

## LAMPIRAN

### Lampiran 1 : Protokol Wawancara

Berikut merupakan daftar pertanyaan wawancara untuk menjawab isu dalam penelitian berdasarkan Teori Manajemen Kesan. Sebelum memulai wawancara peneliti terlebih dahulu menerapkan protocol wawancara untuk menjelaskan latar belakang informan, tujuan penelitian, dan dokumentasi.

Judul Penelitian :

“ STRATEGI KOMUNIKASI BISNIS MENGGUNAKAN COLABORASI BRANDING DALAM MEMPERKUAT CORPORATE BRAND (Study Kasus Klinik Kartika Surabaya dan Badan Fertilitas Signum)”

#### *Lampiran 1 Transkrip Wawancara*

<b>NO</b>	<b>FOKUS PERTANYAAN</b>	<b>DAFTAR PERTANYAAN</b>	<b>JAWABAN</b>
1.	Pengenalan Informan	<ul style="list-style-type: none"><li>• Siapakah Informan yang peneliti wawancara ?</li><li>• Apa keterkaitan antara informan dengan corporate yang di teliti ?</li></ul>	<p>“Saya adalah Dr. S Henry Wibowo, Sp.And., MARS. Saya adalah direktur rumah sakit sekaligus penanggung jawab kerja samaklinik kartika Surabaya.”</p> <p>“Saya adalah Dr. Maya S.Kamaroekmi, Sp.OG(K)FER , kepala badan kerja sama badan fertilitas signum Surabaya.”</p>

2	Business To Business (B2B)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kolaborasi apa saja yang dilakukan oleh RS Kartika?</li> <li>• Dengan Perusahaan apa saja RS Kartika melakukan kerjasama ?</li> </ul>	<p>“Untuk kolaborasi yang dilakukan klinik dan badan fertilitas signum ini sebenarnya banyak ya, apalagi kalau kita membahas B2B , seperti contohnya catering, kita tidak punya dapur sendiri, jadi apabila ada pasien, kita langsung menghubungi pihak catering untuk menyediakan makanan. Selain itu juga ada sampah. Perlu diketahui bahwa sampah medis tidak diperbolehkan untuk disatukan dengan sampah rumah tangga, oleh karena itu kami memutuskan untuk melakukan kerja sama dengan pembuangan sampah medis, yang terakhir adalah Kerjasama B2b dengan badan Fertilitas signum yang salah satu kegunaannya adalah untuk memperkuat branding dari kedua belah pihak Perusahaan.</p>
3.	Komunikasi Pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Strategi marketing apa yang telah dilakukan RS Kartika ?</li> </ul>	<p>Saat ini strategi marketing kami masih konvensional dan ada juga yang berbasis online. Namun saat ini</p>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Strategi pemasaran bidang kesehatan mungkin akan berbeda dengan strategi pemasaran corporate lain, bagaimana cara RS Kartika melakukan pemasaran kepada pasar?</li> <li>• Siapa Target Pasar yang RS Kartika tuju ?</li> </ul>	<p>memang pemasaran berbasis online belum maksimal dikarenakan kami masih belum memiliki karyawan untuk fokus menghandle sosial media ataupun pengiklanan kami. Namun kedepannya, setelah rumah sakit sudah terbangun mungkin sekitar akhir tahun 2024 ini, Pemasaran rumah sakit sendiri berbeda dengan pemasaran Perusahaan yang bergerak di bidang lainnya, di bidang kesehatan itu tidak bisa kita mengatakan “Datang kerumah sakit kami penyakit langsung sembuh”. Tidak bisa, ada dalam kedokteran etika dalam memasarkan usaha dalam bidang kesehatan. Jadi, yang bisa kita lakukan dalam memasarkan rumah sakit adalah terus aktif dalam memberikan edukasi terkait bidang kesehatan. Contoh di rumah sakit ini, kita hanya bisa memberikan edukasi misal dirumah sakit ini terdapat teknologi USG 4D, dengan harga</p>
--	--	---	---

			<p>terjangkau ibu-ibu bisa melakukan USG di RS kami. Lalu informasi-informasi yang bersifat edukatif seperti itu kami upload ke website atau sosial media kami agar Masyarakat mengetahui eksistensi kami.</p> <p>Target pasar kami adalah di Wanita hamil , pria ,dan anak- anak. Kami memang memfokuskan untuk menangani permasalahan reproduksi keluarga mulai dari perencanaan kelahiran sampai bayi lahir dengan selamat. Oleh karena itu kelebihan rs kami adalah mendatangkan banyak spesialis yang mungkin tidak semua rumah sakit memiliki perkumpulan spesialis tersebut.</p>
<b>Management Impression Theory Dalam B2B</b>			
4.	Self Impression	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menurut Informan Kelebihan apa yang dimiliki RS sehingga Konsumen/Pasien memilih RS Kartika ?</li> <li>• Kelebihan apa yang</li> </ul>	<p>Seperti yang sudah kami jelaskan tadi, di rs kami menyediakan layanan dari perkumpulan spesialis yang dapat membantu permasalahan keluarga mulai dari perencanaan reproduksi sampai anak tersebut</p>

		<p>di miliki RS sehingga dapat terjalin nya Kerjasama antar corporate ?</p>	<p>lahir. Saat mau merencanakan kehamilan, disini kami siapkan spesialis SpOG dan Andrologi. Saat hamil pun keluhan ibu hamil banyak sekali salah satunya adalah gigi, tidak boleh sembarangan menangani gigi ibu hamil, maka dari itu kami menyediakan spesialis gigi di rumah sakit ini, saat melahirkan dan pasca melahirkan, anaknya dapat mendapatkan fasilitas dari dokter spesialis anak-anak. Semua fasilitas yang telah saya sebutkan semuanya telah di kumpulkan menjadi satu di rumah sakit ini dan badan fertilitas signum sehingga pasien atau pelanggan tidak harus di rujuk kerumah sakit lainya untuk mendapatkan fasilitas kesehatan yang di butuhkan.</p> <p>Saat melakukan negosiasi kerja sama kami dari klinik Kartika maupun badan fertilitas signum selalu menunjukan sisi kelebihan kami kepada</p>
--	--	---	---

			mitra kerja sama kami.
5.	Suplication	<ul style="list-style-type: none"> <li>Apakah RS Kartika pernah melakukan strategi markom B2B dengan menunjukkan kekurangan / sisi lemah guna menjalin Kerjasama ?</li> </ul>	<p>Kalau dari sisi badan Fertilitas Signum kami tidak pernah menunjukkan sisi lemah kami. Namun tetap menegakan azaz kejujuran dalam melakukan kerja sama dengan mitra.</p> <p>Dari sisi klinik Kartika Surabaya juga jawaban kami pun sama, yaitu tidak menggunakan strategi suplication dalam melakukan negosiasi kerja sama dengan mitra kami.</p>
6.	Ingratiation	<ul style="list-style-type: none"> <li>Apakah saat melakukan negosiasi kerja sama pihak RS Kartika menerapkan kesan ramah dengan cara memuji, tersenyum dan sebagainya ?</li> </ul>	<p>Kami dari klinik Kartika Surabaya menerapkan prinsip ramah entah itu dari sisi sikap, pelayanan maupun kualitas. Bagaimanapun kami adalah wajah dari Perusahaan yang kami wakulkan. Namun, tetap tidak berlebihan karena sesuatu yang berlebihan juga sifatnya tidak baik. Jadi ramah sesuai dengan takaran yang di butuhkan, apalagi apabila kita berbicara tentang negosiasi Kerjasama khususnya di B2B.</p>


			Kami dari badan fertilitas Signum juga menjawab jawaban yang sama dengan klinik Kartika Surabaya.
7.	Intimidation	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ataukah Sebaliknya pada saat pihak RS Kartika melakukan negosiasi kerja sama menerapkan kesan mengintimidasi dengan menonjolkan kekuatan dari Perusahaan sehingga pihak lain merasa membutuhkan ?</li> </ul>	<p>“Sebenarnya kalau di bilang mengintimidasi atau melakukan unsur paksaan agak sedikit bermakna negative apabila di dengan secara gabalang. Tapi kami klinik Kartika sering menggunakan strategi ini namun tetap mengedepankan azaz azaz menghormati dan tidak membuat paksaan yang bersifat negative. Biasanya dalam melakukan negosiasi terlebih lagi jika berbicara negosiasi kerja sama antara klinik Kartika Surabaya dan badan fertilitas signum, kami lebih mengintimidasi dalam konteks kebutuhan. Misalnya “kami punya kelebihan di A, apabila mitra tidak bekerja sama dengan kami akan sangat di sayangkan karena kelebihan kami sangat jarang di temukan di Perusahaan manapun</p>

			<p>dengan regulasi yang serupa dan menguntungkan kedua belah pihak”. Dengan begitu biasanya mitra akan merasa harus mendapatkan kesepakatan kera sama dengan kami secepatnya, kalau tidak kesempatan seperti ini tidak akan datang lagi. Begitulah kami melakukan strategi intimidation dalam negosiasi kerja sama.</p> <p>Kami setuju dengan statement tersebut – daftar fertilitas signum.</p>
8.	Exemplification	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apakah saat melakukan negosiasi kerja sama RS Kartika menjabarkan seluruh Riwayat yang telah di gapai sebelumnya ?</li> </ul>	<p>Kami berdua tidak menjabarkan seluruh Riwayat dari masing-masing Perusahaan dikarenakan dapur kami masing-masing adalah rahasia Perusahaan . namun kami tetap respect dengan keputusan tersebut.</p>
9.	Kesimpulan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dari ke -5 Strategi Manajemen Impresi yang di lakukan, RS Kartika lebih cenderung melakukan strategi yang mana ?</li> </ul>	<p>“ Klinik Kartika Surabaya adapun strategi manajemen Impresi yang frekuensinya paling sering digunakan adalah “Inimidation” dan “Exemplification”</p>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apakah Terdapat Data yang dapat membuktikan keberhasilan strategi pemasaran yang telah RSIA Kartika lakukan ?</li> </ul>	<p>“fertilitas signum juga hampir sama dengan strategi manajemen impressi yang di lakukan oleh klinik Kartika Surabaya. Yaitu “Intimidation” dan “ Self -Promotion”</p> <p>“Adapun datanya nanti akan kami berikan ya mbak rizka. Harapannya dari data yang kami berikan dapat menunjukan keberhasilan dari komunikasi bisnis kerja sama kami.”</p>
--	--	---	---

\*Pertanyaan dapat berkembang seiring dengan jawaban narasumber.

Lampiran 2 Kartu Bimbingan Skripsi



**UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
 Program Studi: • Administrasi Publik • Administrasi Dasar • Ilmu Komunikasi  
 • Manajemen Sistem Publik • Magister Ilmu Komunikasi • Doktor Ilmu Administrasi  
 Gedung F. 101 Jl. Saragatwaru 45 Surabaya (60118)  
 Telp. 031-5921742, 5921800 psw. 159 email: fkip@untag-sby.ac.id

---

**KARTU BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Rika Amelia  
 NBI : 1152000312  
 Program Studi : Ilmu Komunikasi  
 Dosen Pembimbing I : Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom., M.Med.Kom  
 Dosen Pembimbing II : Muchamad Rizqi, S.I.Kom., M.Med.Kom

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Bisnis Kolaborasi Branding Dalam Memperkuat Corporate Brand (Study Kasus RSIA Kartika Surabaya dan Klinik Fertilitas Signum)

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dosen 1	Paraf Dosen 2
1.	6/2024 /03	Bab 1 : • Latar belakang diperkuat • Metodologi penelitian disesuaikan.		<i>M. Rizqi</i>
2.	20/2024 /03	• Kerangka berfikir direvisi • Penelitian terdahulu + (B2B)	<i>M. Rizqi</i>	<i>M. Rizqi</i>
3.	27/2024 /03	• Latar belakang ditambahkan karena terlalu sedikit.		<i>M. Rizqi</i>
4.	28/2024 /03	• kalimat pada tujuan penelitian diubah menjadi mendeskripsikan		<i>M. Rizqi</i>
5.	22/24 /04	Lanjut BAB III		<i>M. Rizqi</i>
6.			<i>M. Rizqi</i>	
7.		Ace Bab 1-3 Lengkap dan mbrn.	<i>M. Rizqi</i>	
8.	6/24 /6	Analisis Data & Kerjakan BAB V		<i>M. Rizqi</i>
9.	7/24 /6	BAB V		
10.		Revisi BAB	<i>M. Rizqi</i>	



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
 Program Studi • Administrasi Publik • Administrasi Dana • Ilmu Komunikasi  
 • Magister Administrasi Publik • Magister Ilmu Kesehatan • Doktor Ilmu Administrasi  
 Gedung F 101 Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)  
 Telp. 031-5991742, 5931800 pswh, 109 email: fasp@untag-sby.ac.id

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Pagar Dosen 1	Pagar Dosen 2
11.	14/6 2019	ACC 2-5 M. W. R.	[Signature]	
12.	19/6	ACC Sidang		[Signature]

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

Bimbingan dinyatakan telah selesai  
 Tanggal : 14/6 2019

Dosen Pembimbing I  
 [Signature]  
 M. W. R.

Dosen Pembimbing II  
 [Signature]  
 Much Rizqi

*Lampiran 3 Surat Keterangan 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:613/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) Surabaya

Nama : Moh. Dey Prayogo, S.I.Kom., M.I.Kom  
 NPP : 20150220869

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Rizka Amelia  
 NBI : 1152000312

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, 21 Juni 2024

Mengetahui  
 Kepala Lab. Otda,

  
 ADMINISTRASI PUBLIK  
 UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945  
 SURABAYA  
**Dida Rahmadanik, S.AP, M.AP**

PIC Uji Plagiasi

  
**Moh. Dey Prayogo, S.I.kom., M.I.Kom**

*Lampiran 5 Lembar Revisi Sidang Skripsi ( Dosen Pembimbing )*

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

**LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI**

Nama : Rizka Amelia

NIM : 1152000312

Hari / Tanggal Ujian : Jumat, 29 Juni 2024

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Bisnis Menggunakan Collaborasi Branding Dalam Memperkuat Corporate Brand (Study kasus Klinik Kartika Surabaya dan Badan Fertilitas Signum)

Catatan Perbaikan:

AMELIA LMIANI → RIZKA

---



---



---



---



---



---



---



---




---




---

Surabaya, 8 Juli 2024  
Pembetulan Dosen Penguji: Telah Revisi/Perbaikan

Revisi dari Dosen Pembimbing

  
M. Idris P.

  
M. Idris P.

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

*Lampiran 6 Lembar Revisi Sidang Skripsi ( Dosen Penguji 1 )*

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

**LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI**

Nama : Rizka Amelia

NIM : 1152000312

Nama Pengantar :  
Nama Pengantar :  
Nama Pengantar :  
Nama Pengantar :

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Bisnis Menggunakan Collaborasi Branding Dalam Memperkuat Corporate Brand (Study kasus Klinik Kartika Surabaya dan Badan Fertilitas Signum)

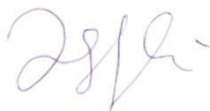
Catatan Perbaikan:

\*) Bagaimana Co-Branding selama ini bagaimana?

\*)

Surabaya, 8 Juli 2024  
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.

## Lampiran 7 Lembar Revisi Sidang Skripsi ( Dosen Penguji 2

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

## LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Rizka Amelia

NIM : 1152000312

hari / tanggal Ujian : Jumat, 29 Juni 2024

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Bisnis Menggunakan Collaborasi Branding Dalam Memperkuat Corporate Brand (Study kasus Klinik Kartika Surabaya dan Badan Fertilitas Signum)

Catatan Perbaikan:

\* Typo k format penulisannya bisa diperbaiki lagi ya.

Surabaya, 28 Juni 2024  
 Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,

Revisi dari Dosen Penguji,

Nara Garini A

Nara Garini A

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