

Lampiran 1 Data Aktifitas Marketing Public Relation McAfee



Lampiran 2 LOGO McAfee

McAfee®

Lampiran 3 Contoh eDM / Promo e-Mail



ARE YOUR NETWORK DEVICES SLEEP WELL FROM NIGHT HACK??

Let your network **DO** the right thing, protected with Intrushield
And win 10 iPod Shuffle
By testing Intrushield in your perimeter in two week

Customer applied only

Authorized Distributor:
TRANSITION SYSTEMS
PT. Transition Systems Indonesia

For Sales Inquire please contact:
Dedi Tri Guntarto (Channel Sales Manager)
e-Mail: dedi@transition-asia.com
HP: 08129067502 T: 021- 5790-3911

The graphic features a dark red background. At the top left is an illustration of a hand holding a red octagonal sign with the word 'STOP' and 'Stockholm' written on it. To the right of this is a network device. Further right is the McAfee logo. Below the main text is an image of several iPod Shuffles. At the bottom left is the Transition Systems logo and name. At the bottom right is contact information for Dedi Tri Guntarto.

Lampiran 4 Labelling Source

Konsep Besar	Indicator/ Kategorisasi
1 Analisis Latar Belakang diselenggarakan kegiatan MPR	1.a. Latar belakang MPR 1.b. Tujuan MPR
2 Strategi Marketing Public Relations	2.a. Konsep Utama 2.b. Inti Pesan dari MPR 2.c. Penetrasi MPR 2.d. Pemilihan media: Media, Interpersonal, Interactive
3. Eksekusi Marketing Public Relations	3.a. Tools (MPR) 3.b. Latar belakang MPR 3.c. Analisis kegiatan MPR 3.d. Tujuan MPR diselenggarakan 3.e. Strategi kegiatan MPR
4. Evaluasi Marketing Public Relation	4.a. Apakah meningkatkan <i>awareness</i> atau tidak

Lampiran 5 Transkrip Wawancara dengan Maya Sihombing

PENELITI : Dwi Rahayu Pitri
SUBYEK : Maya Sihombing (39 Tahun) – Informan 1
TOPIK : Marketing Public Relations
TANGGAL & JAM : Senin, 21 Mei 2018 Pk. 14.30 – 15.08
TEMPAT : Menara Kadin Lt. 9 Kuningan Jakarta Selatan

INFORMASI TAMBAHAN :

Informan sangat kooperatif, bahkan informan sudah menyiapkan semua materi cetak yang berisi tentang kegiatan Marketing Public Relation yang sudah dikerjakan oleh Transition sebagai distributor Anti virus McAfee sebagai data tambahan peneliti.

SITUASI WAWANCARA :

Suasana kantor yang sedang bekerja, karena wawancara dilakukan ditengah jam kerja kantoran, karena permintaan waktu disesuaikan dengan permintaan beliau serta wawancara itu sendiri.

Peneliti : Ok, saya bersama dengan Ibu Maya sebagai Marketing Communication Manager di Transition Systems Indonesia. Ok, bu Maya bagaimana kabarnya?

Informan 1 : Baik

Peneliti : Ya, langsung saja saya mau menanyakan beberapa pertanyaan tentang Marketing Public Relation yang sudah berjalan di Transition. Apa sih yang melatarbelakangi

perusahaan untuk menyelenggarakan kegiatan Marketing Public Relation ini bu Maya?

Informan 1 : Pada awalnya kami ingin memimpin dalam value added distribution yang benar jaringan produknya, didukung oleh reseller dari produk-produk kami dan pengetahuan yang mendalam, keahlian teknis & keunggulan dalam *customer service*-nya. hmm.. lalu poin yang melatarbelakangi kami menyelenggarakan kegiatan Marketing Public Relation ini adalah ingin menambahkan platform untuk menciptakan *awareness* dalam database kami (regional), Membuat dan mempertahankan mindshare, membangun mindshare, dan mengembangkan new pipelines Multi-vendor forum, *create demand*, dan tentunya membangun *long term relationship* dengan mereka.

Peneliti : hmm..tujuan diselenggarakannya kegiatan MPR ini apa sih bagi perusahaan?

Informan 1 : Sebagian besar intinya adalah untuk meningkatkan penjualan atau *sales demand* gitu yah dan awalnya kita akan meng-*create demand* itu sendiri nanti dari hasil demand tersebut lalu kita follow up untuk selanjutnya menjadi sales

Peneliti : Ok hmm.. terus kan di ilmu iklan, kita tahu bahwa kegiatan Marketing public relation itu ehbb biasanya membentuk *brand awareness* dari customer yah, apakah bagi perusahaan dinilai

penting ga sih?

Informan 1 : Ya, penting sekali karena..dengan adanya public relation atau pengiklanan maka semakin banyak orang atau khalayak mengenal produk-produk di Transition

Peneliti : Ok..hmm.. apa aja sih yang di buat oleh Transition sebagai pembuat Marketing Public Relation?

Informan 1 : Kegiatannya ya? Peneliti : Iya kegiatannya

Informan 1 : Kegiatannya itu banyak, diantaranya seperti seminar, product update atau training terus juga event-event seperti kita ada semacam sales promo juga ada..hmm... banyak yah bentuk-bentuk marketing activity yang sudah kita jalankan termasuk juga ada telemarketing juga.

Peneliti : Ok. Ada strategi tertentu ga untuk menjalani kegiatan itu?

Informan 1 : Hmm.. ya strateginya..sebenarnya sih hmm..balik lagi tergantung kebutuhan dan target yang akan kita capai. Klo misalnya memang dia bersifat hmm..produk tersebut bersifat baru kita akan strateginya adalah mencari orang-orang yang memang sesuai dengan target yang akan dicapai untuk produk tersebut di gunakan atau diaplikasikan diperusahaan yang membutuhkan jadi kita akan menyesuaikan dengan hmm.. apa ya line business atau core business dari hmm..target-target produk tersebut yang akan kita jual hmm...dari produk yang kita launch.

Peneliti : Oh.ok..bagaimana McAfee memberikan informasi pada khalayak?

Informan 1 : Hmm..bentuknya yah? Untuk informasinya itu bisa melalui seminar tadi karena hmm..kebanyakan untuk produk McAfee ini kan sifatnya sangat teknis sekali jadi dia perlu satu education atau apa..informasi seperti *product knowledge* jadi intinya memang informasi tersebut sangat teknis jadi kita juga harus hmm..memberikan informasi se-detail mungkin dan sebaik mungkin dan itu juga ada ahlinya yang biasanya kita akan undang pembicara-pembicara hm...dari McAfee itu sendiri atau hmm..*principal* atau trainer dari sana

Peneliti : Oh gitu..ok trend penjualan dari McAfee itu sendiri bagaimana? Informan 1 : Stabil yah, masih baik..

Peneliti :Stabil yah..ok market sharenya bagaimana bu maya?

Informan 1 : Market sharenya khususnya untuk di pasaran IPS dia menjadi top leader juga menjadi hmm.. top leader di pasar anti virus yah

Peneliti : Ok..hmm..kita tau tujuan program-program MPR itu kan untuk memberikan apa yah,,bisa dibilang merayu customer untuk membeli produk McAfee nah itu secara langsung tujuan dari MPR apakah berpengaruh juga ga dengan tujuan dari pemasaran itu sendiri?

Informan 1 : Sangat mendukung sekali karena memang dari awal kan kita

tujuannya memberikan informasi dan bagaimana menyampaikan informasi tersebut kepada end user atau customer yaitu harus ada satu fasilitas pendukungnya yah salah satunya adalah pemasaran tersebut.

Peneliti : Yang menjadi khalayak sarannya McAfee itu siapa sih?
Yang dituju siapa?

Informan 1 : Ya kita ada target-target sendiri seperti yang udah saya informasikan sebelumnya diawal bahwa ada target tertentu dari spesifik hmm.... Line business dari perusahaan- perusahaan yang ada. Industry-nya apakah dia akan focus dibidang finance? Atau manufacturing atau telekomunikasi jadi hmm.....macam- macam company yang ada target dari si McAfee tersebut sesuai dengan produk yang akan di pasarkan.

Peneliti : Dari pengalaman awal ber-event, respon dari khalayak itu sendiri bagaimana?

Informan 1 : Ya, sangat cukup baik yah dan interest-nya juga cukup banyak gitu yah..

Peneliti : Proses kegiatan MPR , saya mau tau sedikit penjelasan atau detailnya seperti apa, contohnya Special event itu bagaimana prosesnya, atau press releasenya bagaimana, materi promosinya seperti apa,, begitu bisa dijelaskan seperti apa bu maya?

Informan 1 : Ya, intinya sih dari proses masuk marketing activity itu

sendiri secara general memang kita akan membuat marketing plan –nya untuk setiap produk dari setiap produk yang kita sudah buat marketing plannya, saya akan submit ke vendor atau ke principal lalu beserta dengan estimation cost yang akan dikeluarkan. Saya juga harus menyertakan beberapa third party quotation sebagai bahan pertimbangan si vendor untuk memutuskan mana yang akan dipilih dan mereka akan memberikan saya approval dari sana baru saya implementasikan, nah..jadi hmm...prosesnya memang harus mendapat approval sebelumnya, dari hasil approval tersebut kita akan implementasikan lalu setelah event baru saya harus memberikan report berupa evaluasi ataupun analisa dari kegiatan tersebut.

(Pembicaraan terhenti, ada office boy menanyakan sesuatu tentang merchandise dari supplier kepada ibu maya. Setelah itu wawancara dilanjutkan)

Peneliti : Ok lanjut lagi..saya mau tau bu Maya, perencanaan medianya seperti apa si bu maya?

Informan 1 : Media?

Peneliti : Iya, perencanaan medianya..apakah ada kerjasama dengan agensi tertentu?

Informan 1 : Ya, saya bekerja sama dengan pihak agency khususnya untuk media karena sangat banyak sekali media-media yang kita

capai gitu yah yang kita akan targetkan seperti media online atau media cetak maupun media-media yang berupa seperti majalah dll. Saya juga bekerja sama dengan PR Agency..

Peneliti : Siapa sih bu, yang bertanggung jawab?

Informan 1 : Saya sendiri, yaitu sebagai marketing communication manager, karena saya yang membuat action plan dan saya juga yang meng-eksekusi plan tersebut begitu..

Peneliti : Bagaimana konsultan yang ibu maya jelaskan tadi, maksudnya berdasarkan apa pemilihan PR Agency tersebut dipilih?

Informan 1 : Ya, pada dasarnya memang kita akan menyesuaikan dengan proposal yang mereka propose apakah hmm...ujung-ujungnya adalah budget yah kalo memang dia sesuai dengan budgetnya mungkin kita masih bisa pertimbangkan tapi pada dasarnya PR harus juga memberikan target – target kepada kita berapa media yang bisa dia capai untuk mereka publish atau direlease nantinya.

Peneliti : Menurut ibu maya, apakah McAfee menjangkau sasaran yang tepat?

Informan 1 : Hmm...mostly hampir yah,hampir menjangkau ya..

Peneliti : Kalau seandainya di kalkulasi melalui angka, berapa banyak yang terjangkau?

Informan 1 : Hampir sekitar 60%...

Peneliti : Pada akhirnya kegiatan MPR ini berhasil ga sih meningkatkan awareness dari si khalayak? Kalau dilihat dari riset intern perusahaan ?

Informan 1 : Memang kita tidak bisa secara langsung menyatakan bahwa ini berhasil atau tidak tapi memang kalo untuk dari kegiatan marketing activity sendiri keberhasilannya baru bisa dilihat bagaimana pelaksanaannya, bagaimana targetnya tercapai atau tidak itu adalah dari sisi...kalo untuk seminar jumlah pesertanya, bagaimana hm....apa yah...penyediaan dari sarana dan prasarana yang dibutuhkan pada saat acara berlangsung tapi kalau untuk kembali kepada tujuan dari awal apakah secara sales dia tercapai atau tidak nah itu kembali lagi kita semua kegiatan harus ada follow up-nya nah dari situlah kita akan melihat, menganalisa apakah pengaruh setelah event itu besar atau tidaknya yah setelah di follow up.

Peneliti : Dari implementasi di lapangan, menurut bu Maya..McAfee berhasil ga sih menanamkan interest kepada customer?

Informan 1 : Oh..sangat berhasil...hmm karena sudah melekat image dikhalayak bahwa McAfee itu memang salah satunya adalah sebagai produk Anti virus yang paling baik

Peneliti : Ada jaminan ga sih bu Maya, garansi dari McAfee sendiri?

Informan 1 : Ada ya... garansi yang dikasih dari McAfee asli selama 1 tahun.

Peneliti : Lalu setelah mereka tertarik dengan produk McAfee, apakah

banyak perusahaan yang maju untuk membeli produk tersebut?

Informan 1 : Hmm..sebagian besar pasti membeli tapi kembali lagi pada

kebutuhan perusahaan tersebut besar atau kecilnya tergantung

dari juga industri tersebut besar atau tidak soalnya kita juga

sasarannya adalah.. Transition ini sendiri adalah distributor

yang memang targetnya adalah skalanya enterprise..

Peneliti : Ok, untuk pertanyaan terakhir bu maya, bagaimana McAfee

mengevaluasi berhasil atau tidaknya kegiatan yang telah

dilakukan dan hmm... tahap akhirnya itu seperti apa?

Informan 1 : Memang dari seluruh kegiatan marketing public relation ini

adalah apakah ada sales-nya (penjualan-nya) gitu. Tapi

hmm...kembali lagi karena kami bekerja sama dengan

partner..jadi Transition mempunyai beberapa partner nah itu

memang...hmm..McAfee akan melihat dari sekian priode kita

kan Marketing plan itu adalah quarterly dari hasil aktifitas

marketing itu seberapa besar yang bisa melakukan POC atau

demo dan itu juga bisa menjadi atau sebagai alat ukur

keberhasilan dari acara atau kegiatan marketing tersebut, jadi

memang secara tidak langsungnya adalah berupa POC atau

follow up – follow up yang dilakukan oleh para sales kita.

Peneliti : Ok. Saya rasa cukup data dan pertanyaannya sangat jelas.

Terima kasih bu.

Informan 1 :Sama-sama

Lampiran 6 Labelling Audience

Konsep Besar	Indicator/ Kategorisasi
1. Respon pada Program Marketing Public Relations	1.a. Image 1.b. Trust 1.c. Credible
2. Respon pada Produk / Merek	2.a. Intangible 2.b. Tangible

Lampiran 7 Transkrip Wawancara dengan Rn

- Peneliti : Dwi Rahayu Pitri
- Subjek : Rn – Channel Sales Manager PT Kadin Indonesia
- Topik : Kegiatan Marketing Public Relation
- Waktu Wawancara : Senin, 21 Mei 2018 Pk. 17.00 – 17.55
- Tempat : Menara kadin di Lobby cafeteria Lt.1 - Kuningan Jaksel
- Tipe Wawancara : Wawancara Muka
- Situasi Wawancara :
- Suasana lobby dengan lalu lalang orang yang akan pulang kantor, dan ada beberapa wanita dan pria yang sedang meeting dan makan di cafeteria tersebut.
- Peneliti : Pernah datang ke salah satu kegiatan yang diselenggarakan sama McAfee ga?
- Informan 2 : Pernah
- Peneliti : Dari mana mba Rn, memperoleh informasi mengenai produk McAfee tersebut apakah dari salah satu event yang Marketing Public Relation diatas atau bukan?
- Informan 2 : Dari email, dari distributor hmm...dan dari principal, email aja sih biasanya kita di announce-nya by email
- Peneliti : Acaranya seperti apa biasanya?
- Informan 2 : Update product, terus....yah ..mostly sih update product yah
- Peneliti : Terus informasi yang mba Rn peroleh sebelumnya sesuai ga sih dengan apa yang di peroleh pada salah satu kegiatan McAfee?

- Informan 2 : Sama
- Peneliti : Menurut mba Rn, bagaimana pesan atau informasi yang diberikan oleh PT. Transition Systems Indonesia mengenai produk McAfee ini dalam kegiatan tsb?
- Informan 2 : Menarik yah, saya selalu dateng kok, Informasinya itu loh,,hmmm..Sejauh ini sih akurat yah, sesuai dengan apa yang hmm...diinformasikan by email mengenai topik acaranya seperti apa memang itu yang diangkat gitu
- Peneliti : Apa yang paling mba Rn ingat dalam kegiatan tersebut ?
- Informan 2 : Doorprize...heheheh(sambil tertawa lebar) gad eh..becanda hmmm..ya apa yah jadi lebih paham aja yah sama produk itu, maksudnya lebih aware sama produk barunya dari McAfee itu sendiri
- Peneliti : Menurut mba Rn, apakah kegiatan Marketing Public Relation yang diselenggarakan sesuai dengan produknya? 5W + 1 H nya sudah sesuai ga sih?
- Informan 2 : Sesuai yah..
- Peneliti : Apa sih yang menarik dari kegiatan McAfee itu?
- Informan 2 : Apa yah...hmmm..produk nya yang..aku bilang cukup hmm cukup oke-lah yah . cukup bagus dan bisa di terima customer sama pasar /market, produknya oke, maksudnya yang bisa ditangkep dari produk McAfee ini kan McAfee selalu punya inovasi-inovasi baru untuk setiap produk – produk barunya dia

Peneliti : Dari sekian banyak kegiatan MPR yang dilakukan oleh McAfee, kegiatan mana yang menjadi favorit mba Rn dan yang paling efektif memberikan informasi?

Informan 2 : Update product yah kayanya, seminar yah hampir samalah kegiatannya.

Peneliti : Apakah kegiatan MPR yang diselenggarakan mempunyai efek dalam keputusan anda membeli dan memakai McAfee?

Informan 2 :Pastinya dong yah, walaupun mereka tidak beli sekarang tapi sudah mengacu kepada..oh ya ini..sudah ada gambaran lah bahwa one day kalo gw butuh ini gw akan beli ini. Tapi at least ini, walaupun mereka tidak butuh tapi itu bisa menjawab salah satu solusi atau salah satu problem yang ada di perusahaan mereka, mereka akan yakin dan akhirnya membeli

Peneliti : Sudah berapa lama mba Rn mengenal atau bahkan sudah memakai produk McAfee?

Informan 2 : (sambil mengetok-ngetok meja dengan pulpen)... waduh kalo McAfee mungkin 2 tahunan yah

Peneliti : Mengapa mba Rn memilih produk McAfee untuk perusahaan?

Informan 2 : McAfee itu ok..produk anti virus that's all.....Mungkin gini kalo boleh kasih overview atau secara garis besarnya bahwa produk McAfee itu salah satu produk sekuriti yang bisa di..yah.. cukup diperhitungkan lah yah

Peneliti : Ok, berarti bisa dibilang produk McAfee ini sesuai dengan apa yang perusahaan mba Rn butuhkan yah?

Informan 2 : Ya sesuai

Peneliti : Terus, produk McAfee dibandingkan dengan produk Anti virus lainnya bagaimana menurut mba Rn? Kelebihan dan kekurangannya?

Informan 2 : Mungkin kalo anti virus dia belum secara optimal mendeteksi virus-virus lokal kekurangannya disitu. Kelebihannya sendiri hmm...dia punya update yang cukup hmm..baguslah untuk proteksi di securitynya.

Peneliti : Ada garansi ga sih dari McAfee sendiri, terus maintenancenya bagus ga?

Informan 2 : kayanya sih ada ya..mmhh soalnya ini kan produk high involvement jadi harus ada garansi tentunya, maintenance dari pihak engineer McAfee cepat tanggap kok, jadi ya ok lah ya..

Peneliti : Apakah perusahaan mba Rn yang sekarang akan terus memakai McAfee? Dan kenapa mba alasannya?

Informan 2 : Ya, akan terus memakai, karena untuk saat ini sesuai dengan kebutuhan Perusahaan ini dan akan tersu memakai sesuai dengan perkembangan IT yang sangat pesat tentunya.

Peneliti : Ok mba Rn, sudah cukup jawabannya. Terima kasih

Informan 2 : Sama-sama

Lampiran 8 Open Coding Rn

PENELITI : Dwi Rahayu Pitri
SUBYEK : Rn (35 tahun) – Informan 1
TOPIK : Kegiatan Marketing Public
Relation TANGGAL & JAM : Senin, 21 Mei 2018 Pk.

17.00 – 17.55

TEMPAT : Menara kadin di Lobby cafeteria Lt.1 -
Kuningan

INFORMASI TAMBAHAN :

Informan sudah menikah dan punya anak 2. Posisinya diperusahaan adalah Channel Sales Manager, Rn sering menghadiri acara-acara dari McAfee contohnya product update, workshop, seminar, McAfee movie, dll.

SITUASI WAWANCARA :

Suasana lobby dengan lalu lalang orang yang akan pulang kantor, dan ada beberapa wanita dan pria yang sedang meeting dan makan di cafeteria tersebut.

Konsep Besar	Transkrip Wawancara	Interpretasi
<p>Respon pada Program Marketing Public Relations</p>	<p>Peneliti : Pernah datang ke salah satu kegiatan yang diselenggarakan sama McAfee ga?</p> <p>Informan 2: Pernah</p> <p>Peneliti : Dari mana mba renny, memperoleh informasi mengenai produk McAfee tersebut apakah dari salah satu event yang Marketing Public Relation diatas atau bukan?</p> <p>Informan 2: Dari email, dari distributor hmm...dan dari principal, email aja sih biasanya kita di announce-nya by email</p>	
	<p>Peneliti : Acaranya seperti apa biasanya?</p> <p>Informan 2: Update product, teruss....yah ..mostly sih update product</p>	

		<p>Yah</p> <p>Peneliti : Terus informasi yang mba Renny peroleh sebelumnya sesuai ga sih dengan apa yang di peroleh pada salah satu kegiatan McAfee?</p> <p>Informan 2: Sama</p>	
		<p>Peneliti : Menurut mba Renny, bagaimana pesan atau informasi yang diberikan oleh PT. Transition Systems Indonesia mengenai produk McAfee ini dalam kegiatan tsb?</p> <p>Informan 2: Menarik yah, saya selalu dateng kok, Informasinya itu loh..Sejauh ini sih akurat yah, sesuai dengan apa yang hmm...diinformasikan by email mengenai topik acaranya seperti apa memang itu yang diangkat gitu</p> <p>Peneliti : Apa yang paling mba Renny ingat dalam kegiatan tersebut ?</p> <p>Informan 2: Doorprize...heheheh(sambil tertawa lebar) gad eh..becanda hmmm..ya apa yah jadi lebih paham aja yah sama produk itu, maksudnya lebih aware sama</p>	

	<p>produk barunya dari McAfee itu sendiri</p>	
	<p>Peneliti : Menurut mba Renny, apakah kegiatan Marketing Public Relation yang diselenggarakan sesuai dengan produknya? 5W + 1 H nya sudah sesuai ga sih?</p> <p>Informan 2: Sesuai yah..</p> <p>Peneliti : Apa sih yang menarik dari kegiatan McAfee itu?</p> <p>Informan 2: Apa yah...hmmm..produk nya yang..aku bilang cukup hmm cukup oke-lah yah . cukup bagus dan bisa di terima customer sama pasar /market, produknya oke, maksudnya yang bisa</p>	

		<p>ditangkep dari produk McAfee ini kan McAfee selalu punya inovasi-inovasi baru untuk setiap produk – produk</p>	
--	--	---	--

		barunya dia	
		<p>Peneliti : Dari sekian banyak kegiatan MPR yang dilakukan oleh McAfee, kegiatan mana yang menjadi favorit mba Renny dan yang paling efektif memberikan informasi?</p> <p>Informan 2: Update product yah kayanya, seminar yah hampir samalah kegiatannya.</p> <p>Peneliti : Apakah kegiatan MPR yang diselenggarakan mempunyai efek dalam keputusan anda membeli dan memakai McAfee?</p> <p>Informan 2: Pastinya dong yah, walaupun mereka tidak beli sekarang tapi sudah mengacu kepada..oh ya ini..sudah ada gambaran lah bahwa <i>one day</i> kalo gw butuh ini gw akan beli ini. Tapi at least ini, walaupun mereka tidak butuh tapi itu bisa menjawab salah satu solusi atau salah satu problem yang ada di perusahaan mereka, mereka akan yakin dan akhirnya membeli</p>	

<p>Respon pada Produk / Merek</p>	<p>Peneliti : Sudah berapa lama mba Renny mengenal atau bahkan sudah memakai produk McAfee?</p> <p>Informan 2 : (sambil mengetok-ngetok meja dengan pulpen)... waduh kalo McAfee mungkin 2 tahunan yah</p>	
<p>Respon pada Core product</p>	<p>Peneliti : Mengapa mba Renny memilih produk McAfee untuk perusahaan?</p> <p>Informan 2 : McAfee itu ok..produk anti virus that's all.....Mungkin gini kalo boleh kasih overview atau secara garis besarnya bahwa produk McAfee itu salah satu produk sekuriti yang bisa di..yah.. cukup diperhitungkan lah yah...</p>	

Konsep Besar	Kode	Transkrip Wawancara	Interpretasi
Respon pada Actual Product		<p>Peneliti : Terus, produk McAfee dibandingkan dengan produk Anti virus lainnya bagaimana menurut mba Renny? Kelebihan dan kekurangannya?</p> <p>Informan 2 : Mungkin kalo anti virus dia belum secara optimal men-deteksi virus- virus lokal kekurangannya disitu. Kelebihannya sendiri hmm...dia punya update yang cukup hmm..baguslah untuk proteksi di securitynya.</p>	

Konsep Besar	Kode	Transkrip Wawancara	Interpretasi
Respon pada Augmented product		<p>Peneliti : Ada garansi ga sih dari McAfee sendiri, terus maintenance-nya bagus ga dari mereka?</p> <p>Informan 2 : kayanya sih ada ya..mmhh soalnya ini kan produk high involvement jadi harus ada garansi tentunya, maintenance dari pihak</p>	

		engineer McAfee cepat tanggap kok, jadi ya ok lah ya..	
--	--	--	--

Konsep Besar	Kode	Transkrip Wawancara	Interpretasi
		<p>Peneliti : Ok, berarti bisa dibilang produk McAfee ini sesuai dengan apa yang perusahaan mba Renny butuhkan yah?</p> <p>Informan 2 : Ya sesuai</p> <p>Peneliti : Apakah perusahaan mba Renny yang sekarang akan terus memakai McAfee? Dan kenapa mba alasannya?</p> <p>Informan 2 : Ya, akan terus memakai.</p>	

Lampiran 9 Selective Coding Rn

SELECTIVE CODING

PENELITI : Dwi Rahayu Pitri

SUBYEK : Rn (35 tahun) – **Informan 2**

TOPIK : Kegiatan Marketing Public Relations

INFORMASI TAMBAHAN : Informan sudah menikah dan punya anak 2.

Posisinya diperusahaan adalah Channel Sales Manager, Rn sering menghadiri acara-acara dari McAfee contohnya product update, workshop, seminar, McAfee movie, dll.

QUOTE INFORMAN	STORYLINE
<i>“Update product, teruss....yah ..mostly sih update product yah”</i>	Informan lebih banyak diundang hanya pada kegiatan <i>update product</i> saja jadi kurang menyebar kegiatan-kegiatan Marketing Public Relationnya

<p><i>“Menarik yah, saya selalu dateng kok, Informasinya itu loh,,hmmmm..Sejauh ini sih akurat yah, sesuai dengan apa yang hmm...diinformasikan by email mengenai topik acaranya seperti apa memang itu yang diangkat gitu”</i></p>	<p>Materi acara, sesuai dengan apa yang telah di informasikan di <i>Invitation Letter</i>. Dan menurut informan, informasi yang diberikan oleh McAfee cukup akurat. Biasanya Informan menerima undangan via email kantor.</p>
<p><i>“Doorprize...heheheheh(sambil tertawa lebar) ga deeh..becanda hmmm..ya apa yah jadi lebih paham aja yah sama produk itu, maksudnya lebih aware sama produk barunya dari McAfee itu sendiri”</i></p>	<p>Informan merasa kegiatan yang paling diingat adalah pada saat presentasi dari produk itu sendiri. Menjadi lebih paham terhadap produk dan mengetahui produk terbaru dari McAfee itu sendiri.</p>

	<p>Door Prize pada saat acara biasanya juga menjadi salah satu <i>ice breaker</i> untuk peserta, sehingga Informan tidak merasa jenuh selama acara berlangsung.</p>
<p><i>“Apa yah...hmmm..produk nya yang..aku bilang cukup hmm cukup oke-lah yah . cukup bagus dan bisa di terima customer sama pasar /market, produknya oke, maksudnya yang bisa ditangkep dari produk McAfee ini kan McAfee selalu punya inovasi-inovasi baru untuk setiap produk – produk barunya dia”</i></p>	<p>Hal yang menurut Informan menarik dari acara tersebut adalah produk dari McAfee itu sendiri cukup baik dalam pasar IT karena banyak inovasi-inovasi baru yang dikeluarkan oleh McAfee, sehingga Informan mau member nilai cukup bagus kepada produk McAfee.</p>
<p>“Update product yah kayanya, seminar yah hampir samalah kegiatannya”.</p>	<p>Kegiatan Marketing Public Relation yang diselenggarakan oleh McAfee cukup menarik perhatian dari Informan, lalu Informan merasa bahwa update product adalah acara yang paling menarik dan paling efektif memberikan informasi.</p>

<p><i>“Pastinya dong yah, walaupun mereka tidak beli sekarang tapi sudah mengacu kepada..oh ya ini..sudah ada gambaran lah bahwa one day kalo gw butuh ini gw akan beli ini.</i></p> <p><i>Tapi at least ini, walaupun mereka tidak butuh tapi itu bisa menjawab salah satu solusi atau salah satu problem yang ada di perusahaan mereka, mereka akan yakin dan</i></p>	<p>Pada saat ada keputusan apakah produk ini cocok dengan perusahaan dari Informan, walaupun Informan tidak membeli suatu saat apabila memang perusahaan membutuhkan dan menjawab solusi terbaik dari masalah perusahaan maka Perusahaan akan yakin dan memutuskan untuk membeli produk</p>
---	---

<p><i>akhirnya membeli”.</i></p>	<p>McAfee tersebut.</p>
<p><i>“McAfee itu ok..produk anti virus that’s all.....</i></p> <p><i>Mungkin gini kalo boleh kasih overview atau secara garis besarnya bahwa produk McAfee itu salah satu produk sekuriti yang bisa di..yah.. cukup diperhitungkan lah yah”.</i></p>	<p>Alasan pemilihan McAfee bagi perusahaan Informan adalah karena McAfee adalah salah satu produk sekuriti yang perlu diperhitungkan dan menjawab kebutuhan dari perusahaan Informan itu sendiri.</p>
<p><i>“Mungkin kalo anti virus dia belum secara optimal men-deteksi virus-virus lokal kekurangannya disitu. Kelebihannya sendiri hmm...dia punya update yang cukup hmm..baguslah untuk proteksi di securitynya”.</i></p>	<p>Menurut Informan perbandingan McAfee dengan produk lain adalah Kelebihan McAfee mempunyai program update yang cukup bagus, sedangkan kekurangannya adalah belum mampu menangkap virus-virus lokal yang menyerang komputer- komputer milik perusahaan Informan.</p>
<p><i>“kayanya sih ada ya..mmhh soalnya ini kan produk high involvement jadi harus ada garansi tentunya, maintenance dari pihak engineer McAfee cepat tanggap kok, jadi ya ok lah ya..”.</i></p>	<p>Adanya tambahan manfaat-manfaat yang diberikan oleh McAfee seperti garansi kepada perusahaan informan, serta <i>maintenance</i> produk.</p>

<p><i>“Ya, akan terus memakai, karena untuk saat ini sesuai dengan kebutuhan Perusahaan ini dan akan terus memakai sesuai dengan perkembangan IT yang sangat pesat tentunya”.</i></p>	<p>Perusahaan Informan aka terus memakai produk McAfee karena sampai sekarang masih sesuai dengan kebutuhan dari perusahaan tsb.</p>
---	--

Lampiran 10 Transkrip Wawancara dengan WH

Peneliti : Dwi Rahayu Pitri
Subjek : WH – BU Head di salah satu perusahaan
provider Topik : Kegiatan Marketing Public Relation
\Waktu Wawancara : Kamis, 24 Mei 2018 Pk. 11.00 – 13.30
Tempat : Pizza e Birra di Setiabudi Building Lt.1

Kuningan Tipe Wawancara : Wawancara Muka

Situasi Wawancara :

Suasana restaurant, banyak orang berlalu lalang. Dan informan serta peneliti memesan minum dan makanan untuk makan siang. Lalu setelah makan siang selesai baru dilanjutkan wawancara tersebut.

Peneliti : Ok, Pak

WH apa kabar? Informan 3

: Baikkk

Peneliti : Maaf, mau mengganggu sebentar ya, pak WH pernah mendatangi kegiatan-kegiatan yang diselenggarakan oleh McAfee?

Informan 3 : Pernah

Peneliti : Kegiatan atau acara apa tuh?

Informan 3 : Kalau gak salah pengenalan product ya...tapi karena banyak nya acara dan sudah agak lama...jadi agak lupa

Peneliti : Oh ok. terus, Apakah informasi yang diperoleh

sebelumnya sesuai dengan apa yang bapak peroleh pada saat kegiatan McAfee? maksudnya, mungkin bapak WH pernah dapat informasi e-news letter dari McAfee langsung dan pada saat acara, informasi itu beda..atau bagaimana

Informan 3 : Kalau info dari McAfee langsung belum pernah, yang menjadi konsennya adalah apakah informasi saat kegiatan tersebut bisa di aplikasikan atau tidak

Peneliti : Ya. Menurut anda, bagaimana pesan atau informasi yang diberikan oleh PT. Transition Systems Indonesia mengenai produk McAfee dalam kegiatan tsb?

Informan 3 : Cukup menarik

Peneliti : Menariknya dimana? kalo boleh tau pak WH

Informan 3 : Paling tidak ada informasi product baru dari McAfee ataupun product yang bisa di pakai di network kami

Peneliti : Apa sih yang paling pak WH ingat dalam kegiatan tersebut ?

Informan 3 : Tentu saja materi yang disampaikan, tapi gimick2 nya juga bagus kok...

Peneliti : Hehee...Menurut pak WH nih, apakah kegiatan Marketing Public Relation yang diselenggarakan sesuai dengan produknya? dari segi (5W + 1 H), 5W + 1 H itu

- maksudnya what, where, who dll...dan how
- Informan 3 : Lumayan sesuai... mungkin segi waktu nya saja yang terlalu singkat
- Peneliti : Harusnya seperti apa pak? ada ide atau saran
- Informan 3 : Waktu nya saja agak diperpanjang...sehingga pengenalan product nya benar-benar bisa di pahami...
- Peneliti : Dari sekian banyak kegiatan Marketing yang dilakukan oleh McAfee, kegiatan mana yang menjadi favorit mas WH dan yang paling efektif memberikan informasi?
- Informan 3 : Selain training product, ya..ikut untuk product McAfee baru sekali itu
- Peneliti : Ok. Apakah kegiatan MPR yang diselenggarakan mempunyai efek dalam keputusan perusahaan anda untuk membeli dan memakai McAfee?
- Informan 3 : Pastilah, paling tidak kita bisa memberikan masukan tentang kelebihan2 product McAfee saat penilaian di proses tender
- Peneliti : Seberapa besar pengaruh kegiatan MPR, sehingga anda memutuskan untuk menggunakan McAfee?
- Informan 3 : Begini...proses pembelian alat maupun measurement

apapun di tempat kami selalu menggunakan cara tender..hmm.. sehingga masing-masing product akan bersaing saat itu...Sehingga menurut saya kegiatan seperti itu sangat membantu kamu dalam melakukan penilaian mana yang bagus di aplikasikan dan mana yang kurang bagus...tentu nya informasi yang kami peroleh sangat tergantung pada saat kegiatan tersebut...

Peneliti : Ok. jadi kalo dihitung2, sudah berapa lama pak WH mengenal atau bahkan sudah memakai produk McAfee?

Informan 3 : Sudah agak lama ...tapi mungkin dari devisi lain di tempat saya sudah memakai lebih dahulu saya kurang tau..hmm..misal kan devisi IT..

Peneliti : Mengapa anda memilih produk McAfee untuk perusahaan anda?

Informan 3 : Heheheh.. dalam memilih pembelian barang...kami harus menyesuaikan antara kebutuhan, availability alat/system yang dibeli, dan cost tentunya. Jadi product McAfee tentu memiliki kriteria tersebut

Peneliti : Apakah produk McAfee sesuai dengan apa yang perusahaan anda butuhkan? setelah memakai

Informan 3 : Sementara iya... tentu saja nanti sesuai dengan perkembangan jaringan pasti ada yg harus

disesuaikan lagi

Peneliti : Menurut pak WH, bagaimana produk McAfee dibandingkan dengan produk Anti virus lainnya? Kelebihan dan kekurangannya?

Informan 3 : Sementara McAfee cukuplah meredam gempuran virus2 Peneliti : Dari McAfee ada garansi ga pak WH? Dan bagaimana perawatan produknya?

Informan 3 : Garansi tentunya pasti ada, disesuaikan dengan service yang dipakai dan mengenai perawatan produk itu sendiri sangat membantu jadi apabila ada kerusakan McAfee cepat merespon error tersebut.

Peneliti : ok pertanyaan terakhir pak WH, Apakah perusahaan anda akan terus memakai anti virus McAfee? dan kenapa?

Informan 3 : Pertanyaan yang sulit, jujur saja namanya perusahaan yang menyangkut bidang IT, di mana baik Hard Ware maupun Soft Ware berkembang sangat pesat, tentu saja bentuk virus juga bermacam2 semakin canggih harus di imbangi kemampuan anti virus yg v=canggih juga, dan tentu saja perusahaan kami selalu melihat berbagai kemungkinan terbaik...jika ada product yang lebih baik dan lebih bisa menekan cost tentu saja akan pindah...Situasional lah..

Peneliti : Ok, cukup pak WH, jawabannya sangat detail dan cukup jelas.

Terima kasih atas waktunya.

Informan 3 : Sama-sama...

Lampiran 11 Open Coding Wh

PENELITI : Dwi Rahayu Pitri

SUBYEK : Wh (40 tahun) – Informan 3

TOPIK : Kegiatan Marketing Public

Relations TANGGAL & JAM : Kamis, 24 Mei 2018 Pk.

11.00 – 13.30

TEMPAT : Pizza e Birra di Setiabudi Building Lt.1

Kuningan INFORMASI TAMBAHAN : Wh adalah pria berumur 40 tahun bekerja

disebuah perusahaan IT lebih tepatnya perusahaan provider terkemuka di Jakarta, Sudah menikah dan punya anak 1. Wh mempunyai posisi sebagai penentu keputusan dalam melakukan pembelian suatu produk atau unit yang akan dipakai untuk perusahaannya.

Wh sudah sekitar 13 tahun bekerja diperusahaan tersebut, sehingga mengetahui banyak tentang seluk beluk dan kegiatan-kegiatan yang menunjang keberhasilan perusahaan.

SITUASI WAWANCARA : Suasana restaurant, banyak orang berlalu

lalang.

Dan informan serta peneliti memesan minum dan makanan untuk makan siang. Lalu setelah makan siang selesai baru dilanjutkan wawancara tersebut.

Konsep Besar	Kode	Transkrip Wawancara	Interpretasi
Respon pada Program Marketing Public Relations		<p>Peneliti: Ok, Pak WH apa kabar?</p> <p>Informan 3: Baekkk</p> <p>Peneliti : Maaf, mau mengganggu sebentar ya, pak WH pernah mendatangi kegiatan-kegiatan yang diselenggarakan oleh McAfee?</p> <p>Informan 3: Pernah</p>	

		<p>Peneliti: Kegiatan atau acara apa tuh?</p> <p>Informan 3: Kalau gak salah pengenalan product ya...tapi karena banyak nya acara dan sudah agak lama...jadi agak lupa</p>	
--	--	--	--

	<p>Peneliti: Oh ok. terus, Apakah informasi yang diperoleh sebelumnya sesuai dengan apa yang bapak peroleh pada saat kegiatan McAfee? maksudnya, mungkin bapak WH pernah dapat informasi e-news letter dari McAfee langsung dan pada saat acara, informasi itu beda..atau bagaimana</p> <p>Informan 3: Kalau info dari McAfee langsung belum pernah, yg menjadi konsen nya adalah apakah informasi saat kegiatan tersebut bisa di aplikasikan atau tidak</p>	
--	--	--

	<p>Peneliti: Ya. Menurut anda, bagaimana pesan atau informasi yang diberikan oleh PT. Transition Systems Indonesia mengenai produk McAfee dalam kegiatan tsb?</p> <p>Informan 3: Cukup menarik</p> <p>Peneliti: Menariknya dimana? klo boleh tau pak WH</p> <p>Informan 3: Paling tidak ada informasi product baru dari McAfee ataupun prodyct yg bisa di pakai di network kami</p> <p>Peneliti: Apa sih yang paling pak WH ingat dalam kegiatan tersebut ? apakah materi yg dipresentasikan, atau ada gimick-gimick lain seperti lucky draw dsb..</p> <p>Informan 3: Tentu saja materi yg disampaikan, tapi gimick2 nya juga bagus kok...</p>	
	<p>Peneliti: Hehee...Menurut pak WH nih, apakah kegiatan Marketing Public Relation yang diselenggarakan sesuai dengan produknya? dari segi (5W + 1 H),</p>	

		5W + 1 H itu maksudnya what,	
--	--	------------------------------	--

	<p>where, who dll...dan how</p> <p>Informan 3: Lumayan sesuai... mungkin segi waktu nya saja yg terlalu singkat</p> <p>Peneliti: Harusnya seperti apa pak? ada ide atau saran</p> <p>Informan 3: Waktu nya saja agak diperpanjang...sehingga pengenalan product nya benar2 bisa di pahami...</p>	
	<p>Peneliti: Dari sekian banyak kegiatan Marketing yang dilakukan oleh McAfee, kegiatan mana yang menjadi favorit mas WH dan yang paling efektif memberikan informasi?</p> <p>Informan 3: Selain training product, ya..ikut untuk product McAfee baru sekali itu</p> <p>Peneliti: Ok. Apakah kegiatan MPR yang diselenggarakan mempunyai efek dalam keputusan perusahaan anda untuk membeli dan memakai McAfee?</p> <p>Informan 3: Pastilah, paling tidak</p>	

		<p>kita bisa memberikan masukan tentang kelebihan2 product McAfee saat penilaian di proses tender</p>	
		<p>Peneliti: Seberapa besar pengaruh kegiatan MPR, sehingga anda memutuskan untuk menggunakan McAfee?</p> <p>Informan 3: Begini...proses pembelian alat maupun measurement apapun di tempat kami selalu menggunakan cara tender..hmm.. sehingga masing2 product akan bersaing saat itu...Sehingga menurut saya kegiatan seperti itu sangat membantu kamu dalam melakukan penilaian mana yg</p>	

		bagus di aplikasikan dan mana yg kurang bagus...tentu nya informasi yg kami peroleh sangat	
--	--	--	--

		tergantung pada saat kegiatan tersebut...	
Respon pada Produk / Merek		<p>Peneliti : Ok. jadi kalo dihitung2, sudah berapa lama pak WH mengenal atau bahkan sudah memakai produk McAfee?</p> <p>Informan 3 : Sudah agak lama ...tapi mungkin dari devisi lain di tempat saya sdh memakai lebih dahulu saya kurang tau..hmm..misal kan devisi IT..</p>	
		<p>Peneliti: Apakah produk McAfee sesuai dengan apa yang perusahaan anda butuhkan? setelah memakai</p> <p>Informan 3: Sementara iya... tentu saja nanti sesuai dengan perkembangan jaringan pasti ada yg harus disesuaikan lagi</p>	

	<p>Peneliti : ok pertanyaan terakhir pak WH, Apakah perusahaan anda akan terus memakai anti virus McAfee? dan kenapa?</p> <p>Informan 3 : Pertanyaan yg sulit, jujur saja namanya perusahaan yg menyangkut bidang IT, di mana baik Hard Ware maupun Soft Ware berkembang sangat pesat, tentu saja bentuk virus juga bermacam2 semakin canggih harus di imbangi kemampuan anti virus yg v=canggih juga, dan tentu saja perusahaan kami selalu melihat berbagai kemungkinan terbaik...jika ada product yg lebih baik dan lebih bisa</p>	
	<p>menekan cost tentu saja akan pindah...Situasional lah..</p>	

Konsep Besar	Kode	Transkrip Wawancara	Interpretasi
--------------	------	---------------------	--------------

Respon pada Core Product		<p>Peneliti : Mengapa anda memilih produk McAfee untuk perusahaan anda?</p> <p>Informan 3 : Heheheh.. dalam memilih pembelian barang...kami harus menyesuaikan antara kebutuhan, availability alat/system yg dibeli, dan cost tentunya. Jadi product McAfee tentu memiliki kreteria tersebut</p>	
--------------------------------	--	--	--

Konsep Besar	Kode	Transkrip Wawancara	Interpretasi
Respon pada Actual Product		<p>Peneliti: Menurut pak WH, bagaimana produk McAfee dibandingkan dengan produk Anti virus lainnya? Kelebihan dan kekurangannya?</p> <p>Informan 3: Sementara McAfee cukuplah meredam gempuran virus2</p>	

Konsep Besar	Kode	Transkrip Wawancara	Interpretasi

<p>Respon pada Augmented product</p>	<p>Peneliti : Dari McAfee ada garansi ga pak WH? Dan bagaimana perawatan produknya?</p> <p>Informan 3 : Garansi tentunya pasti ada, disesuaikan dengan service yang dipakai dan mengenai perawatan produk itu sendiri sangat membantu jadi apabila ada kerusakan McAfee cepat merespon error tersebut.</p>	
--------------------------------------	--	--

Lampiran 12 Selective Coding Wh

SELECTIVE CODING

PENELITI : Dwi Rahayu Pitri
SUBYEK : Wh (40 tahun) – **Informan 3**
TOPIK : Kegiatan Marketing Public
Relations INFORMASI TAMBAHAN : Wh adalah pria
berumur 40 tahun bekerja

disebuah perusahaan IT lebih tepatnya perusahaan provider terkemuka diJakarta , Sudah menikah dan punya anak 1. Wh mempunyai posisi sebagai penentu keputusan dalam melakukan pembelian suatu produk atau unit yang akan dipakai untuk perusahaannya.

Wh sudah sekitar 13 tahun bekerja diperusahaan tersebut, sehingga mengetahui banyak tentang seluk beluk dan kegiatan-kegiatan yang menunjang keberhasilan perusahaan.

QUOTE INFORMAN	STORYLINE
----------------	-----------

<p><i>“Kalau gak salah pengenalan product ya...tapi karena banyak nya acara dan sudah agak lama...jadi agak lupa”.</i></p>	<p>Kegiatan yang pernah didatangi oleh Informan adalah pengenalan produk dan beberapa acara lainnya karena sudah terlalu lama, jadi Informan tidak mengingat banyak.</p>
<p><i>“Kalau info dari McAfee langsung belum pernah, yg menjadi konsennya adalah apakah informasi saat kegiatan tersebut bisa di aplikasikan atau tidak”.</i></p>	<p>Informan tidak pernah mendapatkan informasi mengenai produk McAfee sebelumnya, tetapi yang menjadi intinya adalah apakah produk tersebut dapat di aplikasikan pada perusahaan Informan atau tidak</p>

<p><i>“Paling tidak ada informasi product baru dari McAfee ataupun product yg bisa di pakai di network kami”.</i></p>	<p>Informan merasa produk McAfee menarik perhatian dari perusahaan Informan, tetapi satu hal yang menjadi konsennya adalah bahwa Kegiatan Marketing Public Relation yang diadakah McAfee memberikan update terbaru dari produk-produk baru mereka terhadap network perusahaan Informan</p>
<p><i>“Tentu saja materi yg disampaikan, tapi gimick2 nya juga bagus kok...”.</i></p>	<p>Hal yang paling di ingat oleh Informan adalah materi yang disampaikan dan hadiah-hadiah atau <i>door prize</i> juga menarik perhatian peserta pada saat acara</p>
<p><i>“Lumayan sesuai... mungkin segi waktu nya saja yg terlalu singkat”.</i></p>	<p>Informan menganggap kegiatan Marketing Public Relation tersebut sudah sesuai menurut 5W+1H tetapi waktu atau durasi dari acara tersebut akan lebih baik apabila diperpanjang.</p>

<p><i>“Selain training product, ya..ada acara boothcamp di daerah puncak di novus hotel, disitu McAfee adakan acara bersifat outbond tapi ada workshop dihari pertama, ya baguslah acaranya..”.</i></p>	<p>Informan ikut dalam kegiatan training product, product update dan McAfee boothcamp yang diadakan didaerah puncak, Informan menganggap acara tersebut bagus.</p>
<p><i>“Pastilah, paling tidak kita bisa memberikan masukan tentang kelebihan2 product McAfee saat penilaian di proses tender”.</i></p>	<p>Kegiatan MPR menjadi masukan bagi perusahaan Informan untuk mengambil keputusan dalam membeli produk McAfee</p>
<p><i>“Begini...proses pembelian alat</i></p>	<p>Dengan suara agak tegas, Informan</p>

<p><i>maupun measurement apapun di tempat kami selalu menggunakan cara tender..hmm.. sehingga masing2 product akan bersaing saat itu...Sehingga menurut saya kegiatan seperti itu sangat membantu kami dalam melakukan penilaian mana yg bagus di aplikasikan dan mana yg kurang bagus...tentu nya informasi yg kami peroleh sangat tergantung pada saat kegiatan tersebut...”.</i></p>	<p>menjelaskan bahwa proses pembelian di Perusahaan Informan selalu menggunakan cara tender, dari tender tersebut baru mereka menilai mana produk yang terbaik untuk perusahaan.</p>
<p><i>“Heheheh.. dalam memilih pembelian barang...kami harus menyesuaikan antara kebutuhan, availability alat/system yg dibeli, dan cost tentunya. Jadi product McAfee tentu memiliki kreteria tersebut”.</i></p>	<p>Informan menekankan sekali lagi bahwa antara kebutuhan perusahaan dan biaya yang menjadi kriteria dalam membeli barang.</p>
<p><i>“Sementara iya... tentu saja nanti sesuai dengan perkembangan jaringan pasti ada yg harus disesuaikan lagi”.</i></p>	<p>Ada kesan bahwa, informan akan mengganti produk McAfee dengan produk lain. Untuk sekarang masih dipegang oleh produk McAfee.</p>

<p><i>“Sementara McAfee cukuplah meredam gempuran virus2”.</i></p>	<p>Informan menganggap McAfee cukup bagus dibanding produk Anti virus lainnya.</p>
<p><i>“ Garansi tentunya pasti ada, disesuaikan dengan service yang dipakai dan mengenai perawatan produk itu sendiri sangat membantu jadi apabila ada kerusakan McAfee cepat merespon error tersebut..’.</i></p>	<p>Garansi dan perawatan produk disediakan oleh pihak McAfee dan cepat merespon <i>trouble error trouble error</i> yang ada.</p>

<p><i>“Pertanyaan yg sulit, jujur saja namanya perusahaan yg menyangkut bidang IT, di mana baik Hard Ware maupun Software berkembang sangat pesat, tentu saja bentuk virus juga bermacam2 semakin canggih harus di imbangi kemampuan anti virus yg canggih juga, dan tentu saja perusahaan kami selalu melihat berbagai kemungkinan terbaik...jika ada product yg lebih baik dan lebih bisa menekan cost tentu saja akan pindah...Situasional lah..”</i></p>	<p>Perusahaan informan akan menyesuaikan keadaan dan perkembangan IT yang ada, apabila McAfee sudah tidak bisa handle problem dari perusahaan maka akan diganti dan memakai produk lain.</p>
--	--

Lampiran 13 Transkrip Wawancara dengan Fajar

PENELITI : Dwi Rahayu Pitri
SUBYEK : Fajar (30 Tahun) – Informan 4 - Staff
Engineer

TOPIK : Kegiatan Marketing Public

Relations TANGGAL & JAM : Kamis, 31 Mei 2018 Pk.

19.10 –20.15

TEMPAT : J-CO Plaza Semanggi – Gatot Subroto Jaksel

Tipe Wawancara : Wawancara Muka

INFORMASI TAMBAHAN : Fajar sudah mengenal McAfee kurang lebih

selama tujuh tahun semenjak ia masih

kuliah. Fajar merupakan karyawan PT.

Unipro Indonesia yang notabene-nya

perusahaan yang memakai Anti virus

McAfee. Saat ini berusia 30 tahun dan

berdomisili di Tanjung Priok. Fajar

mempunyai posisi sebagai engineer

staff di perusahaan tersebut. Banyak

mengikuti kegiatan- kegiatan yang

diselenggarakan oleh McAfee.

SITUASI WAWANCARA : Tidak terlalu ramai, hanya ada 2 pasangan

muda-mudi yang sedang makan di café

tersebut. Hanya banyak orang yang lalu

lalang karena pintu masuk dekat dengan J-CO. Tetapi tidak mengganggu jalannya wawancara dengan Informan.

Peneliti : Ok Pak Fajar, apa kabar?

Informan 4 : Alhamdulillah, baik anty..sedikit tidak enak badan tapi tidak apa-apa masih bisa dihandle..hehehe jadi apa yang bisa saya bantu buat mba anty..

Peneliti : Maaf, mau mengganggu sebentar ya, pak fajar sebelumnya pernah mendatangi kegiatan-kegiatan yang diselenggarakan oleh McAfee?

Informan 4 : Iya pernah

Peneliti : klo boleh tau acara apa aja tuh pak?

Informan 4 : McAfee itu sering bikin acara, Yaa kaya product update, gathering, training seperti itu lah hmm... ada nonton bareng di bioskop tapi nanti ada workshop juga yaa..antara 10 sampe 15 menit lah langsung dilanjut ke nonton bareng, terus pernah hadir juga di training productnya dia. Launching product di MU Café..yah termasuk sering lah ya saya hadir diacara-acaranya McAfee..

Peneliti : Terus pak Fajar, menurut bapak, informasi yang bapak dapat pada saat acara tersebut apakah sama dengan informasi yang bapak dapat sebelumnya ga sih?

maksudnya, mungkin bapak pernah dapat informasi e-news letter dari McAfee langsung dan pada saat acara, informasi itu beda..atau memang tidak ada jadi tau pada saat acara berlangsung aja?

Informan 4 : Hhmmm.. Ga sih, kebanyakan sama.. Info event dengan content event nya ya sama

Peneliti : oh ok. Menurut anda, bagaimana pesan atau informasi yang diberikan oleh PT. Transition Systems Indonesia mengenai produk McAfee dalam kegiatan tsb?

Informan 4 : Yaa kalau TSID, karena posisi nya yang sebagai distributor McAfee di indonesia, otomatis mereka memberikan informasi yang jelas tentang McAfee

Peneliti : Apa sih yang paling pak fajar ingat dalam kegiatan tersebut ? apakah materi yg dipresentasikan, atau ada gimick-gimick lain seperti lucky draw dsb..

Informan 4 : Yaa, karena saya sbg user dr McAfee sendiri, tentunya yang saya ingat selain materi yg benar2 disampaikan secara mendalam, lucky draw nya jg cukup menarik

Peneliti : hehehehe...Menurut pak fajar nih, kegiatan Marketing Public Relation yang diselenggarakan itu sudah sesuai ga sih dengan McAfee? dari segi (5W + 1

H), 5W + 1 H itu maksudnya what, where, who dll...dan how-nya..yah (mau melanjutkan pembicaraan..diputus oleh Pak Fajar)

Informan 4 :..... Yaaa cukup sesuai sih..Kalo diliat dr materi yang disampaikan ya memang sesuai...Yaaa sesuai lah

Peneliti : oh gitu ya pak....terus....Dari sekian banyak kegiatan Marketing yang dilakukan oleh McAfee, kegiatan mana yang menjadi favorit pak Fajar dan yang paling efektif memberikan informasi?

Informan 4 : Kalau untuk posisi end user seperti saya, yaaa yg saya suka yaa kalau ada product update dan training

Peneliti : ok

Peneliti : Apakah kegiatan MPR yang diselenggarakan mempunyai efek dalam keputusan perusahaan pak Fajar untuk membeli dan memakai McAfee? MPR itu maksudnya marketing public relation pak..

Informan 4 : Tentunya.. Dari event-event yg dibuat, khususnya event yang memperkenalkan si produk itu sendiri

Peneliti : Mungkin ada proses sampai ada keputusan membeli ya pak fajar... apakah hanya dengan dari ber-event saja, perusahaan bapak langsung membeli McAfee ?

Informan 4 : Iya...Tentu tidak.. Ada prosedur khusus, harus

ada proses Proof Of Concept dulu dari sisi vendor
sblm kita beli, untuk memastikan apakah McAfee
benar2 bisa sesuai dengan requirement yang ada
dari perusahaan saya

Peneliti : ok pak....jadi kalo dihitung2, sudah berapa lama
pak fajar mengenal atau bahkan sudah memakai
produk McAfee?

Informan 4 : Kalau mengenal sudah cukup lama, skitar 5
tahunan, tapi kalau sebagai user, baru 2 tahun ini
lah kira2

Peneliti : oh ya, cukup lama ya pak, terus mengapa anda
memilih produk McAfee untuk perusahaan anda?
apakah ada alasan- alasan tertentu..

Informan 4 : Yaa karena memang McAfee sendiri secara technical
memang mampu memenuhi requirement yang
perusahaan saya butuhkan..

Peneliti : Menurut pak Fajar, bagaimana produk McAfee
dibandingkan dengan produk Anti virus lainnya?
Kelebihan dan kekurangannya klo boleh dijelaskan...

Informan 4 : Kalau menurut sepengetahuan saya dan based on
experience.. McAfee itu yah antivirus, karena saya
menggunakan McAfee jg sebagai security di PC kami
yah...ya jadi itu dia, McAfee itu ada kelebihan

tersendiri lah, dibanding produk lain. Dia cocok sama perusahaan saya dan dibutuhkan ya kami pake...

Peneliti : Pak Fajar, menurut sepengetahuan anda apakah ada garansi yang dijaminan oleh pihak McAfee apabila ada kerusakan sistem pada produk tersebut dan biaya perawatan produk tersebut gratis ga?

Informan 4 : mmh..ada pastinya ya, produk ini kan sistem *security* ya, ga mungkin kalo ga ada garansi, kalo *maintenance* sih selama ini ada tapi itu dikenakan biaya lagi, kalo sudah ada kerusakan yang vatal dan bukan dari produk sebabnya, ya pokoknya ada ketentuan lah seperti itu..

Peneliti : pak fajar, untuk pertanyaan terakhir nih.....hmm.. Apakah perusahaan bapak akan terus memakai anti virus McAfee? maksud saya produk2 dari McAfee...bukan hanya anti virus saja

Informan 4 : Sepertinya begitu...(sambil berpikir lama) Karena yaa...dengan sistem yg existing skarang ini sudah cukup memenuhi kebutuhan kok..

Peneliti : Ok, cukup pak fajar, jawabannya sangat berguna bagi penelitian saya. Terima kasih atas waktunya pak..

Informan 4 : Sama-sama anty, semoga bermanfaat ya..

Lampiran 14 Open Coding Fajar

- PENELITI** : Riniyanti P.Tassakka
- SUBYEK** : Fajar (30 Tahun) – Informan 4 - Staff Engineer
- TOPIK** : Marketing Public Relation
- TANGGAL & JAM** : Kamis, 31 Mei 2018 Pk. 19.10 – 20.15
- TEMPAT** : J-CO Plaza Semanggi – Gatot Subroto Jaksel
- Tipe Wawancara** : Wawancara Muka
- INFORMASI TAMBAHAN** : Fajar sudah mengenal McAfee kurang lebih selama tujuh tahun semenjak ia masih kuliah. Fajar merupakan karyawan PT. Unipro Indonesia. Saat ini berusia 30 tahun, sudah menikah dan berdomisili di Tanjung Priok. Fajar mempunyai posisi sebagai engineer staff di perusahaan tersebut.
- SITUASI WAWANCARA** : Tidak terlalu ramai, hanya ada 2 pasangan muda-mudi yang sedang makan di café tersebut. Hanya banyak orang yang lalu lalang karena pintu masuk dekat dengan J-CO. Tetapi tidak mengganggu jalannya wawancara dengan Informan.

Konsep Besar	Kode	Transkrip Wawancara	Interpretasi
		<p>Peneliti : ok Pak Fajar, apa kabar?</p> <p>Informan 4 : Alhamdulillah, baik anty..sedikit tidak enak badan tapi tidak apa-apa masih bisa dihandle..hehehe jadi apa yang bisa saya bantu buat mba anty..</p>	
Respon pada Program		<p>Peneliti : Maaf, mau mengganggu sebentar ya, pak fajar sebelumnya pernah mendatangi kegiatan-kegiatan yang diselenggarakan oleh McAfee?</p>	

<p>Marketing Public Relations</p>	<p>Informan 4 : Iya pernah</p> <p>Peneliti : klo boleh tau acara apa aja tuh pak?</p> <p>Informan 4 : McAfee itu sering bikin acara, Yaa kaya product update, gathering, training spt itu lah hmm... ada nonton bareng di bioskop tapi nanti ada workshop juga yaa..antara 10 sampe 15 menit lah langsung dilanjut ke nonton bareng, terus pernah hadir juga di training productnya dia. Launching product di MU Café..yah termasuk sering lah ya saya hadir diacara-acaranya McAfee..</p>	
---	---	--

Konsep Besar	Kode	Transkrip Wawancara	Interpretasi
-----------------	------	---------------------	--------------

	<p>Peneliti : Terus pak Fajar, menurut bapak, informasi yang bapak dapat pada saat acara tersebut apakah sama dengan informasi yang bapak dapat sebelumnya ga sih? maksudnya, mungkin bapak pernah dapat informasi e-news letter dari McAfee langsung dan pada saat acara, informasi itu beda..atau memang tidak ada jadi tau pada saat acara berlangsung aja?</p> <p>Informan 4 : Hhmmm.. Ga sih, kebanyakan sama.. Info event dgn content event nya ya sama</p> <p>Peneliti : oh ok. Menurut anda, bagaimana pesan atau informasi yang diberikan oleh PT. Transition Systems Indonesia mengenai produk McAfee dalam kegiatan tsb?</p> <p>Informan 4 : Yaa kalau TSID, karena posisi nya yg sebagai distributor McAfee di indonesia, otomatis mereka memberikan informasi yang jelas tentang McAfee..</p>	
--	--	--

	<p>Peneliti : Apa sih yang paling pak fajar ingat dalam kegiatan tersebut ? apakah materi yg dipresentasikan, atau ada gimick-gimick lain seperti lucky draw dsb..</p> <p>Informan 4 : Yaa, karena saya sbg user dr McAfee sendiri, tentunya yg saya ingat selain materi yg benar2 disampaikan secara mendalam, lucky draw nya jg cukup menarik</p>	
--	---	--

Konsep Besar	Kode	Transkrip Wawancara	Interpretasi
		<p>Peneliti : hehehehe...Menurut pak fajar nih, kegiatan Marketing Public Relation yang diselenggarakan itu sudah sesuai ga sih dengan McAfee? dari segi (5W + 1 H), 5W + 1 H itu maksudnya what, where, who dll...dan how-nya..yah (mau melanjutkan pembicaraan..diputus oleh Pak Fajar)</p> <p>Informan 4 :..... Yaaa cukup sesuai sih..Kalo diliat dr materi yg</p>	

		disampaikan ya memang sesuai...Yaaa sesuai lah	
--	--	--	--

Konsep Besar	Kode	Transkrip Wawancara	Interpretasi
		<p>Peneliti : oh gitu ya pak....terus....Dari sekian banyak kegiatan Marketing yang dilakukan oleh McAfee, kegiatan mana yang menjadi favorit pak Fajar dan yang paling efektif memberikan informasi?</p> <p>Informan 4 : Kalau untuk posisi end user spt saya, yaaa yg saya suka yaa kalau ada product update dan training</p>	

Konsep Besar	Kode	Transkrip Wawancara	Interpretasi

	<p>Peneliti : ok...Apakah kegiatan MPR yang diselenggarakan mempunyai efek dalam keputusan perusahaan pak Fajar untuk membeli dan memakai McAfee? MPR itu maksudnya marketing public relation pak..</p> <p>Informan 4 : Tentunya.. Dari event- event yg dibuat, khususnya event yg memperkenalkan si produk itu sendiri</p>	
	<p>Peneliti : mungkin ada proses sampai ada keputusan membeli ya pak fajar... apakah hanya dengan dari ber-event saja, perusahaan bapak langsung membeli McAfee ?</p> <p>Informan 4 : Iya...Tentu tidak.. Ada prosedur khusus, harus ada proses Proof Of Concept dulu dr sisi vendor sblm kita beli, utk memastikan apakah McAfee benar2 bisa sesuai dgn requirement yg ada dr perusahaan saya</p>	

Konsep Besar	Kode	Transkrip Wawancara	Interpretasi
Respon pada Produk / Merek		<p>Peneliti : ok pak....jadi kalo dihitung2, sudah berapa lama pak fajar mengenal atau bahkan sudah memakai produk McAfee?</p> <p>Informan 4 : Kalau mengenal sudah cukup lama, skitar 5 tahunan, tp kalau sebagai user, baru 2 tahun ini lah kira2</p>	
Respon pada Core Product		<p>Peneliti : oh ya, cukup lama ya pak, terus mengapa anda memilih produk McAfee untuk perusahaan anda? apakah ada alasan-alasan tertentu..</p> <p>Informan 4 : Yaa karena memang</p>	
		McAfee sendiri secara technical memang mampu memenuhi requirement yg perusahaan saya butuhkan	

Konsep Besar	Kode	Transkrip Wawancara	Interpretasi

<p>Respon pada Actual Product</p>	<p>Peneliti : Menurut pak Fajar, bagaimana produk McAfee dibandingkan dengan produk Anti virus lainnya? Kelebihan dan kekurangannya klo boleh dijelaskan...</p> <p>Informan 4 : Kalau menurut sepengetahuan saya dan based on experience.. McAfee itu yah antivirus, karena saya menggunakan McAfee jg sebagai security di PC kami yah...ya jadi itu dia, McAfee itu ada kelebihan tersendiri lah, dibanding produk lain. Dia cocok sama perusahaan saya dan dibutuhkan ya kami pake...</p>	
---	--	--

Konsep Besar	Kode	Transkrip Wawancara	Interpretasi
-------------------------	-------------	----------------------------	---------------------

<p>Respon pada Augmented product</p>	<p>Peneliti : Pak Fajar, menurut sepengetahuan anda apakah ada garansi yang dijaminakan oleh pihak McAfee apabila ada kerusakan sistem pada produk tersebut dan biaya perawatan produk tersebut gratis ga?</p> <p>Informan 4 : mmh..ada pastinya ya, produk ini kan sistem security ya, ga mungkin kalo ga ada garansi, kalo maintenance sih selama ini ada tapi itu dikenakan biaya lagi, kalo sudah ada kerusakan yang vatal dan bukan dari produk sebabnya, ya pokoknya ada ketentuan lah seperti itu..</p>	
--	--	--

Konsep Besar	Kode	Transkrip Wawancara	Interpretasi
		<p>Peneliti : pak fajar, untuk pertanyaan terakhir nih.....hmm.. Apakah perusahaan bapak akan terus memakai anti virus McAfee? maksud saya produk2 dari McAfee...bukan hanya anti virus saja</p> <p>Informan 4 : Sepertinya begitu...(sambil berpikir lama) Karena yaa...dengan sistem yg existing skarang ini sudah cukup memenuhi kebutuhan kok</p>	

Lampiran 15 Selective Coding Fajar

SELECTIVE CODING

PENELITI : Dwi Rahayu
SUBYEK : Fajar (30 tahun) – **Informan 4**
TOPIK : Kegiatan Marketing Public
Relations INFORMASI TAMBAHAN : Fajar sudah mengenal
McAfee kurang lebih

selama tujuh tahun semenjak ia masih kuliah.

Fajar merupakan karyawan PT. Unipro Indonesia yang notabene-nya perusahaan yang memakai Anti virus McAfee. Saat ini berusia 30 tahun, sudah menikah dan berdomisili di Tanjung Priok. Fajar mempunyai posisi sebagai engineer staff di perusahaan tersebut. Banyak mengikuti kegiatan- kegiatan yang diselenggarakan oleh McAfee.

QUOTE INFORMAN	STORYLINE
----------------	-----------

<p><i>“Update product, terus....yah McAfee itu sering bikin acara, Yaa kaya product update, gathering, training spt itu lah hmm... ada nonton bareng di bioskop tapi nanti ada workshop juga yaa..antara 10 sampe 15 menit lah langsung dilanjut ke nonton bareng, terus pernah hadir juga di training productnya dia.</i></p> <p><i>Launching product di MU Café..yah termasuk sering lah ya saya hadir diacara-acaranya McAfee..”</i></p>	<p>Informan termasuk sering mengunjungi kegiatan-kegiatan Marketing Public Relation dari McAfee diantaranya product update, gathering, training, McAfee movie, Launching product, dll</p>
<p><i>“Hhmmm.. Ga sih, kebanyakan sama.. Info event dgn content event</i></p>	<p>Materi acara dengan informasi yang didapat sebelumnya dianggap sama</p>
<p><i>nya ya sama”</i></p>	<p>oleh Informan.</p>
<p><i>“Yaa kalau TSID, karena posisi nya yg sebagai distributor McAfee di indonesia, otomatis mereka memberikan informasi yang jelas tentang McAfee”</i></p>	<p>Informan menyebut Transition Systems sebagai distributor dari McAfee dan menilai informasi yang diberikan cukup jelas.</p>

<p><i>“Yaa, karena saya sebagai user dr McAfee sendiri, tentunya yang saya ingat selain materi yang benar-benar disampaikan secara mendalam, lucky draw nya juga cukup menarik”.</i></p>	<p>Perusahaan informan adalah end user dari McAfee sehingga pendalaman materi memang cukup penting selain juga hadiah-hadiahnya yang menarik.</p>
<p><i>“Yaaa cukup sesuai sih..Kalo diliat dr materi yg disampaikan ya memang sesuai...Yaaa sesuai lah”.</i></p>	<p>Ada intonasi yang sedikit berbeda pada saat Informan menjawab pertanyaan apakah kegiatan MPR 5W+1H sudah sesuai pada produk McAfee.</p>
<p><i>“Kalau untuk posisi end user seperti saya, yaaa yang saya suka yaa kalau ada product update dan training”.</i></p>	<p>Informan adalah staff engineer di perusahaan IT, maka dari itu memang kegiatan pengenalan produk baru atau training adalah porsi dia untuk hadir.</p>
<p><i>“Tentunya.. Dari event-event yang dibuat, khususnya event yang memperkenalkan si produk itu sendiri”</i></p>	<p>Informan menganggap acara-acara tersebut merupakan salah satu poin dalam keputusan pembelian</p>
<p><i>“Ada prosedur khusus, harus ada proses Proof Of Concept dulu dr sisi vendor sebelum kita beli, untuk memastikan apakah McAfee benar2</i></p>	<p>Tahap keputusan dalam membeli dijelaskan lebih detail lagi oleh Informan, bahwa tidak hanya event saja tetapi harus ada <i>Proof of</i></p>

<p><i>bisa sesuai dengan requirement yang ada dari perusahaan saya”.</i></p>	<p>Concept pada saat tender dilakukan.</p>
<p><i>“Kalau mengenal sudah cukup lama, sekitar 5 tahunan, tapi kalau sebagai user, baru 2 tahun ini lah kira2”.</i></p>	<p>Informan sudah cukup lama mengenal McAfee.</p>
<p><i>“Yaa karena memang McAfee sendiri secara technical memang mampu memenuhi requirement yg perusahaan saya butuhkan”.</i></p>	<p>McAfee memenuhi kebutuhan yang perusahaan butuhkan menurut Informan.</p>
<p><i>“Kalau menurut sepengetahuan saya dan based on experience.. McAfee itu yah antivirus, karena saya menggunakan McAfee jg sebagai security di PC kami yah...ya jadi itu dia, McAfee itu ada kelebihan tersendiri lah, dibanding produk lain. Dia cocok sama perusahaan saya dan dibutuhkan ya kami pake.....”</i></p>	<p>McAfee adalah anti virus dan menjadi security system di semua PC perusahaan informan.</p>

<p><i>“mmh..ada pastinya ya, produk ini kan sistem security ya, ga mungkin kalo ga ada garansi, kalo maintenance sih selama ini ada tapi itu dikenakan biaya lagi, kalo sudah ada kerusakan yang vatal dan bukan dari produk sebabnya, ya pokoknya ada ketentuan lah seperti itu..”.</i></p>	<p>Garansi dan <i>maintenance</i> produk ada tapi dikenakan biaya apabila kerusakannya besar, disesuaikan dengan penawaran.</p>
<p><i>“Sepertinya begitu...Karena dengan sistem yg existing sekarang ini sudah cukup memenuhi kebutuhan kok”.</i></p>	<p>Sekarang perusahaan informan masih membutuhkan McAfee sesuai dengan sistem perusahaan.</p>

Lampiran 16 Axial Coding

Axial Coding

No.	Informan	Informan 2	Informan 3	Informan 4
1	Latar Belakang Informan	Informan sudah menikah dan punya anak 2. Posisinya diperusahaan adalah Channel Sales Manager, Rn sering menghadiri acara-acara dari McAfee contohnya product update, workshop, seminar, McAfee	Wh adalah pria berumur 40 tahun bekerja disebuah perusahaan IT lebih tepatnya perusahaan provider terkemuka diJakarta, Sudah menikah dan punya anak 1. Wh mempunyai posisi sebagai penentu keputusan dalam melakukan pembelian	Fajar sudah mengenal McAfee kurang lebih selama tujuh tahun semenjak ia masih kuliah. Fajar merupakan karyawan PT. Unipro Indonesia yang notabene-nya perusahaan yang memakai Anti virus McAfee. Saat ini berusia 25

		movie, dll.		tahun dan berdomisili di Tanjung Priok.
2	Respon pada program (Image)	Informasi mengenai topik acaranya akurat sesuai dengan yang telah diinformasikan sebelumnya.	Cukup menarik. Paling tidak ada informasi produk baru dari McAfee	Biasa saja. Sama event dengan <i>content event</i> .
3	Trust (yang menarik dari kegiatan McAfee)	McAfee selalu punya inovasi-inovasi baru pada produknya, maka dari itu cukup bagus diterima oleh	McAfee cukup meredam gempuran virus-virus saat ini.	McAfee adalah antivirus dan dipakai untuk semua PC di perusahaannya. McAfee ada kelebihan

		customer serta pasar		tersendiri
4	Credible (Hal yang paling diingat oleh Informan dalam kegiatan MPR)	Hal yang paling diingat dalam kegiatan Marketing Public	Kegiatan yang paling diingat dalam kegiatan tersebut adalah tentu saja	Hal yang paling diingat dalam kegiatan Marketing Public Relations tersebut adalah Materi yang
		Relation McAfee adalah hadiah juga memberikan pengetahuan yang dalam sehingga tahu perkembangan	Materi yang disampaikan dan juga <i>door prize</i>	disampaikan, <i>lucky draw</i> juga menjadi hal yang paling diingat.

		produk terbaru dari McAfee.		
5	Respon Pada merek (Intangible) memilih produk McAfee untuk perusahaan	McAfee adalah produk anti virus memang dibutuhkan oleh perusahaan informan	Menyesuaikan antara kebutuhan, availability alat/system yg dibeli, dan biaya.	McAfee secara technical memang mampu memenuhi requirement perusahaan.
6	Tangible (Memakai produk McAfee)	Akan terus memakai, karena untuk saat ini sesuai dengan kebutuhan perusahaan.	Hardware maupun Software berkembang sangat pesat, tentu saja bentuk virus juga bermacam-macam, jika ada produk yang lebih baik maka perusahaan akan pindah	Akan terus pakai, dengan sistem yang existing sudah cukup memenuhi kebutuhan

7	Alasan dasar konsumen untuk membeli produk	Karena produk anti virus yang bagus	McAfee dibutuhkan oleh perusahaan	Anti virus bagus dan dibutuhkan
8	Fitur produk untuk penambahan nilai.	Anti virus terkenal	Bisa meredam anti virus	Berbeda dari produk anti virus yang lain, lebih ok.
9	Tambahan manfaat-manfaat yang akan memberi kepuasan konsumen	Produknya <i>high involvement</i> jadi harus ada garansi sedangkan maintenance dari pihak McAfee cepat merespon	Garansi ada, perawatan produk sangat membantu apabila ada kerusakan	Maintenance ada tetapi dikenakan biaya lagi.

Lampiran 17 Pertanyaan Panduan Wawancara Daftar Pertanyaan (Kepada Produser)

Kegiatan Marketing Public Relations :

1. Apa yang melatar belakangi perusahaan untuk menyelenggarakan kegiatan MPR ini?
2. Apa tujuan diselenggarakannya kegiatan MPR ini bagi perusahaan?
3. Konsep yang mendasari kegiatan *Marketing Public Relations* ini adalah agar membentuk *awareness* dari khalayak, Apakah bagi perusahaan ini dinilai penting? Mengapa demikian?
4. Kegiatan *Marketing Public Relations* apa saja yang dilakukan oleh McAfee?
5. Apakah ada strategi-strategi tertentu yang diberikan oleh perusahaan kepada khalayak dalam kegiatan tersebut?
6. Bagaimana McAfee memberikan informasi kepada khalayak? Informasi seperti apa yang diberikan?
7. Bagaimana *trend* penjualannya?
8. Bagaimana penguasaan pasarnya (*market share*)?
9. Bagaimana tujuan program-program *MPR* mendukung tujuan pemasaran?
10. Siapa saja yang menjadi khalayak sasaran yang dituju dalam memberikan informasi tersebut? Apakah McAfee menjangkau sasaran yang tepat?

11. Bagaimana respon atau tanggapan khalayak terhadap kegiatan yang dilakukan?
12. Bagaimana proses kegiatan MPR khususnya Special Event, Press Release, Material Promosi, dan Product Event dilakukan oleh McAfee? Bagaimana setiap program diimplementasikan?
13. Latar belakang, tujuan dan strategi seperti apa yang dipakai dalam tiap kegiatan diatas?
14. Bagaimana perencanaan medianya?
15. Bagaimana *time-table*-nya?
16. Berapa anggaran dan biayanya?
17. Siapa yang bertanggung jawab atas pelaksanaan kegiatan tersebut?
18. Akankah menggunakan konsultasi PR?
19. Bagaimana konsultan tersebut diseleksi?
20. Apakah McAfee menjangkau sasaran yang tepat?
21. Berapa banyak yang terjangkau?
22. Berapa *cost per impression*?
23. Apakah pada akhirnya kegiatan MPR berhasil meningkatkan *awareness* khalayak? (Dilihat dari riset intern perusahaan)
24. Apakah McAfee berhasil menanamkan *intererest* pada konsumen?
25. Apakah mereka mau membeli?
26. Bagaimana McAfee mengevaluasi berhasil atau tidaknya kegiatan yang telah dilakukan? Apa yang menjadi tolak ukur keberhasilan

suatu kegiatan?

27. Apa manfaat yang dapat ditarik untuk membuat program selanjutnya agar berjalan lebih baik?

Daftar Pertanyaan kepada Audience Respon pada Program

1. Sudah pernahkah anda mendatangi kegiatan-kegiatan yang diselenggarakan oleh McAfee?
2. Darimana anda memperoleh informasi mengenai produk McAfee? Apakah dari salah satu kegiatan McAfee atau dari yang lainnya?Jelaskan
3. Apakah informasi yang anda peroleh sebelumnya sesuai dengan apa yang anda peroleh pada salah satu kegiatan McAfee?
4. Menurut anda, bagaimana pesan atau informasi yang diberikan oleh PT. Transition Systems Indonesia mengenai produk McAfee ini dalam kegiatan tsb?
5. Apa yang paling Anda ingat dalam kegiatan tersebut ?
6. Menurut anda, apakah kegiatan Marketing Public Relation yang diselenggarakan sesuai dengan produknya? (5W + 1 H)
7. Menurut anda kegiatan MPR McAfee bagus atau tidak? Alasannya?
8. Apa yang menarik dari kegiatan McAfee?
9. Dari sekian banyak kegiatan MPR yang dilakukan oleh McAfee, kegiatan mana yang menjadi favorit anda dan yang paling efektif memberikan informasi?
10. Apakah kegiatan MPR yang diselenggarakan mempunyai efek dalam keputusan anda membeli dan memakai McAfee? Jelaskan
11. Seberapa besar pengaruh kegiatan MPR, sehingga anda memutuskan untuk menggunakan McAfee?

Respon pada Produk / Merek

12. Sudah berapa lama anda mengenal atau bahkan sudah memakai produk McAfee?
13. Mengapa anda memilih produk McAfee untuk perusahaan anda?
14. Apakah produk McAfee sesuai dengan apa yang perusahaan anda butuhkan?
15. Bagaimana produk McAfee dibandingkan dengan produk Anti virus lainnya? Kelebihan dan kekurangannya?
16. Apakah perusahaan anda akan terus memakai anti virus McAfee? Kenapa?