

LAMPIRAN

Lampiran 1

Daftar Pertanyaan Wawancara

1. Apa saja yang pernah dilakukan oleh Sukses Agency 02 dalam memperkenalkan diri kepada masyarakat?
2. Apa tujuan jangka panjang yang ingin dicapai oleh Sukses Agency 02?
3. Siapa yang menjadi sasaran dalam kegiatan yang dilakukan?
4. Apa yang diamati sebelum melakukan perencanaan kegiatan tersebut?
5. Apakah dalam perencanaan kegiatan memperhatikan tujuan jangka panjang, dana dan juga SDM (Sumber Daya Manusia) yang ada?
6. Bagaimana cara mengkoordinasi anggota lain tentang rencana kegiatan tersebut?
7. Bagaimana penyampaian pesan/ informasi dapat terjadi melalui kegiatan tersebut?
8. Apakah evaluasi yang dilakukan mencakup evaluasi dari tahap persiapan, pelaksanaan hingga efek yang didapatkan? Bagaimana hasilnya?
9. Apa saja bentuk bukti-bukti kegiatan yang digunakan dalam evaluasi?

10. Seberapa jauh hasil yang telah dicapai dari kegiatan ini?

Lampiran 2

Hasil Wawancara Lengkap

a. Informan 1 : Ibu Wendy, S.E (*Senior Agency Manager*)

(Wawancara dilakukan pada Rabu, 07 Desember 2022 pukul 10.30 WIB secara tatap muka di kantor Sukses Agency 02)

1. Apa saja yang pernah dilakukan oleh Sukses Agency 02 dalam memperkenalkan diri kepada masyarakat?

Jawaban : Untuk mengenalkan diri sendiri kami pernah beberapa kali berpartisipasi dalam berbagai kegiatan yang ada baik di Pekalongan ataupun Semarang yang tentunya ada sasaran yang kita tuju. Kami juga pernah adain acara *charity*, lewat sosial media juga (instagram). Acara terakhir yang kami adakan November lalu bersama salah satu rumah sakit di Semarang. Dalam satu bulan belum tentu ada kegiatan yang fokusnya 'eksternal', karena kegiatan *offline* pun baru saja aktif setelah pandemi kemarin.

2. Apa tujuan jangka panjang yang ingin dicapai oleh Sukses Agency 02?

Jawaban : Kami ingin jadi *agency* nomor 1 di Pekalongan itu sudah pasti ya, di mana kami mau orang-orang kenal Sukses Agency 02 dulu, itulah mengapa kami ikut serta dalam kegiatan-kegiatan di masyarakat.

3. Siapa yang menjadi sasaran dalam kegiatan yang dilakukan?

Jawaban : Sebenarnya kita lebih ke semua lapisan masyarakat Indonesia, karena kan kita perusahaan asuransi ya, jadi semua orang yang bisa punya asuransi itu jadi sasaran dari kegiatan kita. Tapi kalau dari kegiatan yang saya sebutkan tadi, lebih berfokus untuk memperkenalkan dulu nih ada Sukses *Agency* 02.

4. Apa yang diamati sebelum melakukan perencanaan kegiatan tersebut?

Jawaban :

a. Pengelolaan Sosial Media

Kita adakan rapat bersama PAM (*President Agency Manager*) melalui *Zoom* untuk bahas kenapa kita perlu aktifkan dan kelola instagram dengan baik, karena kan secara wilayah dan sasaran saja sudah berbeda dengan pusat di Medan.

b. Partisipasi di kegiatan SMC RS Telogorejo

Kami pernah mengadakan survei pada nasabah yang ada di Sukses *Agency* 02 tentang layanan rumah sakit. Ternyata mayoritas, lebih dari 50% itu lebih menyukai pelayanan yang ada di Semarang dan banyak yang menyebutkan RS Telogorejo. Kami juga mendapat data jika memang pelayanan di Pekalongan belum memadai, apalagi tahun 2020 saat pandemi. Dari situ kami mencari info lagi seputar RS Telogorejo, di mana juga menjadi rekanan Panin Dai-Ichi Life.

c. Kerjasama dengan Primaya *Hospital* Semarang

Sekitar bulan Oktober 2022 lalu kami mendapat tawaran kerjasama dengan Primaya Hospital. Tentunya kami cari tahu dulu bagaimana sih Primaya Hospital ini karena baru saja berdiri 2021 lalu. Tapi kami menemukan keunggulan dari rumah sakit ini di mana ada mini laparoskopi pertama di Semarang. Selain itu juga termasuk rumah sakit rekanan Panin Dai-Ichi Life. Hal itu cukup membuat kami tertarik untuk bekerjasama karena kami ingin dikenal juga dengan pelayanan yang terbaik untuk nasabah kami, terutama dalam hal kesehatan.

5. Apakah dalam perencanaan kegiatan memperhatikan tujuan jangka panjang, dana dan juga SDM (Sumber Daya Manusia) yang ada?

Jawaban : Tentu saja. Tiga hal itu menjadi hal yang penting sekali untuk perencanaan, jadi tidak hanya memikirkan kapan, dimana kegiatan akan berlangsung saja. Untuk tujuan jangka panjang semua kegiatan sama seperti yang saya sampaikan tadi, kami ingin Sukses Agency 02 dikenal masyarakat sehingga menjadi *agency* nomor 1 di Pekalongan.

a. Pengelolaan media sosial

Media sosial kami dikelola dengan mengunggah konten yang mengedukasi, menginfokan produk kami. Dana yang diperlukan untuk media sosial digunakan untuk *instagram Ads* dan tergolong sangat terjangkau ya karena kita dapat menentukan target *audience* nya seberapa banyak dan berapa hari kami ingin konten tersebut diiklankan. Sosial media ini dikelola oleh Bu Lisa selaku *Public Relations* sehingga tidak berpengaruh pada SDM yang ada.

b. Partisipasi di kegiatan SMC RS Telogorejo

Beberapa minggu sebelum kegiatan, Bu Lisa berkoordinasi dengan pihak RS Telogorejo untuk berdiskusi mengenai manfaat apa saja yang akan kami dapatkan dengan mengikuti kegiatan tersebut, termasuk juga dana yang harus dikeluarkan. Dengan mengikuti acara tersebut kami diharuskan membayar biaya keikutsertaan. Selain itu dana juga digunakan untuk transportasi anggota yang berangkat dari Pekalongan, yaitu 7 orang.

c. Kerjasama dengan Primaya *Hospital* Semarang

Kegiatan ngobrol sehat ini kami rencanakan agar calon nasabah yang diundang mengetahui pelayanan yang kami berikan melalui Primaya *Hospital* ini seperti apa. Bagi rumah sakit sendiri dapat mempromosikan keunggulan yang mereka miliki kepada masyarakat Pekalongan. Jadi *goals* keduanya sama-sama bisa tercapai. Untuk dana kami memang keluar lebih besar ya karena menjamu dan menyediakan tempatnya. Sedangkan Primaya *Hospital* mendanai sendiri untuk transport.

6. Bagaimana cara mengkoordinasi anggota lain tentang rencana kegiatan tersebut?

Jawaban : Koordinasi seringkali kami lakukan hanya melalui pesan *WhatsApp* setiap ada kegiatan yang dilakukan. Rata-rata diinformasikan kepada anggota 7 hari sebelum kegiatan dilakukan.

a. Pengelolaan media sosial

Tidak ada karena hanya dikelola oleh *Public Relations* saja.

b. Partisipasi di kegiatan SMC RS Telogorejo

Kami menginfokan terlebih dahulu melalui *WhatsApp Group* siapa saja yang ingin terlibat dan melakukan koordinasi secara *offline* di kantor 1 minggu sebelum kegiatan dimulai, dan pada saat itu hanya ada 7 anggota yang dapat berpartisipasi.

c. Kerjasama dengan Primaya Hospital Semarang

Kami hanya *list* saja di *WhatsApp Group* setiap anggota yang bisa bergabung dan membawa berapa calon nasabah untuk reservasi tempat.

7. Bagaimana penyampaian pesan/ informasi dapat terjadi melalui kegiatan tersebut?

Jawaban :

a. Pengelolaan media sosial

Tentunya dari konten-konten yang diunggah ya, pasti ada pesan yang sekedar menginfokan produk, mengedukasi tentang asuransi.

b. Partisipasi di kegiatan SMC RS Telogorejo

Tadi saya sampaikan bahwa kami mendapat beberapa manfaat dari kegiatan tersebut, yaitu penyebutan nama sebagai sponsor acara, mendapatkan kesempatan untuk presentasi sekilas agar orang tua peserta mengenal Sukses

Agency 02, anggota kami juga secara personal dapat menawarkan produk. Selain itu pihak rumah sakit juga memberi daftar hadir peserta, yang mana ada nomor telepon juga yang bisa dijadikan pegangan anggota untuk melakukan komunikasi lanjutan. Dari manfaat yang kami dapatkan itu, komunikasi dan penyampaian pesan itu terjadi.

c. Kerjasama dengan *Primaya Hospital Semarang*

Tak hanya promosi diri sendiri, tapi *Primaya Hospital* juga memberikan pengarahannya kepada calon nasabah untuk segera mengambil polis dan memberi bonus *upgrade* kelas kamar.

8. Apakah evaluasi yang dilakukan mencakup evaluasi dari tahap persiapan, pelaksanaan hingga efek yang didapatkan? Bagaimana hasilnya?

Jawaban : Iya kami bahas dari awal hingga akhir.

a. Pengelolaan media sosial

Evaluasi media sosial kami hanya pernah adakan satu kali saja di Mei 2022 karena kami merasa kok gitu-gitu saja. Evaluasi langsung dimulai dengan Bu Lisa yang menjelaskan bagaimana selama ini media sosial dikelola dan efek yang belum begitu baik. Akhirnya dari evaluasi tersebut kami mendapatkan ide baru untuk mengiklankan konten kami lewat *instagram Ads*. Setelah menggunakan fitur tersebut kami merasa ada peningkatan *followers* dan *feedback* yang kami dapat, namun memang belum melakukan evaluasi lagi hingga kini.

b. Partisipasi di kegiatan SMC RS Telogorejo

Untuk awal karena kita cari tahu lewat survei jadi sudah oke karena dapat info yang cukup, hanya saja kami tidak memperkirakan adanya penyusutan peserta. Untuk pelaksanaannya rata-rata anggota mendapatkan 14 orang yang dihampiri, namun tidak semua berasal dari orang tua peserta karena adanya penyusutan tadi. Namun secara keseluruhan kegiatan ini dinilai berhasil karena respon setelah kegiatan yang kami dapatkan lebih dari 50% positif dan terjadi 9 *closing* (penjualan) dalam kurun waktu 3 minggu.

c. Kerjasama dengan Primaya *Hospital* Semarang

Evaluasi kami lakukan dua kali, bersama tim yang terlibat dan pihak Primaya *Hospital*. Evaluasi bersama tim hanya membahas efek dari kegiatan ini, di mana dinilai cukup baik karena calon nasabah memberi respon positif usai acara, dan terjadi 2 *closing* oleh 2 anggota tim yang berbeda.

Evaluasi dengan Primaya *Hospital* membahas persiapan, pelaksanaan hingga efek, di mana persiapan dan pelaksanaan dinilai sudah dilakukan dengan baik dan efek juga baik bagi Primaya karena 1 ada nasabah kami yang membuktikan sendiri pelayanan disana.

9. Apa saja bentuk bukti-bukti kegiatan yang digunakan dalam evaluasi?

Jawaban : Biasanya kami gak ada bukti-bukti yang benar-benar dipakai saat evaluasi karena evaluasi kami memang terbilang non-formal, hanya dokumentasi kegiatan saja.

10. Seberapa jauh hasil yang telah dicapai dari kegiatan ini?

Jawaban : Dapat dikatakan cukup memuaskan ya dan tidak ada penyesalan yang timbul setelah kegiatan selesai, karena kami percaya semua butuh proses.

b. Informan 2 : Ibu Lisa Chang (*Agency Manager dan Public Relations*)

(Wawancara dilakukan pada Jum'at, 09 Desember 2022 pukul 14.00 WIB secara tatap muka di kantor Sukses Agency 02)

1. Apa saja yang pernah dilakukan oleh Sukses Agency 02 dalam memperkenalkan diri kepada masyarakat?

Jawaban : Acaranya tentu yang bisa melibatkan banyak peserta karena tujuan tadi. Kami pernah dua kali kerjasama dengan rumah sakit di mana salah satunya ada banyak orang berkumpul. Kita juga aktif di media sosial instagram.

2. Apa tujuan jangka panjang yang ingin dicapai oleh Sukses Agency 02?

Jawaban : Selain memperkenalkan nama dan produk kita, dan juga merekrut banyak orang lagi untuk bergabung dalam tim, karena sangat disayangkan apabila produk yang dimiliki bagus namun kekurangan tenaga pemasar.

3. Siapa yang menjadi sasaran dalam kegiatan yang dilakukan?

Jawaban : Sasaran utama tetap masyarakat Pekalongan ya. Namun kami juga melebarkan sayap ke Semarang karena memang beberapa anggota kami tinggal di Semarang.

4. Apa yang diamati sebelum melakukan perencanaan kegiatan tersebut?

Jawaban :

a. Pengelolaan Sosial Media

Pertama melihat fungsi saya sebagai seorang PR seharusnya dapat memperkenalkan nama Sukses *Agency* 02 lewat media sosial juga, terlebih lagi sejak Covid-19 ya. Dan dilihat lagi bahwa tidak mungkin media sosial kita sama dengan yang di Medan, supaya konten lebih bervariasi saja dan jangkauannya kan sudah beda.

b. Partisipasi di kegiatan SMC RS Telogorejo

Saat itu kami melihat situasi bahwa layanan rumah sakit di Pekalongan belum memadai untuk Covid-19 sehingga kami mengadakan survei kecil pada nasabah kami dan memutuskan untuk bekerjasama dengan SMC RS Telogorejo. Dari situ kami juga bisa kenalin nih ke orang-orang Pekalongan kalau kami juga rekanan dengan rumah sakit yang bagus ya. 'Bagus' di sini juga dari hasil survei itu sendiri.

c. Kerjasama dengan Primaya *Hospital* Semarang

Kami mencari tahu terlebih dahulu bagaimana kualitas Primaya *Hospital* ini karena tergolong rumah sakit yang masih sangat baru. Meski baru mereka memiliki teknologi mini laparoskopi yang belum ada di rumah sakit lain di Semarang.

5. Apakah dalam perencanaan kegiatan memperhatikan tujuan jangka panjang, dana dan juga SDM (Sumber Daya Manusia) yang ada?

Jawaban : Tentunya iya karena tanpa 3 hal tersebut perencanaan tidak akan baik.

a. Pengelolaan media sosial

Untuk mengenalkan diri sebagai penyedia produk asuransi, kami mengunggah konten yang edukasi tentang asuransi. Dana yang diperlukan instagram Ads dan tergolong sangat terjangkau. Pengelolaan media sosial ini tidak berpengaruh terhadap SDM karena hanya saya yang mengelola.

b. Partisipasi di kegiatan SMC RS Telogorejo

Kami melakukan hal ini juga untuk memfasilitasi anggota tim yang berada di Semarang agar dapat calon nasabah yang lebih banyak, namun tidak menutup pintu juga bagi tim yang berada di Pekalongan. Dalam perencanaannya, saya berdiskusi dengan pihak SMC RS Telogorejo mengenai manfaat apa saja yang akan kami dapatkan dengan mengikuti kegiatan tersebut. Untuk dapat berpartisipasi kami wajib membayar biaya keikutsertaan yang akan dinyatakan sebagai sponsor. SDM yang berpartisipasi ada 7 orang dari Pekalongan dan 3 orang dari Semarang.

c. Kerjasama dengan Primaya Hospital Semarang

Kami ingin memberitahu calon nasabah bahwa kami menyediakan yang terbaik bagi mereka, termasuk dengan teknologi baru yang ada. Pada kegiatan ini

dana kami sediakan untuk reservasi tempat di suatu *café*. SDM nya sendiri berasal dari anggota tim kami yang tiap orangnya membawa beberapa calon nasabah.

6. Bagaimana cara mengkoordinasi anggota lain tentang rencana kegiatan tersebut?

Jawaban : Biasanya hanya koordinasi di *WhatsApp Group* setiap ada kegiatan yang dilakukan dan mendata siapa saja yang dapat berpartisipasi bersama.

a. Pengelolaan media sosial

Tidak ada karena hanya dikelola oleh *Public Relations* saja.

b. Partisipasi di kegiatan SMC RS Telogorejo

Kami menginfokan melalui *WhatsApp Group* siapa saja yang dapat terlibat dan berkoordinasi secara *offline* di kantor.

c. Kerjasama dengan Primaya *Hospital* Semarang

Diinfokan saja di *WhatsApp Group* karena memang tidak melibatkan anggota tim dalam perencanaan.

7. Bagaimana penyampaian pesan/ informasi dapat terjadi melalui kegiatan tersebut?

Jawaban :

a. Pengelolaan media sosial

Pesan itu kami kemas menjadi konten yang kami unggah 2-3 kali dalam seminggu. Dari media sosial pun kan bisa dapat *feedback* dari masyarakat, terkadang melalui komentar atau di DM (*Direct Message*).

b. Partisipasi di kegiatan SMC RS Telogorejo

Di acara tersebut saya mewakili Sukses *Agency* 02 memberikan penjelasan sekilas mengenai perusahaan dan produk yang kami miliki agar orang tua peserta mengenal kami. Tim kami juga secara personal dapat menawarkan produk pada orangtua peserta lomba. Kami juga mendapat data orang tua peserta, di mana dapat dijadikan penghubung untuk melakukan prospek lanjutan.

c. Kerjasama dengan Primaya *Hospital* Semarang

Primaya *Hospital* memberikan penjelasan kepada calon nasabah berbagai manfaat yang bisa didapatkan apabila memiliki polis di Panin Dai-Ichi Life dan menggunakannya di Primaya *Hospital*.

8. Apakah evaluasi yang dilakukan mencakup evaluasi dari tahap persiapan, pelaksanaan hingga efek yang didapatkan? Bagaimana hasilnya?

Jawaban : Iya kami bahas dari awal hingga akhir.

a. Pengelolaan media sosial

Tidak ada evaluasi persiapan, dimulai dari saya selaku pengelola instagram yang memaparkan bagaimana selama ini media sosial dikelola dan kendala yang dialami sehingga berpengaruh pada efek. Meski pengelolaan instagram dilakukan

hingga sekarang namun evaluasi hanya pernah diadakan satu kali saja. Kalau efeknya dari media sosial berupa peningkatan *followers* saja, jadi bukan fokus ke penjualan lewat instagram.

b. Partisipasi di kegiatan SMC RS Telogorejo

Tahap persiapan cukup bagus karena melakukan survei terlebih dahulu. Dalam pelaksanaannya jumlah peserta yang hadir kurang sesuai dengan ekspektasi. Keseluruhan kegiatan ini berhasil karena beberapa agen berhasil menjual dan respon yang kami dapatkan sebagian besar positif.

c. Kerjasama dengan Primaya *Hospital* Semarang

Evaluasi hanya membahas pelaksanaan dan efek saja, di mana keduanya dinilai baik bagi Primaya dan Sukses *Agency* 02.

9. Apa saja bentuk bukti-bukti kegiatan yang digunakan dalam evaluasi?

Jawaban : Berupa dokumentasi saja dan penyampaian secara lisan tentang perkembangan calon nasabah yang didapatkan dari kegiatan tersebut.

10. Seberapa jauh hasil yang telah dicapai dari kegiatan ini?

Jawaban : Cukup baik karena sebagian besar calon nasabah baru yang ditemui memberikan respon positif.

PAPER NAME

TA-19.M1.0008.docx

WORD COUNT

9060 Words

CHARACTER COUNT

57935 Characters

PAGE COUNT

62 Pages

FILE SIZE

6.8MB

SUBMISSION DATE

Jan 17, 2023 10:52 AM GMT+7

REPORT DATE

Jan 17, 2023 10:52 AM GMT+7

● **9% Overall Similarity**

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 9% Internet database
- 2% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 5% Submitted Works database

