

## **LAMPIRAN**

### Lampiran 1

#### **Guide Interview**

##### **PERIKLANAN / ADVERTISING**

1. Apa media periklanan yang digunakan pihak Genyo Merch dalam memasarkan produk ?
2. Mengapa menggunakan media tersebut?
3. Dimana iklan tersebut dipasang/ Medianya apa ?
4. Kapan mengiklankannya? Berapa kali frekuensi diputar iklannya ?/ masa berlakunya dipasang?
5. Siapa sasaran atau target yang dituju? Siapa yang berperan dalam mengiklankan tersebut?
6. Ewektif tidak menggunakan media tersebut ?

##### **PEMASARAN LANGSUNG/ DIRECT MARKETING**

1. Apakah Genyo Merch melakukan pemasaran langsung/ direct marketing?
2. Bagaimana proses dan bentuk pemasaran langsung yang dilakukan?
3. Media apa yang digunakan?  
Telemarketing/ mengirimkan pesan singkat via bbm/wa/line/sms (berisikan penawaran/promo), radio: pemasaran dengan program penyiaran, internet: situs catalog online, website stand alone.
4. Mengapa menggunakan bentuk pemasaran langsung tersebut?
5. Bagaimana cara untuk menarik pembeli menggunakan bentuk tersebut agar konsumen tertarik untuk membeli ?
6. Kapan pemasaran langsung tersebut dilaksanakan ?
7. Apakah ewektif bentuk pemasaran langsung tersebut?

##### **PROMOSI PENJUALAN/ SALES PROMOTION**

1. Promosi penjualan apa saja yang dilakukan oleh Genyo Merch?  
(Potongan harga, kupon, kontes/undian, pogram berkelanjutan, rabat, sampel gratis)
2. Bagaimana proses pelaksanaan promosi penjualan tersebut?
3. Kapan waktu pelaksanaan promosi tersebut? Berapa lama jangkanya?

4. Mengapa menggunakan promosi penjualan tersebut?
5. Media apa yang digunakan untuk promosi ?
6. Apakah metode tersebut efektif untuk meningkatkan jumlah pembeli?

### **PENJUALAN PERSONAL / PERSONAL SELLING (*person-to person communication*)**

1. Apakah Genyo Merch melakukan penjualan personal ?  
(penjualan personal dengan menyebarkan sales person, penjualan personal yang dilakukan oleh pegawai untuk melayani konsumen yang datang ke toko/perusahaan)
2. Bagaimana proses kegiatan penjualan personal yang dilakukan oleh Genyo Merch agar menarik perhatian calon konsumen agar membeli produk?  
(identitas pegawai dll)
3. Mengapa menggunakan bentuk penjualan personal tersebut?
4. Apakah metode tersebut efektif ?

### **PEMASARAN INTERAKTIF/ INTERACTIVE MARKETING**

1. Apakah Genyo Merch menggunakan pemasaran interaktif melalui media sosial? Jika iya, media sosial apa dan mengapa?
2. Apa yang dilakukan di media sosial agar menarik calon pelanggan ?
3. Apakah Genyo Merch menggunakan selebgram?
4. Apakah Genyo Merch menggunakan pemasaran interaktif melalui web ?
5. Bagaimana proses pemasaran interaktif yang dilakukan oleh Genyo Merch?
6. Apakah metode tersebut efektif ?

### **HUMAS / PUBLIC RELATIONS**

1. Apa saja event yang pernah diselenggarakan oleh Genyo Merch ? mengapa menyelenggarakan event tersebut?
2. Apakah Genyo Merch melakukan kerjasama dengan pihak luar ? Jika iya, dengan siapa saja ? dan apa kontribusi pihak tersebut ?
3. Apakah Genyo Merch pernah ikut mensponsori suatu acara/kegiatan? Jika iya, Apa , mengapa dan apa feedback yang didapat?
4. Apakah Genyo Merch melakukan bentuk kegiatan media relations?

(konferensi pers, perjalanan media, pertemuan informal, wawancara/interview, menulis/press release, ajang khusus ex: peresmian, ulang tahun dll)

5. Bagaimana Genyo Merch menjalin hubungan dengan konsumen ?
6. Apakah efektif metode tersebut ?

### **KONSUMEN GENYO MERCH**

1. Sejak kapan anda menggunakan produk Genyo Merch?
2. Darimana anda mengetahui Genyo Merch?
3. Bagaimana cara pegawai Genyo Merch dalam menjalin hubungan dengan anda?
4. Apa yang membuat anda membeli produk Genyo Merch?
5. Apakah Genyo Merch sering melakukan promosi penjualan ? promosi penjualan apa?
6. Apakah anda pernah melihat atau mengetahui iklan Genyo Merch? Jika iya, dimana dan lewat saluran apa?
7. Apakah anda pernah mengetahui atau mengikuti event yang diadakan oleh Genyo Merch?

### **IMC**

1. Bagaimana cara Genyo Merch dalam mempengaruhi perilaku calon/konsumen untuk datang berkunjung ke *store* ?
2. Apakah ide-ide yang dikeluarkan oleh Genyo Merch merupakan ide atau saran yang berawal dari calon/pelanggan ?
3. Apakah Genyo Merch menggunakan semua saluran atau media penyampaian informasi untuk berkomunikasi dengan pelanggan?
4. Apakah semua elemen komunikasi Genyo Merch (iklan, promosi penjualan, event, dll) berbicara dengan satu suara?
5. Bagaimana Genyo Merch menjalin hubungan dengan pelanggan?

## Lampiran 2

Transkrip hasil wawancara peneliti dengan *owner* Genyo Merch

Nama informan : Satrio Rikad Dhoyo

Jabatan : *Owner* Genyo Merch

Tanggal wawancara : 18 Mei 2019

Peneliti : Selamat pagi mas, mohon maaf tak rekam ya

Satrio Rikad Dhoyo : oalah iya betul gapapa, buat data ya

Peneliti : pertama sejarah Genyo itu gimana ya mas?

Satrio Rikad Dhoyo : Jadi Genyo itu kalau di kaos ada tulisan genyo dari 2010, kenapa dari 2010 karena sebenarnya kalau untuk produksi sudah 2012 tapi 2010 itu gagasan timbul saat kita ke Sumatra Barat, Bengkulu, NTB jadi saya itu seneng traveling dan sering dikirim acara dinas untuk duta pemuda, duta wisata dan hampir semua saya ikut. Nah pasti dari setiap provinsi diluar Jatim selalu yang ditanya pasti Surabaya, dengan adanya tersebut adanya ide, bagaimana cara mempromosikan kota Bojonegoro ini diluar daerah atau provinsi. Akhirnya kalau kita ngomong kan susah akhirnya timbul ide dengan media kaos, atau merchandise dimana tulisannya adalah genyo aku cah Bojonegoro. Jadi tujuan atau gagasan awalnya ingin mempromosikan nama kota sendiri dan kemudian awalnya kita ndak ambil genyo dulu namanya. Nah kita melakukan study banding sampai ke dagadu, saya ketemu sama manager marketingnya Mahesa namanya. Jadi kita sharing disana tentang apa bahan kaosnya Dagadu, tentang bahan sablon, bagaimana dagadu berdiri. Setelah perjumpaan dengan Dagadu akhirnya kita memutuskan nama genyo, awalnya kita punya beberapa pilihan sebenarnya untuk merepresentasikan Bojonegoro kita perlu nama yang benar-benar khas yang mencerminkan kepribadian Bojonegoro. Awalnya kita tanya, kenapa dagadu mahal karena dagadu tidak menjual kaos tapi menjual karya seninya. Konsep itu juga dianut Genyo, Genyo tidak menjual kaos tapi menjual kebanggaan, karena rasa bangga anak Bojonegoro sama Bojonegoro itu sedikit, ibaratnya ada anak Bojonegoro kuliah di Malang baru sebulan aja ngomongnya sudah umak-ayas-umak ayas. Anak Bojonegoro yang kuliah di Surabaya pasti mbalik-mbalik udah koen kate lapo. Anak Bojonegoro kuliah di Jogja entar balik

juga mesti berubah, mereka seperti kehilangan jati diri, kita menjual kebanggan kita menjual rasa cinta terhadap Bojonegoro yang kita seneng dengan konsep yang kita usung berhasil karen orang-orang yang di luar pulau yang jadi tkw, tki itu mereka suka dan ketika memakai itu di Jepang, Taiwan, Malaysia itu kan cerminan kalau mereka cinta terhadap Bojonegoro. Banyak sekali bulyan yang ada terhadap anak Bojonegoro yang diluarkota ketika mereka menggunakan bahasa dengan aksen Bojonegoro kemudian terjadi Bojonegoro Bojonegoro. Genyo itu timbul sebagai suatu retorika, genyo aku cah Bojonegoro memangnya kenapa kalau saya ini orang Bojonegro, emangnya kenapa ada masalah?. Jadi visi misinya itu kita ingin menjual suatu kebanggan awalnya untuk masyarakat kita sendiri. Karena Bojonegoro bukanlah kota wisata, kita harus mecari sesuatu yang lain, kita mencari sesuatu yang berbeda yaitu menjual kebanggan.

Peneliti :Kalau media periklanan yang digunakan Genyo itu apa mas?

Satrio Rikad :Sekarang medianya yang jelas sosmed karena dia free gratis tidak memerlukan syarat syarat yang ribet. sosmednya apa yang pertama instagram, kedua facaebook, ketiga youtube. Tak jarang biasanya juga saya mengiklankan sendiri lewat akun instagram saya jika ada promo, kegiatan Genyo, produk baru. kemudian, untuk cara sebenarnya bukan media tapi sistem lain kita menggunakan sistem endorsemen.

Peneliti :Siapa yang di endorse mas ?

Satrio Rikad :Yang diendorse biasanya tokoh pemuda, public figure, sama selebgram. Public figure itu lebih ke bupati ya apa ya orang-orang berkepentingan itu kita endorse.

Peneliti :Kalau di majalah, brosur,radio itu bagaimana mas?

Satrio Rikad :Majalah, brosur kita tidak tertarik karena sudah sangat konvensional. Kita lebih seneng promosi di sosmed sama di event, seperti event pertandingan persibo bojonegoro kita pernah tiga kai, kita support juga di acara-acara anak sekolah karena itu pasar kita, jadi kita jemput bola.

Peneliti :Jadi kalau persibo main, buka ?

Satrio Rikad :Endak

Peneliti :Jadi sistemnya gimana

Satrio Rikad :Kita lebih ke menunjukkan branding aja, oh ini sponsor kita ada tulisan genyo, jadi lebih menunjukkan kalau kita respect sama klub lokal, penggemar klub lokal respect sama brand kita. Kalau yang disekolah itu mereka itu adalah pasar pertama kita, ketika ada acara atau proposal yang masuk dari anak sekolah kita support, jadi ada jatahnya jadi genyo itu ada punya yang namanya supporting , lokal movement supporting dimana tiga bulan tiga event. Ibaratnya satu bulan satu event kalau seumpama satu bulan ada tiga event ya kedepannya kita setop dulu

Peneliti :Itu efektif ndak mas?

Satrio Rikad :Kalau efektif efektif, efektifnya sekali karena kita mendukung orang-orang yng gemar dengan kita. Karena sistemnya gimana ya sistemnya bukan kaya kaos tapi kayak bahan koleksi jadi kalau ada desaint baru beli lagi beli lagi.

Peneliti :nah, pemasaran langsungnya, prosesnya seperti apa ya mas?

Satrio Rikad :Nah, untuk pemasaran langsung kita biasanya mengirim pesan kepada konsumen yang pernah menghubungi kita sih melalui kontak yang tertera di instagram, jadi kalau ada promo atau produk baru, kadang juga menginformasikan jumlah stok yang tersedia lewat sana gitu mbak

Peneliti :yang gak pernah beli online lak ndak bisa punya kontak ya mas?

Satrio Rikad :Iya, itu sih kelemahan dan kekurangannya

Peneliti :Kalau jangka waktunya?

Satrio Rikad :pas ada produk baru, sama pas ada diskon aja mbk, gak sering-sering juga.

Peneliti :promosi gimana mas, ngasih potogan harga juga gitu? Kurun waktunya ?

- Satrio Rikad :Kalau potongan harga kita kasih kalau yaa ada hari-hari besar gitu seperti hari jadi Bojonegoro, akhir tahun, hari raya kurban, hari Bumi, ya pokonya banyak dan sudah pasti ada tapi kalau waktunya tergantung kami. Yang terbaru ini kemarin waktu pemilu itu kita kasih diskon all item dengan syarat nunjukin tinta.
- Peneliti :Penjualan personalnya gimana mas, cara melayani konsumen apas di *store* itu gimana.
- Satrio Rikad :hmmmm.. penjualan personal ya kita ada pegawai di offline *store* itu kami manfaatkan dengan baik, jadi kalau aktivitas penjualan personal kalau ada pembeli ya sebisa mungkin kami layani dengan baik. Biasanya juga saya yang terjun langsung melayani pembeli jadi nanti kami jelaskan kalau ada produk yang baru siapa tau menarik minat untuk dibeli.
- Peneliti :Hanya di *store* aja mas?
- Satrio Rikad :iya lebih ke *store*nya.
- Peneliti :Pemasarannya menggunakan media apa?
- Satrio Rikad : Pemasaran interaktif kita menggunakan internet biasa sosial media, instagram, youtube, facebook, twitter karena menurut kami di era milenial seperti sekarang ini media itu paling cocok, apalagi pasar kita kan anak muda media tersebut sangat efektif untuk menarik pembeli. Biasanya yang kami lakukan untuk menarik pelanggan ya kita pakai selebgram lokal gitu, jadi selebgram atau public figure menggunakan kaos kami nanti diposting di instagram menggunakan hastag.
- Peneliti :Sering bales-bales komen juga ndak mas?
- Satrio Rikad :Sering, biasanya juga kita balas.
- Peneliti :Cara jalin hubungan sama pelanggan iu gimana ya mas, saya pernah lihat ada akun instagram Cahgenyo itu sampean ta mas yang buat? Apa motivasinya membuat akun itu

- Satrio Rikad :Kalau menjalin hubungan dengan konsumen kami ada kanal instagram namanya cah genyo, kami buat untuk menghargai para konsumen kami, jadi kami itu dekat dengan mereka ya salah satunya dengan cara me repost foto mereka, sampai beberapa pelanggan kami hafal, kami menghargai ketika mereka menggunakan kaos kami apapun kondisinya pokoknya sopan nah kita repost di sosial media cah genyo itu akhirnya kami dekat. Kami juga pernah kasih giveaway gitu
- Peneliti :Kalau kerjasama itu tu lebih ke siapa mas, Genyo pernah bekerjasama dengan siapa ?
- Satrio Rikad :Genyo kerja sama dengan banyak komunitas salah satunya united Indonesia Bojonegoro (fans club MU) itu kami jalin kontrak. Genyo support event mereka (futsal, anniversary, mendatangkan fans club luar kota) dan mereka produksi kaos mereka disini. Komunitas ini itu aktif dalam komunikasi dengan luar kota jadi kami yaa dapat feedback ya siapa tau dapat mempromosikan dan mengenalkan Genyo khususnya dan Bojonegoro pada umumnya. Kita juga support Paguyupan Kange Yune Bojonegoro, Persibo Bojonegoro karena mereka juga mempromosikan Bojonegoro, biasanya kami memberikan kaos tersebut gitu hehehe dan dijadikan sebagai kaos tugas mereka jika berada diluar kota. Pokoknya kalau komunitas, atau orang yang sejalan dengan kami, lalu punya nilai-nilai positif yang sering kami support. Kami paling sering mensponsori kegiatan anak-anak sekolah
- Peneliti :Pernah ngadain kontes gitu nggak mas, untuk menarik calon pembeli. Biasanya kan trik seperti itu selalu digunakan. Kalau Genyo sendiri?
- Satrio Rikad :Events yang sering kita buat itu lebih hm apa ya lebih ke kontes dan kompetisi aja mbak, ya seperti kontes foto di instagram, lalu yang paling baru kami lakukan itu kompetisi challenge wayah e wayah e, jadi proses kompetisinya harus pakai kaos dari Genyo edisi wayah e, kemudian menemui penjual pentol yang sedang viral itu untuk diambil video dan dipublikasikan melalui instagram, facebook youtube dari situ nanti kita seleksi dan yang menang ada hadiah

uang tunai. Kita juga pernah bikin acara nyablon bareng masyarakat sekitar cek rame ngw lo, mosok sepi-sepi ae hehehe

Peneliti :Jadi lebih ke media sosial gitu ya mas, efektif ndak dalam menarik pembeli?

Satrio Rikad :iya, yah iya mbk biasa anak muda suka kalao ada kayak ginian

Peneliti :lalu, kalau komunitas-komunitas gitu pernah kerjasama dengan komunitas apa aja mas?

Satrio Rikad :Genyo kerja sama dengan banyak komunitas salah satunya unaited Indonesia Bojonegoro (fans club MU) itu kami jalin kontrak. Genyo support event mereka (futsal, anniversary, mendatangkan fans club luar kota) dan mereka produksi kaos mereka disini. Komunitas ini itu aktif dalam komunikasi dengan luar kota jadi kami dapat feedback ya siapa tau dapat mempromosikan dan mengenalkan Genyo khususnya dan Bojonegoro pada umumnya. Kami juga support Paguyupan Kange Yune Bojonegoro, Persibo Bojonegoro karena mereka juga mempromosikan Bojonegoro, biasanya kami memberikan kaos tersebut dan dijadikan sebagai kaos tugas mereka jika berada diluar kota. Pokoknya kalau komunitas, atau orang yang sejalan dengan kami, lalu punya nilai-nilai positif yang sering kami support. Kami paling sering mensponsori kegiatan anak-anak sekolah hmm..

Peneliti :Pernah hubungan dengan media ?

Satrio Rikad :Kalau hubungan hm...dengan media Alhamdulillah sering, saya sering diwawancara media-media online maupun cetak. Jadi Alhamdulillah banyak yang mengenal Genyo juga melalui media yang memuatnya tersebut

Peneliti :Mas, sebenarnya cara Genyo sendiri untuk mempengaruhi perilaku orang agar membeli itu bagaimana, trik atau semacam seperti apa ?

Satrio Rikad :Caranya kami menjual apa yang dibutuhkan dan diinginkan mereka, kita menjual sesuatu yang lebih dari sekedar kaos. Seperti

desaint yang fungsional, yang kedua adalah pintar-pintar memanfaatkan momen. Kadang-kadang dihari lebaran kita ada kaos bertuliskan kaos *riyoyo* nah Rp 100.00 dari hasil penjualan per kaos itu untuk laga amal. Yang kedua, membuat sesuatu yang langka ibaratnya yang jarang ada di Bojonegoro jadi itu bisa membuat mereka suka dan beli, karena rata-rata pembeli kita 70% adalah orang Bojonegoro, yang 30% sudah menjangkau luar kota untuk sekarang.

Peneliti :Ide-ide desaint atau apapun itu biasanya datang dari mana mas?

Satrio Rikad :Jadi konsumen itu kadang-kadang usul, mas sekali-kali aku minta desaint yang ini coba sampean bikinkan desaint. Kita hampir disetiap apa ya kami nyebutnya *season*. Misalnya setiap setahun itu ada tiga *season* atau sampai empat *season*. Januari sampai april masih satu desaint yang keluar itu kadang kadang ada orang yang usul kaos tentang asmara atau cinta, tentang banjir kan Bojonegoro sering banjir. Saran itu ya positif, kalau lebih ramai atau tidak sebenarnya tidak juga kita kan hanya menghargai usul dari konsumen, karena mereka membeli barang kita terus kita penuhi kan terjadi silaturahmi yang cukup bagus.

Peneliti :Pengaruh ndak sih mas, atau lebih rame apa sama aja ?

Satrio Rikad :sebenarnya kalau lebih rame ndak ada pengaruhnya juga, cuman kita menghargai usul calon konsumen aja.

Peneliti :Dalam penyampaian informasi atau untuk berkomunikasi dengan pelanggan maupun calon pelanggan biasanya Genyo menggunakan semua saluran kah ?

Satrio Rikad :Kalau untuk menginformasikan kepada pelanggan dan calon pelanggan kami menggunakan semua media sosial yang digunakan oleh masyarakat luas. Dulu pernah pakai radio tahun 2012 waktu saya jadi penyiar, tapi sekarang radio sudah mulai ditinggalkan.

Peneliti :lalu, untuk elemen yang tadi sudah saya tanyakan yang 6 tersebut, itu kira-kira sejalan dan satu suara apa tidak ?

- Satrio Rikad :Apapun yang kami buat itu menurut kami ya sudah sejalan, karena semua yang dilakukan seperti mengiklankan, promosi, kerjasama, buat kontes itu ya tujuannya sama. Bukan saja sekedar menjual dan dibeli. Tapi lebih kepada bagaimana orang tau, tertarik membeli, mengulangi pembelian dan berhubungan baik dengan kami
- Peneliti : oalah seperti itu mas, lalu genyo kan psti punya pelanggan yang banyak, lalu cara agar hubungan selalu terjalin itu seperti apa?
- Satrio Rikad :Kalau menjalin hubungan dengan pelanggan itu kami lebih ke komunitas apa ya namanya, lewat komunitas itu efektif karena ketika satu komunitas kami sentuh maka kami menyentuh semua memernya. Komunitas supporter bola di Bojonegoro kan banyak kita sentuh mereka. Kemudian komunitas positif lainnya komunitas anak sekolah seperti pramuka. Pramuka adalah salah satu hal yang sangat populer karena dari jaman dahulu sampai sekarang masih ada, masih banyak yang meminati pramuka, jadi kita support itu. Selain itu kami support komunitas mahasiswa, seperti FKMB, HIMABO, IAIN. Terus juga komunitas kelas inspirasi contohnya saya masuk komunitas kelas inspirasi disana kan banyak pengajar, banyak relawan mereka kan kenal kita jadi bisa pesan kaos gitu.
- Peneliti :lumayan banyak ya mas, mahasiswanya juga banyak ternyata.
- Satrio Rikad :iya, lek mau KKN gitu biasanya kerjasama, kita buat kaos kayak gitu contoh e.
- Peneliti :Udah sih mas, mas kalau seumpama ada foto-foto kegiatan pas jadi sponsor itu ada ?
- Satrio Rikad :insaallah ada, kadang-kadang adminku merapikan feednya itulo
- Peneliti :kalau di fb gitu ada mas?
- Satrio Rikad :insaallah ada, biasanya di tag, nah ini juga, ini ada. Nanti bisa dikirim lewat whatsapp aja. Kayak gini nih. Ini sama anak-anak supporter. Jadi banyaknya di instagramku lah hehehe
- Peneliti :oke, nanti saya follow aja ya mas

Satrio Rikad :iya,iya follow aja. Scroll kebawah aja terus hahaha

Peneliti :sudah sih mas hehe

Satrio Rikad :cek akeh e, dicecar 50 butir pertanyaan oleh tim ott KPK hehehehe

### Lampiran 3

Transkrip hasil wawancara peneliti dengan *staff* Genyo Merch

Nama informan : Wahyu Rj

Jabatan : *Staff* Genyo Merch

Tanggal Wawancara : 18 Mei 2019

Peneliti : Hallo mas, perkenalkan saya candra dari Untag Surabaya mau Tanya-tanya mengenai komunikasi pemasaran terpadu genyo Merch. Sbelumnya nama sampean siapa? sebenarnya pertanyaan e sama mas, aku cuman memastikan

Wahyu Rj :Wahyu Rj,

Wahyu Rj : ini dalam apa

Peneliti :dalam meningkatkan jumlah pembeli Genyo mas

Wahyu Rj :oalah oke baiklah.

Peneliti :Maaf yam as tak rekam. Ini sebenrnya pertannya sama sama mas Raka. Aku cuman pengen memastikan kebenarannya aja.

event yang pernah diselenggarakan Genyo?

Wahyu Rj :oalah oke baiklah.

Peneliti :periklanan Genyo itu lewat apa ya mas?

Wahyu Rj :Kita menggunakan media sosial karena yaa terbukti kan sangat dekat dengan anak muda nah efeknya sangat bagus, apalagi kita tidak usah turun ke jalan, kita pakai endorse-endorse di media sosial itu efeknya sudah luar biasa. Daripada kami beriklan aneh-aneh tapi tidak tepat sasaran akhirnya kita support event-event yang sarasannya sama dengan target kita. Kita juga mengiklankan produk di sosial media kita masing-masing.

Peneliti : pernah iklan di media massa bagaimana, apakah pernah?

- Wahyu Rj :Kalau iklan di media massa kami cuma pernah di radio dulu mbak
- Peneliti : *broadcast* untuk pemasaran langsung pernah digunakan kah mas? atau mungkin ada yang lain yang digunakan Genyo
- Wahyu Rj :Pemasaran lagsung kami kadang melalui *broadcast* Wa namun tidak semua calon konsumen dapat kita tuju, soalnya yang tau yang sering beli online aja jadi sasaran yang dituju sedikit.
- Peneliti :kurang menyeluruh dan maksimal ya mas lek begitu jadinya?
- Wahyu Rj :iya gitu, tidak semuanya kita berikan informasi tersebut.
- Peneliti : promosi penjualannya gimana mas?
- Wahyu Rj : Kalau promosi kita sering menggunakan challenge photo melalui instagram lalu menggunakan hastag di instagram.
- Peneliti :terus kalau potongan harga pernah mas?
- Wahyu Rj :hmmm kalau potongan harga sebenarnya lebih ke diskon, terus bikin agenda sale pas hari-hari tertentu seperti ramadhan sale lalu medianya ya lewat instagram, facebook gitu hehe.
- Peneliti :Penjualan personalnya yang dilakukan Genyo itu gimana mas, cara melayani pembeli?
- Wahyu Rj :oalah kalau itu sih pinter-pinternya ngomong aja ya mbak, prosesnya ya sewajarnya tidak lebih takutnya nanti malah pembeli risih gitu, kan kita tidak bisa menyamakan sifat orang. Mungkin kita biasanya melayani pas calon pembeli berkunjung ke *store*, atau pas kita ada kegiatan atau menjadi sponsor acara, itu kami perlakukan kayak saudara sendiri Genyo kan identitasnya anak muda banget gitu ibarat kata konco dewe jadi pembeli merasa nyaman lalu memutuskan untuk membeli.
- Peneliti :cara memasarkan dn mempromosikan atau media interaktif media yang dilakukan genyo lewat apa mas. apakah sosial media?
- Wahyu Rj :Kalau di era sekarang ini kan media sosial sangat erat dengan anak muda, nah itu efeknya sangat bagus jadi kita gak perlu terjun dijalan jadi kita tinggal update di sosmed, yang kami update ya promo,

informasi harga, kegiatan yang dilakukan Genyo. Kami juga endorse selebgram lokal efeknya udah bagus banget

Peneliti :jadi Genyo ndak menggunakan web untuk pemsaran interaktifnya mas?

Wahyu Rj :Dulu kami juga pernah punya web tapi kalau di Bojonegoro kurang cocok untuk diterapkan.

Peneliti :kerjasama-kerjasama dengan banyak pihak apakah genyo melakukannya juga ? kalau iya dengan siapa saja

Wahyu Rj :Kalau kerjasama kami sering sekali kerjasama dengan sekolah-sekolah ya karena sasaran kami ada di sana, pasar kami ya mereka. Sering jadi sponsor kegiatan mereka seperti perpisahan, terus lomba, disnatis. Banyak sih mbak, mahasiswa, lalu komunitas-komunitas anak muda gitu juga pernah. Komunitas Kange Yune, Persibo Bojonegoro

Peneliti :oalah, lumayan banyak ya mas. Terus kalau menjalin hubungan dengan masyarakat atau konsumennya gimana ?

Wahyu Rj : Cara menjalin hubungan ya kami sering bikin event apalagi seperti yang baru-baru ini kaos wayah e untuk meningkatkan keterlibatan dengan konsumen kita bikin event dimana konsumen pakai kaos dari kita kemudian di posting dan dipublikasikan lewat intagram, facebook, youtube, kita bikin kontes gitu. Pernah juga bikin event sama masyarakat sekitar tentang sablon, jadi kita ajarin nyablon

Peneliti :hubungan dengan media cetak atau media online pernah mas?

Wahyu Rj :Kami berhubungan dengan media lumayan sering, berhubungan baik malah. Namun itu hanya sebatas di wawancara aja, jadi *owner* kita sering diwawancara oleh tv, dimuat di media koran, berita-berita online gitu

Peneliti :media lokal gitu mas?

Wahyu Rj : iya, yaaa gimana ya, media media Bojonegoro,Jatim

- Peneliti :ada ndak mas tips Genyo agar dapat mempengaruhi perilaku calon konsumen agar membeli produk Genyo?
- Wahyu Rj :Cara kita mempengaruhi perilaku mereka ya dengan cara memposisikan diri sebagai konsumen. Jadi kami mencoba untuk mengetahui apa yang dibutuhkan dan diinginkan mereka, misalnya dari segi desain kita selalu variatif dan fungsional, bukan hanya sekedar menjual kaos tapi bagaimana kaos itu dapat berbicara sesuai dengan perasaan konsumen. Lalu membuat sesuatu yang menarik, yang jarang ada di Bojonegoro.
- Peneliti :pernah melibatkan konsumen dalam membuat ide-ide desain atau apapun itu mas?
- Wahyu Rj :keterlibatan konsumen sudah pasti, karena kita selalu menghargai konsumen dan membuat konsumen ikut andil dalam mengutarakan ide ataupun gagasannya. Seperti kami terbuka untuk menerima saran desain, produk yang akan dibuat. Intinya kita mempertimbangkan apa yang konsumen mau dan butuhkan
- Wahyu Rj : Cara kita memberikan informasi mengenai produk, harga, diskon atau apakah itu kita memberikan informasinya lewat semua media sosial seperti, instagram, facebook, wa, dan lain-lainnya. Kami menggunakan media yang dapat diterima oleh semua kalangan khususnya anak muda
- Peneliti :menurut mas, Genyo menyinergikan satu elemen dengan elemen promosi lain apa tidak ?
- Wahyu Rj :Bersinergi atau tidak antara elemen satu dengan yang lainnya, ya kami pikir sama. Tujuan dari semuanya itu sama untuk diketahui orang, meningkatkan penjualan dan menjalin hubungan baik
- Peneliti :cara menjalin hubungan dengan konsumen itu gimana mas, cara-cara yang dilakukan apa aja ?
- Wahyu Rj :Menjalin hubungan dengan pelanggan, kita punya akun instagram yang penuh khusus untuk pelanggan genyo. Jadi disana kita apresiasi fotonya dengan merepost foto yang menggunakan produk dari kita. Cara seperti itu kami rasa sangat ampuh untuk menjalin hubungan yang saling menghargai dan menghormati. Menjalin

hubungan dengan cara mendekatkan diri pada komunitas-komunitas juga sering kita lakukan

Peneliti :antusiasnya bagaimana mas?

Wahyu Rj :wah, yaa..... bisa dibilang lumayan banyak juga yang posting tentang produk genyo. Biasa jaman sekarang kana pa-apa instagram fotonya juga bagus bagus, itu juga bisa jadi promosi buat Genyo sendiri.

Peneliti :lumayan berpengaruh ya kalau gitu, oke mas Alhamdulillah sudah selesai hehehe

Wahyu Rj : sudah ta? Hehe wakehh yo pertanyaan e

Peneliti : hehe iya mas, terimakasih atas informasinya ya, oh nanti saya juga minta biodata sampean lho mas

Wahyu Rj : siap

Peneliti : makaasih mas

#### Lampiran 4

Transkrip hasil wawancara peneliti dengan pembeli atau konsumen Genyo

Nama informan : Achmad Saifudin

Tanggal wawancara : 20 Mei 2019

Peneliti :Maaf mas, perkenalkan saya candra dari untag Sby, mau Tanya-tanya sedikit mengenai Genyo dari sudut pandan sampean.

Achmad :iya mbk, enggak papa. Monggo tanya aja.

Peneliti :sampean sejak kapan menggunakan produk Genyo ?

Achmad :wahh.. yaaa berapa ya mbak lumayan lama ko, tahun 2015 kalau tidak salah.

Peneliti :wah lumayan lama yo mas, terus sampean itu darimana tahunya?

Achmad :ya dari instagram, banyak anak-anak muda yang pakai terus ditag gitu. Lumayan terkenal kalau dikalangan anak muda kan Genyo.

Peneliti :oh.. dari instagram, lalu samean pernah tau iklan Genyo ta, kalau pernah itu dimana ya ?

Achmad :Saya pernah tau iklan Genyo itu di instagram, waktu itu yang promosikan melalui akun instagram yaitu Discover Bojonegoro, Bojonegoro.youth. Pernah tau juga waktu itu sih banyak ngendorse seperti bupati kang Yoto, Nisa Sabyan, Hanis Sagara. Sering lewat *owner* juga biasanya kalau ngasih informasi

Peneliti :kalau biasanya menerima informasi tentang produk-produk baru gitu biasanya darimana?

Achmad : Saya tahu informasi mengenai produk baru Genyo pernah lewat WA admin, kebetulan pernah menghubungi kontak yang ada di bio instagram, kadang kadang ada pesan masuk dari Genyo ngasih tau produk baru, tapi saya membeli langsung ke *store* sekalian biar jelas

- Peneliti :dari segi konsumen ya mas, bagaimana cara Genyo membangun hubungan sama konsumen ?
- Achmad : Hubungan yang dibangun Genyo Merch oke menurut saya mbak, karena mereka mendekatkan diri dengan konsumennya dengan merepost foto kami dan menyediakan ruang bagi kami untuk mengekspresikan diri dengan kaos tersebut
- Peneliti :Genyo pernah ngadain acara, kompetisi, atau kontes-kontes gitu nggak ?
- Achmad :Genyo pernah bikin acara sama warga sekitar saya tahu dari instagram pemiliknya jadi kayak nyablon kaos gitu. Kalau kontes yang pernah diadakan Genyo itu kebanyakan kontes foto gitu mbak
- Peneliti : sebenarnya apa yang bikin masnya beli produknya?
- Achmad :ya unik yaa, bisa dibilang itukan ciri khasnya Bojonegoro kita harus bangga punya produk andalan. Banyak promo juga kualitasnya bagus juga
- Peneliti : kalau promosi itu biasanya apa yang dilakukan Genyo?
- Achmad :sering promo sih diskon-diskon gitu, kalau menjelang hari-hari tertentu hari jadi Bojonegoro, akhir tahun, hari-hari yang bersejarah gitu sering dia buat.
- Peneliti :setahu mas, biasanya genyo kalau memberikan informasi gitu lewat apa?
- Achmad :sosial media sudah pasti, itu andalan dia hehe.. yang saya tau ya Youtube itu,Facebook,instagram
- Peneliti :kerjasama, gaimana sering ndak dia jadi sponsor gitu?
- Achmad :pernah lihat sih di acara-acara anak sekolahan gitu, acara kampus di Bojonegoro sering kok lihat logonya diposter. Sama Pemkab juga.
- Peneliti :Genyo pernah berhubungan dengan media ndak ya mas?
- Achmad :nah kalau itu saya rasa pernah, soalnya pemiliknya itu sering dimuat di media-media online.

Peneliti :masnya pernah lihat Genyo beriklan ?

Achmad :kalau di tv sih ndak pernah, kalau di instagramnya Bojonegoro youth itu pernah. Biasanya pakai selebgram gitu. Tapi saya sih jarang melihatnya.

Peneliti :masnya serinya beli melalui apa ?

Achmad :*store* mbak

Peneliti :cara Genyo memperlakukan pelanggan gimana ?

Achmad :ramah sih mbak, enak pokoknya biasanya kalaau lihat penjual judes kan ya males beli to,mbaknya mungkin juga sama

Peneliti :iyalah mas, males banget kalau seumpama yang jual judes, ndak bisa senyum. Biasanya yang layanin siapa ?

Achmad :pegawainya, tapi biasanya juga pemilik e yang jaga kalau sore gitu.

Peneliti :oh gitu ya mas, pertanyaannya sudah selesai mas hehe terimakasih lho

Achmad :iya mbak sama-sama semoga lancar ya hehe

## Lampiran 5

Transkrip hasil wawancara peneliti dengan pembeli atau konsumen Genyo

Nama informan : M Syifa Fauzia

Tanggal wawancara : 20 Mei 2019

Peneliti : maaf mas, mengganggu waktunya sebentar saja.sayan candra dari Untag Sby ingin menanyakan sedikit saja mengenai Genyo dari sudut pandang mas

Syifa :iya, tanya aja. Insallah saya bantu

Peneliti :sejak kapan sih pakai produk genyo?

Syifa :lama sih mbak mungkin dari 2016

Peneliti :tau produknya itu darimana sebenarnya mas?

Sifa :yawes terkenal dari dulu sih ya, ya dari instagram,dari temen juga yang post foto produknya, saya ya kurang ingat.

Peneliti :kalau iklan genyo pernah tau dimana?

Syifa :Pernah tau iklan Genyo di Instagram, dipromosikan melalui instagram lokal Bojonegoro yaitu discoverbojonegoro. Biasanya juga *owner* Genyo itu yang sering iklan di instagramnya sendiri

Peneliti :yang buat masnya beli produknya sebenarnya apa ?

Syifa :wujud cinta aja sih mbak sama Bojonegoro, Genyo juga terkenal kan di Bojonegoro jadi ya tambah pengen beli, cara menyenangkan pelanggan e perlu diakui

Peneliti :pernah tau promosi yang digencarkan oleh Genyo?

Syifa :Biasanya juga ada promosi tapi melalui challenge, yang baru-baru ini dia kasih challenge wayahe wayah e yang lagi viral itu lho mbak

Peneliti :sampean ikut juga ?

Syifa :endak sih, lagi dimalang pas itu jadi ya gak sempet hehe

Peneliti :sering beli produknya pas ada acara diskon ndak ?

Syifa : Waktu itu saya beli kaosnya sih pas lagi ada diskon hari jadi Bojonegoro, mumpung ada diskon ya sekalian beli aja kan lumayan. Kalau Genyo yang saya tahu itu sering ngadain diskon kalau hari besar tertentu sih.

Peneliti :bagaimana cara Genyo menjalin hubungan ?

Syifa :dia punya instagram buat khusus para pelanggannya, jadi ada foto pecinta Genyo disana.

Peneliti :sering lihat kerjasamanya ?

Syifa :kalau itu kebanyakan dia sama anak sekolah sudah pasti.

Peneliti :Genyo media yang digunakan dalam promosi apa, yang mas tau?

Syifa :dia pakai ituu instagram, facebook, dia punya juga youtube namanya Genyo Tv. Kalau yang lainnya saya kurang tahu

Peneliti :masnya pernah dapat informasi terkait produk promosi melalui pesan Wa atau semacamnya?

Syifa : pernah beberapa kali

Peneliti :itu kok bisa tau nomor mas ya?

Syifa :saya pernah chat adminnya gitu, Tanya ukuran dll. Nah habis itu kalau ada promo di kasih pesan lewat whatsapp

Peneliti :seringnya beli online atau pernah juga beli di *store*?

Syifa :dua-duanya pernah. Beli di *store* juga pernah

Peneliti :penjualan personalnya gimana mas?

Syifa :ramah sih mbak, sering menanyakan apa yang dibutuhkan juga biasanya kasih solusi

Peneliti :kalau identitas pegawainya?

Syifa :itu sih yang kurang menarik,soalnya ndak ada seragam. Seharusnya kan lebih baik pakai seragam biar enak dilihatnya hehe

Peneliti :biasanya mas pernah komen-komen di instagram ataupun medsos lainnya ndak?

Syifa :ya pernah, biasanya saya balas story instagramnya tanya warna

Peneliti :dibalas mas?

Syifa :dibalas mbak, sering saya lihat juga balas komentar kalau ada yang nanya

Peneliti :oalah, yasudah mas hehe cukup itu saja yang tak tanyakan. Terimakasih banyak ya semoga Allah yang bals

Syifa :iya sama-sama mbak, semoga lancer hehe

## Lampiran 6

Transkrip hasil wawancara peneliti dengan pembeli atau konsumen Genyo

Nama informan : Yogi Bestar

Tanggal wawancara : 20 Mei 2019

Peneliti : mas, boleh minta waktunya sebentar hehe maaf saya candra dari untag ingin nanya beberapa pertanyaan yang samean ketahui tentang Genyo

Yogi :oalah iya mbak, apa pertanyaannya?

Peneliti :masnya sejak kapan menggunakan produk Genyo?

Yogi :kalau menggunakan sih lumayan ndak begitu lama ya sekitar tahun 2017

Peneliti :apa sih motivasinya ams mau beli produk Genyo?

Yogi :Genyo kan asli Bojonegoro jadi ya ikut mensupport dan tentunya salah satu cara untuk menunjukkan kebanggaan kita sama Bojonegoro sih.

Peneliti :baik,baik.. mas pernah lihat iklan genyo kah ?

Yogi :pernah, tapi ndak sering-sering banget sekali dua kali saya lihat

Peneliti :dimana itu mas?

Yogi :instagram dan medsos lainnya mbak youtube juga. Kalau instagram itu genyo update tentang produknya dipakai oleh artis-artis gitu, pejabat-pejabat, didiscover bojonegoro juga pernah pas Genyo lagi penggalangan dana seingetku.

Peneliti :masnya tau produk genyo itu dari mana ?

Yogi : Dulu tau Genyo itu dari instagram, kalau saya kan jauh dari *store* ya mbak, jadi kalau mau lihat-lihat produknya, harga,promo gitu ya dari instagram semuanya dijelaskan lengkap

Peneliti :menurut mas, pernah ndak masnya lihat Genyo iku melakukan kegiatan promosi penjualan?

Yogi :ya itu mbak, saya sering lihat ada diskon-diskon gitu di instagram kalau ada hari-hari tertentu yang bersejarah.

Peneliti :pernah ndak samean ini ikut kegiatan yang diadakan Genyo kayak event-event, kompetisi atau kontes-kontes?

Yogi :ndak pernah mbak,

Peneliti :tapi masnya tau kalau Genyo pernah melakukan itu?

Yogi :iya tau, setahu saya pernah ngadain challage wayahe-wayah e yang lagi viral itu hehehe

Peneliti :nah, kalau masalah kerjasama yang pernah dilakukan Genyo?

Yogi :komunitas saya pernah tau kalau genyo itu bagian dari tim saga, dia kerjasama sama persibo buat ngurusin mascot saga itu.

Peneliti : selain itu ada lagi mas?

Yogi :emm..apa ya mbak, sekolah-sekolah gitu biasanya. Sering ngisi sponsor kalau ada acara lomba-lomba, perpisahan.

Peneliti :masnya pernah beli langsung ke *store*?

Yogi :pernah mbak, dua kali kayaknya

Peneliti :gimana respon pelayan tokonya mas?

Yogi :ramah mbak,kadang yang ngelayanin malah pemiliknya dewe.

Peneliti :dari segi konsumen seperti mas, bagaimana tanggapan Genyo dalam menjalin hubungan ?

Yogi :tak rasa dia sangat menghargai konsumennya mbak, soalnya sampai dibuatkan akun instagram khusus foto-foto dari konsumen yang menggunakan produknya dan kmudian di repost. Pengikutnya di instagram juga banyak.

Peneliti : yasudah kalau begitu mas, terimakasih sudah melungkan waktu untuk saya. Hehe

Yogi ;iya sama-sama ya mbak hehe orang cuman menjawab gitu aja kan gak memakan waktu banyak

## Lampiran 7

Transkrip hasil wawancara peneliti dengan pembeli atau konsumen Genyo

Nama informan : Hudan Rahmatullah

Tanggal wawancara : 20 Mei 2019

Peneliti :selamat siang mas, maaf ganggu waktunya ya hehe. Cuman pengen tahu informasi Genyo melalui mas

Hudan : iya mbk, suantai aja

Peneliti :masnya sudah lama menggunakan produk Genyo?

Hudan :iya mbk, bisa dibilang gitu mulai tahun 2015, 2016 gitu kayaknya lupa juga hehe

Peneliti :apa sih yang sebenarnya mendasari masnya beli?

Hudan :bahannya bagus kok mbak, terus ya kan produk anak Bojonegoro sendiri. Terkenal jadi kan ya pengen beli.

Peneliti :cara pegawai Genyo menjalin hubungan seperti apa ya mas ?

Hudan : Menjaln hubungan sama pelanggannya itu salah satunya mereka punya akun instagram khusus untuk foto-foto dari pelanggan yang menggunakan kaos dari mereka mbak, jadi saya juga sering upload foto, nanti saya kasih hastag cah genyo nah nanti itu direpost ya lumayan mbak merasa dihargai gitu foto saya ada di instagram cah genyo soalnya cah genyo followersnya banyak

Peneliti :walahh masnya eksis juga ternyata hehehe, nambah mas followernya ?

Hudan :hehehe lumayan mbk kan jadi numpang promosi akun saya gitu hehe

Peneliti :masnya seringnya beli *distore* kan?

Hudan :iya, seringnya langsung ke *store*nya mbak

Peneliti :nah, cara pegawainya melayani itu seperti apa ?

Hudan : Pegawai Genyo sih enakan yo mbak, soalnya kalau saya bingung milih gitu dibantu milih sama penjualnya, ramah juga sih. Biasanya kalau ada model desain baru juga ditawarkan, pegawainya murah senyum juga jadi pembeli enak gitu milih-milihnya

Peneliti :bisa membantu gitu ya mas

Hudan :iya, enakan pol ramah jadi ngerasa dihargai gitu orang beli.

Peneliti :menurut mas, dia itu pernah kerjasama sama pihak lain ?

Hudan :Pernah melihat tulisan Genyo di pinggir lapangan di stadion Bojonegoro, selain itu pernah tau di universitas NU Sunan Giri Bojonegoro ketika ada lomba, lumayan tau kalau Genyo jadi sponsor kegiatan anak sekolah

Peneliti :terus kalau biasanya tau info-infonya genyo itu dari mana?

Hudan : ya dari instagram seringnya, youtube, facebook gitu. Biasanya sering lewat endorse-endorse gitu ya kans secara ndak langsung juga ikut memberikan info mereka-mereka

Peneliti :genyo punya Web ndak sih mas?

Hudan : yah kurang tau kalau itu mbak, kurang update kalau masalah gitu saya.

Peneliti : sering lihat iklan genyo?

Hudan : pernah tau itu lewat instagram lokal bojonegoro kayak discover, sama biasanya lewat selebgram-selebgram lokal Bojonegoro

Peneliti :kalau masalah promo mas?

Hudan :sering lihat promo genyo, itu dia sih potongan harga sama bikin challenge gitu-gitu

Peneliti :acara atau event yang pernah diadakan Genyo itu apa mas?

Hudan :lebih sering ke challenge gitu sih mbak

Peneliti :selain itu mas?

Hudan : oalah itu saya pernah lihat di instagram itu buat cara menyablon sama pemuda-pemuda

Peneliti :pernah lihat Genyo di media-media gitu ?

Hudan :pernah dimuat kalau ndak salah, sering muncul di media online

Peneliti ;maksudnya, apanya mas yang dibahas itu ?

Hudan ; ya tentang *ownernya* Genyo yang berhasil membuat kata-kata Bojonegoro dilestarikan dengan media kaos

Peneliti : kalau iklan pernah lihat mas, pernah lihat hmm ada iklan Genyo itu dimana ?

Hudan :kebanyakan iklannya itu lewat instagram lokal, seperti lingkaran Bojonegoro, Discover Bojonegoro

Peneliti ;oalah.. makasih ya mas, ini sudah selesai pertanyaannya hehe

Hudan :iya mbak hehe sama-sama

## Lampiran 8

### Kartu Bimbingan Skripsi

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 ( UNTAG ) SURABAYA**  
Program Studi : Adm Publik, Adm Bisnis, Ilmu Komunikasi, Magister Adm.Publik, Doktor Ilmu Adm.  
Gedung: F. 101 Jl. Semolowaru 45 Surabaya ( 60118 )  
Telp. 031-5925982 Psw.159  
E-mail : fisip@untag-sby.ac.id

---

**KARTU BIMBINGAN PENULISAN SKRIPSI**

Nomor : 160 /IK/FISIP/III /2019  
Tanggal : 12 Maret 2019

Nama : Candra Ayu Novia Sari  
NBI : 1151501300  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Dosen Pembimbing : 1. Dra. Sri Andayani, MM  
2. Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom.,M.Med.Kom

**PERSETUJUAN JUDUL SKRIPSI**

~~Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu~~ <sup>Genyo Merch</sup> ~~Persebaya Store Dalam~~  
Meningkatkan Jumlah Pengunjung

*[Signature]*

**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 Skripsi berlaku sampai Akhir Semester Genap 2018/2019.

Dikeluarkan pada Tgl : 12 Maret 2019

  
Dr. Endro Jahjono, MM *[Signature]*



# 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. Semojowaru 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
1	24/10/2018	Proporse	Aes	§
2	16/11/2018	Bab I.	Bab I ke Pu Revisi Skulatur Bab I	Jur
3	12/03/2019	Bab I, II	- Revisi LBM - Kajian pustaka	X
4	24/03/2019	Bab I, II	- Perbaikan LBM - Kerangka bergilir	X
5	29/03/2019	Bab II, III	- Acc Bab I - Acc Bab II	X
6	5/4/20	Bab I, II & III	- Acc Bab III dengan Catatan → Perbaiki dan saran (I, II) Bab III / Acc Acc	§ §
7	12/4/2019	Bab I & II / III	Tambahkan <del>kon</del> pembahasan <del>sanit</del>	X
8	22/4/2019	Guide interview	Perbaiki Interview Guide. Beraca bab 2 & 3 Su + LH	X
9	3/4			

Bimbingan dinyatakan telah selesai,

Tanggal : 05 Juli 2019

Dosen Pembimbing II

( M. Insap K. )

Dosen Pembimbing I



KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

NO.	TANGGAL	MATERI	CATATAN DOSEN PEMBIMBING	TANDA TANGAN
9	09/05/2019	Interview guide	Acc	
10	17/5/2019	- " -	Acc	
11	17/06/2019	Bab 4, Penyajian data	Revisi	
12	20/06/2019	Bab 4, Penyajian data	Acc	
13	27/06/2019	Bab 4, Pembahasan	Revisi	
14	28/06/2019	Bab 4, Pembahasan	Acc	
15	01/07/2019	Bab 5, Kesimpulan & Saran	Revisi Kesimpulan	
16	02/07/2019	Bab 5	Acc	
17	3/7 2019	Bab 1, 2 & 3	Bab 1 Perbaikan Bab 2 & 3 Acc	
17	5/7 19	Bab 4 & 5 tok mugh	Acc	
18	5/7/19	Abstrak	Acc	

Bimbingan dinyatakan telah selesai,

Tanggal : 05 Juli 2019

Dosen Pembimbing I

( )

Dosen Pembimbing II

( M. Nur Rizki )

Lampiran 9

Foto Bersama Informan



Gambar 1. Foto Bersama Satrio Rikad Dhoyo selaku *Owner* Genyo Merch



Gambar 2. Foto Bersama Wahyu

Lampiran 10

Perintah Revisi



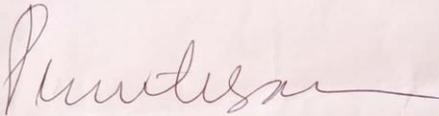
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
Gedung: F 1.01. Jl. Semolowaru 45 Surabaya ( 60118 )  
Telp. (031) 5925982 Psw. 159/ E-mail : fisip@untag-sby.ac.id

PERINTAH REVISI

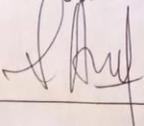
Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen Penguji Skripsi dari mahasiswa :

N A M A : Candra Ayu Novia Sari  
N. B. I. : 1151501300  
Jurusan : Ilmu Komunikasi

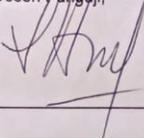
Memerintahkan Untuk Mengadakan Revisi Skripsi Sbb :

NO	MATERI	BAB	HAL.
	 		

Setuju telah direvisi,  
Dosen Penguji,



Surabaya, 18 Juli 2019  
Dosen Penguji,







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

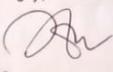
Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen Penguji Skripsi dari mahasiswa :

N A M A : Candra Ayu Novia Sari  
N. B. I. : 1151501300  
Jurusan : Ilmu Komunikasi

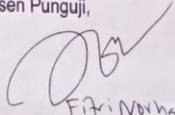
Memerintahkan Untuk Mengadakan Revisi Skripsi Sbb :

NO	MATERI	BAB	HAL.
	<ul style="list-style-type: none"><li>- Istilah asing miring</li><li>- pembahasan dikaitkan dengan teori</li><li>- Kardah pengutipan</li></ul>	4	

Setuju telah direvisi,  
Dosen Penguji,

  
Fitri Norhabiba

Surabaya, 18 Juli 2019  
Dosen Penguji,

  
Fitri Norhabiba

Lampiran 11

Hasil Uji Turnitin

Komunikasi Pemasaran Terpadu Genyo Merch Dalam Meningkatkan Jumlah Pembeli

ORIGINALITY REPORT

% <b>24</b>	% <b>23</b>	% <b>3</b>	% <b>16</b>
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	<b>digilib.uin-suka.ac.id</b> Internet Source	% <b>2</b>
<b>2</b>	<b>docobook.com</b> Internet Source	% <b>1</b>
<b>3</b>	<b>es.scribd.com</b> Internet Source	% <b>1</b>
<b>4</b>	<b>www.scribd.com</b> Internet Source	% <b>1</b>
<b>5</b>	<b>digilib.uinsby.ac.id</b> Internet Source	% <b>1</b>
<b>6</b>	<b>library.binus.ac.id</b> Internet Source	% <b>1</b>
<b>7</b>	<b>eprints.umm.ac.id</b> Internet Source	% <b>1</b>
<b>8</b>	<b>media.neliti.com</b> Internet Source	% <b>1</b>
<b>9</b>	<b>anzdoc.com</b> Internet Source	% <b>1</b>