

## LAMPIRAN

### Lampiran 1 Wawancara

- **Informan 1 : Owner (Christa)**
- **Informan 2 : Ovi (direktur cabang)**
- **Informan 3 : Dea (admin Instagram)**

#### (Wawancara owner can tours)

##### Informan 1 (Christa)

1. kenapa memilih jasa Tours dan travel ?

*“ dilihat dari kondisi pasar atau lingkungan yang memang menguntungkan untuk membuka jasa pelayanan tours dan travel, apalagi pada tahun 2011 itu perusahaan tours dan travel masih sangat minim, karena hal itu saya mencoba untuk membuka layanan tersebut, dalam jangka waktu beberapa bulan pelayanan jasa tours dan travel milik saya merasa bahwa layanan ini memang cocok dibuka karena banyaknya wisatawan yang membutuhkan “*

2. Promosi seperti apa yang digunakan Can tours menggunakan media social Instagram ?

*“ kami menggunakan flayer dan kami memberikan potongan harga di hari tertentu, dan kadang juga kami memberikan penambahan fasilitas dengan hal tertentu, hal ini kami informasikan melalui media social terutama instagram. Biasanya hal itu terjadi saat kami membuka paket baru, dan hal ini digunakan untuk pengenalan paket baru kami “*

3. bagaimana cara anda menggunakan instagram dalam meningkatkan brand awareness ?

*“ kita gunakan promosi dengan menggunakan media social, saat ini lebih sering menggunakan instagtam dengan kegiatan yang dilakukan seperti periklanan, promosi, dll, yang menjadi tujuan kami untuk menyadarkan merek, menginformasikan jasa kami atau paket yang kami sediakan dan kesadaran merek pada konsumen. melalui Instagtam kita gunakan iklan berbayar agar lebih sering muncul dan*

*lebih sering dilihat, dan kita juga memanfaatkan fitur fitur yang ada pada instagram seperti posting foto lalu video dan iklan berbayar "*

## **Wawancara informan 1 (Chirta)**

### **Bauran Promosi**

#### **Chirta :**

1. mengenai advertising (periklanan), bagaimana metode periklanan yang digunakan dalam memasarkan jasa pada can\_tours?

*" jadi metode untuk periklanannya dari can\_tours itu sebenarnya kita lebih mementingkan lewat sosial media, seperti instagram, facebook, website, dan sekarang yg mau kita coba kembangkan itu tiktok. emang lagi kita fokuskan itu lewat sosial media. "*

-Target pasar can\_tours itu siapa saja ?

*" Untuk sekarang, kita lebih cenderung ke domestik, kalau dulu itu mancanegara sama domestik, tapi sejak corona kita belum fokus lagi ke mancanegara. "*

- Kenapa memilih media sosial instagram sebagai media periklanan ?

*" kita memilih instagram itu karena jangkauan instagram itu lebih luas, jaman sekarang khususnya anak muda pasti punya instagram, kalau facebook itu kan anak muda udah jarang ya, lebih cenderung ke orang tua. makanya kita menggunakan instagram, selain jangkauannya luas, lebih modern dan mengikuti perkembangan jaman. "*

- Apakah ada peningkatan dari brand awareness terkait penggunaan instagram ini ?

*" Tentunya ada, sangat berpengaruh sekali ya pada brand awareness, jadi kita jadi lebih banyak dikenal, dari followers dari yang kita punya. kita kan juga melakukan promosi untuk setiap bulannya, setiap harinya itu pasti posting, jadi berpengaruh dalam peningkatan brand awareness. "*

Jenis konten apa yang menarik untuk memperoleh perhatian pengguna instagram,

terutama untuk meningkatkan brand awareness ?

*“ kalau kita mementingkan untuk menjual paket yang kita punya dengan harga yg murah, menarik juga untuk kliennya , selain itu kita lebih menampilkan destinasi yang menarik, dan disukai masyarakat, agar, konsumen yang dari luar kota atau luar pulau itu bisa tertarik ke lombok, dan datang ke lombok. “*

- Apa hambatan penggunaan instagram sebagai media pemasaran ?

*“ lebih ke susah cari konten yang bisa menarik, harus ikutin trend trend terkini, agar tidak ketinggalan jaman gitu. “*

## **2. Penjualan personal : Informan 2 (Ovi)**

- Bagaimana **personal selling** yang dilakukan can tour ?

*“ Kalau untuk personal selling kita tetap andalin sosial media juga, kalau Can tours ini fokusnya lebih ke be to be, kalau untuk be to see itu kurang, kita lebih ke be to be, itupun personal sellingnya berhubungan langsung dengan calon pelanggan itu bosku atau rekanku satunya, kalau aku sendiri jarang berhubungan langsung dengan calon customer, biasanya aku bantu kalau dari email atau whatsapp untuk konsultasi paket tours. “*

- Berarti can tours menggunakan media sosial untuk penjualan pribadi? lalu strategi apa yang digunakan untuk mengoptimalkan instagram untuk meningkatkan penjualan ataupun brand awareness ?

*“ kegiatan personal selling ini kami masih mengandalkan media social, terutama dengan menggunakan media social instagram dengan membuat sebuah content yang mengedukasi lalu menginformasi kepada konsumen, itu mungkin kalau saya simpulkan berupa online begitu. Kalau menggunakan media sosial itu tentu, selain instagram, facebook dan tiktok, kita juga ada website. kalau untuk strateginya kita pakai iklan berbayar karena jangkauannya bisa lebih luas lagi “*

## **3. Promosi Penjualan, Wawancara informan ke 2 (Ovi)**

- Bagaimana bentuk **promosi penjualan** yang digunakan dalam memasarkan can tours ?

- *“ kami menggunakan flyer dan kami memberikan potongan harga di hari tertentu, dan kadang juga kami memberikan penambahan fasilitas dengan hal tertentu, hal ini kami informasikan melalui media social terutama instagram. Biasanya hal itu terjadi saat kami membuka paket baru, dan hal ini digunakan untuk pengenalan paket baru kami “*

-

- Apa media yang digunakan untuk melakukan kegiatan promosi penjualan ?

*“ kalau sementara kita pakai sosial media instagram, sebenarnya kita akan ada IT, biasanya itu pakai landing page, tapi berhubung IT nya lagi gak ada, jadi sementara hanya di instagram dan facebook. “*

#### **4. Hubungan Masyarakat, Informan 2 :**

- Mengenai hubungan masyarakat, bagaimana can tours melakukan kegiatan PR ?

*“ Sementara, selama saya kerja kalau sama masyarakat belum begitu, hubungan langsung itu hanya baru sesama perusahaan, kalo masyarakat langsung itu belum, karena kita lewatnya sosial media, jadi hubungan langsung dengan masyarakat masih belum “*

#### **5. Pemasaran Langsung, Informan 3 (Dea)**

- Bagaimana penggunaan pemasaran langsung yang diterapkan oleh perusahaan ?

*“ Kami menggunakan internet Dengan memanfaatkan platform online atau media sosial, kami mengoptimalkan upaya promosi dan pemasaran produk serta jasa yang kami tawarkan. Dengan melakukan komunikasi dengan baik, kadang juga kami melakukan komunikasi berupa telepon menggunakan whatsapp, instagram dan nomor kantor. Hal ini kadang saya lakukan kepada konsumen yang pernah menggunakan jasa kami, kami lakukan komunikasi untuk memberikan informasi kepada konsumen dengan menawarkan paket baru atau adanya diskon mengenai harga paket*

”

## 6. Internet marketing : Informan 3 (Dea)

- Bagaimana Can tours menggunakan kegiatan *internet marketing* ?

*“ Kami menggunakannya internet marketing dengan cara memanfaatkan media online /media sosial dalam mempromosikan dan memasarkan produk dan jasa kami. Dengan membuat konten-konten yg menarik kemudian kami posting di akun sosial media untuk menarik perhatian calon pelanggan “*

- Media social apa saja yang digunakan pada kegiatan internet marketing ?

*“ Yaa, tentu kami menggunakan media sosial karena media sosial sangat berpengaruh dalam pemasaran dan penjualan produk dan jasa untuk zaman sekarang. Media yang kami gunakan untuk sekarang adalah website, Instagram, Facebook dan TikTok “*

- Kenapa menggunakan media social instagram ?

*“Kami menggunakannya instagram dalam mempromosikan dan memasarkan produk dan jasa kami karena Instagram memiliki keunggulan yang lebih banyak dibanding media lain salah satunya Instagram memiliki jangkauan yg lebih luas sehingga cepat untuk menarik para pelanggan “*

- Dalam penggunaan instagram dalam kegiatan internet marketing, apakah ada pengaruh dalam peningkatan *brand awareness* ?

*“ Tentu, Instagram adalah suatu pilihan baik untuk meningkatkan brand awareness. Karena Instagram adalah salah satu media sosial yang sudah banyak digunakan oleh masyarakat “*

## **Wawancara konsumen**

1. dari media social apa anda mengetahui perusahaan Can\_tours ?

Konsumen 1 (kak Rosyida)

*“Dari instagram, waktu itu saya sedang mencari rekomendasi perusahaan wisata lewat instagram, ketika saya lihat story instagram dari Can\_tours lalu saya cek profil pada instagramnya, dan waktu itu juga saya hubungi Can\_tours lewat dm Instagram “*

Konsumen 2 (Kak Indah)

*“Instagram dan tiktok, iseng iseng aja si mencari info info wisata di instagram, lalu muncul postingan Conten Video dari akun Can\_tours, saya lihat video tersebut, lalu pada saat saya scroll tiktok muncul juga tayangan video dari akun Can\_tours, setelah itu saya coba cek profil Can\_tours”*

2. dari kegiatan media, bagaimana anda mengetahui informasi terkait Can\_tours ?

Konsumen 1 (Kak Rosyida)

*“informasi yang saya dapat dari profil instagram, saat saya sedang melihat lihat postingan saya melihat content instagram yang menjelaskan tentang paket wisata dan remokemdasi wisata yang dijelaskan pada content tersebut. Dari content tersebut saya langsung hubungi dan menanyakan paket tersebut”*

Konsumen 2 (kak Indah)

*“Instagram dan Tiktok, sehabis menonton video postingan mereka saya follow instagramnya, dari situ saya sering tonton story instagram mereka”*

3. bagaimana anda bisa mengetahui akan adanya diskon dari Can\_tours ? dan kenapa anda tertarik ?

Konsumen 1 (Kak Rosyida)

*“pada waktu itu saya melihat flyer adanya diskon pada paket di story Can\_tours, disitu saya tertarik akan adanya diskon yang di informasikan, karena harga diskon dengan harga asli membuat saya tertarik apa lagi fasilitas yang didapatkan sama”*

Konsumen 2 (Kak Indah)

*“saya dapat pesan lewat Instagram, pesan tersebut dari Can\_tours. Mereka menawarkan paket wisata yang baru dibuat, lalu disitu juga saya berminat karena masih promo harga yang didapatkan jauh lebih murah dan saya lakukan komunikasi untuk negosiasi”*

4. apakah anda pernah mendapati pesan atau telepon dari Can\_tours ? apa yang disampaikan pada pihak Can\_tours ?

Konsumen 1 (Kak Rosyida)

*“ pernah, waktu itu sore hari saya dapat panggilan dari whatshapp, mereka menawarkan sebuah paket baru dan memberikan penjelasan mengenai paket tersebut, namun saat itu saya tidak berminat karena saya masih belum ada waktu luang”*

## Lampiran 2 Dokumentasi



*Dokumentasi 1. 1(Kantor cabang Can\_tours)*





*Dokumentasi 1. 2(Ruang Kepala Directur Cabang)*



*Dokumentasi 1. 3(Tempat Parkir)*



*Dokumentasi 1. 4(Wawancara Direktur Cabang)*

## Lampiran 3 Turnitin

jurnal ijat			
SIMILARITY REPORT			
<b>17%</b>	<b>14%</b>	<b>6%</b>	<b>6%</b>
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES			
1	id.123dok.com Internet Source		1%
2	core.ac.uk Internet Source		1%
3	journal.untar.ac.id Internet Source		1%
4	Submitted to Padjadjaran University Student Paper		1%
5	jurnal.untag-sby.ac.id Internet Source		1%
6	repository.radenintan.ac.id Internet Source		1%
7	www.taupasar.com Internet Source		1%
8	Submitted to Universitas Muria Kudus Student Paper		1%
9	Soni Am Mustakim. "Analisis Pengaruh Word Of Mouth, Brand Awareness Dan Region Of Origin Terhadap Keputusan Pembelian Di		1%
Warung Lesehan Bebek Goreng Asli Gunung Kidul", JBMP (Jurnal Bisnis, Manajemen dan Perbankan), 2019 Publication			
10	kc.umn.ac.id Internet Source		1%
11	www.coursehero.com Internet Source		1%
12	dspace.uii.ac.id Internet Source		1%
13	Submitted to Sriwijaya University Student Paper		1%
14	garuda.kemdikbud.go.id Internet Source		1%
15	jurnal.polibatam.ac.id Internet Source		1%
16	Saffanah Salma. "Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Periklanan", Jurnal Riset Dan Manajemen 2021		<1%

Turnitin 1. 1

## Lampiran 4 Lembar Revisi 1

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

### LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Irda Jatmiko Fitriannor

NIM : 1151900150

Hari/ Tanggal Ujian : Selsa, 20 Juni 2023

Catatan Perbaikan:

*Revisi BAB IV Kaitan pada Pembahasan  
Gunsler theory yg relevan*

Surabaya, 20 Juni 2023

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 5 Lembar Revisi 2

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

### LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Irda Jatmiko Fitriannor

NIM : 1151900150

Hari/ Tanggal Ujian : Selasa, 20 Juni 2023

Catatan Perbaikan:

o Struktur penulisan ( pemilihan kata, margin, paragraf ).

o Konsistensi penulisan .

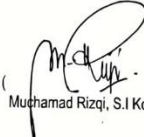
o Pembahasan diperbaiki .

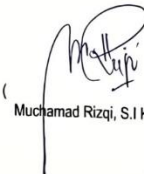
o Kesimpulan dibuat 1-2 halaman /ditingkas .

o Informan pendukung .

Surabaya, 20 Juni 2023.

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

  
( Muchamad Rizqi, S.I Kom., M Med.Kom )

  
( Muchamad Rizqi, S.I Kom., M Med.Kom )

## Lampiran 6 Lembar Revisi 3

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

### LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Irda Jatmiko Fitriannor

NIM : 1151900150

Hari/ Tanggal Ujian : Selasa, 20 Juni 2023

Catatan Perbaikan:

Revisi seperti yg telah dibahas pada waktu sidang

Surabaya, 20 Juni 2023

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

()

Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana, S. Sos., M. Med. Kom

()

Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana, S. Sos., M. Med. Kom

Catatan: Bila tidak ada revisi, dosen penguji wajib menuliskan "Tidak ada revisi", dan menandatangani di sebelah kanan dan kiri.

## Lampiran 7Kartu 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 Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)  
 Telp. 031-5991742, 5931800 psw. 159 email : fkip@untag-sby.ac.id

### KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Irda Jalmiko F  
 NBI : 1151900150  
 Program Studi : Ilmu Komunikasi  
 Dosen Pembimbing I : Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana, S. Sos., M. Med. Kom  
 Dosen Pembimbing II : Drs. Widiyatmo Ekoputro, MA  
 Judul Skripsi : Penggunaan Instagram @can\_tours sebagai media komunikasi pemasaran tours dan travel dalam meningkatkan brand awareness

No.	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
	7/3/23	- Ubah format SKRIPSI - Tambah pembahasan BAB I - Perbaiki penulisan BAB II	Paraf	
	7/3/23	- Penambahan bagian penggunaan internet dan Instagram (BAB I) - Menambahkan critical review (BAB II)		Paraf
		- ACC Bab I dan II - Revisi Critical Review		Paraf
	15/3/23	- Tambah pembahasan Brand Awareness - Revisi Critical Review - Revisi Kerangka Pemikiran	Paraf	
	12/4/23	- ACC BAB I - Perbaiki Penelitian terdahulu - Tambah Pembahasan dalam teori	Paraf	
	17/4/23	- ACC BAB II - Revisi BAB III - Mengetik wawancara	Paraf	
	8/5/23	- ACC BAB III	Paraf	
	9/5/23	- Teknik Penulisan, Penomoran kata		Paraf

## KARTU 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 Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)  
 Telp. 031-5991742, 5931800 psw. 159 email : fslp@untag-sby.ac.id

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
	10/5/23	- Setiap judul bab harus halaman baru - Data Informan harus jelas - Bab III Acc (lanjutan)		
	11/5/23	- Bab III ACC		
	5/6/23	- Acc Interview awal - Lanjut bab 4		
	5/6/23	- Acc Interview awal - Lanjut bab 4		
	13/6/23	- Acc Bab 4		
	14/6/23	- Acc Bab 4-5 (slap uji)		

**Catatan:**

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

Bimbingan dinyatakan telah selesai

Tanggal : 14-06-2023

Dosen Pembimbing I,

Dosen Pembimbing II,

(.....)

(.....)



