

LAMPIRAN

Lampiran 1 Guide Interview

GUIDE INTERVIEW

Narasumber

- **Menejer Konunikasi PR Telkom (lupa namanya)**
- **Staf PR (okin lazuardy)**

Pertanyaan Public Relations

1. Apa peran Public Relations Di PT. Telkom ?
2. Bagaimana track record kemajuan indihome selama 3 tahun belakangan ini ?
3. Kegiatan apa saja yang dilakukan PR telkom untuk berinteraksi langsung dengan pelanggan ? (adakah yalanan/fasilitas khusus yang diberika kepada pelanggan) ?
4. Adakah media partner / corporate partner yang dilakukan untuk mempertahankan citra ?
5. Bagaimana cara PR menjalin hubungan dengan masyarakat/pelanggan ?
6. Bagaimana PR membentuk opini publik untuk mempertahankan citra positif Indihome ?
7. Strategi apa yang dilakukan PR untuk mempertahankan citra ?
8. Bagaimana penjabaran strategi yang dilakukan PR ?
9. Adakah hambatan dalam melaksanakan kegiatan yang dilakukan PR ?
10. Bagaimana cara PR mengidentifikasi masalah dalam mempertahankan kepercayaan pelanggan untuk terus menggunakan IndiHome ?

Narasumber

Konsumen Indihome (teori frank jefkin – citra)

- 5 Dari mana anda mengetahui mengenai provider indihome ?
- 6 Bagaimana pendapat anda mengenai pelayanan indihome ?
- 7 Mengapa anda memilih untuk berlangganan provider IndiHome ?
- 8 Bagaimana pengalaman anda selama berlangganan indiHome ?

Lampiran 2 Dokumentasi

Gambar 1. Wawancara Dengan Pelanggan IndiHome Bapak Sujono



Gambar 2. Wawancara Dengan Pelanggan IndiHome Novia Ananda



Gambar 3. Wawancara Dengan Pelanggan IndiHome Rizka Rahmawati



Gambar 4. Wawancara Dengan Bapak Mochammad Sholichin Lazuardi
Officer 1 Communication TR5 Selaku PR PT. Telkom Reg V



Gambar 5. Wawancara Dengan Bapak Slamet Tri Wahyudi
Staff Public Relations TR5



Gambar 6. Berita IndiHome Mendapatkan Penghargaan sebagai Provider Terbaik



Gambar 7. Foto Kegiatan Publicity teknologi Fiber Optic



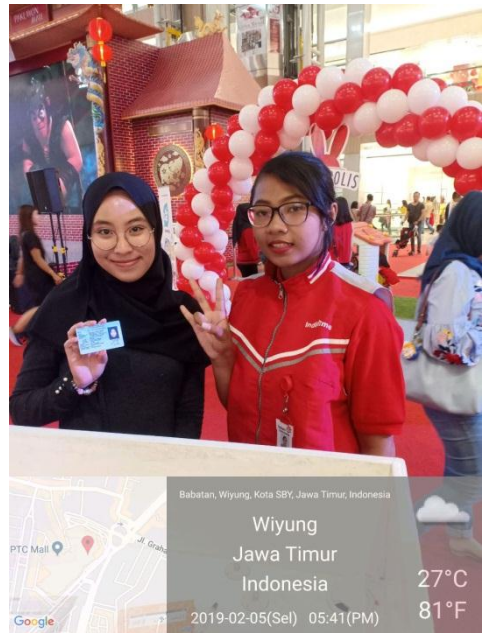
Gambar 8. Foto UKM Binaan Telkom



Gambar 9. Foto Kegiatan FGD



Gambar 10. Foto Kegiatan Event



Transkrip Wawancara

Dengan Pelanggan Novia Ananda Selaku Pelanggan IndiHome

Mbak mau tanya, ada empat pertanyaan nih, yang pertama darimana anda mengenal provider IndiHome ?

Kalo saya sendiri itu mengetahui provider itu dari iklan yang pertama terus datengnya seorang marketing ke rumah, mengasihkin brosur dan dijalan yang sering sebar-sebar brosur tentang IndiHome itu sih

Oh gitu ya, terus eee apakah eh bagaimana pendapat anda mengenai pelayanan IndiHome ?

Menurut saya si sangat puas dengan pelayanan IndiHome, karna sekalinya dia mati dalam waktu itu juga langsung didatengin

Ada ongkirnya nggak si ?

Nggak ada, free dari sananya

Biasanya kalo lapor kemana ?

Kalo lapornya ke IndiHome, Telfone ke IndiHome, minta ke pengaduan, ke informasi dulu terus kepengaduan dicatet nomornya langsung dateng oraangnya.

Mengapa si anda memilih berlangganan provider IndiHome sedangkan di Indonesia banyak provider yang lain ? baik swasta ataupun nonswasta, apalagi provider swasta sekarang banyak banget, kenapa kok milih IndiHome ?

Karna dari IndiHome sendiri si menurut saya nggak lemot, terus pelayanannya juga baik, enak juga, murah tentunta, betterlah untuk saya dan keluarga saya.

Bagaimana pengalaman anda selama berlangganan IndiHome ?

Ee pengalamannya si, ee menyenangkan dan nggak apa ya ? kecewa si nggak terlalu banyak kecewa, pokoknya bagus sii servicenya bagus, penanganya bagus baik ramah dan lain sebagainya mas-masnya tanggap jujur, nggak pasif, kalo misalnya ada waktunya ganti, oh misalnya providernya ini rusak dan harus diganti itu kita nggak mengeluarkan uang lagi sudah ada dari IndiHomenya jadi nggak perlu nunggu-nunggu lama.

Terimakasih

Sama –sama.

Wawancara Dengan Pelanggan Rizka Rahmawati Selaku Pelanggan IndiHome

Selamat malam mbak, dengan mbak ?

Saya rizka rahmawati

Rumahnya di ?

Trenggilis mojoyo selatan 5 nomor 24-A

Yang keras ya mbak ya

Iya mbak

Oke oke, ini saya mau mempertanyakan tentang IndiHome, kebetulan mbak adalah pelanggan IndiHome ya ?

Iya saya adalah pelanggan dari provider IndiHome

Sudah berapa lama mbak kalo boleh tau ?

Eee saya kira-kira tiga tahun

Ee lama ya? Itu terus-terusn ya nggak pernah berhenti kek stop ?

Enggak

Darimana si anda mengetahui mengenai provider IndiHome sendiri,awalnya dari mana ?

Dari kan keluarga saya pasang IndiHome dari situ saya tau kalo wifi IndiHome itu ada, terus lewat dijalan ada panflet IndiHome terus ada kek mobilnya IndiHome itu ya saya taunya dari situ.

Panflet itu taunya dimana mbak ?

Dideket rumah saya, lagi promo

Bagaimana pendapat anda mengenai pelayanan dari IndiHome sendiri ?

Pelayanan dari IndiHome sendiri sangat ramah, ee pemasanganya waktu pertama kali sangat cepat dan eee apaya eee lebih pokoknya baik deh. Fasilitasnya juga memadai tinggal pasang pasang aja.

Orang-orang yang pasang, misalnya customer yang keluhan-keluhan keperusahaan itu responya bagaimana si mbak kalo sama mbak dan pelanggan-pelanggan gitu ?

Eee sama saya sendiri itu sangat ramah dan cepat ya tapi, eee kalo eee kalo misalnya karna cuaca kali mbak ya mungkin waktu itu saya pernah mengadukan kalo wifi saya bermasalah orang wifinya sudah datang tapi karna cuacanya hujan jadi orang teknisinya mengabarin saya kalo hujan terus di cancel terus di reseedjul ulang buat besoknya.

Berarti masalahnya bukan dari dari ini, tapi dari cuacanya ?

Iyaa

Untuk pertanyaan ke tiga, kenapa anda memilih untuk berlangganan IndiHome sedangkan di Indonesia banyak provider swasta lainnya kenapa kok milih IndiHome ?

Karna saya taunya yang waktu itu hanya IndiHome ya, setelah saya pasang IndiHome baru saya tau may republik kek provider-provider lainnya baru tau saya. Yang saya tau Cuma IndiHome si

Tapi masi tetep stay ya ?

Iya stay, masi tetap stay

Kenapa kok masi tetap stay padahal udah tau tentang provider yanglainya?

Nggak tau, ya pengennya IndiHome aja karna ya yeapa ya kalo udah nyaman nggak mau yang coba-coba.

Oke pertanyaan terakhir, bagaimana pengalaman anda selama berlangganan dengan provider IndiHome ? sudah tiga tahun ini kan, bagaimana pengalamanya suka dukanya ?

Ya suka banget, ee kan dirumah saya Cuma berdua itu cepet banget, internya bagus TV nya juga bagus itu sukanya, kalo dukanya paling kalo lagi bermasalah tapi tidak bilang-bilang, kalo lagi ada perbaikan di IndiHome tidak bilang, jadi kaya tanya dulu baru tau informasinya

Emangnya baknya nggak mengikuti media IndiHome yang customer service yang online itu nggak ?

Saya cuma aplikasinya aja, dari aplikasi itu saya kudu keluhan dulu baru dikasih tau kalo ada perbaikan

Ohhh aplikasi itu gunanyan untuk apa mbak ?

Untuk bayar perbulan, ngecek nomor telepon, untuk ngecek keluhan lewat aplikasi dulu soalnya baru ke informasi IndiHomenya.

Ooo terimakasih mbak atas waktunya, sangat membantu

Iyaaa sama-sama.

Selamat malam...

Iya selamat malam

Wawancara Dengan Bapak Sujono Selaku Pelanggan IndiHome

Selamat malam pak, dengan pak jono benar

Benar sekali

Bapak ini berlangganan IndiHome ya ? udah berapa lama bapak berlangganan IndiHome ?

He'em, sekitar dua setengah tahunana

Ini saya mau menanyakan beberapa point kepada bapak sebagai pelanggan setia IndiHome selama dua setengah tahun. Sebenarnya dari awal bapak mengetahui provider IndiHome ini dari siapa atau dari mana ?

waktu perjalanan pulang kerja ada mobil IndiHome saya tanya tanya terus sekalian juga daftar, setelah beberapa hari kemudia ada pihak IndiHome kerumah buat masang internet dirumah

Bagaimana pendapat anda mengenai pelayanan dari IndiHome ?

Sebenarnya si saya pernah ke kantor IndiHome, pelayanannya lumayan mbaknya ramah tersenyum. masalah pengaduan ketika trouble saya telepone besoknya orangnya kesini, maksimal paling lama itu tiga hari waktu gangguanya secara menyeluruh jadi gangguanya itu nggak hanya di sekitar daerah ini aja.

Oke untuk pertanyaan selanjutnya kenapa bapak memilih berlangganan provider IndiHome dari pada berlangganan provider yang lain ?

Kalo IndiHome itu seperti pertama, dari Provider yang lain itu lebih menonjol, lebih terkenal, lebih meyakinkan jadi semisal ada provider A B C D nah untuk yang lain saya belum mengenal lebih jauh gimana service nya tapi, sebelum saya menggunakan

IndiHome saya bisa tanya-tanya ke temen-temen tanya tetangga-tetangga yang sudah pakek. Menang dinama juga menang di promosi juga dan pelayananya juga bagus sih jadi ya percaya saja memakai IndiHome.

Untuk pertanyaan terakhir, bagaimana pengalaman anda selama berlangganan IndiHome dari awal sampai akhir ?

Berlangganan IndiHome hampir dua setengah tahun lumayan cepat, pembayaran di akhir bulan sama si jadi pembayaran dengan fasilitas yang diberikan itu sama jadi sebanding dengan apa yang dikeluarkan setiap bulan.

Oke mungkin itu aja ya pak ya pertanyaannya, terimakasih atas waktunya sudah bersedia untuk di wawancarai, assalamualaikum

Iya

Wawancara Dengan Bapak Mochammad Sholichin Lazuardi Officer 1 Communication TR5

Nanti dijawab dengan padat singkat dan jelas saya ya pak, pertanyaan pertama Apa peran PR di PT. Telkom Indonesia Divisi Regional V ?

Yak sebagaimana tugas seorang praktisi PR di Telkom Indonesia Divisi Regional V adalah mempertahankan reputasi positif sebuah perusahaan. Karena bagaimanapun PR adalah ujung tombak dari sebuah citra yang dimiliki perusahaan. PR juga membangun budaya perusahaan yang perlu di kenal oleh masyarakat atau biasa di sebut dengan corporate culture kepada setiap unit diantaranya

Yang dimaksud dari membangun budaya perusahaan itu bagaimana pak ?

Budaya perusahaan yaitu kita membangun yang namanya detail come way Yaitu 135 komitmen 1 dari kami (“the world in your hand”, “solid speed smard”, kemudia membangun kinerja dengan integritas dan kepercayaan yang tinggi) itu budaya perusahaan kita.

Pertanyaan kedua bagaimana track ricord kemajuan IndiHome selama setahun belakangan ini ?

Lumayan bagus, sekarang pelanggan IndiHome sendiri sudah mencapai target yang telah ditentukan sehingga lama kelamaan IndiHome sudah menjadi Brand, IndiHome sudah menjadi image positif di mata pelanggan. Ini terbukti dengan terus sertifikasi dari IndiHome yang terus meningkat.

Kegiatan apa saja yang dilakukan PR telkom untuk berinteraksi langsung dengan pelanggan ?

Kita melakukan semacam sosialisasi melalui media baik media cetak jawa post, media on air dan online. Selain itu Dalam membangun citra IndiHome sendiri PR melakukan persuasif melalui event promo, awarding IndiHome education web dan sosmed.

Ee yang ke empat adakah media partner/ corporate partner yang dilakukan / corporate partner yang dilakukan untuk mempertahankan citra ?

Disini corporate partner luar apa internal ?

Internal dan external

Jadi tentusaja dalam mempertahankan citra positif kita tidak lepas dengan sinergitas untuk memiliki mitra dalam membantu perusahaan dalam hal pendapatan IndiHome ho'oh. seperti bergabung dalam grup sinergi humas BUMN dan BUMD di jawa timur, dari situ PR saling bersinergitas dalam mengontrol pendapatan perusahaan sehingga citra dapat dipertahankan dengan baik. Selain itu kita juga bekerjasama dengan CMD anak perusahaan telkom yang bergerak di bidang iklan billboard sebagai sarana media iklan dari IndiHome

Bagaimana cara PR menjalin hubungan dengan masyarakat dan pelanggan ?

Kalo kita menjalin hubungan dengan masyarakat dan pelanggan itu kita ada istilahnya semacam silaturahmi program FGD (focus grup discussion) yang dilaksanakan setiap enam bulan sekali dan customer care sebagai wadah untuk berinteraksi dengan masyarakat pengguna IndiHome agar sama sama dapat berninergi.

Berarti ada beberapa program ya pak ?

Iya ada beberapa program, bentar ya mba nanti dilanjut lagi

Sesi wawancara di jeda beberapa jam dikarenakan ada kegiatan Kunjungan Industri dari SMK Tulungagung.

Bagaimana PR membentuk opini public untuk mempertahankan citra positif IndiHome ?

Kalo kita ngomong membentuk opini perusahaan, pertama kami selalu menekankan pada unit untuk memberikan customer frist ya, bagaimana pun customer adalah yang utama, bagaimana memberikan pelayanan yang baik dan layanan yang tidak tunda, ketika ada complain dari pelanggan perusahaan berusaha memberikan penanganan tidak lebih dari 1x24 jam selain itu perusaha berusaha untuk tidak membuat bingung pelanggan dengan cara memberikan program customer education dan customer experiance sehingga pelanggan IndiHome menjadi pelanggan yang digital.

Strategi apa yang dilakukan PR untuk mempertahankan citra ?

Strategi PR yang dilakukan dalam mempertahankan citra sendiri adalah ini urut ya dengan yang tadi, yaitu dengan membentuk opini public yang positif diantaranya yaitu memberikan customer service yang baik, bersinergitas dengan berbagai unit baik internal maupun eksternal. Jika ada komplain kan kita tidak bisa menyelesaikannya sendiri kita harus bersinergitas dengan unit, ngurut dalam statifikasi permasalahan. Di wilayah internal misalnya jika ada pelanggan komplain kita sebagai PR akan melakukan stratifikasi strategi pemasaran dengan customer service atau customer care. Selain itu di segi eksternal kita juga bekerjasama dengan yayasan lembaga konsumen indonesia dan radio Suara surabaya yang menjembatani update mengenai informasi dari IndiHome ke pelanggan maupun sebaliknya.

Bagaimana penjabaran strategi yang dilakukan PR ?

ketika ada laporan mengenai keluhan pelanggan PR akan menindak lanjuti dengan mengidentifikasi masalah atau laporan tersebut dengan memasukkan laporan ke grub hard complain pelanggan, yang kemudian diklasifikasi apakah ini masalah teknik-non teknik lalu apakah keluhan yang masuk termasuk keluhan mengenai layana atau produk. Jika keluhan mengenai layanan makan PR akan mem-followup KSO unit customer care tapi jika klasifikasi keluhan termasuk mengenai produk maka PR akan memfollow-up KSO unit marketing untuk mendapatkan. Lalu ketika sudah ditemukan akar permasalahannya kita akan memberikan klarifikasi dan updatean langsung mengenai laporan yang sudah masuk di media partner kita maupun di aplikasi MyIndiHome sendiri.

Adakah hambatan dalam melakukan kegiatan yang dilakukan PR ?

setiap pekerjaan pasti ada resiko baik kecil maupun besar, kita tidak bisa memenuhi tingkat kepuasan pelanggan seratus persen kadang harapan juga tidak sesuai dengan ekspektasi target yang diinginkan. Sebagaimana dalam hal ini kami sangat mengedepankan kepuasan pelanggan sebagai tolak ukur keberhasilan perusahaan yang bergerak di bidang jasa pelayanan provider. Sedangkan pelanggan dari IndiHome sendiri sudah mencapai 1 juta pengguna untuk wilayah Reg V dan 7 juta sewilayah Indonesia yang menjadi keterbatasan PR dalam mendeskripsikan pelanggan puas 100 persen. Untuk itu kami selalu mengedukasi pelanggan bahwa produk ini adalah yang terbaik dan membuat semuanya serba kompetitif baik dari layanan petugas maupun fasilitas.

Pertanyaan Terakhir bagaimana cara PR mengidentifikasi masalah dalam mempertahankan kepercayaan pelanggan untuk terus menggunakan provider IndiHome ?

Pertama ya kita melakukan evaluasi dengan mengidentifikasi masalah yang ada lalu kita melakukan kegiatan customer visit customer education untuk memberikan informasi dan klarifikasi mengenai masalah yang dikeluhkan pelanggan . dalam

mempersuasif pelanggan kita melakukan yang namanya speed test kelayakan IndiHome di depan pelanggan agar pelanggan percaya dan teredukasi secara langsung sehingga diperoleh kesepakatan yang sama sama menguntungkan.

Wawancara Dengan Bapak Slamet Tri Wahyudi Selaku Staff *Public Relations* TR5.

Mari kita mulai ya pak tri, hehehe

Okey

Pertanyaan pertama apa peran PR di PT. Telkom Indonesia Divisi Regional V ?

PR di Telkom ini berperan sebagai pengcapture segala bentuk event yang dilakukan baik itu event antar internal ataupun event external. Untuk kemudian bisa diolah sebagai informasi yang nantinya di share ke portal media internal perusahaan kepada masyarakat atau pelanggan. nanti hasil dari segala event dan kegiatan positif yang kita lakukan akan di share ke portal dari situ akan membentuk kesan corporate culture yang baik di mata masyarakat dan pelanggan.

Eee bagaimana dengan track record kemajuan IndiHome selama setahun belakangan ini ?

Kalo track record tiap tahunnya si semakin kesini sangat baik dan semakin meningkat, bahkan target IndiHome secara nasional tahun kemarin adalah 5 juta pelanggan namun sampai dengan pertengahan tahun 2019 pengguna IndiHome sudah naik menjadi 7 juta . sedangkan untuk regional 5 sendiri mencapai 1 juta. Untuk wilayah surabaya sendiri nilai angkanya pastinya kurang tau mungkin nanti minta di bagian marketing yang punya datanya.

Saya sudah dapat pak dari bu sukma

Oh sudah dapat ya,

Terus kegiatan apa saja yang dilakukan PR telkom untuk berinteraksi langsung dengan pelanggan ?

Kegiatan banyak, kegiatan yang kami lakukan itu diantaranya ada media gathering, sosialisasi, paket promo, awarding IndiHome dihari hari besar seperti hari raya imlek, dan ramadhan, hadiahnya itu bermacam-macam ada yang dapet mobil rumah bahkan paket umroh. Awarding sendiri diberikan eee sebagai apa ya, sebagai bentuk apresiasi perusahaan kepada pelanggan yang sudah setia menggunakan provider internet IndiHome.

Wow sampai dapat rumah, lalu adakah media partner/corporate partner yang dilakukan untuk mempertahankan citra ?

Untuk media partner kami bekerjasama dengan radio suara surabaya, jawa post, beritalima.com media IndiHome cover bisnis dan CMD anak perusahaan telkom yang bergerak di bidang iklan billboard.

Bagaimana cara PR menjalin hubungan dengan masyarakat dan pelanggan ?

Salah satu cara untuk menjalin hubungan dengan pelanggan itu adalah kita memiliki program-program seperti customer care, melakukan media gathering FGD (forum group discussions) yang diagendakan setiap 6 bulan sekali baik secara langsung atau melalui Talk show di radio suara surabaya . Selain itu melalui CSR dengan cara memberikan pembinaan kewirausahaan dan modal pinjaman kepada UKM yang ada disekitar.

Terus bagaimana PR membentuk opini public untuk mempertahankan citra positif IndiHome ?

Sebenarnya resiko dari telkom sebagai perusahaan jaringan terbesar yang dikenal oleh masyarakat ketika ada gangguan/ kabel yang bermasalah di jalan masyarakat kebanyakan langsung mengira bahwa itu adalah kabel milik telkom padahal belum tentu itu milik telkom bisa jadi milik PLN atau perusahaan provider lain. Karna tidak jarang kita juga menemui pengaduan dari masyarakat melalui radio suara surabaya yang mengeluh tentang kabel jaringan IndiHome putus tapi ketika ditindak lanjuti di TKP ternyata itu kabel bukan kabel milik IndiHome. Maka kami langsung membuat klarifikasi atau jawaban kembali ke radio suara surabaya untuk memberikan konfirmasi dalam jangka waktu kurang dari 1 x 24 jam sebagaimana perusahaan berkomit untuk memberikan customer first".Selain itu untuk membentuk opini publik yang positif kepada perusahaan kita sering melakukan sosialisasi terkait promosi, infrastruktur, digital education, dan layanan.

Selanjutnya strategi apa yang dilakukan PR untuk mempertahankan citra ?

Strategi yang digunakan PR untuk mempertahankan citra dari IndiHome selain dari pelayanan yang solid, speed, smart yang dilakukan baik dari berbagai unit terutama unit yang berinteraksi langsung dengan masyarakat seperti customer service dan teknisi lapangan. Hal lain juga sedang perusahaan perbarui terutama dalam melakukan transformasi seiring dengan berkembangnya jaman perusahaan memperbanyak SDM dari gen Y dan bekerjasama dengan kampus-kampus tertentu untuk mencari bakat-bakat generasi milenial sebagai penerus yang aktif dan kreatif. Selain itu perusahaan berusaha memberikan paket promo pada moment-moment besar di tiap tahunnya.

Lalu dari strategi yang sudah dipaparkan tadi bagaimana penjabaran strategi-strategi yang dilakukan PR ?

Adanya strategi yang di buat oleh PR adalah sebagai upaya dalam mempertahankan citra Indihome jadi, kami terus konsen untuk memberikan pelayanan terbaik dengan

cara tanggap mengatasi keluhan-keluhan yang masuk dari pelanggan. SOP dari telkom akses kepada setiap karyawan sendiri adalah untuk tanggap ketika ada keluhan pelanggan yang masuk kami harus berupaya menyelesaikan dan menindak lanjuti keluhan tersebut tidak lebih dari 1 x 24 jam atau kita biasa sebut dengan one day service. Keluhan pelanggan bisa masuk melalui media partner kami yaitu suara surabaya atau melalui aplikasi MyIndihome, ketika keluhan masuk kami langsung dengan cepat bersinergitas dengan berbagai unit terkait untuk memfollow-up permasalahan yang masuk untuk bisa di informasikan kembali kepada pelanggan.

Mmm lalu adakah hambatan dalam melakukan kegiatan yang dilakukan PR ?

Untuk hambatan dalam mempertahankan citra IndiHome sendiri sebenarnya sih tidak begitu ada hambatan yang berlebihan, karna seperti yang sudah dijelaskan tadi pengguna IndiHome sendiri dari tahun pertahun makin meningkat yang artinya kepercayaan pelanggan kepada IndoHome sebagai Provider jaringan internet sudah besar. Akan tetapi kami perlu memaintenance terus kepuasan pelanggan agar tetap berlangganan provider IndiHome.


Yang terakhir bagaimana cara PR mengidentifikasi masalah dalam mempertahankan kepercayaan pelanggan untuk terus menggunakan provider IndiHome ?

Kami sebagai PR juga memang memegang kendali penuh untuk dapat mempertahankan kepercayaan pelanggan. Namun ketika ada pengaduan mengenai IndiHome baik jaringan ataupun produk maka kami segera melakukan kordinasi dengan unit terkait untuk menindaklanjuti masalah yang ada melalui media group yang perusahaan punya. Ketika sudah menklasifikasi permasalahan kami langsung meninjau ke lokasi jika itu merupakan masalah teknis mengenai kabel jaringan maka kami berkordinasi dengan unik teknisi supaya bisa segera diperbaiki dan dilakukan klarifikasi kepada pelanggan, baik melalui media cetak, ataupun secara langsung kepada pelanggan dengan melakukan persuasi, educations dan speed test sehingga pelanggan mengetahui fakta yang terjadi sebenarnya.

Terimakasih pak tri mungkin itu dulu yang saya tanyakan, nanti atau besok kalo saya butuh sesuatu data tambahan saya bilang ke pak tri nggeh.

Lampiran 3 Kartu Bimbingan Skripsi

Gambar 10 Kartu Bimbinga

**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 : fistp@untag-sby.ac.id

KARTU BIMBINGAN PENULISAN SKRIPSI

Nomor : 150 /K/FISIP/III /2019
Tanggal : 11 Maret 2019

Nama : Fany Zanuar Nurfaily
NBI : 1151501301
Program Studi : Ilmu Komunikasi


Dosen Pembimbing : 1. Dra. Ni Made Ida Pratiwi, MM
2. Drs. M. Kendry Widiyanto, MSI

PERSETUJUAN JUDUL SKRIPSI

Strategi Public Relations Dalam Meningkatkan Citra Indihome
Divisi Regional V Wilayah 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 Skripsi berlaku sampai Akhir Semester Genap 2018/2019.

Dikeluarkan pada Tgl : 11 Maret 2019

Dr. Ekhim Tjahjono, MM

Gambar 11 Absensi 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 (60119)
Telp. 031-5925982 Psw. 159
E-mail: fisp@untag-sby.ac.id

KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

NO	TANGGAL	MATERI	CATATAN DOSEN PEMBIMBING	TANDA TANGAN
1	22-10-18	Proposal	Acc	
2	28-10-18	proposal	Sempurna	
3	2-11-18	proposal	Acc - Bant Bal I - III	
4		Strategi Public Relations Dalam Meningkatkan Citra Indohone Plaza Regional V Surabaya (Bentuk Jurnal baru)	P. lan Bng Ba made	
5	8-4-2019	Bab I & II Bal I, II, III	ganti ke P. lan Bng P. lan Bng	
6	26-4-2019	Bal I - III	Sempurna	
7	30-4-2019	Bal I - III	Acc Bant Bal IV	
		Bab I	Perbaiki penelitian terakhir 2	
		Bab III	Format Acc dan perbaikan	
8	27-6-19	Bal IV	format Sempurna	
9	1-7-19	Bal IV	Notulensi Sempurna	
10	8-7-19	Bal I - V	Acc	
11	9-7-19	Bal I - V	Acc	
12	11-7-19	Bab IV & V	Acc	

Bimbingan dinyatakan telah selesai.

Tanggal:

Dosen Pembimbing II

Dosen Pembimbing I

Lampiran 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 : FANY ZANUAR NURLAILY
N. B. I. : 1151501301
Jurusan : Ilmu Komunikasi

Memerintahkan untuk melakukan REVISI skripsi sebagai berikut :

NO	MATERI	BAB	HLM

Setuju telah direvisi,
Dosen Penguji,

Ni Made Ayu Pratiwi

Surabaya, 26 Juli 2019
Dosen Penguji,

Ni Made Ayu Pratiwi



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 : FANY ZANUAR NURLAILY
N. B. I. : 1151501301
Jurusan : Ilmu Komunikasi

Memerintahkan untuk melakukan REVISI skripsi sebagai berikut :

NO	MATERI	BAB	HLM
1.	LBPI disesuaikan dengan penelaahan re diseminasi	2	
2.	keari di temp di jabatan implementasi dlm penerapan.	2	
3.	Johanesan memunculkan re konsep / keari zpa dlm. Pemeriksaan strategi konsep	2	
4.	pembahasan di jelaskan pada saat keari	4	
5.	konsepnya di jelaskan secara	4	
6.	pendekatan keari di dalam penerapan.	4	

Setuju telah direvisi,
Dosen Penguji,

M. INSAN P.

Surabaya, 26 Juli 2019
Dosen Penguji,

M. INSAN P.



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 : fisisip@untag-sby.ac.id

PERINTAH REVISI


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

N A M A : FANY ZANUAR NURLAILY
N. B. I. : 1151501301
Jurusan : Ilmu Komunikasi

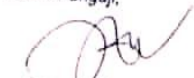
Memerintahkan untuk melakukan REVISI skripsi sebagai berikut :

NO	MATERI	BAB	HLM
	<ul style="list-style-type: none">- kaidah pengutipan- tanda titik setelah ttp kurung, lalu sebelum- huruf besar huruf kecil- Referensi alfabeta		

Setuju telah direvisi,
Dosen Penguji,


Fitri Nurhabiba

Surabaya, 26 Juli 2019
Dosen Penguji,


Fitri Nurhabiba

Lampiran Hasil Turnitin

STRATEGI PUBLIC RELATIONS DALAM MEMPERTAHANKAN
CITRA INDIHOME "BE THE KING OF DIGITAL IN THE
REGIONAL" DIVISI REGIONAL V WILAYAH SURABAYA

ORIGINALITY REPORT

% 25	% 23	% 1	% 17
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

MATCH ALL SOURCES (ONLY SELECTED SOURCE PRINTED)

12%

★ www.scribd.com

Internet Source

EXCLUDE QUOTES OFF
EXCLUDE BIBLIOGRAPHY OFF

EXCLUDE MATCHES OFF