

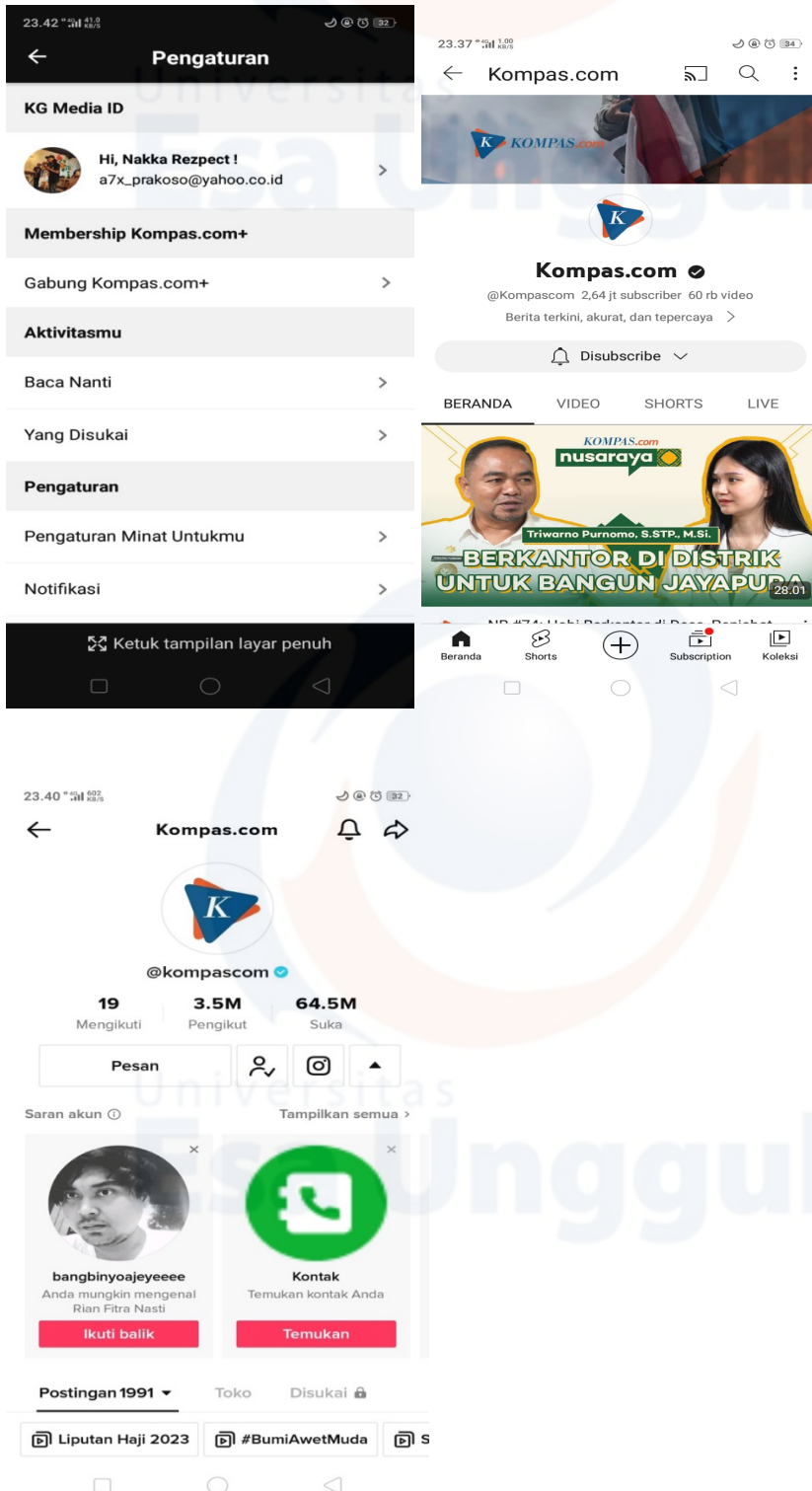
LAMPIRAN-LAMPIRAN

Nama : Masarah Sa'diyyah
Nim : 2019-050-2295
Jurusan : Ilmu Komunikasi Public Relations
Judul : "Strategi Digital Marketing Public Relations
Kompas.com Dalam Membangun Top-Of-Mind Melalui
Aplikasi Media Sosial. Studi Kasus PT.Kompas.com

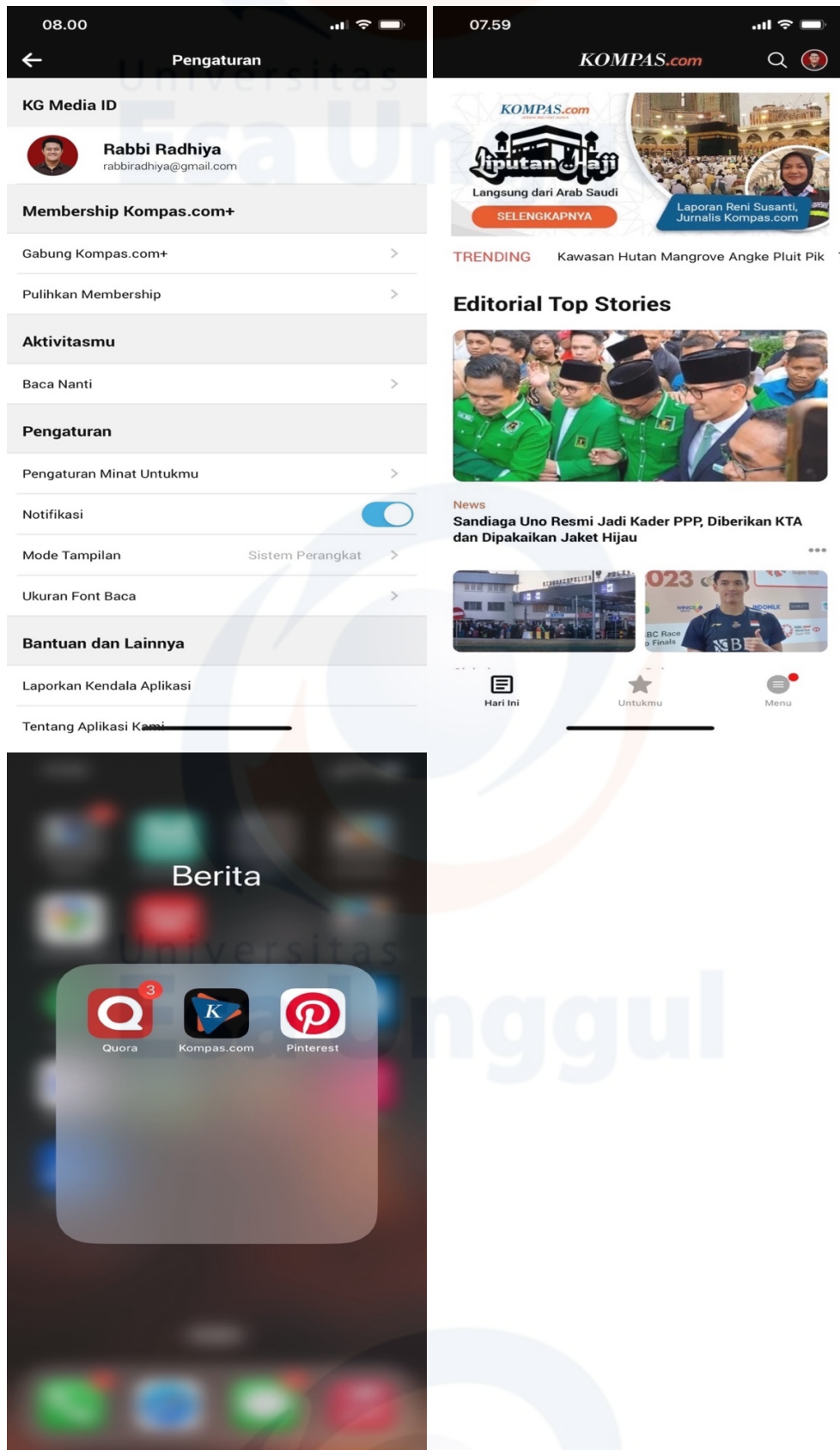
LAMPIRAN FOTO



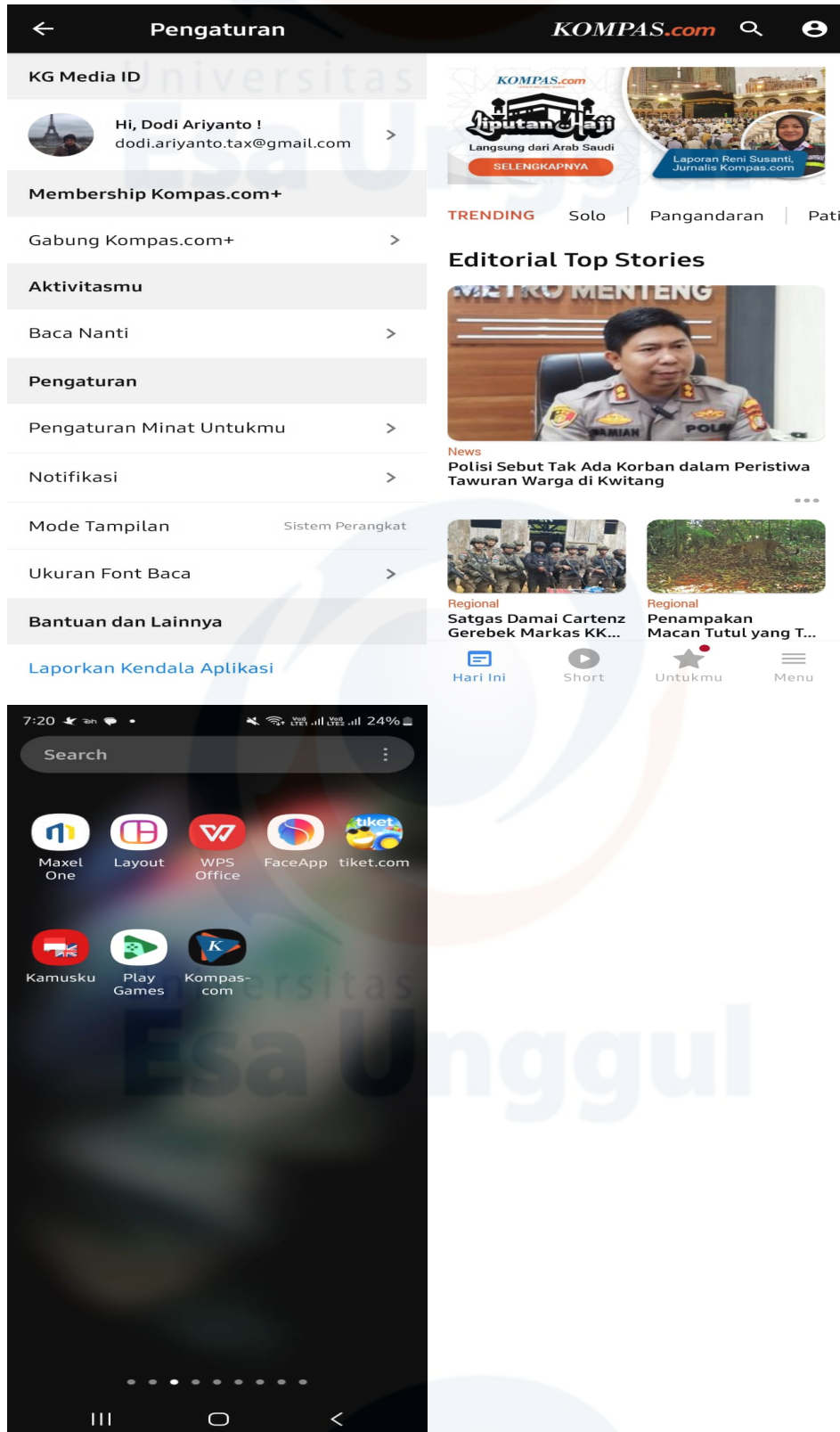
Gambar 1 Logo Kompas.com



Gambar 2 Akun media sosial informan 1



Gambar 3 Akun media sosial informan 2



Gambar 4 Akun media sosial informan 3

LAMPIRAN BUKTI FOTO WAWANCARA



Gambar 5 Bukti wawancara Peneliti dengan Key Informan dan Informan

LAMPIRAN WAWANCARA

Justifikasi Pertanyaan KeyInforman / Informan

Strategi Digital Marketing Public Relations Kompas.com Dalam Membangun Top-Of-Mind Melalui Media Sosial. Studi Kasus PT.Kompas.com.

1. Hasil wawancara Key Informan 1

Nama : Aulia Putri Ananda
 Jabatan : Strategic Maketing Officer kompas.com
 Umur : 26 Tahun

No.	PERTANYAAN	JAWABAN
1.	Perjalanan kompas.com dimulai sejak 1995 hingga saat ini, mengenai visi dan misi serta Tagline dari kompas yaitu “jernih melihat dunia” bisa dijelaskan?	Oke, dari <i>tagline</i> itu sendiri sebenarnya udah tergambar yah apa yang ingin dicapai oleh Kompas.com. <i>Se-simple</i> Kompas.com ingin masyarakat Indonesia, khususnya audience Kompas.com itu sendiri untuk bisa mendapatkan sumber berita dan informasi dari berbagai bidang secara akurat dan tepat. Jadi ibaratnya Kompas.com ini sebagai wadah atau sarana bagi masyarakat yang ingin mengetahui berbagai macam informasi menarik.
2.	Bagaimana kompas.com mewujudkan visi dan misi di era digitalisasi sekarang ini?	Hem, ngomongin visi misi agak panjang dan krusial yah hehe. Namun sampai sekarang, salah satu cara yang selalu dilakukan oleh tim redaksi Kompas.com adalah dengan selalu mengutamakan ketepatan dan kecepatan dari sebuah informasi atau berita itu sendiri. Dengan jumlah lebih kurang 300 orang tim redaksi dari Kompas.com yang selalu berkolaborasi dengan semua divisi untuk mencapai visi dan misi tersebut. Selain itu, Kompas.com juga terus berupaya dengan memasuki semua jenis platform

		sehingga semua berita dan informasi dapat diterima oleh audience yang lebih majemuk.
3.	Dalam data yang temukan pada tahun 2021 Kompas.com menjadi portal media kedua yang sering diakses setelah Detik.com, bagaimana strategi Kompas.com dari penyajian berita, menjaga kepercayaan masyarakat, dan dalam menjaga <i>image</i> kepada masyarakat?	Kayanya itu datanya belum update yah? Hehe ini aku kasih liat data terupdate dari comscore 2023. Di sini Kompas.com udah di peringkat 1 dengan total unique views 34jt lebih. Gimana caranya ya tadi, tim redaksi Kompas.com selalu berusaha untuk mencari informasi dan berita yang akurat dengan cepat dan tepat. Dikombinasikan dengan tim Strategic Marketing yang juga terus berusaha untuk menyajikan berbagai macam bentuk digital maketing sehingga dapat meningkatkan lebih banyak awareness bagi audience Kompas.com.
4.	Kompas.com mendapatkan penghargaan untuk <i>Best Media Social</i> lebih dari satu kali, ditengah tingginya penggunaan media sosial saat ini, bagaimana strategi digital marketing Public Relations Kompas.com dalam meningkatkan <i>Brand Awareness</i> ?	Salah satu cara yang kita lakukan sekarang ini adalah mengkombinasikan berbagai macam platform, sekarang ini Kompas.com sudah punya Youtube, Instagram, Twitter, Facebook, TikTok, Helo, dan berbagai macam platform lainnya. Harapannya, Kompas.com dapat menjadi top of mind sumber informasi atau berita bagi masyarakat khususnya audience Kompas.com itu sendiri.
5.	Apakah ada perbedaan dalam penggunaan setiap platform media sosial yang digunakan oleh Kompas.com?	Tentu, tiap platform beda treatment tergantung behaviour masing-masing audience platformnya.
6.	Apakah ada klaster tertentu seperti usia, lokasi atau tempat, dan waktu dalam merealisasikan strategi digital marketing public relations dari Kompas.com di media sosial?	Yap, pasti ada Mba. Dan data ini akan selalu ditarik dari tim research Kompas.com. Pengelompokan ini juga nantinya bisa membantu tim Strategic Marketing untuk menentukan jenis informasi ataupun

		iklan apa yang cocok dan disukai audience Kompas.com.
7.	Bagaimana strategi digital marketing public relations Kompas.com dalam meningkatkan brand awareness dalam penggunaan platform media sosial Instagram dan Tiktok?	Tentunya dengan mengikuti flow dari audience TikTok dan Instagram itu sendiri. Misalnya, dari data terakhir, audience Tiktok lebih senang dengan konten berbentuk video narasi yang dibawakan oleh host, sedangkan untuk di Instagram cenderung menyukai konten video dengan voice over host saja. Dengan perbedaan behaviour tersebut, tim Kompas.com tentunya memaksimalkan kedua konten tersebut sehingga harapannya dapat meningkatkan engagement audience Kompas.com.
8.	Mengutip informasi dalam <i>website</i> Kompas.com pada bagian <i>about us</i> terdapat kalimat “Kompas.com ingin menegaskan bahwa portal berita ini ingin hadir di tengah pembaca sebagai acuan bagi jurnalisme yang baik di tengah derasnya aliran informasi yang tak jelas kebenarannya” bagaimana acuan dan informasi yang tak jelas kebenarannya tersebut yang dimaksud?	Oke, seperti yang kita tahu, belakangan ini masyarakat Indonesia sering kali dihujani berbagai macam berita hoax yang tidak diketahui kebenarannya. Untuk itu Kompas.com hadir dengan harapan bisa menjadi wadah untuk masyarakat Indonesia dapat menemukan fakta dan kebenaran dari suatu informasi. Sehingga tidak ada lagi kesalah pahaman akan suatu informasi yang beredar di Masyarakat.
9.	Dalam data yang ditemukan pada tahun 2021 bahwasannya masyarakat pertama kali mendapatkan berita atau informasi saat ini melalui media sosial, bagaimana tanggapan apakah ini ada hubungannya dengan kutipan diatas, mengenai ketidak jelasan keberannya suatu informasi?	Yap, bisa saja. Karena tidak semua berita yang kita terima dari media sosial itu sudah pasti benar. Banyak issue-issue yang dilempar ke media sosial tanpa tahu sumber yang pasti. Nah, inilah peran yang diharapkan Kompas.com dapat memberikan klarifikasi ataupun konfirmasi dari suatu issue.

10.	Bagaimana respond serta strategi yang perlu dilakukan apabila kondisi tersebut terjadi kepada konsumen Kompas.com dan juga masyarakat?	Ya tentunya dengan selalu memberikan informasi terakurat dan jelas sumbernya dari mana.
11.	Apakah kutipan tersebut juga ada hubungan dengan meningkatkan brand awareness Kompas.com dalam penggunaan media sosial, khususnya dalam penggunaan platform Instagram dan TikTok?	Tentu, makanya tidak hanya ada di portal berita, Kompas.com juga senantiasa hadir di semua platform kesayangan audience.
12.	Apa yang menjadi nilai penting yang harus dijaga dan dikembangkan oleh Kompas.com sebagai perusahaan media yang hingga saat ini masih mampu bersaing dengan perusahaan media lainnya?	Terdepan dan terpercaya. Salah satu tagline yang sampai saat ini juga masih menjadi pegangan untuk semua tim di Kompas.com.
13.	Apakah Kompas.com kedepannya akan tetap menyesuaikan diri terhadap perubahan-perubahan era demi menyajikan berita atau informasi kepada masyarakat?	Yap, tentu. Hingga saat ini pun Kompas.com masih selalu berupaya untuk bisa menyesuaikan dalam setiap perubahan yang terjadi di masyarakat sehingga bisa selalu menemani dan memberikan informasi untuk masyarakat, khususnya audience Kompas.com.

Tabel 1 Lembar Pertanyaan Key Informan 1

2. Hasil wawancara Key Informan 2

Nama : Gusta Rachma
 Jabatan : Account Executive Kompas.com
 Umur : 26 Tahun

No.	PERTANYAAN	JAWABAN
1.	Perjalanan Kompas.com dimulai sejak 1995 hingga saat ini, boleh anda jelaskan apa saja yang telah dicapai oleh Kompas.com?	ngomongin pencapaian, udah banyak banget pencapaian yang diraih Kompas.com selama hampir 28 tahun ini. salah satu award journalism content yang kita raih itu

		Anugerah Jurnalistik Kominfo tahun 2021, Global Youth & News Media Prize, dan tentunya apresiasi tiada hentinya dari audience setia kami, sehingga Kompas.com dapat menjadi “most visited” news and media website di Indonesia dengan total views 217 Juta pageviews/month.
2.	Saat ini penggunaan media sosial dimasyarakat begitu massif, menurut anda bagaimana respon Kompas.com terhadap hal tersebut?	Kompas.com selalu beradaptasi dengan perkembangan yang terjadi di masyarakat, untuk itu Kompas.com juga hadir dan menemani audience di berbagai platform yang digemari masyarakat. Seperti Instagram, Tiktok, Twitter, dll.
3.	Pada informasi tentang Kompas.com tertulis bahwasannya Kompas.com mendapatkan penghargaan untuk <i>Best Media Social</i> lebih dari satu kali, ditengah tingginya penggunaan media sosial saat ini, boleh diceritakan mengenai bagaimana proses hingga tercapainya penghargaan tersebut?	Untuk prosesnya tentunya tidak mudah ya, Mba. Ada andil besar tim redaksi dan semua tim terkait sampai akhirnya konten bisa naik dan digemari audience. Yang jelas, Kompas.com selalu memberikan suguhan berita dan informasi yang mengikuti jaman namun tetap memperhatikan term and condition dari jurnalistik.
4.	Saat ini platform-platform media berita online di Indonesia banyak yang baru bermunculan, terlebih masyarakat pertama kali mendapat informasi di media sosial dibandingkan aplikasi platform medianya sendiri. Dalam hal ini apa konsep strategi digital marketing Kompas.com di media sosial dalam menjaga konsumen, produk, dan brand Kompas.com diantara banyaknya platform media berita	Salah satu strategi yang sampai sekarang masih digunakan Kompas.com adalah terus mempertahankan ketepatan dan kecepatan berita. Tidak hanya mengikuti trend, namun juga harus mengandung value yang berguna bagi audience Kompas.com. Sehingga selalu menimbulkan trust dari audience setia kami.

	tersebut (sebagai kompetitor dari kompas.com)?	
5.	Setelah strategi digital marketing telah terkonsep, bagaimana cara mengimplemetasikannya, bisa dijelaskan?	Pengimplementasiannya tentu dengan disebar ke berbagai macam platform yang kami punya sesuai dengan target audience masing-masing platform.
6.	Apakah ada perbedaan dalam mengimplementasikan dari konsep strategi tersebut disetiap platform media sosial yang digunakan oleh kompas.com?	Tentu, semua konten yang naik dari Kompas.com sudah terkurasi dengan baik oleh tim redaksi Kompas.com. Sehingga semua konten sudah pasti mempunyai value dan akan disajikan sesuai interest dari masing-masing platform.
7.	Apakah ada klaster tertentu seperti usia, lokasi atau tempat, waktu, dan melihat karakter pengguna dalam hal seperti ketertarikan pengguna di masing-masing platform media sosial dalam merealisasikan strategi digital marketing dari kompas.com di media sosial?	Yap, tentu. Tim data, riset dan tim after campaign Kompas.com akan selalu update data performance dari audience Kompas.com per bulannya. Dari data tersebut akan terlihat perbedaan dan interest dari masing-masing audience. Sehingga, dari data tersebut tim marketing dapat mengarahkan konten-konten apa yang sesuai dengan behavior audience.
8.	Apa yang menjadi keunggulan dan menjadi pembeda antara kompas.com dalam memanfaatkan media sosial dibandingkan dengan media berita lainnya?	Kredibilitas dan komitmen yang sangat dijaga oleh semua tim Kompas.com sehingga bisa menjadi media nomer 1 di Indonesia.
9.	Di usia yang bisa dibilang dewasa sekarang ini, bagaimana kompas.com menjaga brand image kepada konsumen dan masyarakat?	Tentunya dengan kualitas dan mutu, sehingga dapat dipercaya dan diandalkan oleh audience dalam mencari kebenaran dari suatu berita.

10.	Apakah pemanfaatan media sosial oleh Kompas.com ada hubungannya juga dengan menjaga brand image tersebut? Kalau ada, inovasi apa yang dikonsepskan oleh Kompas.com dalam menjaga produk, konsumen, dan brand, yang inovasi tersebut menjadi suatu hal yang baru atau juga tidak dimiliki oleh platform media berita lainnya?	Yap, dengan munculnya Kompas.com di berbagai platform tersebut akan menjadikan Kompas.com lebih flexible dan bisa menjangkau audience lebih luas bahkan di keseharian mereka. Tentunya tetap dengan regulasi-regulasi yang tidak boleh dilewatkan sehingga informasinya tetap bisa terjaga dan terpercaya.
11.	Untuk platform media sosial Instagram dan Tiktok, bagaimana pendapat anda mengenai kedua platform media sosial tersebut?	Dinamis dan cepat. Semua orang punya kesempatan untuk bisa membagikan informasi dan dapat ditonton oleh banyak orang dalam waktu real time.
12.	Bagaimana cara Kompas.com menganalisis platform media sosial khususnya Instagram dan Tiktok dalam meningkatkan brand awareness?	Seperti yang tadi udah saya bicarakan, Kompas.com selalu berusaha untuk memenuhi kebutuhan audience. Tidak lupa, secara berkala tim Kompas.com juga akan menarik data dari interest audience, yang selanjutnya bisa dianalisis untuk kebutuhan marketing.
13.	Bagaimana cara Kompas.com memanfaatkan, mengelola, dan menjaga atas konsumen, produk, dan brand di kedua media sosial tersebut?	Melihat behavior kedua platform tersebut, konten-konten yang akan naik juga disesuaikan dengan interest mereka. Bisa disesuaikan dengan apakah konten yang mereka suka itu berupa video, photo, narrative by host dan sebagainya. Untuk jam tayang pun juga disesuaikan dengan audience di tiap platform. Prime time mereka berbeda-beda.
14.	Apa yang menjadi nilai penting yang harus dijaga dan dikembangkan oleh Kompas.com sebagai perusahaan media yang hingga saat ini masih mampu	Kredibilitas dan kepercayaan. Dua point penting yang sampai saat ini masih dipegang teguh oleh tim Kompas.com.

	bersaing dengan perusahaan media lainnya?	
15.	Apakah Kompas.com kedepannya akan tetap menyesuaikan diri terhadap perubahan-perubahan era demi menyajikan berita atau informasi kepada masyarakat?	Tentu, Kompas.com sebagai media terbesar di Indonesia akan selalu dan tetap menjaga brand image dengan terus menyajikan berita ke pada masyarakat mengikuti perkembangan jaman.

Tabel 2 Lembar Pertanyaan Key Informan 2

1. Hasil wawancara Informan 1

Lembar Pertanyaan Wawancara Informan

Nama Informan : Rosandy Nakka
 Usia : 27 Tahun
 Pekerjaan : Freelance dan Ojek online
 Mahasiswa : Masarah Sadiyah

No.	PERTANYAAN	JAWABAN
1.	Pekernalkan Nama, Usia, dan Pekerjaan anda?	Sandy, 27 tahun, freelance dan ojek online
2.	Apakah anda menggunakan platform media sosial?	iya saya menggunakan media sosial
3.	Platform media sosial apa yang anda gunakan?	facebook, Instagram, tiktok, twitter, dan whatsapp
4.	Apakah anda lebih sering menggunakan Platform media sosial Instagram dan Tiktok?	Iya.
5.	Ketika anda menggunakan media sosial Intagram dan Tiktok, aktivitas apa saja dalam yang sering anda lakukan?	di platform Instagram biasa saya mengamati story keseharian dari teman, informasi seperti berita, dan reels.
6.	Dalam kurun waktu sehari biasanya anda menggunakan Instagram dan Tiktok berapa lama?	kurang lebih 5 jam

7.	Apakah anda menggunakan Instagram dan Tiktok untuk mencari informasi? biasanya informasi seperti apa yang sering anda temui dan informasi seperti apa yang anda senang?	tentu saja, informasi terkait berita politik, lokal dan internasional. Informasi yang saya senang seperti berita yang sedang trending dan berita politik.
8.	Apakah anda lebih sering menerima informasi atau berita di media sosial dibandingkan menerima dari media lain seperti aplikasi media berita online, televisi, koran?	iya, karena saya lebih dekat dengan handphone, jadi saya lebih sering menggunakan media sosial.
9.	Jika anda lebih sering mendapatkan informasi atau berita melalui media sosial dibandingkan dengan mendapatkannya dari media lain, bagaimana tanggapan anda?	Tentunya kalo media sosial lebih banyak hoax yang perlu dicari kebenaran beritanya. Tapi kalo media sosialnya itu mencari beritanya dari media media konvensional seperti kompas.com, kumparan mungkin kita langsung beralih ke aplikasinya.
10.	Melihat banyak informasi yang ada di media sosial itu belum bisa dipastikan kebenarannya dan ada kemungkinan bahwa berita itu palsu/hoax, bagaimana cara anda melakukan filterisasi informasi atau berita yang ada di media sosial khususnya Instagram dan Tiktok?	pastinya jika berita itu dari media konvensional seperti kompas,kumparan, cnn, sudah pasti valid. Namun jika berita nya dari akun pribadi biasanya kalo saya ngikutin terus trendingnya apa, dan selalu menunggu berita dari media konvensional. Jika berita tersebut ada pada media konvensional yang tadi saya sebutkan berarti berita tersebut benar.
11.	Dalam menggunakan media sosial Instagram dan Tiktok, apakah setiap informasi yang anda terima itu disampaikan oleh akun dari perusahaan, media berita terpercaya atau akun lain?	karena saya mem follow akun perusahaan media yang jelas, jadi setiap informasi yang saya dapat dari situ semua.
12.	Apakah anda mengetahui Kompas.com? bisa anda jelaskan	iya, saya mengetahui mengenai kompas.com. kompas.com selain saya follow akun nya di Instagram

	apa yang anda ketahui tentang kompas.com?	dan tiktok saya juga download aplikasi kompas.com. karena biasanya pada pagi hari selalu membaca berita. Dulu saya berlangganan koran kompas, namun sekarang sudah tidak ada yang berjualan keliling lagi di komplek rumah saya. jadi saya menggunakan aplikasi kompas.com untuk membaca berita.
13.	Apakah anda mengetahui akun Kompas.com di Instagram dan Tiktok, dan apakah anda mengikuti akun tersebut?	iya, saya memfollow akun tersebut di intagram dan tiktok.
14.	Menurut anda apakah Kompas.com selalu up to date dalam menyampaikan informasi dan berita?	yang saya tau kompas.com selalu update. Selain detik.com kompas.com selalu up to date dalam menyampaikan beritanya daripada akun media lain.
15.	Bagaimana menurut anda mengenai konten-konten kompas.com di Instagram dan Tiktok?	kalo kontennya yang saya lihat dari kompas.com setiap dia upload berita, dia selalu memaparkan berita nya dengan jelas, segala peristiwa yang dia bawakan sangat jelas dan tidak setengah setengah.
16.	Bagaimana menurut anda mengenai informasi atau berita yang di sampaikan Kompas.com dengan media berita lainnya? Apa perbedaannya?	saya pernah download flatform detik.com dan cnn. Kalo detik.com yang saya lihat beritanya lebih simple dan singkat. Banyak tipografi jadi beritanya kurang tersampaikan. Berbeda dengan kompas.com yang jelas dalam menyampaikan informasinya walaupun narasinya lebih panjang. Namun menurut saya itu tidak masalah karena berita harus disampaikan dengan jelas.
17.	Dan apakah yang disampaikan kompas.com adalah informasi yang bisa dipercaya serta faktual	kalo saya fikir kan kompas.com sudah masuk kedalam media konvensional. Dan media yang sudah

meskipun informasi atau berita tersebut disampaikan di media sosial?	diakui di Indonesia. Jadi saya fikir apa yang diberitakan oleh Kompas sangat valid karena sudah ada pengakuan dan media berbadan hukum. Dia perusahaan media yang sudah diakui di Indonesia.
--	--

Tabel 3 Lembar Pertanyaan Informan 1

1. Hasil wawancara Informan 2

Lembar Pertanyaan Wawancara Informan

Nama Informan : Rabi Radhia
 Usia : 29 Tahun
 Pekerjaan : karyawan Swasta
 Mahasiswa : Masarah Sadiyah

No.	PERTANYAAN	JAWABAN
1.	Pekernalkan Nama, Usia, dan Pekerjaan anda?	nama Rabi Radhia, usia 29 tahun, pekerjaan karyawan swasta
2.	Apakah anda menggunakan platform media sosial?	ya, saya menggunakan
3.	Platform media sosial apa yang anda gunakan?	twitter
4.	Apakah anda lebih sering menggunakan Platform media sosial Instagram dan Tiktok?	hmm Instagram pakai, tiktok engga
5.	Ketika anda menggunakan media sosial Instagram dan Tiktok, aktivitas apa saja dalam yang sering anda lakukan?	sampai sekarang sih iya, hmm biasanya cari berita dan mencari-cari informasi saja sih. Olahraga
6.	Dalam kurun waktu sehari biasanya anda menggunakan Instagram dan Tiktok berapa lama?	kalo Instagram Cuma 1 jam, saya hanya melihat sekilas saja
7.	Apakah anda menggunakan Instagram dan Tiktok untuk mencari informasi? biasanya informasi seperti apa yang sering anda temui dan informasi seperti apa yang anda senang?	hmm iya, biasanya cari berita berita olahraga ya. Dan apa yang terjadi hari ini dan menghubungi teman-teman

8.	Apakah anda lebih sering menerima informasi atau berita di media sosial dibandingkan menerima dari media lain seperti aplikasi media berita online, televisi, koran?	hmm tergantung jenis media atau beritanya ya. Kalo beritanya politik nasional gitu biasanya saya mencari nya pada media online ya. Karena sudah ada aplikasi masing-masing. Nah ketika ada berita atau highlight highlight berita muncul di popup notifikasi.instagram kan hanya sekilas-sekilas
9.	Jika anda lebih sering mendapatkan informasi atau berita melalui media sosial dibandingkan dengan mendapatkannya dari media lain, bagaimana tanggapan anda?	soalnya kalo di Instagram itu kadang enggak lengkap ya. Missal ada kutipan kutipan kan kemari nada berita tentang sambo ya. Itu sidang A, itu hanya highlight nya saja kutipan wawancaranya abis itu selesai. Sementara di media online kan lebih detail dan berkesinambungan gitu ya. Melanjutkan tapi di media sosial hanya highlight saat itu saja. Jadi kalo saya mencari highlight ada di Instagram kalo cari yang detail saya cari di media online.
10.	Melihat banyak informasi yang ada di media sosial itu belum bisa dipastikan kebenarannya dan ada kemungkinan bahwa berita itu palsu/hoax, bagaimana cara anda melakukan filterisasi informasi atau berita yang ada di media sosial khususnya Instagram dan Tiktok?	selama ini sih saya mencari di Instagram berita berita yang tentunya olahraga ya. Karena kalo berita tentang olahraga tidak mungkin hoax. kalo berita politik, nasional saya lebih seringnya di media online.

11.	Dalam menggunakan media sosial Instagram dan Tiktok, apakah setiap informasi yang anda terima itu disampaikan oleh akun dari perusahaan, media berita terpercaya atau akun lain?	biasanya tergantung jenis berita ya, kalo berita olahraga sih biasanya gak semua disiarkan di media online berita yah. Kalo berita politik dan nasional mungkin iya. Apalagi kalo berita berita saat ini. Pasti itu di update di media online.
12.	Apakah anda mengetahui Kompas.com? bisa anda jelaskan apa yang anda ketahui tentang kompas.com?	Ya, saya mengetahui. Kompas.com adalah salah satu portal berita nasional.
13.	Apakah anda mengetahui akun Kompas.com di Instagram dan Tiktok, dan apakah anda mengikuti akun tersebut?	ya saya tahu dan saya follow
14.	Menurut anda apakah Kompas.com selalu up to date dalam menyampaikan informasi dan berita?	kalo up to date iya, tapi kalo siapa yang lebih dulu itu bersaing ya. Kadang ada satu berita yang dia lebih dulu. Tapi kalo update sih pasti terupdate
15.	Bagaimana menurut anda mengenai konten-konten kompas.com di Instagram dan Tiktok?	konten nya kurang lebih sama ya. Karna yang saya bilang tadi kalo di Instagram kurang lengkap ya dibanding portal media lain. Jadi kalo di Instagram itu kan Cuma highlight berita karena saya baca highlight kan caranya di Instagram. Sedangankan kalo mau lebih lengkap lagi saya harus mencarinya di di media/ aplikasi online.
16.	Bagaimana menurut anda mengenai informasi atau berita yang di sampaikan Kompas.com dengan media berita lainnya? Apa perbedaannya?	harusnya berimbang sih, sejauh ini berita berita nya juga update.

17.	Dan apakah yang disampaikan Kompas.com adalah informasi yang bisa dipercaya serta faktual meskipun informasi atau berita tersebut disampaikan di media sosial?	kompas sih factual yah.
-----	--	-------------------------

Tabel 4 Lembar Pertanyaan Informan 2

2. Hasil wawancara informan 3

Lembar Pertanyaan Wawancara Informan

Nama Informan : Dodi Ariyanto
 Usia : 39 Tahun
 Pekerjaan : Pengusaha bidang konsultan
 Mahasiswa : Masarah Sadiyah

No.	PERTANYAAN	JAWABAN
1.	Pekernalkan Nama, Usia, dan Pekerjaan anda?	nama saya dodri ariyanto, usia saya 39 tahun, saya sebagai pengusaha di bidang konsultan
2.	Apakah anda menggunakan platform media sosial?	Ya, saat ini saya menggunakan platform twitter, Instagram, sama tiktok
3.	Platform media sosial apa yang anda gunakan?	platform twitter, Instagram, dan tiktok
4.	Apakah anda lebih sering menggunakan Platform media sosial Instagram dan Tiktok?	saat ini yang paling sering digunakan Instagram sama tiktok
5.	Ketika anda menggunakan media sosial Instagram dan Tiktok, aktivitas apa saja dalam yang sering anda lakukan?	saya paling sering biasanya liat news berita, dan saya paling
6.	Dalam kurun waktu sehari biasanya anda menggunakan Instagram dan Tiktok berapa lama?	hmm, biasanya kalo dihitung waktunya ya, mungkin sekitar 2 jam kali yah perhari yah. Pagi,siang, malam sebelum tidur.

7.	Apakah anda menggunakan Instagram dan Tiktok untuk mencari informasi? biasanya informasi seperti apa yang sering anda temui dan informasi seperti apa yang anda senangi?	iya lebih sering seperti itu. Hmm kalo saya pribadi lebih suka tentang politik, berita berita tentang saham, berita berita terkait ekonomi.
8.	Apakah anda lebih sering menerima informasi atau berita di media sosial dibandingkan menerima dari media lain seperti aplikasi media berita online, televisi, koran?	hmm, biasanya aplikasi cukup sering juga sih di online. Tapi kalo koran gak pernah yah. Media sosial lebih dominan
9.	Jika anda lebih sering mendapatkan informasi atau berita melalui media sosial dibandingkan dengan mendapatkannya dari media lain, bagaimana tanggapan anda?	ya media sosial tuh menyajikan beritanya lebih ringkas, terus lebih menarik, dan kita bisa mendengarkan berita itu kapan saja dan dimana saja. Karena kan saya sering mengabaikan waktu saya diperjalanan ya, sayaa tinggal putar di sosial media Instagram atau tiktok saya bisa mendengarkan. Karna kan kalo di tiktok itu news nya tinggal diucapkan ya. Jadi kita tidak usah membaca kayak media konvensional. Jadi lebih mudah
10.	Melihat banyak informasi yang ada di media sosial itu belum bisa dipastikan kebenarannya dan ada kemungkinan bahwa berita itu palsu/hoax, bagaimana cara anda melakukan filterisasi informasi atau berita yang ada di media sosial khususnya Instagram dan Tiktok?	biasanya saya ngambil berita berita dari media mainstream ya. Yang data nya tuh valid. Yang validitasnya atau sisi jurnalistik itu sudah terpercaya sumber beritanya.
11.	Dalam menggunakan media sosial Instagram dan Tiktok, apakah setiap informasi yang anda terima itu disampaikan oleh akun dari perusahaan, media berita terpercaya atau akun lain?	saya selalu mendengar berita itu dari media media yang terpercaya.

12.	Apakah anda mengetahui Kompas.com? bisa anda jelaskan apa yang anda ketahui tentang kompas.com?	iya kompas salah satu platform yang saya gunakan. Ya kompas.com itu adalah salah satu platform media online grup dari kompas yang memang udah lama bekecimpung di dunia jurnalistik. Jadi sebelum ada kompas.com kita mengenal ada news koran kompas, televisi kompas tv, ya sekarang kalo platform media sosialnya oleh kompas.com. ya saya sudah lama mengenal kompas.com
13.	Apakah anda mengetahui akun Kompas.com di Instagram dan Tiktok, dan apakah anda mengikuti akun tersebut?	ya saya tau kompas.com. dan saya mengikuti kompas.com baik di intstagram dan tiktok
14.	Menurut anda apakah Kompas.com selalu up to date dalam menyampaikan informasi dan berita?	Ya yang saya perhatikan sih kompas.com selalu terdepan ya dalam memberikan informasi yang ada. Jadi sifatnya tuh factual, terpercaya, kredibel. Dan disampaikan dengan lugas. Yang paling saya yakini sih kompas itu beritanya berimbang jadi beritanya tuh tidak memihak. Karena kan dia independent. Setau saya tidak terafiliasi kepentingan atau golongan tertentu.
15.	Bagaimana menurut anda mengenai konten-konten kompas.com di Instagram dan Tiktok?	menarik sih, karena kan sesuai kebutuhan saat ini ya. Apalagi di tiktok itu tampil ada video dan suara. Terus tidak terlalu Panjang tapi ringkas. Jadi kita dengan mendengarkan segitu cukup. Dapat informasi yang kita cari. Dan biasanya kompas itu selalu mengangkat berita berita yang sedang rame ya di tengah tengah masyarakat. Dan intensitas beritanya sering diulang. Jadi kita dapat update beritanya lebih sering.

16.	<p>Bagaimana menurut anda mengenai informasi atau berita yang di sampaikan Kompas.com dengan media berita lainnya? Apa perbedaannya?</p>	<p>kalo menurut saya, kompas itu selalu focus dengan berita yang lagi viral. Jadi kasusnya sambo gitu ya, jadi Cuma kompas yang sering memposting berulang ulang sedangkan platform media lain itu lebih acak. Kalo kompas.com itu bisa beritanya seharian itu beritanya yang sedang viral itu missal sambo, sekarang tedi minahasa, terus sekarang masalah TPPU. kompas itu lebih focus dengan berita yang lagi viral. Karena kalo media media sosial lain ada kecenderungan kepentingan kelompok, partai, kepentingan golongan tertentu. Jadi beritanya kadang ada unsur unsur berita yang sifatnya promosi partai, promosi ormas, promosi bisnis mereka, dan ada campaign campaign juga.</p>
17.	<p>Dan apakah yang disampaikan kompas.com adalah informasi yang bisa dipercaya serta faktual meskipun informasi atau berita tersebut disampaikan di media sosial?</p>	<p>ya pasti saya yakin kompas itu menjaga sekali nilai nilai jurnalistik. Dan mereka juga mempunyai etika-etika jurnalistik sehingga berita yang disampaikan juga oleh kompas.com apapun bentuknya termasuk di platform sosial media itu menurut saya adalah berita-berita yang validitas nya bisa terjamin dan itu sangat penting ditengah banyak sekali platform media sekarang ini yang ada. Dan terkadang kita tidak bisa memastikan kebenaran validitas datanya sumber. kalo</p>

	<p>kompas basicnya jurnalistik jadi ada kaidah kaidahnya sehingga berita yang disampaikan itu dipastikan kebenaran dan sumbernya jelas. Dan saya bisa bilang berita yang ada dikompas itu teruji pasti dan kompas bukan pertama kali. Dan saya tau bahwa kompas platform sosial media dibagian jurnalistik paling teratas. Istilahnya kalo ada penelitian atau survei kompas.com adalah media sosial no.1 saat ini. Dulu sempat saya tau ada media lain tapi karna sudah terafiliasi oleh grup tertentu jadi sekarang sudah tidak no.1 lagi. Nah dulu kan awalnya bukan kompas.com tapi saat ini setau saya kompas.com no.1 sih untuk media untuk news/berita</p>
--	---

Tabel 5 Lembar Pertanyaan Informan 3

KARTU ABSENSI BIMBINGAN TUGAS AKHIR



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

Program Studi Ilmu Komunikasi

Jl. Arjuna Utara, Kebon Jeruk, Jakarta Barat 11510

021 - 567 4223 (hunting). Hotline Services : 021 - 7064 6060 / 021 - 7024 7272

KARTU ABSENSI BIMBINGAN

KULIAH KERJA PRAKTEK/SEMINAR & TEK. PENULISAN ILMIAH/TUGAS AKHIR

NAMA : Masarah Sadiyah
 NIM/PEMINATAN : 2019-050-2295 / Public Relation
 NO. TELP/EMAIL : 08222 888 2095 / Masarah-s@yahoo.co.id
 JUDUL : Strategi Digital Marketing Public Relations
 Kampus.com dalam Membangun Top of Mind
 Melalui Aplikasi Media Sosial
 DOSEN PEMBIMBING : Erna Febriani S.Si, M.Si

No.	Tanggal	Bab	Catatan Pembimbing	TTD Pembimbing
1	3/6/23	Bab 1	Penjelasan metode yg akan diambil membahas kasus later belakang, rumusan masalah, Tujuan Penelitian skin point penting lainnya	Jhs
2	10/6/23	Bab 2	Mencari Grand Theory yg dipakai dan mengambil Intisari dari Grand Theory	Jhs
3	12/6/23	Bab 3	Membahas mengenai Paradigma Penelitian	Jhs
4	7/7/23	Bab 4	Laporan Hasil Wawancara	Jhs
5	21/7/23	Bab 4	Revisi Bab 4 mengenai Wawancara	Jhs
6	26/7/23	Bab 5	Pembahasan Strategi MPR & Teori Difusi	Jhs
7	28/7/23	Bab 6	Pembahasan Kesimpulan & Saran	Jhs
8	2/8/23	Jurnal	Bimbingan mengenai Jurnal	Jhs
9	4/8/23	Bab 4	Revisi Bab 4 & Kesimpulan	Jhs
10	10/8/23	Jurnal	Jurnal & ACC	Jhs

Syarat maju sidang, minimal 10x pertemuan/pembimbingan

Mahasiswa

(Mahasiswa)

Mengetahui,

(Ka. Peminatan)