

LAMPIRAN



PEDOMAN PELAKSANAAN *FOCUS GROUP DISCUSSION*
KOMUNIKASI REBRANDING DALAM MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
PRODUK UMKM BASO ACI AKANG

Oleh : Erica Devina Tanael / 1151700144

Nama-nama Peserta : 1. Anggita Samuel Ochtanio 5. Marsella
Margaretha
2. Stefanus Harijono 6. Amanda Sri Ayu
3. Henokh Kristian 7. Caroline Shely
4. Raphael Prihantono

Waktu Pelaksanaan : 01 Juli 2021

Tempat : Cafe Manis.ae

Topik Permasalahan : Efek Penggunaan Instagram dalam *rebranding* Baso Aci Akang

Pertanyaan

➤ Perkenalan Diri

1. Amanda Sri Ayu, usia 22 tahun, mahasiswa UPN Jawa Timur semester 7 dan sedang bekerja sebagai *Admin & Acoounting* di sebuah *coffee shop* di Sidoarjo.
2. Caroline Shely, usia 21 tahun, sedang bekerja sebagai *cashier* di toko perlengkapan bayi 'Joshua' Sidoarjo
3. Raphael Prihantono, usia 18 tahun, mahasiswa Teknik Industri baru UPN Jawa Timur dan berkegiatan sebagai pekerja seni di kafe Sidoarjo
4. Henokh Kristian, usia 19 tahun, mahasiswa Hubungan Internasioanl UPN Jawa Timur semester 3 dan berkegiatan sebagai pekerja seni di kafe Sidoarjo
5. Samuel Ochtanio, usia 22 tahun, bekerja sebagai pekerja seni di Bar n' Lounge Surabaya
6. Stefanus Ardi, usia 23 tahun, mahasiswa akhir jurusan Manajemen Bisnis di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

7. Marsella Margaretha, usia 17 tahun, mahasiswa baru Psikologi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
- Media Sosial yang digunakan, Jangka waktu penggunaan media sosial dalam sehari, dan alasan memilih sosial media tersebut
1. Amanda/ Whatsapp dan Line biasa digunakan untuk komunikasi utama, biasanya digunakan sepanjang hari; Instagram biasa digunakan untuk mengisi waktu luang, digunakan kurang dari 1 jam setiap harinya
 2. Caroline/ Twitter dan Instagram digunakan untuk mengisi waktu luang dan update informasi mengenai teman-teman, biasanya digunakan kurang dari 10 jam dalam sehari
 3. Raphael/ Whatsapp digunakan untuk komunikasi dan update informasi, biasa digunakan sepanjang hari; Instagram biasa digunakan untuk mencari informasi, relasi dan pengetahuan baru, digunakan kurang lebih 5 jam dalam sehari
 4. Henokh/ Whatsapp digunakan untuk berkomunikasi, biasa digunakan sepanjang hari; Youtube biasa digunakan untuk mencari referensi dan mendengarkan lagu, biasa digunakan kurang lebih 12 jam dalam sehari; Instagram biasa digunakan untuk melihat berita terbaru, mencari informasi dan inspirasi musik, update tentang pengetahuan umum
 5. Samuel/ Youtube digunakan untuk mengisi waktu luang dan mencari hiburan, biasa digunakan selama kurang lebih 8 jam dalam sehari; Instagram digunakan untuk *upload* kegiatan melalui story dan hiburan
 6. Stefanus/ Youtube digunakan untuk mencari referensi tentang musik, biasa digunakan selama 5 sampai 6 jam dalam sehari; Instagram biasa digunakan untuk mencari informasi tentang kegiatan teman, dan informasi umum terbaru, biasa digunakan selama kurang dari 5 jam dalam sehari
 7. Marsella/ Whatsapp biasa digunakan untuk berkomunikasi, digunakan sepanjang hari; Instagram biasa digunakan untuk mencari informasi dan referensi tentang makeup, biasa digunakan kurang lebih 4 jam dalam sehari
- Peran media sosial dalam kehidupan sehari-hari
1. Rapha/ Sebagai sumber pengetahuan, informasi dan untuk berkomunikasi

2. Samuel/ Sebagai sarana promosi (diri sendiri maupun sebuah usaha), sebagai sarana memberi dan menerima informasi
 3. Marsella/ Sebagai akses mencari informasi dan hiburan di waktu luang
 4. Henokh/ Sebagai sumber informasi dan portofolio untuk mendeskripsikan tentang suatu subjek atau objek
 5. Caroline/ Sarana untuk menyebarkan dan mencari hal-hal positif dan merupakan kebutuhan di masa ini
 6. Amanda/ Sebagai referensi, petunjuk, mencari hiburan dan pusat informasi
- Media sosial merupakan suatu kebutuhan dan tidak dapat dihindari di masa ini (**SETUJU**)
 - Deskripsikan apa yang anda ketahui tentang UMKM dan sebutkan salah satu produk UMKM (Kuliner) yang anda ketahui!
 1. Henokh/ merupakan suatu wadah untuk memulai usaha kecil, pilihan sangat variatif dan banyak menjual ciri khas daerah masing-masing
 2. Raphael/ suatu wadah untuk membuka usaha dari kecil dengan modal secukupnya
 3. Stefanus/ lapak yang cukup mudah untuk dimulai untuk merintis menjadi pelaku usaha
 4. Samuel/ usaha yang rata-rata dimulai secara individu atau dalam kelompok kecil
 5. Amanda/ sebagai alternatif untuk melakukan usaha sampingan
 6. Marsella/ menjadi alternatif untuk memenuhi kebutuhan konsumen, dengan harga yang terjangkau dan dapat disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing
 7. Caroline/ Harganya murah dan gampang ditemukan di sekitar kita
 - Di masa pandemi, yang seharusnya semua sektor mengalami kerugian, namun UMKM khususnya di bidang kuliner malah naik daun. Menurut anda mengapa?
 1. Samuel/ karena bisa mengobati kebosanan masyarakat di masa pandemi
 2. Stefanus/ karena promosinya lebih mudah, bisa dipromosikan melalui *word of mouth*
 3. Marsella/ karena mudah didapatkan di sekitar kita dan pilihannya variatif

4. Henokh/ karena peningkatan kebutuhan masyarakat yang harus dipenuhi
 5. Raphael/ karena harganya lebih terjangkau dibanding *brand* ternama
 6. Caroline/ mudah menyesuaikan dengan fenomena atau produk yang sedang naik daun
 7. Amanda/ karena bervariasi dan akhirnya tidak bosan dengan produk-produk tertentu saja
- Apa kalian mengetahui makanan Baso Aci? Merek baso aci apa saja yang kalian ketahui selama ini?
1. Samuel/ Ada 4 merk Baso Aci yang pernah dicoba, tapi tidak ingat nama *merknya*
 2. Stefanus/ hanya tau dan pernah mencoba Baso Aci Akang
 3. Henokh/ belum pernah mengkonsumsi Baso Aci, tapi mengetahui Baso Aci Akang
 4. Marsella/ pernah makan Baso Aci, tapi lupa *merk*
 5. Shely/ pernah makan Baso Aci Badas
 6. Amanda/ pernah makan Baso Aci *homemade* jualan teman
 7. Rapha/ tidak pernah makan Baso Aci, tapi mengetahui Baso Aci Akang
- Darimana kalian mengenal merek tersebut? Dari teman, media social, iklan, atau toko ritel langsung (coba-coba)?
1. Samuel/ dari promosi di *instagram* dan rekomendasi teman
 2. Stefanus/ tau dari ritel terdekat
 3. Henokh/ dari promosi di *instagram* laleilmanino dan arief muhammad, serta ritel dekat rumah
 4. Raphael/ promosi *instagram* laleilmanino
 5. Caroline/ dari *instagram* salah satu *food blogger*
 6. Amanda/ iklan di *Instagram* saat membuka story
 7. Marsella/ dari rekomendasi di platform *gofood*
- Kapan terakhir kali kalian mengkonsumsi produk Baso Aci Akang? // Biasanya, dalam keadaan apa kalian tertarik mengkonsumsi Baso Aci Akang?
1. Stefanus/ beberapa hari yang lalu
 2. Samuel/ sebulan lalu
 3. Henokh/ belum pernah
 4. Rapha/ belum pernah
 5. Caroline/ awal tahun
 6. Amanda/ beberapa bulan lalu

7. Marsella/ tahun lalu

- Apa saja unggahan / berita mengenai Baso Aci Akang yang kalian ketahui melalui social media atau berita?
 1. Henokh/ Kolaborasi lagu dengan Laleilmanino dan Arief Muhammad dan *vlog* dari Reza Arap Oktavian
 2. Stefanus/ Kolaborasi lagu dengan Laleilmanino dan Arief Muhammad
 3. Samuel/ Kolaborasi lagu dengan Laleilmanino dan Arief Muhammad
 4. Stefanus/ Kolaborasi lagu dengan Laleilmanino dan Arief Muhammad
 5. Marsella/ Promosi dari *foodblogger* di *instagram*
 6. Caroline/ Endorsement dari *public figure* yang diikuti di *Instagram*
 7. Amanda/ Promosi product di iklan *instagram story*
- /lagu 'sayang'? sebelumnya apa sudah tau mengenai lagu ini? Menurut kalian, apa makna dari lagu ini?
 1. Amanda/ baru tau mengenai lagu ini, dan sangat menarik untuk sebuah promosi produk makanan
 2. Marsella/ baru tau mengenai lagu ini, dan sangat menarik
 3. Henokh/ sudah tau lagu ini, awalnya dikira lagu cinta ternyata promosi Baso Aci Akang
 4. Rapha/ sudah tau lagu ini, kreatif dalam mempromosikan produk
 5. Samuel/ sudah tau dan sering memainkan lagu ini
 6. Caroline/ baru tau mengenai lagu ini dan promosi dikemas dengan menarik
 7. Stefanus/ sudah tau lagu ini
- Apa kalian tau jika lagu ini merupakan iklan dari Baso Aci Akang? Apakah pesannya dapat tersampaikan?

Pesan promosi tersampaikan
- /unggahan rebranding BAA di *instagram*/ Menurut kalian, apa perbedaan konten yang disajikan sebelum diumumkannya kolaborasi dengan *public figure* dan setelahnya?
 1. Henokh/ konten lebih fun dan variatif sejak kolaborasi, konten khas Arief Muhammad
 2. Marsella/ sebelumnya konten lebih monoton dan hanya fokus *review* produk, setelah kolaborasi konten lebih menarik dan *random*
 3. Caroline/ daya tarik setelah *rebranding* lebih tinggi karena lebih mengunggulkan *public figure*

4. Amanda/ konten setelah *rebranding* lebih tertata
 5. Samuel/ konten lebih banyak *surprise* dan tidak monoton
 6. Stefanus/ lebih aktif karena peran *public figure* dan konten kreatif
 7. Raphael/ lebih banyak konten baru dan banyak melibatkan konsumen dengan banyak *event*
- Menurut kalian, konten iklan mereka di media social ini menarik atau tidak? Mengapa?
1. Menarik, karena menjangkau target pasar yang baru
 2. Menarik, karena mereka mempertahankan *followers* baru
 3. Menarik, karena pengaruh dari eksistensi *public figure*
 4. Menarik, memudahkan masyarakat untuk mengakses informasi mengenai Baso Aci Akang
 5. Menarik, karena konten lebih menjangkau konsumen lebih luas
- Apakah dari inovasi iklan promosi ini, kalian jadi tertarik untuk mencoba Baso Aci Akang?

Tertarik

- Berikan tanggapan kalian mengenai Baso Aci Akang yang melakukan kolaborasi dengan Laleilmanino dan Arief Muhammad untuk mempromosikan produknya!
- Sangat menarik dan *out of the box***
- Jika melihat dari kacamata bisnis, apakah kolaborasi dengan *public figure* itu bisa berdampak bagi sebuah usaha?

Sangat berdampak, karena secara tidak langsung menarik perhatian *followers* yang mempercayai *public figure* tersebut

- Apa yang ada dipikiran kalian ketika saya menyebutkan tentang Baso Aci Akang?
1. Amanda/ produk milenial
 2. Caroline/ penasaran
 3. Rapha/ lagu 'sayang'
 4. Henokh/ paling populer dan wajib dicoba
 5. Samuel/ lagu 'sayang' dan milik Arief Muhammad
 6. Stefanus/ Laleilmanino
 7. Marsella/ sangat menarik



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Program Studi : Adm. Publik, Adm. Bisnis, Ilmu Komunikasi, Magister Adm. Publik, Doktor Ilmu Adm.
Gedung: F 101. Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)
Telp. 031 5925982, 5931800 psw. 159 e-mail : fisip@untag-sby.ac.id

PERINTAH REVISI

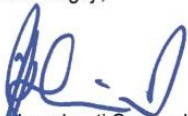
Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen Penguji Skripsi dari mahasiswa :

N A M A : Erica Devina Tanael
N. B. I. : 1151700144
Program Studi : Ilmu Komunikasi

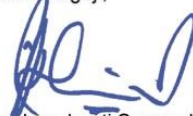
Memerintahkan Untuk Mengadakan Revisi Skripsi Sbb :

NO	MATERI	BAB	HAL
	Tidak ada		

Setuju telah direvisi,
Dosen Penguji,


Dra. Noorshanti Sumarah, M.I.Kom.

Surabaya, 15 Juli 2021
Dosen Penguji,


Dra. Noorshanti Sumarah, M.I.Kom.



PERINTAH REVISI

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen Penguji Skripsi dari mahasiswa :

N A M A : Erica Devina Tanael
N. B. I. : 1151700144
Program Studi : Ilmu Komunikasi

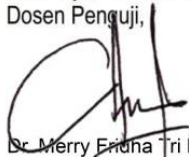
Memerintahkan Untuk Mengadakan Revisi Skripsi Sbb :

NO	MATERI	BAB	HAL
	teori cari yg sesuai		

Setuju telah direvisi,
Dosen Penguji


Dr. Merry Fridha Tri Palupi, M.Si.

Surabaya, 15 Juli 2021
Dosen Penguji,


Dr. Merry Fridha Tri Palupi, M.Si.



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Program Studi : Adm. Publik, Adm. Bisnis, Ilmu Komunikasi, Magister Adm. Publik, Doktor Ilmu Adm.
Gedung: F 101. Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)
Telp. 031 5925982, 5931800 psw. 159 e-mail : fisip@untag-sby.ac.id

PERINTAH REVISI

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen Penguji Skripsi dari mahasiswa :

N A M A : Erica Devina Tanael
N. B. I. : 1151700144
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Memerintahkan Untuk Mengadakan Revisi Skripsi Sbb :

NO	MATERI	BAB	HAL
	Sesuaikan judul dengan rumusan masalah dan pembahasan		

Setuju telah direvisi,
Dosen Penguji,

DRA. NI MADE IDA PRATIWI, MM

Surabaya, 15 Juli 2021
Dosen Penguji,

DRA. NI MADE IDA PRATIWI, MM

EFEK PENGGUNAAN INSTAGRAM DALAM REBRANDING PRODUK UMKM BASO ACI AKANG

ORIGINALITY REPORT

14%

SIMILARITY INDEX

13%

INTERNET SOURCES

6%

PUBLICATIONS

7%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	library.binus.ac.id Internet Source	5%
2	www.scribd.com Internet Source	1%
3	core.ac.uk Internet Source	1%
4	www.researchgate.net Internet Source	1%
5	Submitted to Universitas Pendidikan Indonesia Student Paper	1%
6	www.jurnal.umsb.ac.id Internet Source	1%
7	Submitted to Universitas International Batam Student Paper	1%
8	renjanaangin.blogspot.com Internet Source	1%

fikom.weblog.esaunggul.ac.id

9

Internet Source

1%

10

Submitted to Universitas 17 Agustus 1945
Surabaya

Student Paper

1%

11

irfanzikrullah.blogspot.com

Internet Source

1%

12

meilanifisas.blogspot.com

Internet Source

1%

Exclude quotes Off

Exclude matches < 1%

Exclude bibliography Off