

LAMPIRAN



**Letter of Acceptance
(Surat Penerimaan Manuskrip)**

**Seminar Nasional Hasil Riset
dan Pengabdian**

LPPM
Universitas Sahid Surakarta
Jl. Adi Sucipto 154
Surakarta, 57139
senriabdi@usahidsolo.ac.id

097/Senriabdi3/LPPM/Usahid-Ska/VI/2023

Kepada Yth.

Bp./Ibu/Sdr. Nanding Arief Ekhsandy
di Universitas Sahid Surakarta

Dengan hormat,

Terimakasih telah mengirimkan manuskrip ke Seminar Nasional Hasil Riset dan Pengabdian (Senriabdi) 2023 yang diselenggarakan oleh Universitas Sahid Surakarta dengan tema "Tantangan dan Peluang dalam Menghadapi Era Kecerdasan Buatan".

Berdasar hasil review, dengan senang hati kami menginformasikan jika manuskrip Bp./Ibu/Sdr dengan judul "PENERAPAN STRATEGI IMC (INTEGRATED MARKETING COMMUNICATIONS) PADA SUKOHARJO HYBRID EXPO 2022" (nomor ID 097), **DITERIMA** pada Senriabdi 2023.

Catatan:

1. Untuk luaran selain E-Prosiding dan jurnal terbitan Universitas Sahid Surakarta, dikenai biaya tambahan sebagaimana ketentuan yang ditetapkan oleh masing-masing pengelola jurnal.
2. Informasi teknis pelaksanaan Senriabdi 2023, silakan bergabung ke chat group
<https://chat.whatsapp.com/FbkLEVicSCeKO47f2hdsDL>

Demikian informasi ini, atas perhatian dan kerjasamanya kami mengucapkan terima kasih.

Surakarta, 17 November 2023

Hormat kami,

Ketua Panitia Senriabdi 2023



Bakti Nugrahadi, S.T, M.T



PEMERINTAH KABUPATEN SUKOHARJO
**DINAS KOPERASI, USAHA KECIL DAN MENENGAH
DAN PERDAGANGAN**

Gedung Menara Wijaya Lantai 2
Jalan Jenderal Sudirman Nomor 199 Sukoharjo, Kode Pos 57521
Telepon (0271) 593068 Fax. (0271) 593335
Website : <https://dpkukm.sukoharjokab.go.id/>

SURAT KETERANGAN

Nomor : 800 / 1907 / VI / 2023

Berdasarkan Surat dari Fakultas Sosial, Humaniora, dan Seni Universitas Sahid Surakarta Nomor : 285/D/FSHS/Usahid-Ska/IX/2023 Tanggal 6 September 2023 Perihal Permohonan Ijin Pengambilan Data Penelitian Skripsi/Tugas Akhir, maka yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan sesungguhnya, bahwa mahasiswa/mahasiswi:

Nama : Nanding Arief Ekhsandy

NIM : 2019071018

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Benar-benar telah melaksanakan Kegiatan Pengambilan Data Penelitian di Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kabupaten Sukoharjo pada Tanggal 17 Oktober 2023.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Sukoharjo, 5 Desember 2023

KEPALA DINAS KOPERASI UKM DAN PERDAGANGAN
KABUPATEN SUKOHARJO



IWAN SETIYONO, S.STP, M.Hum

Pembina Tingkat I
NIP. 19780304 199703 1 001

Tembusan :

1. Arsip



KUESIONER PENELITIAN

Judul Penelitian : PENERAPAN STRATEGI IMC (*INTEGRATED MARKETING COMMUNICATIONS*) PADA
“SUKOHARJO HYBRID EXPO 2022”

Nama Peneliti : Nanding Arief Ekhsandy

NIM : 2019071018

Telp/HP : 0895363412528

Fakultas : Sosial, Humaniora, dan Seni

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Penelitian di bidang komunikasi ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana penerapan strategi IMC pada “Sukoharjo Hybrid Expo 2022”. Oleh karena itu, kuesioner ini bertujuan untuk membantu peneliti dalam menjelaskan bagaimana penerapan strategi IMC pada “Sukoharjo Hybrid Expo 2022”. Data di dalam kuesioner ini adalah semua hasil wawancara dengan Staf Bidang UMKM/Tenaga Pendamping K-UMKM Dinas Koperasi, UKM dan Perdagangan (DISKOPUMDAG) Kabupaten Sukoharjo. 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

IDENTITAS RESPONDEN

Nama : Bapak Seno Kurnianto
Pekerjaan : Staf Bidang UMKM/Tenaga Pendamping K-UMKM DISKOPUMDAG
Pendidikan : S-1
Umur : 40 Tahun
Masa Kerja : 5 Tahun

1. Apa yang membedakan event Sukoharjo Hybrid Expo dengan event-event yang lainnya?
Perbedaannya banyak, di SHE lebih mengangkat produk lokal UMKM daerah, diikuti lebih dari puluhan UMKM dari luar daerah Kabupaten Sukoharjo, setiap hari event banyak talk show tentang kewirausahaan yang melibatkan narasumber yang berkompeten, dan lokasi di Gedung Pusat Promosi Daerah Milik Pemerintah Kabupaten sendiri (DISKOPUMDAG)
2. Bidang apa saja dari DISKOPUMDAG yang menangani atau terjun langsung pada event Sukoharjo Hybrid Expo 2022? (Struktur Kepanitiaan, jika ada)
 1. Bidang Ekspor
 2. Bidang UMKM
 3. Bidang Koperasi
 4. Bidang Pelayanan dan Pengembangan Perdagangan
 5. Bidang Pasar

Periklanan (Advertising)

3. Bagaimana metode periklanan yang digunakan atau dimanfaatkan oleh pihak panitia dalam menyebarluaskan informasi terkait Sukoharjo Hybrid Expo 2022?
Memasang Baliho milik Pemerintah Kabupaten di beberapa titik, dan videotron, flyer, Triser, sosmed milik Pemkab, dan Sosmed Dinas, dan media cetak
4. Siapa sajakah yang menjadi target audience dari metode iklan yang diterapkan?
 1. Masyarakat Kabupaten Sukoharjo
 2. Masyarakat soloraya
 3. Masyarakat Jateng
 4. Nasional (melalui luring maupun during)
5. Apakah dalam promosi event Sukoharjo Hybrid Expo 2022 menggunakan media, seperti media cetak atau elektronik? (Jika ada, sebutkan)

Tentu saja karena segmen pengunjungnya semua lapisan masyarakat, sosmed seperti instagram, FB, Tiktok, media cetak, radio, baliho, videotron

6. Seberapa efektif periklanan yang digunakan ini?

Sangat efektif dan langsung menjangkau ke semua lapisan masyarakat tua dan generasi milenial

Pemasaran Langsung (Direct Marketing)

7. Apakah didalam event Sukoharjo Hybrid Expo 2022 juga menerapkan penjualan langsung melalui media sosial?

Untuk penjualan langsung produk tergantung peserta event, karena setiap partisipan memiliki sosmed masing-masing

8. Jika ya, siapakah target sasarannya, apakah penjualan tersebut dilakukannya atas dasar kewenangan pemilik UMKM sendiri atau melalui panitia penyelenggara, dan media sosial apa yang digunakan?

Untuk penjualan langsung produk tergantung peserta event, karena setiap partisipan memiliki sosmed masing-masing, ada shopee, tiktok, blibli, lazada, instagram, FB, whatsapp, dll

Promosi Penjualan (Sales Promotion) & Penjualan Personal (Personal Selling)

9. Apakah didalam event Sukoharjo Hybrid Expo 2022 terdapat kegiatan promosi dan penjualan yang dilakukan oleh pelaku event langsung dengan memberikan arahan atau solusi dari permasalahan terkait dengan produk UMKM yang dijual dalam rangka menarik dan mencari pelanggan/konsumen sebanyak-banyaknya?

Ada dan setiap hari ada talk show dan host yang membantu memandu acara untuk menyampaikan promosi langsung di lokasi pameran

10. Apakah pelaku event Sukoharjo Hybrid Expo 2022 diberikan wewenang penuh untuk mencari pelanggan baru atau konsumen atas produk UMKM yang mereka jual dan mempertahankannya selama event Sukoharjo Hybrid Expo 2022 berlangsung?

Sesuai regulasi setiap peserta event selalu diberi kesempatan promosi seperti diwajibkan memiliki kartu nama dan katalog produk agar mempermudah pengunjung untuk mendapatkan produk yang diinginkan, karena pameran hanya berlangsung tidak lama, sehingga kartu nama dan katalog produk membantu pelaku UMKM/Pameran bisa di repaid order oleh pengunjung yang sudah pernah beli produknya.

11. Seberapa efektif penerapan metode ini dalam event Sukoharjo Hybrid Expo 2022?

Sangat efektif, karena dengan kartu nama dan katalog produk membantu pelaku UMKM/Pameran bisa di repaid order oleh pengunjung yang sudah pernah beli produknya.

Hubungan Masyarakat (Public Relations)

12. Bagaimana peran panitia penyelenggara Sukoharjo Hybrid Expo dalam mempertahankan citra baik event ini sehingga dapat terus dilaksanakan setiap tahunnya?

Memberikan banyak event yang sesuai tema setiap harinya, fasilitas yang lengkap di lokasi pameran, tempat parkir yang nyaman untuk pengunjung, peserta pameran yang lengkap dan variatif produknya

13. Apakah dengan menyelenggarakan event Sukoharjo Hybrid Expo ini permasalahan UMKM dapat teratasi? (Seperti meningkatnya penjualan apabila mengikuti event ini, dsb)

Pasti, minimal membantu pengenalan produk, pemasaran dan penjualan produk, menambah komunitas data base UMKM karena yang tadinya belum kenal menjadi kenal dan tukar kartu nama dan no handphone , sealin itu juga melatih mentalitas UMKM bertemu dengan IMKM yang dari luar daerah apalagi dari luar provinsi

