

LAMPIRAN 1

RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

Nama : Sheila Nur Alfiyah
Tempat, Tanggal Lahir : Cirebon, 28 November 1998
Jenis Kelamin : Perempuan
Status : Lajang
Agama : Islam
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat : Jalan KH. Agus Salim GG Pandawa 2.
Palimanan. Cirebon
No. Telpn/HP : 087729297005
Email : sheilanalfiyah@gmail.com

B. Latar Belakang Pendidikan

SDN 3 Palimanan Kab. Cirebon : Lulus Tahun 2011
SMPN 1 Palimanan Kab. Cirebon : Lulus Tahun 2014
SMAN 1 Palimanan Kab. Cirebon : Lulus Tahun 2017
Universitas Pasundan Bandung : Lulus Tahun 2021

C. Pengalaman Organisasi

Anggota HimaKom FISIP UNPAS : Tahun 2017-2018
Member Komunitas NETGoodPeople Bandung : Tahun 2018-2021
Anggota BEM FISIP UNPAS : Tahun 2019-2020

LAMPIRAN 2

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya, skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (Sarjana, Magister atau Doctor) baik di Universitas Pasundan maupun Universitas lainnya;
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing dan arahan penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka;
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Bandung, 8 Juni 2021



Sheila Nur Alfiyah

NPM 172050361

LAMPIRAN 3

PEDOMAN WAWANCARA AHLI

1. Situation

- Bagaimana positioning coffee shop mantera corner untuk bersaing dengan para kompetitor lainnya?
- Apa yang menjadi kelebihan dari coffee shop mantera corner dengan coffee shop lainnya khususnya di Cirebon?

2. Objectives

- Media sosial apa saja yang di gunakan untuk mendukung strategi komunikasi pemasaran mentera corner dalam meningkatkan jumlah konsumen?
- Apakah sudah objektives tujuan dari digunakannya strategi komunikasi pemasaran oleh mentera corner?
- Apakah strategi marketing yang dilakukan oleh coffe shop mentera corner sudah efektif khususnya di media sosial Instagram?

3. Strategy

- Bagaimana cara untuk mencari attention dari target marketnya melalui media sosial?
- Apakah strategi mentera corner dalam mempromosikan di media sosial instagram sudah sesuai dengan segmentasi yang mereka tuju?
- Strategi apa yang digunakan mantera corner dalam meningkatkan minat pengunjung khususnya di media sosial Instagram?

4. Tactics

- Apa alasan mentera corner menggunakan media sosial Instagram dalam strategi komunikasi pemasarannya?
- Bentuk iklan seperti apa saja yang dibuat oleh mentera corner pada media sosial Instagram?
- Promosi-promosi apa yang diberikan mantera corner dalam meningkatkan minat pengunjung?

5. Action

- Bagaimana cara coffee shop mentera corner dalam meningkatkan minat pengunjung khususnya di media sosial instagram?

6. Control

- Bagaimana cara mentera corner mengukur keberhasilan strategi marketingnya? Khususnya dari sosial media instagram? (Seperti like, share, comen)
- Apakah promosi di media sosial instagram mentera corner dirasa cukup dalam meningkatkan minat pengunjung? Kalo belum melalui media apa lagi mentera corner mempromosikannya
- Apa saja hambatan yang dirasakan untuk menjalankan strategi komunikasi pemasaran?
- Bagaimana segmentasi yang diterapkan oleh mentera corner?

LAMPIRAN 4
PEDOMAN WAWANCARA PENDUKUNG

1. Dari mana anda mengetahui coffee shop mantera corner ini?
2. Apa yang menjadi alasan anda untuk mengunjungi mantera corner ini?
3. Apa yang membedakan mantera corner dengan coffee shop lainnya?
4. Bagaimana tanggapan anda mengenai sosial media instagram mentera corner?
5. Apakah anda mengetahui atau pernah menggunakan promo yang diadakan di media sosial Instagram mentera corner? Kalau iya, pada saat promosi apa?
6. Bagaimana menurut pendapat anda mengenai mantera corner itu sendiri apakah sudah cukup baik/puas dari segi pelayanan tempat dll atau ada kekurangannya?

LAMPIRAN 5

PEDOMAN WAWANCARA AKADEMISI

1. Bagaimana strategi komunikasi pemasaran mentera corner, apakah sudah efektif?
2. Bagaimana segmentasi yang diterapkan oleh mentera corner?
3. Bagaimana promosi yang dilakukan mentera corner di sosial media Instagram sudah efektif?
4. Apakah media sosial khususnya instagram sudah bisa dikatakan efektif dalam strategi komunikasi pemasaran?
5. Bentuk promosi seperti apa yang efektif digunakan di sosial media instagram?
6. Bagaimana strategi komunikasi yang tepat dalam melakukan pendekatan kepada konsumen khususnya di media sosial instagram?
7. Strategi pemasaran apa yang harus dilakukan oleh mantera corner jika kegiatan promosi/strategi pemasaran yang dilakukan di media sosial instagram tidak berjalan sesuai harapan?
8. Hal apa yang harus dipersiapkan dan diperhatikan dalam menentukan tempat dan saluran distribusi pemasaran yang tepat dimasa yang akan datang?
9. Apakah positioning yang dilakukan mantera corner sudah dikatakan mampu bersaing dengan coffee shop lainnya?

LAMPIRAN 6
DOKUMENTASI PENELITIAN DENGAN INFORMAN



Informan Ahli
Afrizal Agustian



Informan Ahli
Budi Santoso



Informan Pendukung
Desi Rita Sari



Informan Pendukung
Reggina Dwi Pratiwi

LAMPIRAN 7
DOKUMENTASI PENELITIAN DENGAN INFORMAN



Informan Pendukung
Reggina Dwi Pratiwi