

# LAMPIRAN

## Lampiran 1. Interview Guide

### **4P Pemasaran:**

1. Produk: Bagaimana cara Aiola Food Caravan memastikan bahwa produk dan penawarannya menarik dan relevan dengan audiens targetnya di Instagram?
2. Harga: Bagaimana cara Aiola Food Caravan menentukan strategi penetapan harga produknya di Instagram? Bagaimana Anda memastikan harga yang kompetitif?
3. Tempat: Pertimbangan apa saja yang dipertimbangkan saat memilih lokasi acara Aiola Food Caravan? Bagaimana Anda memanfaatkan Instagram untuk mempromosikan lokasi secara efektif?
4. Promosi: Bisakah Anda menjelaskan taktik promosi utama yang diterapkan Aiola Food Caravan di Instagram untuk menarik dan melibatkan pengikutnya?

### **Bauran Promosi :**

#### Periklanan:

1. Bagaimana cara Aiola Food Caravan memanfaatkan iklan di Instagram sebagai bagian dari strategi komunikasi pemasarannya?
2. Jenis iklan atau konten bersponsor apa yang dibuat Aiola Food Caravan untuk Instagram? Bagaimana Anda memastikan iklan menarik dan efektif?

#### Promosi penjualan:

1. Bagaimana Aiola Food Caravan menggabungkan teknik promosi penjualan di Instagram untuk mendorong keterlibatan pelanggan dan meningkatkan penjualan?
2. Bisakah Anda memberikan beberapa contoh kegiatan atau kampanye promosi penjualan yang telah diterapkan oleh Aiola Food Caravan di Instagram?

#### Hubungan Masyarakat:

1. Bagaimana cara Aiola Food Caravan memanfaatkan hubungan masyarakat di Instagram untuk membangun kesadaran dan reputasi merek?
2. Apakah ada strategi atau inisiatif khusus yang dilakukan Aiola Food Caravan di Instagram untuk meningkatkan upaya hubungan masyarakatnya?

Penjualan pribadi:

1. Apakah Aiola Food Caravan menggunakan taktik personal selling di Instagram? Jika ya, bagaimana cara Anda berinteraksi dengan calon pelanggan secara individu dan memberikan rekomendasi atau bantuan yang dipersonalisasi?

Pemasaran langsung:

1. Bagaimana cara Aiola Food Caravan menggabungkan strategi pemasaran langsung di Instagram untuk menargetkan pemirsa tertentu dan mendorong engagement?

2. Bisakah Anda membagikan contoh kampanye pemasaran langsung yang telah diterapkan Aiola Food Caravan di Instagram?

Dari Mulut ke Mulut:

1. Bagaimana Aiola Food Caravan mendorong dan memfasilitasi pemasaran dari mulut ke mulut di Instagram?

2. Apakah Anda memiliki strategi untuk mendorong pelanggan berbagi pengalaman positif mereka dengan Aiola Food Caravan di Instagram dan merekomendasikannya kepada orang lain?

**Pengukuran dan Evaluasi:**

1. Apakah aiola food caravan setelah menjalankan sebuah program ada proses evaluasinya

2. Berdasarkan data dan insight yang terkumpul, bagaimana cara mengoptimalkan dan menyempurnakan strategi komunikasi pemasaran Aiola Food Caravan di Instagram?

**Kesimpulan:**

1. Bisakah Anda membagikan rencana mendatang atau inisiatif menarik yang dimiliki Aiola Food Caravan untuk strategi pemasaran Instagram-nya?

2. Apakah ada hal lain yang ingin Anda tambahkan terkait strategi pemasaran media sosial Aiola Food Caravan di Instagram?

## **Lampiran 2 Transkrip dan Hasil Wawancara**

Informan :

Hengky sebagai Manajer Aiola Food Caravan

Angga sebagai Supervisor Aiola Food Caravan

Aldi sebagai Konten Kreator Aiola Food Caravan

1. Bagaimana cara Aiola Food Caravan memastikan bahwa produk dan penawarannya menarik dan relevan dengan audiens targetnya di Instagram?

Hengky : Sebelumnya kami melakukan analisis terlebih dahulu dengan menggunakan analisis Big Data untuk mencari produk dan konten apa saja yang menarik untuk target pasar makanan.

2. Bagaimana cara Aiola Food Caravan menentukan strategi penetapan harga produknya di Instagram? Bagaimana Anda memastikan harga yang kompetitif?

Hengky : Kami melakukan analisis fault terlebih dahulu, untuk menentukan harga yang relevan dan cocok dan dapat bersaing dengan pasar.

3. Pertimbangan apa saja yang dipertimbangkan saat memilih lokasi acara Aiola Food Caravan? Bagaimana Anda memanfaatkan Instagram untuk mempromosikan lokasi secara efektif?

Angga : Sebelumnya kami mencari lokasi yang strategis untuk konsep kita yang mengusung konsep caravan, dan kebetulan di tempat Aiola Food Caravan saat ini sangat cocok untuk konsep kita.

4. Bisakah Anda menjelaskan taktik promosi utama yang diterapkan Aiola Food Caravan di Instagram untuk menarik dan melibatkan pengikutnya?

Aldi : Untuk promosi sendiri kami lebih fokus ke promosi hardselling.

Bauran Promosi

Periklanan

1. Bagaimana cara Aiola Food Caravan memanfaatkan iklan di Instagram sebagai bagian dari strategi komunikasi pemasarannya?

Aldi : Kami pernah menggunakan iklan intagram tetapi performa iklan di instagram tidak terlalu bagus, jadi kita sekarang tidak menggunakannya lagi.

2. Jenis iklan atau konten bersponsor apa yang dibuat Aiola Food Caravan untuk Instagram? Bagaimana Anda memastikan iklan menarik dan efektif?

Aldi : Kami lebih ke pembuatan konten hardselling, seperti serba seribu dan melakukan giveaway

Promosi penjualan

1. Bagaimana Aiola Food Caravan menggabungkan teknik promosi penjualan di Instagram untuk mendorong keterlibatan pelanggan dan meningkatkan penjualan?

Hengky : Aiola Food Caravan dapat menggunakan foto-foto dan video yang menggugah selera untuk menampilkan hidangan mereka dengan tampilan yang menggugah. Dengan menampilkan makanan dengan tampilan yang menarik, ini dapat menarik minat pengikut Instagram untuk mencoba dan membeli produk mereka.

2. Bisakah Anda memberikan beberapa contoh kegiatan atau kampanye promosi penjualan yang telah diterapkan oleh Aiola Food Caravan di Instagram?

Aldi : Kami lebih ke melakukan endorse dengan para food vlogger, untuk menargetkan promosi yang tepat ke target pasar.

Hubungan Masyarakat:

1. Bagaimana cara Aiola Food Caravan memanfaatkan hubungan masyarakat di Instagram untuk membangun kesadaran dan reputasi merek?

Angga : Untuk hubungan masyarakat Aiola Food Caravan mengikuti dari Aiola pusat karena disana mereka yang mengurus hal tersebut dan membangun reputasi merek Aiola

2. Apakah ada strategi atau inisiatif khusus yang dilakukan Aiola Food Caravan di Instagram untuk meningkatkan upaya hubungan masyarakatnya?

Hengky : Tidak ada, selama ini saya menyuruh mas Aldi membuat konten yang memperkuat identitas Aiola Food Caravan yang bernuansa rustic.

Penjualan pribadi:

1. Apakah Aiola Food Caravan menggunakan taktik personal selling di Instagram? Jika ya, bagaimana cara Anda berinteraksi dengan calon pelanggan secara individu dan memberikan rekomendasi atau bantuan yang dipersonalisasi?

Hengky : Untuk sekarang sih udah tidak melakukan penjualan pribadi, kami lebih ke menjual lewat online seperti GoFood dan sebagainya.

Pemasaran langsung:

1. Bagaimana cara Aiola Food Caravan menggabungkan strategi pemasaran langsung di Instagram untuk menargetkan pemirsa tertentu dan mendorong engagement?

Aldi : Untuk strategi yang kita lakukan dengan cara menggunakan endorse dengan para food vlogger untuk melakukan promosi dengan target pasar yang tepat.

2. Bisakah Anda membagikan contoh kampanye pemasaran langsung yang telah diterapkan Aiola Food Caravan di Instagram?

Angga : Contohnya seperti giveaway free papepo kepada pelanggan dengan minimal pembelian.

Dari Mulut ke Mulut:

1. Bagaimana Aiola Food Caravan mendorong dan memfasilitasi pemasaran dari mulut ke mulut di Instagram?

Aldi : Untuk mulut ke mulut kami tidak menggunakan, kami Cuma memposting suasana tempat di AiolaFood Caravan yang nyaman untuk para keluarga.

2. Apakah Anda memiliki strategi untuk mendorong pelanggan berbagi pengalaman positif mereka dengan Aiola Food Caravan di Instagram dan merekomendasikannya kepada orang lain?

Aldi : Aiola Food Caravan dapat meminta izin kepada pelanggan untuk menggunakan foto-foto mereka yang menampilkan makanan atau pengalaman di Aiola Food Caravan. Dengan mengunggah foto-foto ini di akun Instagram mereka dan menandai pelanggan dalam keterangan, ini akan mendorong pelanggan untuk membagikan konten tersebut dengan pengikut mereka sendiri.

Pengukuran dan Evaluasi:

1. Apakah aiola food caravan setelah menjalankan sebuah program ada proses evaluasi nya?

Aldi : Ya ada, setiap satu bulan sekali kami melakukan evaluasi terhadap konten kami.

2. Berdasarkan data dan insight yang terkumpul, bagaimana cara mengoptimalkan dan menyempurnakan strategi komunikasi pemasaran Aiola Food Caravan di Instagram?

Aldi : Setelah kami evaluasi kami memfilter beberapa konten yang insight nya bagus dan jelek, beberapa konten yang insight nya jelek kami stop pembuatannya dan konten yang insight nya bagus kami kembangkan lagi dengan menyesuaikan tren yang ada.

Kesimpulan:

1. Bisakah Anda membagikan rencana mendatang atau inisiatif menarik yang dimiliki Aiola Food Caravan untuk strategi pemasaran Instagram-nya?

Aldi : Untuk kedepannya kami akan lebih fokus ke dalam konten yang bernuansa retro dan vintage karena hal tersebut identitas dari Aiola Food Caravan, dan menggabungkannya dengan strategi soft selling.

2. Apakah ada hal lain yang ingin Anda tambahkan terkait strategi pemasaran media sosial Aiola Food Caravan di Instagram?

Aldi : Mungkin untuk lebih baik lagi dalam pembuatan konten agar lebih banyak lagi para pelanggan yang mendatangi Aiola Food Caravan.

### Lampiran 3 Dokumentasi



## Lampiran 4 Lembar Perintah Revisi Penguji 1

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

---

**LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI**

Nama : Ahmad Taufiq  
NIM : 1151900168  
Hari/ Tanggal Ujian : Senin, 19 Juni 2023


Catatan Perbaikan:


- Revisi seperti yg dibahas pada waktu sidang

Surabaya, 3 Juli 2023

Persetujuan Dosen Penguji 1 Telah Revisi/Perbaikan,

Revisi dari Dosen Penguji 1,

  
( Bagus Cahyo Shah Adhi Pratana, S. Sos., M. Med. Kom )

  
( Bagus Cahyo Shah Adhi Pratana, S. Sos., M. Med. Kom )





### Lampiran 6 Lembar Perintah Revisi Penguji 3

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

---


**LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI**


Nama : Ahmad Taufiq  
NIM : 1151900168  
Hari/ Tanggal Ujian : Senin, 19 Juni 2023

Caraan Perbaikan:

- Rinc. BAB IV
- Menganalisis teori
- Menganalisis hasil

Surabaya .....  
Persetujuan Dosen Penguji 1 Telah Revisi/Perbaikan, Revisi dari Dosen Penguji 1,

  
( Maulana Arief, S. Sos., M. I. Kom )

  
( Maulana Arief, S. Sos., M. I. Kom )

## Lampiran 7 Hasil Turnitin

Jurnal		
ORIGINALITY REPORT		
<b>15%</b>	<b>14%</b>	<b>6%</b>
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS
		<b>7%</b>
		STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES		
1	<a href="http://etheses.iainponorogo.ac.id">etheses.iainponorogo.ac.id</a> Internet Source	5%
2	<a href="http://jurnal.usi.ac.id">jurnal.usi.ac.id</a> Internet Source	2%
3	<a href="http://repo.uinsatu.ac.id">repo.uinsatu.ac.id</a> Internet Source	2%
4	<a href="http://journal.upy.ac.id">journal.upy.ac.id</a> Internet Source	1%
5	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper	1%
6	<a href="http://komunikasi.untag-sby.ac.id">komunikasi.untag-sby.ac.id</a> Internet Source	<1%
7	<a href="http://repository.ub.ac.id">repository.ub.ac.id</a> Internet Source	<1%
8	<a href="http://mafiadoc.com">mafiadoc.com</a> Internet Source	<1%
9	<a href="http://repository.mercubuana.ac.id">repository.mercubuana.ac.id</a> Internet Source	<1%


10	contohskripsi.netlify.app Internet Source	<1 %
11	Submitted to Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Student Paper	<1 %
12	docobook.com Internet Source	<1 %
13	dspace.uil.ac.id Internet Source	<1 %
14	journal.unj.ac.id Internet Source	<1 %
15	theseus.fi Internet Source	<1 %
16	www.cnnindonesia.com Internet Source	<1 %
17	www.juntadeandalucia.es Internet Source	<1 %
18	www.researchgate.net Internet Source	<1 %

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On

## Lampiran 8 Lembar Bimbingan



**UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
Program Studi : Administrasi Publik, Administrasi Bisnis, Ilmu Komunikasi  
 #Magister Administrasi Publik #Magister Ilmu Komunikasi #Doktor Ilmu Administrasi  
 Gedung F 101 J. Semolowaru 45 Surabaya (60118)  
 Telp. 031-5991742, 5031800 psw 159 email: fkip@untag-sby.ac.id

---

**KARTU BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Ahmad Taufiq  
 NBI : 1151900168  
 Program Studi : Ilmu Komunikasi  
 Dosen Pembimbing I : Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana, S. Sos., M. Med. Kom  
 Dosen Pembimbing II : Muchamad Rizqi, S.J Kom., M Med. Kom

Judul Skripsi : Analisis Isi Sosial Media Tiktok @mallagedangku dalam Merah Customer Engagement

No.	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dosen 1	Paraf Dosen 2
1	15/3/23	memperbaiki bab 1	<i>[Signature]</i>	
2	19/3/23	memperbaiki bab 1		<i>[Signature]</i>
3	13/4/23	memperbaiki bab 2	<i>[Signature]</i>	
4	17/4/23	menghapus make penelitian	<i>[Signature]</i>	
5	4/5/23	Revisi bab 2 dan 3	<i>[Signature]</i>	
6	11/5/23	ACC Bab 2-3	<i>[Signature]</i>	
7	22/5/23			<i>[Signature]</i>
8	26/5/23		<i>[Signature]</i>	



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLTIK

Program Studi: • Administrasi Publik • Administrasi Bisnis • Ilmu Komunikasi  
• Magister Administrasi Publik • Magister Ilmu Komunikasi • Doktor Ilmu Administrasi  
Gedung F 101 Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)  
Telp. 031-5901742, 5931800 psw, 159 email: fols@untag-sby.ac.id

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dosen 1	Paraf Dosen 2
9.	5/6/23		<i>Dewant</i>	
10.	13/6	Masukkan kutipan hasil wawancara. - Lanjut BAB V		<i>M. Sup.</i>
11.	14/6	BAB IV & V ACC.		<i>M. Sup.</i>
12.	14/6	Revisi bab 4 & 5	<i>Dewant</i>	
13.	15/6	ACC Bab 4 & 5	<i>Dewant</i>	

Catatan:

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

Bimbingan dinyatakan telah selesai  
Tanggal: 15-6-23

Dosen Pembimbing I,

*Dewant*  
(Bagus Cahyo Shah A.P.)

Dosen Pembimbing II,

*M. Sup.*