

LAMPIRAN

Lampiran 1 Pengajuan Sidang Skripsi

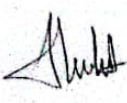
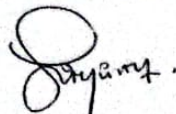
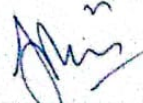

	FORMULIR PENGAJUAN SIDANG SKRIPSI/TA	SPT-I/04/SOP-06/F-01

Nama Mahasiswa : Nuha'ad Alif Taqi
 Prodi/NIM : Ilmu Komunikasi / 2017041017
 Judul Skripsi/TA : STRATEGI PENGEMASAN PESAN PEMASARAN UKMM FOOF AND BEVERAGE di MEDIA INSTAGRAM (Studi Kasus Pada UKM Akun @piston_id)
 Dosen Pembimbing : 1. Suci Marini Novianty, S.IP., M.Si.
 : 2.
 Dosen Penguji : 1. JAD
 : 2. JAD
 : 3. JAD
 Jadwal Sidang : Tempat : Hari/Tanggal:

Telah memenuhi syarat Sidang Skripsi/TA: (mohon beri tanda V untuk syarat yang relevan)

No	Syarat	Ya	Tidak
1	IPK minimal 2.00	V	
2	Tidak ada nilai D untuk mata kuliah mayor/inti Prodi	V	
3	MK Skripsi/TA tercantum di BRS semester berjalan	V	
4	Lulus minimal 1 mata kuliah KOTA untuk tiap rumpun	V	
5	SPT-I/03/SOP-28/F-03 Formulir Pembimbingan Skripsi (minimal 8 x)	V	
6	Poin JSDP (minimal 75% persen dari syarat kelulusan)	V	
7	Mengumpulkan dokumen Skripsi/TA (sesuai ketentuan Prodi)	V	

Tangerang Selatan, 5 Juni 2023

Mengajukan	Mengetahui	Memeriksa	Menyetujui
			
Nuha'ad Alif Taqi	Suci Marini Novianty, S.IP., M.Si	Naurissa Biasini, S.St., M.I.Kom.	Naurissa Biasini, S.Si., M.I.Kom.

Lampiran 2 Bimbingan Skripsi

my.upj.ac.id/siakad/list_bimbingan/4062

Pada akun @piston_id

No	Tanggal	Dosen Pembimbing	Topik	Disetujui	Aksi
1	20 Februari 2023	Suci Marini Novianty, S.I.P., M.Si.	Pembahasan kembali bab 1 sampai 3	✓	🔗
2	7 Oktober 2022	Suci Marini Novianty, S.I.P., M.Si.	Revisi Latar Belakang dan Bahasan Bab 2	✓	🔗
3	12 Oktober 2022	Suci Marini Novianty, S.I.P., M.Si.	Pembahasan bab 1 - 3 dan Pedoman Wawancara	✓	🔗
4	13 Oktober 2022	Suci Marini Novianty, S.I.P., M.Si.	Review Revisi Bab 1, Bab 2, Bab 3, dan Pedoman Wawancara	✓	🔗
5	13 Mei 2023	Suci Marini Novianty, S.I.P., M.Si.	Coding	✓	🔗
6	28 Mei 2023	Suci Marini Novianty, S.I.P., M.Si.	Coding	✓	🔗
7	27 April 2023	Suci Marini Novianty, S.I.P., M.Si.	Latar Belakang Masalah	✓	🔗
8	3 Juni 2023	Suci Marini Novianty, S.I.P., M.Si.	Pengumpulan bab 1-5	✓	🔗

Windows taskbar: Bimbingan Tugas A..., SKRIPSI FINAL, Transkrip Wawanca..., Transkrip Wawanca..., Transkrip Wawanca... 17:28 05/06/2023

Lampiran 3 Foto dengan Informan

Informan 1 (Rizki Ramadhan)



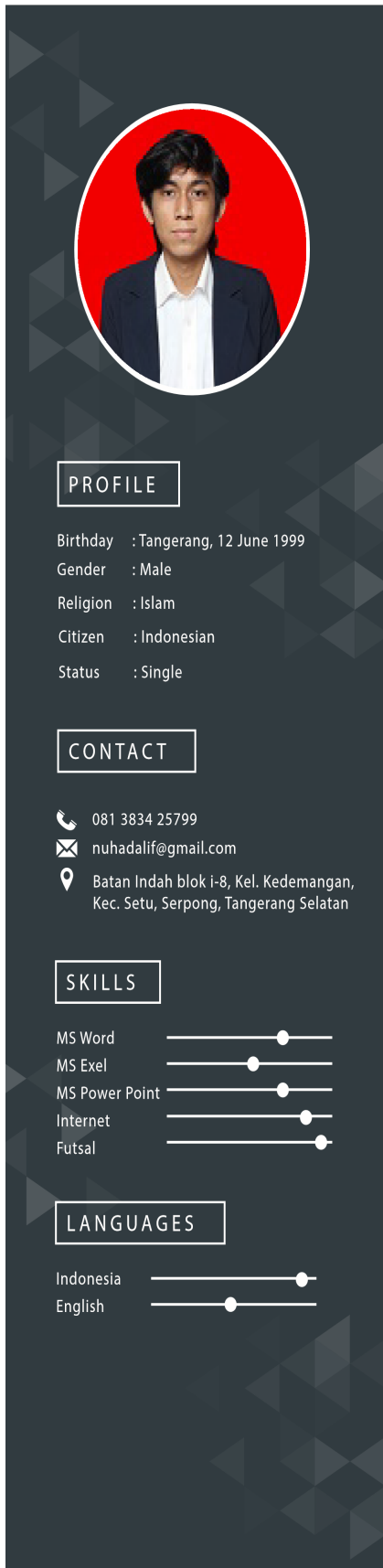
Informan 2 (M. Agung Rully Amrullah)



Informan 3 (M. Adnan Harade)



Lampiran 4 *curriculum vitae*



A vertical CV template for Nuha'ad Alif Taqi. It features a dark grey background with a geometric pattern of triangles. At the top left is a circular profile picture of a young man with dark hair, wearing a white shirt and a dark blazer, set against a red background. Below the photo is a 'PROFILE' section with personal details. Further down is a 'CONTACT' section with phone, email, and address. Below that is a 'SKILLS' section with five horizontal progress bars for MS Word, MS Excel, MS Power Point, Internet, and Futsal. At the bottom is a 'LANGUAGES' section with two horizontal progress bars for Indonesian and English.

PROFILE

Birthday : Tangerang, 12 June 1999
Gender : Male
Religion : Islam
Citizen : Indonesian
Status : Single

CONTACT

081 3834 25799
nuhadalif@gmail.com
Batan Indah blok i-8, Kel. Kedemangan, Kec. Setu, Serpong, Tangerang Selatan

SKILLS

MS Word
MS Excel
MS Power Point
Internet
Futsal

LANGUAGES

Indonesia
English

NUHA'AD ALIF TAQI

EDUCATION

2005 - 2011 | SD Negeri Batan Indah
2011 - 2014 | SMP IT Insan Harapan
2014 - 2017 | SMA Negeri 7 Tangerang Selatan
2017 | Universitas Pembangunan Jaya

WORK EXPERIENCE

2017 - 2018 | Pelatih Futsal
SMA Negeri 07 Tangerang Selatan
2018 | Advertising Instagram & Memasak
"Bebek Serundeng Mas Abi"
2019 | Housekeeping
Big Bad Wolf BookStore 2019
2019 | Crew section Top Up
Big Bad Wolf BookStore Yogyakarta 2019

ORGANIZATIONAL EXPERIENCE

2017 | Anggota Ukm Futsal
Universitas Pembangunan Jaya
2017 - 2018 | Pelatih Futsal
SMA Negeri 07 Tangerang Selatan
2018 | Karang Taruna Batan Indah
Perumahan Batan Indah

ACHIEVEMENT

Juara 2 Futsal
Ola Et Labora
Juara 3 Mobile Legend
Universitas Pembangunan Jaya
Juara 2 Futsal Moonzher Cup 2019
SMA Negeri 02 Tangerang Selatan
Juara 2 Sepak Bola
Universitas Pelita Harapan
Juara 2 Futsal
SMA Islamic Village

Lampiran 5 Sertifikat LDK



Lampiran 6 Pedoman Wawancara

A. Sasaran Wawancara

1. *Owner* Piston: Rizki Ramadhan
2. *Content Creator* Piston: Adnan Harade
3. *Supervisor* Piston: Agung Rully A

B. Identitas Informan

1. Nama Lengkap
2. Jabatan
3. Berapa Lama Menjabat di Posisi Tersebut
4. Tugas dan Tanggung Jawab

C. Pertanyaan Strategi Pengemasan Pesan

1. Bagaimana sih sejarahnya awal berdiri Piston ini?
2. Faktor-faktor seperti apa yang menjadikan Piston ini berbeda pada usaha UKM sejenis lainnya?
3. Bagaimana pertumbuhan Piston sepanjang pandemi?
4. Bagaimana Piston sebagai ukm dapat *striving* selama masa pandemic COVID-19?
 - Isi Pesan
 1. Hal-hal apa saja yang ditampilkan Piston dalam konten akun instagramnya?
 2. Bagaimana Piston merancang pesan untuk membuat customer percaya bahwa produk piston memiliki produk yang berkualitas dan bermutu?
 3. Faktor apa saja yang menjadi Batasan-batasan Piston dalam membuat konten?
 4. Bagaimana Piston mendekati konsumennya dengan postingan meme, lucu di Instagram?

5. Bagaimana Piston mengedepankan sisi hiburan kepada followersnya dalam pembuatan kontennya?
6. Bagaimana Piston menciptakan *engagement* bersama para *followers*?
7. Hal apa yang dilakukan oleh admin Piston dalam berinteraksi dengan *followers* melalui akun Instagram piston_id?
8. Seperti apa strategi pengemasan pesan di Piston lebih mendepankan viralitas atau tujuan dan sasaran?
9. Hal mendalam apa yang dilakukan oleh Piston dalam membangun *wom* dalam kalangan konsumen atau masyarakat?

- Struktur pesan

1. Bagaimana piston menciptakan *big idea* atau ide pokok yang ingin disampaikan ke masyarakat?
2. Bagaimana proses pembuatan *script* pada konten Instagram Piston untuk memperlihatkan keunikan Piston?
3. Bagaimana proses *caption* dalam menunjukkan kelebihan Piston di media Instagramnya?
4. Pesan seperti apa yang disampaikan Piston dalam menciptakan Piston ini sebagai produk yang terbaik kepada masyarakat?

- Format Pesan

1. Bagaimana proses Piston dalam pembuatan judul konten Instagram?
2. Teknik penulisan seperti apa yang dilakukan piston_id dalam membuat *caption* pada setiap unggahannya?
3. Apakah ada Piston memiliki hastag khusus yang ditunjukkan kepada followersnya?
4. Hal-hal seperti apa yang Piston lakukan dalam menunjukkan hastag tersebut didalam pengemasan pesan?
5. Apakah hastag tersebut juga dilakukan saat berinteraksi dengan *followers* piston melewati *direct messages* atau *comment* Instagram?

Lampiran 7 Transkrip Wawancara

Transkrip Wawancara Ke-1

Nuhad: Oke selamat siang mas Rizki, sebelumnya perkenalkan nama saya Nuhaad Alif Taqi dari Universitas Pembangunan Jaya eee.. jurusan ilmu komunikasi 2017, pada kesempatan kali ini saya akan menanyakan beberapa pertanyaan wawancara untuk kebutuhan skripsi. Eee langsung aja ya, eee langsung aja ke pertanyaan yang pertama, sebelumnya boleh perkenalan dulu gak Namanya siapa trus di Piston ini jabatannya sebagai apa?

Rizki: baik, terima kasih pada Nuhad. Nama saya Rizki Ramadhan, disini saya sebagai owner Piston (Pisang Tanduk Goreng). Ee saya mendirikan usaha ini sudah sekitar satu tahun empat bulan kalua gaksalah. Saya mulai dari bulan April 2021.

Nuhad: Okee..tugasnya Mas Rizki dan tanggung jawabnya Mas Rizki sebagai owner di Piston ini apa sih?

Rizki: saya disini bertugas memanage pisang. Maksudnya *manage* si Piston itu sendiri trus aaa *finance* juga, keuangan, trus juga sebagai konten. Eee mikirin konten di Instagram saya juga terlibat dalam itu semua.

Nuhad: Oke lanjut yaa. Bagaimana sih sejarahnya awal berdirinya Piston ini?

Rizki: awalnya saya melihat di Instagram, eee piston itu lagi hype banget, trus saya mencoba cari-cari menu, ee cari-cari resep, kebetulan temen saya ada yang orang eee apa namanya, kuliah di bidang pastry. Trus saya menanyakan resep ke beliau, trus akhirnya setelah dikasih tau saya kulik-kulik sendiri, dan akhirnya jadi ee adonan, resep yang saya inginkan.

Nuhad: oke lanjut ya, hal seperti apasih yang menajadikan piston ini berbeda pada usaha UKM lainnya?

Rizki: eee yang berbeda adalah.. mungkin dari segi branding ya kalau sayakan eee membangun usaha ini dengan based sendiri yaa yaitu Piston, sedangkan di ee pisang goreng pisang goreng lainnya itu biasanya tidak ada nama brandingnya, paling

cuman pisang coklat keju, atau apalah, trus juga saya biasanya menkonsepkan ini dengan topping-topping yang membuat customer lebih menarik seperti tiramisu, caramel, greentea, dan ada juga yang signature dari Piston itu yaitu klasik, klasik itu toppingnya keju, meses, susu, sama gula aren

Nuhad: oke berarti piston inikan berdiri pas lagi pandemi yaa?

Rizki: Iya

Nuhad: lalu pertumbuhan piston selama pandemic seperti apa?

Rizki: ee kebetulan saya memulainya ketika bazar Ramadhankan, jadi ketika saya bazar ramadhan itu memang sudah saya konsepan sebegit rupa sehingga sudah terkonsep dengan baik. Jadi ketika bazar Ramadhan ketika saya awal jualan itu memang sudah ramai. Jadi ketika ramai setelah bazar Ramadhan selesai saya memutuskan untuk ee membuka store dideket tempat bazar Ramadhan. Jadi saya memutuskan buka store karena sayang kalua tidak dibuka lagi. Seperti itu. Jadi, selama Ramadhan itu rame, setelah itu kita buka store. Kita juga merintisnya tidak terlalu lama ee makin kesini makin kesini ee pertumbuhannya semakin baik, jadi ada peningkatan, ada progress setiap bulannya.

Nuhad: okee, lalu Piston ini bisa bertahan selama pandemic COVID-19 itu seperti apa?

Rizki: ee jadi selama pandemi inikan biasanya orang-orang jarang keluar yaa, jadi untuk keluarpun ee maleslah atau ada kekhawatiran sendiri takut tertular COVID. Jadi saya mengkonsepan memang dari awal sudah online. Jadi kita fokusnya dionline seperti GrabFood, GoFood, ShopeeFood, bahkan sampai di TravelokaFood, dan AirAsiaFood yang barupun ada. Jadi kita fokuskan disana bagaimana caranya kita mengumpulkan customer lewat online aplikasi jadi kita maintainnya yaitu dengan menampilkan ee visual yang baik. Jadi menarik perhatian dari customer seperti itu.

Nuhad: Tadi disini aa Piston menggunakan Instagram juga gak?

Rizki: ee Instagram main menggunakan ee kebetulan kami juga punya tim kreatifnya sendiri untuk mengurus Piston jadi Instagramnya termaintain dengan cukup baik.

Nuhad: okee berarti lanjut kepertanyaannya. Hal apa aja sih yang ditampilkan dalam konten Instagramnya itu?

Rizki: jadi di Instagram Piston itu menampilkan beberapa konten. Yang pertama itu edukasi, edukasi itu seperti ee contohnya manfaat pisang itu apa, trus apa aja yang bisa dimanfaatkan seperti kulit itu manfaatnya apa, trus juga ada beberapa yang mengedukasi seputaran pisang. Selanjutnya ada hiburan, hiburan ini seperti jokes-jokes yang sedang viral kami remake kembali ee agar menarik. Selanjutnya ada games-games supaya ada interaksi kepada customer atau followers di Instagram. Begitu.

Nuhad: okee lalu bagaimana sih Piston merancang pesan untuk membuat customer percaya bahwa produk Piston ini itu memiliki produk yang berkualitas dan bermutu?

Rizki: aaaa seperti tadi awal yang saya sampaikan bahwa Piston sendiri itu sudah kami konsep dengan sebegitu rupa agar menarik, yaitu mulai dari packagingnya, trus juga eee pisangnya berbeda dari yang lain, artinya ketika orang lain potongannya seperti apa saya potongannya seperti apa, bahkan saya ada variasi yang berbentuk kita sebutnya Batik (Banana Stick) jadi pisangnya itu seperti kentang goreng. Seperti itu, jadi eee gimana produknya itu berkualitas dan bermutu yang pertama itu. Dan yang kedua kita ngejaga kualitas yaitu SOPnya kami terapkan dengan sangat ketat. Jadi pegawai-pegawai yang kami kerjakan itu sudah saya briefing sebegitu rupa agar SOP-SOP yang kami terapkan eee kami terangkan dapat diterapkan dengan baik agar kualitasnya terjaga dan mutunya juga terjaga, seperti itu.

Nuhad: selanjutnya, faktor apa sih yang menjadi batasan-batasan Piston dalam membuat konten?

Rizki: eee yang pertama dan utama yaitu SARA ya, jadi kita tidak menyinggung kearah sana, selanjutnya juga politik, kami sangat membatasi atau tidak eee tidak

menampilkan konten-konten berbau politik karena itu sangat ada kekhawatiran dari kami ketika ada posisi yang tidak eee berpihak kepada saya. Kan berimbanya kepada Piston jadi nanti takutnya customer Piston jadi segmented karena konten-konten yang kami eee tampilkan, seperti itu.

Nuhad: okee lalu, eee Piston ini gimana sih caranya untuk mendekatkan konsumennya dengan postingan *meme* atau lucu di Instagram?

Rizki: jadi menurut saya konten tersebut sangat efektif untuk menaikkan followers atau menaikkan engagement karena rata-rata followers kami itu masih muda, dan sedikitlah yang sudah dewasa dan sudah berumur. Contohnya kayak kemari ada eee apa Namanya ee film yang sedang tenar yaitu Spiderman, eee saya membuat meme Spiderman. Seperti itu sih.

Nuhad: Oke selanjutnya, ee bagaimana Piston mengepankan sisi hiburan kepada followersnya dalam pembuatan kontennya itu sendiri?

Rizki: eee biasanya kami mengadakan salah satunya games agar ee kita dapat berinteraksi dengan followers di feeds maupun distory ee lalu kami juga sering mengadakan QnA seputaran Piston atau seputaran yang sedang *hypening*.

Nuhad: Okee, lalu bagaimana sih Piston menciptakan *engagement* bersama para followersnya?

Rizki: yang sudah saya sampaikan sebelumnya kami berusaha untuk mendapatkan aksi, maksudnya saya mendapatkan reaksi dari apa yang kami sampaikan di Instagram. Reaksi itu kadang-kadang berbagai macam, maksudnya reaksi yang ditimbulkan dari followers tu sangat berbagai banyak macamnya. Itulah yang sangat menarik jadi apapun yang followers sampaikan kepada Piston itu akan kami balas dengan eee hiburan atau memang apapun yang membuat menarik. Seperti itu sih biasanya

Nuhad: oke jadi admin Piston inikan ee suka berinteraksi dengan para followernya yaa. Lalu hal apa aja yang dilakukan oleh admin Piston dalam berinteraksi dengan followersnya melalui Instagram Piston_id?

Rizki: eee tadi saya sudah menjawab biasanya kami mengadakan QnA kepada followers atau difeeds juga kadang-kadang saya ketika membuat konten saya suruh komen, itulah yang membuat kami berinteraksi dengan followers salah satunya

Nuhad: okee lalu, seperti apasih startegi pengemasan pesan di Piston lebih mendapatkan viralitas atau tujuan dari sasarannya?

Rizki: jadi tadikan saya sudah bilang bahwa followers Piston itukan rata-rata masih muda ya jadi kalangan anak muda. Jadi, kami berusaha semaksimal mungkin apa yang kami sampaikan bisa mereka setidaknya mengetahui contohnya seperti edukasi, edukasi seperti apasih pisang, sa sayakan menggunakan pisang tanduk ya, pisang tanduk itu bentuknya seperti apasih, trus juga manfaatnya apa, trus kulitnya bisa dimanfaatin untuk apa, trus juga selain dibuat pisang goreng, Pisang tanduk ini bisa dipake untuk apa, seperti itu sih. kami pesan yang kami sampaikan. Lalu untuk mendapatkan viralitas biasanya kami mengikuti tren-tren yang sedang viral, biasanya kami *remake* supaya tren yang lagi ada juga kami tidak ketinggalan, seperti itu.

Nuhad: oke lanjutt, hal mendalam apa yang dilakukan oleh Piston dalam membangun *word of mouth* dalam kalangan konsumen atau masyarakat?

Rizki: dalam membangun WOM itu atau *word of mouth* diinstagram, kita bisa liat di *highlight* Instagram kami yang berlogo 'S'. itu secara gak langsung customer sudah membangun WOM kepada teman-teman followers mereka. Hal seperti ini yang menandakan bahwa mereka suka dengan produk kami dan untuk kalangan masyarakat biasanya warga di komplek yang kami tempatkan atau komplek tempat yang kami ee berjualan ee bisa dari mulut ke mulut seperti itu. Jadi, seperti ibu pengajian, karang taruna, ibu-ibu senam, atau organisasi-organisasi seperti itu. Jadi sebenarnya eee *word of mouth* itu lebih efektif, marketing yang sangat efektif karena itu benar-benar dari orang terdekat, jadi mereka tuh langsung percaya 'ohh ini beneran enak' seperti itu sih.

Nuhad: okee, lalu bagaimana sih Piston menciptakan *big idea* atau ide pokok yang ingin disampaikan kepada masyarakat?

Rizki: Biasanya mengikuti kondisi yang ada aja sih, atau mengangkat produk yang secara penjualan minim, sehingga harus dipromosiin lagi seperti misalnya ada topping yang sangat, bukan sangat sih, maksudnya penjualan sedikit dibanding yang lain seperti caramel, jadi kami di Instagram juga gimana caranya caramel ini secara penjualan itu sama dengan topping-topping yang lain. Seperti itu

Nuhad: okee, lalu bagaimana sih pembuatan script pada konten Instagram Piston itu untuk memperlihatkan keunikan Piston?

Rizki: Dalam pembuatan script sebenarnya kami spontan aja sih karena saya sendiri sejujurnya tidak ada basic *copy writing* jadi untuk teknik-teknik dalam penulisan *script* saya kurang paham, jadi ya kalau menurut saya ini baik, layak untuk dikonsumsi oleh orang lain biasanya saya pake itu, tapi saya juga liat fenomena-fenomena yang ada jadi, mengikuti. Seperti itu sihh

Nuhad: lalu untuk proses captionnya itu sendiri caranya Piston itu biar menunjukkan kelebihanannya di media Instagram itu seperti apa?

Rizki: eee yang saya bilang tadi, caption yang sering kami buat itu gak bersifat formal, jadi spontan aja yang ada dikepala saya jadi biasanya seperti jokes-jokes untuk dijadikan caption, gunanya untuk apa? Untuk menarik perhatian aja atau minat beli dari followers-followers yang sudah ada.

Nuhad: okee, pesan seperti apa saja yang disampaikan Piston dalam menciptakan Piston ini sebagai produk yang terbaik kepada masyarakat?

Rizki: biasanya kami sisipkan pesan-pesan seperti dalam proses pembuatan Piston itu SOPnya sangat ketat jadi mutu dan kualitas itu sangat terjaga di Piston, seperti itu sihh. Saya selip-selipkan pesan seperti itu agar followers itu percaya bahwa Piston itu memang berkualitas dan sangat memperhatikan mutunya seperti itu agar rasa dan tastenya itu sangat terjaga. Jadi tidak ada tuh yang memberikan apa namanya kritik 'oo disini beda disini beda' gitu.

Nuhad: okee, lalu untuk di instagramnya piston ini tu bagaimana sih proses piston dalam pembuatan judul konten?

Rizki: Sebenarnya simple sih, yang tadi saya bilang bahwakan kami mengikuti viral ya. Jadi, adalah sedikit kita menggunakan *clickbait* tujuannya ya untuk viralitas tadi untuk mendapatkan *attention* dari banyak followers. Seperti itu.

Nuhad: untuk teknik penulisannya itu seperti apa yang dilakukan Piston itu dalam membuat caption pada setiap unggahannya?

Rizki : Untuk tekniknya sebenarnya saya tidak punya basic yang sudah saya bilang, jadi ya spontan aja gitu. Jadi apa yang saya pikirkan saya tuangkan didalam caption tersebut.

Nuhad: okee, lalu apakah Piston memiliki hastag khusus kepada yang ditunjukkan langsung kepada followersnya?

Rizki: hastag khusus sebenarnya hmm dibilang ada ya ada dibilang gak ada sih. Jadi hmm hastagnya itu biasanya saya mengikuti aaa misalnya pisang ini yang banyak tuh apa, saya *searching-searching* ternyata pisang tanduk goreng manggarai saya pake, seperti itu. Jadi, mengikuti hastag yang sedang ramai saja. Trus juga, kita menggunakan hastag sobat piston untuk para penggemar atau followers-followers Piston, seperti itu.

Nuhad: okee, langsung lanjut untuk pertanyaan terakhir, apakah hastag tersebut juga dilakukan untuk berinteraksi dengan followers Piston melewati direct messages atau DM atau komen Instagram?

Rizki: yaa tentu saja untuk hastag sobat piston itu selalu saya gunakan untuk me apa Namanya , untuk berinteraksi dengan para penggemar piston atau followers Piston, seperti itu. Jadi hastag sobat piston itu kami taruh atau lampirkan disemua konten yang saya promosika atau saya show, seperti itu.

Nuhad: okee, terakhir nih mas. Apa Harapan Mas Rizki untuk kedepannya terhadap Piston ini?

Rizki: Harapannya, semoga Piston ini selalu berkembang, selalu berinovasi, bisa buka cabang dimana-mana, aamiin. Intinya saya sebagai owner tidak mau Piston ini stuck disitu-situ aja. Jadi harus ada perkembangan walaupun sedikit gapapa yang

penting ada progress. Seperti itu sih. Jadi kami juga dapat mempekerjakan orang, itukan ibadah juga ya. Seperti itu sih.

Nuhad: okee, mungkin segitu aja pertanyaan dari saya, semoga harapan Mas Rizki bisa tercapai, aamiin, terimakasih sudah meluangkan waktunya, dan terimakasih untuk wawancaranya

Rizki: oke siap, terimakasih juga ya mas

Nuhad: Selamat sore

Rizki: Soree

Transkrip Wawancara Ke-2

Nuhad Oke baik selamat siang, seperti yang sudah kita janjikan sebelumnya. Saya Nuhaad Alif Taqi dari Universitas Pembangunan Jaya Prodi Ilmu Komunikasi 2017 akan melakukan wawancara untuk menyelesaikan skripsi saya. Baik, yang pertama boleh kenalan dulu engga nama Mas nya siapa?

Rully Iya, nama saya Muhammad Agung Rully Amrullah.

Nuhad Lalu bentuk jabatannya di Piston ini sebagai apa ya?

Rully Jabatan saya di Piston sebagai Supervisor.

Nuhad Di Piston ini sebagai supervisor sudah berapa lama menjabatnya?

Rully Sebenarnya saya dari awal berdirinya Piston ikut tapi belum menjadi *team*. Baru setelah beberapa bulan.. saya agak lupa waktunya itu saya diangkat menjadi supervisor di *store*.

Nuhad Lalu tugas dan tanggung jawabnya sebagai supervisor ini apa?

Rully Nah tugas saya disini itu mengurus SDM dari yang karyawan Piston ini, terus melihat *stock* barang apabila barang kosong saya harus laporan, terus saya harus meng*stock* barang, selain itu saya harus menjaga SOP dari Piston agar tetap berjalan dan para pegawai tidak keluar dari SOP.

Nuhad Berarti mas tau dong sejarah awal berdiri Piston ini kapan sih?

- Rully Sejarah awal berdiri Piston itu pas pandemi Covid ya, jadi Piston ini awalnya mas Rizki sebagai *owner* punya temen di bidang *pastry* kuliahnya dan dia melihat ada peluang dari pisang goreng ini dibuat menjadi kekinian. Nah akhirnya dia cobalah ngobrol sama temennya ini dan mengulik sendiri, jadi bagaimana pisang ini menjadi makanan yang bisa lebih kekinian.
- Nuhad Lalu mas tau tidak perbedaan Piston ini dengan UKM sejenisnya itu apa?
- Rully Mungkin dari *packaging* lebih tertata, terus dari konsepnya ini lebih ke anak muda buat temen ngopi untuk menggantikan... biasanya warung kopi cemilannya kaya kentang goreng, nah kita membawa makanan tradisional nih buat temen ngopi ini dikalangan anak muda.
- Nuhad Lalu untuk pertumbuhan Piston sepanjang pandemi ini awalnya gimana sih? Mungkin dari yang tadinya dia engga ada Instagram atau dia engga ada *online* kaya *GoFood*, *GrabFood* itu gimana?
- Rully Iya, Piston ini pertumbuhannya dari awal kita engga punya Instagram ya. Kita disitu buat marketinglah pemasaran kita buat konten di Instagram. Nah kontennya ini lebih ke anak muda gitu, jadi bisa menarik nanti bisa dari temen – temen yang lain yang awalnya engga tau, ngeliat di Instagram jadi tau.
- Nuhad Lalu hal – hal apa saja yang ditampilkan Piston dalam konten akun Instagramnya?
- Rully Dalam Instagram sendiri Piston itu ada yang beredukasi tentang Pisang. Jadi kaya khasiatnya pisang itu apa bagi tubuh, terus ada beberapa hiburan, ada *games* juga. Dari Piston ini kita mengangkat dari *jokes* – *jokes* yang lagi kekinian.
- Nuhad Lalu pertanyaan selanjutnya, bagaimana Piston merancang pesan untuk membuat *customer* itu percaya bahwa produk Piston ini tuh memiliki produk yang berkualitas dan juga bermutu?
- Rully Nah dari Instagram ini ya, dari konten kita ini kita menunjukkan kualitas mulai dari bentuk *packaging* kita yang identik dengan warna hitam di laminasi kaya doff gitu. Nah di situ tuh kita sudah menunjukkan kita itu

bukan hanya sekedar *packaging* yang biasa gitu, jadi beneran berkualitas. Dari kemasannya bersegel. Selain itu kami juga membuat produk kami ini agar enak di pandang oleh *customer* kami.

Nuhad Oke, lalu faktor apa saja yang menjadi batasan – batasan Piston dalam membuat kontennya? Mas Ruli tau engga?

Rully Tentunya yang paling lumrah itu tentang SARA ya, ini kan menyangkut tentang semuanya. Bisa ada yang tersinggung. Itu juga kita menjaga tidak berbau tentang politik, itu menjadi batasan konten kita. Karena ketakutan kita apabila kesitu akan menjadi kebencian bagi produk kami ini.

Nuhad Lalu bagaimana Piston mendekati konsumennya dengan postingan *meme* lucu di Instagram?

Rully Kalau menurut saya sih sangat efektif karena terutama *followers* kita ini kawula muda, walaupun juga ada beberapa yang dewasa. Dengan *trend* yang kaya tadi *meme* atau *jokes – jokes* yang kekinian itu mereka tertarik sih, jadi dia kadang *comment* ‘ini apaan sih min kontennya’ kaya gitu lebih ke nyeleneh.

Nuhad Lalu bagaimana Piston mengedepankan sisi hiburan kepada *followersnya* dalam pembuatan kontennya?

Rully Jadi karna kita ini pengen interaksi dengan *followers* baik itu di *feed* atau *story* instagram jadi kita membuat *QnA* bareng *customer* kita untuk mempromosikan produk kita.

Nuhad Lalu untuk selanjutnya bagaimana Piston menciptakan *engagement* bersama para *followersnya* tersebut?

Rully Jadi kita ini selalu berusaha kak buat dapet reaksi dari *followers* atau *customer* kita, ya dengan tadi memberikan konten hiburan atau *QnA* baik itu di *feed* atau *story* instagram kita.

Nuhad Lalu hal apa aja yang dilakukan oleh admin Piston dalam berinteraksi dengan *followers* melalui akun instagram @piston_id?

Rully Biasanya ya kak kami itu berinteraksi dengan *followers* kami itu melalui *comment* dan dm, baik itu ada beberapa itu ada yang masukkan atau menanyakan apakah *outlet* kami ini buka atau tidak. Kita juga menerima

customer yang menghubungi lewat dm untuk memesan Piston ini atau kita ini biasanya merespon dari *story* mereka setelah membeli produk.

Nuhad Berarti mesennya bukan dari cuma via *whatsaap* aja ya? berarti dari instagram sendiri juga bisa pesen bisa?

Rully Iya.

Nuhad Lalu seperti apasih strategi pengemasan di Piston? Lebih mengedepankan viralitas atau tujuan dan sasarannya?

Rully Jadi strategi yang kita ini... kita memberikan edukasi kepada mereka tentang kaya pisang. Kaya manfaat dari pisang goreng ini, selain itu kontennya dengan yang menghibur dengan *trend* yang sekarang. Tapi dari pesan – pesan tersebut, sasaran kami ini untuk semua golongan. Jadi kami berusaha agar pesan tersebut bisa sampailah mau ke anak muda, atau kah orang tua.

Nuhad Berarti konten – konten itu juga termasuk ke orang tua pun juga masuk gitu ya?

Rully Iya, kami membuat agar tidak hanya kawula muda nih yang tertarik.

Nuhad Lalu hal mendalam apa yang dilakukan oleh Piston dalam membangun *word of mouth* (WOM) dalam kalangan konsumen atau masyarakat?

Rully Dalam membangun *word of mouth* di instagram ya, kita bisa nih lihat *highlight* Piston tuh ada tuh yang logonya S nah itu secara engga langsung sudah membangun WOM ini kepada teman – teman *followers* kita. Selain itu ada yang kaya ibu – ibu nih membeli, nah itu biasanya dia akan menceritakan tentang produk kita kepada teman – temannya, ibu – ibu pengajian atau pemuda karang taruna kaya gitu.

Nuhad Lalu bagaimana Piston menciptakan *big idea* atau ide pokok yang ingin disampaikan ke masyarakat?

Rully Biasanya sih kita mengikuti kondisi yang ada ya, jadi kita mengangkat produk yang secara penjualannya minim nih. Sehingga harus di promosikan lagi melalui instagram kami.

Nuhad Contohnya kaya gimana?

- Rully Contohnya tuh kaya varian rasa klasik, kan itu terlihat terlalu ramai itu kak, nah ini kami berikan pesan kepada *followers* kami itu klasik ini banyak diminati *basenyalah* tapi dengan harga yang terjangkau.
- Nuhad Oke berarti dengan setelah meng up klasik ini, hasilnya gimana tuh klasik itu?
- Rully Nah alhamdulillahnya dari yang setelah kita up orang akan lebih tau lah bahwa klasik ini tuh varian toppingnya kaya keju, meses, gula aren dan susu. Banyak rasanya tapi dengan harga yang lebih murah, lebih naiklah penjualannya.
- Nuhad Bagaimana proses pembuatan *script* pada pembuatan konten di instagram Piston untuk memperlihatkan keunikan Piston itu?
- Rully Sebenarnya kalau *script* ini dilakukan spontan ya, jadi dari fenomena yang ada nih trendingnya lagi apa. Nah itu dibalikin lagi kadang kita tarolah *jokes – jokes* disitu.
- Nuhad Oke, lalu bagaimana proses *caption* atau pembuatan *caption* Piston ini dalam menunjukkan kelebihan Piston di media instagramnya?
- Rully Untuk *caption* sendiri kita itu engga terlalu mau bersifat formal, takutnya terlalu kaku. Tapi juga ada *jokes* yang kami berikan di *caption* tersebut, nah itu gunanya untuk menarik perhatian, jadi minat pembeli dari *followers customer* kami ini.
- Nuhad Lalu pesan seperti apa yang disampaikan Piston dalam menciptakan Piston ini sebagai produk yang terbaik kepada masyarakat?
- Rully Kita dari Piston ini selalu menjamin SOP yang sudah kita buat, kaya saya sendiri itu selalu menjaga SOP yang kita buat nih buat karyawan yang lain agar mereka tetep patuh sama SOP. Seperti pas pandemi itu saya perketat nih kepada pegawai harus menggunakan masker, sarung tangan, apron kaya gitu. Nah itu menambah minat beli. Karena kalau setelah kita lihat, mereka melanggar SOP ini berpengaruh banget buat Piston ini.
- Nuhad Lalu bagaimana proses Piston dalam pembuatan judul konten di instagram?

- Rully Sebenarnya *simple* aja sih kak, kaya kontennya tuh yang *clickbait* buat ngeviralin atau dapet *attention* yang lebih dari followers kita nih.
- Nuhad Itu biasanya berupa foto aja atau ada video juga?
- Rully Ada video, jadi kaya kita buat video – video lucu lah pas lagi viral nih.
- Nuhad Oke, lalu untuk teknik penulisannya seperti apa yang dilakukan @Piston_id dalam membuat *caption* pada setiap unggahannya?
- Rully Untuk teknis sebenarnya saya kurang paham kalau buat *caption* ini. Mungkin dari mas Rizki nih bisa lebih tau kalau untuk teknik penulisan *caption* seperti apa.
- Nuhad Oke, lalu apakah Piston ini memiliki *hashtag* khusus yang ditunjukkan kepada *followersnya*?
- Rully Ada, kalau *hashtag* untuk *followers* Piston nih kita sebutnya ‘Sobat Piston’ kalau yang lain mah kaya *hashtag* – *hashtag* biasa kaya #pisangtandukgoreng. Nah tapi kalau yang #sobatpiston ini kita buat sengaja.
- Nuhad Lalu hal – hal seperti apa yang Piston lakukan dalam menunjukkan *hashtag* tersebut dalam pengemasan pesannya?
- Rully Caranya ini kita pakai #sobatpiston ini ya, kita taro disemua *caption*. Entah nanti kalau kita buat *QnA* di *story* nah kita selalu sematkan yang *hashtag* ‘sobat Piston ini’ buat berinteraksi sama *followers* kita.
- Nuhad Apakah *hashtag* tersebut juga dilakukan saat berinteraksi dengan *followers* lewat *direct message* atau *comment* instagram?
- Rully Iya, karna ini sudah menjadi *iconic* untuk para *followers* kita bukan hanya komentar tapi dari *feed*, *story*, itu kita selalu menaruh *hashtag* ini #sobatpiston.
- Nuhad Oke baik, untuk pertanyaan terakhir ini buat Mas Ruli. Apasih harapan Mas Ruli untuk Piston ini?
- Rully Harapan kedepannya agar lebih baik lagi, agar nambah cabang, nambah minat beli dari orang tua, anak muda lebih cinta ke makanan... kan pisang goreng ibaratnya tradisional ya, tapi kita buat kekinian. Lebih masuk buat nongkrong sambil ngopi.

Nuhad Oke, baik Mas Ruli itu aja pertanyaan yang bisa saya sampaikan. Terima kasih atas waktunya, selamat siang.

Rully Iya, sama – sama kak.

Transkrip Wawancara ke-3

Nuhad: Hallo mas selamat siang, perkenalkan saya Nuhaad Alif Taqi dari Universitas Pembangunan Jaya Prodi Ilmu Komunikasi 2017 akan melakukan wawancara untuk menyelesaikan tugas skripsi saya. Baik, yang pertama boleh kenalan dulu dengan nama Mas nya siapa?

Deri: Iya, nama saya Muhammad Adnan Harade, biasanya dipanggil Deri

Nuhad: oke mas deri jabatannya di Piston ini sebagai apa ya?

Deri: Jabatan saya di Piston sebagai pembuat konten di Instagramnya Piston.

Nuhad: Di Piston ini sebagai konten kreatornya piston sudah berapa lama menjabatnya?

Deri: Saya udah di Piston dari habis Idul Adha 2021, lupa kapannya, saya diajak sebagai *freelance* untuk membantu konten Instagramnya Piston

Nuhad: Lalu tugas dan tanggung jawabnya sebagai konten kreator ini apa?

Deri: Nah tugas saya disini itu membuat konten di Instagram Piston, dari Rizki dia minta minimal 2 hari sekali ada konten untuk di Instagram. Kira-kira gitu

Nuhad: Mas Deri tau gak sejarah awal berdiri Piston ini kapan sih?

Deri: Sejarah awal berdiri Piston itu kalau setau saya pas puasa 2021 ya, kalau dari ngobrol sama Rizki sih dia melihat peluang dimasa pandemikan orang-orang banyak yang WFH, trus biasanya orang-orang mencari buka puasa yang manis-manis, jadi kira-kira seperti itu sih awalnya kalau yang saya tau dari Rizki

Nuhad: Lalu mas tau tidak perbedaan Piston ini dengan UKM sejenisnya itu apa?

Deri: Mungkin dari konsepnya ya, menurut saya pisang itukan identik dengan warna kuning ya, tapi ini Piston konsepnya dengan warna hitam. Hampir

semuanya warna hitam, mulai dari packagingnya. Dari nama brandnya sendiri pun unik gak kayak yang lain

Nuhad: Lalu untuk pertumbuhan Piston sepanjang pandemi ini awalnya gimana sih?

Deri: kalau itu saya kurang tau yaa, karena saya sendiri baru diajak Rizki habis Idul Adha, yang saya tau tadinya Instagram Piston tidak terlalu aktif, yang akhirnya Rizki meminta saya untuk jadi konten kreatornya

Nuhad: Lalu hal – hal apa saja yang ditampilkan Piston dalam konten akun Instagramnya?

Deri: Banyak sih, kebanyakan sih requestan dari Rizki itu konten-konten yang nyeleneh, dia mau orang-orang yang melihat itu seperti *jokes* foto yang dijadikan meme seputar Piston. Tapi, ada juga konten yang sifatnya edukasi.

Nuhad: Lalu *next* pertanyaan selanjutnya, bagaimana Piston merancang pesan untuk membuat *customer* itu percaya bahwa produk Piston ini tuh memiliki produk yang berkualitas dan juga bermutu?

Deri: Kalau dari Instagram Piston sih ya, intinya dibuat semenarik mungkin. Diawal konten saya, saya tuh mau orang-orang lihat menu dulu yang ada di Piston, kan ada tiga macam tuh, sekaligus juga packagingnya kita tampilkan karena *packaging* yang digunakan oleh Piston itu menarik sih.

Nuhad: Oke, lalu faktor apa saja yang menjadi batasan – batasan Piston dalam membuat kontennya di Instagram?

Deri: intinya sih gak menyinggung aja yaa. Biasanya saya koordinasi dulu sama Rizki, kalau ada yang kurang nanti kita cari solusi yang baiknya seperti apa.

Nuhad: Lalu bagaimana Piston mendekati konsumennya dengan postingan *meme* lucu di Instagram?

Deri: yang pasti ngikutin yang sedang viral aja sih, trus saya buat jadi meme, habis itu saya koordinasikan sama Rizki dan kalau oke, kita up kotennya.kadang

saya sendiri yang ngebuat ketawa sih, karena disetiap konten meme itu harus ada si Pistonnya inikan, jadi lucu aja.

Nuhad: Oke mas, lalu bagaimana Piston mengedepankan sisi hiburan kepada *followersnya* dalam pembuatan kontennya?

Deri: apasih tuh namanya.. biasanya kita ngebuat *QnA*, *games* juga. Kayak misalnya tebak-tebakan di story nanti yang menang kita kasih Piston gratis. Hal ini juga kami lakukan untuk mempromosikan produk Piston.

Nuhad: Lalu pertanyaan selanjutnya mas, bagaimana Piston menciptakan *engagement* bersama para *followersnya* tersebut?

Deri: saya sangat berharap dari konten yang sudah saya buat, saya pengennya *followers* Piston itu mendapat respon dan merespon balik kepada Piston. Menciptakan *engagement* itu mencakup semua konten ya, *story*, *feeds*, dan lain-lain.

Nuhad: Ohh gitu, oke mas lanjut. Lalu hal apa saja yang dilakukan oleh admin Piston di Instagram dalam melakukan interaksi dengan followers melalui akun Instgaram @Piston_id?

Deri: biasanya kami interaksinya dari story yang kita post, itu bisa dari QnA atau *games*. Kadang juga dari feeds juga mereka komen terutama konten yang meme ya

Nuhad: Oke mas lanjut, apasih startegi pengemasan pesan di Piston lebih mendapatkan viralitas atau tujuan dari sarannya?

Deri: Yang pasti ngangkat produk Pistonnya ini sih, mau itu konten edukasi atau yang lagi viral, kita berusaha tetap mengangkat produk. Kalau edukasi pisang berarti ngangkat pisang tanduk manfaat dan semacamnya. Lalu, kalau tren yang sedang viral terutama lucu itu kita jadikan meme dan ada produknya didalam situ.

Nuhad: Oke lanjut mas, hal mendalam apa yang dilakukan oleh Piston dalam membangun *word of mouth* dalam kalangan konsumen atau masyarakat?

Deri: biasanya saya suka bilang sama Rizki, apalagi tahun 2021 masih pandemi ya, kalau lewat Instagram itu tolong yang beli di storyin. Karena secara gak langsung itu menyebarkan produk Piston itu sendiri ke kalangan luas.

Nuhad: Bagaimana nih mas Piston menciptakan *big idea* atau ide pokok yang ingin disampaikan ke masyarakat?

Deri: biasanya Rizki ngasih tau saya penjualan yang lebih sedikit dari produk lainnya, itu saya biasanya bikin konten untuk di storykan agar menarik customer, baik itu promo atau menarik perhatian produk itu.

Nuhad: Lalu bagaimana sih pembuatan *script* pada konten Instagram Piston itu untuk memperlihatkan keunikan Piston?

Deri: biasanya saya tektokan dengan Rizki. *Script* sih emang agak susah yaa supaya diliat menarik, tapi yang penting liat referensi sih lebih enak. Habis itu baru kita tulis dengan menarik sesuai dengan konten yang mau di up. Di Piston ini yang penting nyeleneh buat lucu-lucuan aja.

Nuhad: Lalu untuk proses *caption* itu sendiri caranya Piston itu biar menunjukkan kelebihanannya di media Instagram itu seperti apa?

Deri: itu yang saya bilang barusan, nyeleneh. Biasanya Rizki yaa yang tiba-tiba ngasih *caption* ke saya. Ada aja jokes di *caption* yang dia masukin. Menurut saya, *caption* untuk lucu-lucuan bisa sebagai daya tarik orang-orang juga untuk membeli.

Nuhad: Lalu pesan seperti apa yang disampaikan Piston dalam menciptakan Piston ini sebagai produk yang terbaik kepada masyarakat?

Deri: dari konten video yang pernah dibuat, Rizki pengen orang-orang itu melihat kalau Piston ini adalah professional. Walaupun hanya UKM, tetapi harus tetap menjaga SOP yang baik. Nantinya efek ini akan menjaga mutu dan kualitas produk Piston itu sendiri.

Nuhad: okee, lalu untuk di instagramnya piston ini tu bagaimana sih proses piston dalam pembuatan judul konten?

Deri: karena ngikutin viral aja jadi ya *clickbait* yang disangkutkan dengan produk

Nuhad: Oke, lalu untuk teknik penulisannya seperti apa yang dilakukan @Piston_id dalam membuat *caption* pada setiap unggahannya?

Deri: Teknik penulisan gak terlalu gimana-gimana ya, yang penting dari mencari referensi konten yang kita buat, lalu dibungkus menjadi *caption* yang menarik agar followers liat menjadi tertarik.

Nuhad: Okee, lalu apakah Piston memiliki hastag khusus yang ditunjukkan langsung kepada followersnya?

Deri: punyaaa, hastag “Sobat Piston” yang khusus untuk followersnya di Instagram. Ini sudah menjadi hastag di story, komen, dan *feeds* Instagram Piston sendiri.

Nuhad: okee mas kita langsung lanjut untuk pertanyaan terakhir, apakah hastag tersebut juga dilakukan untuk berinteraksi dengan followers Piston melewati *direct messages* atau DM atau komen Instagram?

Deri: iya untuk hastag “Sobat Piston” digunakan dalam berbagai macam interaksi di Instagram.

Nuhad: baik mas, terakhir nih mas. Apa Harapan Mas Deri untuk kedepannya terhadap Piston ini?

Deri: Harapan saya, semoga Piston semakin berkembang dan maju. Terus bisa berinovasi, cabangnya ada dimana-mana aamiin. Jaga kualitas Pisang supaya fresh terus. Terus melangkah dalam memajukan UKM di Indonesia. Sukses terus pokoknya buat Piston

Nuhad: Aamiin aamiin, semoga harapan Mas Deri dikabulkan oleh Allah. Mungkin sekian aja wawancara yang saya lakukan, terima kasih atas waktunya Mas Deri, selamat siang

Mas Deri: makasih juga yaa Mas Nuhad, okee siangg.

Lampiran 8 Open Coding, Axial Coding, dan Selektif Coding

OPEN CODING INFORMAN 1

Nama : Rizki Ramadhan

Usia : 25 Tahun

Jabatan : *Owner*/Pemilik

Wawancara berlangsung pada Jum'at 18 November 2022 siang hari pukul 14.00 – 15.00 WIB

Wawancara berlangsung di rumah Rizki Ramadhan

No	Refleksi Diri	Isi Transkrip	Keterangan/ Temuan	Dimensi & Kategori
1.	Peneliti tidak menanyakan secara detail informasi narasumber dan peneliti hanya menanyakan informasi yang relevan	<p>Nuhad: Oke selamat siang mas Rizki, sebelumnya perkenalkan nama saya Nuhaad Alif Taqi dari Universitas Pembangunan Jaya.. jurusan ilmu komunikasi 2017, pada kesempatan kali ini saya akan menanyakan beberapa pertanyaan wawancara untuk kebutuhan skripsi. Eee langsung aja ya, eee langsung aja ke pertanyaan yang pertama, sebelumnya boleh perkenalan dulu gak Namanya siapa trus di Piston ini jabatannya sebagai apa?</p> <p>Rizki: baik, terima kasih pada Nuhad. Nama saya Rizki Ramadhan, disini saya sebagai owner Piston (Pisang Tanduk Goreng). Ee saya mendirikan usaha ini sudah sekitar satu tahun empat</p>	<p>Penjelasan tentang belakang informan: -Nama -Jabatan</p>	Latar Belakang informan

		bulan kalua gaksalah. Saya mulai dari bulan April 2021.		
2.	Peneliti menanyakan tugas dan tanggung jawab kepada informan	<p>Nuhad: Okee..tugasnya Mas Rizki dan tanggung jawabnya Mas Rizki sebagai owner di Piston ini apa sih?</p> <p>Rizki: eee saya disini bertugas eee memanage pisang. Maksudnya manage si Piston itu sendiri trus aaa finance juga, keuangan, trus juga sebagai konten. Eee mikirin konten di Instagram saya juga terlibat dalam itu semua.</p>	<p>Penjelasan tugas dan tanggung jawab di Piston sebagai owner:</p> <ul style="list-style-type: none"> -<i>Manage</i> pisang -Finance -Konten 	Tugas dan tanggung jawab
3.	Peneliti menanyakan informasi sejarah terbentuknya Piston	<p>Nuhad: Oke lanjut yaa. Bagaimana sih sejarahnya awal berdirinya Piston ini?</p> <p>Rizki: awalnya saya melihat di Instagram, eee piston itu lagi hype banget, trus saya mencoba cari-cari menu, ee cari-cari resep, kebetulan temen saya ada yang orang eee apa namanya, kuliah di bidang <i>pastry</i>. Trus saya menanyakan resep ke beliau, trus akhirnya setelah dikasih tau saya kulik-kulik sendiri, dan akhirnya jadi ee adonan, resep yang saya inginkan.</p>	<p>Penjelasan sejarah berdirinya Piston saat pandemi</p>	berdirinya usaha
4.	Peneliti menanyakan perbedaan UKM	<p>Nuhad: oke lanjut ya, hal seperti apasih yang menjadikan piston ini berbeda pada usaha UKM lainnya?</p>	<p>Penjelasan perbedaan UKM Piston dengan UKM lainnya:</p>	Perbedaan Piston dengan UKM lainnya

	Piston dengan UKM lainnya	Rizki: eee yang berbeda adalah.. mungkin dari segi branding ya kalau sayakan eee membangun usaha ini dengan based sendiri yaa yaitu Piston, sedangkan di ee pisang goreng pisang goreng lainnya itu biasanya tidak ada nama brandingnya, paling cuman pisang coklat keju, atau apalah, trus juga saya biasanya menkonsepkan ini dengan topping-topping yang membuat customer lebih menarik seperti tiramisu, caramel, greentea, dan ada juga yang signature dari Piston itu yaitu klasik, klasik itu toppingnya keju, meses, susu, sama gula aren	-Nama branding -Variasi Topping	
5.	Peneliti menanyakan pertumbuhan Piston selama pandemi agar tetap bertahan	Nuhad: lalu pertumbuhan piston selama pandemic seperti apa? Rizki: Kebetulan saya memulainya ketika bazar Ramadhankan, jadi ketika saya bazar ramadhan itu memang sudah saya konsepkan sebegitu rupa sehingga sudah terkonsep dengan baik. Jadi ketika bazar Ramadhan ketika saya awal jualan itu memang sudah ramai. Jadi ketika ramai setelah bazar Ramadhan selesai saya memutuskan untuk membuka store dideket tempat bazar Ramadhan. Jadi saya memutuskan buka store karena	Penjelasan pemasaran yang dilakukan melalui Instagram bahwa Piston sudah tersedia di aplikasi	Komunikasi Pemasaran

	<p>sayang kalau tidak dibuka lagi. Seperti itu. Jadi, selama Ramadhan itu rame, setelah itu kita buka store. Kita juga merintisnya tidak terlalu lama ee makin kesini makin kesini pertumbuhannya semakin baik, jadi ada peningkatan, ada progress setiap bulannya.</p> <p>Nuhad: okee, lalu Piston ini bisa bertahan selama pandemic COVID-19 itu seperti apa?</p> <p>Rizki: ee jadi selama pandemi inikan biasanya orang-orang jarang keluar yaa, jadi untuk keluarpun ee maleslah atau ada kekhawatiran sendiri takut tertular COVID. Jadi saya mengkonsepkan memang dari awal sudah online. Jadi kita fokusnya dionline seperti GrabFood, GoFood, ShopeeFood, bahkan sampai di TravelokaFood, dan AirAsiaFood yang barupun ada. Jadi kita fokuskan disana bagaimana caranya kita mengumpulkan customer lewat online aplikasi jadi kita maintainnya yaitu dengan menampilkan ee visual yang baik. Jadi menarik perhatian dari customer seperti itu.</p>		
--	--	--	--

6.	Peneliti bertanya tentang apa saja yang ada di Instagram Piston	<p>Nuhad: Hal apa aja sih yang ditampilkan dalam konten Instagramnya itu?</p> <p>Rizki: jadi di Instagram Piston itu menampilkan beberapa konten. Yang pertama itu edukasi, edukasi itu seperti ee contohnya manfaat pisang itu apa, trus apa aja yang bisa dimanfaatkan seperti kulit itu manfaatnya apa, trus juga ada beberapa yang mengedukasi seputaran pisang. Selanjutnya ada hiburan, hiburan ini seperti jokes-jokes yang sedang viral kami remake kembali ee agar menarik. Selanjutnya ada games-games supaya ada interaksi kepada customer atau followers di Instagram. Begitu.</p>	<p>Penjelasan tentang Konten yang ada pada Instagram Piston</p> <ul style="list-style-type: none"> -Konten Edukasi -Konten Hiburan 	Konten Instagram Piston
7.	Peneliti menanyakan bagaimana cara Piston merancang pesan kepada customer agar Piston mempunyai produk yang berkualitas dan berumutu	<p>Nuhad: okee lalu bagaimana sih Piston merancang pesan untuk membuat customer percaya bahwa produk Piston ini itu memiliki produk yang berkualitas dan bermutu?</p> <p>Rizki: aaaa seperti tadi awal yang saya sampaikan bahwa Piston sendiri itu sudah kami konsep dengan sebegitu rupa agar menarik, yaitu mulai dari packagingnya, trus juga eee pisangnya berbeda dari</p>	<p>Penjelasan tentang Piston merancang pesan agar dilihat memiliki produk yang berkualitas dan bermutu:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Desain packaging -Varian Slice -SOP pekerjaan 	Merancang pesan

		<p>yang lain, artinya ketika orang lain potongannya seperti apa saya potongannya seperti apa, bahkan saya ada variasi yang berbentuk kita sebutnya Batik (Banana Stick) jadi pisangnya itu seperti kentang goreng. Seperti itu, jadi eee gimana produknya itu berkualitas dan bermutu yang pertama itu. Dan yang kedua kita ngejaga kualitas yaitu SOPnya kami terapkan dengan sangat ketat. Jadi pegawai-pegawai yang kami kerjakan itu sudah saya briefing sebegitu rupa agar SOP-SOP yang kami terapkan eee kami terangkan dapat diterapkan dengan baik agar kualitasnya terjaga dan mutunya juga terjaga, seperti itu.</p>		
8.	<p>Peneliti menanyakan batasan-batasan Piston dalam membuat konten</p>	<p>Nuhad: selanjutnya, faktor apa sih yang menjadi batasan-batasan Piston dalam membuat konten?</p> <p>Rizki: eee yang pertama dan utama yaitu SARA ya, jadi kita tidak menyinggung kearah sana, selanjutnya juga politik, kami sangat membatasi atau tidak eee tidak menampilkan konten-konten berbau politik karena itu sangat ada kekhawatiran dari kami ketika ada posisi yang tidak eee berpihak kepada saya. Kan berimbasnya kepada Piston jadi nanti takutnya</p>	<p>Penjelasan tentang batasan dalam membuat konten:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Tidak mengandung SARA -Berbau Politik 	<p>Batasan dalam membuat konten</p>

		customer Piston jadi segmented karena konten-konten yang kami eee tampilkan, seperti itu.		
9.	Peneliti menanyakan tentang cara Piston mendekati diri dengan followersnya	<p>Nuhad: okee lalu, eee Piston ini gimana sih caranya untuk mendekati konsumennya dengan postingan <i>meme</i> atau lucu di Instagram?</p> <p>Rizki: jadi menurut saya konten tersebut sangat efektif untuk menaikkan followers atau menaikkan engagement karena rata-rata followers kami itu masih muda, dan sedikitlah yang sudah dewasa dan sudah berumur. Contohnya kayak kemari ada eee apa Namanya ee film yang sedang tenar yaitu Spiderman, eee saya membuat meme Spiderman. Seperti itu sih.</p> <p>Nuhad: Oke selanjutnya, ee bagaimana Piston mengepankan sisi hiburan kepada followersnya dalam pembuatan kontennya itu sendiri?</p> <p>Rizki: eee biasanya kami mengadakan salah satunya games agar ee kita dapat berinteraksi dengan followers di feeds maupun distory ee lalu kami juga sering mengadakan QnA seputaran Piston</p>	Penjelasan tentang cara Piston dekat dengan followers melalui sisi hiburan	Strategi Piston dekat dengan followers

		atau seputaran yang sedang <i>hypening</i> .		
10.	Peneliti menanyakan bagaimana Piston menciptakan <i>engagement</i> bersama followersnya	<p>Nuhad: Okee, lalu bagaimana sih Piston menciptakan <i>engagement</i> bersama para followersnya?</p> <p>Rizki: eee yang sudah saya sampaikan sebelumnya ee kami berusaha untuk mendapatkan aksi, maksudnya saya mendapatkan reaksi dari apa yang kami eee sampaikan di Instagram. Reaksi itu kadang-kadang berbagai macam, maksudnya reaksi yang ditimbulkan dari followers tu sangat berbagai banyak macamnya. Itulah yang sangat menarik jadi apapun yang followers sampaikan kepada Piston itu akan kami balas dengan eee hiburan atau memang apapun yang membuat menarik. Seperti itu sih biasanya</p>	Penjelasan cara Piston menciptakan <i>engagement</i> bersama followers	Menciptakan <i>engagement</i> bersama followers
11.	Peneliti bertanya perihal hal yang dilakukan oleh admin Piston kepada followersnya	<p>Nuhad: oke jadi admin Piston inikan ee suka berinteraksi dengan para followernya yaa. Lalu hal apa aja yang dilakukan oleh admin Piston dalam berinteraksi dengan followersnya melalui Instagram Piston_id?</p> <p>Rizki: eee tadi saya sudah menjawab biasanya kami mengadakan QnA kepada followers atau difeeds juga</p>	Penjelasan pendekatan yang dilakukan oleh admin Piston kepada followersnya di Instagram	Pendekatan admin Piston kepada followers

		kadang-kadang saya ketika membuat konten saya suruh komen, itulah yang membuat kami berinteraksi dengan followers salah satunya		
12.	Peneliti bertanya perihal strategi pengemasan pesan di Piston dengan tren yang sedang naik mendapatkan tujuan dari sasaran	<p>Nuhad: okee lalu, seperti apasih startegi pengemasan pesan di Piston lebih mendapatkan viralitas atau tujuan dari sasarannya?</p> <p>Rizki: jadi eee tadikan saya sudah bilang bahwa followers Piston itukan rata-rata masih muda ya jadi kalangan anak muda. Jadi, kami berusaha semaksimal mungkin ee apa yang kami sampaikan bisa mereka setidaknya mengetahui contohnya seperti edukasi, edukasi seperti apasih pisang, eee sa sayakan menggunakan pisang tanduk ya, pisang tanduk itu bentuknya seperti apasih, trus juga manfaatnya apa, trus kulitnya bisa dimanfaatin untuk apa, trus juga selain dibuat pisang goreng, Pisang tanduk ini bisa dipake untuk apa, seperti itu sih. Ee kami pesan yang kami sampaikan. Lalu untuk mendapatkan viralitas biasanya kami mengikuti tren-tren yang sedang viral, biasanya kami remake supaya tren yang lagi ada juga kami tidak ketinggalan, seperti itu.</p>	Penjelasan tentang strategi pengemasan pesan	Strategi pengemasan pesan pemasaran

		<p>Nuhad: oke lanjut, hal mendalam apa yang dilakukan oleh Piston dalam membangun <i>word of mouth</i> dalam kalangan konsumen atau masyarakat?</p> <p>Rizki: dalam membangun WOM itu atau <i>word of mouth</i> diinstagram, kita bisa liat di highlight Instagram kami yang berlogo 'S'. itu secara gak langsung customer sudah membangun WOM kepada teman-teman followers mereka.</p>		
13.	Peneliti bertanya big idea atau ide pokok yang dilakukan Piston	<p>Nuhad: okee, lalu bagaimana sih Piston menciptakan <i>big idea</i> atau ide pokok yang ingin disampaikan kepada masyarakat?</p> <p>Rizki: Biasanya eee mengikuti kondisi yang ada aja sih, atau mengangkat produk yang secara penjualan minim, sehingga harus dipromosiin lagi seperti misalnya ada eee topping yang sangat, bukan sangat sih, maksudnya penjualan sedikit dibanding yang lain seperti caramel, jadi kami di Instagram juga gimana caranya caramel ini secara penjualan itu sama dengan topping-topping yang lain. Seperti itu</p>	Penjelasan big idea yang dilakukan Piston untuk disampaikan ke masyarakat	Strategi big idea
14.	Peneliti bertanya pembuatan Piston	Nuhad: okee, lalu bagaimana sih pembuatan <i>script</i> pada konten	Penjelasan Piston membuat <i>script dan</i>	Pembuatan <i>script dan caption</i>

	menciptakan <i>script</i> dan <i>caption</i> pada unggahannya	<p>Instagram Piston itu untuk memperlihatkan keunikan Piston?</p> <p>Rizki: eee dalam pembuatan <i>script</i> sebenarnya kami spontan aja sih karena saya sendiri sejujurnya tidak ada basic <i>copy writing</i> jadi untuk teknik-teknik dalam penulisan <i>script</i> saya kurang paham, jadi ya kalau menurut saya ini baik, layak untuk dikonsumsi oleh orang lain biasanya saya ee pake itu, tapi saya juga liat fenomena-fenomena yang ada jadi, mengikuti. Seperti itu sih</p> <p>Nuhad: lalu untuk proses <i>caption</i>nya itu sendiri caranya Piston itu biar menunjukkan kelebihanannya di media Instagram itu seperti apa?</p> <p>Rizki: yang saya bilang tadi, <i>caption</i> yang sering kami buat itu gak bersifat formal, jadi spontan aja yang ada dikepala saya jadi biasanya seperti jokes-jokes untuk dijadikan <i>caption</i>, gunanya untuk apa? Untuk menarik perhatian aja atau minat beli dari followers-followers yang sudah ada.</p>	<i>caption</i> di konten instagramnya	
15.	Peneliti menanyakan perihal pesan yang	Nuhad: okee, pesan seperti apa saja yang disampaikan Piston dalam menciptakan Piston ini sebagai	Penjelasan tentang menciptakan pesan yang disampaikan kepada masyarakat	Menciptakan pesan untuk dipercaya masyarakat

	<p>disampaikan kepada masyarakat bahwa produk Piston sebagai produk yang terbaik</p>	<p>produk yang terbaik kepada masyarakat?</p> <p>Rizki: eee biasanya kami sisipkan pesan-pesan seperti dalam proses pembuatan Piston itu SOPnya sangat ketat jadi mutu dan kualitas itu sangat terjaga di Piston, seperti itu sihh. Saya selip-selipkan pesan seperti itu agar followers itu percaya bahwa Piston itu memang berkualitas dan sangat memperhatikan mutunya seperti itu agar rasa dan tastenya itu sangat terjaga. Jadi tidak ada tuh yang memberikan apa namanya kritik ‘oo disini beda disini beda’ gitu.</p>	<p>bahwa Piston produk yang terbaik</p>	
16.	<p>Peneliti bertanya bagaimana Piston menjadi judul konten dan teknik penulisan dalam membuat konten</p>	<p>Nuhad: okee, lalu untuk di instagramnya piston ini tu bagaimana sih proses piston dalam pembuatan judul konten?</p> <p>Rizki: Sebenarnya simple sih, ee yang tadi saya bilang bahwakan kami mengikuti viral ya. Jadi, adalah sedikit kita menggunakan <i>clickbait</i> tujuannya ya untuk viralitas tadi untuk mendapatkan <i>attention</i> dari banyak followers. Seperti itu.</p> <p>Nuhad: untuk teknik penulisannya itu seperti apa yang dilakukan Piston</p>	<p>Penjelasan tentang pembuatan judul konten dan teknik penulisan <i>caption</i></p>	<p>Strategi pembuatan judul dan <i>caption</i></p>

		<p>itu dalam membuat caption pada setiap unggahannya?</p> <p>Rizki : Untuk tekniknya sebenarnya saya tidak punya basic yang sudah saya bilang, jadi ya spontan aja gitu. Jadi apa yang saya pikirkan saya tuangkan didalam <i>caption</i> tersebut.</p>		
17.	<p>Peneliti bertanya hastag khusus untuk followers Piston</p>	<p>Nuhad: okee, lalu apakah Piston memiliki hastag khusus kepada yang ditunjukkan langsung kepada followersnya?</p> <p>Rizki: hastag khusus sebenarnya hmm dibilang ada ya ada dibilang gak ada sih. Jadi hmm hastagnya itu biasanya saya mengikuti aaa misalnya pisang ini yang banyak tuh apa, saya searching-searching ternyata pisang tanduk goreng manggarai saya pake, seperti itu. Jadi, mengikuti hastag yang sedang ramai saja. Trus juga, kita menggunakan hastag sobat piston untuk para penggemar atau followers-followers Piston, seperti itu.</p> <p>Nuhad: okee, langsung lanjut untuk pertanyaan terakhir, apakah hastag tersebut juga dilakukan untuk berinteraksi dengan followers Piston melewati direct messages atau DM atau komen Instagram?</p>	<p>Penjelasan tentang hastag khusus yang digunakan dalam pengemasan pesan di Instagram Piston</p>	<p>Format pendukung pengemasan pesan</p>

		<p>Rizki: : yaa tentu saja untuk hastag sobat piston itu selalu saya gunakan untuk me apa Namanya , untuk berinteraksi dengan para penggemar piston atau followers Piston, seperti itu. Jadi hastga sobat piston itu kami taruh atau lampirkan disemua konten yang saya promosika atau saya <i>show</i>, seperti itu.</p>		
18.	<p>Peneliti bertanya harapan untuk Piston kedepannya</p>	<p>Nuhad: okee, terakhir nih mas. Apa Harapan Mas Rizki untuk kedepannya terhadap Piston ini?</p> <p>Rizki: Harapannya, semoga Piston ini selalu berkembang, selalu berinovasi, bisa buka cabang dimana-mana, aamiin. Intinya saya sebagai owner tidak mau Piston ini stuck disitu-situ aja. Jadi harus ada perkembangan walaupun sedikit gapapa yang penting ada progress. Seperti itu sih. Jadi kami juga dapat mempekerjakan orang, itukan ibadah juga ya. Seperti itu sih.</p>	<p>Penjelasan tentang harapan Piston kedepannya:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Berkembang -Berinovasi -Memiliki cabang -Dapat memperkerjakan orang 	<p>Harapan, Closing</p>

OPEN CODING INFORMAN 2

Nama : M. Agung Rully Amrullah

Usia : 25 Tahun

Jabatan : Supervisor Piston

Wawancara berlangsung pada Jum'at 19 November 2022 siang hari pukul 22.00 – 23.00 WIB

Wawancara berlangsung di rumah M. Agung Rully Amrullah

No	Refleksi Diri	Isi Transkrip	Keterangan/ Temuan	Dimensi & Kategori
1.	Peneliti tidak menanyakan secara detail informasi narasumber dan peneliti hanya menanyakan informasi yang relevan	<p>Nuhad: Oke baik selamat siang, seperti yang sudah kita janjikan sebelumnya. Saya Nuhaad Alif Taqi dari Universitas Pembangunan Jaya Prodi Ilmu Komunikasi 2017 akan melakukan wawancara untuk menyelesaikan skripsi saya. Baik, yang pertama boleh kenalan dulu engga nama Mas nya siapa?</p> <p>Rully: Iya, nama saya Muhammad Agung Rully Amrullah</p> <p>Nuhad: Lalu bentuk jabatannya di Piston ini sebagai apa ya?</p> <p>Rully: Jabatan saya di Piston sebagai Supervisor</p>	<p>Penjelasan tentang belakang informan:</p> <p>-Nama</p> <p>-Jabatan</p>	Latar Belakang informan
2.	Peneliti menanyakan tugas dan tanggung jawab kepada informan	<p>Nuhad: Di Piston ini sebagai supervisor sudah berapa lama menjabatnya?</p>	<p>Penjelasan tugas dan tanggung jawab di Piston sebagai supervisor:</p> <p>-Mengurus SDM</p>	Tugas dan tanggung jawab

		<p>Rully: Sebenarnya saya dari awal berdirinya Piston ikut tapi belum menjadi <i>team</i>. Baru setelah beberapa bulan.. saya agak lupa waktunya itu saya diangkat menjadi supervisor di <i>store</i>.</p> <p>Nuhad: Lalu tugas dan tanggung jawabnya sebagai supervisor ini apa?</p> <p>Rully: Nah tugas saya disini itu mengurus SDM dari yang karyawan Piston ini, terus melihat <i>stock</i> barang apabila barang kosong saya harus laporan, terus saya harus meng<i>stock</i> barang, selain itu saya harus menjaga SOP dari Piston agar tetap berjalan dan para pegawai tidak keluar dari SOP.</p>	- <i>Stock</i> barang	
3.	Peneliti menanyakan informasi sejarah terbentuknya Piston	<p>Nuhad: Berarti mas tau dong sejarah awal berdiri Piston ini kapan sih?</p> <p>Rully: Sejarah awal berdiri Piston itu pas pandemi Covid ya, jadi Piston ini awalnya mas Rizki sebagai <i>owner</i> punya temen di bidang <i>pastry</i> kuliahnya dan dia melihat ada peluang dari pisang goreng ini dibuat menjadi kekinian. Nah akhirnya dia cobalah ngobrol sama temennya ini dan mengulik sendiri, jadi bagaimana pisang ini</p>	Penjelasan sejarah berdirinya Piston saat pandemi	berdirinya usaha

		menjadi makanan yang bisa lebih kekinian.		
4.	Peneliti menanyakan perbedaan UKM Piston dengan UKM lainnya	<p>Nuhad: Lalu mas tau tidak perbedaan Piston ini dengan UKM sejenisnya itu apa?</p> <p>Rully: Mungkin dari <i>packaging</i> lebih tertata, terus dari konsepnya ini lebih ke anak muda buat temen ngopi untuk menggantikan... biasanya warung kopi cemilannya kaya kentang goreng, nah kita membawa makanan tradisional nih buat temen ngopi ini dikalangan anak muda</p>	<p>Penjelasan perbedaan UKM Piston dengan UKM lainnya:</p> <p>-Konsep <i>packaging</i></p>	Perbedaan Piston dengan UKM lainnya
5.	Peneliti menanyakan pertumbuhan Piston selama pandemi agar tetap bertahan	<p>Nuhad: Lalu untuk pertumbuhan Piston sepanjang pandemi ini awalnya gimana sih? Mungkin dari yang tadinya dia engga ada Instagram atau dia engga ada <i>online</i> kaya <i>GoFood</i>, <i>GrabFood</i> itu gimana?</p> <p>Rully: Iya, Piston ini pertumbuhannya dari awal kita engga punya Instagram ya. Kita disitu buat marketinglah pemasaran kita buat konten di Instagram. Nah kontennya ini lebih ke anak muda gitu, jadi bisa menarik nanti bisa dari temen – temen yang lain yang awalnya engga tau, ngeliat di Instagram jadi tau.</p>	<p>Penjelasan pertumbuhan Piston menggunakan Instagram untuk menarik minat beli masyarakat</p>	Komunikasi Pemasaran

6.	Peneliti bertanya tentang apa saja yang ada di Instagram Piston	<p>Nuhad: Lalu hal – hal apa saja yang ditampilkan Piston dalam konten akun Instagramnya?</p> <p>Rully: Dalam Instagram sendiri Piston itu ada yang beredukasi tentang Pisang. Jadi kaya khasiatnya pisang itu apa bagi tubuh, terus ada beberapa hiburan, ada <i>games</i> juga. Dari Piston ini kita mengangkat dari <i>jokes – jokes</i> yang lagi kekinian.</p>	<p>Penjelasan tentang Konten yang ada pada Instagram Piston</p> <ul style="list-style-type: none"> -Konten Edukasi -Konten Hiburan -Konten Games 	Konten Instagram Piston
7.	Peneliti menanyakan bagaimana cara Piston merancang pesan kepada customer agar Piston mempunyai produk yang berkualitas dan berumutu	<p>Nuhad: Lalu pertanyaan selanjutnya, bagaimana Piston merancang pesan untuk membuat <i>customer</i> itu percaya bahwa produk Piston ini tuh memiliki produk yang berkualitas dan juga bermutu?</p> <p>Rully: Nah dari Instagram ini ya, dari konten kita ini kita menunjukkan kualitas mulai dari bentuk <i>packaging</i> kita yang identik dengan warna hitam di laminasi kaya doff gitu. Nah di situ tuh kita sudah menunjukkan kita itu bukan hanya sekedar <i>packaging</i> yang biasa gitu, jadi beneran berkualitas. Dari kemasannya bersegel. Selain itu kami juga membuat produk kami ini agar enak di pandang oleh <i>customer</i> kami.</p>	<p>Penjelasan tentang Piston merancang pesan agar dilihat memiliki produk yang berkuliatas dan bermutu:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Desain packaging -Kemasan bersegel 	Merancang pesan

8.	<p>Peneliti menanyakan batasan-batasan Piston dalam membuat konten</p>	<p>Nuhad: Oke, lalu faktor apa saja yang menjadi batasan – batasan Piston dalam membuat kontennya? Mas Ruli tau engga?</p> <p>Rully: Tentunya yang paling lumrah itu tentang SARA ya, ini kan menyangkut tentang semuanya. Bisa ada yang tersinggung. Itu juga kita menjaga tidak berbau tentang politik, itu menjadi batasan konten kita. Karena ketakutan kita apabila kesitu akan menjadi kebencian bagi produk kami ini.</p>	<p>Penjelasan tentang batasan dalam membuat konten:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Tidak mengandung SARA -Berbau Politik 	<p>Batasan dalam membuat konten</p>
9.	<p>Peneliti menanyakan tentang cara Piston mendekati diri dengan followersnya</p>	<p>Nuhad: Lalu bagaimana Piston mendekati konsumennya dengan postingan <i>meme</i> lucu di Instagram?</p> <p>Rully: Kalau menurut saya sih sangat efektif karena terutama <i>followers</i> kita ini kawula muda, walaupun juga ada beberapa yang dewasa. Dengan <i>trend</i> yang kaya tadi <i>meme</i> atau <i>jokes – jokes</i> yang kekinian itu mereka tertarik sih, jadi dia kadang <i>comment</i> ‘ini apaan sih min kontennya’ kaya gitu lebih ke nyeleneh.</p> <p>Nuhad: Lalu bagaimana bagaimana Piston mengepankan sisi hiburan kepada followersnya dalam pembuatan kontennya?</p>	<p>Penjelasan tentang cara Piston dekat dengan followers melalui sisi hiburan:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Tren jokes sedang viral -QnA 	<p>Strategi Piston dekat dengan followers</p>

		Rully: Jadi karna kita ini pengen interaksi dengan <i>followers</i> baik itu di <i>feed</i> atau <i>story</i> instagram jadi kita membuat <i>QnA</i> bareng <i>customer</i> kita untuk mempromosikan produk kita.		
10.	Peneliti menanyakan bagaimana Piston menciptakan <i>engagement</i> bersama <i>followersnya</i>	Nuhad: Lalu untuk selanjutnya bagaimana Piston menciptakan <i>engagement</i> bersama para <i>followersnya</i> tersebut? Rully: Jadi kita ini selalu berusaha kak buat dapet reaksi dari <i>followers</i> atau <i>customer</i> kita, ya dengan tadi memberikan konten hiburan atau <i>QnA</i> baik itu di <i>feed</i> atau <i>story</i> instagram kita.	Penjelasan cara Piston menciptakan <i>engagement</i> bersama <i>followers</i>	Menciptakan <i>engagement</i> bersama <i>followers</i>
11.	Peneliti bertanya perihal hal yang dilakukan oleh admin Piston kepada <i>followersnya</i>	Nuhad: Lalu hal apa aja yang dilakukan oleh admin Piston dalam berinteraksi dengan <i>followers</i> melalui akun instagram @piston_id? Rully: Biasanya ya kak kami itu berinteraksi dengan <i>followers</i> kami itu melalui <i>comment</i> dan dm, baik itu ada beberapa itu ada yang masukkan atau menanyakan apakah <i>outlet</i> kami ini buka atau tidak. Kita juga menerima <i>customer</i> yang menghubungi lewat dm untuk memesan Piston ini atau kita ini	Penjelasan pendekatan yang dilakukan oleh admin Piston kepada <i>followersnya</i> di Instagram: -Komen <i>feeds</i> -Direct messages	Pendekatan admin Piston kepada <i>followers</i>

		biasanya merespon dari <i>story</i> mereka setelah membeli produk.		
12.	Peneliti bertanya perihal strategi pengemasan pesan di Piston dengan tren yang sedang naik mendapatkan tujuan dari sasaran	<p>Nuhad: Lalu seperti apasih strategi pengemasan di Piston? Lebih mengedepankan viralitas atau tujuan dan sasarannya?</p> <p>Rully: Jadi strategi yang kita ini... kita memberikan edukasi kepada mereka tentang kaya pisang. Kaya manfaat dari pisang goreng ini, selain itu kontennya dengan yang menghibur dengan <i>trend</i> yang sekarang. Tapi dari pesan – pesan tersebut, sasaran kami ini untuk semua golongan. Jadi kami berusaha agar pesan tersebut bisa sampailah mau ke anak muda, atau kah orang tua.</p> <p>Nuhad: Lalu hal mendalam apa yang dilakukan oleh Piston dalam membangun <i>word of mouth</i> (WOM) dalam kalangan konsumen atau masyarakat?</p> <p>Rully: Dalam membangun <i>word of mouth</i> di instagram ya, kita bisa nih lihat <i>highlight</i> Piston tuh ada tuh yang logonya S nah itu secara engga langsung sudah membangun WOM ini kepada teman – teman <i>followers</i> kita. Selain itu ada yang kaya ibu –</p>	Penjelasan tentang strategi pengemasan pesan	Strategi pengemasan pesan pemasaran

		ibu nih membeli, nah itu biasanya dia akan menceritakan tentang produk kita kepada teman – temannya, ibu – ibu pengajian atau pemuda karang taruna kaya gitu.		
13.	Peneliti bertanya big idea atau ide pokok yang dilakukan Piston	<p>Nuhad: Lalu bagaimana Piston menciptakan <i>big idea</i> atau ide pokok yang ingin disampaikan kepada masyarakat?</p> <p>Rully: Biasanya sih kita mengikuti kondisi yang ada ya, jadi kita mengangkat produk yang secara penjualannya minim nih. Sehingga harus di promosikan lagi melalui instagram kami.</p>	Penjelasan big idea yang dilakukan Piston untuk disampaikan ke masyarakat	Strategi <i>big idea</i>
14.	Peneliti bertanya pembuatan Piston menciptakan <i>script</i> dan <i>caption</i> pada unggahannya	<p>Nuhad: Bagaimana proses pembuatan <i>script</i> pada pembuatan konten di instagram Piston untuk memperlihatkan keunikan Piston itu?</p> <p>Rully: Sebenarnya kalau <i>script</i> ini dilakukan spontan ya, jadi dari fenomena yang ada nih trendingnya lagi apa. Nah itu dibalikin lagi kadang kita tarolah <i>jokes – jokes</i> disitu.</p> <p>Nuhad: Oke, lalu bagaimana proses <i>caption</i> atau pembuatan <i>caption</i> Piston ini dalam menunjukkan</p>	<p>Penjelasan Piston membuat <i>script</i> dan <i>caption</i> di konten instagramnya:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Mengikuti fenomena tren yang berkembang -Tulisan tidak bersifat formal 	Pembuatan <i>script</i> dan <i>caption</i>

		<p>kelebihan Piston di media instagramnya?</p> <p>Rully: Untuk <i>caption</i> sendiri kita itu engga terlalu mau bersifat formal, takutnya terlalu kaku. Tapi juga ada <i>jokes</i> yang kami berikan di <i>caption</i> tersebut, nah itu gunanya untuk menarik perhatian, jadi minat pembeli dari <i>followers customer</i> kami ini.</p>		
15.	<p>Peneliti menanyakan perihal pesan yang disampaikan kepada masyarakat bahwa produk Piston sebagai produk yang terbaik</p>	<p>Nuhad: Lalu pesan seperti apa yang disampaikan Piston dalam menciptakan Piston ini sebagai produk yang terbaik kepada masyarakat?</p> <p>Rully: Kita dari Piston ini selalu menjamin SOP yang sudah kita buat, kaya saya sendiri itu selalu menjaga SOP yang kita buat nih buat karyawan yang lain agar mereka tetep patuh sama SOP. Seperti pas pandemi itu saya perketat nih kepada pegawai harus menggunakan masker, sarung tangan, apron kaya gitu. Nah itu menambah minat beli. Karena kalau setelah kita lihat, mereka melanggar SOP ini berpengaruh banget buat Piston ini.</p>	<p>Penjelasan tentang menciptakan pesan yang disampaikan kepada masyarakat bahwa Piston produk yang terbaik</p>	<p>Menciptakan pesan untuk dipercaya masyarakat</p>

16.	<p>Peneliti bertanya bagaiman Piston menjadi judul konten dan teknik penulisan dalam membuat konten</p>	<p>Nuhad: Lalu bagaimana proses Piston dalam pembuatan judul konten di instagram?</p> <p>Rully: Sebenarnya <i>simple</i> aja sih kak, kaya kontennya tuh yang <i>click bait</i> buat ngeviralin atau dapet <i>attention</i> yang lebih dari followers kita nih.</p> <p>Nuhad:itu biasanya berupa foto atau ada video juga?</p> <p>Rully : Ada video, jadi kaya kita buat video – video lucu lah pas lagi viral nih.</p> <p>Nuhad: Oke, lalu untuk teknik penulisannya seperti apa yang dilakukan @Piston_id dalam membuat <i>caption</i> pada setiap unggahannya?</p> <p>Rully: Untuk teknis sebenarnya saya kurang paham kalau buat <i>caption</i> ini. Mungkin dari mas Rizki nih bisa lebih tau kalau untuk teknik penulisan <i>caption</i> seperti apa.</p>	<p>Penjelasan tentang pembuatan judul konten dan teknik penulisan <i>caption</i>: -Clickbait</p>	<p>Strategi pembuatan judul dan <i>caption</i></p>
17.	<p>Peneliti bertanya hastag khusus untuk followers Piston</p>	<p>Nuhad: Oke, lalu apakah Piston ini memiliki <i>hashtag</i> khusus yang ditunjukkan kepada <i>followersnya</i>?</p>	<p>Penjelasan hastag khusus yang digunakan dalam pengemasan pesan di koten Instagram</p>	<p>Format khusus pengemasan pesan</p>

		<p>Rully: Ada, kalau <i>hashtag</i> untuk <i>followers</i> Piston nih kita sebutnya ‘Sobat Piston’ kalau yang lain mah kaya <i>hashtag</i> – <i>hashtag</i> biasa kaya #pisangtandukgoreng. Nah tapi kalau yang #sobatpiston ini kita buat sengaja.</p> <p>Nuhad: Lalu hal – hal seperti apa yang Piston lakukan dalam menunjukkan <i>hashtag</i> tersebut dalam pengemasan pesannya?</p> <p>Rully: Caranya ini kita pakai #sobatpiston ini ya, kita taro disemua <i>caption</i>. Entah nanti kalau kita buat <i>QnA</i> di <i>story</i> nah kita selalu sematkan yang <i>hashtag</i> ‘sobat Piston ini’ buat berinteraksi sama <i>followers</i> kita.</p>	Piston menggunakan #SobatPiston	
18.	Peneliti bertanya harapan untuk Piston kedepannya	<p>Nuhad: Oke baik, untuk pertanyaan terakhir ini buat Mas Ruli. Apasih harapan Mas Ruli untuk Piston ini?</p> <p>Rully: Harapan kedepannya agar lebih baik lagi, agar nambah cabang, nambah minat beli dari orang tua, anak muda lebih cinta ke makanan... kan pisang goreng ibaratnya tradisional ya, tapi kita buat kekinian. Lebih masuk buat nongkrong sambil ngopi.</p>	<p>Penjelasan tentang harapan Piston kedepannya:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Memiliki cabang -Mencintai makanan tradisional 	Harapan, Closing

OPEN CODING INFORMAN 3

Nama : Muhammad Adnan Harade

Usia : 27 Tahun

Jabatan : Konten Kreator Piston

Wawancara berlangsung pada Jum'at 20 November 2022 siang hari pukul 15.00 – 16.00 WIB

Wawancara berlangsung di Taman Jajan Batan Indah

No	Refleksi Diri	Isi Transkrip	Keterangan/ Temuan	Dimensi & Kategori
1.	Peneliti tidak menanyakan secara detail informasi narasumber dan peneliti hanya menanyakan informasi yang relevan	Nuhad: Hallo mas selamat siang, perkenalkan saya Nuhaad Alif Taqi dari Universitas Pembangunan Jaya Prodi Ilmu Komunikasi 2017 akan melakukan wawancara untuk menyelesaikan tugas skripsi saya. Baik, yang pertama boleh kenalan dulu dengan nama Mas nya siapa? Deri: Iya, nama saya Muhammad Adnan Harade, biasanya dipanggil Deri	Penjelasan tentang belakang informan: -Nama -Jabatan	Latar Belakang informan

		<p>Nuhad: oke mas deri jabatannya di Piston ini sebagai apa ya?</p> <p>Deri: Jabatan saya di Piston sebagai pembuat konten di Instagramnya Piston.</p>		
2.	<p>Peneliti menanyakan tugas dan tanggung jawab kepada informan</p>	<p>Nuhad: Di Piston ini sebagai konten kreatornya piston sudah berapa lama menjabatnya?</p> <p>Deri: Saya udah di Piston dari habis Idul Adha 2021, lupa kapannya, saya diajak sebagai <i>freelance</i> untuk membantu konten Instagramnya Piston</p> <p>Nuhad: Lalu tugas dan tanggung jawabnya sebagai konten kreator ini apa?</p> <p>Deri: Nah tugas saya disini itu membuat konten di Instagram Piston, dari Rizki dia minta minimal 2 hari sekali ada konten untuk di Instagram. Kira-kira gitu</p>	<p>Penjelasan tugas dan tanggung jawab di Piston sebagai konten kreator:</p> <p>-Bikin konten</p>	<p>Tugas dan tanggung jawab</p>
3.	<p>Peneliti menanyakan informasi sejarah terbentuknya Piston</p>	<p>Nuhad: Mas Deri tau gak sejarah awal berdiri Piston ini kapan sih?</p> <p>Deri: Sejarah awal berdiri Piston itu kalau setau saya pas puasa 2021 ya, kalau dari ngobrol sama Rizki sih</p>	<p>Penjelasan sejarah berdirinya Piston saat pandemi</p>	<p>berdirinya usaha</p>

		<p>dia melihat peluang dimasa pandemikan orang-orang banyak yang WFH, trus biasanya orang-orang mencari buka puasa yang manis-manis, jadi kira-kira seperti itu sih awalnya kalau yang saya tau dari Rizki</p>		
4.	<p>Peneliti menanyakan perbedaan UKM Piston dengan UKM lainnya</p>	<p>Nuhad: Lalu mas tau tidak perbedaan Piston ini dengan UKM sejenisnya itu apa?</p> <p>Deri: Mungkin dari konsepnya ya, menurut saya pisang itukan identik dengan warna kuning ya, tapi ini Piston konsepnya dengan warna hitam. Hampir semuanya warna hitam, mulai dari packagingnya. Dari nama brandnya sendiri pun unik gak kayak yang lain.</p>	<p>Penjelasan perbedaan UKM Piston dengan UKM lainnya:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Konsep packaging -Nama brand 	<p>Perbedaan Piston dengan UKM lainnya</p>
5.	<p>Peneliti menanyakan pertumbuhan Piston selama pandemi agar tetap bertahan</p>	<p>Nuhad: Lalu untuk pertumbuhan Piston sepanjang pandemi ini awalnya gimana sih?</p> <p>Deri: kalau itu saya kurang tau yaa, karena saya sendiri baru diajak Rizki habis Idul Adha, yang saya tau tadinya Instagram Piston tidak terlalu aktif, yang akhirnya Rizki meminta saya untuk jadi konten kreatornya.</p>	<p>Penjelasan pertumbuhan Piston selama pandemi</p>	

6.	Peneliti bertanya tentang apa saja yang ditampilkan di Instagram Piston	<p>Nuhad: Lalu hal – hal apa saja yang ditampilkan Piston dalam konten akun Instagramnya?</p> <p>Deri: Banyak sih, kebanyakan sih requestan dari Rizki itu konten-konten yang nyeleneh, dia mau orang-orang yang melihat itu seperti <i>jokes</i> foto yang dijadikan meme seputar Piston. Tapi, ada juga konten yang sifatnya edukasi.</p>	<p>Penjelasan tentang Konten yang ada pada Instagram Piston:</p> <p>-Konten Hiburan</p> <p>-Konten Games</p>	Konten Instagram Piston
7.	Peneliti menanyakan bagaimana cara Piston merancang pesan kepada customer agar Piston mempunyai produk yang berkualitas dan berumutu	<p>Nuhad: Lalu <i>next</i> pertanyaan selanjutnya, bagaimana Piston merancang pesan untuk membuat <i>customer</i> itu percaya bahwa produk Piston ini tuh memiliki produk yang berkualitas dan juga bermutu?</p> <p>Deri: Kalau dari Instagram Piston sih ya, intinya dibuat semenarik mungkin. Diawal konten saya, saya tuh mau orang-orang lihat menu dulu yang ada di Piston, kan ada tiga macam tuh, sekaligus juga <i>packaging</i>nya kita tampilkan karena <i>packaging</i> yang digunakan oleh Piston itu menarik sih.</p>	<p>Penjelasan tentang Piston merancang pesan agar dilihat memiliki produk yang berkuliatas dan bermutu:</p> <p>-Desain <i>packaging</i></p>	Merancang pesan
8.	Peneliti menanyakan batasan-batasan Piston dalam membuat konten	<p>Nuhad: Oke, lalu faktor apa saja yang menjadi batasan – batasan Piston dalam membuat kontennya di Instagram?</p>	<p>Penjelasan tentang batasan dalam membuat konten:</p> <p>-Tidak menyinggung</p>	Batasan dalam membuat konten

		<p>Deri: intinya sih gak menyinggung aja yaa. Biasanya saya koordinasi dulu sama Rizki, kalau ada yang kurang nanti kita cari solusi yang baiknya seperti apa</p>		
9.	<p>Peneliti menanyakan tentang cara Piston mendekati diri dengan followersnya</p>	<p>Nuhad: Lalu bagaimana Piston mendekati konsumennya dengan postingan <i>meme</i> lucu di Instagram?</p> <p>Deri: yang pasti ngikutin yang sedang viral aja sih, trus saya buat jadi meme, habis itu saya koordinasikan sama Rizki dan kalau oke, kita up kotennya. kadang saya sendiri yang ngebuat ketawa sih, karena disetiap konten meme itu harus ada si Pistonnya inikan, jadi lucu aja.</p> <p>Nuhad: Oke mas, lalu bagaimana Piston mengedepankan sisi hiburan kepada <i>followersnya</i> dalam pembuatan kontennya?</p> <p>Deri: apasih tuh namanya.. biasanya kita ngebuat <i>QnA</i>, <i>games</i> juga. Kayak misalnya tebak-tebakan di story nanti yang menang kita kasih Piston gratis. Hal ini juga kami lakukan untuk mempromosikan produk Piston.</p>	<p>Penjelasan tentang cara Piston dekat dengan followers melalui sisi hiburan:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Tren <i>jokes</i> sedang viral -QnA 	<p>Strategi Piston dekat dengan followers</p>
10.	<p>Peneliti menanyakan</p>	<p>Nuhad: Lalu pertanyaan selanjutnya mas, bagaimana Piston menciptakan</p>	<p>Penjelasan cara Piston menciptakan</p>	<p>Menciptakan <i>engagement</i></p>

	<p>bagaimana Piston menciptakan <i>engagement</i> bersama <i>followers</i>nya</p>	<p><i>engagement</i> bersama para <i>followers</i>nya tersebut?</p> <p>Deri: saya sangat berharap dari konten yang sudah saya buat, saya pengennya <i>followers</i> Piston itu mendapat respon dan merespon balik kepada Piston. Menciptkan <i>engagement</i> itu mencakup semua konten ya, <i>story</i>, <i>feeds</i>, dan lain-lain.</p> <p>Nuhad: oke jadi admin Piston berusaha untuk dapat berinteraksi ya sama <i>followers</i>nya. Lalu hal apa aja yang dilakukan oleh admin Piston dalam berinteraksi dengan <i>followers</i>nya melalui Instagram Piston_id?</p> <p>Deri: Biasanya ya ketika customer memposting <i>story</i> produk dan ngetag kita, kadang ada juga yang dm kita, dan tentunya <i>comment</i> dari <i>feeds</i> sih.</p>	<p><i>engagement</i> bersama <i>followers</i>:</p> <p>-Mendapat respon balik dari <i>followers</i></p>	<p>bersama <i>followers</i></p>
11.	<p>Peneliti bertanya perihal hal yang dilakukan oleh admin Piston kepada <i>followers</i>nya</p>	<p>Nuhad: Ohh gitu, oke mas lanjut. Lalu hal apa saja yang dilakukan oleh admin Piston di Instagram dalam melakukan interaksi dengan <i>followers</i> melalui akun Instgaram @Piston_id?</p>	<p>Penjelasan pendekatan yang dilakukan oleh admin Piston kepada <i>followers</i>nya di Instagram:</p> <p>-Komen <i>story</i> -Komen <i>feeds</i></p>	<p>Pendekatan admin Piston kepada <i>followers</i></p>

		<p>Deri: biasanya kami interaksinya dari story yang kita post, itu bisa dari QnA atau <i>games</i>. Kadang juga dari feeds juga mereka komen terutama konten yang <i>meme</i> ya</p>		
12.	<p>Peneliti bertanya perihal strategi pengemasan pesan di Piston dengan tren yang sedang naik mendapatkan tujuan dari sasaran</p>	<p>Nuhad: Oke mas lanjut, apasih startegi pengemasan pesan di Piston lebih mendapatkan viralitas atau tujuan dari sasarannya?</p> <p>Deri: Yang pasti ngangkat produk Pistonnya ini sih, mau itu konten edukasi atau yang lagi viral, kita berusaha tetap mengangkat produk. Kalau edukasi pisang berarti ngangkat pisang tanduk manfaat dan semacamnya. Lalu, kalau tren yang sedang viral terutama lucu itu kita jadikan meme dan ada produknya didalam situ.</p> <p>Nuhad: Oke lanjut mas, hal mendalam apa yang dilakukan oleh Piston dalam membangun <i>word of mouth</i> dalam kalangan konsumen atau masyarakat?</p> <p>Deri: biasanya saya suka bilang sama Rizki, apalagi tahun 2021 masih pandemi ya, kalau lewat Instagram itu tolong yang beli di storyin. Karena secara gak langsung</p>	<p>Penjelasan tentang strategi pengemasan pesan dalam mencapai sasaran:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Mengangkat keunggulan produk -Mengangkat tren yang sedang viral -<i>Word of mouth</i> dari story <i>followers</i> 	<p>Strategi pengemasan pesan pemasaran</p>

		itu menyebarkan produk Piston itu sendiri ke kalangan luas.		
13.	Peneliti bertanya <i>big idea</i> atau ide pokok yang dilakukan Piston	<p>Nuhad: Bagaimana nih mas Piston menciptakan <i>big idea</i> atau ide pokok yang ingin disampaikan ke masyarakat?</p> <p>Deri: biasanya Rizki ngasih tau saya penjualan yang lebih sedikit dari produk lainnya, itu saya biasanya bikin konten untuk di <i>storykan</i> agar menarik <i>customer</i>, baik itu promo atau menarik perhatian produk itu</p>	Penjelasan <i>big idea</i> yang dilakukan Piston untuk disampaikan ke masyarakat dengan menaikkan produk yang lebih sedikit minatnya.	Strategi <i>big idea</i>
14.	Peneliti bertanya pembuatan Piston menciptakan <i>script</i> dan <i>caption</i> pada unggahannya	<p>Nuhad: Lalu bagaimana sih pembuatan <i>script</i> pada konten Instagram Piston itu untuk memperlihatkan keunikan Piston?</p> <p>Deri: biasanya saya tektokan dengan Rizki. <i>Script</i> sih emang agak susah yaa supaya diliat menarik, tapi yang penting liat referensi sih lebih enak. Habis itu baru kita tulis dengan menarik sesuai dengan konten yang mau di <i>up</i>. Di Piston ini yang penting nyeleneh buat lucu-lucuan aja.</p> <p>Nuhad: Lalu untuk proses <i>caption</i> itu sendiri caranya Piston itu biar menunjukkan kelebihanannya di media Instagram itu seperti apa?</p>	<p>Penjelasan Piston membuat <i>script</i> dan <i>caption</i> di konten instagramnya:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Melihat referensi -Membuat <i>caption</i> agar terlihat lucu 	Pembuatan <i>script</i> dan <i>caption</i>

		<p>Deri: itu yang saya bilang barusan, nyeleneh. Biasanya Rizki yaa yang tiba-tiba ngasih <i>caption</i> ke saya. Ada aja <i>jokes</i> di <i>caption</i> yang dia masukin. Menurut saya, <i>caption</i> untuk lucu-lucuan bisa sebagai daya tarik orang-orang juga untuk membeli.</p>		
15.	<p>Peneliti menanyakan perihal pesan yang disampaikan kepada masyarakat bahwa produk Piston sebagai produk yang terbaik</p>	<p>Nuhad: Lalu pesan seperti apa yang disampaikan Piston dalam menciptakan Piston ini sebagai produk yang terbaik kepada masyarakat?</p> <p>Deri: dari konten video yang pernah dibuat, Rizki pengen orang-orang itu melihat kalau Piston ini adalah professional. Walaupun hanya UKM, tetapi harus tetap menjaga SOP yang baik. Nantinya efek ini akan menjaga mutu dan kualitas produk Piston itu sendiri.</p>	<p>Penjelasan tentang menciptakan pesan yang disampaikan kepada masyarakat melalui video di Instagram</p>	<p>Menciptakan pesan untuk dipercaya masyarakat</p>
16.	<p>Peneliti bertanya bagaimana Piston membuat judul konten dan teknik penulisan dalam membuat konten</p>	<p>Nuhad: okee, lalu untuk di instagramnya piston ini tu bagaimana sih proses piston dalam pembuaatan judul konten?</p> <p>Deri: karena ngikutin viral aja jadi ya <i>clickbait</i> yang disangkutkan dengan produk</p> <p>Nuhad: Oke, lalu untuk teknik penulisannya seperti apa yang dilakukan @Piston_id dalam</p>	<p>Penjelasan tentang pembuatan judul konten dan teknik penulisan <i>caption</i>: -<i>Clickbait</i> -Referensi konten</p>	<p>Strategi pembuatan judul dan <i>caption</i></p>

		<p>membuat <i>caption</i> pada setiap unggahannya?</p> <p>Deri: Teknik penulisan gak terlalu gimana-gimana ya, yang penting dari mencari referensi konten yang kita buat, lalu dibungkus menjadi <i>caption</i> yang menarik agar followers liat menjadi tertarik.</p>		
17.	<p>Peneliti bertanya hastag khusus untuk followers Piston</p>	<p>Nuhad: Okee, lalu apakah Piston memiliki hastag khusus yang ditunjukkan langsung kepada followersnya?</p> <p>Deri: punyaa, hastag “Sobat Piston” yang khusus untuk followersnya di Instagram. Ini sudah menjadi hastag di <i>story</i>, komen, dan <i>feeds</i> Instagram Piston sendiri.</p> <p>Nuhad: okee mas kita langsung lanjut untuk pertanyaan terakhir, apakah hastag tersebut juga dilakukan untuk berinteraksi dengan followers Piston melewati <i>direct messages</i> atau DM atau komen Instagram?</p> <p>Deri: iya untuk hastag “Sobat Piston” digunakan dalam berbagai macam interaksi di Instagram</p>	<p>Penjelasan hastag khusus yang digunakan dalam pengemasan pesan di koten Instagram Piston menggunakan #SobatPiston</p>	<p>Format khusus pengemasan pesan</p>
18.	<p>Peneliti bertanya harapan untuk</p>	<p>Nuhad: baik mas, terakhir nih mas. Apa Harapan Mas Deri untuk kedepannya terhadap Piston ini?</p>	<p>Penjelasan tentang harapan Piston kedepannya:</p>	<p>Harapan, Closing</p>

	<p>Piston kedepannya</p>	<p>Deri: Harapan saya, semoga Piston semakin berkembang dan maju. Terus bisa berinovasi, cabangnya ada dimana-mana aamiin. Jaga kualitas Pisang supaya fresh terus. Terus melangkah dalam memajukan UKM di Indonesia. Sukses terus pokoknya buat Piston</p> <p>Nuhad: Aamiin aamiin, semoga harapan Mas Deri dikabulkan oleh Allah. Mungkin sekian aja wawancara yang saya lakukan, terima kasih atas waktunya Mas Deri, selamat siang.</p> <p>Mas Deri: makasih juga yaa Mas Nuhad, okee siangg.</p>	<p>-Semakin Berkembang -Semakin berinovasi -Cabang dimana-mana -Menjaga kualitas pisang</p>	
--	------------------------------	---	---	--

AXIAL CODING

No.	KATEGORI/ KONSEP	DIMENSI	INDIKATOR	KETERANGAN/ TEMUAN	INFORMAN 1 (Rizki)	INFORMAN 2 (Rully)	INFORMAN 3 (Deri)
1.	Latar belakang informan	Perkenalan Informan	Penjelasan mengenai latar belakang informan: - Nama - Jabatan - Lama Kerja di Piston	Penjelasan mengenai latar belakang ketiga informan	Informan pertama ini adalah Rizki Ramadhan, berjenis kelamin laki-laki. Di Piston Rizki menjabat sebagai owner dari Piston. Dirinya sendiri sudah membangun Piston sejak April 2021.	Informan kedua ini adalah M. Agung Rully Amrullah, berjenis kelamin laki-laki. Di Piston Rully menjabat sebagai supervisor. Dirinya sudah bekerja di Piston sejak April 2021, tetapi diangkat menjadi supervisor beberapa bulan selanjutnya.	Informan ketiga ini adalah Muhammad Adnan Harade, M. Adnan harade biasa dipanggil dengan nama Deri, berjenis kelamin laki-laki. Di Piston Deri menjabat sebagai konten kreator Piston. Dirinya sendiri sudah menjadi bagian dari Piston sebagai konten kreator dari Idul Adha 2021.
2.	Identifikasi tugas dan tanggung jawab di Piston	Tugas dan tanggung jawab	Tugas dan tanggung jawab apa yang dilakukan di Piston?	Penjelasan mengenai tugas dan tanggung jawab di Piston	saya disini bertugas manage pisang. Maksudnya <i>manage</i> si Piston itu sendiri trus aaa <i>finance</i> juga, keuangan, trus juga sebagai konten. Eee mikirin konten di Instagram	Bertugas untuk mengurus SDM karyawan, mengontrol stok barang, mengontrol karyawan agar tetap menjaga SOP dari Piston	Bertugas untuk membuat konten di Instagram.

					saya juga terlibat dalam itu semua.		
3.	Identifikasi Piston	Tentang Piston	Bagaimana sejarah terbentuknya Piston?	Penjelasan mengenai sejarah terbentuknya Piston	Bermula dari Instagram melihat pisang sedang <i>hype</i> , kemudian mencari menu, mencari resep, dan menanyakan kepada teman yang kuliah di bidang pastry, dan kemudian dikulik menjadi sebuah adonan dan resep yang diinginkan	Sejarah awal Piston saat pandemi Covid, Rizki sebagai owner memiliki teman dibidang pastry, dan melihat peluang pisang goreng dibuat kekinian.	Sejarah berdirinya Piston saat puasa 2021, Rizki melihat peluang dimasa pandemikan masyarakat banyak yang WFH, dan orang-masyarakat juga mencari buka puasa yang manis-manis.
4.	Perbandingan UKM Piston dengan UKM lainnya	Perbandingan UKM	Bagaimana perbandingan UKM Piston dengan UKM lainnya?	Penjelasan mengenai perbedaan UKM Piston dengan UKM lainnya	mungkin dari segi branding ya kalau sayakan membangun usaha ini dengan <i>based</i> sendiri yaa yaitu Piston, sedangkan di pisang goreng pisang goreng lainnya itu biasanya tidak ada nama brandingnya, paling cuman	Mungkin dari <i>packaging</i> lebih tertata, terus dari konsepnya ini lebih ke anak muda buat temen ngopi... biasanya warung kopi cemilannya kaya kentang goreng, nah kita membawa makanan tradisional nih buat temen ngopi ini dikalangan anak muda.	Mungkin dari konsepnya ya, menurut saya pisang itu identik dengan warna kuning ya, tapi ini Piston konsepnya dengan warna hitam. Hampir semuanya warna hitam, mulai dari packagingnya. Dari nama brandnya sendiri pun unik gak

					<p>pisang coklat keju, atau apalah, trus juga saya biasanya menkonsepkan ini dengan topping-topping yang membuat <i>customer</i> lebih menarik seperti tiramisu, caramel, greentea, dan ada juga yang <i>signature</i> dari Piston itu yaitu klasik, klasik itu toppingnya keju, meses, susu, sama gula aren</p>		<p>kayak yang lain.</p>
5.	<p>Pertumbuhan Piston selama masa pandemi agar tetap bertahan</p>	<p>Pertumbuhan dimasa pandemi</p>	<p>Bagaimana pertumbuhan Piston selama masa pandemi?</p>	<p>Penjelasan pertumbuhan Piston sepanjang pandemi</p>	<p>kebetulan saya memulainya ketika bazar Ramadhankan, jadi ketika saya bazar ramadhan itu memang sudah saya konsepkan sebegit rupa sehingga sudah terkonsep dengan baik. Jadi ketika bazar Ramadhan ketika saya awal jualan</p>	<p>Piston ini pertumbuhannya dari awal kita engga punya Instagram ya. Kita disitu buat marketinglah pemasaran kita buat konten di Instagram. Nah kontennya ini lebih ke anak muda gitu, jadi bisa menarik nanti bisa dari temen – temen yang lain yang awalnya engga tau, ngeliat di Instagram jadi tau.</p>	<p>kalau itu saya kurang tau yaa, karena saya sendiri baru diajak Rizki habis Idul Adha, yang saya tau tadinya Instagram Piston tidak terlalu aktif, yang akhirnya Rizki meminta saya untuk jadi konten kreatornya</p>

					itu memang sudah ramai. Jadi ketika ramai setelah bazar Ramadhan selesai saya memutuskan untuk ee membuka <i>store</i> dideket tempat bazar Ramadhan. Jadi saya memutuskan buka <i>store</i> karena sayang kalua tidak dibuka lagi. Seperti itu. Jadi, selama Ramadhan itu rame, setelah itu kita buka <i>store</i> . Kita juga merintisnya tidak terlalu lama ee makin kesini makin kesini ee pertumbuhannya semakin baik, jadi ada peningkatan, ada progress setiap bulannya.		
6.	Isi Pesan						
		Konten Instagram @Piston_id	Apa saja yang ditampilkan dalam	Penjelasan tentang konten yang	jadi di Instagram Piston itu menampilkan	Dalam Instagram sendiri Piston itu ada yang	<i>Banyak sih, kebanyakan sih requestan dari Rizki itu</i>

			<p>konten Instagram @Piston_id</p>	<p>ditampilkan @Piston_id</p>	<p>n beberapa konten. Yang pertama itu edukasi, edukasi itu seperti ee contohnya manfaat pisang itu apa, trus apa aja yang bisa dimanfaatkan seperti kulit itu manfaatnya apa, trus juga ada beberapa yang mengedukasi seputaran pisang. Selanjutnya ada hiburan, hiburan ini seperti jokes-jokes yang sedang viral kami remake kembali ee agar menarik. Selanjutnya ada games-games supaya ada interaksi kepada customer atau followers di Instagram. Begitu.</p>	<p>beredukasi tentang Pisang. Jadi kaya khasiatnya pisang itu apa bagi tubuh, terus ada beberapa hiburan, ada games juga. Dari Piston ini kita mengangkat dari jokes – jokes yang lagi kekinian.</p>	<p>konten-konten yang nyeleneh, dia mau orang-orang yang melihat itu seperti jokes foto yang dijadikan meme seputar Piston. Tapi, ada juga konten yang sifatnya edukasi</p>
		<p>Merancang pesan kepada customer</p>	<p>Bagaimana Piston merancang pesan untuk membuat customer</p>	<p>Penjelasan mengenai rancangan pesan untuk membuat customer percaya</p>	<p>seperti tadi awal yang saya sampaikan bahwa Piston sendiri itu</p>	<p>Nah dari Instagram ini ya, dari konten kita ini kita menunjukkan kualitas mulai dari bentuk</p>	<p>Kalau dari Instagram Piston sih ya, intinya dibuat semenarik mungkin.</p>

			<p>percaya kalau produk Piston memiliki kualitas dan bermutu?</p>	<p>dengan produk Piston yang berkualitas dan bermutu.</p>	<p>sudah kami konsep dengan sebegitu rupa agar menarik, yaitu mulai dari packagingnya, trus juga eee pisangnya berbeda dari yang lain, artinya ketika orang lain potongannya seperti apa saya potongannya seperti apa, bahkan saya ada variasi yang berbentuk kita seperti tadi awal yang saya sampaikan bahwa Piston sendiri itu sudah kami konsep dengan sebegitu rupa agar menarik, yaitu mulai dari packagingnya, trus juga eee pisangnya berbeda dari yang lain, artinya ketika orang lain potongannya seperti apa saya</p>	<p><i>packaging</i> kita yang identik dengan warna hitam di laminasi kaya doff gitu. Nah di situ tuh kita sudah menunjukkan kita itu bukan hanya sekedar <i>packaging</i> yang biasa gitu, jadi beneran berkualitas. Dari kemasannya bersegel. Selain itu kami juga membuat produk kami ini agar enak di pandang oleh <i>customer</i></p>	<p>Diawal konten saya, saya tuh mau orang-orang lihat menu dulu yang ada di Piston, kan ada tiga macam tuh, sekaligus juga packagingnya kita tampilkan karena <i>packaging</i> yang digunakan oleh Piston itu menarik sih.</p>
--	--	--	---	---	--	---	--

					potongannya seperti apa, bahkan saya ada variasi yang berbentuk kita Batik (<i>Banana Stick</i>) jadi pisangnya itu seperti kentang goreng.		
		Batasan dalam membuat konten di Instagram	Apa saja yang menjadi batasan Piston dalam membuat konten di Instagram	Penjelasan mengenai batasan Piston dalam membuat konten di Instagram	yang pertama dan utama yaitu SARA ya, jadi kita tidak menyinggung kearah sana, selanjutnya juga politik, kami sangat membatasi atau tidak eee tidak menampilkan konten-konten berbau politik karena itu sangat ada kekhawatiran dari kami ketika ada posisi yang tidak berpihak kepada saya. Kan berimbasnya kepada Piston jadi nanti takutnya customer Piston jadi segmented karena konten-	Tentunya yang paling lumrah itu tentang SARA ya, ini kan menyangkut tentang semuanya. Bisa ada yang tersinggung. Itu juga kita menjaga tidak berbau tentang politik, itu menjadi batasan konten kita.	intinya sih gak menyinggung aja yaa. Biasanya saya koordinasi dulu sama Rizki, kalau ada yang kurang nanti kita cari solusi yang baiknya seperti apa

					konten yang kami tampilkan, seperti itu		
		Pendekatan Piston dengan konsumen di Instagram	Bagaimana cara Piston mendekati konsumen dengan postingan di Instagram?	Penjelasan mengenai cara Piston mendekati konsumen dengan postingannya	jadi menurut saya konten tersebut sangat efektif untuk menaikkan followers atau menaikkan <i>engagement</i> karena rata-rata followers kami itu masih muda, dan sedikitlah yang sudah dewasa dan sudah berumur. Contohnya kayak kemari ada apa Namanya film yang sedang tenar yaitu Spiderman, saya membuat meme Spiderman	Dengan <i>trend</i> yang kaya tadi <i>meme</i> atau <i>jokes</i> – <i>jokes</i> yang kekinian itu mereka tertarik sih, jadi dia kadang <i>comment</i> ‘ini apaan sih min kontennya’ kaya gitu lebih ke nyeleneh.	yang pasti ngikutin yang sedang viral aja sih, trus saya buat jadi meme, habis itu saya koordinasikan sama Rizki dan kalau oke, kita upload kontennya. kadang saya sendiri yang ngebuat ketawa sih, karena disetiap konten meme itu harus ada si Pistonnya inikan,
		Piston mendepankan sisi hiburan kepada followersnya di konten Instagram	Bagaimana Piston mendepankan sisi hiburan kepada followersnya di konten Instagram?	Penjelasan mengenai Piston mendepankan sisi hiburan kepada followersnya di Instagram	biasanya kami mengadakan salah satunya games agar ee kita dapat berinteraksi dengan <i>followers</i> di <i>feeds</i> maupun	Jadi karna kita ini pengen interaksi dengan <i>followers</i> baik itu di <i>feed</i> atau <i>story</i> instagram jadi kita membuat <i>QnA</i> bareng <i>customer</i> kita untuk	apasih tuh namanya.. biasanya kita ngebuat <i>QnA</i> , <i>games</i> juga. Kayak misalnya tebak-tebakan di story nanti yang menang kita kasih Piston gratis.

					distory ee lalu kami juga sering mengadakan QnA seputaran Piston atau seputaran yang sedang <i>hypening</i> .	mempromosikan produk kita.	Hal ini juga kami lakukan untuk mempromosikan produk Piston.
		Menciptakan <i>engagement</i> kepada <i>followers</i> di Instagram	Bagaimana Piston menciptakan <i>engagement</i> kepada <i>followers</i> di Instagram ?	Penjelasan mengenai Piston emenciptakan <i>engagement</i> kepada <i>followers</i> di Instagram	yang sudah saya sampaikan sebelumnya kami berusaha untuk mendapatkan aksi, maksudnya saya mendapatk an reaksi dari apa yang kami sampaikan di Instagram. Reaksi itu kadang-kadang berbagai macam, maksudnya reaksi yang ditimbulkan dari followers tu sangat berbagai banyak macamnya. Itulah yang sangat menarik jadi apapun yang followers sampaikan kepada Piston itu akan kami balas	Jadi kita ini selalu berusaha kak buat dapet reaksi dari <i>followers</i> atau <i>customer</i> kita, ya dengan tadi memberikan konten hiburan atau <i>QnA</i> baik itu di <i>feed</i> atau <i>story</i> instagram kita.	saya sangat berharap dari konten yang sudah saya buat, saya pengennya <i>followers</i> Piston itu mendapat respon dan merespon balik kepada Piston. Menciptakan <i>engagement</i> itu mencakup semua konten ya, <i>story, feeds</i> , dan lain-lain.

					dengan eee hiburan atau memang apapun yang membuat menarik. Seperti itu sih biasanya		
		Interaksi yang dilakukan Instagram Piston dengan followers nya	Apa saja yang dilakukan Instagram Piston dalam melakukan interaksi kepada followersnya?	Penjelasan tentang interaksi yang dilakukan Instagram Piston kepada followersnya	biasanya kami mengadakan QnA kepada followers atau difeeds juga kadang-kadang saya ketika membuat konten saya suruh komen, itulah yang membuat kami berinteraksi dengan followers salah satunya	Biasanya ya kak kami itu berinteraksi dengan <i>followers</i> kami itu melalui <i>comment</i> dan dm, baik itu ada beberapa itu ada yang masukkan atau menanyakan apakah <i>outlet</i> kami ini buka atau tidak. Kita juga menerima <i>customer</i> yang menghubungi lewat dm untuk memesan Piston ini atau kita ini biasanya merespon dari <i>story</i> mereka setelah membeli produk.	biasanya kami interaksinya dari story yang kita post, itu bisa dari QnA atau <i>games</i> . Kadang juga dari feeds juga mereka komen terutama konten yang meme ya
		Strategi pengemasan pesan Piston dalam mendapatkan tujuan dari sasarannya	Bagaimana Piston menciptakan strategi pengemasan pesan dalam mendapatkan tujuan dari sasarannya?	Penjelasan mengenai strategi pengemasan pesan Piston dalam mendapatkan tujuan dari sasarannya	jadi tadikan saya sudah bilang bahwa followers Piston itu rata-rata masih muda ya jadi kalangan anak muda. Jadi, kami berusaha semaksimal mungkin apa yang	kita memberikan edukasi kepada mereka tentang kaya pisang. Kaya manfaat dari pisang goreng ini, selain itu kontennya dengan yang menghibur dengan <i>trend</i> yang sekarang. Tapi dari pesan – pesan tersebut,	Yang pasti ngangkat produk Pistonnya ini sih, mau itu konten edukasi atau yang lagi viral, kita berusaha tetap mengangkat produk. Kalau edukasi pisang berarti

					<p>kami sampaikan bisa mereka setidaknya mengetahuinya contohnya seperti edukasi, edukasi seperti apasih pisang, sa sayakan menggunakan pisang tanduk ya, pisang tanduk itu bentuknya seperti apasih, trus juga manfaatnya apa, trus kulitnya bisa dimanfaatkan untuk apa, trus juga selain dibuat pisang goreng, Pisang tanduk ini bisa dipake untuk apa, seperti itu sih. kami pesan yang kami sampaikan. Lalu untuk mendapatkan viralitas biasanya kami mengikuti tren-tren yang sedang viral, biasanya kami</p>	<p>sasaran kami ini untuk semua golongan. Jadi kami berusaha agar pesan tersebut bisa sampailah mau ke anak muda, atau kah orang tua.</p>	<p>ngangkat pisang tanduk manfaat dan semacamnya. Lalu, kalau tren yang sedang viral terutama lucu itu kita jadikan meme dan ada produknya didalam situ.</p>
--	--	--	--	--	---	---	--

					remake supaya tren yang lagi ada juga kami tidak ketinggalan, seperti itu		
		Mebangun <i>Word Of Mouth</i> (WOM) ke konsumen dan masyarakat	Hal mendalam apa yang dilakukan Piston dalam membangun <i>Word Of Mouth</i> kepada konsumen dan masyarakat?	Penjelasan mengenai membangun <i>Word Of Mouth</i> kepada konsumen dan masyarakat	dalam membangun WOM itu atau <i>word of mouth</i> diinstagram, kita bisa liat di <i>highlight</i> Instagram kami yang berlogo 'S'. itu secara gak langsung customer sudah membangun WOM kepada teman-teman followers mereka. Hal seperti ini yang menandakan bahwa mereka suka dengan produk kami dan untuk kalangan masyarakat biasanya warga di komplek yang kami tempatkan atau komplek tempat yang kami jual ee bisa dari mulut ke	Dalam membangun <i>word of mouth</i> di instagram ya, kita bisa nih lihat <i>highlight</i> Piston tuh ada tuh yang logonya S nah itu secara engga langsung sudah membangun WOM ini kepada teman – teman <i>followers</i> kita. Selain itu ada yang kaya ibu – ibu nih membeli, nah itu biasanya dia akan menceritakan tentang produk kita kepada teman – temannya, ibu – ibu pengajian atau pemuda karang taruna kaya gitu	biasanya saya suka bilang sama Rizki, apalagi tahun 2021 masih pandemi ya, kalau lewat Instagram itu tolong yang beli di storyin. Karena secara gak langsung itu menyebarkan produk Piston itu sendiri ke kalangan luas

					mulut seperti itu. Jadi, seperti ibu pengajian, karang taruna, ibu-ibu senam, atau organisasi-organisasi seperti itu. Jadi sebenarnya eee <i>word of mouth</i> itu lebih efektif, marketing yang sangat efektif karena itu benar-benar dari orang terdekat, jadi mereka tuh langsung percaya 'ohh ini beneran enak' seperti itu sih.		
7.	Struktur Pesan						
		Menciptakan <i>big idea</i> kepada masyarakat	Bagaimana Piston menciptakan <i>big idea</i> kepada masyarakat ?	Penjelasan Piston menciptakan <i>big idea</i> kepada masyarakat	Biasanya mengikuti kondisi yang ada aja sih, atau mengangkat produk yang secara penjualan minim, sehingga harus dipromosikan lagi seperti misalnya ada topping	Biasanya sih kita mengikuti kondisi yang ada ya, jadi kita mengangkat produk yang secara penjualannya minim nih. Sehingga harus di promosikan lagi melalui instagram kami.	biasanya Rizki ngasih tau saya penjualan yang lebih sedikit dari produk lainnya, itu saya biasanya bikin konten untuk di storykan agar menarik customer, baik itu

					<p>yang sangat, bukan sangat sih, maksudnya penjualan sedikit dibanding yang lain seperti caramel, jadi kami di Instagram juga gimana caranya caramel ini secara penjualan itu sama dengan topping-topping yang lain. Seperti itu</p>		<p>promo atau menarik perhatian produk itu.</p>
		<p>Piston menciptakan <i>script</i> dan <i>caption</i> pada unggahannya</p>	<p>Bagaimana cara Piston dalam pembuatan <i>script</i> dan <i>caption</i> pada setiap unggahannya di Instagram?</p>	<p>Bagaimana proses pembuatan <i>script</i> dan <i>caption</i> di Instagram Piston?</p>	<p>Dalam pembuatan <i>script</i> sebenarnya kami spontan aja sih karena saya sendiri sejujurnya tidak ada <i>basic copy writing</i> jadi untuk teknik-teknik dalam penulisan <i>script</i> saya kurang paham, jadi ya kalau menurut saya ini baik, layak untuk dikonsumsi oleh orang lain biasanya</p>	<p>Sebenarnya kalau <i>script</i> ini dilakukan spontan ya, jadi dari fenomena yang ada nih trendingnya lagi apa. Nah itu dibalikin lagi kadang kita tarolah <i>jokes – jokes</i> disitu. Untuk <i>caption</i> sendiri kita itu engga terlalu mau bersifat formal, takutnya terlalu kaku. Tapi juga ada <i>jokes</i> yang kami berikan di <i>caption</i> tersebut, nah itu gunanya untuk menarik perhatian, jadi minat pembeli dari <i>followers</i></p>	<p>biasanya saya tektokan dengan Rizki. <i>Script</i> sih emang agak susah yaa supaya diliat menarik, tapi yang penting liat referensi sih lebih enak. Habis itu baru kita tulis dengan menarik sesuai dengan konten yang mau di <i>up</i>. Di Piston ini yang penting nyeleneh buat lucu-lucuan aja. itu yang saya bilang barusan, nyeleneh.</p>

					<p>saya pake itu, tapi saya juga liat fenomena-fenomena yang ada jadi, mengikuti. yang saya bilang tadi, <i>caption</i> yang sering kami buat itu gak bersifat formal, jadi spontan aja yang ada dikepala saya jadi biasanya seperti jokes-jokes untuk dijadikan <i>caption</i>, gunanya untuk apa? Untuk menarik perhatian aja atau minat beli dari followers-followers yang sudah ada.</p>	<p><i>customer</i> kami ini.</p>	<p>Biasanya Rizki yaa yang tiba-tiba ngasih <i>caption</i> ke saya. Ada aja <i>jokes</i> di <i>caption</i> yang dia masukin. Menurut saya, <i>caption</i> untuk lucu-lucuan bisa sebagai daya tarik orang-orang juga untuk membeli.</p>
		<p>Pesan bahwa Piston menciptakan produk yang terbaik kepada masyarakat</p>	<p>Apa pesan disampaikan kepada masyarakat bahwa Piston menciptakan produk yang terbaik kepada masyarakat</p>	<p>Penjelasan mengenai Piston menyampaikan pesan bahwa Piston menciptakan produk yang terbaik ke masyarakat</p>	<p>biasanya kami sisipkan pesan-pesan seperti dalam proses pembuatan Piston itu SOPnya sangat ketat jadi mutu dan kualitas</p>	<p>Kita dari Piston ini selalu menjamin SOP yang sudah kita buat, kaya saya sendiri itu selalu menjaga SOP yang kita buat nih buat karyawan yang lain agar mereka tetep patuh sama</p>	<p>dari konten video yang pernah dibuat, Rizki pengen orang-orang itu melihat kalau Piston ini adalah professional. Walaupun hanya UKM, tetapi harus</p>

					itu sangat terjaga di Piston, seperti itu sih. Saya selip-selipkan pesan seperti itu agar followers itu percaya bahwa Piston itu memang berkualitas dan sangat memperhatikan mutunya seperti itu agar rasa dan tastenya itu sangat terjaga. Jadi tidak ada tuh yang memberikan apa namanya kritik 'oo disini beda disini beda' gitu	SOP. Seperti pas pandemi itu saya perketat nih kepada pegawai harus menggunakan masker, sarung tangan, apron kaya gitu. Nah itu menambah minat beli. Karena kalau setelah kita lihat, mereka melanggar SOP ini berpengaruh banget buat Piston ini.	tetap menjaga SOP yang baik. Nantinya efek ini akan menjaga mutu dan kualitas produk Piston itu sendiri
8.	Format Pesan						
		Pembuatan judul konten dan teknik penulisan dalam membuat caption di Instagram Pistonn	Bagaimana Piston membuat judul konten dan teknik penulisan dalam membuat konten?	Penjelasan Piston membuat judul konten dan teknik penulisan dalam membuat konten	Sebenarnya simple sih, yang tadi saya bilang bahwakan kami mengikuti viral ya. Jadi, adalah sedikit kita menggunakan <i>clickbait</i> tujuannya ya untuk viralitas tadi untuk mendapatka	Sebenarnya <i>simple</i> aja sih kak, kaya kontennya tuh yang <i>clickbait</i> buat ngeviralin atau dapet <i>attention</i> yang lebih dari followers kita nih. Untuk teknis sebenarnya saya kurang paham kalau buat <i>caption</i> ini. Mungkin dari	karena ngikuti viral aja jadi ya <i>clickbait</i> yang disangkutkan dengan produk. Teknik penulisan gak terlalu gimana-gimana ya, yang penting dari mencari referensi konten yang

					<p>n <i>attention</i> dari banyak followers. Untuk tekniknya sebenarnya saya tidak punya basic yang sudah saya bilang, jadi ya spontan aja gitu. Jadi apa yang saya pikirkan saya tuangkan didalam caption tersebut</p>	<p>mas Rizki nih bisa lebih tau kalau untuk teknik penulisan <i>caption</i> seperti apa</p>	<p>kita buat, lalu dibungkus menjadi <i>caption</i> yang menarik agar followers liat menjadi tertarik.</p>
		<p>Hastag khusus kepada followers Instagram Piston dan pengemas an pesan pada hastag tersebut</p>	<p>Apakah Instagram Piston memiliki hastag khusus kepada followersn ya dalam pengemas an pesan?</p>	<p>Penjelasan mengenai hastag yang digunakan Piston di Instagram dalam melakukan pengemasan pesan</p>	<p>hastag khusus sebenarnya hmm dibilang ada ya ada dibilang gak ada sih. Jadi hmm hastagnya itu biasanya saya mengikuti aaa misalnya pisang ini yang banyak tuh apa, saya <i>searching-searching</i> ternyata pisang tanduk goreng manggarai saya pake, seperti itu. Jadi, mengikuti hastag yang sedang</p>	<p>Ada, kalau <i>hashtag</i> untuk <i>followers</i> Piston nih kita sebutnya ‘Sobat Piston’ kalau yang lain mah kaya <i>hashtag</i> – <i>hashtag</i> biasa kaya #pisangtandukg oreng. Nah tapi kalau yang #sobatpiston ini kita buat sengaja. Caranya ini kita pakai #sobatpiston ini ya, kita taro disemua <i>caption</i>. Entah nanti kalau kita buat <i>QnA</i> di <i>story</i> nah kita selalu sematkan yang <i>hashtag</i> ‘sobat Piston ini’ buat berinteraksi sama <i>followers</i> kita.</p>	<p>punyaa, hastag “Sobat Piston” yang khusus untuk followersnya di Instagram. Ini sudah menjadi hastag di story,komen, dan <i>feeds</i> Instagram Piston sendiri. iya untuk hastag “Sobat Piston” digunakan dalam berbagai macam interaksi di Instagram</p>

					<p>ramai saja. Trus juga, kita menggunakan hastag sobat piston untuk para penggemar atau followers-followers Piston, seperti itu. untuk hastag sobat piston itu selalu saya gunakan untuk me apa Namanya , untuk berinteraksi dengan para penggemar piston atau followers Piston, seperti itu. Jadi hastga sobat piston itu kami taruh atau lampirkan disemua konten yang saya promosika atau saya show, seperti itu.</p>	<p>karna ini sudah menjadi <i>iconic</i> untuk para <i>followers</i> kita bukan hanya komentar tapi dari <i>feed, story</i>, itu kita selalu menaruh <i>hashtag</i> ini #sobatpiston</p>	
9.	Harapan	Harapan kedepan untuk Piston	Apa harapan untuk Piston kedepannya?	Penjelasan mengenai harapan kedepannya bagi Piston	Harapannya , semoga Piston ini selalu berkembang , selalu berinovasi, bisa buka cabang dimana-mana, aamiin.	Harapannya, semoga Piston ini selalu berkembang, selalu berinovasi, bisa buka cabang dimana-mana, aamiin. Intinya saya sebagai owner tidak mau Piston ini	Harapannya, semoga Piston ini selalu berkembang, selalu berinovasi, bisa buka cabang dimana-mana, aamiin.

					<p>Intinya saya sebagai owner tidak mau Piston ini stuck disitu-situ aja. Jadi harus ada perkembangan walaupun sedikit gapapa yang penting ada progress. Seperti itu sih. Jadi kami juga dapat mempekerjakan orang, itukan ibadah juga ya. Seperti itu sih.</p>	<p>stuck disitu-situ aja. Jadi harus ada perkembangan walaupun sedikit gapapa yang penting ada progress. Seperti itu sih. Jadi kami juga dapat mempekerjakan orang, itukan ibadah juga ya. Seperti itu sih.</p>	<p>Intinya saya sebagai owner tidak mau Piston ini stuck disitu-situ aja. Jadi harus ada perkembangan walaupun sedikit gapapa yang penting ada progress. Seperti itu sih. Jadi kami juga dapat mempekerjakan orang, itukan ibadah juga ya. Seperti itu sih.</p>
--	--	--	--	--	---	---	---

SELECTIVE CODING

1. Latar Belakang Informan

- **Informan 1**

Informan pertama dalam penelitian ini adalah Rizki Ramadhan. Rizki Ramadhan biasa dipanggil Rizki. Dirinya berjenis kelamin laki-laki. Di Piston sendiri dia menjabat sebagai owner atau pemilik UKM Piston. Dirinya sudah membangun usaha Piston ini dari April 2021

- **Informan 2**

Informan kedua dalam penelitian ini adalah M. Agung Rully Amrullah. M. Agung Rully Amrullah biasa dipanggil dengan Rully. Dirinya berjenis kelamin laki-laki. Di Piston sendiri Rully menjabat sebagai supervisor Piston. Dirinya sudah bekerja di Piston sejak April 2021, tetapi diangkat menjadi menjadi supervisor beberapa bulan selanjutnya.

- **Informan 3**

Informan ketiga dalam penelitian ini adalah Muhammad Adnan Harade, M. Adnan harade biasa dipanggil dengan nama Deri, berjenis kelamin laki-laki. Di Piston Deri menjabat sebagai konten kreator Piston. Dirinya sendiri sudah menjadi bagian dari Piston sebagai konten kreator dari Idul Adha 2021.

2. Identifikasi Piston

- **Tugas dan Tanggung Jawab Piston**

Berdasarkan hasil wawancara mendalam yang dilakukan terhadap tiga informan, terlihat bagaimana masing-masing informan memiliki tugas dan tanggung jawab di Piston. Informan 1 dan 3 memiliki satu tugas yang sama yaitu terlibat dalam proses dan pembuatan konten di Instagram.

“saya disini bertugas memanage pisang. Maksudnya manage si Piston itu sendiri trus aaa finance juga, keuangan, trus juga sebagai konten. Eee mikirin konten di Instagram saya juga terlibat dalam itu semua.” (Rizki, hasil wawancara, 18 November 2022)

Sedangkan informan kedua memiliki tugas dan tanggung jawab untuk mengurus SDM karyawan, mengontrol stok barang, dan mengontrol karyawan agar tetap menjadi SOP dari Piston

“Nah tugas saya disini itu mengurus SDM dari yang karyawan Piston ini, terus melihat stock barang apabila barang kosong saya harus laporan, terus saya harus mengstock barang, selain itu saya harus menjaga SOP dari Piston agar tetap berjalan dan para pegawai tidak keluar dari SOP.” (Rully, hasil wawancara, 19 November 2022)

- **Sejarah Piston**

Berdasarkan hasil wawancara mendalam yang dilakukan terhadap ketiga informan, hasil yang didapatkan memperlihatkan bahwa Piston berdiri sejak April 2021. Ketiga informan mempunyai jawaban dengan makna yang sama. Terbentuknya usaha UKM Piston yaitu saat pandemi Covid 2021.

“Sejarah awal berdiri Piston itu kalau setau saya pas puasa 2021 ya, kalau dari ngobrol sama Rizki sih dia melihat peluang dimasa pandemikan orang-orang banyak yang WFH, trus biasanya orang-orang mencari buka puasa yang manis-manis, jadi kira-kira seperti itu sih awalnya kalau yang saya tau dari Rizki” (Deri, hasil wawancara, 20 November 2022)

3. Isi Pesan

- **Logis dan Rasional**

Berdasarkan hasil wawancara mendalam yang dilakukan kepada tiga informan mengenai konten yang ditampilkan dalam Instagram @Piston_id, ketiga informan memberikan jawaban yang sama. Informan 1,2,dan 3 memberikan jawaban konten yang ditampilkan dalam Instagram Piston menampilkan konten-konten yang sifatnya edukasi, hiburan, dan games.

“jadi di Instagram Piston itu menampilkan beberapa konten. Yang pertama itu edukasi, edukasi itu seperti ee contohnya manfaat pisang itu apa, trus apa aja yang bisa dimanfaatkan seperti kulit itu manfaatnya apa, trus juga ada beberapa yang mengedukasi seputaran pisang. Selanjutnya ada hiburan, hiburan ini seperti jokes-jokes yang sedang viral kami remake kembali ee agar menarik. Selanjutnya ada games-games supaya ada interaksi kepada customer atau followers di Instagram. Begitu.” (Rizki, hasil wawancara, 18 November 2022)

Sedangkan dari hasil wawancara mendalam yang dilakukan kepada ketiga informan mengenai rancangan pesan untuk membuat customer percaya dengan produk Piston yang berkualitas dan bermutu, ketiga informan juga memberikan jawaban yang sama. Informan 1,2, dan 3 menjawab bahwa produk Piston berkualitas dan bermutu karena memperhatikan konsep yang berberda, potongan yang berberda, dan kemasan yang berberda.

“Seperti tadi awal yang saya sampaikan bahwa Piston sendiri itu sudah kami konsep dengan sebegitu rupa agar menarik, yaitu mulai dari packagingnya, trus juga eee pisangnya berberda dari

yang lain, artinya ketika orang lain potongannya seperti apa saya potongannya seperti apa, bahkan saya ada variasi yang berbentuk kita seperti tadi awal yang saya sampaikan bahwa Piston sendiri itu sudah kami konsep dengan sebegitu rupa agar menarik, yaitu mulai dari packagingnya, trus juga eee pisanganya berbeda dari yang lain, artinya ketika orang lain potongannya seperti apa saya potongannya seperti apa, bahkan saya ada variasi yang berbentuk kita Batik (Banana Stick) jadi pisanganya itu seperti kentang goreng.” (Rizki, hasil wawancara, 18 November 2022)

- **Customization**

Ketiga Informan telah memberikan jawaban mereka masing-masing tentang sudut pandang mereka terhadap batasan-batasan Piston dalam membuat konten di Instagram. Informan 1 dan Informan 2 sepakat bahwa yang menjadi batasan dalam pembuatan konten Instagram adalah tidak mengandung tentang SARA, dan tidak mengandung tentang politik.

“Tentunya yang paling lumrah itu tentang SARA ya, ini kan menyangkut tentang semuanya. Bisa ada yang tersinggung. Itu juga kita menjaga tidak berbau tentang politik, itu menjadi batasan konten kita” (Rully, hasil wawancara, 19 November 2022)

Informan 3 menjelaskan bahwa batas-batasan dalam pembuatan konten Instagram tidak menyinggung, setiap pembuatan konten informan 3 melakukan koordinasi dahulu kepada informan 1.

“intinya sih gak menyinggung aja yaa. Biasanya saya koordinasi dulu sama Rizki, kalau ada yang kurang nanti kita cari solusi yang baiknya seperti apa”

- **Humor**

Ketiga informan menjelaskan cara Piston mendekati konsumen dengan postingannya di Instagram. Informan 1 menjelaskan untuk menaikkan *engagement* dan *followers* dengan rata-rata masih muda, membuat konten film yang sedang tenar yaitu Spiderman.

“jadi menurut saya konten tersebut sangat efektif untuk menaikkan followers atau menaikkan engagement karena rata-rata followers kami itu masih muda, dan sedikitlah yang sudah dewasa dan sudah berumur. Contohnya kayak kemari ada apa Namanya film yang sedang tenar yaitu Spiderman, saya membuat meme Spiderman” (Rizki, hasil wawancara, 18 November 2022)

Informan 2 dan 3 menjelaskan cara Piston mendekati konsumen dengan postingannya yaitu dengan mengikuti tren yang sedang viral, nantinya tren yang sedang viral ini akan dibuat meme oleh informan 3.

“yang pasti ngikutin yang sedang viral aja sih, trus saya buat jadi meme, habis itu saya koordinasikan sama Rizki dan kalau oke, kita up kontennya. kadang saya sendiri yang ngebuat ketawa sih, karena disetiap konten meme itu harus ada si Pistonnya inikan” (Deri, hasil wawancara, 20 November 2022)

- **Entertain**

Dari hasil wawancara mendalam yang dilakukan oleh peneliti kepada ketiga informan, ketiga informan memberikan jawaban dengan makna yang sama. Ketiga informan memberikan kesamaan dalam Piston mengedepankan sisi hiburan kepada followersnya di Instagram dengan menggunakan konten games QnA.

“biasanya kami mengadakan salah satunya games agar ee kita dapat berinteraksi dengan followers di feeds maupun distory ee lalu kami juga sering mengadakan QnA seputaran Piston atau seputaran yang sedang hypening.” (Rizki, hasil wawancara, 18 November 2022)

- **Interaksi**

Dari hasil wawancara mendalam yang dilakukan kepada tiga informan, informan 1 dan 2 memberikan jawaban yang sama. Informan 1 dan 2 memberikan jawaban untuk menciptakan *engagement* kepada *followers* di Instagram dengan memberikan konten hiburan atau QnA yang menarik yang nantinya akan menimbulkan reaksi dari *followers* Piston.

“Jadi kita ini selalu berusaha kak buat dapet reaksi dari followers atau customer kita, ya dengan tadi memberikan konten hiburan atau QnA baik itu di feed atau story instagram kita” (Rully, hasil wawancara, 19 November 2022)

Informan ketiga memberikan jawaban mengenai menciptakan *engagement* kepada *followers* dengan membuat konten dari story, feeds, dan lain-lain. Informan 3 lebih memberikan jawaban dimana konten harus ditempatkan di Instagram Piston.

“Jadi kita ini selalu berusaha kak buat dapet reaksi dari followers atau customer kita, ya dengan tadi memberikan konten hiburan atau QnA baik itu di feed atau story instagram kita” (Deri, hasil wawancara, 20 November 2022)

Dari hasil wawancara mendalam yang dilakukan kepada ketiga informan. Masing-masing informan memberikan jawaban yang berbeda. Informan 1 memberikan jawaban mengenai interaksi yang dilakukan melalui Instagram Piston dengan mengadakan QnA kepada followersnya. Terkadang juga dengan membuat konten di feeds, informan 1 konten tersebut dibuat untuk followers melakukan komentar.

“biasanya kami mengadakan QnA kepada followers atau difeeds juga kadang-kadang saya ketika membuat konten saya suruh komen, itulah yang membuat kami berinteraksi dengan followers salah satunya” (Rizki, hasil wawancara, 18 November 2022)

Informan 2 memberikan jawaban mengenai interaksi yang dilakukan melalui Instagram Piston kepada *followers* berbeda dari informan 1. Informan kedua lebih melakukan interaksi melalui komen dan dm di Instagram. Informan 2 lebih menjelaskan secara mendalam komentar biasanya dilakukan untuk memberikan masukan, sedangkan dm untuk menghubungi atau memesan pesanan, dan yang terakhir merespon *followers* yang memasukan story tentang Piston di *story*.

“Biasanya ya kak kami itu berinteraksi dengan followers kami itu melalui comment dan dm, baik itu ada beberapa itu ada yang masukkan atau menanyakan apakah outlet kami ini buka atau tidak. Kita juga menerima customer yang menghubungi lewat dm untuk memesan Piston ini atau kita ini biasanya merespon dari story mereka setelah membeli produk.” (Rully, hasil wawancara, 19 November 2022)

Informan 3 memberikan jawaban mengenai interaksi yang dilakukan melalui Instagram Piston kepada *followers* berbeda dari informan 1 dan 2. Informan ketiga lebih melakukan interaksi kepada *followers* melalui *feeds* Instagram terutama konten *meme*.

“biasanya kami interaksinya dari story yang kita post, itu bisa dari QnA atau games. Kadang juga dari feeds juga mereka komen terutama konten yang meme ya” (Deri, hasil wawancara, 20 November 2022)

- **Tren**

Dari hasil wawancara mendalam yang dilakukan kepada ketiga informan mengenai strategi pengemasan pesan Piston dalam mendapatkan tujuan dari sasarannya memiliki jawaban yang berbeda dari ketiga informan. Informan satu memberikan jawaban secara rinci kepada peneliti mengenai strategi pengemasan. Strategi pengemasan pesan Piston dalam mendapatkan tujuan dari sasarannya dari informan 1 adalah strategi pengemasan yang ditujukan kepada rata-rata *followers*nya yang masih muda yaitu dengan konten-konten edukasi, edukasi berupa seputar pisang, manfaat kulitnya. Kemudian untuk mengikuti viralitas informan 1 mengikuti tren-tren yang sedang viral yang nantinya di remake.

“jadi tadikan saya sudah bilang bahwa followers Piston itu rata-rata masih muda ya jadi kalangan anak muda. Jadi, kami berusaha semaksimal mungkin apa yang kami sampaikan bisa mereka setidaknya mengetahui contohnya seperti edukasi, edukasi seperti apasih pisang, sa sayakan menggunakan pisang tanduk ya, pisang tanduk itu bentuknya seperti apasih, trus juga manfaatnya apa, trus kulitnya bisa dimanfaatin untuk apa, trus juga selain dibuat pisang goreng,

Pisang tanduk ini bisa dipake untuk apa, seperti itu sih. kami pesan yang kami sampaikan. Lalu untuk mendapatkan viralitas biasanya kami mengikuti tren-tren yang sedang viral, biasanya kami remake supaya tren yang lagi ada juga kami tidak ketinggalan, seperti itu” (Rizki, hasil wawancara, 18 November 2022)

Informan 2 dan 3 memberikan jawaban dengan makna yang sama mengenai strategi pengemasan pesan dalam mendapatkan tujuan dari sasarannya. Informan 2 dan 3 memberikan jawaban lebih singkat yaitu dengan memberikan konten edukasi pisang tapi juga membuat konten dengan tren yang viral untuk dijadikan *meme* dan memasukkan produk tersebut didalam situ.

“Yang pasti ngangkat produk Pistonnya ini sih, mau itu konten edukasi atau yang lagi viral, kita berusaha tetap mengangkat produk. Kalau edukasi pisang berarti ngangkat pisang tanduk manfaat dan semacamnya. Lalu, kalau tren yang sedang viral terutama lucu itu kita jadikan meme dan ada produknya didalam situ” (Deri, hasil wawancara, 20 November 2022)

- **Word of Mouth (WOM)**

Dari wawancara mendalam yang dilakukan peneliti kepada ketiga informan, informan 1 dan 2 memberikan jawaban mengenai Piston membangun *Word of Mouth* (WOM) kepada konsumen dan masyarakat. Informan 1 dan 2 memberikan jawabannya untuk membangun WOM di Instagram dengan melihat *highlight* Piston yang berlogo “S”. tersebut berisikan tentang postingan story dari followers yang mengkonsumsi Piston, hal seperti itu dianggap informan 1 sebagai membangun WOM. Lalu untuk kalangan masyarakat biasanya membangun WOM dengan mulut ke mulut dari warga komplek sekitar seperti ibu-ibu pengajian, ibu-ibu senam, atau organisasi di komplek.

“dalam membangun WOM itu atau word of mouth diinstagram, kita bisa liat di highlight Instagram kami yang berlogo ‘S’. itu secara gak langsung customer sudah membangun WOM kepada teman-teman followers mereka. Hal seperti ini yang menandakan bahwa mereka suka dengan produk kami dan untuk kalangan masyarakat biasanya warga di komplek yang kami tempatkan atau komplek tempat yang kami ee berjualan ee bisa dari mulut ke mulut seperti itu. Jadi, seperti ibu pengajian, karang taruna, ibu-ibu senam, atau organisasi-organisasi seperti itu. Jadi sebenarnya eee word of mouth itu lebih efektif, marketing yang sangat efektif karena itu benar-benar dari orang terdekat, jadi mereka tuh langsung percaya ‘ohh ini beneran enak’ seperti itu sih” (Rizki, hasil wawancara, 18 November 2022)

Informan 3 memberikan jawaban mengenai membangun WOM kepada konsumen dan masyarakat yang berbeda dari informan 1 dan 2. Informan 3 lebih memberikan saran kepada informan 1 untuk menstorykan konsumen yang membeli. Karena secara tidak langsung itu dapat membangun WOM ke kalangan luas.

“biasanya saya suka bilang sama Rizki, apalagi tahun 2021 masih pandemi ya, kalau lewat Instagram itu tolong yang beli di storyin. Karena secara gak langsung itu menyebarkan produk Piston itu sendiri ke kalangan luas” (Deri, hasil wawancara, 20 November 2022)

4. Struktur Pesan

- **Pendapat Terkuat**

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada ketiga informan mengenai cara Piston menciptakan *big idea* atau ide pokok kepada masyarakat, informan 1 dan 2 memiliki jawaban dengan makna yang sama. Informan 1 dan 2 menjawab menciptakan *big idea* dengan mengikuti kondisi yang ada di Piston, dengan berumpamaan mengangkat produk yang sedang minim secara penjualan, produk yang minim ini nantinya akan di promosikan lagi.

“Biasanya mengikuti kondisi yang ada aja sih, atau mengangkat produk yang secara penjualan minim, sehingga harus dipromosiin lagi seperti misalnya ada topping yang sangat, bukan sangat sih, maksudnya penjualan sedikit dibanding yang lain seperti caramel, jadi kami di Instagram juga gimana caranya caramel ini secara penjualan itu sama dengan topping-topping yang lain. Seperti itu” (Rizki, hasil wawancara, 18 November 2022)

Informan 3 memberikan jawaban mengenai menciptakan *big idea* kepada masyarakat berbeda dari informan 1 dan 2. Informan 3 membuat konten terhadap penjualan yang lebih sedikit yang diberi tahu oleh informan 1 untuk menciptakan sebuah konten untuk menarik perhatian customer, baik itu promo atau menarik produk tersebut.

“biasanya Rizki ngasih tau saya penjualan yang lebih sedikit dari produk lainnya, itu saya biasanya bikin konten untuk di storykan agar menarik customer, baik itu promo atau menarik perhatian produk itu.” (Deri, hasil wawancara, 20 November 2022)

- **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada ketiga informan mengenai proses Piston dalam pembuatan script dan caption di Instagram. Informan 1 dan 2 memiliki jawaban dengan makna yang sama. Informan 1 dan 2 memberi jawaban mengenai proses pembuatan script dan caption di Instagram dibuat secara spontan saja dari fenomena yang ada. Dan ntuk pembuatan captionnya bersifat tidak formal karena tidak ingin terlihat terlalu kaku agar menarik perhatian followers.

“Sebenarnya kalau script ini dilakukan spontan ya, jadi dari fenomena yang ada nih trendingnya lagi apa. Nah itu dibalikin lagi kadang kita tarolah jokes –jokes disitu. Untuk caption sendiri kita itu engga terlalu mau bersifat formal, takutnya terlalu kaku. Tapi juga ada jokes yang kami berikan di caption tersebut, nah itu gunanya untuk menarik perhatian, jadi minat pembeli dari followers customer kami ini. (Rully, hasil wawancara, 19 November 2022)

Informan 3 memberikan jawaban mengenai pembuatan script dan caption yang dilakukan oleh Piston di Instagram. Dalam pembuatan script dan caption biasanya informan 3 selalu melakukan koordinasi dahulu dengan informan 1, dan script biasanya dibuat melihat referensi terlebih dahulu. Dan untuk caption, biasanya informan 1 yang memberikan caption disetiap postingannya.

“biasanya saya tektokan dengan Rizki. Script sih emang agak susah yaa supaya diliat menarik, tapi yang penting liat referensi sih lebih enak. Habis itu baru kita tulis dengan menarik sesuai dengan konten yang mau di up. Di Piston ini yang penting nyeleneh buat lucu-lucuan aja. Itu yang saya bilang barusan, nyeleneh. Biasanya Rizki yaa yang tiba-tiba ngasih caption ke saya. Ada aja jokes di caption yang dia masukin. Menurut saya, caption untuk lucu-lucuan bisa sebagai daya tarik orang-orang juga untuk membeli.” (Deri, hasil wawancara, 20 November 2022)

- **Argumentasi**

Berdasarkan hasil wawancara mendalam yang dilakukan kepada ketiga informan mengenai penyampaian Piston menciptakan produk yang terbaik ke masyarakat. Masing-masing informan memiliki jawaban yang berbeda. Informan1 menjelaskan cara penyampaian Piston dengan cara penerapan SOP yang sangat ketat.

“biasanya kami sisipkan pesan-pesan seperti dalam proses pembuatan Piston itu SOPnya sangat ketat jadi mutu dan kualitas itu sangat terjaga di Piston, seperti itu sihh. Saya selip-selipkan pesan seperti itu agar followers itu percaya bahwa Piston itu memang berkualitas dan sangat memperhatikan mutunya seperti itu agar rasa dan tastenya itu sangat terjaga. Jadi tidak ada tuh yang memberikan apa namanya kritik ‘oo disini beda disini beda’ gitu” (Rizki, hasil wawancara, 18 November 2022)

Informan 2 menjelaskan mengenai penyampaian pesan Piston dalam menciptakan produk yang terbaik kepada masyarakat. Dirinya menjawab selain SOP, pada masa pandemi ini sangat berpengaruh terhadap minat beli masyarakat.

“Kita dari Piston ini selalu menjamin SOP yang sudah kita buat, kaya saya sendiri itu selalu menjaga SOP yang kita buat nih buat karyawan yang lain agar mereka tetep patuh sama SOP. Seperti pas pandemi itu saya perketat nih kepada pegawai harus menggunakan masker, sarung tangan, apron kaya gitu. Nah itu menambah minat beli. Karena kalau setelah kita lihat, mereka melanggar SOP ini berpengaruh banget buat Piston ini.” (Rully, hasil wawancara, 2022)

Informan 3 menjelaskan mengenai penyampaian pesan Piston dalam menciptakan produk yang terbaik kepada masyarakat. Informan 3 menjawab dalam bentuk video untuk menunjukkan Piston ini professional meskipun hanya sebatas UKM.

“dari konten video yang pernah dibuat, Rizki pengen orang-orang itu melihat kalau Piston ini adalah professional. Walaupun hanya UKM, tetapi harus tetap menjaga SOP yang baik. Nantinya efek ini akan menjaga mutu dan kualitas produk Piston itu sendiri” (Deri, hasil wawancara, 20 November 2022”

5. Format Pesan

- **Judul**

Berdasarkan hasil wawancara mendalam yang dilakukan kepada ketiga informan mengenai pembuatan judul konten dan teknik penulisan dalam membuat caption di Instagram, masing-masing informan memberikan jawaban yang berbeda. Informan 1 menjawab pembuatan judul konten dengan mengikuti yang sedang viral, lalu menggunakan clickbait untuk viralitas mendapatkan attention dari followers. Dan untuk teknik penulisannya dibuat secara spontan.

“Sebenarnya simple sih, yang tadi saya bilang bahwakan kami mengikuti viral ya. Jadi, adalah sedikit kita menggunakan clickbait tujuannya ya untuk viralitas tadi untuk mendapatkan attention dari banyak followers. Untuk tekniknya sebenarnya saya tidak punya basic yang sudah saya bilang, jadi ya spontan aja g infitu. Jadi apa yang saya pikirkan saya tuangkan didalam caption tersebut” (Rizki, hasil wawancara, 18 November 2022)

Informan 2 menjawab mengenai cara Piston dalam membuat judul konten dan teknik penulisan caption. Informan 2 menjawab dalam membuat judul konten dengan clickbait, tetapi untuk teknik penulisannya informan 2 tidak dapat menjawab.

“Sebenarnya simple aja sih kak, kaya kontennya tuh yang clickbait buat ngeviralin atau dapet attention yang lebih dari followers kita nih. Untuk teknis sebenarnya saya kurang paham kalau buat caption ini. Mungkin dari mas Rizki nih bisa lebih tau kalau untuk teknik penulisan caption seperti apa” (Rully, hasil wawancara, 19 November)

Informan 3 menjawab mengenai cara Piston dalam membuat judul konten dan teknik penulisan caption. Informan 3 menjawab dalam membuat konten itu sifatnya clickait yang disangkutkan dengan produk Piston. Dan untuk teknik penulisannya mencari referensi konten sesuai dengan yang dibuat lalu dibungkus menjadi caption.

“karena ngikutin viral aja jadi ya clickbait yang disangkutkan dengan produk. Teknik penulisan gak terlalu gimana-gimana ya, yang penting dari mencari referensi konten yang kita buat, lalu dibungkus menjadi caption yang menarik agar followers liat menjadi tertarik.” (Deri, hasil wawancara, 20 November 2022)

- **Narasi**

Dari hasil wawancara mendalam dalam yang dilakukan kepada ketiga informan mengenai hastag khusus yang digunakan Piston dalam pengemesan pesan di Instagram, ketiga informan memiliki jawaban dengan makna yang sama. Hastag khusus yang digunakan adalah #SobatPiston. Hastag tersebut juga digunakan dalam berbagai interaksi kepada followers.

“punyaa, hastag “Sobat Piston” yang khusus untuk followersnya di Instagram. Ini sudah menjadi hastag di story,komen, dan feeds Instagram Piston sendiri. iya untuk hastag “Sobat Piston” digunakan dalam berbagai macam interaksi di Instagram” (Deri, hasil wawancara, 20 November 2022)