

LAMPIRAN

Trankip Wawancara Informan Utama

- Peneliti : Pertanyaan pertama yang saya ajukan ke kak Fitriani Telaumbanua S.I.Kom Mengapa pihak PT Kencana Maju Bersama memilih Instagram sebagai platform utama untuk strategi pemasaran konten?
- SPV Marketing support PT KMB : *“Alasan utama kami mengimplementasikan Content Marketing di Instagram adalah untuk meningkatkan visibilitas merek dan memperkuat hubungan dengan pelanggan. Instagram adalah platform yang sangat visual dan interaktif, yang memungkinkan kami untuk menampilkan produk baja ringan kami secara lebih menarik dan informatif. Dengan memanfaatkan kekuatan media sosial, kami dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan lebih beragam.”*
- Peneliti : Mengapa Anda memilih Instagram sebagai platform utama untuk membangun interaksi dengan pelanggan? Apa yang membuat Anda yakin bahwa algoritma Instagram mendukung engagement visual secara lebih efektif daripada platform lain? Bagaimana Anda memanfaatkan fitur-fitur khusus seperti tagar dan lokasi untuk meningkatkan jangkauan dan relevansi konten Anda?
- Sosial Media Spesialis PT KMB : *“Karena saya melihat dan riset ternyata Instagram memiliki algoritma yang mendukung engagement visual, artinya konten yang menarik secara estetika lebih mudah ditemukan dan dibagikan oleh pengguna. Platform ini juga memiliki tingkat interaksi yang tinggi karena pengguna lebih sering memberikan like, komentar, dan berbagi konten dibandingkan dengan platform lain. Ini sangat*

penting bagi kami karena memungkinkan kami untuk membangun komunitas yang aktif dan terlibat. Selain itu, fitur seperti tagar dan lokasi juga membantu kami menjangkau audiens yang lebih luas dan relevan.”

Peneliti : "Bagaimana tahapan implementasi Content Marketing di @kencana.bajaringan dimulai dan apa yang melibatkan dalam proses tersebut?"

Desain Grafis PT KMB : *“Tahapan implementasi Content Marketing di @kencana.bajaringan dimulai dari tahap ideasi konten yang melibatkan tim marketing support. Di tahap ini, kami melakukan brainstorming untuk mengumpulkan berbagai ide kreatif yang selaras dengan strategi pemasaran kami. Kami memperhatikan tren terbaru dan kebutuhan audiens untuk memastikan konten yang kami buat relevan dan menarik. Setelah ide-ide tersebut disaring dan direncanakan, kami mulai merancang konsep visual yang akan digunakan untuk setiap konten. Proses ini mencakup pembuatan sketsa awal dan moodboard untuk memberikan gambaran visual yang jelas tentang arah desain yang akan kami ambil.”*

Peneliti : Bagaimana strategi Anda dalam mengembangkan konten marketing di media sosial Instagram untuk meningkatkan keterlibatan pelanggan?

Sosial Media Spesialis PT KMB : *“Pertama adalah memahami audiens kami. Kami akan melakukan riset mendalam untuk mengetahui siapa pengikut kami, apa yang mereka sukai, dan kapan mereka paling aktif di Instagram. Informasi ini sangat penting untuk membuat konten yang relevan dan menarik bagi mereka, Kami akan fokus pada variasi konten. Ada beberapa jenis konten yang akan kami gunakan : Konten Edukasi, Konten Inspiratif, Konten Interaktif.”*

Peneliti : Bagaimana proses evaluasi konten di media sosial Instagram dilakukan oleh tim Anda?

SPV Marketing support PT KMB : *“Evaluasi konten yang telah diunggah dimulai dengan pengumpulan data performa dari Instagram Insights, yang mencakup metrik seperti jumlah likes, komentar, shares, dan impressions. Data ini kemudian diekspor oleh tim sosial media spesialis kita lalu diinput ke dalam Excel untuk analisis lebih lanjut. Tim sosial media spesialis menggunakan Excel mungkin karena fleksibilitasnya dalam memvisualisasikan data, sehingga kami dapat melihat tren dan pola performa konten dengan lebih jelas.”*

Peneliti : Bagaimana Anda menganalisis data yang diekspor dari Instagram untuk memahami kinerja konten dan mengidentifikasi strategi yang efektif?

Sosial Media Spesialis PT KMB : *“Setelah data diekspor dari Instagram, kami mengorganisirnya di dalam Excel berdasarkan parameter-parameter kunci seperti tanggal posting, jenis konten, dan performa masing-masing metrik. Kami menggunakan berbagai fungsi Excel untuk menghitung rata-rata engagement rate, growth rate, dan metrik penting lainnya. Selanjutnya, kami membuat grafik dan tabel pivot untuk memvisualisasikan data, yang membantu kami mengidentifikasi konten mana yang paling efektif dan mana yang memerlukan perbaikan.”*

Peneliti : Bagaimana perusahaan mengatasi tantangan dalam menciptakan konten pemasaran yang dapat menghubungkan produk dengan kehidupan sehari-hari audiens?

Sosial Media Spesialis PT KMB : *“Tentu, tantangan utama kami adalah menciptakan konten yang bukan bagus secara visual tapi juga memiliki makna mendalam. Setiap konten harus mampu menceritakan sebuah kisah*

yang relevan dengan audiens kami. Kesulitan terletak pada bagaimana kami bisa menyampaikan pesan yang kuat dan jelas melalui konten tersebut. Kami harus memastikan bahwa cerita yang kami sampaikan mampu menghubungkan produk kami dengan kehidupan sehari-hari audiens, membuat mereka merasa terlibat dan terinspirasi."

Peneliti : Bagaimana strategi content marketing baru yang diadopsi oleh PT Kencana Bajaringan dalam memperkenalkan produk-produk baru perusahaan?

SPV Marketing support PT KMB : *"Menurut saya, memperkenalkan produk-produk baru Kencana Bajaringan melalui media sosial sangat mendukung strategi pemasaran kami. Media sosial saat ini sangat populer dan memungkinkan kami untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam. Ini adalah platform yang sangat efektif untuk mempromosikan inovasi dan fitur terbaru dari produk kami, serta berinteraksi langsung dengan pelanggan kami."*

Peneliti : Bagaimana pendekatan Anda dalam menciptakan konten yang menarik minat pelanggan, dan bagaimana Anda mengevaluasi keberhasilannya?

SPV Marketing support PT KMB : *"Pada dasarnya, kami berusaha menciptakan konten yang dapat menarik minat pelanggan. Jika kami tidak berhasil mendapatkan keterlibatan dari mereka, berarti ada yang perlu diperbaiki dari sisi kami. Bukan soal berharap mereka tertarik, melainkan kami yang harus mampu menghasilkan sesuatu yang unik dan menarik bagi mereka."*

Peneliti : Adakah contoh yang pernah di unggah oleh PT Kencana Maju Bersama meraih engagement yang tinggi atau bagus?

Sosial Media Spesialis PT KMB : *"Oke, salah satunya mungkin konten feat @kencana.bajaringan dengan @angkirangan,west. Konten feat dengan @angkirangan.west ini engagement-nya sangat*

tinggi. Dari awal sampai akhir selalu ramai. Bahkan sampai trending di sosial media Instagram. Awalnya, kami berpikir konten feat dengan @angkirangan.west ini hanya akan populer di Jawa Tengah, tapi ternyata bisa se-Indonesia, bisa dilihat dari banyaknya komentar dan tingginya nilai engagement di Instagram."

Peneliti : Bagaimana Anda menilai keberhasilan strategi content marketing di Instagram @kencana.bajaringan?

SPV Marketing support PT KMB : *"...jadi setidaknya dampak yang kita harapkan bukan hanya tentang berapa banyak like, viewers, atau komentar di Instagram, semua orang sudah tahu itu. Meskipun kadang kontennya di luar topik baja ringan, pernah ada yang merasa konten tersebut berguna, itu sudah membuat kami puas. Yang penting adalah respon yang berarti, bukan sekadar angka like atau lainnya. Mungkin kami tidak akan fokus menghitung itu lagi, yang penting adalah bagaimana dampaknya bagi pembaca."*

Peneliti : Bisakah Anda memberikan gambaran tentang seberapa besar potensi pasar yang belum tergarap secara optimal oleh perusahaan kita saat ini?

SPV Marketing support PT KMB : *"Saat ini kita hanya berhasil menjangkau sekitar 5% dari total populasi... bayangkan potensinya jika kita bisa mencapai 30% dari populasi tersebut."*

Peneliti : Bagaimana Anda melihat peran konten dalam strategi pemasaran digital saat ini dan faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan selain aspek estetika?

Sosial Media Spesialis PT KMB : *"Saat ini, sangat penting ya mas... untuk memahami bahwa konten tidak selalu berkaitan dengan estetika semata saja menurutku pribadi."*
".....Konten yang efektif tidak hanya tentang keindahan visual atau foto menarik tanpa substansi. Itu sama halnya seperti memiliki gelas

yang indah secara visual, tetapi kosong di dalamnya jadi kayak gaada gunanya. Kita juga harus mampu mencampurkan keduanya. Kita memerlukan konten yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga memiliki makna. Konten yang bermakna dapat membangun hubungan yang lebih kuat dengan audiens karena mereka dapat merasakan keterkaitan dan relevansinya dengan mereka.”

Peneliti : Bagaimana segmentasi pengikut (followers) Anda di @kencana.bajaringan, dan bagaimana Anda menyesuaikan konten untuk mencapai berbagai kelompok demografis?

SPV Marketing support PT KMB : *"Di @kencana.bajaringan, kita memiliki beragam followers tentunya mulai dari generasi muda hingga mereka yang lebih tua, bahkan ibu-ibu rumah tangga. Tujuan kami adalah untuk memperkenalkan kedalaman dunia baja ringan kepada semua lapisan masyarakat jadi kalau bisa tidak pandang umur lah..."*

Lampiran 1 Transkrip Wawancara Informan Utama

Trankip Wawancara Informan Sekunder

Peneliti : Bagaimana Anda menilai variasi konten yang disajikan oleh PT Kencana Maju Bersama di media sosial mereka?

Follower Instagram @kencana.bajaringan Novita : *“Menurut saya, variasi kontennya sangat menonjol. Mereka tidak hanya fokus pada promosi produk, tetapi juga memberikan edukasi tentang penggunaan baja ringan, tips konstruksi, dan inspirasi desain. Ini membuat konten mereka tidak membosankan dan selalu memberikan informasi yang berguna.”*

Peneliti : "Bagaimana pengalaman Anda dalam berinteraksi dengan PT Kencana Maju Bersama

di media sosial, terutama dalam kolom komentar?"

Follower Instagram : *"Interaksi mereka juga sangat baik sih. Saya
@kencana.bajaringan juga pernah mengajukan pertanyaan di kolom
Revangga komentar dan balas dong... balasan mereka
cepat dan informatif. Mereka juga sering
mengadakan sesi tanya jawab langsung yang
membuat kami sebagai followers merasa lebih
terlibat di dalam konten tersebut."*

Peneliti : "Pengalaman apa yang membuat Anda merasa
bahwa PT Kencana Maju Bersama adalah
pilihan yang tepat untuk produk tertentu?"

Follower Instagram : *"Konten ini membuat saya lebih percaya dan
@kencana.bajaringan yakin dengan kualitas produk mereka. Melihat
Novita bagaimana produk mereka diaplikasikan dalam
proyek nyata dan hasilnya sangat memuaskan,
membuat saya merasa bahwa PT Kencana
Maju Bersama adalah pilihan yang tepat."*

Peneliti : Bagaimana pendapat Anda tentang konten
produk yang dibuat oleh PT Kencana Maju
Bersama?

Follower Instagram : *"Konten produknya sangat informatif dan
@kencana.bajaringan menarik sih . Sebagai seseorang yang tidak
Novita terlalu mengerti dan tidak tahu sama sekali
tentang konstruksi, saya bisa mendapatkan
gambaran yang jelas tentang produk-produk
mereka dan fungsinya. Ini sangat membantu
ketika saya dan suami memutuskan untuk
merenovasi rumah kami."*

Peneliti : Bagaimana pengalaman Anda dengan konten
tutorial pemasangan yang Anda ikuti di
instagram @kencana.bajaringan?

Follower Instagram : *"Tutorial pemasangannya sangat membantu
@kencana.bajaringan dan sungguh mudah dipahami. Video-videonya
Revangga detail dan mudah diikuti. Saya belajar*

beberapa teknik baru dari sana dan itu sangat membantu dalam pekerjaan sehari-hari saya sebagai kontraktor.”

- Peneliti : Bagaimana frekuensi update konten dan jenis konten yang biasanya diposting oleh PT Kencana Maju Bersama di story Instagram mereka?
- Follower Instagram @kencana.bajaringan Novita : *“lumayan sering sih.... kan mereka juga sering update di story nya terutama hampir setiap hari ada story baru tentang produk maupun kadang itu rekomendasi bahan bangun.”*
- Follower Instagram @kencana.bajaringan Revangga : *“ hampir setiap hari sih mas muncul di beranda terutama di story instagram mereka, terkadang juga bosan soalnya tiap hari muncul terus”*
- Peneliti : Bagaimana proses Anda mengetahui tentang PT Kencana Maju Bersama dan apa yang membuat Anda tertarik untuk mengikuti konten mereka di Instagram @kencana.bajaringan?
- Follower Instagram @kencana.bajaringan Novita : *"Awalnya, saya memang membaca profil-profilnya dulu di website mereka karena pada saat itu saya coba cari tahu tentang bahan bangun kebetulan ada websitenya kencana ini, karena belum pernah tahu tentang baja ringan juga. Jadi, saya mencari tahu apa itu kencana baja ringan dari Instagram mereka. Lama-kelamaan, saya lebih sering mengikuti story-nya, karena story biasanya lebih up-to-date."*
- Follower Instagram @kencana.bajaringan Revangga : *"Ya, terkadang begitu. Karena saya melihat dari konten di postingan Instagram atau Story, seringkali saya melihat produk-produk baru yang diperkenalkan oleh @kencana.bajaringan. Ini membuat kami penasaran tentang apa yang baru dari @kencana.bajaringan dan apakah produknya sesuai dengan ekspektasi...jadi kami jadi lebih tertarik sih dan pernah mencoba membeli untuk*

saya buat kanopi di depan rumah dan memang ternyata bagus kualitasnya saya akui."

Peneliti : Bagaimana penilaian Anda terhadap relevansi dan pemahaman konten yang disajikan?

Follower Instagram : *"Secara umum, kontennya memang berguna, karena menimbulkan rasa ingin tahu. Namun, secara spesifik, mungkin tidak selalu relevan... yang penting adalah kontennya bisa dimengerti oleh semua orang, bukan hanya mereka yang paham konstruksi bangunan hehehe..., sehingga mudah dicerna oleh siapa saja."*
@kencana.bajaringan
Revangga
"....menurut saya, overall tips-tips semacam itu sangat bermanfaat bagi pemula yang ingin memulai di bidang konstruksi dan ingin memahami bagaimana mengaplikasikan baja ringan dengan baik dan benar."

Follower Instagram : *"Mungkin dari saya sih captionnya yang harus dibuat kayak dibawa fun ya agar yang baca terutama kalangan anak mudah juga tidak jenuh kalau baca captionnya."*
@kencana.bajaringan
Novita
"....menambahkan thumbnail atau template pada konten akan sangat membantu untuk memperjelas isi konten yang diunggah. Jadi, orang bisa lebih mudah mengetahui topik apa yang sedang dibahas dalam gambar tersebut."

Peneliti : Apakah Anda sering berbagi informasi tentang produk baja ringan Kencana kepada teman-teman Anda melalui online atau offline? Dan bagaimana tanggapan mereka terhadap kualitas produk tersebut?

Follower Instagram : *"....lumayan sering sih mas, biasanya saya kasih tahu ke teman teman saya produk baja ringan kencana ini dan beberapa teman saya ternyata sudah tahu lebih dulu daripada saya katanya kualitas produk e lebih bagus daripada merek lain lebih tahan lama lah...."*
@kencana.bajaringan
Revangga

"....lebih sering ngasih tahu ke online, biasanya saya postingan tentang produk di instagram kencana, langsung saya share ke teman saya yang sesama kontraktor ada beberapa juga saya bilangsi saat ketemuan...."

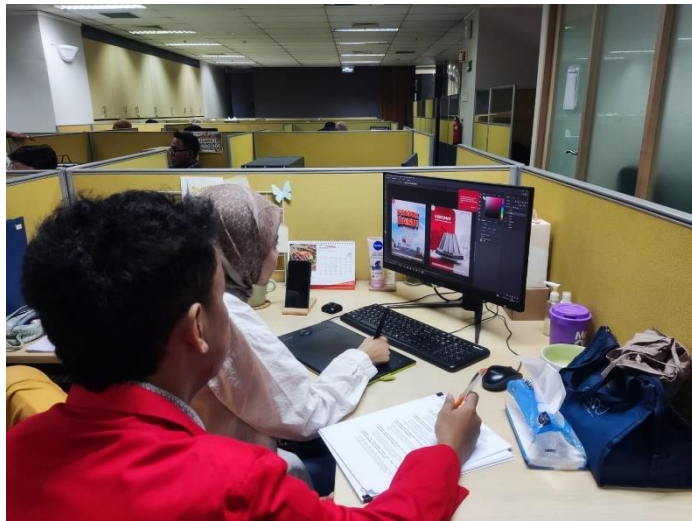
Lampiran 2 Transkrip Wawancara Informan Sekunder



*Lampiran 3 Dokumentasi Wawancara dengan SPV
Marketing support PT KMB Fitriani Telaumbanua
S.I.Kom*



*Lampiran 4 Dokumentasi Wawancara dengan
Sosial Media Spesialis PT KMB Adam Fediansyah
Aquari*



*Lampiran 5 Dokumentasi Wawancara dengan
Desain grafis PT Kencana Maju Bersama Annisa
Citra A*



*Lampiran 6 Dokumentasi Wawancara dengan
Followers Instagram @kencana.bajaringan Revangga
Hendra J*



Lampiran 7 Dokumentasi Wawancara dengan Followers Instagram @kencana.bajaringan Novita Agustina Maharani



Lampiran 8 Konten @kencana.bajaringan Feat @angkringan.west yang mendapatkan engagement tinggi

Juni																
	Tgl Upload	Detail Konten	Followers	Non Followers	Total Reach	REACH					ENGAGEMENT					
						Beranda	Profil	Others	Hashtag	Impression	Like	Save	Comment	Share	Interactions	
Feed	1 Juni	Review produk baru kencana	67,2	32,8	950	685	345	140	18	1.188	116	2	6	3	127	
	1 Juni	Hari Lahir Pancasila Tebak produk barunya KENCANA	65,6	34,4	651	439	261	15	14	729	110	0	2	1	113	
	4 Juni	Bosan ruangan gitu-gitu aja?	49,5	50,5	1695	1334	474	412	109	2329	484	58	380	345	1267	
	4 Juni	Lomba sketch bangunan	73,1	26,8	657	532	162	33	30	757	97	0	0	6	103	
	8 Juni	Indonesia vs Filipina	46,6	53,4	992	731	126	222	66	1146	37	2	0	2	41	
	10 Juni										32	2	2	5	41	
T. average reach					2202	T. average reach					1.230	T. average reach				282
Mei																
	Tgl Upload	Detail Konten	Followers	Non Followers	Total Reach	REACH					ENGAGEMENT					
						Beranda	Profil	Others	Hashtag	Impression	Like	Save	Comment	Share	Interactions	
Feed	1 Mei	Hari Buruh	88,6	11,4	441	403	60	32	11	506	24	2	1	0	27	
	2 Mei	Kencana ada di Tobang	85,8	14,2	390	339	61	23	19	442	16	2	1	1	20	
	3 Mei	Gak boros listrik lagi	91,7	8,3	685	633	53	53	18	757	17	1	1	0	19	
	8 Mei	Kenaikan yesus kristus	93,2	6,8	292	260	30	18	1	309	13	0	0	0	13	
	23 Mei	Hari raya walsak	86,9	13,1	479	377	137	60	4	578	49	0	0	0	50	
	31 Mei	HJKS 731	87,6	12,4	436	353	105	2	7	467	74	0	4	1	80	
T. average reach					454	T. average Impression					510	T. average reach				34,8
April																
	Tgl Upload	Detail Konten	Followers	Non Followers	Total Reach	REACH					ENGAGEMENT					
						Beranda	Profil	Others	Hashtag	Impression	Like	Save	Comment	Share	Interactions	
Feed	5 April	H-5 menuju Kemenangan	490	32	522	500	32	7	6	545	15	1	0	0	16	
	6 April	Bikin keluarga betah di rumah	280	53	333	357	40	27	4	428	17	2	0	0	19	
	7 April	Enaklogedia Baja Ringan	280	31	333	335	35	13	6	385	20	3	0	0	23	
	9 April	Idul Fitri 1445 H	616	48	664	667	33	20	20	740	35	3	1	0	39	
	17 April	Hindari hal ini!	89,4	10,6	579	334	47	12	8	401	23	0	0	0	23	
	20 April	Hari kartini	84	16	412	337	91	15	8	451	23	0	0	0	23	
	23 April	Rak sampah baja ringan	80,4	19,6	449	403	102	42	16	563	17	0	0	0	17	
	25 April	Timnasday	93,2	6,8	1626	104	11	7	0	122	104	11	7	0	122	
	29 April	Semifinal	84,2	15,8	1762	1638	164	161	6	1969	102	12	10	1	125	
	T. average reach					743	T. average Impression					623	T. average engagement			
Maret 2024																
	Tgl Upload	Detail Konten	Followers	Non Followers	Total Reach	REACH					ENGAGEMENT					
						Beranda	Profil	Others	Hashtag	Impression	Like	Save	Comment	Share	Interactions	
Feed	10 Maret	Selamat Hari Nyepl	510	171	681	488	185	48	17	743	52	2	0	2	56	
	13 Maret	Berapa jarak ideal reng untuk rangka atap	509	183	692	583	199	30	3	827	40	1	0	0	41	
	14 Maret	Ragam Dek Lantai	751	247	998	728	281	34	5	1049	32	1	0	0	33	
	17 Maret	Aksesoris Nok Kencana	574	173	747	560	240	4	2	807	23	1	0	0	24	
	28 Maret	Memperingati wafat yesus	417	59	476	459	73	12	11	555	35	1	1	0	37	
	29 Maret	Bikin rak bajaringan kayak tllcorner	339	48	387	408	61	11	5	485	25	0	0	0	25	
	30 Maret	Memperingati Hari Raya Pasak	247	52	299	255	69	6	6	336	14	1	0	0	15	
	31 Maret	Cegah kerusakan parah akibat gempa	713	97	810	719	101	18	16	854	25	1	0	0	26	
	T. average reach					636	T. average Impression					707	T. average engagement			
Februari 2024																
	Tgl Upload	Detail Konten	Followers	Non Followers	Total Reach	REACH					ENGAGEMENT					
						Beranda	Profil	Others	Hashtag	Impression	Like	Save	Comment	Share	Interactions	
Feed	8 Februari	Isra Miraj	532	35	567	582	50	3	16	651	29	0	0	0	29	
	9 Februari	Imlek 2024	499	48	547	523	44	4	25	598	31	0	0	2	33	
	10 Februari	Checklist Papa Muda Idaman	469	35	504	508	43	4	7	566	20	2	0	0	22	
	13 Februari	Pilih yang pasti aja	507	35	542	555	29	11	4	599	26	0	1	3	30	
	13 Februari	Baja Ringan Kanal Cili 75	466	32	518	527	36	16	5	578	14	1	0	0	15	
	19 Februari	Baja ringan berstandar nasional	557	38	595	590	51	6	3	650	28	0	0	2	30	
	24 Februari	Ragam genteng Metal	468	92	560	451	164	8	3	627	36	1	0	1	38	
	26 Februari	Reminder Live Instagram	738	149	947	811	179	10	49	1072	57	2	1	1	61	
	T. average reach					597,5	T. average Impression					668	T. average engagement			

Lampiran 9 Peningkatan Insight Instagram @Kencana.bajaringan setelah menemukan strategi content marketing



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 : Ilimy Daviq Widyatma
NBI : 1152000296
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Dosen Pembimbing I : Dr. Bambang Sigit Pramono, S.Sos., M.Si
Dosen Pembimbing II : Drs. Widiyatno Ekoputro, MA
Judul Skripsi :

Pengaruh Visual Content dalam Meningkatkan Engagement: Analisis Konten di Media Sosial Instagram @kencama.basarinan
STRATEGI PT KMB MEMBENTUK CUSTOMER ENGAGEMENT MELALUI KONTEN MARKETING : ANALISIS KONTEN DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @ KENCAMA. BASARINAN

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dosen 1	Paraf Dosen 2
1	5/3 '24	Perbaiki judul, LBns, Rumusan masalah (Bab. I).		
	5/3 '24	Konsistensi Judul, Rujukan Rumusan Masalah, Teori yg digunakan.		
	19/3 '24	Segera turun ke lapangan & tentukan kriteria Informan.		
	28/3 '24	Perbaikan Kerangka pikir.		
	2/4 '24	- Perbaiki Tujuan Penelitian terdahulu - Perbaiki Kerangka Penulisan.		
	2/4 '24	- Perbaiki teknik penulisan - setelah perbaikan lanjut ke bab 2.		
	8/4 '24	BAB I & II Ace.		
	21/5 '24	Difer Petafungsian Wawancara, dan Strategi Wawancara.		
	9/6 '24	Perbaiki teknik penulisan format, Tolong kelap sebagai media case.		
	11/6 '24	ACC BAB I - III		



No	Tanggal	Serani/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Daspem 1	Paraf Daspem 2
	11/6 24.	Formasi & Kurisi BAB IV.		
	12/6 24.	Perbaikan teori Perekonomian BAB IV		
	13/6 24.	Uraian BAB IV & V Ane.		
	14/6 24.	- BAB IV + V (Ane) & Catatan - Perbaikan parameter / indikator		

Catatan:

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

Bimbingan dinyatakan telah selesai

Tanggal: 19 Juni 2024

Dosen Pembimbing I,

Bambang Sida Prayana

Dosen Pembimbing II,

Widiyatmo EP -

Lampiran 10 Kartu Bimbingan

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Ilmy Daviq Widyatma

NIM : 1152000298

Hari/ Tanggal Ujian : Rabu, 26 Juni 2024

Judul Skripsi :

Strategi PT KMB Membentuk Customer Engagement Melalui
Content Marketing: Analisis Konten di Media Sosial Instagram
@Kencana.Bajaringan

Catatan Perbaikan:

- 1) Ikuti format Penulisan Skripsi yg tertera dan
Modi Ilmiah, Ilmiah, Lugas, ✓
- 2) Huti Lugas: dosen Pengajar ✓

Surabaya, 01 Juli 2024
Persetujuan Dosen Penguji: Telah Revisi/Perbaikan,



Revisi dan Dosen Penguji,



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

Lampiran 11 Lembar Revisi Dosen Pembimbing 1

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Ilmy Daviq Widyatma
NIM : 1152000298
Hari/ Tanggal Ujian : Rabu, 26 Juni 2024

Judul Skripsi : Strategi PT KMB Membentuk Customer Engagement Melalui
Content Marketing: Analisis Konten di Media Sosial Instagram
@Kencana.Bajaringan

Catatan Perbaikan:

Pemambahan Babar bab 4

Surabaya,
Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,

(Noxan)

Revisi dari Dosen Penguji,

Noxan

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

Lampiran 12 Lembar Revisi Dosen Penguji 1

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Ilmy Daviq Widyatma
NIM : 1152000298
Hari/ Tanggal Ujian : Rabu, 26 Juni 2024
Judul Skripsi : Strategi PT KMB Membentuk Customer Engagement Melalui Content Marketing: Analisis Konten di Media Sosial Instagram @Kencana.Bajaringan

Catatan Perbaikan:

- Perbaiki line artikel lagi
- Perbaiki detail artikel
- Sisa paper

Surabaya, 2 Juni 2024.
Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,

Revisi dari Dosen Penguji,


Wahyu Kuncono


Wahyu Kuncono

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

Lampiran 13 Lembar Revisi Dosen Penguji 2

Ilmy Daviq

ORIGINALITY REPORT

12%

SIMILARITY INDEX

11%

INTERNET SOURCES

1%

PUBLICATIONS

2%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.ub.ac.id	5%
	Internet Source	
2	www.aksiologi.org	1%
	Internet Source	
3	toffeudev.com	1%
	Internet Source	
4	e-journal.unair.ac.id	1%
	Internet Source	
5	docplayer.info	<1%
	Internet Source	
6	www.hashmicro.com	<1%
	Internet Source	
7	kc.umn.ac.id	<1%
	Internet Source	
8	Submitted to Universitas Jenderal Soedirman	<1%
	Student Paper	
9	bogordaily.net	<1%
	Internet Source	
10	repository.upi.edu	<1%
	Internet Source	
11	Submitted to vitka	<1%
	Student Paper	
12	Submitted to Universitas Sebelas Maret	<1%
	Student Paper	
13	Andy Prasetyo Wati, Jefry Aulia Martha, Aniek Indrawati. "Peningkatan Keterampilan	<1%

Lampiran 14 Hasil Turnitin



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

SURAT KETERANGAN
Nomor: 472/K/LOD/VI/2024

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

Nama : Moh. Dey Prayogo, S.IKom., M.IKom.
NPP : 20150220869

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Ilmy Daviq Widyatma
NBI : 1152000298

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, 15 Juni 2024

Mengetahui
Kepala Lab Oroda,


Dida Rahmadanik, S.AP, M.AP

PIC Uji Plagiasi


Moh. Dey Prayogo, S.Ikom., M.IKom

Lampiran 15 Surat Keterangan Turnitin