

LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara

Nama : Kharisma Asmara Kunsena
NIM : 1152000246
Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran melalui Instagram
@madiunngemil Sebagai Media Promosi Umkm
Madiun

Soal !

- a. Strategi komunikasi pemasaran
 1. Menurut madiun ngemil, Bagaimana strategi dalam komunikasi pemasaran melalui Segmentasi, Targeting dan Positioning menjadi titik fokus pembuatan konten dalam instagram @madiunngemil?

- b. Promosi
 1. Bagaimana konten yang digunakan Mamil dalam promosi UMKM menjadi lebih relevan untuk dinikmati? (periklanan
 2. Bagaimana penjualan personal yang dilakukan Instagram @madiunngemil dalam memberikan informasi tentang UMKM di madiun ? personal selling
 3. Bagaimana cara penyajian konten yang mengundang minat untuk keunggulan konten @madiunngemil dalam mempromosikan UMKM? Sales promosi
 4. Apakah @madiunngemil pernah mengikuti event UMKM yang diselenggarakan oleh agenda Madiun? humas
 5. Bagaimana cara Instagram @madiunngemil untuk melakukan pemasaran langsung terhadap UMKM? direct

Lampiran 2 Transkrip wawancara

Nama Informan : Septian Heru Fristanto
Jabatan : Founder Instagram @madiunngemil
Hari/Tanggal : 2 Juli 2024

a. Septian Heru Fristanto

N = Narasumber

P = Pewawancara

P : Sore kak, terimakasih sudah meluangkan waktunya untuk saya wawancara. Perkenalkan nama saya Kharisma, Mahasiswa dari Ilmu Komunikasi Semester 8 dari Univ. 17 Agustus 1945 Surabaya.

N : boleh silahlah, saya dengan septian heru fristanto

P : Saya mulai ya kak. Kalau boleh tau sedikit tentang awal pembuatan Instagram @madiunngemil?

N : Baik, saya perjelaskan awal mulanya pembuatan akun Instagram itu dilakukan dengan tidak sengaja dan iseng sih... nah dulunya saya itu suka jajan dari makanan ringan sampai makanan yang sering saya konsumsi setiap hari. Dulunya saya buat Instagram itu pada tanggal 22 november 2017, dulu itu sebelum terbuatnya akun @madiunngemil. Akun @madiunngemil dulunya adalah akun pribadi saya.

P : baik kak, jadi Instagram madiun ngemil itu dipegang oleh kakak sendiri ?

N : Untuk akun itu saya bawa sendiri, tetapi untuk anggota yang aktif dalam mengelola Instagram itu ada 3orang, yaitu saya senditi sebagai Founder, Tio sebagai Co Founder dan wahid sebagai editor yang mempunyai tugas masing-masing dalam pengelolaan instagram madiun ngemil.

P : baik kak, jadi untuk seluruh konten Instagram @madiunngemil itu strategi komunikasi pemasaran memiliki tujuan apa sih kak yang ingin dilakukan Madiun ngemil?

N : Tujuan awalnya sih untuk iseng aja karena suka jajan, tapi ternyata banyak juga yang menyukai konten yang ada di Instagram yang diposting jadi kami terus

memposting segala hal saat kita jajan ke dalam Instagram madiun ngemil dan hasilnya malah sekarang ramai yang mengikuti Instagram tersebut.

P : Jadi Segmentasi (sasaran), Targeting (target) dan Positioning (fokus) dari konten yang di angkat dalam postingan Instagram madiun ngemil sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran itu seperti apa sih kak?

N : Untuk segmentasi yang kami sasar dalam pembuatan konten yaitu membahas tentang kuliner yang ada di Madiun untuk para pecinta kuliner. Jadi target yang kita tuju dalam Instagram @madiunngemil sendiri menjadi fokus kepada memperkenalkan jajan UMKM dalam pembuatan konten agar dikenal lebih jauh oleh para pecinta kuliner di Madiun. Dan positioning itu lebih menfokuskan dalam isi konten, karena isi dalam konten yang kita lakukan menggunakan istagram jadi mayoritas seluruh informasi dapat diakses dengan mudah serta kita buat Instagram madiun ngemil menjadi sarana untuk mencari informasi tentang jajanan UMKM yang terkini hingga jajanan yang lagend yang tidak kalah saing dengan konten promosi yang lain.

P : Oh jadi begitu ya kak, lalu gimana sih kak caranya biar konten dalam Instagram tersebut bisa tetap relevan untuk menyukai kuliner dan khususnya untuk UMKM?

N : Ya untuk sampai sekarang kami fokus untuk membahas dan membantu UMKM di setiap postingan yang ada di Instagram untuk memberitahukan juga informasi kepada penikmat kuliner.

P : Lalu gimana sih kak yang @madiunngemil lakukan untuk memberitahukan tentang penjualan personal terkait konten tentang UMKM di Madiun?

N : Ya tentu saja kita menggunakan Instagram, soalnya dulu saat pembuatan akun saya septian heru sebagai pemilik akun @madiunngemil yang dulunya iseng karena suka kulineran. Ternyata dengan mempromosikan melalui postingan Instagram bisa menjadi sarana promosi. Dulu itu saya sempat diberitahu sama UMKM itu katanya ada yang datang setelah melihat story dari kita. Nah, dari situ kita terfikirkan untuk mempromosikan produk UMKM menggunakan instastory

P : Baik, jadi gimana sih kak cara @madiunngemil melakukan promosi tentang UMKM ?

N : Promosi yang dilakukan melalui Upload foto dan vidio di akun kita tentang UMKM kita memberikan endorsmen mendapat cashback dari kita dengan harga yang sudah ditetapkan yaitu satu juta akan mendapatkan diskon dari kita diskon menjadi 50% untuk melakukan kerja sama

P : Baik kak, jadi pernah gak sih @madiunngemil membantu UMKM saat event dalam postingan instagram?

N : Nggak tau juga ya kak apa yang di lakukan madiun ngemil ini membantu atau tidak, tapi biasanya kalo ada event yang ada di Madiun kita datang untuk meriview jajanan bisa di lihat juga sih di postingan kita. Biasanya sih kita datang ke event itu ya untuk sekedar buat konten tapi gak jarang juga kita akan tandai penjual yang mempunyai akun instagram

P : Dalam pemasaran langsung upaya apa yang dilakukan madiun ngemil untuk mempermudah UMKM untuk melakukan kerja sama?

N : Dalam pemasaran langsung kita sudah memiliki admin yang selalu stand by untuk menjawab secara bertahap dari bawah. Kegiatan pemasaran langsung kita tujukan untuk melakukan kerjasama dengan melalui pengiriman pesan langsung melalui DM dan kontak person yang ada di link bio Instagram.

P : Fitur apa yang biasanya digunakan madiun ngemil untuk berinteraksi bersama pengikut untuk mempromosikan UMKM yang sedang bekerja sama ataupun yang dibantu oleh @madiunngemil ?

N: Kita biasanya menggunakan Instagram story yang mempunyai beberapa fitur yang digunakan untuk membuat mention kepada akun Instagram UMKM untuk bisa langsung melihat profil produk yang ada dalam akun UMKM tersebut dan juga biasanya jika ada UMKM yang tidak mempunyai akun Instagram maka kami akan memberikan informasi kontak pemesanan miliki UMKM agar dapat dilihat langsung oleh pengikut.

P : Baik kak terima kasih sekian atas waktunya dalam wawancara ini.

N : Iya kak sama-sama.

Lampiran 3 Transkrip wawancara

Nama Informan : Tio Filus Dimas
Jabatan : Co Founder Instagram @madiunngemil
Hari/Tanggal : 2 Juli 2024

a. Tio Filus Dimas

N = Narasumber

P = Pewawancara

P : hallo ka selamat siang, saya dengan Kharisma dari Uni. 17 Agustus 1945 Surabaya.

N : Hallo kak, perkenalkan juga nama saya Tio Filus

P : tadi saya sudah mewawancarai kak Septian mengenai Instagram @madiunngemil terkait promosi UMKM, jika boleh tahu peran kak Tio didalam pengelolaan Instagram @madiunngemil itu sebagai apa ya?

N : saya disini sebagai co founder yang membantu mas Septian dalam mengelola Instagram.

P : sekarang saya ingin mengetahui dari sisi kak Tio tentang isi konten Instagram @madiunngemil, dalam topik yang diangkat, target dan fokus yang dimiliki Madiun Ngemil?

N : Instagram @madiunngemil biasanya membahas tentang jajanan atau kuliner yang ada di Madiun. yang posting untuk kebutuhan konten yang bisa langsung dilihat oleh pengikut Instagram agar bisa memberikan informasi tentang pelaku usaha kecil

P : biasanya gimana sih kak konten didalam akun Instagram @madiunngemil bisa menarik perhatian pengikut untuk tertarik datang membeli produk jajanan UMKM?

N : kita bisanya sih memposting video melalui fitur reels dengan menambahkan informasi caption yang memberikan informasi detail UMKM mengenai lokasi, harga dan hastag yang bisa langsung di klik oleh pengikut untuk mempermudah pengikut mengetahui produk yang dimiliki UMKM. Dan kami biasanya juga

memposting Instagram story untuk memperkenalkan usaha yang tidak memiliki akun Instagram maka saya mencantumkan kontak person yang dapat langsung dihubungi oleh pengikut jika tertarik untuk mencoba produk tersebut.

P : lalu menurut kak Tio, apakah konten yang terkandung didalam Instagram @madiunngemil membantu UMKM dalam hal pemasaran promosi ?

N : menurut saya sih iya, karna saya sebagai salah satu admin yang ikut mengelola sering menerima direct message dari UMKM yang berterimakasih atas postingan dalam Instagram @madiunngemil yang memberitahukan informasi serta deskripsi tentang jajanan UMKM secara detail yang dapat menarik pengikut Instagram @madiunngemil langsung datang kelokasi jajanan tersebut untuk mencoba produk yang dijual.

P : lalu ada gak sih kak UMKM berkerja sama dengan Instagram @madiunngemil?

N : ya ada kak, UMKM yang mengontek kita untuk bekerja sama

P : lalu upaya apa sih kak yang bisa membantu UMKM dalam melakukan promosi produknya ?

N : ya ada kak, kita memberikan tarif kepada UMKM yang bekerja sama dengan kita dalam Instagram madiun ngemil memberikan harga satu juta disetiap postingan reels secara permanen di akun Instagram madiun ngemil

P : Apakah ada upaya lain untuk membantu UMKM dalam promosi yang dilakukan @madiunngemil?

N : biasanya kita akan membantu UMKM yang sedang memulai bisnis mereka dengan cara memberikan penawaran diskon 50% bagi seluruh pelaku usaha baru dan usaha kecil yang ingin bekerja sama dengan madiun ngemil yang bertujuan untuk meringankan biaya promosi bagi pelaku usaha baru dan UMKM.

P : Pernah ga sih kak madiun ngemil mengikuti event yang ada di Madiun?

N : Pernah kak, setiap event yang ada di madiun biasanya kita manfaatkan untuk bikin konten yaa secara nggak langsung kan untuk ikut mempromosikan dagangan yang ada di sana selama acara itu berlangsung.

P : Baik kak, Terima kasih atas waktunya sudah menyempatkan hadir

N : iya kak sama-sama

Lampiran 4 Dokumentasi



Sumber. Dokumentasi Pribadi



Sumber. Dokumentasi Pribadi

Lampiran 5 Lembar Revisi

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

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : KHARISMA ASMARA KUNSENA

NIM : 1152000246

Hari/ Tanggal Ujian : Jum'at, 29 Juni 2024

Judul Skripsi : **INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI MAMIL DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS PADA UMKM KOTA MADIUN**

Catatan Perbaikan:

Bab 1 : Urgensinya apa? menjawab - apa? ^{Brand-awareness?}

Bab 2 : Depewisi konsep perbaikan sesuai apa yang mau diteliti. (Media promosi) ^{umkm? Madiun?}

Bab 3 : Masih banyak yang kurang di penuhi. (CP)

Bab 4 : Fokus dengan pembahasan. Belum menjawab permasalahan yg diteliti. (Pembahasan I6 Blog media promo)

Bab 5 : tidak menjawab permasalahan.

Harus perbaikan secara keseluruhan.

Belum menjawab pertanyaan penelitian.

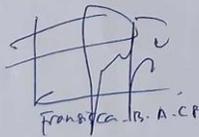
3/24 Revisi keseluruhan.

5/24

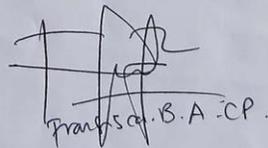
27/24

Surabaya, 28-6-24.

Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,


Fransisca B.A.C.P.

Revisi dari Dosen Penguji,


Fransisca B.A.C.P.

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

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

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : KHARISMA ASMARA KUNSENA

NIM : 1152000246

Hari/ Tanggal Ujian : Jum'at, 29 Juni 2024

Judul Skripsi : **INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI MAMIL DALAM
MENINGKATKAN BRAND AWARENESS PADA UMKM KOTA MADIUN**

Catatan Perbaikan:

Selesaikan dg Panggi

Surabaya,
Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,

Revisi dari Dosen Penguji,

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

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

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : KHARISMA ASMARA KUNSENA

NIM : 1152000246

Hari/ Tanggal Ujian : Jum'at, 29 Juni 2024

Judul Skripsi : INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI MAMIL DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS PADA UMKM KOTA MADIUN

Catatan Perbaikan: Literatur 5-10 tahun. Perhatikan & perbaiki penulisan.

Judul disipikan agar jelas penelitian dan isi dalam skripsi (Bab I-V).

Bab I: berikan masalah penelitian dan beri data penguat.

Bab II: teori belum tepat. Landasan konseptual belum lengkap, yang sudah ada uraiannya kurang.

Bab III: Subjek dan objek, dll yg dituliskan di skripsi

Bab IV-V : diperbaiki

- Masalah penelitian belum ada, data penguat juga belum ada.

- Teori tidak tepat.

- Subjek Kriteria tidak ada, teknik dalam observasi, wawancara, dokumentasi tidak ada.

- Sumber pada deskripsi objek tidak ada. Temuan belum ada.

Surabaya, 11-7-2024.....

Peretujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,

Kesimpulan belum berkaitan dengan tujuan penelitian.
Revisi dari Dosen Penguji,

DEWI SRI A.R

DEWI SRI A.R

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

Lampiran 6 Kertas 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 (60116)
 Telp. 031-5991742, 5931800 psw. 159 email : fsisp@untag-sby.ac.id

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : KHARISMA ASMARA KUNSENA
 NBI : 1152000246
 Program Studi : Ilmu Komunikasi
 Dosen Pembimbing I : Dr. Hamim, S.Sos.,M.I.Kom
 Dosen Pembimbing II : Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana, S. Sos., M. Med. Kom
 Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN "MADIUN NGEMIL" DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN UMKM DIKOTA MADIUN

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
1	5/3/24	Foto Cover		Daunt
2	6/3/24	Naras LBM	h-	
3	25/3/24	Konfirmasi LBM	h-	
4	14/3/24	Naras LBM	h-	Daunt
5	1/4/24	Kutipan	h-	
6	26/3/24	Revisi LBM & Pembahasan BAB 2.		Daunt
7	4/4/24	Revisi BAB 2 & 3.		Daunt
8	4/4/24	Kutipan Buku	h-	
9	16/5/24	Lampiran	h-	
10	16/5/24	Bimbingan pertanyaan.		Daunt

