

LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara

Pertanyaan Untuk Key Informan

1. Digital Public Relation apa yang digunakan untuk menarik customer?
2. Apakah dengan media tersebut dapat menarik customer secara mudah? Dan menjadikan customer menjadi pelanggan setia?

Komunikasi Dua Arah

1. Bagaimana strategi digital PR Kacamatomoo ini dalam menarik perhatian pelanggan?
2. Apa alasan anda menggunakan digital public relations ini untuk menarik perhatian pelanggan?
3. Apakah dengan sosial media yang ramai dikunjungi oleh pelanggan menjadikan komunikasi antara penjual dan pembeli menjadi lancar dan stabil?

Keseimbangan Kepentingan

1. Apa yang akan anda lakukan untuk memastikan pelayanan yang anda berikan ini terbaik bagi sang pelanggan dalam komunikasi digital public relations?
2. Bagaimana anda menggunakan influencer marketing untuk membangun loyalitas pelanggan?
3. Bagaimana anda menggunakan sosial media untuk mempertahankan loyalitas pelanggan?

Person to Person

1. Apakah ada PR yang melayani customer dengan berbagai macam sifat?
2. Apakah dalam setiap media sosial memiliki PR untuk melayani customer?

Evaluasi Pemahaman Bersama

1. Bagaimana anda melakukan riset pasar dan mengevaluasi efektivitas strategi digital public relations anda dalam mempertahankan loyalitas sang pelanggan?
2. Bagaimana anda mengukur tingkat kepuasan pelanggan dan mengatasi masalah yang mungkin timbul melalui komunikasi secara digital public relations ini?
3. Apa yang akan anda lakukan jika pelanggan mengalami masalah atau tidak puas dalam penggunaan produk atau layanan anda melalui digital public relations?

Pertanyaan Untuk Informan Pendukung

1. Apakah anda sering membeli kacamata di Kacamatomoo?
2. Bagaimana anda mengenal Kacamatomoo? Jelaskan secara general!
3. Bagaimana pendapat anda mengenai pelayanan dan juga produknya?
4. Apakah anda selalu puas saat belanja dan menggunakan produknya?
5. Apa yang menyebabkan anda puas/tidak puas dalam berbelanja di Kacamatomoo?
6. Apa alasan anda berbelanja kacamata di Kacamatomoo? Mengapa tidak membeli di lain?
7. Menurut anda, apakah Kacamatomoo berbeda dengan lainnya? Jelaskan secara general!
8. Apakah dengan menggunakan sosial media menjadikan komunikasi anda dengan penjual menjadi stabil?
9. Apa yang membuat anda menjadi pelanggan setia Kacamatomoo?
10. Bagaimana anda mengatasi masalah anda jika setelah berbelanja dan produk yang anda dapatkan tidak sesuai dengan ekspektasi?

Lampiran 2 Transkrip Wawancara Informan Utama

- Peneliti : Kak aku tanyain dulu yang pertama dulu ya Kak buat digitalnya itu apa yang digunakan untuk menarik customer?
- Owner : Kalau dari yang paling rame sih itu sih dua ya Instagram sama Tiktok kalau untuk public relation-nya, tapi sebenarnya kita juga ada di e-commerce nih e-commerce Itu kan sekarang kayak semacam shopee Tokopedia gitu kan juga udah ada public relationnya ya kayak dia bisa upload Story bisa upload video-video juga kayak gitu loh itu kita semua pakai sih
- Peneliti : Apakah dengan media tersebut dapat menarik customer secara mudah?
- Owner : Kalau dibilang mudah sih enggak ada yang mudah ya, cuman kalau misalnya untuk menarik customer emang itu jalan yang paling apa ya, yang paling simpelnya sih gitu dibanding kita harus kayak posting add di Google Ads atau apa karena kan itu semua berbayar gitu kan. Tapi kalau untuk yang benar-benar organik itu dari Instagram dan juga dari Tik Tok
- Peneliti : Kalau boleh tahu Kacamatomoo itu udah ada cabang di mana aja tuh?
- Owner : Sekarang ini udah ada 11 kita udah ada di Jakarta Utara Jakarta Timur Jakarta Barat di Bekasi di Tangerang sama di Bogor gitu kita udah ada 11 kan dan yang on going masih ada sekitar dua tiga cabang lagi sih.
- Peneliti : Itu selalu ramai gitu semua store-nya?
- Owner : Kalau dibilang rame selalu setiap saat nanti pasti enggak ya pasti naik turun gitu cuman kita sebagai yang handle marketingnya berusaha semoga selalu ada pelanggannya karena masing-masing daerah itu marketnya juga beda-beda gitu jadi kita masih mempelajari sih karena kita kan juga baru tahun terakhir ini terjun benar-benar untuk memperbanyak offline Store gitu.
- Peneliti : Bagaimana strategi digital PR Kacamatomoo ini menarik perhatian pelanggannya?
- Owner : Yang pertama kita itu selalu inovatif ya jadi kayak kita selalu research setiap hari eh apa sih konten-konten yang lagi

happening sekarang gitu, kita coba remake kita coba bikin sesuai sama yang kita punya. Image gitu kita punya brand image terus kita juga konsisten kita posting terus kita selalu on the review kita juga real gitu authentic kita enggak pernah bikin konten itu dibuat-buat kayak misalnya eh satu produk yang sebenarnya value-nya itu hanya misalnya bintang tiga gitu misalnya tapi kita kayak ngaku-ngakunya Oh ini tuh bintang lima 10 gitu kita enggak kayak gitu sih kita benar-benar kasih yang real aja gitu mungkin dari situ juga customer jadi berasa gitu Oh Ternyata apa yang mereka lihat di sosial media dan apa yang mereka dapat itu sama gitu Itu buat ngejaga kepuasan customer sih

Peneliti : Apa nih alasan Ci Cindy menggunakan digital public relations ini untuk menarik perhatian pelanggan?

Owner : Kita yang mengikuti zaman sih sebenarnya karena dulu itu pas pertama kita baru mulai tahun 2019 itu aku cuma pakai platform Instagram aja gitu cuman semakin zaman berkembang tiba-tiba kan muncul dan dia langsung melejit gitu kan langsung banyak banget bisa berdampak apa ya buat brand gitu. Jadi kita mulai masuk ke sana juga gitu jadi yang paling menonjol emang IG sama TikTok gitu ya kalau e-commerce emang nggak terlalu menonjol e-commerce itu kan kalau dulu awalnya kita mulai shopee itu eee emang itu salah satu yang paling besar juga ya awalnya Instagram sama shopee dulu sebelum ada TikTok cuman makin ke sini karena emang kita ngelihat pasar itu dimannya makin banyak di arah Tik Tok misalnya kayak sekarang udah ada tiktokshop sedangkan dulu kan belum ada gitu ya jadi gara-gara itu jadi kita pelan-pelan juga mulai pelajaran nih oke Seperti apa ya sistemnya itu kayak gimana Jadi kita eee berusaha buat pakai aja lah semua smartphone yang ada gitu Kita mendengarkan customer banget sih

Peneliti : Apakah dengan sosial media yang ramai dikunjungi ini menjadikan pelanggan itu komunikasinya antara penjual dan pembeli itu jadi lancar sama stabil?

Owner : Kita berusaha untuk soal stabil ya jadi kayak kalau misalnya di platform-platform ini kan ada yang Namanya bisa komentar ada kolom komentar ya ada kolom komentar terus juga ada personal

message misalnya mereka bisa nge-dm kayak gitu kita selalu ada orang khusus yang emang ngebalesin komen-komen mereka chat-chat mereka kayak gitu jadi kita pengennya mereka itu ngerasa tetap dilayani maupun cuman komen aja atau kalau cuman DM aja nanya-nanya kayak misalnya nanya tentang frame nanya tentang lensa semua kita layanin sama mungkin gitu.

Peneliti : Jadi di setiap sosial media itu ada orangnya masing-masing atau ada satu orang aja?

Owner : Kalau untuk saat ini sih satu orang aja tapi sebenarnya tim aku kan ada sekitar berapa orang nih ya 6-7 orang gitu ya jadi mereka saling backup aja sih cuma yang penting goals-nya itu adalah semua customer yang datang ke page kita mau Instagram mau tiktok shopee di manapun itu akan selalu terbalas gitu.

Peneliti : Apa yang akan anda lakukan untuk memastikan pelayanan yang anda berikan ini terbaik bagi sang pelanggan dalam komunikasi digital public relations?

Owner : Pertama aku pasti bikin aku selalu solid ya karena kalau misalnya kita pengen kasih sesuatu ke customer ku pengennya dari internalnya sendiri itu udah strong dulu gitu jadi aku selalu terapin ke semua tim aku kalau misalnya kekuatan customer itu nomor satu dan kita remind terus gitu enggak boleh sampai ada yang Miss enggak boleh sampai ada yang lupa gitu karena kan dari satu customer aja mereka bisa datengin lagi 10 customer misalnya kayak gitu kan dari mulut-mulut gitu. Jadi kita selalu menjaga culture-nya dulu di dalam company kita harus selalu menjaga kepuasan customer. Nah setelah itu kita baru turun lagi ke bagian sosial medianya aku kasih konten-konten yang apa ya yang enak ditonton yang edukatif juga kayak gitu-gitu sih jadi kita maintainan kita konsisten gitu selalu di di era di sana gitu jadi stabil terus

Peneliti : Bagaimana KacamataMoo ini gunain influencer? ada influencer kan Ci?

Owner : Ada ada, marketing buat membangun realitas pelanggannya inflator itu kita sebenarnya untuk meningkatkan brand aja sih jadi kita tuh bikin, yang namanya suatu brand itu kan zaman sekarang

itu banyak banget yang udah melakukan endorsement gitu kan ya ke infrastruktur ini tujuannya itu adalah untuk menaikkan review juga sih karena kalau orang belanja online itu kan pengennya banyak reviewnya dan mereka itu percaya sama review-review dari inflator ini dan kita juga selalu kasih tahu ke influencernya sendiri untuk selalu review aja gitu enggak usah dibuat-buat enggak usah di lebay-lebain gitu ya jadi benar-benar yang menurut mereka Oh kalau produknya bagus ya mereka bilang bagus kayak gitu Jadi kita menjaga itu juga sih

Peneliti : Tapi ada enggak influencer yang kayak itu kurang kayak ini kurang pas di muka atau gimana gitu ada enggak?

Owner : Influencer itu untungnya sih rata-rata komunikatif ya jadi kalau misalnya mereka udah dikirimin produknya dulu dan ternyata produknya itu nggak cocok nih pas dipakai di muka mereka, mereka rata-rata modelnya kurang cocok di influencer ini berarti kita enggak jadi kerja sama kayak gitu. Jadi emang aku selalu ngelakuin endorsement kerjasama sama investor itu ke orang-orang yang emang menerima dan emang suka gitu sama Kacamatomoo

Peneliti : Gimana Ci Cindy menggunakan sosial media buat mempertahankan loyalitas pelanggannya?

Owner : Jadi Aku konsisten akan kerja sih Jadi kalau misalnya setiap hari itu pasti ada postingan setiap hari itu kita pasti ngeremind terus mereka-mereka ini gitu untuk kayak oh Hello Kacamatomoo ada yang baru lagi nih Oh kita ada inovasi ini lagi nih kita ada kolaborasi sama ini kita ada event ini ini kayak gitu-gitu jadi kita benar-benar pakai platform ini untuk menjaga komunikasi terus sama customer-customer kita yang baru maupun yang udah lama dan yang sudah loyal gitu konsistensi

Peneliti : Buat kolaborasinya sekarang udah kolaborasi sama apa aja nih?

Owner : Kalau untuk kolaborasi kita baru mau planning sih, jadi belum mau kasih tahu ke siapa-siapa cuman emang kita lagi ada planning untuk kolaborasi gitu ke depannya karena selama ini kan Kacamatomoo hanya berdiri sendiri ya kita ngelakuin

kolaborasi gitu jadi emang stun ke depannya bakal ada kolaborasi sama brand sama influencer juga

Peneliti : Apakah ada PR yang melayani customer dengan berbagai macam sifat?

Owner : Aslinya sendiri enggak ada udah itu aja, kita itu kan platform-nya ada di shopee Tokopedia gitu ya sama ini WhatsApp kita juga ada Dan semua itu memang ada adminnya masing-masing gitu yang bertanggung jawab untuk melayani di semua transform tadi itu. Tapi kalau sifat customernya enggak ya jadi cuman admin media sosial saja karena kalau sifat itu kalau kita rutin lagi kayaknya terlalu banyak ya karena customer itu kan Kompleks banget gitu ada yang maunya ini ada yang detail banget ada yang ini itu bukan banyak banget kan jadi kita baginya itu aja sih

Peneliti : Bagaimana Ci Cindy melakukan riset pasar dan mengevaluasi efektivitas strategi digital public relations dalam mempertahankan loyalitas sang pelanggan?

Owner : Kita selalu mendengarkan feedback sih karena aku bersyukur banget beruntung karena customer aku tuh juga orangnya sangat Open ya kita sebagai brand itu kita menciptakan culture tuh yang Open, jadi kalau misalnya customer punya keluhan mereka punya masukan atau punya kritik gitu-gitu mereka ngomong gitu Itu yang enak nya sih. Jadi mereka karena sudah dekat banget kita udah ngambil brand-nya itu yang sangat open jadi mereka ini langsung kasih tahu gitu sebelum mereka kayak mau ngehujat, nge-judge atau apa gitu mereka lebih pilih untuk komunikasiin dulu nih ke brand kayak gitu kayak bilang Oh kayaknya ini agak kurang deh kayak gini boleh di apa dibikin siapa tahu bisa dibikin seperti ini seperti ini gitu jadi kita sangat mendengarkan masukan-masukan dari customer itu juga jadi sarana research aku sebenarnya ya jadi kan kita langsung tahu nih oh dari market yang ini kayaknya mereka lebih prefer dengan cara seperti ini dengan cara seperti ini kayak gitu, tapi kalau research secara globalnya itu nah kita setiap hari scrolling aja tuh sosial media gitu kira-kira customer tuh sekarang seperti apa sih gitu, kadang kan sekarang kita juga ada offline store jadi kita juga bisa

langsung dengar dari orang-orang yang langsung datang ke offline Store

Peneliti : Aku dengar dari customer service-nya Kacamatomoo nih itu katanya produksi kacamatanya itu dari PT-nya Kacamatomoo sendiri?

Owner : Punya PT. Kacamatomoo. Jadi itu bukan produksi dari PT-nya, kalau dibilang ambil dari orang itu kita masih ngambil karena di Indonesia ini belum ada pabrik kacamata ya belum bisa terus kacamata gitu semua barang kita itu import-import dari luar gitu dari China lebih tepatnya, jadi kalau untuk bilang ambil sama orang itu kita masih ambil karena di Indonesia ini belum ada pabrik kacamata ya belum bisa radius kacamata gitu semua barang kita itu import-import dari luar tapi bukan ambil sama kayak beli dari orang terus langsung jual di sini itu nggak sih kita benar-benar customize semua dari sana gitu.

Peneliti : Soalnya kan aku lihat Kacamatomoo kan ada apa ini namanya di kacamatanya kan ada kayak tulisan Kacamatomoo sama kodenya gitu kan, Nah itu aku kirain tuh emang bikin sendiri gitu maksud aku bikin dari pabriknya Kacamatomoo sendiri gitu?

Owner : Bikin sendiri betul bikin sendiri tapi pabriknya di luar sana gitu tapi orang gitu Jadi bukan dari pabriknya Kacamatomoo ya doain ya tiba-tiba entar Kacamatomoo punya pabrik gitu

Peneliti : Bagaimana Ci Cindy mengukur tingkat kepuasan pelanggan dan mengatasi masalah yang mungkin timbul melalui komunikasi secara digital public relations ini?

Owner : Kalau ngukur kepuasan itu biasanya kita dari ngelihat data sih karena kan setiap bulannya ada evaluasinya gitu kan datanya misalnya Oh followers-nya meningkat sih Oh engagement-nya naik juga nih gitu Oh orang-orang yang ngelihat Kacamatomoo yang visit ke page kita makin banyak nih gitu itu kan berarti mereka puas gitu kan, terus juga salesnya ini juga meningkat nih kayak gitu berarti kan tandanya mereka puas gitu Tapi kalau ada beberapa bulan misalnya dapat kendala Oh salesnya enggak meningkat ya Oh engagement-nya kayaknya agak menurun ya

Ada berkurang ya Oh berarti ada apa nih kira-kira ya Nah itu kita cari tahu lagi kenapa bisa kayak gitu

Peneliti : Gitu itu produksi kacamatanya itu tiap bulan ada yang baru atau tiap minggu juga ada yang baru?

Owner : Kita sebenarnya pengennya setiap Minggu ada yang baru cuman kalau untuk sekarang ini kita lebih fokus maksimalin setiap kita mau launching bareng kita maksimalin dulu gitu sih. Jadi mungkin setiap bulan ya aku bisa janjinya setiap bulan ada yang baru.

Peneliti : Terus buat yang produksi kacamata yang model lama itu tetap dilanjutkan atau apa fokus ke yang baru aja?

Owner : Aku enggak pernah menjanjikan customer aku kalau misalnya produk lama itu akan restock gitu ya aku selalu fokusnya ke model-model yang baru gitu, Jadi aku lebih banyak yang baru sih kecuali kalau produk yang lama ini diamondnya itu gede banget kayak semua customer Ayo dong Kak Ayo dong kok di restock lagi kayak gitu itu mungkin akan aku masukin lagi gitu cuman aku lebih fokusnya ke yang baru-baru

Peneliti : Apa yang akan Ci Cindy lakukan jika pelanggan mengalami masalah atau tidak puas dalam penggunaan produk atau layanan melalui digital public relations?

Owner : Jadi gini kalau misalnya ada satu customer yang kurang puas sama produk yang kita kirim gitu misalnya itu kita mengadakan yang namanya return polse jadi dalam waktu mereka datang boxnya itu mereka harus report dulu video unboxing-nya gitu dan ternyata kalau misalnya mereka buka terus mereka lihat kacamatanya ada yang salah gitu mereka boleh retur ke kita dan kita jamin kita akan kirimin yang baru even berkali-kali pun enggak apa-apa yang penting mereka puas gitu sampai benar-benar mereka terima apa yang mereka order gitu puas antara dengan frame-nya kita ganti atau lensanya kita benerin gitu misalnya kalau misalnya ada yang salah gitu

Lampiran 3 Transkrip Wawancara Informan Pendukung

- Peneliti : Apakah anda sering membeli kacamata di Kacamatomoo?
- Informan 1 : Tidak juga saya ganti kacamata kira-kira 6 bulan sekali dia itu nggak pernah beli Kacamatomoo
- Informan 2 : Terbilang sering gak ya, dua kali Aku beli dua kali di Kacamatomoo
- Informan 3 : Ya saya adalah salah satu customer dari Kacamatomoo
- Informan 4 : Tidak sering. Tapi pernah beberapa kali beli di sana
- Peneliti : Bagaimana anda mengenal Kacamatomoo? Jelaskan secara general!
- Informan 1 : saya mengenal Kacamatomoo karena promosi iklan di Instagram dan rekomendasi dari teman saya
- Informan 2 : Aku tahu Kacamatomoo itu dari rekomendasi teman jadi kayak aku tahu dari rekomendasi temen terus aku ngecek-ngecek dan cocok
- Informan 3 : Karena saya waktu itu lagi lihat di salah satu media sosial dan saya akhirnya penasaran dengan produk-produk dari Kacamatomoo dan akhirnya pertama saya ke Kacamatomoo dari sosial media itu
- Informan 4 : Saya mendapat rekomendasi dari teman
- Peneliti : Bagaimana pendapat anda mengenai pelayanan dan juga produknya?
- Informan 1 : Pelayanannya sangat baik karena ownernya sangat fast respon dan sangat membantu dalam merekomendasikan model-modelnya dan juga produknya kualitasnya bagus bahannya kacanya benar-benar optic
- Informan 2 : Kalau masalah pelayanan sebenarnya masalah pengiriman itu lumayan cepat sih dalam artian kayak aku juga kan kayak pesen lensa yang photochromic juga dan itu cepet lah untuk pengiriman nih dan produknya itu sesuai sama yang tak lihat di katalog hasil nyata yang bakal tak pakai itu sama

- Informan 3 Dari pengalaman saya kan ini membeli kan dengan online ya Jadi untuk untuk pelayanannya mungkin dari segi pengiriman maupun dari segi admin chatnya itu mungkin termasuk dari pelayanan jadi untuk pelayanannya sih bagi saya cukup baik Cukup baik dari pihak KacamataMoo merespon customernya itu cukup baik lalu untuk produknya kalau untuk produk sendiri itu mungkin sesuai dengan ekspektasi saya gitu loh jadi menurut saya itu dari segi pilihan itu customer itu disajikan dengan banyak pilihan gitu jadi dan harganya pun murah bukan murah ya maksudnya masih terjangkaulah gitu loh jadi untuk produknya bagi saya sih ratingnya bagus ya.
- Informan 4 Pelayanannya baik. Staffnya dengan ramah menjelaskan produknya jika saya tidak memahaminya. Untuk produknya, bahan dan juga kualitasnya bagus. Banyak macam atau modelnya. Mulai dari kacamata gaya vintage hingga yang trending
- Peneliti Apakah anda selalu puas saat belanja dan menggunakan produknya?
- Informan 1 Iya saya sangat puas karena belanjanya selalu cepat sampai dan modelnya bagus-bagus Selain itu kualitasnya juga bagus seperti kualitas kacamata optic
- Informan 2 Puas sih kalau belanja di KacamataMoo ya soalnya selain model-model dari produknya itu sama kayak katalog itu Kacamatanya itu nyaman untuk dipakai ya.
- Informan 3 Kalau Puas ya Puas dari segi dari segi penggunaan terus kenyamanan di pemakaian itu bagi saya cukup puas
- Informan 4 Ya! Tidak salah teman saya merekomendasikan toko tersebut. Saat pertama kali membelinya saya sangat puas, sesuai dengan ekspektasi saya. Maka dari itu jika saya membutuhkan kacamata lain, saya langsung teringat toko tersebut dan membeli di sana. Mungkin saya akan menjadi pelanggan tetap di sana
- Peneliti Apa yang menyebabkan anda puas/tidak puas dalam berbelanja di KacamataMoo?

- Informan 1 saya puas karena customer servicenya sangat baik kualitas produknya bagus dan pelayanan cepat apa Cepat sampai pelayanan itunya packagingnya dan lain-lain tidak puasnya tidak ada
- Informan 2 Emang kacamatanya nyaman kan untuk dipakai, Kacamata moo modelnya itu benar-benar kayak nyaman pakai banget dan banyak banget dan bisa milih gitu.
- Informan 3 Ya itu tadi kembali lagi ke mungkin ke segi layanan itu bisa jadi menjadi puas kepuasan saya untuk belanja ke Kacamata moo karena saya sangat puas dengan pelayanan sih mungkin yang pertama karena untuk pemesanan kan biasanya kan orang-orang kan juga memilih apa lensa sesuai dengan ukuran minusnya mungkin ya itu untuk responsifnya itu cepat sekali gitu loh di adminnya Kacamata moo
- Informan 4 Karena staffnya yang ramah dan banyak model kacamatanya
- Peneliti Apa alasan anda berbelanja kacamata di Kacamata moo? Mengapa tidak membeli di lain?
- Informan 1 Alasan saya membeli di Kacamata moo karena Kacamata moo modelnya bagus-bagus Dan lengkap Selain itu harganya murah untuk kantong pelajar daripada toko lain
- Informan 2 Alasan belanja di Kacamata moo itu karena Kacamata moo itu Modelnya banyak dan kenapa aku enggak membeli di yang lain karena ada waktu temanku ngerekomendasiin iku itu udah cocok kayak produk-produk kayak gimana Jadi aku memang benar-benar enggak pernah lihat yang lain dan emang langsung
- Informan 3 Nah itu salah satu yang saya mau bicarakan Kacamata moo itu saya lihat itu penilaian di sosial media kan pasti ada penilaian dari customer gitu ya jadi untuk Kacamata moo tersendiri itu memiliki rating yang sangat tinggi gitu loh jadi saya juga akhirnya percaya dengan kacamata Kacamata moo Akhirnya saya order di Kacamata moo ternyata emang bener tadi jadi sesuai dengan rating yang ada di aplikasi itu

- Informan 4 Karena kualitas produknya yang bagus dan modelnya yang trendi. Terkadang ada model kacamata yang saya inginkan tetapi di toko lain tidak ada, tetapi Kacamatomoo ada
- Peneliti Menurut anda, apakah Kacamatomoo berbeda dengan lainnya? Jelaskan secara general
- Informan 1 Memiliki perbedaan karena modelnya sangat tidak pasaran terus dia punya model yang bentuknya bagus-bagus Selain itu perbedaannya karena dia video tiktoknya sangat menarik kayak aku tahu lihat promosi tiktoknya Kacamatomoo gitu loh kayak ownernya bener-bener jelasin gitu Pokoknya konten-kontennya sangat berbeda dengan toko lain
- Informan 2 Kalau masalah berbeda atau tidaknya aku enggak tahu ya soalnya aku cuman tahunya kacamata kamu karena selalu beli dekat sama kamu aja dan enggak pernah lihat rekomendasi dari Store yang lain.
- Informan 3 Menjadi perbedaan dari dari yang lain gitu ya dari yang lain itu yang pertama pastinya produk gitu Kacamatomoo itu sering mengeluarkan produk-produk maupun bisnis yang terbaru kacamata mungkin frame-nya yang terbaru itu cepat update-nya itu cepat dari Kacamatomoo jadi customer itu tidak bosan lah untuk berbelanja di Kacamatomoo gitu
- Informan 4 Ya, tentu. Mereka berbeda karena karena kualitas produknya bagus dan trending
- Peneliti Apakah dengan menggunakan sosial media menjadikan komunikasi anda dengan penjual menjadi stabil?
- Informan 1 Iya karena kalau tidak ada sosial media saya tidak akan tahu Kacamatomoo selain itu dengan ada sosial media saya cari tahu update-an produk terbarunya Kacamatomoo dan lain-lain jadi stabil
- Informan 2 Kalau menurut aku sosial media itu komunikasi yang baik si contohnya misal kayak mungkin aku enggak tahu masalah Lensa itu photochromic itu awalnya buat apa-apa itu waktu itu aku enggak salah sempet tanya atau lihat dari deskripsi lah ya itu kayak udah penjelasannya kayak informatif lah dari situ

- Informan 3 Kalau saya pribadi mungkin tidak karena dengan karena dengan komunikasi menggunakan sosial media itu namanya kita sebagai customer kan pasti ingin ya di respon dengan cepat karena kan kita juga memiliki kepastian gitu loh sama penjual kan kita juga mau nih kepastian untuk saya mau beli produknya saya pesan dengan kriteria sekian sekian ini kan kita juga harus tahu kan harus memastikan dari pihak salah itu ada apa tidak begitu saya ada alasan saya tidak itu karena namanya media sosial itu pasti kita enggak bakal lihat terus gitu loh tidak bakal mantul terus Apakah ini sudah ada order mungkin gitu sih jadi lebih baik saya kalau saya pribadi lebih baik Facebook dengan penjual gitu loh maksudnya itu offline Store jadikan kita langsung bisa melihat meneliti terus kita juga bisa langsung melihat produknya yang ada kita juga bisa menyesuaikan kebutuhan kita gitu
- Informan 4 Itu benar. Meskipun dari sosial media mereka membalas chat dengan ramah dan fast respon juga
- Peneliti Apa yang membuat anda menjadi pelanggan setia Kacamatomoo?
- Informan 1 yang menjadikan saya pelanggan setiap Kacamatomoo seperti yang tadi sudah saya jelaskan Karena harganya sangat cocok untuk mahasiswa Selain itu kualitasnya juga sangat baik secara kualitas optik dan modelnya sangat bagus-bagus apa sangat trendy tidak jadul gitu loh kayak update sesuai zaman
- Informan 2 Yang membuat aku menjadi pelanggan setia itu ya karena di Kacamatomoo itu produk-produknya dari lensa itu kayak aku suka banget contohnya Photochromic kan buat apa buat mengerjakan tugas kamera atau radiasinya biar enggak kena aku seradiasi atau apa ya itu nggak kena mata Terus kalau lagi di luar juga kacamata aku tuh jadi item jadi bisa melindungi mata dan sangat-sangat nyaman sekali untuk digunakan di indoor atau outdoor
- Informan 3 Kalau saya menjadi pelanggan setia sih mungkin kembali lagi ke awal tadi karena di Kacamatomoo itu setiap saya nggak tahu dari pihak Kacamatomoo tersendiri itu mengeluarkan produk terbarunya itu berapa bulan sekali mau atau berapa tahun sekali

gitu. Tapi menurut saya itu cepat sekali gitu loh saya awal pernah beli itu frame yang yang bulat itu ternyata dengan jangka waktu 3 bulan mungkin saya pilih-pilih itu lebih banyak pilihannya gitu loh jadi saya enggak Enggak bosan kalau berbelanja di Kacamatomoo itu jadi enggak bosan dengan adanya Kacamatomoo yang selalu update Akhirnya saya terus menjadi pelanggan sediaannya gitu waktu berbelanja Jika ada masalah gitu ya

- Informan 4 Dengan modelnya yang vintage dan juga trendi, kualitas tidak kaleng² meskipun dapat dengan harga yang murah. Banyak diskon juga di sana.
- Peneliti Bagaimana anda mengatasi masalah anda jika setelah berbelanja dan produk yang anda dapatkan tidak sesuai dengan ekspektasi
- Informan 1 Jika saya punya masalah tentang produk tidak sesuai saya akan segera menghubungi customer service-nya dan kebetulan customer service Kacamatomoo sangat baik layanannya sehingga saya puas gitu Ini aku enggak tahu ya.
- Informan 2 Mengatasi masalah jika setelah berbelanja dan produk yang didapatkan tidak sesuai dengan ekspektasi mungkin hal yang pertama bakal aku lakuin kalau masalah kacamata pasti chat dulu adminnya itu emang dari akunya yang salah atau dari mereka yang emang mengirimkan produk yang salah kalau misalnya dari aku yang salah mungkin waktu check out kan kadang itu asal kayaknya soal check out terus keliru menambah item kan bisa aja terus kalau gitu ya ya udah gitu kan kalau misalnya emang kesalahannya dari mereka mungkin bakal mengajukan pengembalian gitu Karena kan apapun lensa foto promik itu kan juga ya nggak yang murah 20 Rp50.000 kan jadi ya mereka juga harus bertanggung jawab kalau misalnya ada kesalahan dari mereka
- Informan 3 Kalau permasalahan dalam perbelanjaan apalagi ini temanya digital ya jadi kan kita enggak ketemu langsung ya sama orangnya menurut saya langsung ke penjualan ke admin aja kalau admin tidak merespon maupun tidak bertanggung jawab kita langsung ke pihak shopee sebagai PJ media sosialnya

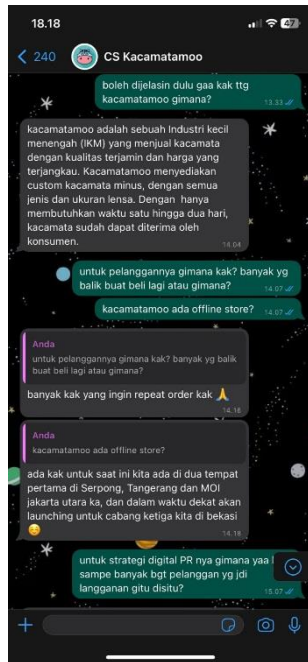
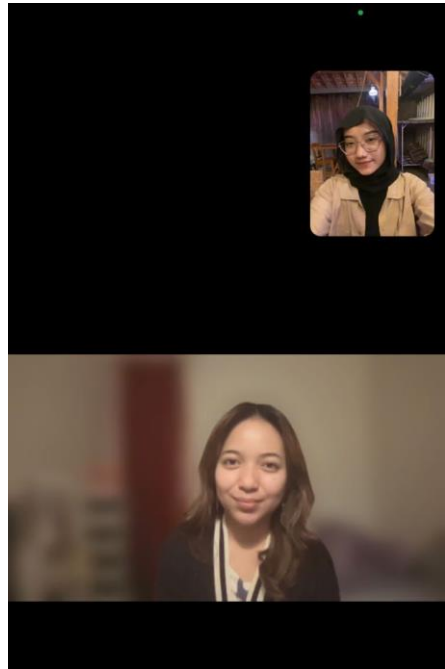
penyalur penjualan itu sebagai naungannya gitu kan itu sih menurut saya lalu jika ada masalah mengenai produknya kalau mengenai produk kan itu kita bisa banyak kan ada yang mungkin pecah maupun tidak normal dari apa tidak sesuai pesanan itu kita langsung pencet admin aja karena kan terkadang di tokonya kan biasanya dicantumkan kayak nomor teleponnya gitu kan kita langsung menghubungi dari pihak penjualnya barangkali kita bisa ditarik lagi batangnya terus di apa ditukar dengan sesuai apa yang butuhkan itu

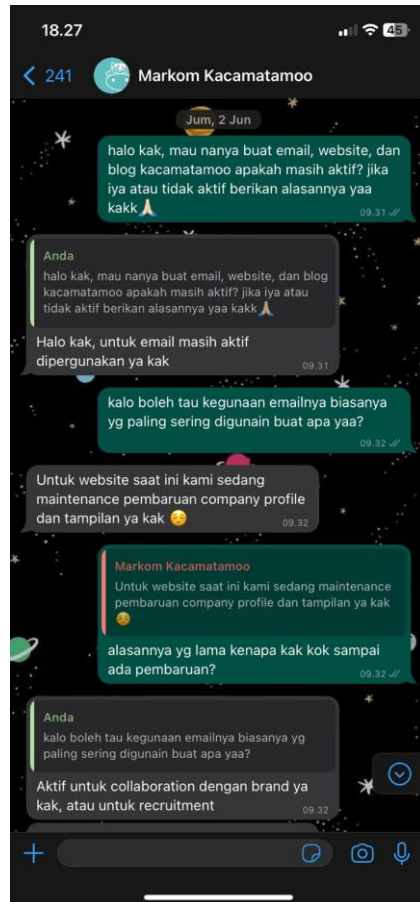
Informan 4

Jika barang yang datang tidak sesuai dengan pesanan maka saya minta tanggung jawab si penjual

Lampiran 4 Dokumentasi Wawancara









Lampiran 5 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 : fisip@untag-sby.ac.id

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Cindy Meilania
NBI : 1151900140
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Dosen Pembimbing I : Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom.,M.Med.Kom
Dosen Pembimbing II : Dra. Ni Made Ida Pratiwi, MM
Judul Skripsi : Strategi Digital PR (Public Relation) Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Di @KacamataMoo

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
1.	1/3	Revisi Bab 1-2		
2.	8/3	Revisi Bab II LBM		
3.	29/3	Mencambahkan sumber Sesuaikan outline skripsi Team excellent PR. Penjelasan keabahan		
4	30/3	Bab I Format Bab II Format + Konsep diperkaya		
5	9/4	Bab 1-3 ACC dengan beberapa catatan Lanjut Guide Interview.		
6	28/4	Bab I & II Acc		
7.	28/4	Paraf Guide Interview		
8.	10/5	ACC Guide Interview Tunai Lapangan		



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 : fsip@untag-sby.ac.id

No.	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
9.	31/5 23	Kerangka pemikiran diberi narasi. Hasil dan pembahasan direvisi		
10.	7/6 23	Revisi bentuk digital PR lebih diperdalam dan spesifik. Revisi kesimpulan		
11.	14/6 23	ACC Bab 4-5		
12	14/6 23	Bab IV & V Acc		

Catatan:

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

Bimbingan dinyatakan telah selesai

Tanggal : 11 Juni 2023

Dosen Pembimbing I,

(M. Wisnu-R.)

Dosen Pembimbing II,

(.....)

Lampiran 6 Lembar Revisi

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

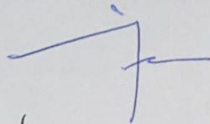
LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Cindy Meilania
NIM : 1151900140
Hari/ Tanggal Ujian : Selasa, 20 Juni 2023

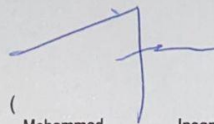
Catatan Perbaikan:

Tanpa revisi!

Surabaya, *20 Juni 2023*
Persetujuan Dosen Penguji 1 Telah Revisi/Perbaikan, Revisi dari Dosen Penguji 1,



()
Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom., M.Med.Kom



()
Mohammad Insan Romadhan,
S.I.Kom., M.Med.Kom

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Cindy Meilania
NIM : 1151900140
Hari/ Tanggal Ujian : Selasa, 20 Juni 2023

Catatan Perbaikan:

- PERTAJIM LBM.
- PERBAIKI PENMORON PADA HALAMAN. (CEK)
- REKOMENDASI PERLU DI TAMBAHKAN BAWA LEMBAR.

Surabaya, 20 - 6 - 2023

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

(
Drs. Widiyatmo Ekoputro, MA
)

(
Drs. Widiyatmo Ekoputro, MA
)

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Cindy Meilania

NIM : 1151900140

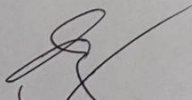
Hari/ Tanggal Ujian : Selasa, 20 Juni 2023

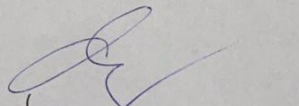
Catatan Perbaikan:

Hal
6 - Tujuan penelitian: kata MENGETAHUI diganti kata
MENEKSPLORASI
- Manfaat teoretis = → pindah ke praktis
Manfaat teoritis: memperkaya kajian komunikasi,
terutama Public Relations dan Digital PR
21 Data selunder - disebut eksplisit 1-2 saja.
22 Kutipan → nama, tahun
42 Analisa X Analisis &
42-68 - kalukkan/kaitkan dg teori secara eksplisit
dg cara menambatkan kutipan/sumber (nama, tahun)
- Anda kuma (X di hld. 67)
Daftar Pustaka - APA style? Mendeley desktop

Surabaya,

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


(Drs. Jupriano, M.Si)


(Drs. Jupriano, M.Si)

Lampiran 7 Lembar Turnitin

Jurnal

ORIGINALITY REPORT

15% SIMILARITY INDEX	15% INTERNET SOURCES	1% PUBLICATIONS	5% STUDENT PAPERS
--------------------------------	--------------------------------	---------------------------	-----------------------------

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Student Paper	4%
2	repository.untag-sby.ac.id Internet Source	2%
3	konsultasiskripsi.com Internet Source	1%
4	www.liputan6.com Internet Source	1%
5	eprints.ums.ac.id Internet Source	1%
6	mheela69.wordpress.com Internet Source	1%
7	www.jpi.ubb.ac.id Internet Source	1%
8	acikbilim.yok.gov.tr Internet Source	<1%
9	jom.fikom.budiluhur.ac.id Internet Source	<1%

10	karyailmiah.unisba.ac.id Internet Source	<1 %
11	www.researchgate.net Internet Source	<1 %
12	www.scribd.com Internet Source	<1 %
13	www.semanticscholar.org Internet Source	<1 %
14	21sandy0792.wordpress.com Internet Source	<1 %
15	lutphy4.blogspot.com Internet Source	<1 %
16	adoc.pub Internet Source	<1 %
17	hidanfirdaus.blogspot.com Internet Source	<1 %
18	id.123dok.com Internet Source	<1 %
19	repository.radenintan.ac.id Internet Source	<1 %
20	semnas-matematika.stkip-pgri-sumbar.ac.id Internet Source	<1 %
21	www.jurnal.stitnualhikmah.ac.id Internet Source	<1 %