humas itu publiknya kan public eksternal dan internal, yang kita kerjakan itu kan dengan relasi media itu ehh strateginya kita menjalin kerjasama seperti kalau misalnya ada media yang ulang tahun ya kita datang atau kita support atau ada kegiatan yang konferensi atau apa. Nah kalo yang internal itu bagaimana kita menjembatani semua kebutuhan komunikasi antara si aktivitas akademika, kalau yang eksternal kan memang kita stakeholdernya ada pemerintahan, terutama yang itu

Peneliti : lalu apakah humas Untag melakukan bekerjasama dengan pihak luar?

Kabag humas : ohh iyaa, heeh kalau pihak luar itu macem-macem ya, jadi kita misalnya membuat eeh event kan pasti harus ada pendukung acara, nah pendukung acaranya itu kita bekerjasama dengan pihak luar...

Peneliti : kayak kemaren yang di Royal Plaza itu ya bu...itu pakai MoU juga nggak bu?

Kabag humas : iyaa...pasti harus ada MoU

Peneliti : itu kayak gitu itu bertahan nggak bu? Bertahan setahun kayak gitu apa enggak

Kabag humas : iya jangka waktunya MoU itu kan ditentukan berdasarkan sifat kerjasamanya eeh lebih detailnya ke BKUI gimana mekanismenya...

- Peneliti : oh berarti yang mengurus BKUI, humas yang tinggal menjalankan ya bu....
- Kabag humas : heeh iyaa benar dengan perhumas
- Peneliti : bagaimana bentuk kerjasamanya bu?
- Kabag humas : bentuk kerjasamanya sih saling support ya, seperti ehh RRI, gitu yaa. Nah RRI dia memberikan kita slot acara apa untuk siaran nah kita akan menyediakan materinya. Materinya maksudnya itu pada setiap minggunya atau disetiap bulan maka kita menyiapkan narasumber yang dari Untag sendiri, kan dari pihak mereka mendapatkan keuntungan konten nah kita mendapatkan keuntungan publikasi kira-kira kayak gitu
- Peneliti : terus ehh ketika ada beberapa hal kegiatan yang tadi bu kayak periklanan dan lain- lain, yang perlu di follow up, apakah u=humas selalu memfollow up kegiatan tersebut bu?
- Kabag humas : iyaa, di follow up itu pasti iya mbak, di follow up itu dalam hal dilaksanakan atau tidak dilaksanakan itu tergantung kebutuhan kita, seperti misalnya ada tawaran beriklan di iklan majalah apa post mo, yak ta tindak lanjuti dnegan mengatakan ya, ini kita bukan segmennya otomatis kita tindak lanjutnya pasti semua di tindak lanjuti, apakah bentuk tindak lanjutnya itu seperti apa, itut ergantung kepentingan kita...
- Peneliti : terus bagaimana cara humas memfollow up bu?
- Kabag humas : kita membalas surat, kemudian mengkonfirmasi jadi gak jadi kita harus menyampaikan enggak boleh di cuekin.
- Peneliti : iya bu nanti enggak mau kerjasama lagi ya bu...
- Kabag humas : iyaa benar...
- Peneliti : ya sudah bu itu saja kalau gitu, terima kasih banyak ya bu atas waktunya....
- Kabag humas : iya sama-sama mbak...
- Peneliti : selamat siang bu...

Kabag humas : iya selamat siang mbak

Lampiran 7 Transkrip Wawancara Kabag BKUI

Transkrip hasil wawancara peneliti dengan Kabag BKUI

Nama informan : Wiwin Widiasih, S.T., M.T.

Pendidikan terakhir : S2

Jabatan : Kabag BKUI Universtas 17 Agustus 1945 Surabaya

Tanggal wawancara : 5 April 2019

Peneliti : selamat siang bu...

Kabag BKUI : iya...selamat siang mbak, langsung aja yas saya jelaskan terlebih dahulu. Bagian kerjasama gitu kan, kerjasama dengan untag itu membuat spirit itu sendiri, jadikan universitas punya visi misi nih, nah misi ketiganya itu berbunyi menjaring networking dengan institusi dari dalam negeri maupun luar negeri makanya kita dibentuk sebuah kerjasama itu kan jadi ada kaitan kita punya organisasi kan punya visi misi kita harus ada muncul bentuk ini itu kan, jadi kan ada struktur organisasi nah itu harus inline, jadi buat organisasi pun kita tidak ada fungsinya, kan dibentuk, tapi kita ada fungsinya ya itu tadi untuk mengoptimalkan tri dharma perguruan tinggi jadi kalau universitas itu tri dharma pendidikan penelitian ambek opo sijine pengabdian masyarakat. Untuk itu, namanya kantor urusan kerjasama kemudian menjadi bagian kerjasama, inikan bu sari rektornya urusan kerjasama

Peneliti : Nah saya juga kaget kok bukan KUK namanya bu hahaha

Kabag BKUI : Nah iya habis itu pas pak nub menjabat itu bagian kerjasama, kemudian 2017 kan terus tahun 2018 ada sk rektor lagi ikita berganti menjadi bagian kerjasama internasional

Peneliti : Berarti dalam atau luar negeri juga

Kabag BKUI : Iya betul, sebenarnya dulu itu sudah ada, maksudnya kantor kerjasama itupun untuk poksi ya kita ngomongnya tugas pokok dan fungsi, poksi itu kita sudah ada dalam negeri maupun luar negeri tapi kan tidak tampak dijudulnya, makanya bapak rektor mengganti

bagian urusan kerjasama internasional ini sesuai arahnya dikt, dirjen kelembagaan, jadi memang harus ada internasionalnya

Peneliti : Berarti kayak, misalkan dari thailand datang disini nih itu ibuk yang mengurus

Kabag BKUI : iya di aku

Peneliti : Kalau ada yang kkn diluar negeri itu ibuk juga yang mengurus

Kabag BKUI : Iya di saya, terus habis itu gimana perannya kan aku wes bikin visi misinya yaitu menjangkit jaring menjadikan universitas unggul berbasis dan berbangsa, universitas yang berkarakter bangsa ini diambil dari visinya untag terus habis itu ini gimana membuat kerjasama yang kondusif dan gitu gitulah dan yang pasti ini secara berkesinambungan itu kan terus menerus kan itu sampai gak berhenti gitu kan paling tidak ada ininya

Peneliti : berarti visi misinya terlaksana itu bagaimana bu?

Kabag BKUI : Jadi ini saya punya tujuan dan strategi nanti maksudnya mencapai ini kan jadi melakukan apa, perencanaan, terus juga pelaksanaan, terus juga implementasi, jadi kerjasama itu nggak hanya dokumen kayak kemaren-kemaren ya memang kita dokumen-dokumen itu kan maksudnya kerjasama kayak tanda tangan, tapi harus ada implementasinya jadi misalkan kerjasama dengan unitomo kayak kemaren, kita sudah ada kerjasama nih, nah kita buat workshop-workshop sama antara untag dengan unitomo jadi workshop tentang penulisan artikel karya ilmiah dan presentasi, semua kegiatan sih sebenarnya mahasiswa yang thailand itu pun dia kesini study juga merupakan program implementasi dari kerjasama itu banyak macemnya.

Peneliti : Oh itu berarti study exchange ya bu

Kabag BKUI : Iya kalau mereka yang kesini itu study exchange kalau kita kesana itu kkn soalnya kan jadi, ketika mahasiswa kesana dan mereka kesini itu ada nilai untuk masuk kesks itu loh, jadi nilai 2 sksnya dia itu

Peneliti : Berarti dia juga ikut kuliah disini, itu kan tadi kerjasama kayak unitomo kita ngadain workshop, selain workshop itu ada gak bu?

- Kabag BKUI : Ada beberapa join riset itu kita melakukan penelitian sama, jadi saya rencananya itu (ngobrol dengan orang lain). dulu itu ada namanya pema, pema itu antara (menit ke 05:43). Jadi itu kita membuat internasional coference itu bisa, jadi pernah dulu disini tahun 2016 disurabaya kita jadi hostnya dan mereka juga dateng dan bikin acara itu
- Peneliti : Berarti penelitiannya bukan Cuma dalam negeri aja ya bu tapi luar negeri juga
- Kabag BKUI : Iya gitu, jadi kita bikin papper bersama
- Peneliti : Terus hasilnya itu bu kita bagikan kemana? Kemereka juga?
- Kabag BKUI : Iya dipublikasi, kalau publikasi kan kita ada nilai opo yo istilahe ada nilai hukumnya, nah itu kita dapet mereka juga dapet, jadi hasil risetnya bersama terus publikasinya juga bersama juga gitu, terus opo maning yo, knk pengabdian itu kan kita ke wonosalam, itukan kita kerjasama sama pemkad jombang itu juga implementasinya itu
- Peneliti : Oh berarti kaya kerjasama tempat gitu
- Kabag BKUI : Tempat itu bisa, kabupaten, kota, provinsi
- Peneliti : Berarti bukan Cuma universitas itu ya buk ya
- Kabag BKUI : Asosiasi itu juga bisa, misalkan IWAPI itu kan Ikatan Wanita Pengusaha itu IWAPI sama kita
- Peneliti : kalau yang acara apa itu bu, youth youth apa itu...
- Kabag BKUI : youth innovation fun, itu sama EQWIP. EQWIP juga kerjasama sama kita kan
- Peneliti : ohhh, itu berarti juga awalnya ke ibuk dulu
- Kabag BKUI : iyaa, kalo kita sebenarnya itu bagian dokumen ya jadi seperti pintu, nanti implementasinya bisa kemana mana bisa ke fakultas teknik, bisa ke psikologi.
- Peneliti : Berarti ibuk itu sebagai proposal awalnya

- Kabag BKUI : Iya, kayak ini kan bisa dirasakan semuanya toh, maksudte bisa masuk ke psikologi, ekonomi, teknik, sastra juga bisa
- Peneliti : Terus kerjasamanya sama siapa aja bu
- Kabag BKUI : Wakeh Cuma waktu dulu belum terdokemen, kita kelemahannya sih belum terdokemtasikan (berbicara dengan orang lain). Kita ada dokumen tapi implementasinya itu apa sih kan itu juga didokumentasikan, sekarang udah lumayan ada, kan saya disini mulai tahun 2017 akhir masuknya
- Peneliti : Berarti setiap kita di unitomo, di ubaya, impelemntasinya beda-beda
- Kabag BKUI : Beda-beda itu tergantung kita perjanjiannya gimana, macem-macem
- Peneliti : Berarti itu publikasinya sama bu, maksudnya kaya penelitian tadi disana ada publikasi disini ada publikasi mereka juga kaya gitu?
- Kabag BKUI : Iya gitu, terus apalagi ya data kerjasama uwes
- Peneliti : Ohya bu perencanaannya buat kaya impelemntasinya tuh gini-gini gimana bu?
- Kabag BKUI : Perencanaannya ini tiap bulan, kita ini kan diuniversitas ada tor daerah b itu pegajian jangka ininya 1 tahun diseeting 1 tahun, tapi nanti tiap bulannya itu kita setting lagi
- Peneliti : Oh bearti 1 tahun itu di breakdown 1 bulan?
- Kabag BKUI : Iya perbulan, jadi misalkan kayak kan ini saya mau merencanakan impelementasi mou dengan muhammadiyah surabaya nah itu bulan sek saiki bulan opo yo, april, bulan mei ini kami sudah mulai bikin temanya apa workshopnya apa, nah rencana itu kita dengan muhammadiyah surabaya kan uda pre mou ya mendapatkan konken thailand dari salah satu professornya dia itu jadi lokakarya, nah kedua belah pihak , jadi si muhammadiyah ini 1 hari disini, 1 hari di muhammadiyah , jadi tiap bulan kita mesti ngereview
- Peneliti : Iyo nanti bulan berikutnya aku mau siapa ya, muhammadiyah kan udah, narotama gitu, sekarang sih muhammadiyah

- Kabag BKUI : Iyo nanti bulan berikutnya aku mau siapa ya, muhammadiyah kan udah, narotama gitu, sekarang sih muhammadiyah
- Peneliti : Tapi konsepnya sama bu?
- Kabag BKUI : Beda-beda, tapi paling nggak seputaran tri dharma itu, jadi karena ini kita harus relevan dengan misi visi, kan kita tri dharma bearti ya itu
- Peneliti : Aktivitas bkui itu kaya gitu aja ya bu? Maksudnya kaya perencanaan terus impelemtasinya? Monitoring itu ada nggak ya bu?
- Kabag BKUI : Monitoring itu ada, monitoring evaluasi itu ada, jadi kita ada form nanti kamu bisa buka buka website itu ada laporannya pertahun
- Peneliti : Websitenya apa bu?
- Kabag BKUI : KUK@UntagSurabaya, nanti bisa dilihat evaluasinya dari situ, ada ininya jadi kita ini caranya itu pake kuisisioner, nah kuisisioner itu nanti diisi nah laporane ada beberapa tahun itu tadi kita unggah, iki namae sek KUK tapi gapopo soale identik. Tapi kerjasama yang paling bagus sih sejauh ini penilaiannya ya (11:40), karena dia pertama internasional, kedua kegiatannya itu bener-bener banyak maksudnya nyata implementasinya, terus ketiga komitmen antara dua ini loh terjaga, habis itu ada dana jadi tuh dia ada dana dari pemerintah, karena mereka dapet dari pengajuan
- Peneliti : Berarti mahasiswa kita yang kesana itu gimana bu?
- Kabag BKUI : Mereka yang kesini, mereka yang ngasih dana ke untag, makanya kalau volunteer volunteer itu dibantu untuk memfasilitasi
- Peneliti : Terus yang paling sulit bu kerjasama dengan siapa bu?
- Kabag BKUI : Ini sih kalau saya ya kan gak ngikutin yang waktu dulu-dulu misalkan gini-gini, nah kelemahannya itu kontak, jadi kontak mereka itu gak ada jadi ya agak susah, kemudian dengan sejumlah banyak ini kita harus milih mana yang potensial, karena kan setaun ada 12 bulan kan, jadi yang bener bener kegiatan yang ini sih, kadang kita jugta melakukan kegiatan yang ini gak hanya saya ya, menggerakkan

fakultas-fakultas juga, fakultas kamu kerja impelementasinya apa nanti bisa di atur

Peneliti : Kalau hotel tuh (manggil orang). Kalau perencanaan itu melibatkan siapa aja bu?

Kabag BKUI : kalau perencanaan itu dikita aja

Peneliti : Kalau impelentasinya

Kabag BKUI : Kalau impelementasinya bisa dua duanya

Peneliti : Terus kalau kaya hotel-hotel ini bu?

Kabag BKUI : Hotel ini tuh kemaren tergantung kerjasamanya kaya apa, hotel ini tuh kaya memgasilitasi inilo, waktu itu kan konfrensi internasional tempatnya disitu, terus habis itu kan dia menyediakan kamar kalau diskon pas pesen-pesen gitu, kalau yang lain-lain ya dari dana

Peneliti : Tapi gini ini tuh bisa ga bu langsung dari tempatnya juga?

Kabag BKUI : Kalau ini aisec itu kan budaya, bahasa dan budaya

Peneliti : Terus evaluasi itu inti juga bu?

Kabag BKUI : Iya kalau evaluasi, evaluasi tuh dikita sih lebih tepate, di internal. Nah kalau pt pt itu masi sedikit.

Peneliti : PT PT itu kaya apa?

Kabag BKUI : Kaya asuransi, asuransi kan buat ini toh mahasiswa yang kerja

Peneliti : Kalau kaya net?

Kabag BKUI : Itu humas, sama kaya RRI,

Peneliti : Tapi masuknya diibuk dokumennya?

Kabag BKUI :Iya pokoknya pintunya sih awalan dokumennya nanti impelentasinya bisa orang sini. Kemaren itu yang terakhir itu ya pemkad jombang, jadi kita itu mau bikin banyak kegiatan salah satunya itu di desain alun-alun, nanti rencananya arsitektur

- Peneliti : Kenapa dijombang bu?
- Kabag BKUI : Karena potensial sih, terus dari sini kesana kan ga jauh banget terus pemkadnya terbuka.
- Peneliti : Itu buk yang kemaren itu, magang bumn
- Kabag BKUI : Iya itu salah satunya juga, salah satu program baru dimana bumn itu juga difhci, forum human capital indonesia dia itu mewadahi semua dan menghubungkan disana universitas-universitas itu jadi kita sudah mou.
- Peneliti : Berarti kalau ada yang daftar ibuk yang ngurus?
- Kabag BKUI : Iya isitilahnya itu kita falidatornya, nanti semua muaranya ke fhci, nah fhci memilih bumn mana yang tempat buat magangnya,
- Peneliti : Berarti ibuk hanya bagian validasinya saja terus yang milih tetep bumnya sana ya
- Kabag BKUI : Kan itu terpusat, jadi onlinenya itu pusat terus dia nanti tinggal pilih-pilih nah itu penempatannya seluruh indonesia
- Peneliti : Sudah ada yang daftar bu?
- Kabag BKUI : Ada, tapi harus ini kan 6 bulan, tapi kalian juga dapet uang sanga
- Peneliti : Terus kalau semisalkan udah selesai magangnya bu, itu nanti ke ibuk lagi?
- Kabag BKUI : Oh udah nggak, Cuma laporan
- Peneliti : Terus laporan magangnya itu ditaruh disana
- Kabag BKUI : Iya dibagian arsip, tapi ini yang tahun 2016 di kamboja, timor leste, kalau ditimor leste itu kebanyakan orang teknik itu ada kelas nya
- Peneliti : Ohya bu saya mau tanya kan kemaren saya lihat brosur baru itu, ada kelas internasional?
- Kabag BKUI : Internasional itu masih awal ya, itu ya kelas kita yang mahasiswa memlilih internasional dengan pengantar bahasa inggris, tapi kedepannya itu rencananya kita mau menggerakan beberapa

universitas diluar negeri untuk masuk, kan sebenarnya visi misinya itu adalah mahasiswa yang sekolah disini, tapi pelan pelan aja.

Peneliti : Kalau misal kan bu, misalkan ada mahasiswa yang mau pindah ke belanda, nah itu juga ngurusnya diibu juga?

Kabag BKUI : Pindahnya itu bagaimana maksudnya, jadi begini konsep yang double degree itu misalkan kan s1 4 tahun nih 2 tahun dibelanda 2 tahun disini, soalnya ada yang doni doni itu kan kemaren awalnya belum pindah kebelanda dari angkatan 2016, itu ternyata dia diterima dibelanda, akhirnya dia kuliah disana, kan dulu sempat kuliah disini, itu udah berapa tahun ya, tapi kan dia bukan program ini bearti dia sendiri

Peneliti : Saya kira kalau misalkan mau pindah keluar negeri itu harus mengurus dulu

Kabag BKUI : Oh nggak, kecuali yang kelas internasional itu tadi kan belum berjalan, tapi konsepnya mau seperti itu, misalkan kaya dia 2 tahun disini 2 tahun disana

Peneliti : Oh kayak ini ya bu jatuhnya kelas internasional rsbi tapi 2 tahun 2 tahun ya bu jatahnya

Kabag BKUI : Iya, bisa mungkin 3 tahun 1 tahun tergantung kesepakatan, itu masih sek –sek belum, kemaren itu 1 tahun pengurusan saya kemaren inginnya membenahi internal dokumen, sistem mau membenahi, nah tahun ini rencananya mau internasional sama impelemtasi-impelemtasi, jadi kan kita ada arahan toh, tapi itu buanyak loh mbak, pokoknya itu tantangan dan pelan pelan ae mbak (tertawa)

Peneliti : Terus anggotanya itu berapa orang?

Kabag BKUI : Ada 3, kalau bu voni itu kan (20:17-20:19) nah makanya itu pelan-pelan, terus sama pastinya di fakultas-fakultas kan ada, fakultas jalan kita hanya monitoring saja

Peneliti : Kalau untuk perencanaan dari sana ya bu?

Kabag BKUI : Iya bisa, dari sana juga bisa, paling kita istilahnya monitoring, dikit banget yo (tertawa)

Peneliti : Acara yang paling rame itu apa bu? Kerjasama itu?

Kabag BKUI : ya EQWIP itu, dan macem-macam eventnya, event itu biasanya kalau kaya kasih kuliah tamu ituloh, jadi materinya apa kamu pingin belajar gender, nanti dia bisa kasih materi itu, dosen kelas kan biasanya, kalau kita mau memperdaya volunteer itu boleh. Kalau diekonomi dia wirausahaan itu ada bisa kompetisi, pendapatan dana dan hibah, inovasi fun namanya jadi kaya pkm ngonoloh, terus dia punya bisnis apa terus nanti di kasi gambaran

Peneliti : Udah itu aja buk

Kabag BKUI : Selain ini unit apa aja, yang kamu teliti

Peneliti : Itu humas, ini, lsp, terus sama bem bu saya mau tanya bentuknya dia mempromosikan untag tuh kaya gimana, kan instalisasinya kan banyak toh buk

Kabag BKUI : Kan kalau humas sama kerjasama ada dijalur rektorat kan digaris strukturnya, humas itu untuk pencitraan media itu dihumas, kalau disini tuh lebih ke implementasi kerjasama, bisa blowup

Peneliti : Yaudah itu buk terimakasih

Kabag BKUI : oh iya sama-sama mbak

Lampiran 8 Transkrip Wawancara Direktur LSP

Transkrip hasil wawancara peneliti dengan Direktur LSP

Nama informan : Dr. Sumiyati MM.

Pendidikan terakhir : S3

Jabatan : Direktur LSP Universtas 17 Agustus 1945 Surabaya

Tanggal wawancara : 10 April 2019

Peneliti : Apa saja aktivitas LSP yang dilakukan itu sendiri?

Direktur LSP : Aktivitas itu sendiri ada external dan internal, kalau yang internal itu kita utamanya menguji kompetensi, didalam uji kompetensi itu alurnya ada di web lsp bisa langsung cek disana, disana udah ada alurnya, untuk teknisnya itu biasanya mahasiswa daftar itu kan ada pembekalan, mbaknya sudah pernah ikut ujian?

Peneliti : Iya mbak sudah

Direktur LSP : Kan ada pembekalan tuh, dari pembekalan kan langsung ujiannya, setelah itu akan ada pengumuman uji kemudian pembagian sertifikat, setelah itu ada kegiatan pengembangan skema, kan kemaren mbaknya ada pilihan mau milih apa, waktu itu mbaknya milih apa?

Peneliti : Okupasi officer itu mbak

Direktur LSP : Nah dulu di komunikasi Cuma ada penyiaran televisi, sekarang dikembangkan dengan adanya okupasi officer itu nanti kemungkinan akan ditambahkan lagi

Peneliti : Berarti setiap tahun akan berkembang dan berkembang lagi ya mbak?

Direktur LSP : Kemungkinan skemanya akan tetap mbak, itu salah satu rentetan kegiatan berbulan-bulan, terus, nah ibaratnya kan membuat yang buat uji itu, untuk membuat kegiatan yang apa namanya paling gede ini mbak deklarasi untag kampus kompeten itu ditahun 2012 dibulan

januari nah itu kita mendeklarasikannya untag itu kampus kompeten di lainnya masih belum ada, pertama kali yang mendeklarasikan itu untag

Peneliti : Kampus kompeten itu maksudnya karena adanya lsp itu ta mbak?

Direktur LSP : Iya, jadi tuh kita berbasis kompeten, kalau misalkan di bandingkan dengan lsp lainnya di universitas lain di unair itu baru punya 6 skema kalau dikita kan sudah 42 skema jadi dalam hal itu kita lebih unggul

Peneliti : Sebenarnya kalau disetiap kampus itu harus ada lsp itu sendiri gak sih mbak?

Direktur LSP : Nggak ada kewajiban, Cuma ada kewajiban mahasiswa itu punya pendamping ijazah salah satunya itu sertifiat kompetensi itu tadi, makanya untag mendirikan lsp

Peneliti : Nah untuk yang external itu gimana mbak?

Direktur LSP : Kegiatan itu salah satunya untuk pengembangan skema kita itu mengaitkan antara dunia pendidikan dan dunia usaha, jadi kita tidak berdiri sendiri, jadi tuh kita mempunyai mou dengan perusahaan-perusahaan yang dituju

Peneliti : Apa aja mbak?

Direktur LSP : Macem-macem sih mbak, setiap skema itu berbeda, misal tv kita itu apa namanya punya mou sama net tv

Peneliti : berarti lsp ini kan kerjasama dengan bkuk juga mbak? Apa sendiri?

Direktur LSP : Sendiri, jadi kita itukan ada skema nah kita mengembangkan skema itu beracuh dengan perusahaaan itu

Peneliti : Saya kira itu mou sama perusahaan nah itu melalui bkuk untag

Direktur LSP : Untuk sekarang kita masih berproses seperti itu, kalau itu kita masih belum, kita langsung ke fakultas dan prodi masing-masing

Peneliti : Saya kira dapet acc an terlebih dahulu dari bkuk ternyata fakultas langsung ya mbak

- Direktur LSP : Untuk pengembangan skema kita punya namanya komite skema tuh atau panitia dari dunia usaha itu sendiri
- Peneliti : Berarti kalau kita mau kerjasama si a itu ada orangnya gitu ya mbak, maksudnya kaya ada panitia itu sendiri gitu ta mbak?
- Direktur LSP : Kan kita mau mengembangkan skema, mengembangkan skema itu tadi kita beacuh dari prodi, sama dari usaha itu tadi biar ada majer biar gak ada, biasanya kan teoritis lah istilahnya, kalau sama dunia usaha ini kan bisa kita lihat lapangannya itu seperti apa
- Peneliti : Terus gitu itu komunikasi kayak gitu gak mbak buat perencanaan?
- Direktur LSP : Tergantung skemanya sih
- Peneliti : Terus kira-kira dari kegiatan tadi itu mbak ada yang membuat calon mahasiswa tertarik?
- Direktur LSP : Selama untag berdiri ini, kita itu selalu tiap tahun alhamdulillah ada rejeki gratis, selama ini kan kita berbayar, kita itu dapet dana hibah dari pemerintah, kita mengajukan proposal kepemerintah dapet apa namanya pembiayaan untuk menguji mahasiswa itu tadi. Biasanya kan berbayar, nah itu tidak semua lsp apa namanya dapet kaya gitu, tahun kemaren aja itu kita dapet tahun 2017 dapet 800 tahun 2018 kita dapet 1000 mahasiwa, jadi untuk kedepannya itu, uji kompetensi itu yang digunakan untuk memberikan pekerjaan, jadi apa namanya, jadi kaya orang ini tuh kompeten dalam hal ini, kan yang dicari kedepannya itu bukan Cuma sekedar ijazah saja tapi juga sertifikat uji kompetensi itu tadi
- Peneliti : Berarti bisa menarik mahasiswa ya mbak, kan karena kita ini udah ada lsp kita udah kompeten gitu ya mbak
- Direktur LSP : Semuanya itu kan bakal dikompetensikan lah istilahnya, kita ibaratnya lebih maju selangkah dari lsp sebelumnya
- Peneliti : Berarti kegiatan yang dilakukan lsp itu ada uji gratis itu tadi ya mbak
- Direktur LSP : Iya uji itu, terus skema kita juga banyak

Peneliti : Nah itukan kita udah dapet surat lsp itu tadi, misalkan itu ada batas waktunya, maksudnya ini suratnya berakhirnya, maksudnya sertifikatnya?

Direktur LSP : Ada selama 3 tahun setelah diterbitnya, mungkin bisa menerkanerka 3 tahun itu keahlian seseorang itu bisa berubah setelah 3 tahun mungkin berubah

Peneliti : Tadi skemanya lsp untag itu ada 42 skema itu mau ditambah lagi?

Direktur LSP : Untuk penambahannya belum tahu, tapi biasanya, skemanya kita 16, prodi kita kan ada 16 jadi kaya nambah 1 1, mungkin itu terantung prodinya itu gimana mau berapa

Peneliti : ohh begitu, yasudah itu saja mbak, terima kasih banyak atas waktunya dan informasinya mbak...

Direktur LSP : iya mbak, sama-sama

Peneliti : selamat siang mbak..

Direktur LSP : selamat siang...

Lampiran 9 Transkrip Wawancara Tim Promosi

Transkrip hasil wawancara peneliti dengan Staf Tim Promosi

Nama informan : Siti Muhimatul Khoiroh
Pendidikan terakhir : S2
Jabatan : Staf Tim Promosi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Tanggal wawancara : 15 Mei 2019

Peneliti : selamat siang bu
Tim promosi : selamat siang mbak
Peneliti : bu saya mau Tanya hehe
Tim promosi : keperluannya apa dulu?
Peneliti : Skripsi saya itu kan tentang komunikasi pemasaran terpadunya untag dalam meningkatkan jumlah penerimaan mahasiswa baru
Tim promosi : yeahh....
Peneliti : nah saya ini mau wawancarai tim promosinya untag
Tim promosi : owhhh oke, sudah ke siapa aja? kan bilanginya tim promosi untag
Peneliti : tim promosi untagnya Cuma ibu aja jadi saya ambil satu
Tim promosi : ambil satu? hmm kurang
Peneliti : Terus habis itu humas
Tim promosi : oh humas, ya gapapa sih tapi harus juga ketuanya tapi gapapa nanti kalau kurang misalnya sumber informasinya menurut kamu
Peneliti : oh yayayaya, langsung aja ya bu yaa, haduh nderedeg hehe. Bu metode periklanan yang di pake untag sendiri itu kayak gimana bu bentuknya?

Tim promosi : oke, jadi kalau untuk periklanan itu kan kaitannya dengan promosi. Untag itu menggunakan online maupun offline. Ya jadi kalau yang offline untag tetep via surat kabar juga diiklankan kemudian dari woud of mouth dari mulut ke mulut ya, kemudain juga promosi dari sekolah-sekolah, kita mengadakan promo ke sekolah sekolah

Peneliti : kayak expo kampus gitu ya

Tim promosi : ya termaksud expo kampus memang kita menjalin MoU caranya untag menjalin MoU dengan SMA SMK di Surabaya, bojonegoro, lamongan, gresik, sidoarjo, Madura sampai tembus sumenep itu yang kita pernah ikuti expo ya jadi kita sedang berproses jadi sejak tahun 2018 karna ada tim adhoc karna kita sifatnya masih adhoc marketing itu timnya jadi kita mulai berproses menjalin MoU nah dalam rangka itu untuk promosi offline kita jadi itu nanti kita punya target sekolah-sekolah yang sudah kita jalin MoU dengan untag, itu harapannya dari guru BKnya sendiri akan lebih banyak mengarahkan atau mempromosikan untag gitu, jadi ada legal draftingnya gitu lewat MoU itu.

Peneliti : iya saya di SMA dulu juga ada

Tim promosi : heeh gitu ya, dari situ juga lewat MoU itu juga selain membuat kita mudah untuk ikut expo ke sekolah-sekolah juga kita akan mempermudah untuk mengadakan atau menggait siswa itu lewat promo-promo bagi sekolah-sekolah yang ada MoU dengan kita jadi dari situ akan mempermudah sehingga sekolah itu akan dengan senang hati menginformasikan memberikan informasi itu kalau yang offline. Kalau yang online tentunya kita bekerja sama dengan humas jadi calon mahasiswa atau masyarakat itu bisa berkomunikasi aku kepoiin untag itu salah satunya bisa lewat website untag, kemudian instagram untag, bisa lewat twitternya untag, bisa lewat facebooknya untag, bisa juga lewat email humas maupun email marketing

Peneliti : oh jadi gitu bu, saya kira Cuma web gitu, kalau di email gitu kayak gimana?

Tim promosi : segala macam pertanyaan

Peneliti : oh dijawab langsung juga nanti ya

Tim promosi : iya, jadi kita menghandle kalau yang marketing ini katanya ketika mahasiswa itu sudah berproses registrasi, ya kalau yang segala macam pertanyaan itu bisa mereka bertanya lewat email humas, apa hubungannya humas sama marketing sebenarnya kita bekerja sama saling supporting, event-event yang kita lakukan untuk promosi, jadi marketing ini sebenarnya adalah tim yang dibuat oleh rektorat untuk menjembatani kegiatan promosi yang ada di seluruh prodi yang ada di untag mulai dari D3 nya, S1 S2 sampai S3nya gitu. Jadi misalnya contohnya kayak kemaren hmm sastra jepang punya event gitu ya mengundang beberapa guru gitu ya berserta beberapa perwakilan mahasiswanya di untag. Nah disitu kita menyisipkan untuk promosi sekalian, jadi pada saat ada event di untag yang diadakan masing-masing prodi bekerja sama dengan kita jadi misalnya ada event yang diadakan prodi sastra jepang orang-orang yang hadir di dalamnya atau audiencenya itu tidak hanya menerima oh jepang itu kayak gimana

Peneliti : oh jepang itu kayak gini-gini...

Tim promosi : tetapi juga seluruh prodi yang ada di untag, termaksud kemaren yang paling terbaru adalah pada saat vakasi mengundang seluruh guru SMK dari Surabaya sampai sidoarjo, krian dan sebagainya itu hamper di aula atau di gedung itu penuh SMK guru-guru SMK yaitu melalui dikusi, kuliah tamu untuk guru untuk siswa ada event-event gitu, kemudian misalnya lewat pameran yang ada di untag. Termaksud juga media promosi kita adalah memfasilitasi SMK yang mau memanfaatkan untag itu kegiatan sekolah, untuk lomba, termaksud untuk try out yang kayak kemaren misalnya unair dan beberapa perguruan tinggi lain mau memanfaatkan untag untuk itu jadi kita masuk kedalam nya.

Peneliti : oh kayak kemaren apa smbptk gitu ya

Tim promosi : iya termaksud kayak gitu lewat UTBK itu juga kan sebagai media promosi, terus juga yang paling terbaru adalah lewat humas ini ya tentunya ada promosi yang sudah digital dengan menggunakan videotron nah itu yang paling baru

Peneliti : itu yang paling baru ya, itu baru tahun ini tah bu?

- Tim promosi : iyaa, tahun 2018 sih sudah jalan tapi biasanya mahasiswanya anak-anak sekarang kan generasi lebih suka yang simple ya, ya yang paling banyak followers nya ya itu instagram.
- Peneliti : tapi juga pake media bellow the line gak bu?
- Tim promosi : bellow the line itu yang kayak gimana ya?
- Peneliti : bellow the line itu yang tidak berbayar misalnya itu brosur, kalender
- Tim promosi : oh iya pake, setiap event apapun itu termaksud apa namanya eh pada saat kita expo kampus kita menjul formulir itu pun kita selalu membagi-bagikan something buat mereka sehingga dengan begitu kan ada interest oh untag itu kayak gimana sih
- Peneliti : oh hmmm berarti pas expo kampus itu juga ya bu kayak ngasi apa souvenir-souvenir gitu. Terus ee bentuk promosi penjualannya itu kayak gimana bu?
- Tim promosi : kalau bentuk promosi penjualannya jadi kita punya diskon, nah yang kita tekankan adalah promosi yang kita jual adalah promosi tentang diskon, ini untuk calon mahasiswa baru, diskon untuk pendaftaran, terus ada gelombang-gelombang kita juga memanfaatkan informasih gelombang itu juga kaitannya dengan kalau gelombang 1 berbeda dengan gelombang kedua gitu ya, ada diskon-diskon nanti bisa dilihat di untag, nah terus juga apa tadi ada keringanan kalau misalnya, sek mas kalau foto aku tak acting hahahahaha
- Peneliti : hahahaha
- Tim promosi : jadi bentuk-bentuk keringan kalau mereka mereka berprestasi di bidang lomba olimpiade nasional dibuktikan dengan sertifikatnya mereka bisa sampai gratis dpp 100 persen, jadi kamu bisa melihat itu di browsurnya untag itu semua sudah ada, termaksud juga yang itu yang kami jual adalah ketika sma smk yang mau MoU dengan untag maka kita akan memberikan diskon tambahan, termaksud memanfaatkan fasilitas untag itu kita punya diskon khusus bagi sekolah-sekolah yang bekerja sama dengan kita.
- Peneliti : ummmmmmmmmmm....

Tim promosi : misalnya awalnya untuk sewa gedung wisuda gitu ya, mereka sma smk bayarnya 7 juta dia hanya bayar 5 juta.

Peneliti : oh iyaiya paham pahammm hehe

Tim promosi : juga biasanya yang kita jual adalah prestasi mahasiswa kita tentunya jadi kita tidak hanya menjual dari tadi biaya kan ya kalau yang satu lagi ini adalah dari segi prestasi yang kita jual sudah tentunya akreditasi nah selain itu tadi yang kita jual adalah akreditasi yang bisa di tonjolan untag itu menjual apa jelas kualitas gitu ya, untag itu adalah salah satu perguruan tinggi swasta di jawa timur dari 8 atau 9 gitu ya saya lupa, yang sudah A termaksud selevel dengan petra gitu ya

Peneliti : saya juga pernah liat kok bu

Tim promosi : huum, pernah kok itu pada saat beberapa kegiatan juga pak rektor menyampaikan itu, jadi kita adalah salah PTS yang sudah A, level kita sudah sama dengan beberapa seperti UMM di jawa timur kita sudah sekelas dengan mereka jadi itu yang kita tonjolan

Peneliti : akreditasiinyaaa

Tim promosi : akreditasi jurusan maupun institusi gitu

Peneliti : makannya kok di setiao brosur mesti A nya dibesarkan

Tim promosi : iya harus dibesarkan karena kan untuk menjual terus juga beasiswa yang kita jual, jadi bukan berarti kalau kita kuliah di swasta pasti mahal, nah jadi untuk mereka yang berprestasi kita punya beasiswa prestasi. Kemudian untag juga melalui humas ada beasiswa OSC itu yang bekerja sama dengan metro tv gitu.

Peneliti : oh bekerja sama dengan metro tv itu bagaimana bu?

Tim promosi : jadi metro tv setiap tahun memberikan beasiswa tapi itu diseleksi secara nasional, nama beasiswanya osc kita juga ikut di dalamnya tahun kemaren juga beberapa mahasiswaq kita kurang lebih 8 mahasiswa yang bisa atau mengikuti beasiswa itu gitu, terus juga pstinya kayak kemaren beberapa event nasional gitu kan kita sudah berkontribusi seperti di sea games itu kan salah satu keunggulan

mahasiswa kita di bidang soft skill, jadi untag itu yang dijual bukan hanya di bidang lulusan akademiknya tapi juga non akademiknya softskillnya

Peneliti : kayak yang event itu ya apa namanya yang dari luar negeri ke Surabaya itu loh bu aissec

Tim promosi : eqwibhubs Nah ya termaksud itu adalah ee salah satu kerja sama gitu. Terus kita juga ada study exchange ada yang dari thailan kesini gitu, kemudia untag juga sudah merintis embrio kelas internasional kita sebutnya sementara ini kelas bilingual, jadi itu mengasah juga apa

Peneliti : tapi kok Cuma teknik aja bu?

Tim promoai : ndak, jadi di untag itu ada 4, ada 3 dari teknik 1 dari ekonomi jurusan ekonomis bisnis

Peneliti : ohhhh, iya saya kemaren liat brosurnya itu ada teknik

Tim promosi : heem, teknik industry, teknik sipil, sama teknik informatika. Kenapa karena kita mempelopori dulu nah entah dari mana dari analisis dan sebagainya yang dianggap siap atau ready untuk menggalang mbrio ini 4 prodi tersebut

Peneliti : terus ada kayak misalnya kan orang-orang itu daftar swasta dulu kan bu, mau nunggu negeri itu kan daftar swasta dulu sebagai alternative, kira-kira ada tawaran uang kembali tidak?

Tim promosi : tidak jadi begini kalau misalnya calon mahasiswa kita itu daftar negeri dulu dan swasta itu sebagai alternatif itu kan tergantung dari mereka kita gak bisa memaksa itu , tapi yang kita tekankan adalah pada saat mereka mendaftar kita memberikan informasi bahwa kalau kamu menjadikan untag ini alternatif dan kamu berfikir bahwa kalau untag pasti diterima itu yang kita rubah, untag tidak seperti itu untag sudah punya kuota misalnya aja kita sering menyebutkan contohnya adalah jurusan ilmu komunikasi setiap tahun atau sejak tahun kemaren kita sudah menolak mahasiswa karna sudah luber kuoatnya mungkin bisa Tanya pak insan juga

Peneliti : iya sudah 500an bu ya

- Tim promosi : iya jadi kita sampai membuang buang mahasiswa karena untag juga menekankan sistem kuota, kalau kuota tersebut sudah terpenuhi dan masih ada yang daftar ya sudah kita akan menolak, termasuk juga menjaga kualitas untag ada tes tulis nya juga
- Peneliti : oh itu semua jurusan tes tulisnya bu? kalau dulu kan Cuma teknik ya bu
- Tim promosi : iya hheem semuanya termasuk juga D3
- Peneliti : em kelebihan sama kekurangan memilih bentuk promosi penjualan seperti itu kira – kira apa bu?
- Tim promosi : emm kalau menurut saya sih susah nya adalah pada saat ini kan semua kampus sama sama berlomba lomba gitu kan ya kalau secara online kita berlomba lomba berbagai macam hal yang coba di tawarkan oleh perguruan tinggi yang lainnya juga sama menariknya. Jadi bagaimana kalau di via online adalah bagaimana kita memberikan informasi yang menarik, nah orang itu kan kalau misalnya hanya potongan nah kayak kemaren tiba-tiba ada dadakan diskon 50 persen yang tidak bisa di dapatkan jika datang ke untag tapi memang harus ikut di expo itu, nah itu kan kita membuat itu sih membuat inovasinya
- Peneliti : heeh biar orang tertarik gitu yaat
- Tim promosi : iya karna diluar sana pun kalau misalnya dilihat kampus-kampus lain pun berlomba lomba seperti itu, terus yang kedua adalah karena kita adalah posisinya kampus swasta dan posisi kita baru A nah itu yang mungkin kita harus, orang lain yang sudah berjalan kita harus berlari untuk menyamakan persepsi masyarakat bahwa ada untag loh dan lucunya lagi banyak masyarakat di Surabaya pun gak tau ada kampus namanya untag, ada dan masih ada, untag itu dimana ya semolowaru dimana ya ada ternyata masyarakat daerah Surabaya yang masih kayak gitu nah itu yang kita coba dari tahun kemaren sosialisasikan kemudian ikut parade budaya, kegiatan-kegiatan sosial kota
- Peneliti : itu tu MoU juga bu?

- Tim promosi : enggak, jadi oh ya untag punya MoU bentuk kerja sama gitu ya, misalnya di tawarin dari royal punya space untuk untag mau memanfaatkan oke kita datang
- Peneliti : yang pemkot juga yang parade itu?
- Tim promosi : iya jadi kita meskipun kita tidak ada mou secara legal tetapi ketika ada event yang terbuka untuk umum yang bisa menarik minat masyarakat kita datang, kita bergabung
- Peneliti : rujak ulek juga ya buy a
- Tim promosi : nah iya rujak ulek termasuk juga kayak gitu lah, jadi supaya untag itu dikenal oleh masyarakat lewat event apapun
- Peneliti : pameran-pameran gitu yaa
- Tim promosi : harapannya juga sih supaya lebih fokus penghambatannya kan karna ini sifatnya adhoc juga ya meskipun saya juga menghajar disini pasti kita terbentur dengan waktu, jadwal gitu mungkin, nah kalau kedepannya itu ada tim marketing yang benar-benar dia ngurusi itu akan lebih bisa fokus, harapannya sih ya anak-anak muda lah yang lebih kreatif gitu
- Peneliti : humas sekarang udah itu ya bu, kalau humas kan kayak teman saya banyak di humas yang muda-muda
- Tim promosi : iya yang cekatanlah karena memang kita butuh yang cekatan dilapangan maupun yang di dalam ruangan bagian desain dan lain-lain kayak gitu. Tapi memang kita lebih aktif via twitter, instagram gitu biasanya
- Peneliti : berarti ibu juga selalu koordinasi dengan humas ya?
- Tim promosi : iya dalam segala event itu kita selalu koordinasi karena humas itu bagian supporting kita, baik misalnya dalam pengadaan souvenir, ya kemudian brosur dan lain sebagainya
- Peneliti : owhhhh
- Tim promosi : jadi kita yang jalan, yang supporting juga ada ya itu humas.

- Peneliti : yang periklanan itu Cuma pakai videotron aja tv gitu mungkin?
- Tim promosi : periklanan, oh kalau di tv kita pernah itu di SBO kadang itu kita iklannya lewat kegiatan-kegiatan bapak ibu dosen
- Peneliti : owh jadi kayak misalnya menang ini, prestasi gitu
- Tim promosi : iya prestasi bapak ibu dosen termaksud misalnya bapak ibu dosen yang jadi konseling di luar sana atau yang diundang ke tv itu kan bentuk secara tidak langsung promo kita jadi kita memanfaatkan stakeholder yang ada baik mahasiswa, termaksud mahasiswa kegiatan ukm sorry saya belum menyebutkan bahwa untag kan punya banyak kurang lebih 25 UKM dan semua nya hamper punya prestrasi bukan hanya ditingkat untag tapi di tingkat nasional banyak nah itu yang selalu kita unggulkan juga jadi di untag itu kamous nasionalis yang bukan hanya membangun akademik mahasiswa tapi juga non akademiknya karena termaksud juga yang kita promo kan lulusn dari untag bukan hanya punya ijazah tetapi punya SKPI yang bonafit yaitu sertifikat uji kompetensi, kalau diluar sana kan masih belum ada termaksud juga kita bisa membandingkan perguruan tinggi negeri yang besar di Surabaya yang punya LSP itu merujuknya juga ke kita. Terus juga dari lombok pernah juga kesini untuk, jadi sebenarnya diluar bahkan kalau misalnya mahasiswa-mahasiswa dari UPN, UNAIR, itu banyak yang kesini untuk di Uji kompetensi, tapi kan kita tidak ada tidak bisa kebijakannya
- Peneliti : berarti LSP ini cakupannya untag saja ya
- Tim promosi : iya untuk tingkatan P1 itu punya institusi lembaga yang harus mengujinya ke lembaga, jadi sebenarnya dari situ kita bisa dikenal masyarakat. terus juga pelatihan misalnya jurusan vokasi mengadakan pelatihan dengan SMA SMK itu sebagai promosi kita jadi apa yang di butuhkan masyarakat kita bantu dari situ kan masyarakat akan tau untag itu gimana,
- Peneliti : hmm paham-paham, terus bu bagaimana penjualan personalnya yang dilakukan oleh untag itu sendiri misalnya kan face to face
- Tim promosi : iya ada penjualan personal, itu kan kalau pameran pasti face to face ya kemudian mahasiswa melalui mahasiswa itu face to face saya rasa,

jadi mahasiswa itu ada kita punya apa tuh komunitas mahasiswa daerah

Peneliti : oh kayak papua, NTT gitu ya

Tim promosi : nah iya itu yang kita juga ajak jalin nah bulan ini kita juga mau mengundang seluruh UKM, BEM, dan himpunan mahasiswa daerah untuk berbicara tentang untag itu kayak gimana, jadi untag itu menitipkan itu kepada mahasiswa jadi ketika mereka pulang ke daerahnya presentasi ke sekolah-sekolah mereka juga banyak yang aktif jadi bukan hanya tim marketing saja yang aktif untuk promosi jadi lewat mahasiswa pun ada, bu saya dari SMA 1 Bojonegoro saya mau pulang sama teman-teman daerah saya mau ke sekolah saya, saya boleh minta brosur gitu untuk promosi, ya langsung kita fasilitasi

Peneliti : oalah iya paham - paham, berarti gak Cuma expo kampus aja ya bu

Tim promosi : enggak, jadi event-event misalnya mereka pulang kampung pada saat mau lebaran atau pada saat kelulusan sekolah itu kan biasanya ada sambaing sekolah, nah kita manfaatkan itu. Karena apa karena sebenarnya icon yang mempresentasikan intitusi lembaga itu kan ya mahasiswa itu sendiri mahasiwa yang berhubungan langsung dengan masyarakat.

Peneliti : oh iya paham-paham, lalu bagaimana untag dalam melakukan kegiatan pemasaran langsung?

Tim promosi : kegiatan pemasaran langsung ya itu tadi contohnya pemasaran secara langsung ya kita lewat promo presentasi tadi, expo kampus kayak gitu, kemudian juga kita mengikuti MGBK grup MGBK

Peneliti : apa itu bu?

Tim promosi : grup musyawarah guru, jadi ada grup gitu ya seluruh Surabaya kita juga ikut untag juga masuk ke dalamnya jadi ada komunitasnya guru jadi penghimpunan guru gitu ya kita ikut di dalamnya. Jadi segala event-event sekolah gitu ya yang ada disitu kita bisa tahu dan kita bisa di tawarkan atau menawarkan diri

- Peneliti : owhh, itu event-event kita misalkan untag juga ikut serta bu ya kalau misalkan ikut serta pameran gitu
- Tim promosi : iya biasanya banyak sekolah-sekolah mahasiswa yang mengajukan diri ke untag, ada event ini nih untag mau ikut atau enggak gitu. Ya Alhamdulillah sejak akreditasi A itu banyak tawaran-tawarannya
- Peneliti : kan sekarang juga orang melihat dari akreditasi nya bukan dari fasilitasnya
- Tim promosi : oh ya termaksud kita juga menawarkan fasilitas-fasilitas kalau bisa dilihat ya Alhamdulillah sudah baik untag kan terus meningkatkan pelayanannya
- Peneliti : terus bu bagaimana cara menyampaikan kepada public agar pemasaran langsungnya bisa tersampaikan gitu?
- Tim promosi : satu harus menarik, makannya tadi saya bilang energic kemudian ramah gitu ya, attitudenya itu juga harus kayak dari bahasa tubuh, gaya penyampainya, jadi orang yang menyampaikan itu harus paham dulu biasanya kita sharing sebelum ada event pasti kita sharing mengadakan rapat gitu
- Peneliti : oh berarti kayak ada tahap-tahapannya gitu ya
- Tim promosi : iya jadi oke kita harus menyapaikan apa nih dalam setiap event ini, apa yang harus di tekankan itu kita ada poin-poinnya tiap orang punya catatan itu masing-masing, selalu pertama kita harus energic berpenampilan gitu yang menunjukkan untag makannya ee kalau misalnya untag kampus merah putih ya bagaimana mencerminkan untag itu kampus merah putih, terus cara penyampaian apa point-point apa yang harus di tekankan untuk menjual untag itu sendiri, ada koordinasi lah sebelum itu supaya satu suara
- Peneliti : biar seimbang gitu yaa bu ya terus bagaimana untag dalam melakukan kegiatan pemasaran interaktif bu?
- Tim promosi : kalau interaktifnya ya itu tadi bisa lewat facebook, instagram
- Peneliti : itu juga menerima kayak pertanyaan-pertanyaan bu?

Tim promosi : iya menerima, termaksud kayak misalnya mahasiswa itu sudah registrasi mau izin isi onlie tidak bisa atau kesulitan bisa langsung via website, instagram, twitter, langsung

Peneliti : email juga bisa ya?

Tim promosi : email juga bisa

Peneliti : kalau website itu bu?

Tim promosi : website bisa, kan bisa saja meninggalkan komen tapi kadang-karang orang komen menggunakan email atau website itu

Peneliti : iya bu lebih suka social media

Tim promosi : ya kita respon hehe,

Peneliti : oh iya paham-paham hehe

Tim promosi : sampun? sudah cukup mewakili?

Peneliti : iya sudah cukup mewakili bu hehe

Tim promosi : ya mungkin sebagai tambahan kalau misalnya untag ini ya pajang brosur, banner, dan lain-lain gitu ya kadang sebenarnya promosi itu ada saat kegiatan KKN,

Peneliti : oh masa di pajang di depan itu banner?

Tim promosi : iya termaksud KKN juga, loh KKN kan setiap semester ya itu juga sebagai media promosi kita loh ke daerah-daerah disana kita juga bisa mempromosikan untag. Dan disitu karena disitu sebenarnya orang itu langsung tau untag itu sebenarnya seperti apa kayak gimana sih di masyarakat gitu ke masyarakatnya sendiri itu seperti apa seperti dulu itu kerja samanya dengan pemerintah daerah pacitan selama beberapa tahun, jadi kita kirim kesana kan KKN, itu kan orang-orang sudah tau bahkan ya KKN untag itu sampai di contoh oleh UNAIR, UGM itu ke daerah-daerah jadi sistem kita itu bahkan mahasiswa UGM itu bahkan kayak sekarang itu ITS mau diadakan kembali KKN

Peneliti : emang dulu gak ada bu?

- Tim promosi : dulu sekali itu pernah ada terus hilang, mangkaknya kan untag itu kan yang diunggulkan yaitu promosi ketika lewat KKN langsung bersinggungan langsung dengan masyarakat
- Peneliti : ada MoU nya?
- Tim promosi : ada, MoU dengan pemerintah daerah, nah biasanya mahasiswa kan membuat MoU dengan desa, salah satu luaran ketika KKN, jadi untuk kegiatan pengabdian, nah itu kan salah satunya
- Peneliti : ohh, terus bu kayak stiker-stiker di mobil itu juga?
- Tim promosi : oh iya bener, kayak misalnya untag itu lambingnya apa burung hantu yang lucu itu kan termaksud kenapa kok mobil itu batik. Itu memang salah satu bentuk promosinya
- Peneliti : oh iya paham-paham, terus bu kalau kayak pasang baliho juga gak bu?
- Tim promosi : oh pasang, tetap di depan sini kan termaksud lewat seminar apa itu kan kita jadi tuan rumah, kita juga promosi mengenalkan untag ke masyarakat luar, kayak kita mengundang dari pemerintah ada yang dari industry, bagi event entah itu untuk menjadi pembicara atau apa gitu jadi kita menguatkan semuanya tapi kalau kayak marketing itu tadi lebih bersifat ke lapangan
- Peneliti : tapi ibu yang bikin kayak perencanaannya kayak gini gini
- Tim promosi : iya jadi setiap awal tahun gitu ya, kita langsung membuat program kerja sama dengan unit-unit yang lain, kita mau targetnya MoU dengan beberapa sekolah, kita mau membidik daerah-daerah mana yang sudah terbidik, yang sudah terbidik itu apa yang harus di tingkatkan, kegiatan apa kayak gitu lah, sudah mengikuti berapa event nah jumlah pendaftarnya termaksud kontrolnya ya kita setiap akhir periode akhir tahun gitu pasti kita membuat evaluasi selama satu tahun ini sudah berapa event kita ikuti peningkatan pendaftarnya berapa
- Peneliti : oh dari periklanan yang kita buat
- Tim promosi : iya kan sebagai control sejauh mana kegiatan marketing untag

Peneliti : berarti setahun sekali ya bu ya

Tim promosi : iyaa setahun sekali

Peneliti : oke bu sudah hehe terimakasih

Tim promosi : oke sama sama

Lampiran 10 Transkrip Wawancara Arfian Rizky Rahmandwika

Transkrip hasil wawancara peneliti dengan Mahasiswa Baru 2019

Nama informan : Arfian Rizky Rahmandwika

Pendidikan terakhir : Pelajar atau Mahasiswa

Jabatan : -

Tanggal wawancara : 12 April 2019

Peneliti : halo mas selamat siang....

Arfian : iya halo mbak selamat siang....

Peneliti : langsung aja ya hahaha, ini aku mau tanya kira-kira pernah lihat video tronnya untag nggak?

Arfian : pernah....

Peneliti : dimana ya?

Arfian : di deket KBS

Peneliti : oh di deket KBS ya, terus ehh selain pernah lihat video tronnya Untag Surabaya arfian sendiri pernah nggak lihat iklannya Untag Surabaya di tv atau di koran gitu?

Arfian : eeh di tv pernah...

Peneliti : dichannel apa ya kira-kira?

Arfian : di JTV kalo nggak salah mbak, soalnya lupa saya...

Peneliti : ohh heeh terus kalau milih Untag waktu itu karna apa ya kira-kira?

Arfian : eeh satu karna prodinya kan admin bisnis jarang dan dari segi hargaupun lumayan terjangkau daripada yang lainnya...

Peneliti : ohh iyaiyaa paham

Arfian : siap

Peneliti : eeh kira-kira pernah nggak, untag dateng ke sekolahnya mas arfian dulu....

Arfian : seinget saya gatau ya lupa, pernah ada expo campus kayak stand-stand gitu yaa...

Peneliti : iya kayak pameran-pameran gitu, pernah enggak ke jatim expo buat lihat pameran campus exponya Untag Surabaya?

Arfian : enggak pernah sih sampai ke jatim expo, taunya ya dari itu tadi di sekolah sendiri sama iklan aja

Peneliti : emang udah ada niatan ya masuk Untag Surabaya?

Arfian : hmm ndak ada sebenarnya tapi lihat iklan-iklan itu tadi aja

Peneliti : oalah, kan banyak tuh Universitas swasta yang lainnya kenapa kok arfian langsung menjatuhkan pilihannya ke Untag Surabaya?

Arfian : karena saya lihat sendiri Untag itu termasuk Universitas yang lama gitu yang udah terbukti lah Untag ya itu tadi mbak...

Peneliti : pernah tau potongan harga dari Untag nggak yang pas kamu pertama kali daftar itu?

Arfian : oh iyaa tau tau mbak....

Peneliti : tau darimana?

Arfian : liat di brosur mbak

Peneliti : oh brosur berarti pernah ke Untag Surabaya ya...

Arfian : pernah pernah...

Peneliti : daftar pun langsung ke Untag kah?

Arfian : iya langsung daftar ke Untag Surabaya sendiri

Peneliti : ohhh heem heem, tau media sosialnya Untag nggak?

Arfian : tau mbak...

Peneliti : tau, ini aku mau tanya

Arfian : siap mbak hahaha

Peneliti : hahaha, kan Untag punya media sosial apakah waktu itu kamu sebagai calon mahasiswa pada saat itu sudah mengetahui tentang sosial media Untag belum?

Arfian : iya sudah tahu mbakk...

Peneliti : terus menurut kamu informasi yang diberikan oleh Untag Surabaya sudah cukup pa belum jika melalui sosial media?

Arfian : sudah cukup menurutku mbak kan karna di kontennya media sosial itu kan sudah kayak ada apa namanya itu alur – alur daftarnya itu seperti apa dan jelaskan kalo menurut saya

Peneliti : terus media sosial apa yang waktu itu kamu lihat?

Arfian : Instagram aja mbak

Peneliti : oalah Instagram yaa...terus pernah nggak kamu datang ke acara eventnya Untag pas waktu km masih jadi calon mahasiswanya?

Arfian : enggak pernah sama sekali mbak hahahaha

Peneliti : terus pandangan kamu tentang Untag Surabaya sendiri itu apa?

Arfian : hmmm apa ya Untag terus berkembang gitu mbak, terus kan selalu diperbarui toh mbak kayak fasilitasnya gitu – gitu...

Peneliti : terus pernah tau lihat berita Untag di koran atau majalah nggak? Atau iklannya gitu...

Arfian : kalau di koran, aku pernah lihat mbak...

Peneliti : di koran apa yaa??

Arfian : di koran jawa pos mbak kalau enggak salah...

Peneliti : oh begitu, yasudah terima kasih ya mas arfian...

Arfian : iya mbak sama - sama

Lampiran 11 Transkrip Wawancara Regita Yoland Pramesti

Transkrip hasil wawancara peneliti dengan Mahasiswa Baru 2019

Nama informan : Regita Yoland Pramesti

Pendidikan terakhir : Pelajar atau Mahasiswa

Jabatan : -

Tanggal wawancara : 12 April 2019

Peneliti : hallo mbak rere

Rere : iya hallo

Peneliti : saya mau wawancarai mbak yaaa

Rere : oh ya silahkan

Peneliti : kamu pernah liat videotron nya untag gak ?

Rere : video apa mbak ?

Peneliti : videotron mbak

Rere : oh enggak, emang apa sih ?

Peneliti : jadi videotron itu kayak baliho tapi dia modelannya video gitu loh

Rere : oohhhh, tapi gak pernah liat punya untag

Peneliti : enggak pernah liat punya untag yaa

Rere : enggak

Peneliti : hmmm, terus padahal videotronnya banyak loh, tapi aku juga gak pernah liat hehe

Rere : dimana emangnya ?

Peneliti : tadi sih arfian bilangunya di KBS gitu

Rere : loh iya ta ?

Peneliti : heem

Rere : aku gak pernah liat sih mbak

Peneliti : sama aku juga gak pernah liat hehehe

Rere : aku malah gatau kalau untag punya videotron gitu hehe

Peneliti : terus kamu pernah liat brosurnya untag gak ?

Rere : pernah

Peneliti : untag pernah kesekolah mu ta ?

Rere : pernah, SMA

Peneliti : acara apa ?

Rere : itu loh apa kalo yang ada bazaar yang swasta-swasta kampus expo gitu

masitha : oh kampus expo gitu ya, oh berarti kamu pernah kamu pernah juga gak ke jatim expo

yang ada event sekolah-sekolah gitu ?

Rere : enggak

Peneliti : kamu emang dasarnya pengennya di untag ? dalam artian swasta yang kamu pilih itu untag ?

Rere : enggak sih, pernah pengen WM

Peneliti : oh gitu, terus kamu pernah liat informasi di media sosial tentang untag gak ?

Rere : pernah pernah

Peneliti : dimana?

Rere : di webnya

Peneliti : oh berarti kamu gak tau sosial medianya untag ?

Rere : enggak, ya baru taunya setelah terdaftar disini sebagai maba

Peneliti : terus kamu waktu daftar langsung kesini ?

Rere : iya langsung kesini, formulir juga langsung kesini

Peneliti : oh sempet terpengaruh gak pas ada kampus expo yang untag itu ? yang datang kesekolah mu itu ?

Rere : enggak sih

Peneliti : pernah liat iklannya untag di TV ?

Rere : enggak hehe

Peneliti : terus kenapa kamu pilih untag ?

Rere : ya karna untag sih sudah menjadi salah satu swasta terbaik gitu hehe dan sudah terakreditasi A

Peneliti : pernah tau potongan harganya untag gak ?

Rere : enggak hehe enggak dapet

Peneliti : oh ya kenapa kamu liat webnya untag ? atau datang langsung gitu

Rere : aku habis liat webnya terus datang kesini buat Tanya-tanya langsung gitu

Peneliti : oke mbaknya, terimakasih ya

Lampiran 12 Transkrip Wawancara Sofy Adriani

Transkrip hasil wawancara peneliti dengan Mahasiswa Baru 2019

Nama informan : Sofy Adriani

Pendidikan terakhir : Pelajar atau Mahasiswa

Jabatan : -

Tanggal wawancara : 12 April 2019

Peneliti : selamat siang mbak sofi, saya mau wawancarai mbak yaa

Sofy : iya siang mbak, oh iya boleh

Peneliti : kamu pernah liat videotron nya untag gak ?

Sofy : video apa mbak ?

Peneliti : videotron, kamu tau videotron gak ?

Sofy : enggak hehe

Peneliti : videotron itu kayak baliho gede tapi itu kayak layar gitu loh ada gambar iklannya

Sofy : iya maksudku dimana, aku soalnya gak pernah liat untag di videotron

Peneliti : terus pernah liat balihonya untag gitu ?

Sofy : pernah

Peneliti : dimana

Sofy : itu di depan untag hehehe

Peneliti : di tv pernah gak ?

Sofy : di tv enggak pernah

Peneliti : terus kenapa milih untag ? kan banyak swasta lainnya

Sofy : kepepet mbak hehe

Peneliti : tau untag dari mana hehe ?

Sofy : dari bapak

Peneliti : bapak taunya dari siapa ?

Sofy : alumni untag

Peneliti : terus padangan pertama kamu ttg untag apa ?

Sofy : awalnya itu gak mau, tapi karna bapak alumni untag, jadinya nurut orang tua gitu

Peneliti : tau brosur untag gak ?

Sofy : tau tapi ya di untag

Peneliti : oh berarti kamu pas cari tau langsung ke untag ya ?

Sofy : iya benar

Peneliti : terus untag kan punya media sosial ? kamu pernah liat gak media sosialnya terus merasa cukup gak informasi yg dikasi lewat media sosial itu ?

Sofy : informasi pas sebelum masuk untag ga tau media sosial untag

Peneliti : oh gatau, terus kamu tau infonya dari siapa ?

Sofy : aku gak pake info-info gitu karna kepepet jadi ya masuk sini gitu, terus ya dapet potongan juga

Peneliti : oh kamu berarti tau potongan diskon itu ya

Sofy : iya benar

Peneliti : terus pernah gak sih untag kunjungan ke sekolah mu gitu ?

Sofy : enggak ada

Peneliti : terus pernah datang gak ke evennta untag ?

Sofy : enggak juga hehe

Peneliti : yauda kalau gitu makasi ya mbak hehe

Lampiran 13 Transkrip Wawancara Rizky Ilham

Transkrip hasil wawancara peneliti dengan Mahasiswa Baru 2019

Nama informan : Rizky Ilham

Pendidikan terakhir : Pelajar atau Mahasiswa

Jabatan : -

Tanggal wawancara : 12 April 2019

Peneliti : halo mas ilham...

Ilham : halo iya mbak...

Peneliti : kamu pernah itu tah lihat video tronnya Untag Surabaya dijalan?

Ilham : enggak pernah mbak

Peneliti : terus kamu tahu Untag Surabaya darimana, kayak informasinya gitu?

Ilham : yo koncoku mbak, itu pertama kali ya dari dia mbak dan kebutulan dia ngambil jurusan sing podo ambek aku sassing (sastra inggris)

Peneliti : ohh berarti kamu tahu informasi Untag itu dari temenmu yo...

Ilham : iya mbakk...

Peneliti : oalah...terus apa namanya eehh di sekoahmu dulu Untag Surabaya pernah enggak sih kunjungan ke sekolahmu buat promosiin Untag Surabaya?

Ilham : kalau di sekolah SMK dulu sih belum tapi, pas waktu ada campus expo di jatim expo itu aku pernah dateng kesana...

Peneliti : oh kamu pernah dateng ndek sana toh ham...

Ilham : iya mbak pernah...

Peneliti : berarti kamu dateng kesana langsung daftar apa tanya-tanya dulu?

Ilham : ehmmm tanya-tanya dulu mbak....

Peneliti : oh nyari informasi-informasi dulu gitu yaaa...

Ilham : iya mbak....

Peneliti : kamu pernah lihat brosur atau bannernya Untag Surabaya nggak?

Ilham : eehhhm belum

Peneliti : belum pernah sama sekali tah?

Ilham : iya belum blas mbak...

Peneliti : berarti kamu dapet informasi Untag Surabaya itu bener-bener real dari temen kamu ya...

Ilham : iya mbak dapet info iku tekan temenku dewe

Peneliti : kan Untag Surabaya ini kan swasta toh ya, kenapa kamu milih Untag Surabaya dari banyaknya Universitas swasta yang ada di Surabaya?

Ilham : ehmmm kalo kenapa milih Untag Surabaya sih jujur jujur aja yah mbak, budgetnya Untag Surabaya itu kan murah toh mbak, terus juga saya tertarik di Bahasa Inggris juga, dulu pernah sempet daftar SBMPT di Unair daftar Inggris juga tapi enggak lolos, enggak masuk gitu.

Peneliti : heem mangkanya kamu milih Untag Surabaya yaa...

Ilham : ya begitu lahh...

Peneliti : kamu waktu dateng ke expo campus pernah tahu diskon potongan harga yang dikasih Untag Surabaya enggak?

Ilham : enggak pernah tahu malahan mbak...

Peneliti : oalah gitu toh...terus kan Untag Surabaya punya sosial media toh, nah pas kamu waktu masih jadi calon mahasiswa kemaren menurutmu informasi yang diberikan Untag Surabaya sudah cukup belum?

Ilham : heemmm waktu belum jadi mahasiswa Untag sih enggak pernah lihat sosial medianya yaa...

Peneliti : ohh belum pernah toh?

Ilham : iya belum pernah sama sekali...baru tahu sosial medianya waktu pas udah masuk pas ospek kemaren itu

Peneliti : lah terus kamu dapet informasi Untag Surabaya selain dari temenmu itu darimana?

Ilham : ehmm ya pure sebenarnya dari temen aku mbak sing daftar nak kene sisan sama omong-omangan temen yang lainnya sing pernah ada kampus apa ehmm yang sasingnya berkualitas tapi murah ya di Untag Surabaya...

Peneliti : ohh berarti kamu juga lihat akreditasinya yah...

Ilham : iyah mbak...

Peneliti : oalahh...terus berarti waktu kamu datang ke Untag Surabaya itu kamu udah langsung daftar apa belum? Apa masih tanya-tanya dulu?

Ilham : ehmmm masih tanya-tanya dulu mbak

Peneliti : tanya- tanya dulu ya, berarti kamu pas di campus expo j=itu juga maish tanya-tanya dulu yoo...

Ilham : iyaa, tanya-tanya dulu

Peneliti : pernah lihat iklannya Untag Surabaya di televise?

Ilham : ehmmm belum belum

Peneliti : tau enggak berita-berita Untag di koran atau majalah gitu?

Ilham : kalau di majalah pernah lihat...

Peneliti : dimananya?

Ilham : ada dulu waktu di sekolah SMK aku itu pernah bawa majalah itu kayak promosi Untag Surabaya gitu.

Peneliti : ohh heem heem, terus kalo di koran udah pernah lihat?

Ilham : kalau koran belum pernah lihat mbak...

Peneliti : pernah datang ke eventnya Untag Surabaya enggak, event diluar tapi tentang Untag Surabaya? Selain jatim expo itu

Ilham : event diluar itu pas aku udah jadi mahasiswa apa pas calon mahasiswa?

Peneliti : pas jadi calon mahasiswa

Ilham : kalau pas jadi calon mahasiswa belum pernah tapi pas sekarang udah jadi mahasiswa malah sering

Peneliti : oh malah pas udah jadi mahasiswa yang sering ya...

Ilham : iyaa mbak, malah pernah ngisi acara eventnya Untag Surabaya

Peneliti : heemm oalah begitu yaa, yasudah kalu gitu ini saja ya mas hehehe

Ilham : oalah iyoo mbak

Peneliti : makasih banyak yaaa...

Ilham : iya mbak, sama – sama

Lampiran 14 Transkrip Wawancara Syahfrizal Arif

Transkrip hasil wawancara peneliti dengan Mahasiswa Baru 2019

Nama informan : Syahfrizal Arif

Pendidikan terakhir : Pelajar atau Mahasiswa

Jabatan : -

Tanggal wawancara : 12 April 2019

Peneliti : kamu pernah lihat video tronnya Untag Surabaya nggak? Tau video tron nggak?

Syahfrizal : oh sing gedung anyar iku tah mbak?

Peneliti : heh bukan, video tron iku loh sing layar lebar kayak tv nak jalanan gitu hahaha

Syahfrizal : ohh iyo iyo ngerti kok ngerti hahahaha

Peneliti : kayak baliho besar tapi dia bentuknya televise yang isinya video gitu...

Syahfrizal : oalah iyo mbak hahaha

Peneliti : pernah lihat...

Syahfrizal : enggak pernah kalau Untag Surabaya tapi kalo video tron yang lainnya aku tahu hahahahaha

Peneliti : oalah enggak pernah lihat, terus kamu tahu informasi tentang Untag Surabaya itu darimana, pas awal kamu masuk kemaren?

Syahfrizal : bapak ibuk...

Peneliti : emang bapak ibumu itu alumni Untag Surabaya?

Syahfrizal : iya alumni sana mbak, berarti diskonku 100% mbak hahahaha

Peneliti : oh berarti kamu tahu ya potongan diskon yang dikasih Untag Surabaya hahaha

Syahfrizal : iya mbak tahu hahaha

Peneliti : beneran 100% tah diskonnya? Hahaha

Syahfrizal : enggak lah mbak hahaha cuman 50% aja kok haha

Peneliti : ohh 50%, emang di suruh orang tua tah masuk situ?

Syahfrizal : enggak seh emang aku yang mau juga,

Peneliti : terus apa namanya pernah lihat brosurnya Untag Surabaya nggak?

Syahfrizal : brosurnya aku dapet pas di Untag Surabaya langsung sih

Peneliti : berarti kamu langsung dateng kesana yaa ke tempat pendaftaran itu yaa...

Syahfrizal : heem iyo mbak...

Peneliti : waktu kamu di tempat pendaftaran itu kamu langsung daftar apa enggak?

Syahfrizal : pertama masih tanya-tanya

Peneliti : oalah tanya-tanya...pernah enggak Untag Surabaya dateng ke sekolahmu kayak expo campus gitu?

Syahfrizal : enggak pernah sama sekali

Peneliti : tapi kamu pernah dateng ke jatim expo buat liat-liat pamerannya Untag Surabaya?

Syahfrizal : enggak pernah juga hahaha

Peneliti : kan Untag surabay punya media sosial toh yaa

Syahfrizal : heeh iya mbak...

Peneliti : nah, waktu kamu jadi calon mahasiwa itu menurutmu informasi yang diberikan Untag Surabaya melalui sosial media itu sudah cukup apa belum?

Syahfrizal : enggak tahu ya, enggak pernah lihat malahan mbak hahaha

Peneliti : enggak tau yaa, berarti kamu enggak pernah buka media sosialnya Untag Surabaya ya...

Syahfrizal : iya tau tapi enggak pernah aku lihat...

Peneliti : kenapa kamu tertarik milih Untag Surabaya padahal kan universitas swasta di Surabaya itu banyak...

Syahfrizal : heem diskon

Peneliti : oh berarti karna diskon 50% itu tadi yaa....

Syahfrizal : iyah mbak hahaha

Peneliti : kan kamu tahu sosial medianya ya tapi gak pernah mbok lihat, nah terus kamu tau atau dapat informasi tentang Untag Surabaya itu darimana loh?

Syahfrizal : lulu sma aku langsung cari Universitas-universitas yang ada di Surabaya

Peneliti : berarti kamu datengin Universitas satu-satu lak an yoo...

Syahfrizal : iyoo mbak...

Peneliti : berarti menurutmu informasinya lebih enak dapet informasi secara langsung apa melalui media sosial?

Syahfrizal : enak langsung sih mbak, tatap muka langsung ngono

Peneliti : terus kamu pernah dateng ke eventnya Untag Surabaya enggak pas kamu masih jadi calon mahasiswa?

Syahfrizal : enggak pernah sama sekali...

Peneliti : terus pandanganmu tentang Untag apa?

Syahfrizal : opo yo mbak...karna diskon she awale mbak aku milih Untag Surabaya hahaha

Peneliti : ohh gitu, yasudah itu ajaa, makasih banyak yooo

Syahfrizal : iya sama-sama mbak

Lampiran 15 gambar bersama informan



Gambar 1. Bersama informan BKUI



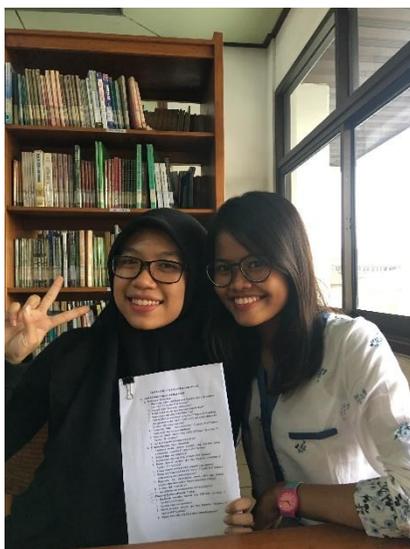
Gambar 2. Bersama informan Kabag Humas



Gambar 3. Bersama informan Direktur LSP



Gambar 4. Bersama informan Staf LSP



Gambar 5. Bersama informan Mahasiswa Baru 2018



Gambar 6. Bersama informan Mahasiswa Baru 2018



Gambar 7. Bersama informan Mahasiswa Baru 2018



Gambar 8. Bersama informan Mahasiswa Baru 2018



Gambar 9. Bersama informan Mahasiswa Baru 2018

Lampiran 16 gambar kartu bimbingan

**UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA**
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Program Studi : Adm Publik, Adm Bisnis, Ilmu Komunikasi
Gedung: F 1.01 Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)
Telp. (031)-5925982, 5931800 Psw.159
E-mail : fisip@untag-sby.ac.id

KARTU BIMBINGAN PENULISAN SKRIPSI
Nomor : 995 /K/FISIP/X/2018
Tanggal : 17 Oktober 2018

N a m a : Mashita Nur Laily
N B I : 1151501248
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Dosen Pembimbing : 1. Dr. Ayun Maduwinarti, MP
2. Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom.,M.Med.Kom

PERSETUJUAN JUDUL SKRIPSI

Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Meningkatkan Jumlah Penerimaan Mahasiswa Baru di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Perhatian :

1. Kartu Bimbingan ini harus dibawa dan ditunjukkan Dosen Pembimbing Waktu konsultasi
2. Kartu Bimbingan ini harus diserahkan ke Fakultas Pada waktu pendaftaran Ujian Skripsi
3. Kartu Bimbingan ini berlaku Sampai Akhir Semester Genap 2018/2019
4. Perpanjangan Sampai Akhir Semester Genap 2018/2019 25/2/19

Dikeluarkan Tgl : 17 Oktober 2018
Dekan

Dr. Endro Tjahjono, MM

 Scanned with CamScanner

Gambar 1. Kartu bimbingan

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA

Program Studi : Adm Publ. Adm Bnis. Ilmu Komunikasi, Magister Adm, Doktor Ilmu Adm.

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

Telp. 031-5925982 Psw.159

E-mail : fisisp@untag-sby.ac.id

KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

NO.	TANGGAL	MATERI	CATATAN DOSEN PEMBIMBING	TANDA TANGAN
1.	31-10-2018	Proposal	- Perbaiki foto penulisan	} h
2.	14-11-2018	Propose	- Tambahkan teori - All sama saran - ACC gilang ke part II	
3.	17-11-2018	DAB 1	diperbaiki: penulisan LDM	} 7
4.	15-11-2018	DAB 1	ACC	
5.	20-11-2018	DAB 2	perbaiki critical review	} 7
6.	4-12-2018	DAB 2 & 3	ACC, dua paragraf	
7.	17-12-2018	BAB 3	ACC	} 7
8.	25-3-2019	Pub I - II	- Perbaiki kerangka pikir - Penulisan kutipan - Literatur guide	
9.	10-4-2019	Pub I - II	ACC	} h
10.	2-4-2019	BAB 4	- penyajian data	
11.	16-4-2019	BAB 4	- Penambahan Penitijasan dan penyajian data	} 7
12.	24-4-2019	BAB 4	Penyajian data ACC	
13.	9-5-2019	Pub II	Menuliskan informasi film promosi	} 2

Bimbingan dinyatakan telah selesai,

Tanggal : 5-7-2019

Dosen Pembimbing II

Dosen Pembimbing I


M. Nurhikmah



CS Scanned with CamScanner

Gambar 2. Kartu bimbingan

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA

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

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

Telp. 031-5925982 Psw.159

E-mail : fisip@untag-sby.ac.id

KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

NO.	TANGGAL	MATERI	CATATAN DOSEN PEMBIMBING	TANDA TANGAN
14	20/6 2019	BAB 4	ACC, lanjut bab 5 dan lengkapi lampiran	[Signature]
15	24/6 2019	BAB 5	ACC	[Signature]
16	28/6 2019	Abstrak	ACC	[Signature]
17	4/7 2019	Bab 10, 11	Acc & catatan	[Signature]
18	5-7-2019	Bab 10, 11	Acc	[Signature]

Bimbingan dinyatakan telah selesai.

Tanggal: 5-7-2019

Dosen Pembimbing II

[Signature]

Dosen Pembimbing I

[Signature]

CS Scanned with CamScanner

Gambar 3. Kartu bimbingan

Lampiran 17 perintah revisi

 UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Gedung: F 1.01. Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)
Telp. (031) 5925982 Psw. 159/ E-mail : frisp@untag-sby.ac.id

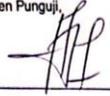
PERINTAH REVISI

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

N A M A : Mashita Nur Laily
N. B. I. : 1151501248
Jurusan : Ilmu Komunikasi

Memerintahkan Untuk Mengadakan Revisi Skripsi Sbb :

NO	MATERI	BAB	HAL
-	Perbanka teknis penulisan		
-	" Kumpulan		
-	" abstrak		
	dll sesuai saran		

Setuju telah direvisi,
Dosen Penguji, *Acc*
 27/7

Surabaya, 18 Juli 2019
Dosen Penguji


 Scanned with CamScanner

Gambar 1. Perintah revisi



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Gedung: F 1.01. Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)
Telp. (031) 5925982 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 : Mashita Nur Laily
N. B. I. : 1151501248
Jurusan : Ilmu Komunikasi

Memerintahkan Untuk Mengadakan Revisi Skripsi Sbb :

NO	MATERI	BAB	HAL.
1	Teknik penulisan		
	yang kurang		
2	Aliran		

Setuju telah direvisi,
Dosen Penguji,

Surabaya, 18 Juli 2019
Dosen Penguji,



Scanned with
CamScanner

Gambar 2. Perintah revisi



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Gedung: F 1.01. Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)
Telp. (031) 5925982 Psw. 159/ E-mail : fisp@untag-sby.ac.id

PERINTAH REVISI

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

N A M A : Mashita Nur Lailiy
N. B. I. : 1151501248
Jurusan : Ilmu Komunikasi

Memerintahkan Untuk Mengadakan Revisi Skripsi Sbb :

NO	MATERI	BAB	HAL.
	- sumber pengutipan (kita beladong) belum dimasukin		
	- typo / salah ejaan		
	- daftar pustaka skripsi		
	- masukkan data penulisan tentang Untag	1	
	- bukti → IMC ts kelas dilakukan Untag		

Setuju telah direvisi,
Dosen Penguji,

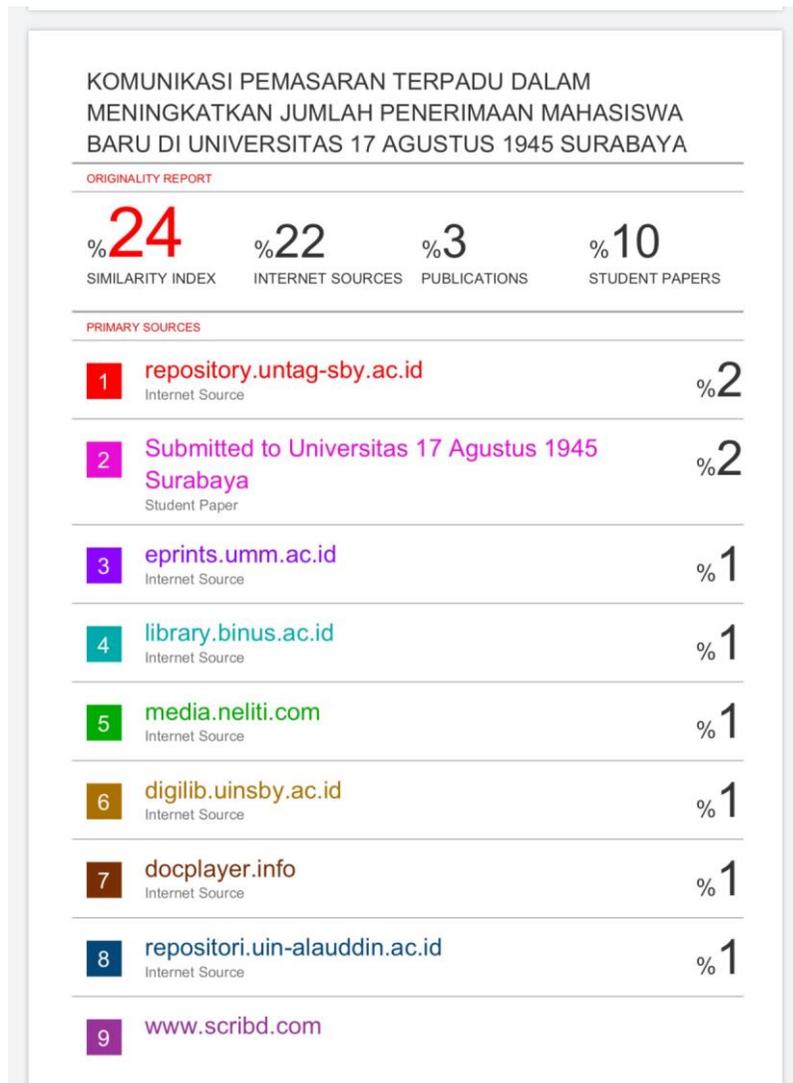
Fitri Norheli

Surabaya, 18 Juli 2019
Dosen Penguji,

Fitri Norheli

Gambar 3. Perintah revisi

Lampiran 18 Hasil Uji Turnitin



Gambar 1. Hasil Uji Turnitin