



LAMPIRAN

KUESIONER PENELITIAN

Judul Penelitian : STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS
GRAND SONDOKORO DALAM MEMBANGUN
BRAND AWARENESS MELALUI INSTAGRAM

Nama Peneliti : Meutia Rahmadhania Fatika
NIM : 2016071011
Telp/HP : 0895332424608
Fakultas : Sosial, Humaniora, dan Seni
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Penelitian di bidang ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi *marketing public relations* Grand Sondokoro dalam membangun *brand awareness*. Oleh karena itu, kuesioner ini bertujuan untuk membantu peneliti dalam menjelaskan strategi *marketing public relation* yang telah digunakan Grand Sondokoro. Data di dalam kuesioner ini adalah semua hasil wawancara kepada staff Grand Sondokoro terkait strategi *marketing public relations* Grand Sondokoro dalam membangun *brand awareness*

Kuesioner ini terdiri dari 4 halaman, terdiri dari :

Halaman 1 : Pengantar Kuesioner
Halaman 2 : Identitas Responden
Halaman 2-5 : Kuesioner Penelitian

Jawaban-jawaban atau hasil penilaian keakuratan data yang diberikan akan sepenuhnya digunakan untuk kepentingan penelitian ini dan tidak akan mempengaruhi penilaian apapun tentang diri responden secara pribadi. Oleh karena itu, responden diharapkan menjawab dan memberikan alasan dari seluruh pertanyaan dengan sebenar-benarnya

IDENTITAS RESPONDEN

NAMA : TEGUH SINUNG NUGROHO
PEKERJAAN : STAFF GRAND SONOKORO
PENDIDIKAN : S1 SASTRA
USIA : 54 TAHUN
LAMA BEKERJA : 16 TAHUN

Menurut Rosady Ruslan (2020:246) ada strategi marketing public relations dalam mencapai tujuan diataranya, harus melakukan taktik 3 ways strategy. Pull strategy (menarik), lalu di perkuat dengan push strategy (mendorong), setelah itu yang terakhir upaya dalam mempengaruhi opini dari publik pass strategy .

-Pull strategy Strategi Pull, merupakan strategi untuk menarik, menyelenggarakan komunikasi timbal balik dua arah yang didasari oleh informasi dan pesan-pesan yang dapat dipercaya, diharapkan dapat menciptakan kesan-kesan positif terhadap lembaga yang diwakilinya.

1. Apakah strategi untuk menarik, menyelenggarakan komunikasi timbal balik dua arah yang didasari oleh informasi dan pesan-pesan yang dilakukan oleh MPR Grand Sonokoro dapat dipercaya?

Jawab : ya

2. Bagaimana strategi untuk menarik, menyelenggarakan komunikasi timbal balik dua arah yang didasari oleh informasi dan pesan-pesan yang dilakukan oleh MPR Grand Sonokoro dapat dipercaya ?

Jawab : -penyediaan sarana/prasarana (company profile, brosur, flyer, baliho, spanduk,umbul-umbul penunjuk arah dan sebagainya.

-menggunakan media sosial (facebook, instagram, whatsapp) baik secara personal maupun melalui komunitas/instansi/lembaga.

-bermitra dengan media (baik cetak maupun elektronik)

-presentasi/seminar/pelatihan/pameran/workshop/salescall/lobbying

3. Apakah strategi MPR Grand Sonokoro dapat menciptakan kesan-kesan positif terhadap lembaga yang diwakilinya?

Jawab : ya

4. Bagaimana strategi MPR Grand Sonokoro dapat menciptakan kesan-kesan positif terhadap lembaga yang diwakilinya?

Jawab : -menentukan calon customer yang dihadapi (inisiator, influencer, decision, buyer, user) untuk menyesuaikan strategi yang lebih tepat untuk dikomunikasikan kepada customer.

-menetapkan segmen pasar untuk disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan customer.

-membangun citra diri (performance)

-*Push strategy* merupakan strategi untuk mendorong dalam hal pemasaran atau merangsang dalam hal pembelian dan sekaligus dapat memberikan nilai-nilai atau kepuasan bagi pelanggan yang telah menggunakan produknya.

1. Apakah strategi komunikasi Grand Sondokoro mendorong dalam hal pemasaran atau merangsang dalam hal pembelian?

Jawab : Ya

2. bagaimana strategi komunikasi Grand Sondokoro mendorong dalam hal pemasaran atau merangsang dalam hal pembelian?

Jawab : -menentukan segmentasi/target pasar yang akan ditargetkan

-penetapan targeting

-pencapaian positioning yang positif di benak customer

-penerapan konsep “need and want” terhadap customer

3. Apakah strategi komunikasi Grand Sondokoro memberikan nilai-nilai atau kepuasan bagi pelanggan yang telah menggunakan produknya?

Jawab : ya

4. Bagaimana strategi komunikasi Grand Sondokoro memberikan nilai-nilai atau kepuasan bagi pelanggan yang telah menggunakan produknya?

Jawab : -optimalisasi dalam pelayanan customer (greeting, actuating, closing)

-physic evidences (hal yang langsung bisa dirasakan oleh customer)

-services after sales

- *Pass strategy* , merupakan strategi sebagai upaya mempengaruhi atau menciptakan citra publik yang menguntungkan melalui berbagai kegiatan (breakthrough the gate-keepers), dan partisipasi dalam kegiatan kemasyarakatan atau tanggung jawab sosial, serta kepedulian terhadap masalah-masalah yang berkaitan dengan kondisi sosial dan lingkungan hidup.

1. Apakah strategi komunikasi Grand Sondokoro dalam upaya mempengaruhi atau menciptakan citra publik yang menguntungkan melalui berbagai kegiatan?

Jawab : ya

2. Bagaimana strategi komunikasi Grand Sondokoro dalam upaya mempengaruhi atau menciptakan citra publik yang menguntungkan melalui berbagai kegiatan?

Jawab : -penyelenggaraan event permanen maupun even insidental

-sponsorship, fasilitator, berperan aktif dalam kegiatan.

-peran aktif dalam pameran/workshop/pelatihan/seminar

-bermitra dengan media cetak maupun elektronik

3. Apakah strategi komunikasi Grand Sondokoro upaya mempengaruhi atau menciptakan citra publik yang menguntungkan melalui partisipasi dalam kegiatan kemasyarakatan atau tanggung jawab sosial?

Jawab : ya

4. Bagaimana strategi komunikasi Grand Sondokoro upaya mempengaruhi atau menciptakan citra publik yang menguntungkan melalui partisipasi dalam kegiatan kemasyarakatan atau tanggung jawab sosial?

Jawab : -corporate social responbility (menggerakkan UMKM di sektor lingkungan), pengelolaann parkir dan toilet dengan masyarakat sekitar

5. Apakah strategi komunikasi Grand Sondokoro upaya mempengaruhi atau menciptakan citra publik yang menguntungkan melalui kepedulian terhadap masalah-masalah yang berkaitan dengan kondisi sosial dan lingkungan hidup?

Jawab : ya

6. Bagaimana strategi komunikasi Grand Sondokoro upaya mempengaruhi atau menciptakan citra publik yang menguntungkan melalui kepedulian terhadap masalah-masalah yang berkaitan dengan kondisi sosial dan lingkungan hidup?

Jawab : -menjaga dan melestarikan lingkungan baik bangunan maupun ekosistem yang ada

-mempertahankan nilai konservasi bangunan sebagai kawasan cagar budaya.

Grand Sondokoro

Jl. Mangkunegara Bojonegara, Nglande Wetan,
Ngijo, Kec. Tasikmadu, Kabupaten Karanganyar,
Jawa Tengah 42454
telp : [\(0271\) 495562](tel:0271495562)

Nomor : GS.I.0782/DL.10/04/2023/KRA.
Lampiran 1
Perihal : Konfirmasi Ijin Pengambilan Data Penelitian Skripsi/TA a.n. Meutia Rahmadhania Fatika

Kepada Yth,
DEKAN FAKULTAS SOSIAL, HUMANIORA DAN SENI
UNIVERSITAS SAHID SURAKARTA
di -
Tempat

Mendasari Surat Dekan Fakultas Sosial, Humaniora dan Seni Universitas Sahid Surakarta Nomor: 108/D/FSHS/Usahid-Ska/III/2023 perihal Permohonan Ijin Pengambilan Data Penelitian Skripsi/Tugas Akhir sebagaimana terlampir, bersama ini disampaikan bahwa pengambilan data untuk penelitian tersebut disetujui dan dapat dilaksanakan sebagaimana jadwal tersebut.

Demikian disampaikan atas perhatian dan kerjasamanya terimakasih.

Tasikmadu, 29 Mei 2023
a.n. GENERAL MANAGER
GRAND SONDOKORO,

SAMIYONO



**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 : 108/D/FSHS/Usahid-
Ska/III/2023 Lampiran :

Perihal : **Permohonan Ijin Pengambilan Data Penelitian Skripsi / Tugas Akhir**

Kepada Yth.

**Bapak/Ibu Pimpinan Grand
Sondokoro**

**Jl. Mangkunegara Bojonegara, Nglande Wetan, Ngijo, Kec. Tasikmadu, Kabupaten
Karanganyar, Jawa Tengah 42454**

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 : **Meutia Rahmadhanita Fatika**
Nomor Induk Mahasiswa : 201907111
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Marketing Public Relations Grand Sondokoro dalam Membangun Brand Awareness melalui Instagram
Waktu Penelitian : 3 April 2023 s/d 20 April 2023

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

Surakarta, 31 Maret
2023 Mengetahui,
Dekan Fakultas Sosial, Humaniora dan Seni



Marwahyudi, S.Pd., MT, IPP
NIDN. 0607107103