

LAMPIRAN

LAMPIRAN DRAFT WAWANCARA

Nama : Alifianna
Usia : 27
Jabatan : Staff Marketing Promosi



Pertanyaan :

1. Apakah sampai saat ini NAV Karaoke sering melaksanakan program mobil karaoke ? *“Masih mengadakan event bulanan, seperti di mall, Jatim fair, kya-kya reborn”*
2. Selama pelaksanaan mobil karaoke diluncurkan, iklan apa yang anda bawa? *“Iklan soft Selling seperti promo regular BIG1, 40% Happy Hours, Aplikasi NAV Apss untuk memudahkan booking room dan mendapatkan free voucher”*
3. Selama pelaksanaan mobil karaoke diluncurkan, pesan apa yang ditonjolkan oleh perusahaan agar lebih dekat oleh masyarakat? *“Memberikan pesan atau menyampaikan pesan dengan mengedukasi untuk menghilangkan stigma negative thdp Nav karaoke, bahwa nav karaoke adalah nav yang mengusung konsep keluarga dan berbeda seperti karaoke lainnya/karaoke dewasa”*
4. Apakah selama pelaksanaan mobil karaoke tersebut

masyarakat dan perusahaan juga sempat berkomunikasi atau berinteraksi? *“Pastinya kita selalu berinteraksi atau berkomunikasi dengan masyarakat sekitar/ pengunjung ketika event berlangsung, ddengan kalimat-kalimat ajakan”*

5. Seberapa tinggi minat masyarakat yang langsung menggunakan mobil karaoke ketika dilaksanakan? *“tentunya masyarakat selalu antusias ketika Nav karaoke mengadakan event, nav selalu membatasi pengunjung ketika ada event mobil karaoke karena antusiasme customer yg sangat tinggi.”*
6. Apakah selama pelaksanaan mobil karaoke, perusahaan juga berusaha mendorong masyarakat untuk mendatangi NAV Karaoke? *“tentunya, karena kita selalu mempromosikan nav aps yang nantinya akan mendapatkan voucher gratis yang dapat digunakan untuk berkaraoke”*

Nama : Theresia Laurenzia
Usia : 21
Jabatan : Staff Marketing dan Promosi



Pertanyaan :

1. Apakah sampai saat ini NAV Karaoke sering melaksanakan program mobil karaoke ? *“Masih, karena sebagai representative Nav Karaoke Keluarga dan Co Branding.”*
2. Selama pelaksanaan mobil karaoke diluncurkan, iklan apa yang anda bawa? *“Iklan-iklan terkait promo yang ada di Nav Karaoke Keluarga”.*
3. Selama pelaksanaan mobil karaoke diluncurkan, pesan apa yang ditonjolkan oleh perusahaan agar lebih dekat oleh masyarakat? *“Pesannya adalah bahwa Nav Karaoke Keluarga adalah Karaoke yang mengusung konsep Karaoke Keluarga serta tempat hiburan yang aman dan nyaman”.*
4. Apakah selama pelaksanaan mobil karaoke tersebut masyarakat dan perusahaan juga sempat berkomunikasi atau berinteraksi? *“Tentunya kami selalu berkomunikasi dengan pelanggan atau masyarakat untuk memberikan informasi terkait prodak atau promo apa saja yang sedang berjalan serta meminta pendapat tentang Nav Karaoke Keluarga”.*
5. Seberapa tinggi minat masyarakat yang langsung menggunakan mobil karaoke ketika dilaksanakan? *“Tentunya Minat dan antusiasme masyarakat sangat tinggi terhadap adanya mobil karaoke, karena Nav*

Karaoke Keluarga selalu ikut serta dalam kegiatan event di setiap kota”

6. Apakah selama pelaksanaan mobil karaoke, perusahaan juga berusaha mendorong masyarakat untuk mendatangi NAV Karaoke? *“Iya, Karena Nav Karaoke selalu memberitahukan ketika ada event Mobil Karaoke melalui iklan media social (Instagram)”*.

Nama : Agus Setiawan
Usia : 45 th
Jabatan : Manajer Marketing



Pertanyaan :

1. Apakah sampai saat ini NAV Karaoke sering melaksanakan program mobil karaoke ? *“mobil karaoke masih tetap beroperasi, dengan mobil karaoke dapat memberikan edukasi kepada masyarakat bahwa NAV karaoke ini mengusung konsep keluarga beda dengan karaoke lainnya, karena didalam mobil karaoke sendiri terdapat mini room atau miniature room sehingga masyarakat atau pengunjung dapat melihat langsung room karaoke secara langsung.”*
2. Selama pelaksanaan mobil karaoke diluncurkan, iklan apa yang anda bawa? *“Iklan terkait promosi BIG1, Minim Transaksi 250rb Free Nyanyi 1 Jam, Promo Ulang Tahun dengan dic 5%. Promo tersebut akan di publish melalui layar televise yang ada di mobil karaoke.”*
3. Selama pelaksanaan mobil karaoke diluncurkan, pesan apa yang ditonjolkan oleh perusahaan agar lebih dekat oleh masyarakat? *“Tetap memberikan edukasi kepada masyarakat bahwa NAV Karaoke adalah karaoke yang berkonsep rumah bernyanyi keluarga, sehingga setiap kalangan dan juga usia*

dapat bernyanyi di NAV karaoke, dan NAV sendiripun tidak menyediakan pemandu lagu dan minuman beralkohol.”

4. Apakah selama pelaksanaan mobil karaoke tersebut masyarakat dan perusahaan juga sempat berkomunikasi atau berinteraksi? *“Komunikasi atau interaksi dengan masyarakat kita pastikan itu selalu ada dalam setiap event dengan menempatkan satu PIC yang akan menjawab seluruh pertanyaan-pertanyaan dari masyarakat sekitar NAV, Promo, Event, Benefit yang diperoleh saat mendownload apps, Karir dan lain-lain. “*
5. Seberapa tinggi minat masyarakat yang langsung menggunakan mobil karaoke ketika dilaksanakan event? *“Sangat tinggi minat masyarakat pada saat kehadiran mobil karaoke datang pada setiap event, hal ini terlihat saat mobil sudah diparkir dan prepare pengoperasionalan mobil karaoke masyarakat sudah antri berbaris untuk dapat bernyanyi di dalam mobil karaoke. PIC NAV selalu membuat aturan satu orang hanya boleh bernyanyi satu lagu baik secara pribadi atau berkelompok, hal ini dilakukan agar masyarakat yang sudah menunggu antridapat menikmati fasilitas dari mobil karaoke tersebut.”*
6. Apakah selama pelaksanaan mobil karaoke, perusahaan juga Berusaha mendorong masyarakat untuk mendatangi Outlet NAV Karaoke? *“Pastinya iya, sebab benefit dari saat mendownload apps diberikan voucher Rp.50.000 dan voucher tersebut dapat dipakai bertransaksi di outlet Nav manapun.”*

Nama : Ketsa Belladina
Alamat : Nginden, Surabaya
Usia : 32
Pekerjaan : Karyawan Swasta & Owner Olshop



Pertanyaan :

1. Sebelum mencoba layanan ini (mobil karaoke), apa kesan anda terhadap tempat hiburan karaoke? *“Awalnya saya berfikir di tempat karaoke banyak pemandu lagu dan pengunjungnya orang dewasa semua”*
2. Apa kesan anda saat ini mengenai tempat hiburan Karaoke (setelah berinteraksi secara langsung dan mencoba layanan mobil karaoke)? *“Ternyata tempat karaoke itu tidak hanya untuk orang dewasa saja, banyak anak muda yang dating ke tempat karaoke dan minumannya ada jus tidak selalu minuman keras”*

Nama : Rahmat Sonjaya
Alamat : Ngagel Madya I No 52
Usia : 26
Pekerjaan : Wirausaha



Pertanyaan :

1. Sebelum mencoba layanan ini (mobil karaoke), apa kesan anda terhadap tempat hiburan karaoke? *“Kesan terhadap hiburan karaoke sangat menarik pelepas penat, tetapi masih banyak customer yang mabuk”*
2. Apa kesan anda saat ini mengenai tempat hiburan Karaoke (setelah berinteraksi secara langsung dan mencoba layanan mobil karaoke)? *“Dengan mobil karaoke, karaoke lebih mudah dan dekat pelayanan sama seperti dating ke studio atau room dan tetap bias private area karaokenya”*

Nama : Eka Hendra Setyawan
Alamat : Perum Centra Land, Diryorejo
Usia : 32
Pekerjaan : Swasta



Pertanyaan :

1. Sebelum mencoba layanan ini (mobil karaoke), apa kesan anda terhadap tempat hiburan karaoke? *“tempat hiburan yang identic dengan minuman keras”*
2. Apa kesan anda saat ini mengenai tempat hiburan Karaoke (setelah berinteraksi secara langsung dan mencoba layanan mobil karaoke)? *“Setelah mencoba mobil karaoke ternyata tidaksemua tempat karaoke itu menakutkan seperti di tempat lain, semua usia bias bernyanyi dengan tenang”*

Nama : Miftachul Jannah Fatmawati
Alamat : Sidokare Indah S-9, Sidoarjo
Usia : 21
Pekerjaan : Swasta



Pertanyaan :

1. Sebelum mencoba layanan ini (mobil karaoke), apa kesan anda terhadap tempat hiburan karaoke? *“Sebelum mencoba layanan mobil karaoke, kesan saya terhadap tempat hiburan karaokedapat dibidang menarik dan yang jelas menyenangkan. Selain dapat digunakan tempat untuk meredakan stress, tempat hiburan karaoke dapat menjadi sarana bagi sebagian masyarakat yang memiliki hobi menyanyi. Di tempat tersebut masyarakat dapat memanjakan diri untuk menghilangkan penat dan meredakan stress, dan juga sarana menyalurkan hobi mereka serta mengembangkan hobi mereka.*

2. Apa kesan anda saat ini mengenai tempat hiburan Karaoke (setelah berinteraksi secara langsung dan mencoba layanan mobil karaoke)? *“Kesan yang saya dapatkan setelah mencoba layanan mobil karaoke adalah saya merasa senang juga nyaman. Layanan sangat memuaskan dan menyenangkan. Saya adalah seseorang yang cinta bernyanyi didalam mobil, dengan adanya layanan ini hobi saya jadi tersalurkan. Saya tidak perlu hadir didalam sebuah ruangan untuk melakukan karaoke, namun didalam mobil saya sudah dapat melakukan karaoke. Bagi sebagian orang yang menyukai bernyanyi, itu sangat efisien dan efektif bagi mereka karena tanpa perluberada di sebuah ruangan tertutup.”*

Nama : Najunda
Alamat : Sidodadi Rt 07 Rw 02
Usia : 24
Pekerjaan : Swasta



Pertanyaan :

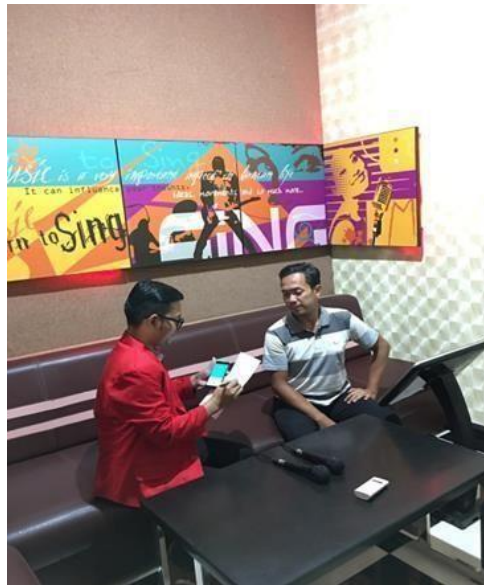
1. Sebelum mencoba layanan ini (mobil karaoke), apa kesan anda terhadap tempat hiburan karaoke? *“Menurut saya tempat hiburan karaoke ada sisi negatif dan positif nya, karena di lingkungan sekitar saya ketika ke tempat karaoke selalu mengarah ke hal yang berbau seksual. Saya lebih suka ke karaoke keluarga seperti Anang Family, Nav, dll”*.
2. Apa kesan anda saat ini mengenai tempat hiburan Karaoke (setelah berinteraksi secara langsung dan mencoba layanan mobil karaoke)? *“Setelah saya mencoba layanan mobil karaoke, ternyata tempat hiburan karaoke tidak seburuk yang saya kira selama ini. Sangat cocok sekali untuk melepas penat bersama teman-teman atau keluarga*

LAMPIRAN DOKUMENTASI

Outlet Nav Manyar Surabaya



Suasana Wawancara dengan Customer NAV



Suasana Setelah Wawancara dengan Customer Nav



Kegiatan Event Promo Mobil Nav Karaoke



Suasana Outlet Nav Karaoke di Jl. Sutomo Surabaya



Kegiatan Even Promosi di Jatim Fair



Event yang di adakan setiap Sabtu dan Minggu (*Kya-Kya Reborn*) di Jl. Kembang Jepun





LAMPIRAN KARTU BIMBINGAN SKRIPSI



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
 Program Studi : Adm. Publik, Adm. Bisnis, Ilmu Komunikasi, Magister Adm. Publik, Doktor Ilmu Adm.
 Gedung : F 101, Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)
 Telp. 031 5925982, 5931800 psw. 159 e-mail : fsip@untag-sby.ac.id

60

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Wildan Nurhikmah
 NBI : 1151800308
 Program Studi : Ilmu Komunikasi
 Dosen Pembimbing I : Dr. Teguh Priyo Sadono, Msi
 Dosen Pembimbing II : Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana, S. Sos., M. Med. Kom
 Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Membentuk Brand Image Positif (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Nav Karaoke Keluarga Surabaya)

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
	10/01-22	- konsultasi permasalahan Penelitian - penyusunan LBM	<i>[Signature]</i>	
	11/01-22	konsultasi LBM		<i>[Signature]</i>
	11/01-22	Revisi Skripsi dan Esai	<i>[Signature]</i>	-
	18/01-22	Bimbingan bab II, III		<i>[Signature]</i>
	27/01-22	latihan penelitian lapangan	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
	28/12-22	Perbaiki Laporan Doko		
	5/12-22	ditorevsi silabus pada doko		
	5/12-22	Bimbingan BAB IV		
	6/12-22	Bimbingan BAB IV-V		
	8/12-22	Revisi BAB V		

Catatan:

- Kartu Bimbingan dibawa saat bimbingan
- Kartu bimbingan diisi oleh Dosen Pembimbing Bimbingan dinyatakan

Tanggal :

Dosen Pembimbing I,

 (.....)

Dosen Pembimbing II,

 (Ragus Cahyo Shah A.P)

LEMBAR REVISI SKRIPSI 1

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

LEMBAR REVISI

JENIS UJIAN :

Skripsi

Nama : Wildan Nurhikmah

NIM : 1151800308

Hari/ Tanggal Ujian : Selasa, 20 Desember 2022

Catatan Perbaikan:

- Tambahkan Strategi, Fokus penelitian ke kelas
- Brand Image
- Time yg gampang.

Surabaya,
Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,

Revisi dari Dosen Penguji,

LEMBAR REVISI SKRIPSI 2

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

LEMBAR REVISI

JENIS UJIAN :

Skripsi

Nama : Wildan N

NIM : 1151800308

Hari/ Tanggal Ujian : Selasa, 20 Desember 2022

Catatan Perbaikan:

1. Masalah di CBM dimunculkan
2. Profil Uniform ditampilkan di bab II

Surabaya,
Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,

Revisi dari Dosen Penguji,

(Judi H. Wibowo)

(Judi H. Wibowo)

LEMBAR REVISI SKRIPSI 3

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

LEMBAR REVISI

JENIS UJIAN :

Skripsi

Nama : Wilson Nurhland

NIM : 1151800308

Hari/ Tanggal Ujian : Selasa, 20 Desember 2022

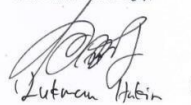
Catatan Perbaikan:

tambahkan di bab 4 analisis teori
menjawab Rumusan masalah (pertanyaan penelitian)

Surabaya,
Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,



Revisi dari Dosen Penguji,


(Lutfan Habin)

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI MEDIA MOBIL KARAOKE DALAM MEMBENTUK BRAND IMAGE

ORIGINALITY REPORT

8%

SIMILARITY INDEX

7%

INTERNET SOURCES

1%

PUBLICATIONS

3%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

id.123dok.com

Internet Source

1%

2

www.kaskus.co.id

Internet Source

1%

3

lowongan-indonesia71.blogspot.com

Internet Source

<1%

4

Submitted to Surabaya University

Student Paper

<1%

5

Submitted to Universitas 17 Agustus 1945
Surabaya

Student Paper

<1%

6

Submitted to Universitas Muhammadiyah
Surakarta

Student Paper

<1%

9

Internet Source

7

Submitted to Universitas Negeri Surabaya
The State University of Surabaya

Student Paper

<1%

8

ejournal.uki.ac.id

Internet Source

<1%

www.slideshare.net

9

Internet Source

<1 %

10

Submitted to iGroup

Student Paper

<1 %

11

www.jurnal.stier.ac.id

Internet Source

<1 %

12

www.repository.trisakti.ac.id

Internet Source

<1 %

13

aulad.org

Internet Source

<1 %

14

journals.unisba.ac.id

Internet Source

<1 %

15

repository.untag-sby.ac.id

Internet Source

<1 %

16

123dok.com

Internet Source

<1 %

17

Submitted to Unika Soegijapranata

Student Paper

<1 %

18

es.scribd.com

Internet Source

<1 %

19

repository.unair.ac.id

Internet Source

<1 %

20

media.neliti.com

Internet Source

<1 %

21

docplayer.info

Internet Source

<1 %

22	moam.info Internet Source	<1 %
23	etd.unsyiah.ac.id Internet Source	<1 %
24	ilhamlazuardi.atavist.com Internet Source	<1 %
25	kc.umn.ac.id Internet Source	<1 %
26	kpptatim.wordpress.com Internet Source	<1 %
27	www.journal.uii.ac.id Internet Source	<1 %
28	bradsknutson.com Internet Source	<1 %
29	digilib.uin-suka.ac.id Internet Source	<1 %
30	hariayiksuradiyo.mhs.narotama.ac.id Internet Source	<1 %
31	repositori.usu.ac.id Internet Source	<1 %
32	top10.web.id Internet Source	<1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off