

## LAMPIRAN

### STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MEMBANGUN *BRAND IMAGE* APARTEMEN BESS MANSION DI PT BERSATU SUKSES GROUP

#### *Lampiran 1 Transcript Guide Interview*

#### Pertanyaan Kepada Kepala Bagian Marketing di PT Bersatu Sukses Group

**1. Kapan Apartemen Bess Mansion mulai diresmikan?**

Apartemen Bess Mansion mulai diresmikan pada bulan juni tahun 2020. Pada saat itu lagi terjadinya wabah Covid-19. Sehingga acara peresmian tidak dapat diadakan secara meriah dikarenakan adanya *sosial distancing*. Namun hal tersebut tidak berpengaruh dengan telah diresmikannya Apartemen Bess Mansion.

**2. Siapa sajakah yang menjadi public sasaran PT Bersatu Sukses Group dalam memasarkan Apartemen Bess Mansion?**

Target konsumen itu mungkin beberapa orang ada yang tertarik dan tidak dengan rumah bertingkat atau biasa disebut dengan Apartemen, apalagi dengan harga yang cukup mahal kadang orang ragu untuk membeli sehingga lebih memilih rumah di perumahan. Jadi target pasarnya untuk pembelian apartemen kebanyakan untuk masyarakat menengah ke atas.

**3. Apa pada saat pembangunan Apartemen Bess Mansion PT Bersatu Sukses Group sudah mulai memasarkan produknya?**

Sudah, Apartemen Bess Mansion sudah mulai dipasarkan. Pada saat pembangunan dan bahkan sebelum pembangunan apartemen bess mansion mulai dipasarkan di kantor dan website kantor.

**4. Apa strategi yang digunakan dalam memasarkan produk baru dari PT Bersatu Sukses Group yaitu Apartemen Bess Mansion kepada masyarakat?**

Strategi yang digunakan PT Bersatu Sukses Group ialah dengan menggunakan komunikasi pemasaran. Komunikasi yang baik akan

menghasilkan kualitas kegiatan pemasaran yang baik pula. Di tengah ketatnya persaingan bisnis, maka dari itu berbagai upaya untuk membangun citra perusahaan property merupakan hal penting yang harus selalu dilakukan. Untuk mempertahankan persaingan pasar diperlukan strategi untuk meraih keunggulan yaitu membangun citra sebuah perusahaan property.

**5. Bagaimana proses pelaksanaan strategi komunikasi pemasaran dalam memberikan informasi kepada konsumen?**

Komunikasi merupakan hal yang penting dalam dunia berbisnis terutama dalam hal pemasaran. Strategi relasi komunikasi yang dimaksud adalah pembentukan jaringan untuk kepentingan bisnis. Relasi-relasi dalam berbisnis bukan hanya sekedar teman sesama bisnis, melainkan jaringan relasi yang dapat memberikan dukungan dan keuntungan terhadap bisnis yang tengah dijalankan. PT. Bersatu Sukses Group menggunakan strategi relasi komunikasi ini salah satunya untuk memperluas target pasar dan membangun citra Apartemen Bess Mansion.

**6. Bagaimana Strategi Komunikasi Pemasaran di PT Bess Mansion dalam memasarkan produk barunya yaitu Apartemen Bess Mansion di masa pandemic covid-19?**

Pada masa pandemic covid-19 PT Bersatu Sukses Group menerapkan strategi pemasaran dalam memasarkan produknya melalui spanduk, baleho, melalui website PT Bersatu Sukses Group, sosial media dan adanya manekin apartemen bess mansion di kantor Bersatu Sukses Group, sehingga orang yang datang langsung pada masa pandemic covid-19 dapat melihat dan mengetahui, namun hal tersebut tidak lupa dengan penerapan sosial distancing, menggunakan masker, dll.

**7. Apa tujuan dari adanya strategi komunikasi pemasaran yang digunakan PT Bersatu Sukses Group?**

Tujuannya yang pasti perusahaan bisa meningkatkan brand imagenya, karena semakin orang mengetahui brand image dari Apartemen Bess Mansion semakin banyak juga orang yang berminat dan membeli Apartemen Bess Mansion.

**8. Apa yang dilakukan PT Bersatu Sukses Group dalam membangun citra merek atau *brand image* Apartemen Bess Mansion?**

Adapun yang dilakukan PT Bersatu Sukses Group yaitu dengan menggunakan strategi komunikasi pemasaran yang perlu diterapkan PT Bersatu Sukses Group untuk membangun brand image, diantaranya Product (produk), Place (tempat), Price (harga) dan Promotion (promosi). Gabungan keempat elemen ini biasa disebut bauran pemasaran (marketing mix). Dari keempat elemen pemasaran tersebut, promosi adalah elemen yang memiliki keterikatan dengan perencanaan komunikasi.

**9. Kapan strategi komunikasi pemasaran digunakan dalam membangun brand image apartemen Bess Mansion?**

Strategi komunikasi pemasaran dalam membangun brand image Apartemen Bess Mansion digunakan pada saat awal pembangunan Apartemen hingga Apartemen diresmikan bahkan sampai dengan sekarang. Terutama digunakan pada saat penjualan menurun.

**10. Apa kendala yang dihadapi PT Bersatu Sukses Group dalam membangun brand image Apartemen Bess Mansion?**

Kendala yang dihadapi ialah pada saat pandemic covid-19 dalam strategi komunikasi pemasaran dalam membangun brand image tidak dapat dilakukan dengan maksimal, hal tersebut dikarenakan adanya beberapa kendala yaitu larangan seperti semua kegiatan diluar rumah ditriadakan sehingga tidak dapat melakukan pemasaran secara langsung, tidak dapat mengadakan event, tidak memberikan sponsorship dikarenakan tidak ada kegiatan dan adanya *social distancing*.

**11. Apa dampak yang diterima oleh PT Bersatu Sukses Group terkait penerapan strategi komunikasi pemasaran dalam membangun brand image Apartemen Bess Mansion?**

Dampak yang diterima PT Bersatu Sukses Group ialah semakin banyaknya masyarakat yang mengetahui Apartemen Bess Mansion, semakin banyak konsumen yang berminat untuk membeli Apartemen, bertambahnya pembeli Apartemen Bess Mansion, semakin banyaknya konsumen yang mempercayakan perusahaan kami, dan lain-lain.



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 : Ferrel Shaquill Prianjani

NBI : 1151800281

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Dosen Pembimbing I : Dr. Teguh Priyo Sadono, MSI

Dosen Pembimbing II : Dra. Ni Made Ida Pratiwil, MM

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun Brand Image Apartemen Bess Mansion Di PT Bersatu Sukses Group

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
	5/10 '22	Perbaikan Definis Strategi		
	18/10 '22	Perbaikan LBM		
	25/10 '22	lanjutan ke Bab		
	3/11 '22	edit teori pembangunan Brand Image		
	21/11 '22	Bab I Perbaiki LBM. Bab II Penelitian terdahulu & tambah teori & revisi (wawancara)		
	21/11 '22	Bab III Keabsahan data		
	2/12 '22	Bab I, II & III Revisi		
	5/12 '22	Bab I, II & III Ace		





UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
Program Studi : Adm. Publk. Adm. Bimie, Ilmu Komunikasi, Magister Adm, Doktor Ilmu Adm  
Gedung: F 1.01. Jl. Semolowaru 45 Surabaya ( 60118 )  
Telp. (031)-5925982, 5931800 Psw.238  
E-mail : fisip@untag-sby.ac.id

### KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

NO	TANGGAL	MATERI	CATATAN DOSEN PEMBIMBING	TANDA TANGAN
	7/12, 22	konsep dan prosedur konsultasi		
	10/12, 22	OK apa.		

Bimbingan dinyatakan telah selesai,  
Tanggal : 10 - Desember 22

Dosen Pembimbing I,

Dosen Pembimbing II,

# Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun Brand Image Apartemen Bess Mansion di PT Bersatu Sukses Group

## ORIGINALITY REPORT

16%

SIMILARITY INDEX

16%

INTERNET SOURCES

4%

PUBLICATIONS

8%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1

[digilib.uinsby.ac.id](http://digilib.uinsby.ac.id)

Internet Source

3%

2

[etheses.uin-malang.ac.id](http://etheses.uin-malang.ac.id)

Internet Source

2%

3

[www.lamudi.co.id](http://www.lamudi.co.id)

Internet Source

2%

4

[repository.upnjatim.ac.id](http://repository.upnjatim.ac.id)

Internet Source

1%

5

[publish.ojs-indonesia.com](http://publish.ojs-indonesia.com)

Internet Source

1%

6

[repository.ub.ac.id](http://repository.ub.ac.id)

Internet Source

1%

7

[repository.uin-suska.ac.id](http://repository.uin-suska.ac.id)

Internet Source

1%

8

[repository.untag-sby.ac.id](http://repository.untag-sby.ac.id)

Internet Source

1%

9

[www.pinhome.id](http://www.pinhome.id)

Internet Source

1%

10	<a href="http://sasafitri12.blogspot.com">sasafitri12.blogspot.com</a> Internet Source	1 %
11	<a href="http://www.jasasiteplan.com">www.jasasiteplan.com</a> Internet Source	<1 %
12	<a href="http://penginapan.net">penginapan.net</a> Internet Source	<1 %
13	<a href="http://id.123dok.com">id.123dok.com</a> Internet Source	<1 %
14	<a href="http://123dok.com">123dok.com</a> Internet Source	<1 %
15	<a href="http://careers.its.ac.id">careers.its.ac.id</a> Internet Source	<1 %
16	<a href="http://docplayer.info">docplayer.info</a> Internet Source	<1 %
17	<a href="http://www.mtf.co.id">www.mtf.co.id</a> Internet Source	<1 %
18	<a href="http://repository.poltekkes-denpasar.ac.id">repository.poltekkes-denpasar.ac.id</a> Internet Source	<1 %
19	<a href="http://www.pegipegi.com">www.pegipegi.com</a> Internet Source	<1 %
20	<a href="http://repository.unhas.ac.id">repository.unhas.ac.id</a> Internet Source	<1 %
21	<a href="http://www.scribd.com">www.scribd.com</a> Internet Source	<1 %

22	<a href="http://e-journal.uajy.ac.id">e-journal.uajy.ac.id</a> Internet Source	<1 %
23	<a href="http://lifepal.co.id">lifepal.co.id</a> Internet Source	<1 %
24	<a href="http://www.javatravel.net">www.javatravel.net</a> Internet Source	<1 %
25	<a href="http://www.rentalan.id">www.rentalan.id</a> Internet Source	<1 %
26	<a href="http://www.tolitolikab.go.id">www.tolitolikab.go.id</a> Internet Source	<1 %



## LEMBAR REVISI

**JENIS UJIAN :**

Skripsi

Nama : Ferrel Shaquill Prionani

NIM : 1151800281

Hari/ Tanggal Ujian : Rabu, 21 Desember 2022

**Catatan Perbaikan:**

- + Translasi & cek ulang
  - # Pembaca. penulisnya sesuai ETD.
  - + Teori yg di gunakan & jelaskan  
dan pembahas.
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 

Surabaya, .....  
Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,



( )

Revisi dari Dosen Penguji,



( )

## LEMBAR REVISI

JENIS UJIAN :

Skripsi

Nama

: Ferrel Shaguill P

NIM

: 1151800281

Hari/ Tanggal Ujian

: Rabu, 21 Desember 2022

Catatan Perbaikan:

Sesuai Catatan & Skripsi

Surabaya, .....  
Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,



Revisi dari Dosen Penguji,



(Lukman Hakim)

## LEMBAR REVISI

**JENIS UJIAN :**

Skripsi

Nama : Fefel Shadili P

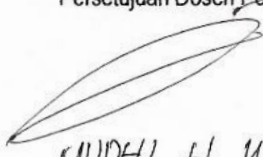
NIM : 151800281

Hari/ Tanggal Ujian : Rabu, 21 Desember 2022

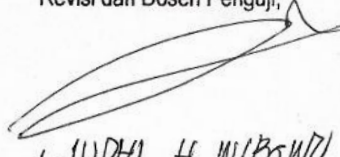
**Catatan Perbaikan:**

→ Landasan / kerangka teori & kerangka konseptual  
= kerangka pikir (Bab II)  
= Bab III Profil Informan.

Surabaya, .....  
Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,

  
(YUDHI H. WIBOWO)

Revisi dari Dosen Penguji,

  
(YUDHI H. WIBOWO)