

LAMPIRAN PERTANYAAN WAWANCARA

1. Apakah anda bertempat tinggal di Surabaya dan bekerja di Surabaya?
2. Apa pekerjaan anda saat ini?
3. Apakah anda pernah membuat suatu iklan? Jika iya, jelaskan konsep iklan yang sudah anda buat dalam video iklan yang telah anda buat?
4. Bagaimana pemahaman anda mengenai makna kreatif video iklan?
5. Menurut anda, mengapa iklan video memerlukan sentuhan kreatif dari videografer?
6. Apakah unsur kreatif begitu penting dalam menarik perhatian khalayak dalam iklan?
7. Apakah anda setuju dengan kreatifitas yang membuat iklan menarik?
8. Bagaimana anda memaknai sebuah kreatifitas dari berbagai aspek sebagai seorang videografer?
9. Apakah anda mengetahui iklan blibli x nct?
10. Apakah anda sudah menonton iklan blibli x nct?
11. Dari mana anda tau tentang iklan blibli x nct tersebut
12. Bagaimana pendapat anda setelah menonton iklan blibli x nct?
13. Bagaimana anda menanggapi unsur kreativitas dalam video iklan Blibli x nct tersebut?
14. Menurut anda bagaimana kekreativitasan pembuatan iklan yang menggunakan brand ambassador grup kpop NCT dalam menarik minat penonton iklan?
15. Menurut anda, apakah peran kekreatifitasan lebih berpengaruh daripada brand ambassador iklan (NCT) itu sendiri?
16. Bagaimana menurut anda mengenai ide video iklan yg menggunakan BA dari korea Selatan yang baru² ini sering digunakan oleh brand² besar di indonesia?
17. Menurut anda, bagaimana dampak penggunaan brand ambassador kpop terhadap video iklan di indonesia?
18. Apakah peran brand ambassador (NCT) begitu penting dalam menggait atau menarik minat khalayak dalam iklan?
19. Apakah anda mempunyai contoh iklan kreatif di indonesia? Jika ada, iklan apa dan kenapa anda mengatakan iklan tersebut kreatif?

LAMPIRAN TRANSKRIP WAWANCARA

NAMA INFORMAN 1 : Esa Bagti Firmansyah

TANGGAL WAWANCARA : Kamis, 4 Mei 2023

1. Apakah anda bertempat tinggal di Surabaya dan bekerja di Surabaya? Iya, saya tinggal di surabaya dan bekerja di Surabaya
2. Apa pekerjaan anda saat ini? dan sudah berapa lama anda menekuni pekerjaan dibidang ini?
Saya sedang bekerja di salah satu agensi yang bergerak di bidang youtube, kurang lebih saya bekerja sudah 3-4 tahun
3. Apakah anda pernah membuat suatu iklan? Jika iya, jelaskan konsep iklan yang sudah anda buat dalam video iklan yang telah anda buat?
Saya pernah membuat iklan produk kecantikan dari bahan kolagen, konsepnya sederhana, beauty shoot dan menampilkan produk yang di iklankan. Ada 2 video yang pertama jump cut dan yang kedua menceritakan seorang wanita dengan wajah kusam di malam hari dan dia meminum kolagen pada malam itu kemudian pagi ketika bangun wanita tersebut berwajah cerah
4. Bagaimana pemahaman anda mengenai makna kreatif video iklan?
Menurut saya, kreatif video atau video iklan adalah bagaimana tentang seorang videographer dan tim sukses untuk membuat visual yang menarik konsumen. Kalau Cuma membuat video dengan visual yang baik menurut saya itu belum sukses.
5. Menurut anda, mengapa iklan video memerlukan sentuhan kreatif dari videografer?
Okey yang pertama karena itu iklan video ya, otomatis kan audio visual ya, itu kan yang si paling expert dibidang itu videografer dan tim yang mencakup semuanya, nah dalam ini kan videografer itu udah banyak pengalaman dan tau lah kayak iklan ini tuh marketnya dibawa kesini-kesini. Nah si videogafer dan tim ini udah tau lah di indonesia itu iklan nya seperti apa, terus untuk angle

shootnya lebih dramatis lagi lah dan lebih dapet feel kreatifnya. jadi videografer ini kan ya memang bidang mereka lah dalam pembuatan audio visual. nggak cuma visualnya aja yang bagus ya, tapi audionya juga. Jadi pemilihan musik, terus apa yang akan di omongin sama NCT nya itu kan juga dari tim videografernya. Jadi mulai dari produksi, produksi itu kan mikir storyboard habis itu nanti sound desigannya gimana terus tempat studionya dimana, tata letak ruangnya itu kan emang tim kreatif videografernya yang bikin dan itu kan gak gampang ya, itu kan harus belajar dan emang harus orang yang expert dibidangnya yang nge-set-up itu.

6. Apakah unsur kreatif begitu penting dalam menarik perhatian khalayak dalam iklan? Iya dong mas, kalau ga kreatif tidak akan ada yang menonton dan marketingnya akan gagal. Misal anda membuat iklan pakai BA bts tapi Cuma diem apakah menarik? Tentu tidak
7. Apakah anda setuju dengan kreatifitas yang membuat iklan menarik? Dan mengapa anda setuju/ tidak setuju dengan hal tersebut? Sangat setuju
8. Bagaimana anda memaknai sebuah kreatifitas dari berbagai aspek sebagai seorang videografer? Kreatifitas itu terbentuk dari refrensi, bacaan dan apa yang dilihat. Jadi setiap orang akan punya kreatifitas yang berbeda.
9. Apakah anda mengetahui iklan blibli x nct? Iya saya mengetahui iklan tersebut.
10. Apakah anda sudah menonton iklan blibli x nct? Sudah mas
11. Dari mana anda tau tentang iklan blibli x nct tersebut? Dari iklan di youtube
12. Bagaimana pendapat anda setelah menonton iklan blibli x nct? Iklannya cukup menarik dan bagus. Dari segi marketing cukup oke Karena pihak blibli menghire nct sebagai inframe dan juga brand ambassador mereka, selain itu di dalam iklan juga personil nct berbicara dengan bahasa indonesia yang menurut saya itu akan mampu menarik konsumen. Yang mana kita tahu di indonesia

sangat banyak fansnya. Dari segi visual sangat menarik, banyak shoot unik dan warna yang khas mv korea.

13. Scene bagian mana menurut anda setelah menonton iklan BliBli x NCT yang menunjukkan unsur kreatif dalam menarik minat penonton? Jika ada, silahkan dideskripsikan.

Kalo menurutku mulai dari 0.00 sampe 1.01 itu kreatif, tapi yang paling menonjol menurutku itu ya di detik 40 sampe 49. Jadi 9 detik itu sangat kreatif menurutku ya. Mulai dari awal masuk yang saya jelaskan tadi, ada 3D tracking barang-barang. Abis itu kan si personil NCT nya bilang.. cuma bilang BliBli sih, cuma ada subtitle nya itu dia bilang “apakah barang disini ori?” Terus transisi ke temenya kan, terus temennya bilang “iya ,di BliBli itu gaada barang kw pasti ori” nah itu kan kayak yang mengandung kreatif pas awal masuk itu menurutku itu kayak ngasi tau kalo di BliBli itu barangnya banyak. Jadi ngga usah takut kamu mau beli barang ini tapi ngga ada barangnya, soalnya disitu tuh udah lengkaplah barangnya. Terus, pas udah masuk, baru dijelasin, di BliBli tuh barang disini ngga ada yang kw. jadi itu tuh kayak perpaduan yang cukup mantap, cukup lengkap gituloh mas. Jadi paket komplit lah, nggak perlu bertele-tele jadi cuma butuh waktu 9 detik itu udah ngasi tau kalo di BliBli tuh barangnya lengkap dan pasti ori.

14. Menurut anda bagaimana kekreativitasan pembuatan iklan yang menggunakan brand ambassador grup kpop NCT dalam menarik minat penonton iklan? Soalnya tuh kalo menurut orang awan kan mereka nggak tau cara membuatnya, terus kayak warna-warna yang disitu tuh color palletenya bagus, transisi terus 3D gradingnya, motion graphic, terus terutama NCT nya, disatukan kayak gitu itu kalo untuk orang awam itu bakalan bagus apalagi untuk fans-fansnya NCT jelasnya meskipun videonya jelek, kalo ada NCT nya jelasnya mereka bakal bilang bagus. Soalnya apa yang nggak bisa di create oleh mata itu bakal menarik.

15. Menurut anda, apakah peran kekreatifitasan lebih berpengaruh daripada brand ambassador iklan (NCT) itu sendiri? Menurut saya tidak sih mas, karena nct di dalam video adalah subject marketing. Jika tanpa sentuhan videographer dan team tidak akan bisa membuat video iklan yang menarik dan bagus seperti itu.

16. Bagaimana menurut anda mengenai ide video iklan yg menggunakan BA dari korea Selatan yang baru² ini sering digunakan oleh brand² besar di indonesia? Menurut saya untuk beberapa tahun ini akan sukses sih mas, karena emang korea selatan masih jadi kiblat anak-anak muda seperti kita.

17. Menurut anda, bagaimana dampak penggunaan brand ambassador kpop terhadap video iklan di indonesia? Dalam segi marketing bagus mas, karena memang di indo belum ada artis yang belum sebesar dan komunitasnya kuat seperti kpopers.

18. Apakah peran brand ambassador (NCT) begitu penting dalam menggait atau menarik minat khalayak dalam iklan? Sangat penting

19. Apakah anda mempunyai contoh iklan kreatif di indonesia? Jika ada, iklan apa dan kenapa anda mengatakan iklan tersebut kreatif? Kalau menurutku yang paling kreatif adalah iklan Marjan tahun ini, kenapa, soalnya niat CGI-nya bagus dan soft selling juga. Iklan marjan tersebut ada setiap tahunnya yang buat kita kaget dengan iklan tersebut dan tak sadar bahwa iklan Marjan, padahal itu hanya iklan. itusih menurut saya iklan yang kreatif menurut saya.

NAMA INFORMAN 2 : Andhika Faturahman

TANGGAL WAWANCARA : Selasa, 09 Mei 2023

1. Apakah anda bertempat tinggal di Surabaya dan bekerja di Surabaya?
iya, saya bertempat tinggal di Manukan Surabaya.

2. Apa pekerjaan anda saat ini? dan sudah berapa lama anda menekuni pekerjaan dibidang ini?

Kalau pekerjaan saya saat ini PH (Production House) di bidang wedding, tapi ndak selalu yang saya kerjakan itu soal wedding, bisa company profile, atau iklan, TVC, highlight event gitulah pokoknya berbasis foto dan video. Kalau berapa lama, start saya sudah sejak sekolah smk dulu ya, tapi kalau niat fokus kesini itu dari tahun 2019 tapi kalau dari sekolah di 2016 itu masih ikut-ikutan orang sampe 2018 akhir terus 2019 buat sendiri.

3. Apakah anda pernah membuat suatu iklan? Jika iya, jelaskan konsep iklan yang sudah anda buat dalam video iklan yang telah anda buat?

Tak jelaskan secara singkat, dulu pernah dapat klien kalau tahu di Jagir itu ada apartemen namanya Klaska Residence. Dulu pernah buat iklan promo, sama iklan penjualan kayak iklan ya kayak iklan jual untuk apartemen hitungannya promo terus apa aja promonya jadi di situ tak buat konsep gimana sih caranya buat orang-orang itu tertarik soal hunian. Apalagi apartemen yg jarang orang sadar kalau hunian sekarang orang bisa beli perumahan kalau ini di apartemen, Nah gimana sih kalau mau menarik menarik orang itu tadi tak buat konsep yang lagi rame sekarang contoh, bukan contoh si iklan saya kemarin itu mengarah ke komedi jadi komedi yang di balut dengan promo di balut dengan marketing sehingga orang-orang yang lihat, mau melihat iklan itu tertarik dan nyaman dan kalau lihat iklan di ig atau di YouTube itu tidak langsung di swipe, jadi ngga langsung di geser pertama ada kesan komedinya orang-orang pasti mau lihat sampai akhir dan akhirnya pesan dari iklan tersebut nyampe ke mereka.

4. Untuk pengambilan videonya itu pake teknik apa dalam pembuatan video iklan yang sudah di buat?

Kalau secara teknik kita pake ya dari pra produksi ke pasca, dari pra-nya dulu kita siapkan konsep dulu. Konsep yang kita rancang dulu ada plan A dan B, terus kita sesuaikan dengan maunya klien itu gimana atau mas aku maunya iklan kayak gimana, oh kayak gini yang berbasis komedi. Komedi-komedi kayak orang Thailand gitu gitu, kita bat konsepnya setelah kita buat kita kasih ke klien kalau klien setuju kita buat kita buat yang namanya breakdownnya jadi breakdown itu missal jadi mulai dari scene yang ini terus kita buat takenya apa aja terus propertinya apa aja kalau sudah tertata breakdown master sudah keluar storyboard sudah keluar baru kita bisa ke produksi setelah produksi selesai kita cek cek apa yang kurang di produksi terkadang apa yang ada di storyboard itu ndak selalu sama kayak yang di produksi jadi pasti modif dikit-dikit setelah dapat semua dapat footages-nya baru kita masuk di tahap edit

5. Bagaimana pemahaman anda mengenai makna kreatif video iklan?

Kalau kreatif iklan itu, kalau saya sendiri ngukurnya itu dari konten writernya. jadi mislakan dari kita sendiri, dan dari referensi juga, dari yang lain juga. ya kalau ide itu murni dari kita tapi, tanpa ditambah referensi dari luar rasanya itu kurang soalnya kita itu kalau buat iklan itu gimana caranya menarik orang luar. Rata-rata orang luar itu sukanya gimana dulu baru kita olah gimana iklan ini cocok buat orang-orang yang ada di Indonesia itu tadi.

6. Menurut anda, mengapa iklan video memerlukan sentuhan kreatif dari videografer?

Kalau kalau soal itu, misalnya ini kalau buat saya kenapa kok harus? ya karena seorang konten writer ndak ndak selalu tau apa itu DOP dalam arti itu Director Of Photography yang mengatur angle gimana cara orang itu didalam layar tv lah ya atau layar monitor enak buat liat gambar itu tadi. Nah dari situ content writer, sutradara, bisa konsultasi sama di videographer itu tadi sama DOP tadi. Yang utama kalau tentang di iklan itu ya yang utama yang mengarahkan gambar itu DOP, jadi videographer ini yang membackup apa yang mengoprasikan kamera itu tadi tapi kalau dalam sisi sempit seperti iklan ya videographer itu tadi sama juga DOP juga jadi ngga kalau film itu kan di pecah semua jadi ada plotnya sendiri-sendiri tapi kalau dalam iklan ya jadi satu itu tadi.

7. Apakah unsur kreatif begitu penting dalam menarik perhatian khalayak dalam iklan?

Sangat penting tanpa adanya kreatifitas dari kita iklan itu kita lihat hasilnya bisa biasa aja terus tamnil pertama itu orang lihat sudah ndak paham apa maksudnya dari kreatif itu tadi kita bisa olah supaya orang itu suka terus mau untuk lihat dari segi tamnil saja jadi kebagusan gambanya itu tadi orang mau bias lihat juga sangat penting kalau menurut saya.

8. Apakah anda setuju dengan kreatifitas yang membuat iklan menarik? dan mengapa anda setuju/ tidak setuju dengan hal tersebut?

Kalau saya sangat setuju ya, karna dari kreatif itu tadi yang kita jual buat kliean-klein yang di luar. Soalnya kalau kita lelang ke suatu perusahaan misal ke pertamina atau petrokimia itu ada beberapa vendor yang menawarkan portofolio mereka, nah yang di pilih itu adalah video atau portofolio yang paling kreatif bagi mereka bagi mereka yang orang awam yang tidak tau sama sekali tentang iklan atau video seperti itu.

9. Bagaimana anda memaknai sebuah kreatifitas dari berbagai aspek sebagai seorang videografer?

Dari kita sendiri, kita tiap kali ada event atau tiap harinya kita harus banyak bertemu dengan temen-temen yang lain dalam arti relasi yang lain. kaya missal saya dari vendor A saya itu sering sering lah main-main ke vendor B, C, atau D. buat apa buat nyari ilmunya mereka, soal e kita sering itu pasti dapat ilmu baru dan pandangan baru lah dari situ munculah kreatif yang baru jadi ndak melulu saklek kita harus belajar sendiri di youtube, terus di internet. kalau semua orang sekarang kan bilang belajar semua di you tube tu bisa, tapi bagi saya itu ndak selalu seperti itu karna belajar disaat ngbrol sama orang baru bertemu dengan temen-temen yang lebih senior itu merupakan ilmu yang bagus juga.

10. Apakah anda mengetahui iklan blibli x nct?

Pernah pernah lihat juga pernah lihat di you tube juga

11. Apakah anda sudah menonton iklan blibli x nct?

Sudah sudah beberapa kali saya lihat sering muncul juga.

12. Dari mana anda tau tentang iklan blibli x nct tersebut?

Kalau iklan Blibli x NCT tau dari saya pas saya nonton you tube, tiba-tiba ya mungkin saya belum premium ya you tubenya tiba-tiba munculah iklan itu ya tak biarin aja iklan itu ya soal e tidak bisa di skip. terus tak liat-liat kok menarik yaua tak biarkan saja

13. Bagaimana pendapat anda setelah menonton iklan blibli x nct?

Itu termasuk iklan yang sangat apa ya, proper kalau menurut saya soal e dari dari talent, property, konsep itu merkea kemas sangat bagus banget jadi ngga melulu jadi selesai tayang gitu tok. jadi mungkin persiapannya sangat jeli banget dan kalau perkara menurutku itu gimana, ya bagus juga sih kalau kita jadi tau kalau sih blibli ini itu niat untuk mmbuat iklan sampek menghayer NCT ini sebagai talentnya.

14. Scene bagian mana menurut anda setelah menonton iklan BliBli x NCT yang menunjukkan unsur kreatif dalam menarik minat penonton? Jika ada, silahkan dideskripsikan?

Kalau kreatif itu hamper semuanya ya kayak misalkan pengambilan gambanya color dari video itu tadi kelucuan dari talentnya cara ngomongnya itu juga termasuk kreatif juga dan kalau orang tertarik kalau tertarik bagi orang yg suka korea atau NCT ya pasti akan tertarik dan apalagi blibli ya ecommerce yang jual beli seperti tokok oren dan toko hijau dan lain lain jadi kalau buat kalangan orang-orang yang suka dengan NCT pasti akan tertarik.

15. Menurut anda bagaimana kekreativitasan pembuatan iklan yang menggunakan brand ambassador grup kpop NCT dalam menarik minat penonton iklan?

Menurut saya kalau penggunaan BA atau talent NCT sebagai Korea apa boyband korea buat di iklan itu ide sangat mahal dan bukan ide juga ya konsep yang sangat mahal. karnakan kita harus bayar talent yang harganya kita nggak tau, yang pastinya sangat mahal sekali dan kalau dilihat dari banyak peminat pasti banyak soalnya dari NCT sendiri kan fans juga banyak sekali dan dari situ si blibli ini bisalah ambil pasarnya dari NCT.

16. Menurut anda, apakah peran kekreatifitasan lebih berpengaruh daripada brand ambassador iklan (NCT) itu sendiri?

Kalau bagi saya tetep ya itu fifiti fifiti jadi kreatif itu 50 BA itu mengangkat juga 50 contoh ini missal kalau kita ambil BA NCT aja tapi kita kemas

iklannya itu biasa aja jadi orang nggak akan tetep nggak akan liat jadi tetep missal ini ya kita buka toko baju tapi kita ngundangnya food vloger banya vood vloger otomatis orang bilang lo kok gitu kan ngga sesuai jadi contohnya seperti itu jadi tetep 50-50 jadi kayak kreatifya harus maksimal di BAnya juga kita briefingnya juga harus maksimal jadi ngga bisa menguntungkan salah satunya jadi missal full kreatif aslinya bagus cuman ngga semenarik kalau kita pake telent NCT dan kalau missal kita NCTnya seratus persen terus keemasannya jelek orang akan liat NCTnya aja ndak tau maksud dari NCT itu apa tadi keamasannya seperti apa gitu aja.

17. Bagaimana menurut anda mengenai ide video iklan yg menggunakan BA dari korea Selatan yang baru² ini sering digunakan oleh brand² besar di indonesia? Kalau sekarang hanya mungkin seperti itu ya, dimana ditahun ini itu para para boyband sama girlband korea itu banyak sekali dihire sama brand-brand yang ada disini di Indonesia utamanya atau di Asia karena yo mungkin lagi hibnya lagi pasarnya seperti itu ya dan itu menurut mereka itu naiknya sangat cepet jadi maksud akal lah buat dipakai.

18. Menurut anda, bagaimana dampak penggunaan brand ambassador kpop terhadap video iklan di indonesia?

Kalau menurut saya selagi idenya dari kita itu ndak ada masalah soalnya kita hanya kita di indonesiakan kebanyakan orangnya itu kreatif semua ya kalau hanya unsur BA yo kita hanya ngikuti apa yang ada di luar karna ndak selalu yang diIndonesia itu laku di kita sendiri bahkan iklan-iklan semuapun kalau bisa iklan hotel yang ada di Bali semua rata-ratanya orang luar juga orang luar juga karan ndak semua di orang Indonesia ndak memenuhi permintaan kita atau permintaan luar itu juga buat menggait orang luar biar bisa suka dengan Indonesia.

19. Apakah peran brand ambassador (NCT) begitu penting dalam menggait atau menarik minat khalayak dalam iklan?

Tetap fifty fifty tergantung kemasannya semenarik apa

20. Apakah anda mempunyai contoh iklan kreatif di indonesia? Jika ada, iklan apa dan kenapa anda mengatakan iklan tersebut kreatif?

Iklan apa yang menurut saya yang bagus dan banyak pesan ya dan video itu pasti simple tapi syutingnya sangat proper kalau menurut saya iklan marjan di setiap tahunnya apa lagi di bulan ramadhan ya marjan itu dari tahun ke

tahun iklannya itu mesti memperbarui teknologi terus dan pesnnya tetep jadi menyegarkan jadi kalau ada iklan marjan keluar otomatis ramadhan akan dating dan dari situ orang akan ngeplan kalau ada disaat mau ramadhan yo pasti ada iklan marjanyang muncul yang sangat bagus tadi dari tahun ke tahun teknologinya sangat maju terus misal dulu cuman orang main di sawah, capek kehausan minum marjan, kalau sekarang sudah mulai masuk ke CGI jadi kayak animasi-animasi yang seperti film-film di luar kayak marvel dan lain-lain di marjan sudah ada.

NAMA INFORMAN 3 : KASYIF AL GHITHA INDAH
TANGGAL WAWANCARA : 10 MEI 2023

1. Apakah anda bertempat tinggal di Surabaya dan bekerja di Surabaya?
Tidak, saya tinggal di Sidoarjo namun bekerja di Surabaya
2. Apa pekerjaan anda saat ini? dan sudah berapa lama anda menekuni pekerjaan dibidang ini?
Saya bekerja setahun lamanya sebagai editor dan videographer
3. Apakah anda pernah membuat suatu iklan? Jika iya, jelaskan konsep iklan yang sudah anda buat dalam video iklan yang telah anda buat?
Iklan tersebut merupakan media promosi suatu perhelatan event besar yang diselenggarakan oleh salah satu ormas islam di Indonesia. Konsep yang saya gunakan cukup sederhana namun tetap informatif, dimana iklan berisi ajakan untuk menghadiri acara tersebut dan juga menampilkan beberapa aktivitas yang akan diadakan pada acara itu.
4. Bagaimana pemahaman anda mengenai makna kreatif video iklan?
Kreatif bagi saya merupakan suatu ide yang belum pernah dieksekusi sebelumnya, ataupun suatu karya yang berkembang konsepnya dari sesuatu yang sudah eksis sebelumnya
5. Menurut anda, mengapa iklan video memerlukan sentuhan kreatif dari videografer?
Hal ini diperlukan untuk menarik minat audien yang menonton agar mencerna informasi maupun tujuan dari iklan tersebut, sehingga iklan dapat dinikmati dan menjadi media promosi yang efektif.
6. Apakah unsur kreatif begitu penting dalam menarik perhatian khalayak dalam iklan?
Unsur ini tentunya menjadi poin penting selain tujuan dari iklan itu sendiri, yaitu memberikan informasi. Unsur kreatif pada suatu iklan membantu tujuan iklan agar dapat diserap oleh masyarakat secara luas, karena kecenderungan manusia akan kebutuhan hiburan/ entertaining membuat khalayak hanya memerlukan paling tidak 5 detik pembuka untuk menentukan

apakah dia akan menonton habis iklan tersebut atau tidak menghiraukannya karena kreativitas dari iklan tersebut.

7. Apakah anda setuju dengan kreatifitas yang membuat iklan menarik? dan mengapa anda setuju/ tidak setuju dengan hal tersebut?

Saya setuju pada statement tersebut, yang membuat iklan menarik ialah kreatifitas yang dihasilkan pada iklan tersebut. Hal ini seimbang dengan pernyataan saya pada pertanyaan sebelumnya, sehingga selain khalayak mendapatkan hiburan dari menonton iklan yang kreatif khalayak tersebut mendapatkan informasi. Jika iklan ini berupa produk barang/ jasa, maka ada potensi transaksi yang akan terjadi karena informasi yang dibutuhkan khalayak telah didapatkan.

8. Bagaimana anda memaknai sebuah kreatifitas dari berbagai aspek sebagai seorang videografer?

Kreatifitas bagi saya bagaimana seorang artist/creator tersebut bisa memberikan pengalaman menonton yang berbeda dari karya yang ada. Pengalaman ini dapat diberikan melalui visual, audio, maupun secara storytelling yang dihadirkan dalam video iklan tersebut. Kreatif menurut saya juga sesuatu yang unik dan antimainstream, sehingga penonton mendapatkan sesuatu yang baru dan fresh yang belum pernah ia tonton sebelumnya

9. Apakah anda mengetahui iklan blibli x nct?

Mengetahui

10. Apakah anda sudah menonton iklan blibli x nct?

Sudah

11. Dari mana anda tau tentang iklan blibli x nct tersebut?

Iklan dari Youtube

12. Bagaimana pendapat anda setelah menonton iklan blibli x nct?

Tidak banyak pengalaman yang membuat saya terus ingin menonton iklan ini, namun iklan ini dapat menyampaikan pesannya secara singkat tanpa banyak dialog yang dihadirkan

13. Scene bagian mana menurut anda setelah menonton iklan BliBli x NCT yang menunjukkan unsur kreatif dalam menarik minat penonton? Jika ada, silahkan dideskripsikan.

Menurut saya sisi kreatifnya tidak terlalu menonjol. Hanya ada beberapa detail kecil seperti barang- barang yang floating/ dikonsep mengambang seperti tanpa gravitasi saat awal video. Kemudian bagaimana actor hanya mengatakan blibli namun bagian bawah video menampilkan apa yang mereka bicarakan/ maksud dari percakapan mereka yang hanya menggunakan kata blibli. Namun bagi saya ini tidak memberikan pengalaman yang berbeda dari iklan- iklan serupa yang menggunakan boyband/ girlband asal korea

14. Menurut anda bagaimana kekreativitasan pembuatan iklan yang menggunakan brand ambassador grup kpop NCT dalam menarik minat penonton iklan?

Menurut saya tidak ada yang menarik. Pembuat iklan hanya mengandalkan loyalitas fans NCT untuk menonton iklan tersebut

15. Menurut anda, apakah peran kekreatifitasan lebih berpengaruh daripada brand ambassador iklan (NCT) itu sendiri?

Ini tergantung segmentasi pasar pembuat iklan. Dalam hal ini berarti apakah penonton iklan memang sesuai dengan target marketnya. Dalam hal ini, karena blibli merupakan sebuah marketplace yang jangkauan marketnya luas, saya kira meskipun videonya kurang kreatif namun ia menghadirkan brand ambassador yang sudah memiliki fans loyal yang heterogen. Sehingga tujuan dari pembuat iklan pada aspek agar ditonton khalayak luas sudah tercapai, namun jika dikonversikan pada berapa besar transaksi berhasil akibat iklan ini saya tidak dapat memastikannya.

16. Bagaimana menurut anda mengenai ide video iklan yg menggunakan BA dari korea Selatan yang baru² ini sering digunakan oleh brand² besar di indonesia? Cukup mengejutkan bagaimana fans dari boyband/ girlband tersebut sangat berpengaruh terhadap iklan yang menggunakan mereka sebagai brand ambassador. Terjadi banyak interaksi pada video yang diunggah, meskipun iklan seperti sudah ter-template atau memiliki pola yang sama dari iklan-iklan sebelumnya, hanya saja siapa yang mebintangi iklan tersebut menjadi

penentu akankah iklan tersebut dapat diterima secara luas ataupun hanya mendapatkan insight yang kecil.

17. Menurut anda, bagaimana dampak penggunaan brand ambassador kpop terhadap video iklan di indonesia?

Dampak yang ditimbulkan bagi saya cukup beragam, namun yang paling terlihat ialah interaksi iklan tersebut sangat ramai dan menjadi perbincangan dikalangan masyarakat mengenai bagaimana brand tersebut memiliki reputasi yang tinggi karena dapat menghadirkan artis korea yang sejatinya membutuhkan biaya yang lebih besar daripada menggunakan artis tanah air sendiri. Pembuat iklan pun sukses dengan adanya kolaborasi tersebut dapat meningkatkan brand awareness dari berbagai macam kalangan, khususnya fans dari boyband/ girlbrand yang dihadirkan

18. Apakah peran brand ambassador (NCT) begitu penting dalam menggait atau menarik minat khalayak dalam iklan?

Peran brand ambassador ini penting karena apabila suatu iklan tidak menampilkan sesuatu yang berbeda, setidaknya pemeran iklan tersebut dapat menarik fans nya untuk menonton iklan tersebut sehingga menaikkan jumlah penonton

19. Apakah anda mempunyai contoh iklan kreatif di indonesia? Jika ada, iklan apa dan kenapa anda mengatakan iklan tersebut kreatif?

Salah satu iklan yang saya suka ialah iklan Gojek. Ia tidak menghadirkan pemeran yang memiliki banyak penggemar, namun membuat penonton bahkan selalu menantikan versi terbaru iklan tersebut. Bahkan saat ia membuat iklan Jo dan jek yang berdurasi 4 menit saya tidak pernah melewatkan iklan tersebut apabila muncul disela saya menonton Youtube. Meskipun saat ini Gojek merger dengan Tokopedia, salah satu iklannya yaitu Gofood pun menghadirkan BTS sebagai brand ambassador. Namun mereka tetap dapat memberikan storytelling yang menarik, yang tidak hanya mengandalkan reputasi BA mereka namun tujuan iklan dapat tersampaikan dengan baik.

NAMA INFORMAN 4 : Prayogi Wicaksono

TANGGAL WAWANCARA : 8 Juni 2023

1. Apakah anda bertempat tinggal di Surabaya dan bekerja di Surabaya? Iya mas
2. Apa pekerjaan anda saat ini? dan sudah berapa lama anda menekuni pekerjaan dibidang ini?
Kerja disini udah 20 tahun sekarang sebagai wakil direktur.
3. Apakah anda pernah membuat suatu iklan? Jika iya, jelaskan konsep iklan yang sudah anda buat dalam video iklan yang telah anda buat?
Pernah, iklan dari KPU sama kayak Aldy itu kita garap bareng.
4. Bagaimana pemahaman anda mengenai makna kreatif video iklan?
Maknanya ya... kalau bagi saya ya mas kreatif itu bagaimana kita melihat hal yang buat kita terkesan yang menyita perhatian kita. Gitu sih mas kalau soal hal kreatif menurutku
5. Menurut anda, mengapa iklan video memerlukan sentuhan kreatif dari videografer? Yah harus itu, kan tujuan iklan itu mencari minat atau menarik perhatian pasar, nah kalau nggak ada sentuhan kreatif apa bisa menarik minat penonton. Kan dari daya tarik itulah yang bisa apa ya nama e kayak menghasut atau eee semacam mempengaruhi gt lah.
6. Apakah unsur kreatif begitu penting dalam menarik perhatian khalayak dalam iklan?
Tentu itu, ya sama yang kayak saya bilang barusan. Sentuhan kreatiflah yang mampu menarik perhatian agar bisa menghasut marketnya ya itu sih.
7. Apakah anda setuju dengan kreatifitas yang membuat iklan menarik? dan mengapa anda setuju/ tidak setuju dengan hal tersebut?
Ya sama mas setuju, gini lo kan kreatif itu kayak bentuk dari salah satu sistem atau strategi yang di konsep. Jadi hal yang dikonsep itulah yang menjadi daya tarik yang disebut hal kreatif. Contoh ni, kalau masnya tau iklan axis yang hap hap itu. Kan itu iklan lucu la lucunya kan dari konsep kreatif, terus yang

jadi kipernya itu kan orangnya ngga kayak gitu, cuman karna konsep kreatif itu tadi jadi yang meranin jadi kiper harus seperti itu agar menarik. larinya keman ya ke konsep kreatif kan. Jadi kreatif itu yang jadi daya tarik.

8. Bagaimana anda memaknai sebuah kreatifitas dari berbagai aspek sebagai seorang videografer?
Kalau ini ya, kan kreatif itu kan ngga ngga apa hanya satu orang aja yang punya tapi semua orang pasti punya pemikiran kreatif. Jadi kalau hal ini tiap orang itu punya referensinya sendiri nah tinggal gimana ngembanginnya dan eksekusinya. Kalau dari videograferkan dari pengambilan gambar video lah ya, jangankan kesitu setingan di kamera aja itu tiap orang atau tim itu beda selernya atau referensinya waktu mau take video apapun.
9. Apakah anda mengetahui iklan blibli x nct?
Iyaa saya tau mas
10. Apakah anda sudah menonton iklan blibli x nct?
Sudah
11. Dari mana anda tau tentang iklan blibli x nct tersebut?
Sempet liat di youtube dan tv juga
12. Bagaimana pendapat anda setelah menonton iklan blibli x nct?
Menurut saya kreatif iklan itu dari segi konsepnya jadi menarik.
13. Scene bagian mana menurut anda setelah menonton iklan BliBli x NCT yang menunjukkan unsur kreatif dalam menarik minat penonton? Jika ada, silahkan dideskripsikan.
Kalau scene mana yang kreatif, emmm yang jadi apa daya tarinya itu kan ketika artinya, artis korea ini yang bicara bahasa kita, ya kayak kita dengar bule di bali yang ngomong atau yang baru bisa ngomong bahasa indonesia. Lucu kita dengernya jadi konsep kreatifnya kerasa di situ, tapi ngga itu aja dari icon-iconnya yang muncul, color gradingnya itu bisa menarik perhatian apalagi penggemar korea.
14. Bagaimana anda menanggapi unsur kreativitas dalam video iklan BliBli x nct tersebut?

Ya secara konsep menarik ya yang minta artis Koreanya bilang blibli lah, gratis ongkir yah itu lah. Jadi secara konsep itu menarik.

15. Menurut anda bagaimana kekreativitasan pembuatan iklan yang menggunakan brand ambassador grup kpop NCT dalam menarik minat penonton iklan?

Balik lagi ke konsep kreatifnya kan. Ya siapa NCT ya, ya artis korea ini kan tinggal ngikutin apa yang uda di konsep jadi konsep yang kreatif ini yg buat nct sebagai objek aja kayak buat pemanis aja gitu yang ngikutin kreatifitas konsep iklannya

16. Menurut anda, apakah peran kekreatifitasan lebih berpengaruh daripada brand ambassador iklan (NCT) itu sendiri?

Ya jelas. Kan brand ambassador, talent, terus yang lain lain itu kan pasti udah terkosep secara kreatif melalui diskusi panjang tinggal mereka ngikutin konsepnya. Kan ngga mungkin nct uda eee deal-dealan sama blibli ni terus nolak konsepnya kan hal itu kecil kemungkinannya. Yang ada nct yang ngikutin konsep dari blibli yang dibuat secara kreatif

17. Bagaimana menurut anda mengenai ide video iklan yg menggunakan BA dari korea Selatan yang baru² ini sering digunakan oleh brand-brand besar di indonesia?

Menurutku ya di Indonesia kan memang lagi demam korea, wajarla kalau banyabrand-brand besar yang makai jasa mereka dalam mendongkrak penjualan atau pemakai jasa mereka. Ya yang mereka incar ya market dari fans artis Koreanya.

18. Menurut anda, bagaimana dampak penggunaan brand ambassador kpop terhadap video iklan di indonesia?

Ya biasa aja, karenakan semau pasti terkonep dalam konsep itu tadi sudah tertuang kekreatifitasannya tinggal bagaimana eksekusi dan mengarahkan saat sama talent.

19. Apakah peran brand ambassador (NCT) begitu penting dalam menggait atau menarik minat khalayak dalam iklan?

Ini, menurut saya gk ya karna kan dalam pembuatan itu selalu ada namanya konsep yang kreatif jadi telant atau BA itu hanya mengikuti tim kreatif sesuai

dengan konsep. Jadi percuma ada talent bagus tapi dari segi eksekusi dan konsep kreatif ya iklan iku biasa aja.

20. Apakah anda mempunyai contoh iklan kreatif di indonesia? Jika ada, iklan apa dan kenapa anda mengatakan iklan tersebut kreatif?

Ya menurut saya ya sama kayak yang saya contohkan tadi. Walau itu iklan uda lama. Itu iklan axis yang hap hap, hal yang kreatif di situ buat semua orang yang lihat pasti masih ingat dengan iklan tersebut. Karena secara sangat menarik konsep kreatifnya.

NAMA INFORMAN 5 : Achmad Aldy Syachnanda
TANGGAL WAWANCARA : 8 Juni 2023

1. Apakah anda bertempat tinggal di Surabaya dan bekerja di Surabaya? Iyaa
2. Apa pekerjaan anda saat ini? dan sudah berapa lama anda menekuni pekerjaan dibidang ini?
Di sini aku sebagai Creative Direktur sama videografer.
3. Apakah anda pernah membuat suatu iklan? Jika iya, jelaskan konsep iklan yang sudah anda buat dalam video iklan yang telah anda buat? Pernah buatin iklan dari KPU sama produk kopi Jadi kita waktu itu dapat client dari salah satu ukm dengan produk kopi, untuk konsep sendiri, di awal kita shoot produk kopi dengan menggunakan teknik B rool, kita shoot Dari biji kopi, bubuk kopi, hingga produk kopi tersebut, untuk menunjang sisi komersil iklan, kita siapkan talent dengan konep talent tersebut lelah karna seharian aktivitas kerja, setelah client tersebut meminum kopi, seketika langsung semangat beraktifitas dan tidak ngantuk, dan di ending kita tambahkan tagline dari produk kopi tersebut.
4. Bagaimana pemahaman anda mengenai makna kreatif video iklan? Makna kreatif ke video iklan ya, itu sih buat kita dalam menyampaikan materi atau konten itu ya kita buatnya perlu kreatifitas buat narik perhatian dari masyarakat ya.
5. Menurut anda, mengapa iklan video memerlukan sentuhan kreatif dari videografer?
Perlu, karena menurutku ya mas itu karena kreatifitas videografer atau seorang videografer itu sangat diperlukan dalam pengambilan video atau gambar hingga ke proses editing dalam produksi suatu video apapun. Sehingga gambar yang di sajikan itu mampu menarik atau memainkan emosi yang melihat iklan tersebut.
6. Apakah unsur kreatif begitu penting dalam menarik perhatian khalayak dalam iklan?

Tentu sangat penting mas, karena menurut saya nih semakin kreatif video iklan dari suatu produk itu bisa meningkatkan penjualan dari produk itu gitu.

7. Apakah anda setuju dengan kreatifitas yang membuat iklan menarik?
Setuju, iya itu dengan semakin kreatifnya iklan produk akan mempengaruhi penjualan pastinya.
8. Bagaimana anda memaknai sebuah kreatifitas dari berbagai aspek sebagai seorang videografer?
Kalau ini, kreatif itu dari diri kita dan referensi dari luar mulai yang dilihat hingga didengar. Jadi setiap orang itu pasti punya seni kreatifias sendiri-sendir.
9. Apakah anda mengetahui iklan blibli x nct?
Iyaa sayatau iklan tersebut
10. Apakah anda sudah menonton iklan blibli x nct?
Sudah
11. Dari mana anda tau tentang iklan blibli x nct tersebut?
Tv dan youtube
12. Bagaimana pendapat anda setelah menonton iklan blibli x nct?
menurut ku iklannya bagus karena dari pihak blibli menggaet salah satu boyband asal Korea
13. Bagaimana anda menanggapi unsur kreativitas dalam video iklan Blibli x nct tersebut?
Kalau saya lihat dari kreativitas yang paling kelihatan ini gambar-gambar barang belanjaan pada blibli yang muncul saat satu persatu personilnya berbicara. Jadi saat personilnya ngomong dengan bahasa kita itu kita juga disajikan dengan icon-icon yang menarik. Jadi kreatifitasnya itu dapat fokus kita dimainin di situ, uda ada personil dari nct, terus pas personilnya ngomong bahasa kita, ditambah 3D icon-icon yang muncul sangat kreatif menurutku

14. Menurut anda bagaimana kekreativitasan pembuatan iklan yang menggunakan brand ambassador grup kpop NCT dalam menarik minat penonton iklan?

Kalau dari iklan blibli ini ya, kita di buat ngga fokus sama nctnya doang tapi dari segi kreatif sangat membuat fokus kita terpecah. Karena kita disajikan dengan adanya nct itu sendiri, terus ngomongnya personil ini juga lucu kemudian ada 3D tracking barang barang dari blibli in sendiri. Jadi konsep yang kreatif dengan menggabungkan nct itu sendiri jadi buat iklan blibli sangat menarik apalagi buat fans nct ya.

15. Menurut anda, apakah peran kekreatifitasan lebih berpengaruh daripada brand ambassador iklan (NCT) itu sendiri?

Menurutku semua itu saling berpengaruh, bukan dari faktor kreatifnya juga bukan dengan faktor nctnya jadi satu sama lain itu saling terkait buat menarik masyarakat.

16. Bagaimana menurut anda mengenai ide video iklan yg menggunakan BA dari korea Selatan yang baru² ini sering digunakan oleh brand² besar di indonesia? Bagus sih karna kan brand-brand yang ada di Indonesia juga tahu pasar dari BA boyband maupun girlband asal Korea yang memiliki pasar cukup luas di Indonesia.

17. Menurut anda, bagaimana dampak penggunaan brand ambassador kpop terhadap video iklan di indonesia?

Kalau ini karna kreatifitas dan seoran talent berkaitan jadi ya menurut saya oke oke aja sih. Karna dengan adanya talent menurut saya malah semakin banyak orang yang tau tentang brand maupun produk yang dipasarkan. Apalagi ini kan nct ngga mungkin fansnya ada di Indonesia aja kan.

18. Apakah peran brand ambassador (NCT) begitu penting dalam menggait atau menarik minat khalayak dalam iklan?

Bisa jadi, karena Brand ambassador seperti nct memiliki power atau kelompok fans yang banyak atau kuat dalam menggaet penciptanya.

19. Apakah anda mempunyai contoh iklan kreatif di indonesia? Jika ada, iklan apa dan kenapa anda mengatakan iklan tersebut kreatif?

Itu iklan marjan, apalagi yang tahun ini. mereka kan pake CGI dalam pembuatannya yang ada naganya itu, menurutku itu menarik dan kreatif.

LAMPIRAN DOKUMENTASI



Dokumentasi dengan Informan 1 : Essa Bagti Firmansyah



Dokumentasi dengan Informan 2 : Andika Faturahman



Dokumentasi dengan Informan 3 : Kasyif Al Ghita Indah



Dokumentasi dengan Informan 4 : Prayogi Wicaksono



Dokumentasi dengan Informan 5 : Achmad Aldy Syachnanda

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Achmad Bastommy

NIM : 1151700041


Hari/ Tanggal Ujian : Senin, 26 Juni 2023

Catatan Perbaikan:

- + Abstrak ?
- + Abstract ?
- 6 Menurut Dwiyani dan Anayani (2022)
(dalam Pratama, 2023)
- 8 } belum ada di Daftar Pustaka
- 11 }
- 13 Tujuan Rencelit
14) Cajian Metis
- 62 Daftar Pustaka = ikuti APA style ed-7
- 63 Culumat abjad nama,

Surabaya,
Persetujuan Dosen Penguji 3 Telah Revisi/Perbaikan, Revisi dari Dosen Penguji 3

()

()

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

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Achmad Bastommy

NIM : 1151700041


Hari/ Tanggal Ujian : Senin, 26 Juni 2023

Catatan Perbaikan:

- + Abstrak ?
- + Abstract ?
- 6 Menurut Dwiyani dan Anayani (2022)
(dalam Pratama, 2023)
- 8 } belum ada di Daftar Pustaka
- 11 }
- 13 Tujuan Rencelit
14) Cajian Metis
- 62 Daftar Pustaka = ikuti APA style ed-7
- 63 Culumat abjad nama,

Surabaya,
Persetujuan Dosen Penguji 3 Telah Revisi/Perbaikan, Revisi dari Dosen Penguji 3

()

()

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

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Achmad Bastommy

NIM : 1151700041

Hari/ Tanggal Ujian : Senin, 26 Juni 2023

Catatan Perbaikan:

- + Abstrak ?
- + Abstract ?
- 6 Menurut Dwiyani dan Anayani (2022)
(dalam Pratama, 2023)
- 8 } belum ada di Daftar Pustaka
- 11 }
- 13 Tujuan Rencelit
14) Cajian Metis
- 62 Daftar Pustaka = ikuti APA style ed-7
- 63 Culumat abjad nama,

Surabaya,
Persetujuan Dosen Penguji 3 Telah Revisi/Perbaikan, Revisi dari Dosen Penguji 3

()

()

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



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
LABORATORIUM OTODAERAH
Gedung F Lantai 2 Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Jl. Semolowaru No. 45 Surabaya, Telp. (031) 5931800

SURAT KETERANGAN

Nomor: 639/K/LOD/V/2023

Yang bertanda tangan di bawah ini penanggung jawab Uji Turnitin dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 (UNTAG) Surabaya

Nama : Yusuf Hariyoko, S.AP., M.AP

NPP : 20110170735

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Achmad Bastommy

NBI : 1151700041

Berdasarkan hasil uji turnitin untuk Bab 1,4,5 skripsi mahasiswa tersebut telah di bawah 20%.

Surat Keterangan ini di berikan atas permintaan yang bersangkutan untuk "Pendaftaran ujian skripsi".

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 19 Juni 2023
Kepala Lab. Otoda,


Yusuf Hariyoko, S.AP., M.AP



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

67

Program Studi : Adm. Publik, Adm. Bisnis, Ilmu Komunikasi, Magister Adm. Publik, Doktor Ilmu Adm.
 Gedung: F 101, J. Semolowaru 45 Surabaya (60118)
 Telp. (031) 5925082, 5931800 psw. 159 e-mail : info@untag-sby.ac.id

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Achmad Bastomny
 NBI : 1151700041
 Program Studi : Ilmu Komunikasi
 Dosen Pembimbing I : ~~Esti Noorshanti Sumarah, M.I.Kom.~~ ^{18/6/2023} Maulana Arief, S.Sos., M.I.Kom
 Dosen Pembimbing II : ~~Maulana Arief, S.Sos., M.I.Kom~~ Novan Andrianto, S.I.Kom., M.I.Kom
 Judul Skripsi : Resepsi Videografer Surabaya terhadap Tayangan "Cara Bikin Iklan" di Channel You Tube Agung Hapsah

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
	1 Mei 2023	Judul dan Tujuan Penelitian	<i>Mh</i>	<i>AB</i>
	28 Mei 2023	Revisi Teori dan Landasan Teoritis	<i>Mh</i>	<i>AB</i>
	28 Mei 2023	Revisi Bab II	<i>Mh</i>	<i>AB</i>
	3 Juni	Revisi Teori	<i>Mh</i>	<i>AB</i>
	6 Juni 2023	Revisi Daftar Pertanyaan	<i>Mh</i>	<i>AB</i>
	16 Juni 2023	Revisi Bab IV	<i>Mh</i>	<i>AB</i>
	19 Juni 2023	Bab V	<i>Mh</i>	<i>AB</i>
	19 Juni 2023	ACC Sidang	<i>Mh</i>	<i>AB</i>
	10 Juni 2023	Ace ke Sidang		<i>AB</i>



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

Program Studi : Adm. Publik, Adm. Bisnis, Ilmu Komunikasi, Magister Adm., Doktor Ilmu Adm.
Gedung: F 1.01. Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)
Telp. (031)-5925982, 5931800 Psw.238
E-mail : flsip@untag-sby.ac.id

KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

NO	TANGGAL	MATERI	CATATAN DOSEN PEMBIMBING	TANDA TANGAN

Bimbingan dinyatakan telah selesai.

Tanggal :

Dosen Pembimbing I,

(...Maulana H. S. P....)

Dosen Pembimbing II

(...NOYAN ANWAR W....)