

LAMPIRAN

Lampiran 1

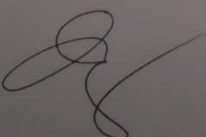
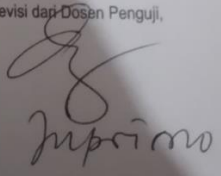
Lembar Revisi Ujian Skripsi Dosen Penguji 1

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

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : La Masihu Tehuayo
NIM : 1152000217
Hari/ Tanggal Ujian : Sabtu, 29 Juni 2024
Judul Skripsi : Strategi konten digital CV. Fizzul Putra Mandiri melalui akun facebook dalam membangun brand awareness

Catatan Perbaikan:
Abstrak - Abstract — + judul — hapus 1 kata lain
27-52 tonjolkan strategi konten digital
(muncul pada judul) — juga di Rumusan
masalah & tujuan penelitian)
62-64 — Daftar Pustaka — APA style ed. 7
dg Menzley

Surabaya, 02-07-2024
Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan, Revisi dari Dosen Penguji,
 

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

Lampiran 2

Lembar Revisi Ujian Skripsi Dosen Penguji 3

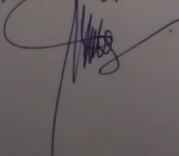
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

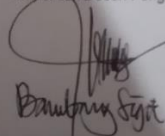
LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : La Masihu Tehuayo
NIM : 1152000217
Hari/ Tanggal Ujian : Sabtu, 29 Juni 2024
Judul Skripsi : Strategi konten digital CV. Fizzul Putra Mandiri melalui akun facebook dalam membangun brand awareness

Catatan Perbaikan:

- Uraikan makna teori IMA. ✓
- Tampilkan Mekanisme Komunikasi. ✓
- Kesimpulan menggunakan kutipan para ahli teori komunikasi. ✓


Surabaya, 1 Juli 2024
Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,


Revisi dari Dosen Penguji,

Bambang Syarif Ruman

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

Lampiran 4











Kartu Bimbingan Skripsi



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 : La Masihu Tehuayo
 NBI : 1152000217
 Program Studi : Ilmu Komunikasi
 Dosen Pembimbing I : Drs. Jupriono, M.Si
 Dosen Pembimbing II : Dinda Lisna Amilia, S.Sos, MA
 Judul Skripsi : Strategi Konten Digital CV. Fizzul Putra Mandiri melalui akun Facebook dalam membangun Brand Awareness

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
1	7/3 24	LOM		
	7/3 2024	— dasar pilih jurnal elektronik — Maksimal praktis		
	3/4 24	menekol, kurang sitasi, teori		
	05/04 2024	Bab 1, 2, 3 oke Lanjut bab 4		
	19/04 2024	Bab III Keabsahan Data + Perogram Fizzul (2018) Lanjut bab 4 (wawancara)		
	22/4 24	Kerangka perbandingan, LBM teori lumen pemasaran		
		Bab 4 Data Pertanyaan suat dipraktikkan → 85, 85, 85, 85, 85		
	20/5 24	dat pertanyaan acc		
	30/5 24	Analisis data		
	11/6 24	Analisis		

Kartu Bimbingan Skripsi



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 : fsiip@untag-sby.ac.id

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf-Dospem 1	Paraf Dospem 2
		Bab 4 + wawancara H&P tingkat kebutuhan + hambatan		
	20/6 2021	revisi bab IV → Strategi harga. bab V → Penyelesaian saran		
		Bab 4 ACC		
		Bab 5 ACC		
		Abstrak ACC		
	21/6 2021	ACC sedang revisi minor tanda bab I-V		

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

Bimbingan dinyatakan telah selesai
 Tanggal: 20-06-2021

Dosen Pembimbing I,

 (.....)

Dosen Pembimbing II,

 (.....)

Lampiran 5

Surat Keterangan Hasil Turnitin



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

SURAT KETERANGAN

Nomor:612/K/LOD/VI/2024

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

Nama : Moh. Dey Prayogo, S.I.Kom., M.I.Kom

NPP : 20150220869

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : La Masihu Tehuayo

NBI : 1152000217

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, 21 Juni 2024

Mengetahui
Kepala Lab. Otda,


LABORATORIUM OTONOMI DAERAH
ADMINISTRASI PUBLIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945
SURABAYA
Dida Rahmadanik, S.AP, M.AP

PIC Uji Plagiasi


Moh. Dey Prayogo, S.I.kom., M.I.Kom

Lampiran 6

Hasil Turnitin Skripsi

Skripsi La Masihu			
ORIGINALITY REPORT			
9%	8%	2%	1%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES			
1	repository.uinsu.ac.id Internet Source	2%	
2	ejournal.bsi.ac.id Internet Source	<1%	
3	e-journal.janabadra.ac.id Internet Source	<1%	
4	www.researchgate.net Internet Source	<1%	
5	ejournal.45mataram.ac.id Internet Source	<1%	
6	ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id Internet Source	<1%	
7	Submitted to Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Student Paper	<1%	
8	repository.radenintan.ac.id Internet Source	<1%	
9	toffeedev.com Internet Source	<1%	

Lampiran 7

Dokumentasi wawancara bersama admin



Lampiran 8

Transkrip Wawancara

Narasumber 1

Nama : Nadra Latuconsina

Jabatan : Owner CV. Fizzul Putra Mandiri

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Bagaimanakah proses awal berdirinya konveksi CV. Fizzul Putra Mandiri?	Alhamdulillah, untuk awal berdirinya konveksi Fizzul Putra Mandiri itu tahun 2004, nah bagaimana proses berdirinya, tahun 2003 itu kebetulah saya kan aslinya dari luar pulau dari Maluku, jadi saya menerima orderan dari sekolah-sekolah pesanan gitu, nah saya itu pesan ke orang di kapasan dan dimana-mana yang bisa di pesan gitu, nah pertama itu gak bisa tepat waktu karena saya juga mengikuti antrian, yang kedua itu kualitas, pas kirim barang kesana ke Ambon ternyata ada barang yang sablonnya gak benar gak baik kualitas jahitnya juga gak bagus akhirnya berpikir wah kalau kayak gini saya pasti kehilangan kostumer akhirnya saya coba membuka konveksi sendiri dengan beberapa mesin itu mencoba , awal mulanya sih masi susah-susah juga cari costumer cari konsumen masi agak susah juga dari satu daerah ke satu daerah, tapi yang saya prioritaskan itu kualitas makanya dari mulut ke mulut dari sekolah ke sekolah nah itu akhirnya bisalah seperti sekarang itu menjadi konveksi, gitu.
2	Bagaimanakah cara agar dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk produk konveksi?	Ya itu pastinya menjaga kualitas ya, kalau orang luar pulau itu yang diutamakan kualitas bahan, jahitan dan lain-liainnya penting sekali untuk oran luar pulau, kalua di jawa itu mereka masi mengutamakan yang penting murahya kualitas nggak terlalu juga, jadi y aitu saya mengutamakan kualitas.
3	Seberapa pentingkah	Sebenarnya kalau dari konveksi kami itu ada

	peran media social untuk konveksi sehingga perusahaan memilih untuk memasarkan produk-produk tersebut melalui akun media sosial?	yang khusus seragam, ada yang bagian untuk pdh-pdh kampus tapi kalau konveksi untuk seragam kita nggak terlalu memakai media social karena kita sudah memiliki konsumen tetap di sekolah-sekolah dan memang masuknya ke sekolah-sekolah, jadi sekolah-sekolah itu dari tahun ke tahun mereka tetap mempercayakan pesanan ke kami karena apa tadi itu masalah kualitas gitu, jadi ada sih media social juga tapi untuk prodak yang lain gitu.
4	Bagaimana proses kualitas control yang diterapkan untuk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan?	iya, jadi pastinya kualitas kontrolnya itu mulai dari potong ya, saya sudah perhatikan bagian pemotongan, bagian jahit, jadi dari tahap ke tahap itu tetap di control ada Jahir kontrolnya sendiri sampai terahir finishing tetap diperhatikan disitu. Kalau sedikit celah adalah tapi In Sya Allah 90% kita sangat menjaga itu dari pembelian bahan sampai tahap pemotongan, sampai jahit kita terus control.
5	Apakah konveksi selalu update untuk jualan seperti menggunakan shopee dan lain-lain?	Kalau shopee sekarang kan kita sudah merambat dari konveksi ke bordir ya, jadi untuk sementara tu yang udah kita gunakan shopee itu border, jadi untuk logo-lago baju yang ada hubungannya dengan bordir-bordir itu yang kita gunakan shopee, tapi untuk seragam kita masih tetap dari kepercayaan konsumen tetap.

Narasumber 2

Nama : Salahuddin Azmi

Jabatan : *Content Creator* CV. Fizzul Putra Mandiri

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Bagaimana proses Anda mengidentifikasi konten yang relevan untuk meningkatkan brand awareness CV. Fizzul Putra Mandiri melalui akun Facebook?	Sebenarnya banyak cara agar saya bisa meningkatkan konten yang ingin saya buat, salah satunya adalah membuat konten yang sesuai dengan trend saat ini, selain itu juga harus menyajikan konten dengan visual yang sangat menarik, hal ini dilakukan agar menarik audience akan konten kita. Sekarang ini orang-orang kalau mau mengakses berita atau mencari informasi pasti selalu mengandalkan internet, siapa sih zaman sekarang yang tidak memiliki media sosial seperti facebook, atau instagram? Pasti dalam satu keluarga memiliki media sosial tersebut. Oleh karena itu kami mengandalkan media facebook untuk menyebarluaskan informasi terkait berbagai macam produk yang dimiliki oleh CV. Fizzul Putra Mandiri.
2	Apa strategi utama yang Anda terapkan dalam menciptakan konten digital untuk meningkatkan interaksi pengguna dan kesadaran merek di platform Facebook?	Yang pastinya membuat konten yang berkualitas, selain itu juga konten yang kita buat harus sesuai preferensi dan minat audince, saat ini kita su masuk dunia digital yang semakin hari semakin canggih dan terhubung, sosial media memiliki perang yang tak tergantikan dalam pemasaran suatu produk. CV. Fizzul mengandalkan akun facebook untuk memberikan informasi kepada khalayak, dengan harapan agar mereka mengetahui proses kerja serta kualitas bahan yang digunakan. Bisnis ini berhasil memanfaatkan potensi media sosial facebook agar dapat menikmati peningkatan brand awareness, penjualan, dan loyalitas pelanggan. Kami juga akan mencoba bekerja sama dengan beberapa influencer yang mungkin terkenal di daerah Jombang sini, karena melihat persaingan produk-produk pakaian di media sosial yang begitu ketat, ya agar dapat menarik perhatian

		<p>konsumen aja gitu, karena saat ini itu zaman viral-viralan, apa yang digunakan oleh selebrity itu diikuti oleh pengikutnya, apalagi pengikutnya banyak kan, ini bisa jadi daya tarik konsumen, kurang lebih seperti itu.</p>
3	<p>Bagaimana Anda menilai efektivitas konten digital yang telah Anda buat dalam membangun brand awareness untuk CV. Fizzul Putra Mandiri di Facebook?</p>	<p>Sebelum saya membuat konten, saya perlu membuat starategi konten yg ingin saya upload, melakukan postingan dan caption yang menarik dan baik, hal ini dilakukan agar konten tersebut terlihat nyaman ketika ditonton audience. Dalam facebook itukan ada fitur untuk menulis atau captions dan fitur hastag, nah fitur menulis ini saya gunakan untuk menulis ide-ide atau informasi singkat padat dan menarik agar konsumen juga senang membacanya. Fitur hastag juga sering saya gunakan dalam setiap postingan di sosial media facebook, saya pikir dengan adanya fitur ini agar supaya konsumen dapat dengan mudah menemukan produk-produk yang mereka inginkan berkaitan dengan CV. Fizzul ini. Hastag yang sering saya gunakan diantaranya adalah #konveksijombang #konveksijombangmurah #bikinseragamkerja #bikinseragamkantor #fashion #daribetauntukindonesia #fizzulco #bikinseragambatik #sablonkaos.</p>
4	<p>Bagaimana Anda mengukur dan menganalisis tingkat keberhasilan konten digital yang Anda publikasikan dalam membangun brand awareness, serta apakah ada langkah-langkah perbaikan yang Anda lakukan berdasarkan hasil evaluasi tersebut?</p>	<p>Biasanya mengukur tingkat kerbahasilan konten yang sudah saya upload adalah melihat dari segi banyaknya tayangan dari audience, dan langkah" untuk mengevaluasi konten yang sudah saya upload adalah, dilihat juga dari berbagai macam komentar, untuk mengetahui kekeurangan dari konten tersebut. Banyak sekali sekolah-sekolah atau instansi mempercayakan kami untuk memproduksi berbagai macam pakaian yang mereka inginkan karena sebelumnya mereka sudah mengetahui kualitas produk yang ada di CV. Fizzul ini, salah satu instansi besar yang sudah mempercakan kami untuk memproduksi pakaian adalah Universitas Brawijaya Malang. Mereka bukan hanya satu kali saja memesan pakaian disi tetapi sudah berkali-kali, apalagi sudah masuk semester baru, pakain-pakain yang</p>

		mereka pesan itu mencapai 2 ribuan, sehingga CV. Fizzul juga sangat baik untuk menanggapi permintaan tersebut.
--	--	--

Narasumber 3

Nama : Abu Bakar Jailani

Jabatan : Desain dan Admin CV. Fizzul Putra Mandiri

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Apakah ada diskon atau promo untuk konsumen CV. Fizzul Putra Mandiri ?	<p>Alhamdulillah untuk saat ini CV. Fizzul sudah memiliki jasa pengiriman sendiri ke wilayah Ambon yaitu Jasa Titip Fizzul Maluku yang biasa kita sebut dengan Jastip Fizzul Maluku, jasa pengiriman ini dibuka untuk kemudian mempermudah pengiriman barang-barang dari Surabaya ke Ambon, jadi bagi kalian yang ingin mengirimkan atau menitipkan barang nya ke Ambon tidak usah panik, karena harga nya sangat terjangkau hanya dengan Rp. 20.000 perkilo gram barang kalian bisa sampai dengan baik dan dijamin akan keselamatannya. Kami juga memberikan gratis ongkir bagi pelanggan CV. Fizzul Putra Mandiri yang hendak mengirimkan baju-baju nya dari Surabaya ke Ambon dan akan ditipkan di bagian penerima barang (admin jasa titip fiizzul di kota Ambon). Jadi ketika sudah memasuki tahun ajaran baru, sekolah-sekolah yang ada di Ambon mulai dari sekolah SD, SMP, SMA, bahkan kampus-kampus itu memesan semua nya disini, sehingga kita sudah pasti membutuhkan bahan-bahan tersebut guna untuk memproduksi. Nah setelah kita sudah mengumpulkan semua pesanan yang mereka pesan, baru kita perkirakan berapa jumlah kain yang dibutuhkan untuk produksi dan membeli kain-kain tersebut di pelanggan kami yang ada di Surabaya. Tentunya dalam proses pemilihan bahan baku untuk produksi, kami sudah memiliki beberapa tempat untuk kain tersebut yang sudah kami percaya akan harga dan kualitasnya dari tahun-tahun sebelumnya. Kami menggunakan pick up untuk mengangkut kain-kain tersebut dan yang berangkat itu 3 orang yang terdiri dari satu orang supir dan dua orang lainnya menemani</p>

		supir untuk mengangkut kain-kain yang mereka pesan diatas pick up, dikarenakan bahan yang cukup banyak maka tidak mungkin supir sendirian. Untuk uang makan dan uang jalan diberikan oleh bagian administrasi kepada mereka agar merasa senang dan nyaman ketika bekerja di CV. Fizzul ini.
2	Bagaimana CV. Fizzul Putra Mandiri menentukan konten yang akan diposting di akun Facebook mereka?	Jadi sebelum CV. Fizzul Putra Mandiri mengupload video di facebook, kami terlebih dahulu menentukan konten yang akan kami buat yang kemudian akan diposting di akun Facebook berdasarkan analisis kebutuhan dan minat audiens target. Kami juga, membuat jadwal dalam pengambilan foto atau video, misalkan hari ini di bagian jahit, besok di bagian pemotongan, dan seterusnya. CV. Fizzul juga sudah melakukan riset pasar untuk memahami preferensi konsumen dan menggunakan informasi tersebut untuk membuat konten yang relevan dan menarik. Selain itu, CV. Fizzul juga memperhatikan tren terbaru di media sosial dan memanfaatkan insight dari data analitik Facebook.
3	Apa saja jenis konten yang paling efektif dalam meningkatkan brand awareness CV. Fizzul Putra Mandiri di Facebook?	Ketika berbicara mengenai jenis konten yang paling efektif dalam meningkatkan brand awareness sebenarnya banyak sih, cuman kalau menurut saya itu yang penting pengguna sosial media mmereka itu senang dan terhibur dengan apa yang kita tampilkan di sosial media seperti facebook. Contoh nya seperti konten foto produk dan video demonstrasi produk. Selain itu, konten interaktif seperti kuis, survei, dan kontes juga sangat efektif dalam menarik perhatian dan meningkatkan keterlibatan audiens. Konten edukatif yang memberikan informasi berharga kepada audiens tentang produk dan industri juga membantu memperkuat citra merek
4	Apa saja langkah-langkah yang telah diambil oleh CV. Fizzul untuk meningkatkan kapasitas	Tahun 2023 ini sekitar beberapa bulan yang lalu perusahaan menambahkan 1 unit mesin bordir hingga kini terdapat 2 unit mesin bordir, hal ini dilakukan untuk dapat menangani pemesanan

	<p>produksi dan kualitas desain dalam menghadapi tingginya permintaan dari berbagai sekolah dan instansi, serta persaingan dengan perusahaan konveksi lainnya?</p>	<p>yang cukup banyak dari berbagai macam sekolah dan instansi-instansi lainnya agar kita tidak kewalahan dalam menangani pesanan yang cukup banyak ini. Supaya satu orang dapat mengontrol 1 mesin bordir. Awalnya itu hanya satu, tapi setelah melihat pesanan yang begitu banyak akhirnya memutuskan untuk membeli lagi mesin ini.</p> <p>Sekarang itu banyak perusahaan konveksi yang lainnya telah membuat desain-desain baju yang menarik perhatian, sehingga kita tidak boleh diam begitu saja melihat fenomena tersebut, lagi pula kan CV. Fizzul sudah mendatangkan mas Dayat (seorang yang ahli di bidang desain) ke rumah untuk melatih para desainer disini, tujuannya agar desainer yang ada disini itu lebih lincah dan lebih baik lagi dalam mendesain sesuatu, CV. Fizzul kadang medatangkannya 1 minggu setiap bulan kadang juga satu minggu per dua bulan tergantung anak-anak desain aja sih kalau mereka sudah memahami, tapi kalau lupa-lupa ingat pastinya mereka mendatangkannya, tim desain belajar pagi siang dan sore mengenai teknik-teknik dasar desain hingga mereka diajarkan cara untuk mendesain suatu logo yang indah, hal ini dilakukan setiap bulannya agar tim desainer CV. Fizzul lancar dan bisa mendesain segala sesuatu dengan indah.</p>
--	--	--

Narasumber 4

Nama : Hisyam Kumkello

Status : Konsumen CV. Fizzul Putra Mandiri

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Apakah bapak sering berinteraksi dengan konten digital yang diproduksi oleh CV. Fizzul Putra Mandiri?	Sering, secara otomatis saya sering dan secara umum sering karena saya beberapa kali ada hubungan kerja sama dan memakai produk-produk dari CV. Fizzul Putra Mandiri. Nah saya sebagai pengguna social media tentu memfollow dan mengikuti semua apapun yang terkait dengan CV. Fizzul Putra Mandiri dan interaksi itu selalu terbangun. Dengan adanya sosmed saya selalu melihat, melike, dan mengomentari atau menshare semua konten-konten CV. Fizzul Putra Mandiri, bentuk interaksi saya seperti itu.
2	Hal apa yang membuat bapak tertarik untuk melihat atau berpartisipasi dalam konten tersebut?	Yang membuat saya menarik dari konten itu mereka selalu menampilkan dari tahap awal proses produk-produk mereka sebelum produk yang mereka bikin dipasarkan itu yang menurut saya yang membuat menarik. Karena hari ini yang diproduksi dan apa yang dipasarkan oleh CV. Fizzul Putra Mandiri adalah dari bidang konveksi atau garmen produk-produk mereka itu seperti halnya pakaian entah itu baju jaket celana kayak atasan dan bawahan lah seperti itu. Dari proses awal mereka pembelian kainnya, pemotongannya, sampai penjahitan dan finishing terakhir pengemasan itu mereka selalu menampilkan atau secara umumnya menginformasikanlah terhadap khalayak di luar sana itu yang menurut saya menarik di situ. Dan bagi saya ya inilah sebuah tindakan atau hal yang perlu terus dikembangkan seperti itu, itu yang menarik.
3	Bagaimana pendapat bapak tentang kualitas dan relevansi konten digital yang disediakan oleh CV.	Kalau untuk kualitas menurut saya dari mereka memperkenalkan perusahaan karya produk dari mereka menurut saya sangat bagus dengan ada beberapa step tadi ya dari tahap awal mereka

	<p>Fizzul Putra Mandiri dalam memperkenalkan atau memperluas tentang perusahaan tersebut?</p>	<p>membeli kain, proses pemotongan sampai proses penjahitan dan semua itu menurut saya sangat berkualitas dan yang menarik ini adalah sebuah perusahaan yang dikembangkan oleh anak-anak muda. Mungkin ini adalah CV yang didirikan oleh kedua orang tuanya tapi hari ini diteruskan oleh generasi pertama dari orang tuanya yaitu anak-anak mereka yaitu ada Firdaus sama Izzul. Menurut saya berkualitas karena ini anak-anak muda yang mereka selalu berinovasi untuk membangun perusahaan ini lebih besar lebih berkembang dan lebih menarik semua konsumen yang datang ke CV. Fizzul Putra Mandiri seperti itu. Untuk relevansinya mungkin ya kecocokan ya, nah dari kecocokan itu seperti ap acara mereka untuk menarik, membuat orang lebih berinteraksi, mungkin hanya untuk berinteraksi lebih awal komunikasinya seperti itu, tapi untuk mereka mengambil dan membawa produk itu mungkin ada lagi yang harus dikembangkan, entah itu dari segi market digitalnya dengan cara apa, konten yang seperti apa, itu yang perlu kita pecahkan sama-sama.</p>
<p>4</p>	<p>Apakah bapak merasa lebih akrab dengan merek CV. Fizzul Putra Mandiri setelah berinteraksi dengan konten digital mereka?</p>	<p>Ooo tentu, saya lebih merasa akrab dengan merek dan brand mereka, karena brand dan merek mereka ini bukan brand dan merek hari ini secara umum dan yang menguasai pasar hari ini seperti halnya di bidang pakaian ada adidas, nike, atau apapun itu merek yang besar-besar. Mereka ini memakai brand dan merek yang mereka ciptakan sendiri, nah ini yang tadi saya bilang tadi mereka punya inovasi anak muda dan ini orang timur orang dari maluku dan brand tagline mereka itu dari beta untuk Indonesia. Dan brand mereka itu ada salah satu seperti kayak mereka membuat brand-brand kasual yang mereka ciptakan itu ada danke trus untuk brand yang lainnya mereka memakai fizzul mungkin dari singkatan 2 anak muda tadi yang mereka yang mereka namakan juga untuk CV mereka, menurut saya saya merasa akrab dan secara merek ini sangat menarik.</p>

5	Apakah ada jenis konten digital dari CV. Fizzul Putra Mandiri yang menurut bapak lebih efektif dalam menarik perhatian bapak?	Kalau efektif sih, mm. Menurut saya semua konten dan social media dan semua brand itu efektif semua tinggal kita memperluas itu aja sih. Kalau CV. Fizzul Putra Mandiri menurut saya sangat efektif dengan mereka menggunakan hari ini di marketing digital dan social media sangat efektif dan saya berharapnya lebih luas.
---	---	--

Narasumber 5

Nama : Ashadima Maulana

Status : Konsumen CV. Fizzul Putra Mandiri

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Apakah Anda sering berinteraksi dengan konten digital yang diproduksi oleh CV. Fizzul Putra Mandiri? Jika ya, apa yang membuat Anda tertarik untuk melihat atau berpartisipasi dalam konten tersebut?	Iya, aku sebagai pengguna facebook sangat tertarik dengan konten-konten yang CV. Fizzul buat. Mereka itu apa ya, membuat Visual yang cukup baik dan menarik perhatian gitu. Dan Konten-konten yang mereka bikin itu menampilkan proses produksi pakaian dengan visual yang lumayan jelas dan menarik perhatian. Video nya juga bagus-bagus dan berkualitas tinggi dan terang juga yang menunjukkan detail seperti proses pembuatan pola, pemotongan kain, dan teknik jahit, sampai packing barang hingga ke pengiriman dapat sangat bagus sih kalau menurut saya, intinya kontennya bagus. Truss audio dan penggunaan lagu-lagu disetiap video nya juga cocok dan enak di dengar. Itu aja sih.
2	Bagaimana pendapat Anda tentang kualitas dan relevansi konten digital yang disediakan oleh CV. Fizzul Putra Mandiri dalam memperkenalkan atau memperluas pemahaman Anda tentang perusahaan tersebut?	Kalau menurut saya, kembali lagi ke pembahasan awal tadi yang diatas, menurut saya kualitas konten-konten yang dibuat oleh CV. Fizzul mulai dari video dan audio visualnya cukup baik, mungkin ini menurut saya ini adalah kelebihan yang diberikan oleh konten kreatornya yaitu membuat video dan audio yang sangat jelas serta pemilihan lagu-lagunya juga okee. Sebelumnya saya telah beberapa kali membeli baju di konveksi yang berbeda, murah sih iya, tapi kualitas nya juga kurang bagus, akhir nya saya iseng-iseng untuk mencari produk-produk di facebook, dan akhirnya dapat saran dari teman untuk melihat produk-produk yang ada di akun facebook fizzul. Saya juga tertarik untuk membeli produk-produk CV. Fizzul ini karena awalnya saya sangat tertarik dengan konten-konten proses pembuatan baju yang mereka

		posting di facebook, karena penasaran akhirnya saya langsung mengunjungi CV. Fizzul ini dan melihat secara langsung kualitas kain dan jahitan nya juga bagus-bagus loh, ada banyak sih contoh-contoh atau sampel yang dapat saya lihat sebelum memesan baju pdh disini, jadinya tambah yakin dengan adanya contoh-contoh atau sampel yang disediakan oleh mereka.
3	Apakah Anda merasa lebih akrab dengan merek CV. Fizzul Putra Mandiri setelah berinteraksi dengan konten digital mereka? Jika ya, dalam hal apa?	Apakah lebih akrab, saya rasa iya, saya merasa lebih akrab dengan CV. Fizzul dikarenakan saya sering kali ketika ada waktu luang ataupun ketika lagi main sosial media saya pasti mengunjungi facebook nya CV. Fizzul untuk apa ya, ya memantau sedikit kegiatan apa yang mereka kerjakan dan hal ini tu terus menerus tidak membosankan gitu menurut saya, karena video yang ditampilkan juga di halaman facebook itu tidak terlalu panjang juga tidak terlalu pendek, artinya seimbang lah gitu. Captions yang digunakan oleh konten kreator nya cukup singkat padat dan jelas. Terus yang paling saya ingat dari tagline mereka yaitu berkah berjamaah dari beta untuk Indonesia, ini merupakan sebuah doa dan harapan dari owner nya fizzul sendiri agar kedepannya usaha tersebut dapat memberi berkah kepada semua pihak yang berkontribusi dalam usaha CV. Fizzul tersebut. Itu aja sih.
4	Apakah ada jenis konten digital tertentu dari CV. Fizzul Putra Mandiri yang menurut Anda lebih efektif dalam menarik perhatian dan membangun kesadaran merek dibanding yang lain? Mengapa?	Kalau saya pribadi sih hampir semua konten yang dibuat oleh konten kreatornya CV. Fizzul ini cukup menarik, video dan audio visual yang ditampilkan sangat jelas yang menampilkan kesemangatan orang-orang dalam perusahaan tersebut dalam bekerja. Keunggulan utama dari video-video yang dibagikan oleh konten kreatornya adalah kemampuannya untuk menarik perhatian konsumen dalam waktu singkat, karena mengingat sekarang ini zaman yang bisa dikatakan cukup canggih ya, jadi semuanya itu

		menggunakan media sosial untuk berinteraksi atau mencari-cari suatu berita. Dengan mereka menggunakan elemen visual dan audio, video dapat menyampaikan pesan yang baik dengan cara yang mudah dipahami dan diingat.
--	--	--