

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Judul Penelitian : **IMPLEMENTASI KOMUNIKASI PEMASARAN
TERPADU PADA PAPRIKA WEDDING
MELALUI MEDIA INSTAGRAM**

Nama Peneliti : Indrawan Kurniawan
NIM : 2017071011
Telp/HP : 089654900580
Fakultas : Sosial, Humaniora, dan Seni
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Penelitian di bidang komunikasi ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Komunikasi Pemasaran Terpadu (*Integrated Marketing Communication*) yang dilakukan oleh Paprika Wedding melalui Media Sosial. Oleh karena itu, kuesioner ini bertujuan untuk membantu peneliti dalam menjelaskan bagaimana Komunikasi Pemasaran Terpadu (*Integrated Marketing Communication*) yang dilakukan oleh Paprika Wedding melalui media Instagram. Data di dalam kuesioner ini adalah semua hasil wawancara kepada pemilik Paprika Wedding terkait Komunikasi Pemasaran Terpadu (*Integrated Marketing Communication*) yang dilakukan oleh Paprika Wedding melalui Media Instagram. Kuesioner ini terdiri dari 4 halaman, terdiri dari

Halaman 1 : Pengantar Kuesioner
Halaman 2 : Identitas Responden
Halaman 2-4 : 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.

Terimakasih atas kerjasamanya

Hal tersebut serupa dengan pendapat Kotler (2007:5) mengenai dasar dari pemasaran. Dasar dari pemasaran meliputi iklan, promosi penjualan, acara dan pengalaman, humas dan publisitas, pemasaran langsung dan pemasaran interaktif, pemasaran dari mulut ke mulut dan penjualan personal. Tujuan komunikasi pemasaran adalah untuk meningkatkan jumlah pengunjung dan juga meningkatkan profit perusahaan. Oleh karena itu, elemen bauran *integrated marketing communication* menjadi unit analisis dalam penelitian ini. Elemen bauran *integrated marketing communication* meliputi :

a. Iklan

Iklan adalah penyajian informasi non personal tentang suatu produk, merek, persahaan, atau toko yang dilakukan dengan bayaran tertentu biasanya melalui media elektronik seperti televisi, media sosial, radio dan lain-lain.

b. Promosi penjualan

Promosi penjualan mampu mendorong perilaku pembelian oleh konsumen dengan melakukan tawaran-tawaran yang menggiurkan. Promosi penjualan mencakup promosi bagi konsumen (sampel, kupon, potongan harga, hadiah).

c. Penjualan Personal

Penjualan personal merupakan penjualan yang melibatkan komunikasi langsung antara seorang pembeli dengan seorang salesman. Penjualan

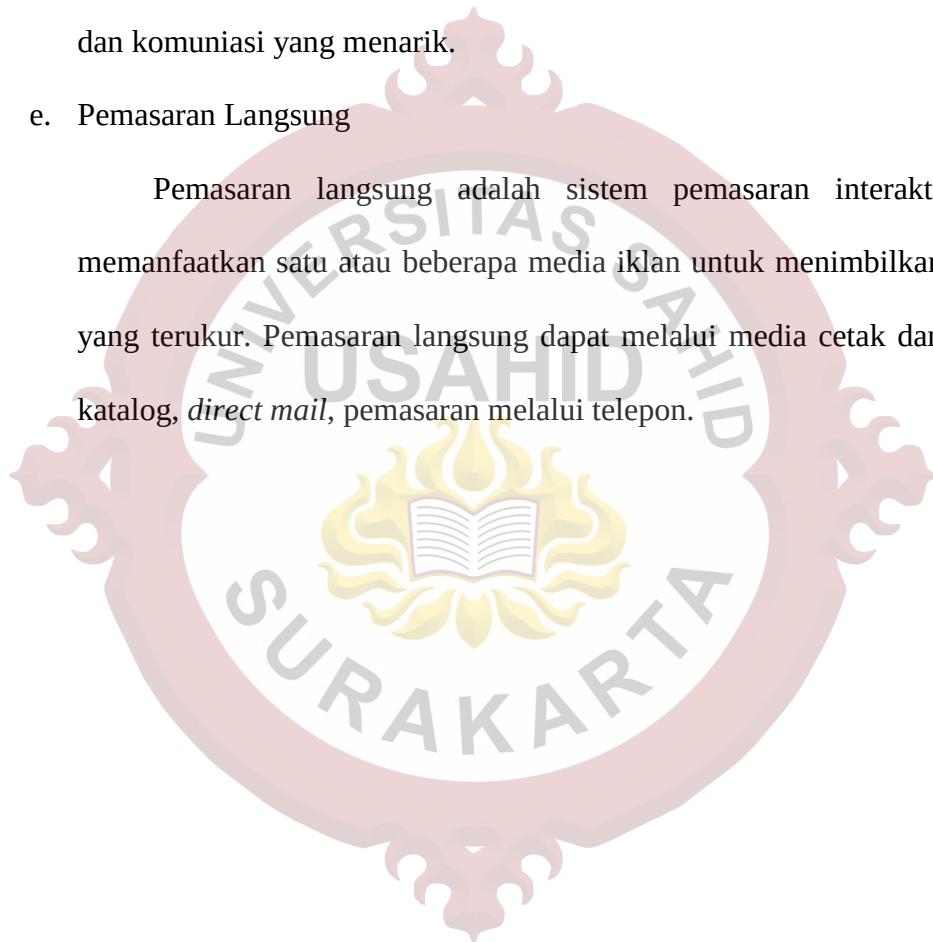
langsung merupakan komunikasi yang efektif yang membangun kedekatan langsung ke konsumen.

d. Hubungan masyarakat

Public Relation merupakan elemen bauran yang terpenting karena mampu mengevaluasi sikap masyarakat dan mendistribusikan informasi dan komunikasi yang menarik.

e. Pemasaran Langsung

Pemasaran langsung adalah sistem pemasaran interaktif yang memanfaatkan satu atau beberapa media iklan untuk menimbulkan respon yang terukur. Pemasaran langsung dapat melalui media cetak dan siaran, katalog, *direct mail*, pemasaran melalui telepon.



Lampiran 2. Pedoman wawancara

A. BAURAN KOMUNIKASI PEMASARAN

a. Periklanan (Advertising)

1. Bagaimana metode periklanan yang digunakan dalam memasarkan Paprika Wedding
2. Siapakah target dan sasaran pendengarnya?
3. Bentuk media apa saja yang digunakan dalam beriklan?
4. Segmen mana saja yang dituju dalam iklan?
5. Apakah dalam promosi iklan Paprika Wedding menggunakan media, seperti media cetak dan media elektronik? Sebutkan media yang digunakan!
6. Berapa kali dalam 1 bulan Paprika Wedding dalam melakukan kegiatan periklanan?
7. Apa kelebihan dan kekurangan metode ini?

b. Promosi Penjualan (Sales Promotion)

1. Bagaimana bentuk promosi penjualan yang dilakukan dalam memasarkan Paprika Wedding ?
2. Siapakah target dan sasarannya?
3. Segmen mana saja yang dituju dalam promosi penjualan?
4. Bentuk promosi penjualan apa yang digunakan Paprika Wedding?
5. Kenapa memilih bentuk promosi penjualan yang seperti itu?
6. Berapa kali dalam satu bulan Paprika Wedding melakukan kegiatan promosi penjualan?

7. Bagaimana cara menyampaikan kepada public agar promosi penjalan dapat tersampaikan dengan sebagaimana mestinya?
8. Apa kelebihan dan kekurangan metode yang digunakan?

c. Penjualan Personal (Personal Selling)

1. Bagaiaman penjualan personal yang dilakukan Paprika Wedding?
2. Siapakah target dan sasaran nya?
3. Bentuk penjualan personal apa yang digunakan Paprika Wedding?
4. Segmen mana saja yang dituju dalam penjualan personal?
5. Kenapa memilih bentuk penjualan personal seperti itu?
6. Berapa kali dalam satu bulan Paprika Wedding melakukan kegiatan penjualan personal?
7. Bagaimana cara menyampaikan kepada public agar promosi penjualan dapat tersampaikan dengan sebagaimana mestinya?
8. Apa kelebihan dan kekurangan dari metode yang sudah digunakan?

d. Pemasaran Langsung (Direct Selling)

1. Bagaiaman Paprika Wedding dalam melakukan kegiatan pemasaran langsung?
2. Apakah Paprika Wedding melakukan metode pemasaran langsung?
3. Siapakah target dan sasaran nya?
4. Segmen mana saja yang dituju dalam pemasaran langsung?
5. Bentuk pemasaran langsung apa yang digunakan Paprika Wedding?
6. Kenapa memilih bentuk pemasaran langsung yang seperti itu?

7. Bagaimana cara menyampaikan kepada publik agar pemasaran langsung dapat tersampaikan dengan sebagaimana mestinya?
8. Apa kelebihan dan kekurangan dari metode yang sudah digunakan?

e. Hubungan Masyarakat (Public Relations)

1. Apakah Universitas Paprika Wedding melakukan kerjasama dengan media?
Jika iya, media apa yang digunakan?
2. Event apa yang sudah dibuat oleh humas untuk mempromosikan Paprika Wedding?
3. Bagaimana strategi kampanye humas?
4. Apakah humas Paprika Wedding melakukan kerjasama dengan pihak luar?
5. Bagaimana bentuk kerjasamanya?
6. Ketika ada beberapa hal kegiatan yang perlu di follow up, apakah humas selalu memfollow up kegiatan tersebut? Dan bagaimana cara humas memfollow up hal tersebut?