

## LAMPIRAN

### Lampiran 1. Interview Guide

#### INTERVIEW GUIDE

##### **Pertanyaan terkait ( New Media)**

- Bagaimana manfaat hadirnya media baru (media sosial instagram) yang digunakan oleh Pylometric??
- Apakah Pylometric selalu aktif pada media sosial instagram atau hanya diwaktu tertentu saja?
- Apa saja fitur di media sosial instagram yang paling sering digunakan Pylometric untuk kebutuhan membangun brand awareness seperti promosi?
- Mengapa lebih memilih media sosial Instagram untuk dapat memenuhi kebutuhan Plyometric?
- Bagaimana dampak media sosial intagram yang sudah digunakan oleh Pylometric untuk memenuhi kebutuhan baik publikasi maupun promosi dengan tujuan membangun brand awareness?

##### **Pertanyaan terkait Penggunaan Media Sosial (Instagram) Chris Heuer dalam Solis (2010:263)**

###### Context

- Bagaimana cara instagrgam Pylometric dalam membentuk pesan yang akan disampaikan?
- Seperti apa media sosial instargram Pylometric dalam membentuk informasi yang akan disampaikan?
- Bagaimana penggunaan bahasa dalam media sosial instagram Pylometric?

###### Communication

- Apa saja fitur Instagram yang dimanfaatkan oleh Pylometric?
- Bagaimana pengelolaan konten dalam media sosial instagram Pylometric?
- Bagaimana cara Pylometric untuk berkomunikasi dengan konsumen di media social instagram?
- Bagaimana cara Pylometric dalam merespons feedback konsumen di media sosial instagram?

### Collaboration

- Bagaimana bentuk kerja sama yang dilakukan Pylometric dengan konsumennya melalui media sosial in stagram?
- Bagaimana dampak dari melakukan kerja sama dengan konsumennya bagi Pylometric?

### Connection

- Bagaimana cara Pylometric membangun hubungan baik dengan calon konsumennya melalui media sosial Instagram?
- Bagaimana cara Pylometric membangun hubungan baik dengan konsumennya melalui media sosial Instagram?

Pertanyaan terkait Brand awareness Keller, Parameswaran & Jacob (2015:48)

### Brand Recognition

- Apa saja cara yang dilakukan Pylometric agar konsumen mampu mengkonfirmasi paparan brand fashion sebagai sebuah tanda atau isyarat pada media social instagram?
- Tanda atau isyarat apa saja yang Pylometric gunakan agar untuk menunjukkan brand fashion Pylometric di instagram?
- Seberapa sering Pylometric melakukan pengulangan terhadap tanda atau isyarat dari brand Pylometric yang mereka tunjukan di media sosial instagram?

### Brand Recall

- Apa saja cara yang dilakukan Pylometric agar konsumen yang membutuhkan atau membeli produk mereka mampu untuk mengingat brand Pylometric berdasarkan memori mereka, ketika dihadapkan dengan produk kategori yang sama dengan brand melalui media sosial instagram?

## Lampiran 2. Dokumentasi

Dokumentasi bersama informan 1 Nirta Yuniar Widagdo (Owner Pylometric), pada 12 September 2022



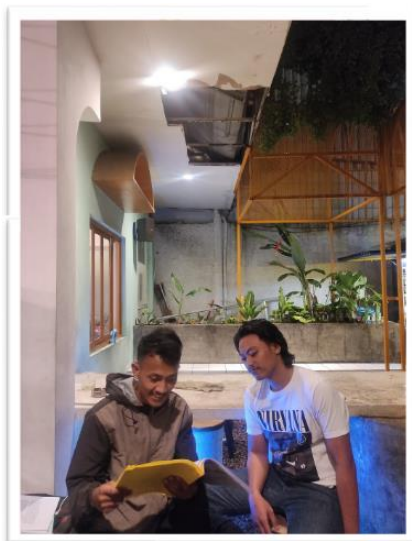
Dokumentasi bersama informan 2 Aisyah (Admin media sosial intagram Pylometric), pada 12 September 2022



Dokumentasi bersama informan 2 Ivan Abiyu (Followers Pylometric), pada 30 September 2022



Dokumentasi bersama informan 4, Ibnu Thadam (Followers Pylometric), pada 30 September 2022



## Lampiran 3. Lembar 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 : [fisip@untag-sby.ac.id](mailto:fisip@untag-sby.ac.id)

**KARTU BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Tino Pratama Ferdiansah  
 NBI : 1151800005  
 Program Studi : Ilmu Komunikasi  
 Dosen Pembimbing I : Prof. Dr. Arief Darmawan, SU  
 Dosen Pembimbing II : Beta Puspitaning Ayodya, S.Sos., M.A  
 Judul Skripsi : PENGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA PYLOMETRIC DALAM MEMBANGUN BRAND EWARNES

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
1	28/3	Perbaikan pada Judul Perbaikan Bab I Lihat Pedoman Skripsi		
2	5/4	LBM di pertajam Tujuan disesuaikan dg RM Daftar Pustaka ditambahkan		
3	12/4	LBM tambahkan "rasa komunikasinya" Benarkan penulisan di Sistem ketika Pene- Dapus benarkan		
4	17/5	Lanjut bab 2. Bab I perbaiki penulisan Benarkan Penelitian Terdahulu Temukan teori komunikasinya.. Jangan terjebak dalam ekonomi pemasaran		
5	31/5	Bab 2 temukan semua teori yg Anda pahami Konsep yg dimasukkan yang berkaitan dg penelitianmu saja Karangan pikir & jelaskan 8lm paragraf		

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
6	6-6-22	Bab 3 Benarkan penulisan <sup>nya</sup> , tambahkan sumber <sup>nya</sup> Berikan kriteria informan sebelum menah- tiskan informan. Buat interview guides		
7	13-6-22	Bab 3 Benarkan penulisan Lanjutkan turun lapangan		
8	12-11-22	Bab 4 Benarkan penulisan & isinya. Sesuaikan dgn teori yg digunakan Bab 5 tuliskan		
9	16-11-22	Bab 4 tambahkan pembahasannya lanjutkan bab 5		
10	29-11-22	Bab 4 & 5 Aca		
11	24-11-22	Prinsip Aca yg		

## Catatan:

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

Bimbingan dinyatakan

Tanggal : 12-12-2022

Dosen Pembimbing I,

(Prof. Dr. Arief Darmawan, S.Pd.)

Dosen Pembimbing II,

(BETA PUSPITANING A.)

## Lampiran 4. Hasil Uji Plagiasi

The image shows a screenshot of an originality report. At the top, it displays a similarity index of 14%. Below this, it breaks down the similarity into four categories: Internet Sources (14%), Publications (5%), and Student Papers (5%). The 'Similarity Index' category is highlighted in red. Underneath, there is a section for 'Primary Sources' which lists ten sources, each with a colored square icon, the source name, the type of source (all are 'Internet Source'), and the percentage of similarity. The sources are numbered 1 through 10.

ORIGINALITY REPORT			
14%	14%	5%	5%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES			
1	ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id	Internet Source	1%
2	repository.bakrie.ac.id	Internet Source	1%
3	123dok.com	Internet Source	1%
4	www.scribd.com	Internet Source	1%
5	influencer101.id	Internet Source	1%
6	text-id.123dok.com	Internet Source	1%
7	eprints.ums.ac.id	Internet Source	<1%
8	eprints.umm.ac.id	Internet Source	<1%
9	repository.ub.ac.id	Internet Source	<1%
10	pt.scribd.com	Internet Source	<1%

Lampiran 5. Lembar revisi

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

**LEMBAR REVISI**

JENIS UJIAN :

Skripsi

Nama *Jimu* :

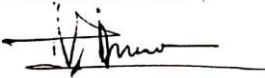
NIM :

Hari/ Tanggal Ujian : Rabu, 21 Desember 2022

Catatan Perbaikan:

- 1. ubah teori yang digunakan pada bab 2
- 2. sesuaikan LBM.

Surabaya, 9 Januari 2023  
Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,



( )  
Prof. Dr. Arief Darmawan, SU

Revisi dari Dosen Penguji,



( )  
Prof. Dr. Arief Darmawan, SU



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

### LEMBAR REVISI

JENIS UJIAN :

Skripsi

Nama : Tino Pratama Ferdiansah

NIM : 111800005


Hari/ Tanggal Ujian : Rabu, 21 Desember 2022

Catatan Perbaikan:

1. menyesuaikan LBM (induktif)

2. sistematika penulisan pada Bab 4

Surabaya, 4 Januari 2023  
Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,

()

Hamim, S.Sos., M.I Kom

Revisi dari Dosen Penguji,

()

Hamim, S.Sos., M.I Kom

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

### LEMBAR REVISI

JENIS UJIAN :

Skripsi

Nama : Tina Pratama Ferdiansah

NIM : 115100005

Hari/ Tanggal Ujian : Rabu, 21 Desember 2022

Catatan Perbaikan:

1. Teori U & G diganti jadi Teori yang fokus ke saluran / media.
2. Masukkan image building.

Surabaya, 9 Januari 2023  
Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,

Revisi dari Dosen Penguji,

( Irmasanthi )  
Irmasanthi Danadharta,  
S.Hub. Int, MA

( Irmasanthi D. )