

LAMPIRAN

Lampiran 1 Interview Guide

A. Owner

1. Perkenalan diri
2. Apa motivasi anda membangun grande garden café ini?
3. Bagaimana sejarah singkat mengenai café ini?
4. Apa visi dan misi dari café ini?
5. Menurut anda apa yang membedakan grande dengan café-café lainnya?
6. Diketahui bahwa grande memiliki logo sendiri, apakah logo tersebut memiliki arti?
7. Lalu Grande sendiri masih dikatakan sebagai salah satu café yang terbilang cukup baru di bidang bisnis, upaya apa yang anda lakukan untuk grande agar bisa dikenal oleh khalayak?
8. Apakah dari upaya yang anda lakukan ini dapat memberikan keuntungan bagi café serta bagi khalayak?
9. Lalu apa saja yang dilakukan dari pihak café untuk mendekatkan diri kepada para calon konsumen?
10. Yang terakhir mba, menurut mba isti apakah intagram ini membantu grande dalam membangun brand image?

B. Pemegang Instagram

1. Perkenalan diri
2. Diketahui sekarang ini banyak sekali platfrom sosial media yang digunakan untuk mempromosi/mengenalkan sebuah usaha, mengapa dan apa tujuan grande garden café lebih memilih Instagram?
3. Apakah penggunaan Instagram membantu grande dalam hal membangun nama perusahaan/mengenalkan café ini kepada khalayak?
4. Diketahui Instagram memiliki banyak sekali fitur yang dapat dinikmati, fitur apa yang sering grande garden café gunakan dalam mempromosikan/mengenalkan produk/ jasa yang dimiliki?
5. Dari fitur yang sering digunakan, apakah fitur-fitur lainnya juga membantu dalam hal mengenalkan/mempromosikan café ini?
6. Penggunaan Instagram pastinya tidak luput dari pembuatan konten, nah konten seperti apa yang disajikan agar menarik minat para followers/ pengikut Instagram grande?
7. Apakah penggunaan media Instagram dapat memberikan feedback antara café dan followers?

8. Dalam setiap konten yang terupload, apakah selalu mendapatkan respon/feedback dari para followers?
9. Fitur apakah yang biasa admin gunakan dan mendapatkan respon yang cepat dari para followers?
10. Pendekatan seperti apa yang admin lakukan kepada khalayak?
11. Apakah pihak grande juga menggunakan pendekatan dengan salah satunya membuat video reaction dari produk yang dimiliki?
12. Dalam pendekatan pada followers gaya Bahasa apa yang biasa admin gunakan?
13. Dalam pembuatan konten untuk pendekatan pada khalayak, biasanya admin terinspirasi dari mana?
14. Apakah dalam pembuatan konten tersebut admin mempertimbangkan perasaan/emosi para followers?
15. Apakah cara-cara yang dilakukan tersebut dapat membantu grande garden café lebih dikenal dan diingat oleh para followers/konsumennya?

C. Pelanggan

1. Pengenalan diri
2. Bagaimana / dari mana anda tahu café ini?
3. Apa yang anda pikirkan saat ingin berkunjung ke café ini?
4. Apakah menurut anda café ini memiliki ciri khas tersendiri?
5. Apakah anda follower Instagram café ini?
6. Apakah anda tertarik dengan konten yang disajikan oleh pihak grande melalui instagramnya?
7. Apakah anda merasakan *feedback* dari konten yang disajikan?
8. Apa kesan dan pesan yang ingin anda sampaikan?

Lampiran 2 Transkrip Wawancara

Tabel Wawancara dengan Istiqomah Dwija Pratiwi selaku Owner yang menjadi informan utama tanggal 5 Juni 2023 di Grande Garden Café, Prigen.

Lampiran Gambar 1. Dokumentasi Informan Utama



Sumber: Olah Data Peneliti (2023)

Lampiran Tabel 1. Tabel Wawancara Informan Utama

No	Peneliti (P) Informan (I)	Pertanyaan dan Jawaban
1.	P	Baik mba kita mulai dari yang pertama, boleh perkenalkan diri mba ?
2.	I	Perkenalkan nama saya istiqomah dwija pratiwi tetapi bisa dipanggil dengan isti, saya asal Surabaya cumin kebetulan beberapa tahun sudah tinggal dan bekerja di prigen pasuruan. Untuk umur saya 31 tahun.
3.	P	Kita lanjut mba, apa motivasi mba isti membangun café ini?
4.	I	Untuk motivasi, awalnya grande adalah sebuah usaha yang bisa dibidang solusi dan harapan saat <i>pandemic</i> , jadi <i>background</i> pekerjaan kami itu merupakan sebuah Lembaga Pendidikan, pelatihan dan juga <i>tour and travel</i> kemudian saat panedemi aktivitas dengan banyak orang terhenti, ada saja batasan-batasan kemudian kami harus mencari cara agar tetap bisa <i>survive</i> , agar karyawan bisa bekerja dengan baik dan menghidupi keluarganya, kemudian kami mencoba untuk bisa mencari cara yaitu dengan membuat konsep tempat

		makan yang terbuka karena saat itu pembatasan sudah dilonggarkan untuk area terbuka, jadi berawalnya kami ingin membuat tempat makan yang bisa dinikmati semua kalangan bukan hanya kalangan menengah keatas tetapi dari menengah kebawah sampai ke atas, yang ramah anak, ramah keluarga, ramah lingkungan, dan tentunya kita bisa menjaga <i>social distancing</i> dengan membawa konsep garden atau taman, dan banyak area-area terbuka yang dimanfaatkan oleh keluarga.
5.	P	Lalu mba isti bagaimana sejarah singkat dari café ini?
6.	I	Kami mulai membangun itu di tahun 2021 akhir bulan Desember kami mulai membangun, kemudian tepatnya di 12 Februari 2022 kami membuka grande untuk bisa kami melayani masyarakat tepatnya di prigen pasuruan. Dimana kami membawa konsep salah satunya juga karena prigen itu merupakan tempat wisata kami berharap banyak para wisatawan di Kawasan prigen pasuruan yang mampir begitu ya, ditempat kami khususnya kegiatan makan siang, makan malam atau semacam rest area pemberhentian sejenak sebelum mereka beraktivitas ditempat wisata lainya seperti itu. Dan tempat kami itu merupakan tempat yang bisa dibilang berada di desa tetapi cukup strategis karena berada di jalan alternatif menuju ke taman safari, dan pengunjung dari taman safari ini sangat luar biasa potensinya terutama ketika hari sabtu minggu dan juga hari libur sekolah atau libur nasional. Kami melihat potensi itu dengan segala <i>view</i> yang ada, pemandangan yang ada tentu kami berharap grande bisa memberikan suasana baru di prigen.
7.	P	Menurut mba isti sendiri apa yang membedakan grande dengan café_cafe lainnya?
8.	I	Jadi dalam proses berbisnis dalam berusaha wiraswasta itu kami berprinsip bahwa kami harus memiliki keunggulan, perbedaan, sehingga orang lebih tertarik sehingga orang bisa menjadi langganan gitu ya di tempat kami. Yang pertama konsep outdoor café dimana kami memberikan pemandangan, memberikan nuansa alam yang tidak banyak di tempat lainnya memberikan nuansa itu, apalagi karena banyak tamu-tamu <i>customer</i> kami ini berasal dari luar kota yaitu dari sekitaran Surabaya, Gresik, sidoarjo. Yang mereka berwisata ke taman safari, mereka tentunya mencari sesuatu yang berbeda dibandingkan di perkotaan, yaitu nuansa alam sehingga kami membangun garden café. Kemudian yang kedua kami tentunya bukan bicara dengan suasana kami juga bicara

		<p>tentang kualitas kami memberikan produk makan yang bisa menyentuh segala lapisan masyarakat segala umur, kami memiliki produk untuk anak kecil yang ramah anak kecil, dan kami juga memiliki produk tradisional food, kami memiliki produk <i>western food</i>, kami memiliki produk <i>chinese food</i>, sehingga harapannya memperluas mangsa pasar kami di segala usia di segala kalangan. Kemudian yang ketiga adalah berkaitan dengan harga, harga yang kami miliki yang kami berikan itu merupakan harga yang relative terjangkau oleh semua kalangan, kenapa? Kami tidak ingin hanya kalangan menengah atas saja. Artinya ketika itu ter <i>claster</i> menjadi nilai yang mahal itu hanya kalangan atas saja yang bisa menikmatinya. Tetapi bagi kami kontinuitas atau keberlanjutan dari usaha ini lebih penting sehingga ring keuntungan nilai yang kami dapatkan lebih kecil dibandingkan café-café sejenis yang nilai jual produknya lebih mahal dibandingkan kami, tetapi bagi kami kualitas dan <i>quantity</i> juga penting. Kita tidak bicara kualitas dari produk makanan dan minuman kami yang rasanya bis akita adu kualitasnya tetapi keterjangkauan kepada masyarakat itu juga menjadi hal yang pening sehingga café kami ini bisa berlanjut karena banyak diluar sana yang café atau tempat makan yang viral tetapi kemudian mereka redup, kenapa? Ketika kami pelajari mereka hanya mengandalkan spot-spot foto yang Instagram, tetapi kemudian ada kualitas yang tidak terjangkau atau harga yang terlalu tinggi sehingga bagi orang yang hanya ingin mencoba atau berfoto sejenak begitu dia sudah pernah berkunjung di tempat A misalnya, tetapi ketika di tempat A itu rasa, kualitas, harga tidak terjangkau tentu dia tidak akan kembali lagi jadi itu yang kami tekankan utuk bisa menjaga market kami.</p>
9.	P	Selanjutnya apakah di grande memiliki logo sendiri mba, apakah ada arti dari logo tersebut?
10.	I	Ya, logo kami itu yang pertama tulisan grande garden café yang cukup besar, tentu itu sebagai brand kami yang utama, lalu dibagian atas ada semacam terbetuk gelas dan betuk itu kami buat semacam mengalir begitu ya dengan filosofi itu tetap berlanjut, kemudian ada semacam bentuk daun di kanan kirinya karena itu konsep garden atau konsep alam yang ingin kita selipkan, dan ada semacam logo kopi gitu ya atau gambar biji kopi gitu ya, bahwa ditempat kami ini juga sebagai tempat nongkrong untuk bisa kita minum, untuk bisa bersantai, jadi itu yang ingin kita tampilkan di logo.

11.	P	Nah grande ini kan terbilang salah satu café yang baru mba, upaya apa yang dilakukan mba isti untuk grande ini bisa dikenal banyak orang?
12.	I	Yaa, banyak upaya salah satunya yang pertama kami melakukan pendekatan dengan beberapa <i>content creator</i> yang berada di daerah pasuruan, pandaan dan Surabaya untuk bisa grande menjadi salah satu tempat ulasan mereka, dimana biasanya <i>content creator</i> ini sudah memiliki banyak <i>followers</i> di instagramnya baik itu juga di tiktok maupun di yutube, kami melakukan komunikasi pendekatan untuk bisa bekerja sama dengan konten creator yang cukup terkenal, itu yang pertama. Yang kedua, untuk di kawasan grande juga tentunya kami yang kami andalkan yang sudah saya sampaikan tadi tentang membangun konsep tempat yang baik gitu ya, kemudian kita juga membangun hubungan yang baik dengan wartawan pasuruan, kemudian kita juga memulai dengan konten-konten yang kita bangun sendiri melalui Instagram dan tiktok grande garden café. Dan upaya-upaya itu tentu terus masih berjalan dan kami terus masih berusaha untuk berkembang karena usia kami yang satu tahun tentunya masih layaknya bayi yang masih banyak kekurangan dan masih terus belajar, berbenah dan terus berkembang.
13.	P	Dari upaya yang dilakukan mba isti tadi apakah sudah mendapatkan keuntungan tersendiri bagi grande garden café ini mba?
14.	I	Ohh yaa tentu, jadi di era digital ini pendekatan melalui media sosial khususnya instagram dan tiktok itu luar biasa. Jadi teman-teman bisa membayangkan kami yang berada di pedesaan di atas gunung yang jauh dari pemukiman warga, jauh dari perkotaan, kemudian orang bisa tahu nih bahwa di sini nih ada café yang menarik, café yang bisa dikunjungi, dan jumlah pengunjung kami alhamdulillah terus meningkat terutama di musim liburan sekolah, kemudian dihari libur nasional, atau di <i>weekend</i> , kami bahkan harus menutup sementara area depan kami parkir kami saat memang jumlah didalam café sudah sangat ramai bahkan sering kali semua area tempat duduk penuh kami terpaksa seringkali menutup itu. Jadi peran media sosial, peran publikasi itu sangat luar biasa, bagaimana orang yang jauh, jadi kami sudah sering study gitu ya, bertanya pada pengunjung dan mayoritas pengunjung kami ini dari tempat yang jauh ya, mayoritas warga surabaya,

		sidoarjo, pasuruan kota, dan itu jaraknya puluhan kilometer dari tempat kami, jadi kekuatan dari publikasi di medsos kemudian ulasan yang ada itu tentu sangat berpengaruh pada perkembangan grande. Ditambah lagi dengan adanya fitur komen disetiap konten yang kita, itu sangat membantu kita untuk saling berinteraksi dengan para pengikut di Instagram. Seperti Ketika ada salah satu follower yang mengomentari postingan kita, pastinya kita akan menjawab pertanyaan yang mereka berikan baik melalui dm ataupun komen di postingan <i>feed</i> ig. Jadi memang Instagram ini sangat berpengaruh bagi kita.
15.	P	Mba apa yang dilakukan oleh pihak café bisa mempertahankan kepercayaan konsumen untuk terus berkunjung ke grande garden café?
16.	I	Jadi upaya mempertahankan konsumen itu menjadi sangat menarik, seperti yang saya samapikan tadi sebelumnya bagaimana banyak tempat yang dia tidak bisa mempertahankan keberlangsungan dari cafenya, restorannya, karena mengandalkan viral, viral di awal tetapi membangun hubungan terus berlanjut dipercaya itu menjadi tantangan, Ketika itu dikatakan sulit itu kesulitan, tapi bagi kami itu menjadi sebuah tantangan. Kami sering kali mengadakan promo-promo, jadi salah satu upayanya kita sering mengadakan bundling, sistem promo harga, potongan harga, kemudian juga kadang ada event-event khusus tentunya, kapan hari itu ada hari guru, kami mengadakan diskon untuk bapak-ibu guru, waktu hari TNI kami mengadakan promo bagaimana untuk seluruh aparat TNI-polri kami berikan diskon khusus seperti itu, itu berkaitan tentang promo. Kemudian berkaitan dengan tempat, suasana, terkadang orang sudah bosan begitu ya kalau dia sudah pernah sekali dua kali ketempat ini tidak ada perubahan tentu orang akan jenuh, dan kami memiliki komitmen untuk terus berbenah. Jadi kami di satu tahun ini sudah ada perubahan-perubahan signifikan, awalnya <i>icon</i> kami adalah <i>icon</i> balon udara kemudian selanjutnya kami tambahkan tentang taman, kemudian kami tambahkan lagi beberapa bulan selanjutnya ada <i>icon</i> kolam ikan koi dimana itu kemudian yang bisa membuat kami tetap bertahan dan terus berkembang di percaya orang. Saat ini misalnya untuk area kolam ikan koi tersendiri itu bisa menampung pengunjung sekitar 100 orang.

		<p>Jadi banyak orang yang rserv berebutan meminta di area kolam kami terkadang sampai harus menolak karena di area kolam itu terutama saat <i>weekend</i> itu <i>flow</i> nya sangat luar biasa kencang. Jadi bahkan pengunjung harus antri rela berdiri bergantian begitu, sehingga akhirnya kami juga untuk sistem resevasi kami biasanya memberikannya di area-area lain yang tertutup dan yang bisa tetap beraktivitas saat hujan ataupun panas. Jadi ada fasilitas reservasi di grande dimana itu memudahkan konsumen terutama itu yang jumlahnya besar, kami meiliki area aula yang biasanya digunakan tamu untuk <i>meeting room</i>, untuk acara khusus baik itu acara pengajian, rapat, kemudian acara-acara kantor, untuk makan bersama dan lain sebagainya. Dan kami memberikan fasilitas itu free 3 jam, tidak banyak tempat restoran atau tempat makan yang memberikan fasilitas seperti itu secara cuma-cuma, tetapi bagi kami itu adalah salah satu upaya, salah satu fasilitas yang bisa kami berikan agar orang bisa masuk yang terprnti g adalah kami mencari quantity dari jumlah pengunjung itu tadi, jadi ada bonuslah untuk free sewa selama 3 jam, dan itu sudah termasuk <i>sound system</i>, <i>mic</i>, pengeras suara yang bisa mereka gunakan. Kemudian berkaitan dengan resrvasi juga pengunjung itu bisa memesan tanpa harus antri, padahal saat di hari libur terutama kami biasanya antri cukup Panjang tetapi fasilitas reservasi itu mereka bisa lebih memudahkan. Jadi itu cara kami untuk bisa terus membangun hubungan yang baik dengan pengunjung dan juga tentunya kami terus berbenah, berkembang untuk bisa lebih baik, dan silahkan ditunggu untuk gebrakan terbaru dari grande selanjutnya.</p>
17	P	<p>Yang terakhir mba, menurut mba isti apakah intagram ini membantu grande dalam membangun brand image?</p>
18	I	<p>Yaa pastinya, Melalui media sosial terutama Instagram ya pastinya, karena saat ini juga memang fokus kita lagi di Instagram dulu. Jadi pastinya dalam mengenalkan profil, tempat, serta produk yg dimiliki kita lewat instagram. Terutama dalam konten reels yg seringkali dibagikan, ini sering kali bisa dikatakan berhasil, karena views dari konten reels kit aitu selalu tinggi alhamdulillahnya. Ini juga membantu grande dalam membangun image yang baik kepada para pengikut serta calon pengikut kita ya</p>

19	P	Baik mba isti terima kasih ya mba atas waktunya, semoga grande kedepannya makin banyak pelanggannya aminnn
20	I	Baik sama-sama, aminnn

Sumber: Olah Data Peneliti (2023)

Tabel Wawancara dengan Abdul Rokhim selaku Admin Instagram yang menjadi informan utama kedua tanggal 5 Juni 2023 di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Lampiran Gambar 2. Dokumentasi Informan Utama Kedua



Sumber: Olah Data Peneliti (2023)

Lampiran Tabel 2. Tabel Wawancara Informan Utama Kedua

No	Peneliti (P) Informan (I)	Pertanyaan dan Jawaban
1.	P	Baik mas yang pertama boleh diperkenalkan identitasnya dahulu?
2.	I	Perkenalkan nama saya abdul rokhim, saya sebagai admin Instagram grande, umur saya
3.	P	Oke mas lanjut pertanyaan pertama, saat ini banyak sekali platfrom media sosial yang digunakan untuk mengenalkan sebuah usaha, mengapa dan apa tujuan grande lebih memilih Instagram?
4.	I	Pertama mungkin sosial media Instagram merupakan platform yang besar untuk bisnis ya, jadi teruss paling besar, paling banyak di pakai, banyak <i>user</i> lah ya ibaratnya. Juga memiliki fitur-fitur yang membantu usaha jika ingin mengenalkan produknya di situ gitu.

5.	P	Apakah menurut admin Instagram ini membantu dalam hal membangun nama café grande kepada khalayak?
6.	I	Iya sangat membantu, karena dari Instagram kita bisa mengenalkan usaha kita kepada orang luar dari wilayah café grande itu sendiri
7.	P	Nah selanjutnya, diketahui Instagram memiliki banyak sekali fitur yang ada, fitur apa yang paling sering di gunakan admin untuk mengenalkan grande kepada khalayak?
8.	I	Oke yang pertama itu dari postingan sudah pasti, dari feednya namanaya, fitur utamanya disitu, itu bisa mengenalkan produk dari view, lokasi, dan sebagainya itu disitu, soalnya itu bisa diakses kapanpun dan dimanapun dan semua orang bebas bisa mengakses hal tersebut, terus ada fitur instastory disitu yang membedakan hanya bisa dilihat selama 1x24 jam dan apanya bentuknya itu lebih portrait jadi menyesuaikan dengan ponsel, orang melihatnya lebih mudah, terus yang Ketika itu ada fitur baru yang namanya kolaborasi jadi kita bisa bekerja sama dengan content creator luar untuk membuat sebuah konten di café tersebut dan di posting secara bersamaan. Jadi Ketika dia ngeposting itu otomatis sudah bersangkutan dengan akun kita gitu, jadi mempermudah perluasan pemasaran lah gitu intinya.
9.	P	Dari fitur-fitur tadi yang sering digunakan, apakah fitur lainnya juga membantu dalam hal mengenalkan grande?
10.	I	Sangat membantu seperti komen itu banyak juga yang misalnya seperti banyak orang yang tahu nih tentang café grande, nah teman tersebut biasanya <i>mention</i> ke temannya atau keluarga yang lain, terus hastag itu juga pengaruh mangkannya setiap postingan sebisa mungkin ada, buat jaga-jaga aja soalnya kan banyak yang cari lewat situ juga jadi orang lain juga menjadi tahu lah tentang café ini. Terus tentang fitur dm mungkin, jadi banyak juga yang tanya-tanya tentang lokasinya dimana atau harga menu, dan cara reservasi bagaimana itu sangat membantu, kurang lebihnya begitu.
11.	P	Nah Instagram itukan tidak luput dari pembuatan konten ya, konten seperti apa yang disajikan grande agar menarik?
12.	I	Yang pertama mungkin konten yang berkuwalitas gitu jernih, jadi orang melihat itu enak dipandang, terus konten yang lebih ke masa kini, jadi memasukan trend-trend yang lagi naik daun gitu, jadi lebih fresh, terus menata juga lah yang penting di feednya itu gak sembarangan untuk bikin konten disitu, jadi seperti ada tata caranya gitu.
13.	P	Nah Untuk peng-uploadan konten sendiri apakah ada jadwal tertentu?

14.	I	Kalau untuk story itu setiap hari, itu dilakukan pagi hari pada jam café buka, terus untuk feed normalnya 2 hari sekali, tapi itu ya ada molor-molornya sih. Untuk rels menyesuaikan.
15.	P	Penggunaan Instagram sendiri itu banyak menghasilkan feedback gak ya, antara pihak grande dengan para pengikutnya?
16.	I	Ya pastinya memiliki, seperti tanya jawab itu, Ketika kita membuka pertanyaan gitu, orang bertanya dan kita menjawab jadi, ketika ada pertanyaan gak satu orang saja yang tahu tapi semua orang bisa akses dan melihat. Jadi ada timbal baliknya gitu.
17.	P	Lalu hasil dari konten yang ter upload apakah selalu mendapatkan respon dari para followers?
18.	I	Kebanyakan iya tapi gak semua, seperti misalnya Ketika saya meng upload konten produk makanan atau minuman mereka terkadang mengomentari konten tersebut dengan beberapa pertanyaan, seperti harga, rasa, alamat atau bahkan cara reservasi juga paling sering ditanyakan. Dan seperti tanya jawab itu, ketika kita membuka pertanyaan di kolom komentar gitu, orang bertanya dan kita menjawab jadi, ketika ada pertanyaan gak satu orang saja yang tahu tapi semua orang bisa akses dan melihat. Jadi ada timbal baliknya gitu.
19.	P	Fitur yang biasa admin gunakan untuk mendapatkan respon yang cepat dari para followers itu apa?
20.	I	Mungkin dari postingan, sama dm. jadi kadang orang yang mungkin awal-awal biasanya pasti mengomentari postingan tersebut, kalau gak gitu langsung ke dm kita untuk menanyakan reservasi atau hal lainnya yang berhubungan dengan café.
21.	P	Pendekatan seperti apa yang admin lakukan kepada followers supaya lebih dekat itu gimana?
22.	I	Mungkin seperti membuat promo, terus menyediakan informasi yang dibutuhkan oleh pengikut atau calon pengunjung café ini.
23.	P	Apakah dalam pembuatan konten admin sering memperhatikan gak sih perasaan mereka?
24.	I	Ya, kadang seperti itu jadi kalau misalnya bikin konten seperti itu gak semua juga pembuatan konten seperti itu, ada kalanya juga begitu. Jadi seperti foto produk itu hanya sekedar foto, tetapi kalau yang lagi trend gitu pasti memikirkan hal itu ditambah kan kalau video juga harus mementingkan itu ya, karena kan pengennya pesan yang dibuat di konten itu bisa tersalurkan ke yang lihat gitu. Yang maksudnya dimana jika

		konten yang kita buat itu berhasil jika seseorang yang melihat itu tertarik gitu loh, jadi kadang yang memikirkan itu juga. Ya kalau dibuat sesuai yang kitadan orang-orang mau pastinya akan berhasil juga
25.	P	Apakah admin juga melakukan pendekatan dengan cara pembuatan konten video reaction?
26.	I	Iya menggunakan, ini diperlukan karena agar para pengikut kita bisa mengetahui bagaimana rasa makanan yang ada di café kita. Meski tidak sering tapi ini perlu dilakukan beberapa kali.
27.	P	Kalau untuk fitur emoticon di caption apakah juga menggunakan?
28.	I	Kalau emoticon iya, itu biasanya lebih mendeskripsikan bacaan gitu, jadi seperti menambah keterangan daripada caption tersebut gitu.
29.	P	Dalam pendekatan pada followers gaya Bahasa apa yang sering digunakan sama admin?
30.	I	Yang pasti Bahasa Indonesia tapi bahasanya gak terlalu baku jadi lebih santai dan gaada jarak lah intinya gak formal-formal.
31.	P	Apakah dengan menggunakan gaya Bahasa tersebut dapat menjalin interaksi dengan para follower?
32.	I	Ya, jika menggunakan bahasa yang nonformal jadi merasa lebih dekat dengan audiens dan audiens tidak sungkan untuk bertanya atau menjawab konten yang dibuat.
33.	P	Dalam pembuatan konten untuk pendekatan kepada khalayak, biasanya admin terinspirasi dari mana?
34.	I	Biasa terinspirasi ari café lainnya, atau gak biasanya carai tahu tentang foto produk yang dilakukan café lainnya, dengan amati tiru dan modifikasi.
35.	P	Apasih cara yang dilakukan untuk grande lebih dikenal dan diingat oleh para konsumen?
36.	I	Mungkin apayaa, lebih ke memberikan fasilitas-fasilitas yang baru lagi, dan sering-sering membuat promo pastinya agar orang-orang senang dan bisa kembali lagi ke grande. Dan sering berkolaborasi dengan konte creator yang memiliki nama gitu.
37.	P	Nah yang terakhir nih mas, menurut admin Instagram tuh berpengaruh gak sih untuk membangun brand image nya café ini?
38.	I	Sangat, sangat berpengaruh karena untuk sampai saat ini ibaratnya untuk sosial media utama dari café ini adalah

		Instagram, dan dampak dari Instagram tersebut juga cukup banyak untuk café jadi sangat penting gitu sih
39.	P	Oke, terimakasih ya mas untuk waktunya.
40.	I	Ya sama-sama

Sumber: Olah Data Peneliti(2023)

Tabel Wawancara dengan Dika sebagai Pengunjung Grande yang menjadi informan pendukung tanggal 5 Juni 2023 di Grande Garden Café, Prigen.

Lampiran Gambar 3. Informan Pendukung



Sumber: Olah Data Peneliti (2023)

Lampiran Tabel 3. Tabel Wawancara Informan Pendukung

No	Peneliti (P) Informan (I)	Pertanyaan dan Jawaban
1.	P	hallo kak, boleh perkenalkan dirinya dahulu?
2.	I	sebelumnya kenalkan nama saya dika, asal sidoarjo, usia saya sekarang 21 tahun
3.	P	oke kak dika yang pertama, kakak mengetahui café grande ini dari mana ya?
4.	I	dari Instagram kemudian di konten tiktok juga kadang sering muncul, jadi saya memiliki rasa penasaran tersendiri.
5.	P	apakah kakak follow Instagram grande?
6.	I	kebetulan iya, karena penasaran saya sempat stalking melalui instagramnya dan langsung mengikuti instagramnya
7.	P	menurut kakak café ini memiliki ciri khas tersendiri gak ya daripada café lainnya?

8.	I	ada sih, salah satunya tempat nongkong di tengah kolam, itu salah satu ciri khasnya sih, karena di café lainnya gak ada gitu.
9.	P	nah apakah menurut kakak konten Instagram yang disajikan pihak grande apakah kakak sering tertatik?
10.	I	ya, seperti Ketika sedang foto produk, share menu terbaru, atau fasilitas yang ada dicafe gitu.
11.	P	dari konten-konten tersebut apakah kakak merasakan feedback?
12.	I	Iya
13.	P	oke kak yang terakhir pesan dan kesan yang ingin disampaikan untuk grande?
14.	I	kesannya saya nyaman disini Ketika sore begini lampunya dinyalain jadi kelihatan tenang, kemudian untuk pesannya untuk fasilitas dan pelayanan semoga bisa di perbaiki lagi.

Sumber: Olah Data Peneliti (2023)

Tabel Wawancara dengan Dina sebagai Pengunjung Grande yang menjadi informan pendukung tanggal 5 Juni 2023 di Grande Garden Café, Prigen.

Lampiran Gambar 4. Dokumentasi Informan Pendukung



Sumber: Olah Data Peneliti (2023)

Lampiran Tabel 4. Tabel Wawancara Informan Pendukung

No	Peneliti (P) Informan (I)	Pertanyaan dan Jawaban
1.	P	hallo kak, boleh perkenalkan diri dulu mungkin
2.	I	saya dina, asal sidoarjo, umur 20 tahun
3.	P	kakaknya tahu café ini dari mana?

4.	I	Rekomen temen
5.	P	apa kakak follow Instagram grande?
6.	I	Iya
7.	P	menurut kakak café ini punya ciri khas tersendiri gak?
8.	I	punya sih kak, ya tertarik dengan kolam ikannya ini sih
9.	P	nah kak menurut kakak konten yang disajikan apakah menarik minat untuk berkunjung kakaknya?
10.	I	ya menarik sih mba, karena penasaran sama kolamnya jadi kesini
11.	P	nah kakak sendiri mendapatkan feedback gak dari konten yang disajikan?
12.	I	iya sih kayanya, kadang itu aku tanya ke dm nya itu responnya cepet terus langsung dibantu gitu, jadi ya ngerasa gitu.
13.	P	oke yang terakhir kesan dan pesan apa kak yang ingin disampaikan:
14.	I	Tempatnya enak sih, udah itu aja

Sumber: Olah Data Peneliti (2023)

Tabel Wawancara dengan Reza Kurnia sebagai Pengunjung Grande yang menjadi informan pendukung tanggal 5 Juni 2023 di Grande Garden Café, Prigen.

Lampiran Gambar 5. Dokumentasi Informan Pendukung



Sumber: Olah DataPeneliti (2023)

Lampiran Tabel 5. Tabel Wawancara Informan Pendukung

No	Peneliti (P) Informan (I)	Pertanyaan dan Jawaban
1.	P	hallo kak, bisa perkenalkan diri dulu.?
2.	I	reza kurnia, asal pandaan, usia 20 tahun

3.	P	kalau boleh tau kakaknya tau café ini dari mana ya?
4.	I	dari rells Instagram kak
5.	P	Kakak follow instagramnya grande?
6.	I	Iya kak
7.	P	Menurut kakak apakah grande memiliki ciri khas tersendiri?
8.	I	Ya, kolam itu mba yang bikin beda, karena ditempat lain gak ada
9.	P	Apakah menurut kakak konten Instagram yang disajikan grande cukup membuat kakak tertarik?
10.	I	Iya mba, kan karena rells nya tadi ngelihatn kolam jadi penasaran ke sini, terus ternyata bagus jadi ini sebenarnya udah ke dua kalinya juga.
11.	P	Nah kakak sendiri mendapatkan feedback gak ya dari konten grande?
12.	I	Sepertinya iya kak. Terutama dari konten storynya ya kak, kan dia sering posting daftar menu, terus pemandangan sekitar, jadi ngeras terbantu gitu gak bingung lagi. Sama sering juga bikin pertanyaan terus dikasih infonya lewat story gitu kak.
13.	P	Terakhir kak kesan dan pesan untuk grande?
14.	I	Ya makanannya enak mba, untuk pesannya mungkin bisa sering-sering promo

Sumber: Olah Data Peneliti(2023)

Tabel Wawancara dengan Rara sebagai Pengunjung Grande yang menjadi informan pendukung tanggal 5 Juni 2023 di Grande Garden Café, Prigen.

Lampiran Gambar 6. Dokumentasi Informan Pendukung



Sumber: Olah Data Peneliti (2023)

Lampiran Tabel 6. Tabel Wawancara Informan Pendukung

No	Peneliti (P) Informan (I)	Pertanyaan dan Jawaban
1.	P	Hai kak, boleh perkenalkan diri dulu
2.	I	Rara, dari pandaan, 20 tahun
3.	P	Kakaknya tahu café ini dari mana kak?
4.	I	Ini dari teman
5.	P	Apa kakak follow Instagram grande?
6.	I	Iyaa kak
7.	P	Menurut kakak apakah grande memiliki ciri khas sendiri?
8.	I	Ya ada ini hijau-hijau gitu kak enak buat foto
9.	P	Apakah kakak sering tertarik dengan konten yang disajikan grande?
10.	I	Iya, tertarik karena kontennya itu sering nunjukin pemandangan sekitar jadi pengen nyoba kesini
11.	P	Apakah kakak merasakan feedback dari konten yang diberikan?
12.	I	Iya kak, seperti postingan harga itu ya jadi lebih membantu, jadi kalau berkunjung kesini gak bingung lagi dengan menu dan harga yang mereka punya. Sama komen ignya sih kak,
13.	P	Kalau boleh tau kesan dan pesan yang ingin disampaikan untuk grande kak?
14.	I	Apa ya kak kayanya gaada

Sumber: Olah Data Peneliti (2023)

Lampiran 3 Surat Bebas Lab

Lampiran Gambar 7. Surat Bebas Laboratorium



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
LABORATORIUM ILMU KOMUNIKASI

Gedung F Lantai 2 Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Jl. Semolowaru No. 45 Surabaya, Telp. (031) 5931800

SURAT KETERANGAN

Nomor:02/SK/LIK/V/2023

Kepala Laboratorium Fotografi, Radio & Televisi, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 (UNTAG) Surabaya

Nama : Muchamad Rizqi, S.I.Kom., M.Med.Kom

NPP : 20150.17.0752

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Vinda Tri Ayu Septi

NBI : 1151900252

Email : vnddaaaa11@gmail.com

Tidak memiliki tanggungan administrasi dan keuangan Mata Kuliah Berpraktikum pada Peminatan Broadcasting & Mata Kuliah Praktikum di luar peminatan.


Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 30 Mei 2023
Kalab. Fotografi, Radio & Televisi


Muchamad Rizqi, S.I.Kom., M.Med.Kom
NPP: 20150.17.0752

Lampiran 4 Kartu Bimbingan Skripsi

Lampiran Gambar 8. Kartu Bimbingan



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
 Program Studi ♦ Administrasi Publik ♦ Administrasi Bisnis ♦ Ilmu Komunikasi
 ♦ Magister Administrasi Publik ♦ Magister Ilmu Komunikasi ♦ Doktor Ilmu Administrasi
 Gedung F 101 Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)
 Telp. 031-5991742, 5931800 psw. 159 email : fsip@untag-sby.ac.id

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Vinda Tri Ayu Septi
 NBI : 1151900252
 Program Studi : Ilmu Komunikasi
 Dosen Pembimbing I : Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom., M.Med.Kom
 Dosen Pembimbing II : Dra. Ni Made Ida Pratiwi, MM
 Judul Skripsi : Penggunaan Instagram Sebagai Media Promosi Grande Garden Cafe - dalam membangun brand image grande garden cafe *8/2023*

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
	01/03	Perdalam LBM, Penambahan data primer, Penambahan judul proposal.	<i>[Signature]</i>	
	24/03	Revisi Bab I, II, III,	<i>[Signature]</i>	
	29/03	Revisi bab I fokus penelitian bab II penelitian Pemberanan teori bab III Penambahan kriteria Informan	<i>[Signature]</i>	
	30/3 '23	Bab I LBM		<i>[Signature]</i>
	3/4 '23	Bab I LBM - data pengumpulan Bab II Mendeley + penelitian terdahulu + format, kerangka.		<i>[Signature]</i>
		Bab III Format + keabsahan data		<i>[Signature]</i>
	3/5 2023.	Bab I-3, see met cuit interview.	<i>[Signature]</i>	
	23/5 2023	Langsung turun lapangan wawancara	<i>[Signature]</i>	



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

Program Studi : ♦ Administrasi Publik ♦ Administrasi Bisnis ♦ Ilmu Komunikasi
♦ Magister Administrasi Publik ♦ Magister Ilmu Komunikasi ♦ Doktor Ilmu Administrasi
Gedung F 101 Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)
Telp. 031-5991742, 5931800 psw. 159 email : fisp@untag-sby.ac.id

No.	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
	7/6 23	Bab III Aee Pembayan wawancara Aee		
	9/6 23	Bab IV Revisi, Penambahan Sumber Foto Perdalam Karakteristik kekayaan media Penambahan wawancara konsumen ke Pembinaan		
	12/6 23	Bab IV Aee Bab V Revisi rekomendasi		
	12/6 23	BAB 1-5 Aee DAPP, ABAMA Lembar!		
	12/6 23	Maka silang		
	13/6 23	Bab V Aee		

Catatan:

1. Kartu Bimbingan dibawa saat bimbingan
2. Kartu bimbingan diisi oleh Dosen Pembimbing

Bimbingan dinyatakan telah selesai

Tanggal : 13 - 06 - 2023

Dosen Pembimbing I,

(M. Widy R.)

Dosen Pembimbing II,

(Ida Pratiwi, MM)

Lampiran 5 Hasil Turnitin

Lampiran Gambar 9. Hasil Turnitin

Jurnal			
ORIGINALITY REPORT			
13%	12%	5%	4%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES			
1	jurnal.um-tapsel.ac.id Internet Source	3%	
2	Submitted to Surabaya University Student Paper	2%	
3	www.researchgate.net Internet Source	1%	
4	repository.untag-sby.ac.id Internet Source	1%	
5	Submitted to Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Student Paper	1%	
6	123dok.com Internet Source	1%	
7	digilib.unila.ac.id Internet Source	1%	
8	journal.universitaspahlawan.ac.id Internet Source	<1%	
9	id.m.wikipedia.org Internet Source	<1%	

10 id.scribd.com <1 %
Internet Source

11 jim.unsyiah.ac.id <1 %
Internet Source

12 jurnaljane.blogspot.com <1 %
Internet Source

13 ojs.stikesmukla.ac.id <1 %
Internet Source

14 www.029lxh.com <1 %
Internet Source

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Vinda Tri Ayu Septi

NIM : 1151900252

Hari/ Tanggal Ujian : Rabu, 21 Juni 2023

Catatan Perbaikan:

abstrak, kata kunci
daftar isi
bab 1 — tabel 1 — 1 spasi
Daftar Pustaka — sesuaikan APA style ed. 6/7

Surabaya,

Persetujuan Dosen Penguji 1 Telah Revisi/Perbaikan, Revisi dari Dosen Penguji 1,

()
Drs. Jupriyono, M.Si

()
Drs. Jupriyono, M.Si

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Vinda Tri Ayu Septi

NIM : 1151900252

Hari/ Tanggal Ujian : Rabu, 21 Juni 2023

Catatan Perbaikan:

- PERDALAM LBM .
- TABEL DATA MENYUNJUMB → DILENGKAPI .
- TEKNIK PENULISAN .

Surabaya, 21-06-2023

Persetujuan Dosen Penguji 1 Telah Revisi/Perbaikan, Revisi dari Dosen Penguji 1,

(Drs. Widiyatmo Ekoputro, MA)

(Drs. Widiyatmo Ekoputro, MA)