

## LAMPIRAN

### Lampiran 1 Interview Guide 1

1. Sejak kapan C12 Coffe&Ride aktif menggunakan instagram ?
2. Saat mulai menggunakan instagram, apakah langsung banyak yang tertarik dengan C12 Coffe&Ride
3. Upaya apa yang dilakukan C12 Coffe&Ride untuk mendapatkan perhatian khalayak atau pengguna di Instagram?
4. Konten apa sajakah yang di unggah C12 Coffe&Ride di Instagram?
5. berapa kali biasanya C12 dalam mengunggah konten di Instagram, apakah ada jadwal khususnya ?
6. Apakah ada tema atau konsep tertentu dalam menentukan setiap konten yang di unggah di instagram ?
7. Citra merek seperti apa yang ingin ditampilkan di Instagram C12 Coffe&Ride?
8. Menurut anda apa kekurangan dari akun Instagram C12 Coffe&Ride?
9. Menurut anda apa yang membuat akun instagram C12 berbeda dengan yang lainnya?
10. Apa keunikan yang dimiliki C12 untuk ditonjolkan pada akun Instagram ?
11. Apa saja segmentasi yang dipakai C12 dalam membangun brand image di instagram ?
12. Lalu bagaimana segmentasi Instagram C12 sejauh ini ?
13. Siapa saja target pasar yang dituju C12?
14. Kenapa memilih target tersebut?
15. Lalu bagaimana strategi yang dilakukan C12 dalam menetapkan target tersebut pada Instagram C12?
16. Bagaimana keterlibatan Interaksi yang dilakukan C12 bersama followers atau para pengguna di Instagram ?
17. Apakah C12 sering memberikan sponsor atau mengikuti event di luar?
18. Menurut anda apa hasil yang diperoleh C12 dalam aktivitas di Instagram ?
19. Apakah menurut anda ada hambatan selama ini dalam proses pengelolaan instagram, baik konten atau hal lainnya?

## **Lampiran 1 Interview Guide 2**

### **Sumber Personal**

1. Konten apakah yang ditampilkan C12 Coffe Ride agar menarik para customer ?
2. Apakah dalam setiap pembuatan konten, C12 Coffe Ride selalu mempertimbangkan konten apa yang dibuat atau mungkin inspirasi yang didapatkan dalam pembuatan konten ?
3. Apakah menurut anda peran content creator, influencer dan selebgram, sangat berdampak dalam keberhasilan untuk menarik para customer ?

### **Kesegeraan**

1. Mengenai *feedback*, fitur Instagram apakah yang mendapatkan respon atau *feedback* yang cepat dari pengguna atau *followers* C12 Coffe Ride ?
2. Kira-kira bagaimana C12 Coffe Ride dalam merespon tiap komentar dan DM (*direct message*) atau pesan yang diterima, butuh berapa lama membalas pesan atau komentar tersebut ?
3. Apakah menurut anda adanya fitur Instagram story sangat membantu C12 Coffe Ride dalam mendapatkan respon yang cepat ?

### **Keragaman Bahasa**

1. Dalam pembuatan konten pastinya perlu penggunaan caption, bagaimana C12 Coffe Ride dalam menentukan saat penyusunan caption, apakah ada format khusus penulisan atau bahasa yang digunakan ?
2. Bagaimana pemilihan bahasa yang digunakan C12 Coffe Ride saat melakukan interaksi atau percakapan bersama costumers, apakah menggunakan bahasa formal atau casual ?

### **Keragaman Isyarat**

1. Apakah C12 Coffe Ride menggunakan sticker dan emoticon dalam menyampaikan informasi atau didalam isi konten yang suguhkan ?
2. Jika melihat konten-konten yang disuguhkan dalam laman Instagram, C12 Coffe Ride cenderung menggunakan warna hitam dan coklat, apakah ada pemaknaan atau informasi khusus dalam pemilihan warna tersebut ?

### ***Brand Image***

1. Menurut anda apakah keunggulan C12 Coffe Ride, yang dapat membedakan dengan café-café pada umumnya ?
2. Menurut anda apakah fitur highlight cukup berpengaruh dalam membantu customer dalam mencari informasi tentang cafe ini ?

### **Pemanfaatan Media Sosial Instagram**

1. Kenapa memilih platform Instagram sebagai media sosial yang dipilih kafe ini, berikan alasannya?
2. Fitur Instagram apa yang sering digunakan C12 Coffe Ride?
3. Apakah menurut anda dengan penggunaan Instagram dapat membantu C12 Coffe Ride dalam membangun atau citra baik cafe ini di khalayak atau customer ?

## Lampiran 2 Transkrip Wawancara Narasumber Pertama

Nama Informan : Madha  
Peran : Leader dan Penanggung Jawab Konten  
Waktu Wawancara : 8 Januari 2024  
Lokasi : *C12 Coffe&Ride*

### Hasil Wawancara Interview Guide 1 :

**P** : Sejak kapan C12 aktif menggunakan instagram ?

**N1** : Kalau mulainya itu awal bikin 17 Juni 2021 Tapi di situ masih pasif jadi kayak cuman share-share foto -foto renovasi dan sebagainya, Aktifnya, interaktifnya itu baru di tanggal 6 Februari 2022 Mayan lah kacek

**P** : Setahun

**N1** : emang Setahun ya ga sampai, setengah tahun lah

**P** : Oke lanjut mas, saat mulai menggunakan Instagram, apakah langsung banyak yang tertarik dengan C12 ?

**N1** : Karena itungannya itu masih baru kan, apa namanya, ngawalin satu bisnis Ga punya cabang juga, baru bergerak di bidang FNB juga Segmentasi FNB waktu itu kan masih gempar sama Coffe Shop dan lagi naik –naiknya, Jadi untuk dapat insight itu , usaha kita sebenarnya rodo ngoyo, kita udah sampai nge-repost story, reupload foto terus apa namanya, kita ngadakan promo. Ya, bentuk usahannya sih masih cuman sekedar itu, Waktu itu, Terus lanjut - lanjutnya mungkin Lebih ke Pied Promote, Beli Instagram Ads, Ngelakuin promo dengan cara upload story Usahannya sih masih sebatas itu waktu itu.

**P** : Upaya apa yang dilakukan C12 untuk mendapatkan perhatian khalayak atau pengguna instagram ?

**N1** : Kalau upayanya, ya itu tadi aku beli Instagram Ads, Pied Promote juga ke seleb-seleb, ngundang apa namanya, food blogger -food blogger Kek kokobuncit dan sebagainya, Terus ngelakuin promo dengan syarat itu tadi.

**P** : Konten apa sajakah yang di unggah C12 di instagram ?

**N1** : Kalau konten apa aja sebenarnya gak banyak basic kayak informasi tentang tempat, spil -spil foto, lokasi, Basic knowledge coffe, terus kalau yang cukup interaktif itu question box, question box sama yang polling -polling itu.

**P** : Berapa kali biasanya C12 dalam mengunggah konten di instagram, apakah ada jadwal khususnya?

**N1** : Kalau jadwal khususnya ga ada, basic nya kita upload setiap hari, cuman di hari-hari besar kayak hari raya, kemerdekaan dan lain sebagainya kita tetep punya tamplate sendiri lah kayak gitu.

**P** : berarti yang wajib itu di story ya mas, harus setiap hari

**N1** : betul, repost story, biar keliatan aktif lah.

**P** : Apakah ada tema atau konsep tertentu dalam menentukan setiap konten yang di unggah di instagram ?

**N1** : kalau tema nya, aku selalu mengusahakan temen-temen ini nge upload yang berhubungan dengan basic knowledge nya kopi, tapi kalau konsep nya yang dijunjung selalu minimalist dan berkelas.

**P** : citra merek seperti apa yang ingin ditampilkan di instagram C12?

**N1** : citranya itu sebenarnya ya, yang pengen ditampilkan itu lebih ke arah fine-dining kafe, tapi ga cuman segmen fine-dining aja yang kita dapet setelah kita nge-push di instagram, kita juga segmen family dinner, terus WFC waktu itu karena korona terus apalagi, banyak sih, ngadain ulang tahun, bridal shower, kita ngadain di sini, jadi ya penggennya kita ke fine-dining, suman ternyata dapetnya semuanya ya Alhamdulillah lah.

**P** : Menurut anda apa kekurangan dari akun instagram C12?

**N1** : Kekurangannya, jujur kurang konsisten dalam memilih warna, jadi dari awal sampe akhir itu ga ke pattern sebenarnya, cuman ternyata bagus, dari abstrak nya itu bagus. Kadang-kadang cuman kurang cocok di pilihan tone warna, font sama angle syutingnya itu kayak ga konsisten aja.

**P** : Menurut anda apa yang membuat akun instagram C12 berbeda dengan yang lainnya ?

**N1** : yang bikin beda, jujur ya itu randomnya, kadang-kadang A kadang-kadang B, cuman tetep masuk dan bagus. Setiap konten nya menarik karena kita emang untuk pembuatan konten itu juga tetep mempertimbangkan isi nya, jadi tetep ga asal-asalan dan terlihat bagus sesuai lah sama kafe kita.

**P** : Apa keunikan yang dimiliki C12 yang ditonjolkan pada akun instagram

**N1** : unik ya, apa yak arena menurutku setiap coffeshop pasti yang ditonjolin didalem instagram ya tentunya kopi, jadi fokus utama yang kita tunjukin di instagram ya paling footage kopi, pembuatan kopi trus kita kemas lagi jadi video pendek aesthetic gitu, ya kurang lebih begitulah, biar laman instagram kita itu juga enak dilihatnya.

**P** : Apa saja segmentasi yang dipakai C12 dalam membangun brand image di instagram ?

**N1** : Kalau yang pertama jelas daerah tengah kota, Surabaya pusat. Terus mungkin seng kedua disegala usia kali ya, jadi kayak mau tua, mau muda bisa aja disini. Kadang-kadang kan, eh bukan kadang-kadang sih, kalau family dinner kan ga memungkirinya juga orangtua itu dateng sama anak kecil, kita juga sudah

sediain baby chair. Kalau untuk orang yang butuh kebutuhan khusus kayak kursi roda dan lain sebagainya kita juga udah permudah disini. Terus kalau untuk pendidikan, segmen pendidikan itu lebih kearah mahasiswa, terus apa namanya kalau anak SMA atau SMP sih jarang, jarang karena too pricey buat mereka ya, harga segini jarang buat mereka. kalau untuk jenis kelamin mostly perempuan, kalau cowok pun pasti datengnya sama ceweknya, jadi lebih dominan ke perempuan nya sih. Kalau dari aspek sosial sih, engga ada segmen khusus sih lebih kearah semuanya.

**P** : jadi menyangkup semua ya mas di segmentasi nya

**N1** : iya nyakup semua

**P** : lalu bagaimana segmentasi C12 di instagram sejauh ini, mungkin dari insightnya ?

**N1** :

**P** : Siapa saja target pasar yang dituju C12 ?

**N1** : sebenarnya target pasarnya itu worker wfc wes pasti, trus seles-seles, pegawai bank, mahasiswa, terus sama ini sih rekan-rekannya si boss sih, oh ya sama ini biasanya dari komunitas-komunitas motor, komunitas sepeda ontel, vespa kayak gitu-gitu

**P** : Keliatan sih mas dari postingannya

**N1** : iya betul itu postingan-postingan kita juga arah nya kesana kan kadang

**P** : kenapa memilih target tersebut, terus upayanya gimana mas ?

**N1** : yang pertama mudah dijangkau, surabaya pusat kan deket kemana-mana, terus untuk apa tadi pertanyaannya

**P** : kenapa memilih target tersebut, mungkin bisa dari anak muda atau mahasiswa gitu kek gimana

**N1** : oh ya kalau mahasiswa itu jelas ga mungkin sendiri, itu pasti bawa temennya, kayak kamu kesini aja bawanya temen mu, iyakan. Apalagi kalau mereka nge post story pasti banyak yang tertarik kan dari sana.

**P** : lalu bagaimana strategi srategi yang dilakukan C12 dalam menetapkan target tersebut pada instagram ?

**N1** : yang pertama kita kasih diskon promo breakfast, breakfast bisa diner bisa, ada sih bukan bisa, promo breakfast promo diner, terus bundling kita juga ada, terus ini masih coba-coba sih, kita coba bangun instagram kita itu punya brand image yang sesuai sama kebutuhan mereka. jadi kayak misal kebutuhan nya mahasiswa itu apa aja sih, paling engga kalau lagi ngerjain skripsi mungkin ya, nongkring kan paling engga harus ada colokannya, kita notis disitu disetiap

tempat kita sudah ada colokkannya kayak gitu-gitu. Terus tempat nya sudah dingin, infect free, gitu.

**P** : Bagaimana keterlibatan interaksi yang dilakukan C12 bersama followers atau para pengguna di instagram ?

**N1** : Biasanya kita ngasih giveaway, ya giveaway nya cuman voucher, paling banter itu kita voucher seratus ribuan non minimum pembelian, biasanya kita ngasih nya itu by event atau ga gitu kita ngelakuin question box di instagram gitu.

**P** : apakah C12 sering memberikan sponsor atau mengikuti event diluar ?

**N1** : kalau sponsor baru sekali tok, yang event autofest itu, itu event mobil-mobilan, kalau event itu uda keberapa ya ini, tujuh kalau ga delapan, itu event pop up- pop up gitu, jadi kayak ada fest apa gitu, kita dateng.

**P** : kalau kemarin yang kulihat di story itu lo mas yang acara miss ?

**N1** : ah miss universe, kita juga nge sponsorin itu, dua berarti ya, aku ga notis aku lupa, iya pokoknya untuk sponsor kita pernah ya di dua acara itu, kalau untuk event kita uda lumayan lah ikut serta.

**P** : menurut anda apa hasil yang diperoleh C12 dalam aktivits di instagram ?

**N1** : oh jelas, traffic ku naik, banget. Sebelum sama sesudah adanya instagram jelas beda, traffic nya pasti naik banget. Keliatan kok dari insight kita, itu berasa banget hasilnya.

**P** : next terakhir mas, apakah menurut anda ada hambatan selama dalam proses pengelolaan instagram, baik konten atau hal lainnya ?

**N1** : banyak, yang pertama model, modelnya itu kan kita pake temen-temen kita sendiri, kadang kadang mau kadang kadang engga, ya udahlah. Terus yang kedua itu peralatan sih, peralatan fotografi nya masih kurang, yang ketiga sdm nya, masih belum banyak yang bisa mengoperasional kan kamera dan editing yang proper, jadi begitulah hasilnya, tapi cukup lumayan untuk hitungannya masih belajar fotografi begitu.

## Lampiran 2 Transkrip Wawancara Narasumber Pertama

Nama Informan : Madha  
Peran : Leader dan Penanggung Jawab Konten  
Waktu Wawancara : 8 November 2023  
Lokasi : *C12 Coffe&Ride*

### Hasil Wawancara Interview Guide 2 :

- P** : Konten apakah yang ditampilkan C12 Coffe Ride agar menarik para customer ?
- N1** : Kalau ke story sih template sih, biasanya template-an doang. Kayak, ya greeting-greeting doang, terus kayak, apa namanya, Q&A receh-receh, dan lain sebagainya. Kalau di konten videonya, itu kan kita sering banget bikin short video, spill-spill in tempat. Terus review-review makanan juga, by influencer dan sebagainya. Terus ga sering juga, ya ga jarang juga, kita bikin kayak lima belas detik video estetik, kayak gitu.
- P** :Apakah dalam pembuatan konten, Co12 selalu mempertimbangkan konten apa yang dibuat, atau mungkin inspirasi yang didapatin dalam pembuatan konten?
- N1** :Dalam pembuatan konten ya, kalau selalu mempertimbangkan konten apa, memang. Karena mengingat tempat ini sebenarnya bukan not just a cafe, not just a coffe shop, tapi lebih ke arah fine dining. Jadi konten yang kita keluarkan itu juga harus reliable lah sama tempatnya. Kan kita ga mungkin nih, ke tempat kayak gini, ke kelas ini, kita bikin gimik yang receh banget. Ga cocok sama tempatnya, bener.
- P** :Apakah menurut anda peran konten creator, influencer, dan selebgram sangat berkampak dalam keberhasilan untuk menarik para customer?
- N1** :It depends sih sebenarnya. Lebih gini. Kalau yang terakhir itu, siapa ya? aku lupa. Ada satu influencer, aku lupa namanya siapa. Ga terlalu impact. Not too impactful. Padahal, nominal yang kita keluarkan sama sama kayak influencer-influencer sebelumnya. Tapi ga terlalu berdampak. Jadi berdampak apa engga nya itu tergantung dari influencernya juga.
- P** : Berarti, di kafe ini pernah ya mas? Kayak kerja sama-sama influencer gitu, tapi ga ada dampaknya.
- N1** :Iya, tapi ya itu tadi kurang ber impact.
- P** :Tapi mas, kalau liat di Instagramnya itu, ada kayak konten-konten dari kreator biasa gitu. Tapi dia malah videonya yang lebih naik gitu.



- N1** :Itu yang lebih impactful biasanya. Soalnya kan juga ga memungkiri orang-orang biasa lagi cari referensi, keluarnya video yang kayak gitu juga kan. Beda lagi kalau kayak Instagram pun, Instagrammu mungkin itu kan kita udah banyak banget ngefollow influencer kan. Pasti algoritmnya. Instagram kan arahnya kan ke influencer yang lebih tinggi. Influencer-influencer yang biasa udah kadang-kadang ga ditampilin.
- P** :Mengenai *feedback*, fitur Instagram apakah yang mendapatkan respon atau *feedback* yang cepat dari pengguna atau *followers* C12 ? .
- N1** :Kalau mengenai *feedback*, jelas story.
- P** :Story kan fiturnya banyak.
- N1** :Benar, di story kan bisa create sticker, dan sebagainya. Story nomor satu. Yang nomor dua, jelas post. Orang ga jarang cuman kayak ngirim sticker dan sebagainya, yang nomor 3 baru DM. DM itu biasanya isinya cuman kayak tanya-tanya Kalau di hari ini kosong ga? Di hari ini kosong ga?
- P** :kira-kira bagaimana C12 dalam merespon tiap komentar dan *direct message* atau pesen yang diterima? Butuh berapa lama membalas pesen atau komentar tersebut?
- N1** :Jujur, karena baru kali ini C12, ini agak ngespil juga. Jadi C12 itu barusan aja punya divisi marketing. Jadi sebelum-sebelumnya, yang bales ini cuman admin. Admin operasional. Jadi durasi balesnya tuh, kalau ini bisa tak jamin. Paling cepet, itu lima belas menit setelah kita DM. Paling lama, satu hari. Paling lama. Terus kalau bagaimana menjawabnya, jelas kita jawab dengan bahasa yang formal. mengingat kita bukan cafe, apa namanya? Gen Z, isinya bapak-bapak semua disini. Rapat-rapat kayak gitu.
- P** :Apakah menurut anda dengan adanya fitur Instagram Sorry, sangat membantu C12 dalam mendapatkan respon yang cepet?
- N1** :Betul? Kayak kapan hari itu kita butuh saran banget. Kita ngadakan polling untuk menu baru kita, pokoknya konsepnya summer yang buah banget, menunya pink lady sama apa gitu lupa. Pokoknya kita bikin Polling box, atau question box disitu. Gak sampe dua jam. *Feedback*nya dapetnya banyak banget. Jadi menurutku cepet juga nih, apa namanya polling box kayak gini. Jadi ya kalau ditanya membantu apa engga nya, membantu banget.

- P** :Dalam pembuatan konten, pastinya perlu penggunaan caption. Bagaimana C12 dalam menentukan saat penyusunan caption. Apakah ada format khusus penulisan atau bahas yang digunakan?
- N1** :Kalau format khususnya jelas. Biasanya yang kita awali itu caption yang paragraf pertama biasanya kita gunakan untuk mendeskripsikan apa yang ada di foto. Itu opsi pertama. Opsi keduanya mendeskripsikan apa yang sedang terjadi di sekitaran kita. Selanjutnya dibawahnya selalu kontak person, alamat dan sebagainya. Itu template kita. Kalau penggunaan bahasanya itu kadang-kadang sih pakai bahasa Indonesia kadang-kadang pakai bahasa Inggris. Cuman tetep formal.
- P** :Bagaimana pemilihan bahasa yang digunakan C12 saat melakukan interaksi atau pertakapan bersama customer? Apakah menggunakan bahasa formal atau casual?
- N1** :Kalau untuk ngawali, jelas formal. Tapi juga kita kadang-kadang ngeliat nih customer ini pakai bahasa yang formal juga atau yang lebih casual. Kan ada juga orang yang kayak aku kayaknya lebih nyaman pakai bahasa casual nih. Ngobrolnya pakai “lo sama gua” atau “kon-aku” dan lain sebagainya kayak gitu. Jadi untuk main language-nya tetep kita gunakan formal. Tapi untuk secondnya kita gunakan yang casual. Tetep kita pakai dua-duanya.
- P** :Apakah C12 menggunakan sticker dan emoticon dalam menyampaikan informasi atau didalam isi konten yang disuguhkan?
- N1** :Oh ya betul, Kalau dicaption gak jauh-jauh dari kopi sih. Mungkin logo gelas dan sebagainya. Cuman kalau di foto kita punya logo sendiri. Yang kita tempelkan buat watermark gitu.
- P** :Jika melihat konten-konten yang disubuhkan dalam laman Instagram C12KofiRide, cenderung menggunakan warna hitam dan cokelat. Apakah ada pemaknaan atau informasi khusus dalam pemilihan warna tersebut?
- N1** :Ini lebih ke arah secara sejarah, sejarahnya kafe. Kalau dari sisi ku ngeliatnya satu warna sama tempatnya sih. Kalau kenapa pilih accent warna itu, aku kurang ngerti. Kalau dari aku sendiri ya itu tadi, kita menyesuaikan sama warna tempatnya aja. Hitam, cokelat, abu-abu, putih dan sebagainya. Minimalis-minimalis ala-ala sekarang.
- P** :Menurut Anda apakah keunggulan C12 yang dapat membedakan dengan kafe-kafe pada umumnya?

- N1** :Yang pertama kita kafe yang masih menggunakan klasik menu. Klasik menu itu kayak kafe latte, cappuccino. Di saat yang lain-lainnya udah kayak coconut coffee, kopi susu pandan atau sebagainya, kita masih mengutamakan pake klasik menu. Yang kedua, konsistensi. Aku bisa jamin itu, dari hari Senin sampe hari Minggu pun kamu nyoba matcha ku, rasanya pasti kayak gitu. Kamu nyoba leci ku, rasanya pasti kayak gitu. Q-controlnya oke. Yang ketiga, tempat ini udah fine dining. Jadi kalau bisa disandingin mungkin ya. Mungkin kamu ke Tobis Estate atau ke sebelahnya lagi. Ke Blue Doors. Pernah ke Blue Doors? Belum pernah ya? Yang ada bakery recall tea? Jadi kelasnya udah fine dining sebenarnya. Yang terakhir, jelas tempat, aku nongkrong di Surabaya, tempat kayak gini jujur jarang. Jarang tak temuin. Ya, paling nggak template lah. Depannya pelataran luas. Kalau nggak gitu langsung coffee shop selesai. Yang model rumahan kek gini kan jarang.
- P** :Terus selanjutnya. Menurut anda apakah fitur highlight ini cukup berpengaruh dalam membantu customer dalam mencari informasi tentang coffee ini?
- N1** :Jelas. Jawabannya jelas. Karena disitu yang paling tak highlight sebenarnya tentang jam operasional. Karena kita selama 2 tahun ini jam operasional kita masih cari-cari. Kita pernah kok buka dari jam 6, buka dari jam 7, buka dari jam 8, sampai buka dari jam 10 pun kita pernah. Dan kita selalu informasikan di highlight. Itu menurutku bantu banget. Nggak pernah kayak ada, ya mungkin pernah sih. Sekali dua kali kayak customer kecilik gitu lho. Kayak kita bukanya jam 10, dia datang jam 7. Terus yang kedua, highlight itu kita pakai buat nge-highlight new menu, giveaway, sama recap tahunan. Itu Menurutku berguna banget. Karena kita sebagai customer kadang-kadang juga ingin lihat new menu-nya apa di sini,
- P** :Kenapa memilih platform Instagram sebagai medisosial yang dipilih kafe ini, berikan alasannya?
- N1** :Platformnya pertama aku pakai Instagram. Jelas aku pakai Instagram, karena kenapa aku pakai Instagram, untuk memperkenalkan suatu tempat atau suatu usaha termasuk kafe. Yang paling mudah itu memang Instagram. Kalau kita kenalkan lewat lainnya, katakanlah twitter dan lainnya kan kurang efektif. Karena fitur utamanya Instagram kan sharing foto. Makanya kita pakai Instagram disitu. Terus kalau tanya kenapa, karena menurutku Instagram makin kesini udah kayak Tiktok Shop sih. Udah mulai ada ini juga kan dia, namanya Shop juga, Instagram Shop dan

sebagainya. Itu kenapa alesannya pakai Instagram, udah gitu.

- P** :Lalu fitur Instagram apa sih yang sering digunakan *C12 Coffe&Ride*?
- N1** :Kalau diurutkan dari yang paling sering, sebenarnya story. Nomor satu story, nomor dua post, yang nomor tiga baru reels. Reels tuh kita jarang emang. Kalau story ya, paling cuman kayak greeting, say hi, sama calon-calon customer dan lain sebagainya, kalau post, mungkin lebih ke kayak recap beberapa hari ini tuh kita ngapain aja sih. Terus selanjutnya ada reels, reels tuh kayak gimik-gimik. Entah itu nanti ada pre-launch menu, atau apa dari sebagainya, spill-spill tempat kayak gitu-gitu. rekomendasinya apa ya, kek gitu sih.
- P** :Yang terakhir, apakah menurut anda dengan penggunaan Instagram dapat membantu *C12* dalam membangun atau citra baik cafe ini dihalai ya? Atau customer?
- N1** :Benar. Jujur, iya. Karena kalau gini deh. Wajah paling depannya satu perusahaan atau satu cafe. Kadang-kadang *Brand Image*-nya itu kan ada di Instagram. Kalau kita dari awal udah build Instagram-nya itu, se-ganihat mungkin, orang-orang pasti ekspektasinya udah low banget. Kayak, aduh, cafe ini pasti kayak gini nih. Tapi kalau kita bangunnya juga terlalu tinggi. Kadang-kadang dipatahkan sama ekspektasi yang udah datang gitu lho. Jadi menurutku kalau penggunaan Instagram ini dapat membantu dalam membangun, iya, jelas. Tergantung dari mana kita bangunnya.

### Lampiran 3 Transkrip Wawancara Narasumber Kedua

Nama Informan : Salsa  
Peran : Service dan Pengelola Instagram  
Waktu Wawancara : 8 November 2023  
Lokasi : *C12 Coffe&Ride*

#### Hasil Wawancara Interview Guide 2 :

**P** : Konten apakah yang ditampilkan C12 Coffe Ride agar menarik para customer ?

**N2** : Kalau ngomongin konten apa yang sering ditampilkan, kurang lebih sama kayak yang aku jelasin di pertanyaan sebelumnya. Pokoknya kalau di story kita emang tamplate kak klo ga greetings ya konten-konten random, trus ngerepost postingan dari customer yang nge tag kita di instastory. Lalu kalau di post feed kita sebenarnya lebih banyak nge post foto-foto tempat kafe kita, menu-menu kita, kadang kita nge-foto customer yang berkunjung sama temen-temennya buat kita jadiin konten di feed, nah kalau konten video di feed ya itu kalau ga bikin gimik-gimik, kita kadang nampilin konten video review makanan kita atau bikin video sinematik aesthetic gitu sih kak. Pokoknya kita selalu nampilin konten yang menarik dan bagus, kita ga pernah asal-asalan buat nge post apapun itu di laman Instagram kita. Bisa dilihat dari postingan awal kita sampe sekarang masih konsisten kan kak.

**P** : Apakah dalam setiap pembuatan konten, C12 Coffe Ride selalu mempertimbangkan konten apa yang dibuat atau mungkin inspirasi yang didapatkan dalam pembuatan konten ?

**N2** : Tentu iya, dalam pembuatan konten itu kita harus memikirkan idenya kak, walaupun kadang emang kita kadang bikin konten gimik-gimik juga tapi ga yang rekeh banget. Soalnya tempat kita ini juga bukan cuman kafe biasa tapi juga konsepnya *fine-dining* jadi ga mungkin kita bakalan bikin konten ngasal apalagi gimik rekeh gitu, ga cocok banget sama face kafe ini. kalau inspirasi kita kadang ya cari-cari referensinya dari yang sedang viral kadang, ya konten-konten gimik atau video-video sinematik gitu kak, ya mungkin kalau konten review tempat atau makanan, ya isinya template gitu-gitu aja maupun di kreator biasa atau influencer juga gitu. Sama ini sih kalau konten foto yang kita post kayak menu-menu kita, kadang ya kita ambil referensinya dari pinterest juga sih gitu.

- P** :Apakah menurut anda peran content creator, influencer dan selebgram, sangat berdampak dalam keberhasilan untuk menarik para customer ?
- N2** :Ini ga nentu sih kak, kalau menurut aku sendiri sih ga terlalu impact, iya sama kayak yang di bilang mas madha kita pernah kerja sama sama salah satu influencer kita uda bayar semestinya tapi emang konten nya kurang naik, jadi kalau menurut aku sih ini ga nentu banget karena logaritma Instagram kadang juga ga nentu ngasi konten video kita naik apa engga. Nah ini justru malah kreator biasa yang kontennya lumayan biasa tembus ribuan yang nonton. Jadi kalau ngomongin berdampak sama keberhasilan sih kita ga bisa berharap banyak, karena memang untuk konten naik dan viral juga ga bisa semudah itu, even pengikut kita banyak pun, gitu sih.
- P** :Melalui konten yang dibagikan tersebut apakah C12 Coffe Ride mendapatkan respon atau *feedback* yang didapatkan ?
- N2** :Kalau untuk respon yang kita dapet sih sebenarnya belum ada yang keliatan jelas banget. Kayak konten yang kita unggah juga jarang yang ngasi komen, ya paling an kalau ada komentar pun pasti tanya reservasi sama kayak DM juga rata-rata kalau kita ngirim konten *feedback* nya ga jauh-jauh dari tanya reservasi atau tanya kafe buka jam berapa. Kalau untuk *feedback* yang kita dapatkan langsung belum ada yang jelas yang ngasih ke kita pujian atau review dari kafe ini secara langsung melalui komentar atau DM, ada sih mungkin dari post-an story pengunjung yang kemudian kita repost di story kita. Kalau *feedback* yang kita dapat sih kebanyakan mereka nuliskannya langsung di google review nah dari situ kita bisa pantau kesan sama pesan mereka, itu aja sih.
- P** :Mengenai *feedback*, fitur Instagram apakah yang mendapatkan respon atau *feedback* yang cepat dari pengguna atau *followers* C12 Coffe Ride ?
- N2** :Fitur yang paling cepet dapet *feedback* ya pastinya nomor satu story, di story ini kita sering dapet balesan langsung ya kayak respon nya dari kirim sticker atau ngebales konten story nya melalui DM, ya itu kebanyakan mereka cuman tanya kapan jam buka kafe atau sekedar tanya tentang reservasi tempat. Trus yang satunya itu ya dari postingan feed atau reels, itu biasanya respon yang kita dapet di komentar kayak pengguna itu saling nge tag temennya, kek jadi penanda wishlist mereka. Ya itu aja sih kak pokoknya emang yang paling cepet banget itu emang story.
- P** :Kira-kira bagaimana C12 Coffe Ride dalam merespon tiap komentar

dan DM (*direct message*) atau pesan yang diterima, butuh berapa lama membalas pesan atau komentar tersebut ?

**N2** :Biasanya kalau untuk tugas ngejawab komentar atau DM yang masuk itu ada admin operasional, tapi sekarang kita punya tim marketing juga jadi tugas ini di alihin ke mereka. Kalau lagi aktif nge cek Instagram durasi kita jawab kurang lebih lima belas menit kak, tapi kalau tim marketing lagi banyak job, tim admin operasional bisa jawab paling lambat itu bisa sehari durasinya. Ga nentu emang, tapi kalau emang pas banget kita lagi aktif pasti bakalan di bales cepet, tergantung timing nya aja, soalnya kita juga kadang job nya ada yang ngehandle bagian lain, apalagi kalau ada event diluar, jarang buat nge cek in, cuman bisa post kebutuhan story aja.

**P** :Apakah menurut anda adanya fitur Instagram story sangat membantu C12 Coffe Ride dalam mendapatkan respon yang cepat ?

**N2** :Benar kak, Instagram story kan banyak banget fitur yang disedian, nah itu sangat membantu kita sekali. Sesekali kita kalau mau tau respon atau pendapat ke *followers* kita tuh ya dari fitur yang ada di story, kayak kita mau create menu atau pengen tau menu apa yang paling mereka suka, melalui fitur polling sama question ini, dari fitur itu kita bisa langsung lihat *feedback* nya karena, respon nya cepet dan langsung kita dapet gitu kak. didalam fitur Instagram story ini banyak banget yang bisa kita jadikan konten, jadi emang fitur story ini membantu kita banget.

**P** :Dalam pembuatan konten pastinya perlu penggunaan caption, bagaimana C12 Coffe Ride dalam menentukan saat penyusunan caption, apakah ada format khusus penulisan atau bahasa yang digunakan ?

**N2** :Kalau format penulisan dalam caption kita emang sudah ada template nya buat penyusunan caption, biasanya kalimat pertama kita pasti ngedeskripsi in sama konteks foto atau videonya, terus dilanjut sama penyebutan nama tempat kita, alamat, jam buka dan reservasi penyebutan ini emang uda template wajib kita didalam caption, terus ditutup sama hastag, kita selalu pakai hastag yang menyesuaikan dengan kafe kita biar algoritma nya sampe dengan pengguna yang ingin research kafe atau rekomendasi tempat. Terus kalau untuk penggunaan bahasa kita selalu pakai bahasa Indonesia dan sering pakai bahasa inggris juga, semua tergantung sama konten yang kita unggah.

**P** :Bagaimana pemilihan bahasa yang digunakan C12 Coffe Ride saat melakukan interaksi atau percakapan bersama costumer, apakah menggunakan

bahasa formal atau casual ?

**N2** :Kalau itu pastinya kita yang utama pake bahasa formal, balik lagi karena konsep kita itu fine dining jadi kita utamakan dengan bahasa yang baik dan sopan. Tapi sometimes kita juga pake bahasa casual sih, tapi kita lihat dulu customer nya, soalnya kadang ada yang lebih nyaman dengan bahasa yang santai dang a terlalu kaku, tapi tetep yang kita utamakan bahasa formal untuk berkomunikasi dengan customer.

**P** :Apakah C12 Coffe Ride menggunakan sticker dan emoticon dalam menyampaikan informasi atau didalam isi konten yang suguhkan

**N2** :Benar kak, untuk penggunaan sticker sometimes kita pakai untuk konten di story buat pemanis aja, nah kalau untuk penggunaan emoticon kita emang selalu pakai dalam penulisan caption, ya buat penanda aja sih di setiap konten yang kita unggah, pokoknya emoticon yang kita pakai buat ngegambarin apa yang ingin kita sampain yang sesuai sama konteks konten yang di unggah.

**P** :Jika melihat konten-konten yang disuguhkan dalam laman Instagram, C12 Coffe Ride cenderung menggunakan warna hitam dan coklat, apakah ada pemaknaan atau informasi khusus dalam pemilihan warna tersebut ?

**N2** :Aku sih kurang paham juga kak, tapi kalau dari aku pemilihan warna ini sangat menggambarkan warna kopi, warna kopi kan coklat sama hitam, juga sama sih kayak yang di bilang mas madha kalau warna nya sama kayak tempat kafe ini.

**P** :Menurut anda apakah keunggulan C12 Coffe Ride, yang dapat membedakan dengan café-café pada umumnya ?

**N2** :Oke yang ngebedain kafe ini dari yang lain mungkin dari segi konsep nya, jarang kan ditemuin kafe yang konsepnya juga *fine-dining*, tempat kita tuh nyaman kalau kita bilang nya cozy place, bangunannya kayak rumahan tapi dalemnya tempat kita benar-bener di desain minimalist modern, ada ruang indoor atau outdoor yang bisa dipilih pengunjung, ga terlalu crowded, kitange play music juga sewajarnya aja volumenya soalnya disini pengunjung kadang banyak yang ngerjain tugas, atau meeting juga, jadi bisa ngebuat mereka lebih nyaman. Terus untuk kelebihan sih kalau dari aku ya pasti service, tempat kita ini benar-bener ngasi service terbaik, bisa diliat kan kak tadi kakaknya masuk dibukain pintu, langsung di sambut sama staff kita, jalan kemeja ditunjukin dan dianterin, pokoknya kafe kita selain mengutamakan classic menu yang



berkualitas tapi juga pelayanan yang kita berikan di setiap pengunjung itu juga jadi ciri khas kita.

**P** :Menurut anda apakah fitur highlight cukup berpengaruh dalam membantu customer dalam mencari informasi tentang cafe ini ?

**N2** :betul kak, fitur highlight itu sangat membantu banget buat customer tau informasi tentang kafe kita. Kita bener-bener manfaatin fitur highlight dengan baik, informasi kita cukup banyak yang kita taruh di highlight, kayak menu, menu baru kita, jam operasional, alamat kafe, kita juga masukin foto atau video dari pengunjung yang nge-tag kita di instastory. Jadi kalau menurut aku highlight ini penting buat ngebantu calon pengunjung buat dapetin informasi kafe kita.

**P** :Kenapa memilih platform Instagram sebagai medisosial yang dipilih kafe ini, berikan alasannya?

**N2** :Kalau media sosial sih pastinya kita yang utama adalah Instagram, kenapa karena Instagram kan media populer ya kak, penggunanya banyak jadi salah satu yang membantu pelaku usaha ya Instagram, jadi untuk mengenalkan kafe ini kepada masyarakat luas kita sangat berfokus di media sosial Instagram. Instagram kan basic nya dari dulu unggah foto sama video, belum lagi fitur-fitur lain yang banyak disediakan di Instagram, tentunya kita memanfaatkan sebaik mungkin fitur yang mereka punya. Kita gak bisa memprediksi setiap yang kita posting akan dilihat berapa banyak orang. Yang pastinya menurut aku Instagram itu berguna bangetlah, jadi gitu aja sih.

**P** :Fitur Instagram apa yang sering digunakan C12 Coffe Ride?

**N2** :Fitur yang paling sering kita gunakan sih pastinya ada story, post feed sama reels. Di story ini kita setiap hari selalu aktif post konten, pokoknya kita setiap hari memang selalu post konten di story, yang paling wajib itu kita setiap hari harus post konten kek greetings gitu biar jadi penanda kalau ini lho kafe kita itu buka. Terus sama adang ya kita di story ngepost konten-konten random kayak nge shoot tempat kafe ini, kadang kita juga nge post barista yang lagi bikin kopi, juga kita sering nge repost postingan story customer yang nge tag IG kita pasti selalu kita repost. Lalu kalau untuk fitur post feed sama reels ya kurang lebih isi konten nya juga sama. Tapi kalau untuk konten di reels ya sama kayak yang dibilang mas madha kita lebih ke gimik-gimik gitu, jadi butuh ide-ide yang menarik kalau kita mau buat konten di reels.

**P** :Apakah menurut anda dengan penggunaan Instagram dapat membantu

C12 Coffe Ride dalam membangun atau citra baik cafe ini di khalayak atau customer ?

**N2** :Jelas bener banget kak, sejak awal kita pake Instagram, dari postingan awal kita selalu konsisten saat nge post konten yang bagus dan menarik, kenapa ya karena ibaratnya Instagram itu kayak wadah yang jadi identitas kafe ini kan. dari konten yang kita berikan itu juga cukup memberikan impact bagi kita, dan dari banyaknya konten-konten yang kita berikan juga inilah yang bisa dibilang membangun citra kita. karena didalam Instagram kafe ini, banyak banget berbagai macam informasi yang dapat dilihat pengunjung, jadi kalau calon customer atau pengguna yang baru tau kafe kita, terus kepoin dan ngeliat Instagram kita itu jadi pada tau, apalagi laman Instagram kita tertata dengan rapi dan bagus, jadi kalau dilihat sama orang atau calon pengunjung bisa meyakinkan mereka melalui laman Instagram kafe kita.

#### Lampiran 4 Dokumentasi Wawancara



Dokumentasi peneliti bersama narasumber madha dan salsa

Waktu ambil foto : Rabu, 8 November 2023

Pukul 18:09 WIB




Dokumentasi peneliti bersama narasumber madha

Waktu ambil foto : Senin, 8 Januari 2024

Pukul 14.01 WIB

## Lampiran 5 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. 031-5901742, 9931800 psw 150 email: fkip@untag-sby.ac.id

---

**KARTU BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Siti Masruroh  
 NBI : 1151900101  
 Program Studi : ILMU KOMUNIKASI  
 Dosen Pembimbing I : Drs. Edy Sudaryanto, M.I.Kom  
 Dosen Pembimbing II : Beta Puspitaning Ayodya, S.Sos., M.A

Judul Skripsi : Pemanfaatan Instagram Dalam Membangun Brand Image Mandalka Cafe

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dosen 1	Paraf Dosen 2
1	11/9 <sup>23</sup>	Tambah teori & Kempt.		
2	13/9 <sup>23</sup>	Jodol & Bab I Revisi bab I → LBM lebih difokuskan pd masalah		
4	19/9 <sup>23</sup>	teori		
5	20/9 <sup>23</sup>	Lajut bab 2		
6	24/9 <sup>23</sup>	Bab I-III Revisi		
7	2/10 <sup>23</sup>	Perbaiki bab II, lanjut.		
8	4-10-23	Bab II-III Revisi		
9	9/10 <sup>23</sup>	Acc. Interview Lanjut		
10	18-10-23	Acc Bab I-III		



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: fisip@untag-sby.ac.id

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
11	29.4.23	Bab 4 Revisi		BA
12	4/11 <sup>23</sup>	Skripsi acc	f.	
13	6/12 <sup>23</sup>	Acc		BA

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

Bimbingan dinyatakan telah selesai  
Tanggal 6 Desember 2023

Dosen Pembimbing I.

Dosen Pembimbing II.  
  
Beta Puspo Rahmawati A.

**Lampiran 6 Lembar Revisi Ujian Skripsi**

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA


**LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI**

Nama : Siti Masrurah  
NIM : 1151900101  
Judul : Pemanfaatan Instagram Dalam Membangun Brand Image C12 Coffe and Ride  
Hari/ Tanggal Ujian : Rabu, 20 Desember 2023

Catatan Perbaikan:  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Surabaya, 03 Januari 2024  
Persetujuan Dosen Penguji 1 Telah Revisi/Perbaikan, Revisi dari Dosen Penguji 1,

  
Drs. Edy Sudaryanto, M.I.Kom

  
Drs. Edy Sudaryanto, M.I.Kom

Catatan: Bila tidak ada revisi, dosen penguji wajib menuliskan "tidak ada revisi", dan menandatangani di sebelah kanan dan kiri.

## LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Siti Masruroh  
NIM : 1151900101  
Judul : Pemanfaatan Instagram Dalam Membangun Brand Image C12 Coffe and Ride  
Hari/ Tanggal Ujian : Rabu, 20 Desember 2023

Catatan Perbaikan:

- Penulisan
- Alasan pemilihan IG ini sebagai masalah penelitian apa?  
Belum ada di latar belakang. ✓  
Bab I kanti outline. ✓
- Bab II → Landasan Konseptual? ✓
- Bab III. ✓
- \* - Bab IV → hasil dan pembahasan  
Daftar pustaka.

Surabaya, 04 Januari 2024.  
Persetujuan Dosen Penguji 2 Telah Revisi/Perbaikan,

Revisi dari Dosen Penguji 2,



Dewi Sri Andika Rusmana, S.I.Kom., M.Med.Kom.



Dewi Sri Andika Rusmana, S.I.Kom., M.Med.Kom.

Catatan: Bila tidak ada revisi, dosen penguji wajib menuliskan "tidak ada revisi", dan menandatangani di sebelah kanan dan kiri.

### LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

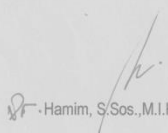
Nama : Siti Masuroh  
NIM : 1151900101  
Judul : Pemanfaatan Instagram Dalam Membangun Brand Image C12 Coffe and Ride  
Hari/ Tanggal Ujian : Rabu, 20 Desember 2023

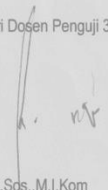
Catatan Perbaikan:

- judul - (Pan Indukatif  
- teori - ?  
- Organisasi kuat

Surabaya, 02 Januari 2024  
Persetujuan Dosen Penguji 3 Telah Revisi/Perbaikan,

Revisi dari Dosen Penguji 3,

  
Hamim, S.Sos.,M.I.Kom

  
Hamim, S.Sos.,M.I.Kom

Catatan: Bila tidak ada revisi, dosen penguji wajib menuliskan "tidak ada revisi", dan menandatangani di sebelah kanan dan kiri.



## Lampiran 7 Surat Keterangan Hasil Turnitin



**UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**  
**LABORATORIUM OTODAERAH**  
Gedung F Lantai 2 Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
Jl. Semolowaru No. 45 Surabaya, Telp. (031) 5931800

### SURAT KETERANGAN

Nomor: 787/K/LOD/V/2023

Yang bertanda tangan di bawah ini penanggung jawab Uji Turnitin dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 (UNTAG) Surabaya

Nama : Yusuf Hariyoko, S.AP., M.AP  
NPP : 20110170735

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama. : Siti Masruroh  
NBI : 1151900101

Berdasarkan hasil uji turnitin untuk Bab 1,4,5 skripsi mahasiswa tersebut telah di bawah 20%.  
Surat Keterangan ini di berikan atas permintaan yang bersangkutan untuk "Pendaftaran ujian skripsi".

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 11 Desember 2023  
Kepala Lab. Otoda,

Yusuf Hariyoko, S.AP., M.AP

## Lampiran 8 Hasil Turnitin Jurnal

### Jurnal

#### ORIGINALITY REPORT

**15%**

SIMILARITY INDEX

**15%**

INTERNET SOURCES

**8%**

PUBLICATIONS

**7%**

STUDENT PAPERS

#### PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	<a href="http://www.jurnal.stkipppgritulungagung.ac.id">www.jurnal.stkipppgritulungagung.ac.id</a> Internet Source	<b>2%</b>
<b>2</b>	<a href="http://cvodis.com">cvodis.com</a> Internet Source	<b>1%</b>
<b>3</b>	<a href="http://eprints.ums.ac.id">eprints.ums.ac.id</a> Internet Source	<b>1%</b>
<b>4</b>	<a href="http://jurnal.um-tapsel.ac.id">jurnal.um-tapsel.ac.id</a> Internet Source	<b>1%</b>
<b>5</b>	<a href="http://repository.untag-sby.ac.id">repository.untag-sby.ac.id</a> Internet Source	<b>1%</b>
<b>6</b>	<a href="http://ejournal.1001tutorial.com">ejournal.1001tutorial.com</a> Internet Source	<b>1%</b>
<b>7</b>	<a href="http://repository.radenintan.ac.id">repository.radenintan.ac.id</a> Internet Source	<b>1%</b>
<b>8</b>	<a href="http://repository.unsri.ac.id">repository.unsri.ac.id</a> Internet Source	<b>1%</b>
<b>9</b>	<a href="http://conference.untag-sby.ac.id">conference.untag-sby.ac.id</a> Internet Source	<b>1%</b>