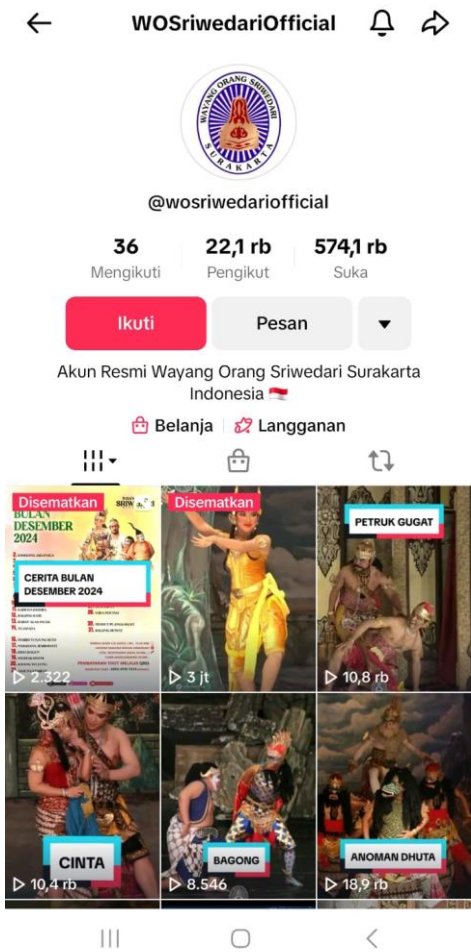


Level brand awareness

Strategy	Unggahan	Keterangan	Apakah melalui unggahan disamping terkait WOS dapat dipahami?		Apakah unggahan disamping memerlukan penjelasan untuk dapat mengingatkan kembali terhadap citra WOS		Apakah unggahan disamping tidak memerlukan penjelasan untuk mengingatkan kembali pada Wayang Orang Sriwedari		Apakah unggahan disamping langsung mengingatkan kita pada Wayang Orang Sriwedari	
			Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Tidak

a. <i>Pull Strategy</i>		Gambar di samping merupakan gambar tangkapan layar dari akun Instagram @wayang_orang_sriwedari. Pada gambar di atas ditampilkan jadwal berupa flyer pertunjukan di Gedung Wayang Orang Sriwedari. Flyer pertunjukan berisi judul lakon, nama sutradara, gambar tokoh utama, nomor reservasi tiket. Selain itu gambar di atas juga memuat informasi terkait lokasi Gedung Wayang Orang Sriwedari dan akun media sosial <i>threads</i> milik wayang orang Sriwedari. Selanjutnya, Instagram @wayang_orang_sriwedari juga menampilkan sorotan-sorotan yang berisi jadwal-jadwal pertunjukan yang telah							
--------------------------------	--	---	--	--	--	--	--	--	--

		lalu untuk memudahkan pengikut mengetahui judul lakon yang telah ditampilkan. Instagram @wayang_orang_sriwedari sudah memiliki pengikut sebanyak 44,3 ribu dan unggahan sebanyak 3.783.								
--	--	---	--	--	--	--	--	--	--	--



Gambar di atas merupakan tangkapan layar dari akun TikTok milik @WOSriwedariOfficial. Pada gambar di atas ditampilkan potongan video pertunjukan Wayang Orang Sriwedari sebagai salah satu cara mempromosikan pertunjukan Wayang Orang Sriwedari pertunjukan Wayang Orang Sriwedari kepada penonton. Selain itu, pada akun TikTok tersebut juga ditampilkan jadwal pertunjukan selama satu bulan sehingga memudahkan pengikut untuk mengetahui judul lakon yang akan dipentaskan. Pada akun tersebut ditulis keterangan yang menunjukkan bahwa akun TikTok tersebut

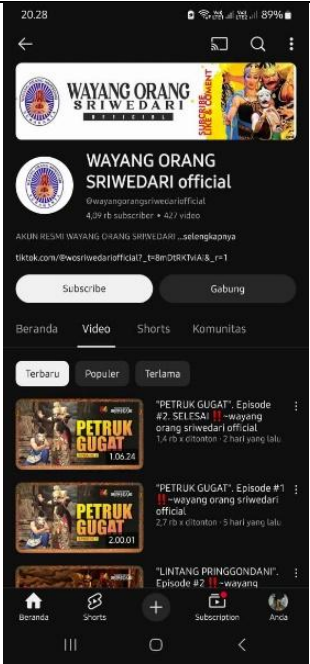
		merupakan akun resmi milik Wayang Orang Sriwedari. Akun TikTok wayang orang sriwedari telah di ikuti oleh 22,1 ribu pengikut dan telah disukai sebanyak 574,1 ribu kali.								
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

		Gambar di atas merupakan tangkapan layar dari salah satu unggahan TikTok @WOSriwedariOfficial. Unggahan tersebut menampilkan potongan video lakon pada pertunjukan Wayang Orang Sriwedari. <i>Caption</i> tersebut menjelaskan tentang maksud dari potongan video, yaitu tentang tokoh Hanoman yang masuk ke dalam perut raksasa Bernama Wilkataksini. Adanya <i>caption</i> tersebut dapat memudahkan penonton untuk menangkap maksud dari video postingan. Selain itu, unggahan TikTok @WOSriwedariOfficial juga menampilkan tagar-tagar yang memuat tentang Wayang								
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

		Orang Sriwedari. Unggahan tersebut sudah di sukai sebanyak 1.134 kali dan komentar sebanyak 15 kali. Selain itu, video tersebut telah disimpan sebanyak 89 kali dan dibagikan sebanyak 51 kali.								
		Gambar di atas merupakan salah satu upaya branding Wayang Orang Sriwedari yang dilakukan oleh salah satu pemain Wayang Orang Sriwedari. Gambar tersebut merupakan siaran langsung (<i>live</i>) pertunjukan Wayang Orang Sriwedari melalui TikTok oleh akun @RihjalSurya yang telah ditonton langsung oleh 661 orang, dan disukai sebanyak 76.8 ribu kali. Selain itu, terdapat juga reaksi langsung dari penonton berupa komentar yang dibalas secara langsung oleh pemegang akun TikTok tersebut.								

			Siaran langsung (<i>live</i>) TikTok di atas juga telah dibagikan sebanyak 54 kali.								
			Gambar di atas merupakan tangkapan layar dari grub WhatsApp Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar) Kota Surakarta. Gambar di atas adalah flayer pertunjukan Wayang Orang Sriwedari. Keberadaan flayer tersebut mengharapakan seluruh pegawai Disbudpar Kota Surakarta dapat membranding pertunjukan Wayang Orang Sriwedari melalui media sosial masing-masing terutama WhatsApp. Hal ini disebabkan <i>Public Relations</i> Wayang Orang Sriwedari juga memanfaatkan WhatsApp untuk melakukan publikasi. Publikasi di WhatsApp tidak hanya dilakukan oleh pemain Wayang Orang Sriwedari sendiri tetapi juga oleh pegawai Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar) Kota Surakarta sehingga setiap jadwal pertunjukan akan di bagikan melalui grub besar kedinasan yang memudahkan semua pegawai Disbudpar melakukan upaya publikasi pertunjukan Wayang Orang Sriwedari dengan membagikan ke <i>story</i> WhatsApp masing-masing								

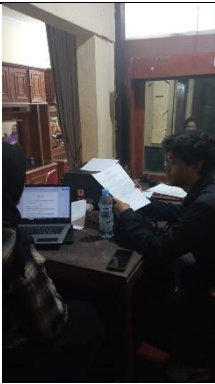
		Public Relations Wayang Orang Sriwedari juga melakukan publikasi eksternal dengan berkolaborasi dengan salah satu komunitas, yaitu komunitas pecinta Wayang Orang Sriwedari dengan akun @sedulurwos. Gambar di atas merupakan akun forum kolektif bagi penggemar Wayang Orang Sriwedari. Akun tersebut sudah di ikuti sebanyak 460 pengikut dan sudah mengunggah sebanyak 45 postingan. Akun di atas berisi informasi-informasi dan kegiatan diluar pentas Wayang Orang Sriwedari. Akun tersebut juga berisi sorotan Instagram yang memuat tentang kegiatan dibalik Wayang Orang Sriwedari seperti diskusi umum, pameran, berita seputar WOS, dan kegiatan lain yang dikemas dengan lebih menarik.								
--	---	---	--	--	--	--	--	--	--	--

		. Gambar di atas merupakan tangkapan layar akun youtube milik Wayang Orang Sriwedari. Akun tersebut berisi publikasi berupa pertunjukan Wayang Orang Sriwedari dan <i>short</i> tentang potongan adegan-adegan pada Wayang Orang Sriwedari. Akun youtube tersebut sudah di <i>subscribe</i> sebanyak 4.09 ribu orang dan postingan sebanyak 427 video. Publikasi youtube tersebut menampilkan lakon-lakon Wayang Orang Sriwedari secara utuh, sehingga memudahkan publik yang berada diluar Kota Solo untuk dapat menonton pertunjukan Wayang Orang Sriwedari melalui online. Publikasi tersebut diharapkan dapat menarik minat penonton untuk datang langsung ke Gedung Wayang Orang Sriwedari untuk menonton pertunjukan secara langsung.								
--	---	--	--	--	--	--	--	--	--	--

b. <i>Push Strategy</i>		Gambar di atas merupakan tangkapan layar dari <i>direct message</i> (DM) di Instagram @Wayang_Orang_Sriwedari. Pada gambar di atas publik menyampaikan keluhan kesah kepada admin Instagram @Wayang_Orang_Sriwedari. Segala bentuk masukan kritik dan saran yang disampaikan melalui <i>direct message</i> (DM) dibalas oleh pengelola akun Instagram @Wayang_Orang_Sriwedari sehingga terjadi komunikasi timbal balik yang diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, memperkuat hubungan dengan pelanggan, dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Dengan membalas							
--------------------------------	---	--	--	--	--	--	--	--	--

		cepat pesan yang diterima, hal ini dapat membuat khalayak merasa didengarkan dan dihargai melalui balasan yang cepat cenderung membuat costomer memandang merek secara positif.								
		Gambar di atas merupakan tangkapan layar dari grub Whatsapp Wayang Orang Sriwedari. Pada gambar diatas keluhan dan masukan dari penonton Wayang Orang Sriwedari disampaikan dan ditanggapi sebagai bahan evaluasi. Pada gambar diatas beberapa keluhan dari penonton selama pertunjukan disampaikan di grub whatsapp. Salah satu yang dievaluasi adalah keluarnya								

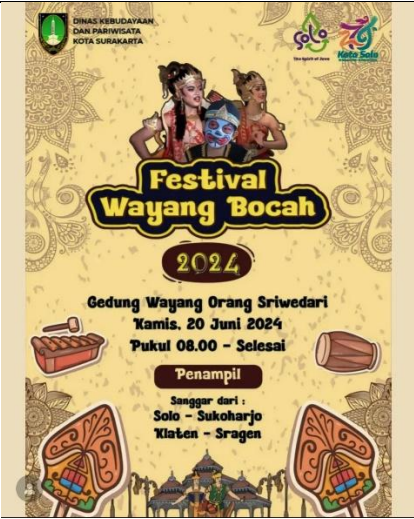
		kata-kata yang kurang pantas sehingga membuat penonton tidak nyaman. Evaluasi memainkan peran penting dalam mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan. Evaluasi dapat mengukur kinerja sebuah institusi untuk mengetahui apa yang perlu diperbaiki dan ditingkatkan. Evaluasi juga dapat membangun komunikasi yang efektif dan membangun hubungan baik antara instansi dengan khalayak sehingga dapat meningkatkan kualitas dan kualitas instansi, khususnya Gedung Wayang Orang Sriwedari.								
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

		Gambar diatas adalah kegiatan praktik magang dari salah satu perguruan tinggi yang dilaksanakan di Gedung Wayang Orang Sriwedari. Kegiatan magang ini dimanfaatkan dengan baik oleh Gedung Wayang Orang Sriwedari untuk memunculkan gagasan-gagasan baru sebagai bekal branding untuk Gedung Wayang Orang Sriwedari								
		Gambar diatas merupakan tangkapan layar salah satu postingan dari akun Instagram @sedulur.wos yang memuat informasi tentang malam keakraban sedulur WOS. Unggahan tersebut menjelaskan tentang kegiatan malam keakraban/malam paseduluran antara penggemar Wayang Orang Sriwedari dan pemain Wayang Orang Sriwedari. Unggahan tersebut juga memuat tentang								

		narasumber yang akan menemani penggemar dalam mengetahui lebih lanjut sisi lain Wayang Orang Sriwedari, harga tiket masuk, tanggal dilaksanakan kegiatan, hari dan tanggal dilaksanakannya kegiatan, dan <i>contact person</i>. Kegiatan yang disebarkan dengan flayer diatas membuka peluang untuk berdiskusi bagi penggemar dan pemain Wayang Orang Sriwedari sehingga dapat menciptakan branding terbaik untuk meningkatkan pelayanan pada Wayang Orang Sriwedari.								
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

c. <i>Pass Strategy</i>		Gambar di atas merupakan tangkapan layar flayer pertunjukan festifal wayang orang nasional 2023 yang dilaksanakan di Taman Budaya Raden Saleh, Kota Semarang. Pada flayer di atas menunjukkan bahwa Wayang Orang Sriwedari melakukan pementasan pada jam 19.05 dengan lakon “Saratalpa”. Selain itu, Wayang Orang Sriwedari juga melakukan pertunjukan di luar Gedung Wayang Orang Sriwedari yang di adakan di Kota Solo yakni di Taman Balekambang Surakarta. Kegiatan ini memanfaatkan Taman Balekambang Surakarta untuk menunjukkan kepada publik bahwa Wayang Orang								
--------------------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

		Sriwedari masih eksis di era sekarang ini.								
		Gambar di atas merupakan kegiatan “ekstra” yang di gelar di Gedung Wayang Orang Sriwedari. Kegiatan “ekstra” ini dilaksanakan setiap akhir pekan dan di isi oleh sanggar-sanggar seni yang ada di dalam maupun luar Kota Surakarta. Melalui kegiatan ekstra ini diharapkan dapat menciptakan reputasi baik di Gedung Wayang Orang Sriwedari. Masyarakat yang memiliki sanggar karawitan maupun sanggar tari dapat melakukan pementasan di Gedung Wayang Orang Sriwedari, dengan ini Gedung Wayang Orang Sriwedari dapat menunjukan eksistensinya sebagai salah satu pertunjukan wayang orang yang masih eksis di Jawa Tengah khususnya Kota Surakarta								

		Gambar di atas merupakan flayer pertunjukan festifal wayang bocah yang digelar oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata yang bertempat di Gedung Wayang Orang Sriwedari. Pada flayer di atas memuat informasi berupa tempat pertunjukan yang di gelar di Gedung Wayang Orang Sriwedari								
--	---	---	--	--	--	--	--	--	--	--

- *Unware of Brand* (tidak menyadari *brand*) adalah tingkat paling rendah dalam piramida *brand awareness* di mana konsumen tidak menyadari adanya suatu *brand*.
- *Brand Recognition* (pengenalan *brand*) adalah tingkat minimal *brand awareness*, di mana pengenalan suatu *brand* muncul lagi setelah dilakukan pengingatan kembali lewat bantuan (*aided recall*).
- *Brand Recall* (pengingatan kembali *brand*) adalah pengingatan kembali *brand* tanpa bantuan (*unaided recall*).

- *Top of Mind* (puncak pikiran) adalah *brand* yang disebutkan pertama kali oleh konsumen atau yang pertama kali muncul dalam benak konsumen, atau *brand* tersebut merupakan *brand* utama dari berbagai *brand* yang ada dalam benak konsumen.

Strategi	Data	R1			R2			R3			R4			R5			
		U	RG	RL	TOM	U	RG	RL	TOM	U	RG	RL	TOM	U	RG	RL	TOM
PULLSTRATEGY	1				V	V				V				V			
	2	V				V				V				V			
	3	V				V	V			V				V			V
	4	V				V	V			V				V			
	5	V				V			V					V			
	6	V				V				V				V			
	7	V				V				V				V			V
PUSHSTRATEGY	1				V	V				V				V			
	2	V				V			V					V			
	3	V				V				V				V			
	4	V				V				V				V			
PASSSTRATEGY	1	V				V		V		V				V			V
	2	V				V				V				V			
	3	V				V				V				V			
PULLSTRATEGY	U	86%	0%	0%	71%	U	0%	29%	0%	86%	U	0%	14%	57%	0%	0%	71%
	RG					RG				RG				RG			
	RL					RL				RL				RL			
	TOM					TOM				TOM				TOM			
KESIMPULAN	U	74%															
	RG	0%															
	RL	6%															
	TOM	20%															
PUSHSTRATEGY	U				U	U	0%	0%	0%	U	0%	0%	0%	U	0%	0%	0%
	RG				RG	RG				RG				RG			
	RL				RL	RL				RL				RL			
	TOM				TOM	TOM				TOM				TOM			
KESIMPULAN	U	90%				U				U				U			
	RG	0%				RG				RG				RG			
	RL	0%				RL				RL				RL			
	TOM	10%				TOM				TOM				TOM			
PASSSTRATEGY	U				U	U	0%	0%	0%	U	0%	0%	0%	U	0%	0%	0%
	RG				RG	RG				RG				RG			
	RL				RL	RL				RL				RL			
	TOM				TOM	TOM				TOM				TOM			
KESIMPULAN	U	80%				U				U				U			
	RG	0%				RG				RG				RG			
	RL	7%				RL				RL				RL			
	TOM	13%				TOM				TOM				TOM			



FAKULTAS SOSIAL, HUMANIORA, DAN SENI UNIVERSITAS SAHID SURAKARTA

Jl. Adi Sucipto No. 145, Solo 57144, Indonesia
Tel. +62 - (0)271 - 743493, 743494, Fax. +62 - (0)271 - 742047
www.usahidsolo.ac.id

Nomor : 485/D/FSHS/Usahid-Ska/XII/2024
Lampiran :
Perihal : **Permohonan Ijin Pengambilan Data Penelitian Skripsi / Tugas Akhir**

Kepada Yth.

Bapak/Ibu Pimpinan Gedung Wayang Orang Sriwedari-Dinas Pariwisata Kota Surakarta
Jl. Kebangkitan Nasional, No.15 Sriwedari No.15, Sriwedari
Kec. Laweyan, Kota Surakarta, Jawa Tengah 57141

Dengan hormat,

Guna memenuhi persyaratan perkuliahan Program S-1 di Universitas Sahid Surakarta, mahasiswa diwajibkan untuk menempuh Skripsi / Tugas Akhir. Dimana perlu diadakannya pengambilan data penelitian di instansi yang terkait dengan bidang keilmuan yang ditekuni.

Dalam rangka melaksanakan kegiatan tersebut, bersama ini kami menyampaikan permohonan ijin bagi mahasiswa kami untuk dapat melakukan pengambilan data penelitian di instansi yang Bapak/Ibu pimpin. Adapun data mahasiswa tersebut adalah sebagai berikut:

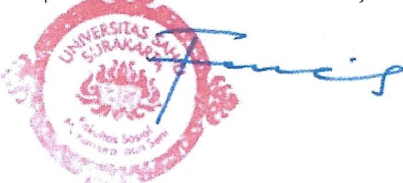
Nama	: Fauzi Nanda Saputra
Nomor Induk Mahasiswa	: 2021071016
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi	: Strategi Marketing Public Relations Wayang Orang Sriwedari Dalam Membangun Brand Awareness Melalui Media Sosial Instagram
Waktu Penelitian	: 6 Januari 2025 s/d 31 Januari 2025

Demikian atas perhatian dan kerja sama yang baik, kami mengucapkan terima kasih.

Surakarta, 12 Desember 2024

Mengetahui,

Dekan Fakultas Sosial, Humaniora dan Seni



Faqih Purnomosidi, S.Psi., M.Si
NIDN. 0602058801



PEMERINTAH KOTA SURAKARTA
DINAS KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA

Jalan Brigjen Slamet Riyadi No. 275 Surakarta, Telp. (0271) 711435, Fax. (0271) 711435
Website : www.pariwisatasolo.surakarta.go.id – www.solocity.travel
E-mail : disbudpar@surakarta.go.id
SURAKARTA
57141

SURAT KETERANGAN

Nomor : B/PN.01/1260

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Drs. Aryo Widyandoko, M.H
NIP : 197105101990031002
Jabatan : Kepala Dinas
Unit Kerja : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota
Surakarta

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Fauzi Nanda Saputra
No. Identitas : 331107102504030003
Instansi : Universitas Sahid Surakarta

Telah melaksanakan penelitian pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta tanggal 06 Januari 2025 – 31 Januari 2025 dan melaksanakan tugas dengan baik selama penelitian terkait dengan Strategi *Marketing Public Realtions* Gedung Wayang Orang Sriwedari dalam Membangun *Brand Awareness* melalui Media Sosial Instagram

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sesungguhnya dan sebenar – benarnya untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Surakarta, 14 Mei 2025
Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata
Kota Surakarta



Ditandatangani secara
elektronik oleh:

Drs. Aryo Widyandoko, M.H
Pembina Utama Muda
NIP. 19710510 199003 1 002

BUKU KONSULTASI SKRIPSI / TA



Universitas Sahid Surakarta

Jl. Adi Sucipto 154, Solo 57144, Indonesia

Telp. +62 - (0)271-743493, 743494, Fax. +62 - (0)271-742047

FAKULTAS SOSIAL, HUMANIORA dan SENI

NAMA : FAUZI NANDA SAPUTRA
NIM : 2021071016
PROGRAM STUDI : ILMU KOMUNIKASI
JUDUL SKRIPSI / TA : STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS GEDUNG WAYANG ORANG SRIWEDARI
DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS MELALUI MEDIA SOSIAL



KONSULTASI SKRIPSI / TUGAS AKHIR

NO	HARI/TANGGAL	DOSEN PEMBIMBING	BAB/HAL	URAIAN	TANDA TANGAN
1.	Rabu, 16 Oktober 2024	Dr. Rahmat Wisudawanto, S.S., M.Hum	BAB I	Latar Belakang	1. <i>R</i>
2.	Rabu, 30 Oktober 2024	Dr. Rahmat Wisudawanto, S.S., M.Hum	BAB I	Latar Belakang	2. <i>R</i>
3.	Rabu 6, November 2024	Dr. Rahmat Wisudawanto, S.S., M.Hum	BAB I	Rumusan Masalah	3. <i>R</i>
4.	Rabu, 20 November 2024	Dr. Rahmat Wisudawanto, S.S., M.Hum	BAB I	Tujuan dan Manfaat Penelitian	4. <i>R</i>
5.	Rabu, 11 Desember 2024	Dr. Rahmat Wisudawanto, S.S., M.Hum	BAB II	Penelitian Terdahulu	5. <i>R</i>
6.	Rabu, 8 Januari 2025	Dr. Rahmat Wisudawanto, S.S., M.Hum	BAB II	Tinjauan Pustaka	6. <i>R</i>

NO	HARI/TANGGAL	DOSEN PEMBIMBING	BAB/HAL	URAIAN	TANDA TANGAN
7.	Rabu, 15 Januari 2025	Dr. Rahmat Wisudawanto, S.S., M.Hum	BAB II	Kerangka Berpikir	7. <i>R</i>
8.	Rabu, 5 Februari 2025	Dr. Rahmat Wisudawanto, S.S., M.Hum	BAB III	Metodologi Penelitian	8. <i>R</i>
9.	Rabu, 12 Maret 2025	Dr. Rahmat Wisudawanto, S.S., M.Hum	BAB III	Metodologi Penelitian	9. <i>R</i>
10.	Selasa, 8 April 2025	Dr. Rahmat Wisudawanto, S.S., M.Hum	BAB III	Metodologi Penelitian	10. <i>R</i>
11.	Senin, 14 April 2025	Dr. Rahmat Wisudawanto, S.S., M.Hum	BAB IV	Pembahasan analisis	11. <i>R</i>
12.	Kamis, 17 April 2025	Dr. Rahmat Wisudawanto, S.S., M.Hum	BAB IV	Pembahasan analisis Strategi MPR	12. <i>R</i>
13.	Rabu, 23 April 2025	Dr. Rahmat Wisudawanto, S.S., M.Hum	BAB IV	Pembahasan Analisis Brand Awareness	13. <i>R</i>
14	Rabu, 7 Mei 2025	Dr. Rahmat Wisudawanto, S.S., M.Hum	BAB V	Kesimpulan dan Saran	14. <i>R</i>

Acc fiday skripsi

Mw

BUKU KONSULTASI SKRIPSI / TA



Universitas Sahid Surakarta

Jl. Adi Sucipto 154, Solo 57144, Indonesia

Telp. +62 - (0)271-743493, 743494, Fax. +62 - (0)271-742047

FAKULTAS SOSIAL, HUMANIORA dan SENI

NAMA : FAUZI NANDA SAPUTRA
NIM : 2021071016
PROGRAM STUDI : ILMU KOMUNIKASI
JUDUL SKRIPSI / TA : STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS GEDUNG WAYANG ORANG SRIWEDARI
DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS MELALUI MEDIA SOSIAL



KONSULTASI SKRIPSI / TUGAS AKHIR

NO	HARI/TANGGAL	DOSEN PEMBIMBING	BAB/HAL	URAIAN	TANDA TANGAN
1.	Jumat, 18 Oktober 2024	Esfandani Peni Indreswari, S.I.Kom.,M.I.Kom	BAB I	Latar Belakang	1. 
2.	Kamis, 31 Oktober 2024	Esfandani Peni Indreswari, S.I.Kom.,M.I.Kom	BAB I	Latar Belakang	2. 
3.	Jumat 8, November 2024	Esfandani Peni Indreswari, S.I.Kom.,M.I.Kom	BAB I	Rumusan Masalah	3. 
4.	Jumat, 15 November 2024	Esfandani Peni Indreswari, S.I.Kom.,M.I.Kom	BAB I	Tujuan dan Manfaat Penelitian	4. 
5.	Kamis, 12 Desember 2024	Esfandani Peni Indreswari, S.I.Kom.,M.I.Kom	BAB II	Penelitian Terdahulu	5. 
6.	Kamis, 9 Januari 2025	Esfandani Peni Indreswari, S.I.Kom.,M.I.Kom	BAB II	Tinjauan Pustaka	6. 

NO	HARI/TANGGAL	DOSEN PEMBIMBING	BAB/HAL	URAIAN	TANDA TANGAN
7.	Kamis, 16 Januari 2025	Esfandani Peni Indreswari, S.I.Kom.,M.I.Kom	BAB II	Kerangka Berpikir	7. 
8.	Rabu, 12 Februari 2025	Esfandani Peni Indreswari, S.I.Kom.,M.I.Kom	BAB III	Metodologi Penelitian	8. 
9.	Kamis, 13 Maret 2025	Esfandani Peni Indreswari, S.I.Kom.,M.I.Kom	BAB III	Metodologi Penelitian	9. 
10.	Rabu, 9 April 2025	Esfandani Peni Indreswari, S.I.Kom.,M.I.Kom	BAB III	Metodologi Penelitian	10. 
11.	Selasa, 15 April 2025	Esfandani Peni Indreswari, S.I.Kom.,M.I.Kom	BAB IV	Pembahasan analisis	11. 
12.	Senin, 21 April 2025	Esfandani Peni Indreswari, S.I.Kom.,M.I.Kom	BAB IV	Pembahasan analisis Strategi MPR	12. 
13.	Jumat, 25 April 2025	Esfandani Peni Indreswari, S.I.Kom.,M.I.Kom	BAB IV	Pembahasan Analisis Brand Awareness	13. 
14	Jumat, 9 Mei 2025	Esfandani Peni Indreswari, S.I.Kom.,M.I.Kom	BAB V	Kesimpulan dan Saran	14. 

Acc Sidang Skripsi
-  -