

LAMPIRAN

Lampiran 1. Pedoman Wawancara

PEDOMAN WAWANCARA

Strategi Promosi Melalui media Sosial Pada PT Sinar Inti Primajaya perkasa
Cabang Serang

Identitas Informan :

- a. Nama Informan :
- b. Jenis Kelamin :
- c. Jabatan :

1. Media sosial apa saja yang digunakan oleh PT Sinar Inti primajaya Perkasa cabang serang?
2. Kendala apa saja yang dihadapi dalam melakukan promosi melalui media sosial?
3. Bauran promosi melalui media sosial apa saja yang digunakan oleh PT Sinar Inti primajaya perkasa Cabang Serang?

Lampiran 2. Pedoman Observasi

PEDOMAN OBSERVASI

Strategi Promosi Melalui media Sosial Pada PT Sinar Inti Primajaya perkasa
Cabang Serang

No	Nama sales	Facebook (Social Networking)	Instagram (Social Networking)	TikTok (Media Sharing)
1	AMI	x	✓	✓
2	FERLY	✓	✓	✓
3	HARIS	x	✓	✓
4	MEGA	x	✓	✓
5	ANDRI	✓	✓	✓
6	BAGUS	✓	✓	x
7	ICA	✓	✓	✓
8	MUTIA	✓	✓	✓
9	RINO	✓	✓	✓
10	SUCI	✓	✓	x
11	AYU	x	✓	✓
12	FRISKA	✓	✓	✓
13	NANDAR	✓	✓	✓
14	REZA	✓	✓	x
15	WAHYU	✓	✓	x
16	YANI	✓	✓	✓
17	SUHAEI	✓	✓	✓
18	WIDYA	✓	✓	✓
19	JOHN	x	✓	x
20	SHANDI	✓	✓	✓

Lampiran 3. Pedoman Dokumentasi Data Sekunder

PEDOMAN DOKUMENTASI

Strategi Promosi Melalui media Sosial Pada PT Sinar Inti Primajaya perkasa
Cabang Serang

Dokumen Arsip

1. Data Perusahaan
 - a. Profil Perusahaan
 - b. Struktur Organisasi
2. Data Penjualan

Lampiran 4. Transkrip Wawancara

TRANSKIP WAWANCARA

Strategi Promosi Melalui media Sosial Pada PT Sinar Inti Primajaya perkasa
Cabang Serang

1. Waktu pelaksanaan wawancara : Senin, 03 Juni 2024
2. Narasumber dan Jabatan
 - 1) Narasumber 1 : Petrus (*Customer Relation Officer*)
 - 2) Narasumber 2 : Icha Khairunisa (*Sales Marketing*)

Teks Wawancara	
Penanya dan Narasumber	Pertanyaan dan Jawaban
Tannia	Saya izin bertanya pak, Media sosial apa saja yang digunakan oleh PT sinar Inti Primajaya Perkasa ?
Narasumber 1	Untuk PT Sinar Inti sendiri belum mempunyai akun bisnis media sosial khusus, hanya para sales yang memiliki akun media sosial seperti Facebook, Instagram, dan Tiktok. Untuk Whatsapp Business semua sales pasti mempunyai.
Tannia	Saya tannia mbak izin bertanya, kendala apa saja sih yang dihadapi dalam melakukan promosi melalui media sosial ?
Narasumber 2	Kendalanya yaitu kurang nya SDM dalam membuat ide konten, jadi untuk mengunggah ke media sosial jarang ada konten terbaru yang dibuat. Lalu dari biaya iklan biasanya sales yang mengiklankan lewat media sosial seperti instagram dan facebook mereka pakai uang masing2, kalau biaya khusus iklan ga ada sebenarnya intinya kalau ada biaya lebih baru, misal nih di kasih perusahaan 30 juta kepake buat pameran 25 juta sisanya 5 juta untuk iklan dibagiin ke sales. Dan sales marketing nya yang masih belum konsisten dalam mengunggah konten ke akun media sosial masing-masing
Tannia	Bauran promosi melalui media sosial apa saja yang digunakan oleh PT Sinar Inti Primajaya Perkasa cabang Serang ?

Narasumber 2	Untuk periklanan ya melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, TikTok. Sales juga mengiklankan iklan nya di WhatsApp Business. Untuk penjualan pribadi ya kita menawarkan produk melalui WA ke <i>customer</i> yang pernah membeli produk sebelumnya ke kita atau menawarkan ke <i>customer</i> baru menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan <i>customer</i> mengenai produk . Untuk promosi penjualan kita biasanya mempromosikan lewat facebook, instagram, tiktok, dan WhatsApp mengenai promo lebaran, Ramadhan atau promo bulanan. Pemasaran langsung dengan membagikan katalog kepada <i>customer</i> , biasanya lewat WhatsApp Business
---------------------	--

Lampiran 5. Catatan Lapangan Observasi

CATATAN LAPANGAN

Strategi Promosi Melalui media Sosial Pada PT Sinar Inti Primajaya perkasa
Cabang Serang

Tanggal : 03 Maret 2024

Waktu : 10.30 – 12.00

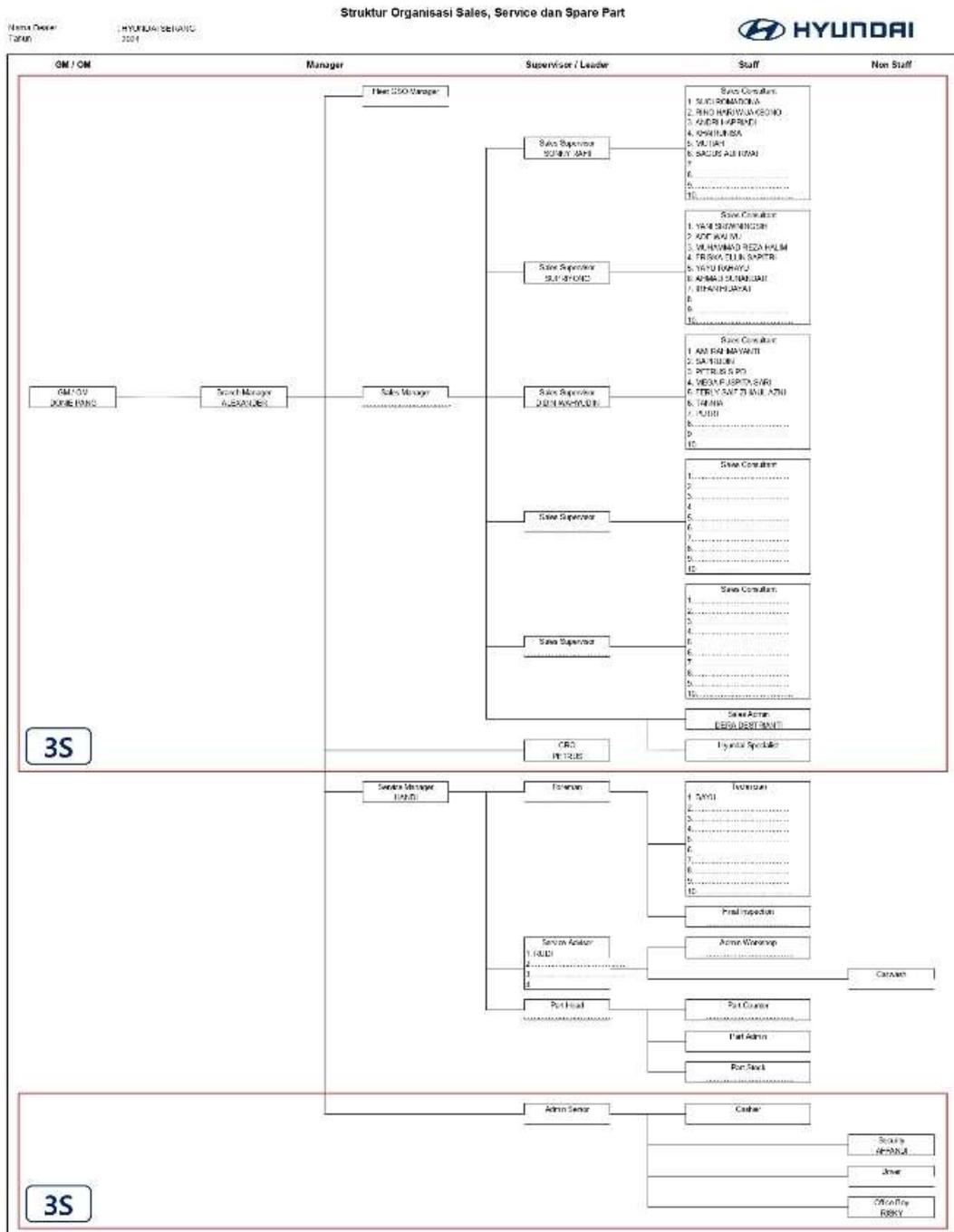
Tempat : Dealer PT Sinar Inti Primajaya Perkasa Cabang Serang

Kegiatan : Membuat konten

Sales marketing mobil Hyundai sedang membuat flyer menggunakan aplikasi canva dengan desain yang menarik perhatian *customer*, flyer yang akan di promosikan dan di iklan kan melalui media sosial Instagram Ads, facebook marketplace, Tiktok, Dan juga WhatsApp Business. Lalu dalam settingan iklan, *sales consultant* memilih fitur untuk bisa langsung chat melalui WhatsApp Business agar *customer* bisa menanyakan terkait iklan yang di sebarakan.

Setelah iklan di promosikan melalui media sosial, beberapa calon *customer* menanggapi iklan dengan bertanya melalui Whatsapp Business. Calon *customer* bertanya mengenai harga dan jangka waktu cicilan. Dan menanyakan juga terkait *Down Payment* (DP). Sales consultan menawarkan diskon kepada calon customer dan dengan sigap memberikan jawaban atas pertanyaan yang diajukan oleh calon customer. Mereka juga mengingatkan bahwa untuk informasi atau bantuan lebih lanjut dalam pembelian, customer dapat menghubungi nomor yang tercantum pada flyer yang di iklan kan melalui media sosial atas nama sales consultan Ibu Icha.

Lampiran 6. Struktur Organisasi



Lampiran 7. Foto Dokumentasi Observasi



Lampiran 9. Biodata Mahasiswa

BIODATA PENULIS	
Nama	Tannia
Nim	5502210021
Tempat, Tanggal Lahir	Cilegon, 02 Oktober 2002
Jenis kelamin	Perempuan
Agama	Islam
Alamat Email	Tanniaa02@gmail.com
Fakultas	Ekonomi dan Bisnis
Program Studi	Diploma III
Angkatan	2021
RIWAYAT PENDIDIKAN	
TK	TK PGRI
SD	SDN 7 CILEGON
SMP	SMP Mardiyuana Cilegon
SMA	SMAN 3 Kota Cilegon
	