



Lampiran 1: Transkrip wawancara dengan John Ng Sf – Owner CV. Olympic Sari Rasa

David : Halo Pak, selamat sore. Boleh perkenalkan dirinya terlebih dahulu.

John : Ya, saya dengan Pak John. *Owner* dari CV. Olympic Sari Rasa yang berdomisili di Kabupaten Bogor. CV. Olympic ini bergerak di bidang bahan tambahan pangan perisa dan pewarna pangan.

David : Baik Pak, untuk pertanyaan yang pertama. Apakah tema konten visual dari instagram @olympiqessence?

John : Ya, kita ada tim ya. Tim media sosial, saya bentuk tim media sosial yang berusaha untuk menggunakan tema yang mudah untuk dilihat bagi para calon konsumen kita ya sehingga kita menggunakan tema seperti katalog pada brosur.

David : Baik Pak, untuk pertanyaan yang kedua. Siapa saja yang terlibat dalam proses pembuatan konten visual @olympiqessence?

John : Tentunya saya sendiri terlibat, karena saya harus mengawasi dan kita ada tim media sosial olympic sari rasa yang terlibat pada semua aspek pekerjaan ini. Namun kita juga berkonsultasi dengan pelanggan setia kita, kita mengadakan studi pasar, *visual study* tentang konten yang akan kita luncurkan supaya kita bisa mengetahui kekurangan apa yang bisa kita perbaiki sebelum di launching.

David : Baik pak, untuk pertanyaan yang ketiga. Apakah yang menginspirasi konten visual yang tersedia di instagram @olympiqessence ? (inovasi)

John : Inspirasi ya? Kita, tim olympic sari rasa ya mencoba untuk berinovasi dengan mencoba membuat konten, konten kita ya seperti katalog, karena kita ingin produk kita menjadi fokus perhatian, dari konten di instagram kita. Terutama karena ada produk yang baru, produk baru launching dan juga produk lama yang menggunakan desain *packaging* yang baru.



David : Baik Pak, untuk pertanyaan yang ke empat. Mengapa menerapkan tema konten visual tersebut di instagram @olympiqessence?

John : mengapa? Karena mayoritas dari konten instagram kita menggunakan bingkai dengan warna khusus brand olympic dengan brand brand yang lain yang dimiliki oleh olympic seperti koenang koenang ya sehingga memberikan kesan kualitas produk olympic adalah produk yang terbaik diantara seluruh produk olympic sari rasa, sekaligus juga agar dapat membedakan produk kita dengan kompetitor kita.

David : Baik pak, untuk pertanyaan yang ke lima. Mengapa menggunakan slogan “Aromanya Wangi, Warnanya Alami” dalam konten visual @olympiqessence?

John : Iya, karena memang produk kita ya Bahan tambahan pangan ini, slogan yang saya buat itu membuat segmentasi tersendiri ya, bagi calon pelanggan atau pelanggan yang ingin memiliki produk.. ketika pelanggan kita menggunakan produk kita, dia bisa mendapatkan apa yang mereka mau yaitu produk yang secara fungsional memang memberikan aroma yang wangi dan warna yang alami. Jadi, dapat diaplikasikan ke dalam produk mereka atau produk - produk yang mereka jual. Mereka bisa mendapatkan kepuasan tersendiri dan juga ini adalah nilai lebih, *selling point* kita ya dibanding kompetitor kita dipasaran. Jadi kita selalu menekankan pakai produk kita ya harusnya akan menghasilkan aroma yang wangi pada produk mereka dan memberikan warna yang alami pada produk mereka agar mereka dapat menjual dan mendapatkan kepercayaan dari masyarakat luas.

David : Baik, untuk pertanyaan yang ke 6. Apa hambatan yang dialami ketika membuat konten instagram @olympiqessence? (inovasi)

John : Hambatan sih tidak terlalu banyak ya, karena dengan kemajuan teknologi kita banyak berinovasi. Namun memang ada sedikit hambatan ya, hambatannya adalah kita kesusahan dalam



mendesain konten yang menarik tetapi juga tidak terlalu *old fashioned* atau ketinggalan zaman jadi kita harus sedikit banyak mengikuti perkembangan millennial sekarang ini.

David : Baik, untuk pertanyaan yang ke 7. Siapakah target dari konten visual instagram @olympiqessence? (validasi)

John : Hmm, target ya. Target kita memiliki beberapa target, ke pelanggan yang bisa menggunakan media sosial tentunya. Ya belakangan ini kan hampir hampir seluruh pasar itu berpindah kepada digital gitu ya, Artinya hampir seluruh pelanggan kita itu di masyarakat perkotaan maupun pedesaan, mereka juga sudah bisa menggunakan media sosial dan mereka itulah yang menjadi target kita ya sehingga kita juga dapat menerima kritik dan saran melalui media sosial ini mengenai konten kita secara langsung. Ada *feedback* atau respon yang langsung melalui media sosial yang telah kita *launching* ya. Ada lagi?

David : Dua pertanyaan lagi. Untuk yang pertanyaan ke 8 apakah hasil yang diharapkan dari konten instagram @olympiqessence?

John : Harapan ya? Saya dan tim olympic sari rasa berharap agar lebih mudah mendapatkan calon konsumen melalui konten visual yang disediakan. Ya, salah satunya adalah kita menjalin hubungan yang baik dengan konsumen yang setia dengan membicarakan konten kita ya bersama mereka sehingga brand olympic ini menjadi brand yang mudah diingat, mudah ditemui dan mudah diutamakan ketika konsumen butuh bahan tambahan ini atau bahan kue, Mereka bisa ingat brand kita Olympic. Jadi kita usahakan sebisa mungkin kita memberikan konten yang terbaik jadi dapat penilaian 5 stars lah ya supaya produk kita pas di *search* akan ada di *front page* dari penilaian positif yang diberikan kepada kita. Ada lagi?

David : Pertanyaan yang terakhir, apakah *feedback* dari konsumen terhadap konten @olympiqessence?



John : Berdasarkan komentar atau feedback yang kita terima, banyak yang menanyakan produk kita ini setelah melihat konten kita yang berbentuk katalog. Menurut saya merupakan suatu nilai

positif karena konten kita bisa meningkatkan interaksi brand dengan konsumen gitu ya. Ya itu

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Lampiran 2 : Transkrip wawancara dengan Billy – Manajer Tim Media Sosial CV.

Olimpic Sari Rasa

David : Halo, selamat malam bro Billy. Boleh perkenalkan diri.

Billy : iya, nama saya Billy Kasiana. Kebetulan saya manajer tim media sosial olympic sari rasa

David : Oke oke, langsung nih. Gua pengen wawancara nih tentang olympic sari rasa,

Instagramnya. Pertanyaan pertama, apakah tema konten visual di @olympiqessence?

Billy : Tema konten visual yang disetujui sama tim medsos olympic itu kayak brosur gitu sih, kayak sejenis katalog lah biar gak terlalu aneh aneh.

David : Oke oke, pertanyaan kedua. Siapa saja yang terlibat dalam proses pembuatan konten visual @olympiqessence?

Billy : Ya kebetulan saya sendiri terlibat, dan juga ada beberapa seperti Pak John, Hermon dan juga lu kan Vid . Yang kayak Pak Debet sama Pak Agus cuma diminta komentarin doang sih.

David : Ooh, kalo pelanggan – pelanggan tuh biasa yang langganan, ada peran juga gak sih?

Billy : oh iya lupa, sempet sih tanya – tanya juga kan ke temen - temen Pak john yang langganan. Dikasih tau kurangnya dimana gitu - gitu sih.

David : Oke siap, pertanyaan ketiga nih. Apa yang menginspirasi konten visual yang tersedia di @olympiqessence?

Billy : Hemm, waktu itu sih kita liat instagram saingan kan ya, terus jadi kepikiran pengen bikin konten yang beda aja sih dari saingan olympic.

David : Ooh oke, pertanyaan keempat. Mengapa menerapkan tema konten visual tersebut di @olympiqessence?

Billy : Hemm, biar unik aja sih sekalian jadi ciri khas dari medsosnya olympic, contohnya ya pake bingkai - bingkai ada slogannya, juga ada logo olympic biar beda sama medsos saingan



olimpic.

David : Mengapa menggunakan slogan “Aromanya wangi, Warnanya Alami” dalam konten visual @olympiqessence?

Billy : Yaa, slogan itu sih salah satu kualitas yang kita tekanin ke seluruh produk olimpic biar pelanggan tau kalo produk kita itu beda dengan saingan – saingan kita yang bisa hasilnya gak sesuai sama ekspektasi.

David : Ohh oke, pertanyaan keenam.

Billy : Hambatan ya? paling menonjol sih estetika gambar yang di instagram sih. Bingung mau nentuin kayak gimana warna, letak sama susunan estetikanya biar unik. Pas foto – foto sama produk *bakeri* juga letak barang yang cocok itu bingung gimana sih tapi jalanin aja biar fotonya semoga cocok sama selera yang dilihat nanti di instagram olimpic.

David : Siap siap, pertanyaan nomor 7. Siapakah target dari konten visual @olympiqessence?

Billy : Target yak.. yang pasti sih orang yang pake instagram lah, biar pada komen - komen tentang foto – fotonya, ntar kan dikasi tau tuh jeleknya apa kalau ada yang gak suka.

David : Ooh, siap. Oke, pertanyaan nomor 8. Apakah hasil yang diharapkan dari konten Instagram @olympiqessence?

Billy : Hasil ya, paling biar fotonya bagus dan cocok sama selera pelanggan.

David : Oh, kalo buat pelanggan setia gimana tuh harapannya?

Billy : Pelanggan setia sih semoga makin keinget sama olimpic biar sering belanja produk olimpic

David : Oh oke, pertanyaan terakhir. Apakah *feedback* dari konsumen terhadap konten @olympiqessence?

Billy : Feedback itu kayak masukan ya? Yaa, dari tanya - tanya ke pelanggan sih katanya fotonya



oke, temanya unik, pada bilang gampang kalo mau cari produk kita kayak pandan, 100mili gitu - gitu deh

David : Ooh, sip sip. Oke bro thank you waktunya. Sorry ganggu ye.

Billy : Iya oke sama – sama. Santai aja.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

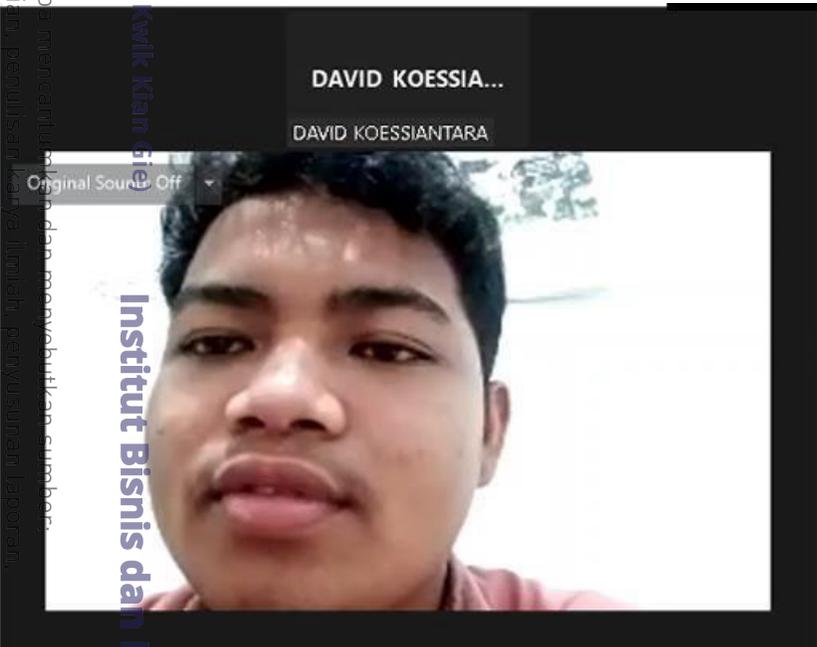
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Lampiran 3 : Dokumentasi



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan sumber.
2. Dilarang mengutip hanya untuk kepentingan penulisan karya ilmiah, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
3. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
4. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Lampiran 4 : Laporan Realisasi Magang Kerja



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak Cipta © Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

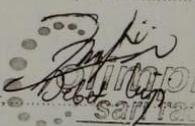
Form M1

LAPORAN REALISASI MAGANG KERJA

Nama Lengkap Mahasiswa : David Koessiantara
 NIM : 64170138
 Nama Lengkap Perusahaan : CV. Olympic Sari Rasa

Minggu Ke-	Jenis Pekerjaan Yang Dilakukan Mahasiswa	Paraf Supervisor
	Perkenalan lingkungan Perusahaan, Praktek - Praktek yang ingin difoto, dan Konsultasi Foto yang diinginkan	<i>[Signature]</i>
	Mengumpulkan Produk /Barang dari Gudang, Mengatur lagi dan Pengalasan, Mengambil foto Praktek	<i>[Signature]</i>
	Mendata produk yang belum difoto, Melengkapi foto yang kurang	<i>[Signature]</i>
	Mengedit seluruh foto sehingga hasil memuaskan, Konsultasi terhadap Supervisor tentang foto-foto	<i>[Signature]</i>

Bogor, 24 APRIL 2021


 Supervisor, *[Signature]*
 Olympic Sari Rasa
 bogor

25

Lampiran 5 : Kartu Magang Kerja

Form M-5

KARTU MAGANG KERJA
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Nama Instansi Menurut KIS : INDUSTRI MANUFAKTUR Kode KIS : 4.1
 Nama Lengkap Mahasiswa : David Koessiantara NIM : 64170138
 Alamat Rumah : Gedung Graha Lesani Jl. Post Lesan 2, Post Lesan No. 155-93
 No. Surat Izin Magang Kerja :
 Nama Dosen Pembimbing/Pengaji : Dr. Ir. Irmay Dwarasari, S. Sos., M. A.
 Nama Lengkap Perusahaan Tempat Magang : CV. Olympic Sari Rasa
 Alamat Lengkap Perusahaan : Jl. Fauzan Kota : Kab. Bogor
 Kec. Cileungsi RT. 010/Rw. 05 Kode Pos : 16020
 E-Mail : olympic.sari.rasa@gmail.com

PO. BOX :
 Telp. : 0011 2107 2090 Fax :
 Nama Lengkap Supervisor : Debet Lujji Jabatan : Manajer Administrasi
 Bagian/Departemen Tempat Magang :
 Tanggal Diterima Magang di Perusahaan : 9 Juli 2020
 Tanggal (Rencana) Magang : 9 Juli 2020
 Tugas Khusus Magang (kalian ada) :
 6... hari per minggu.

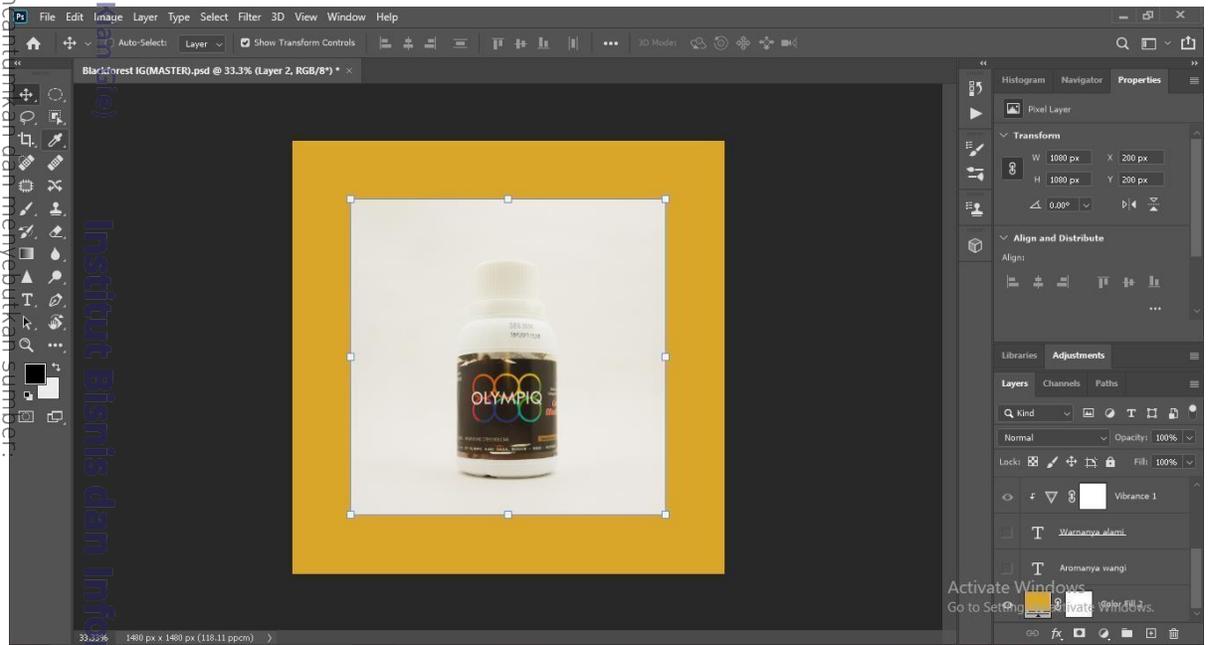
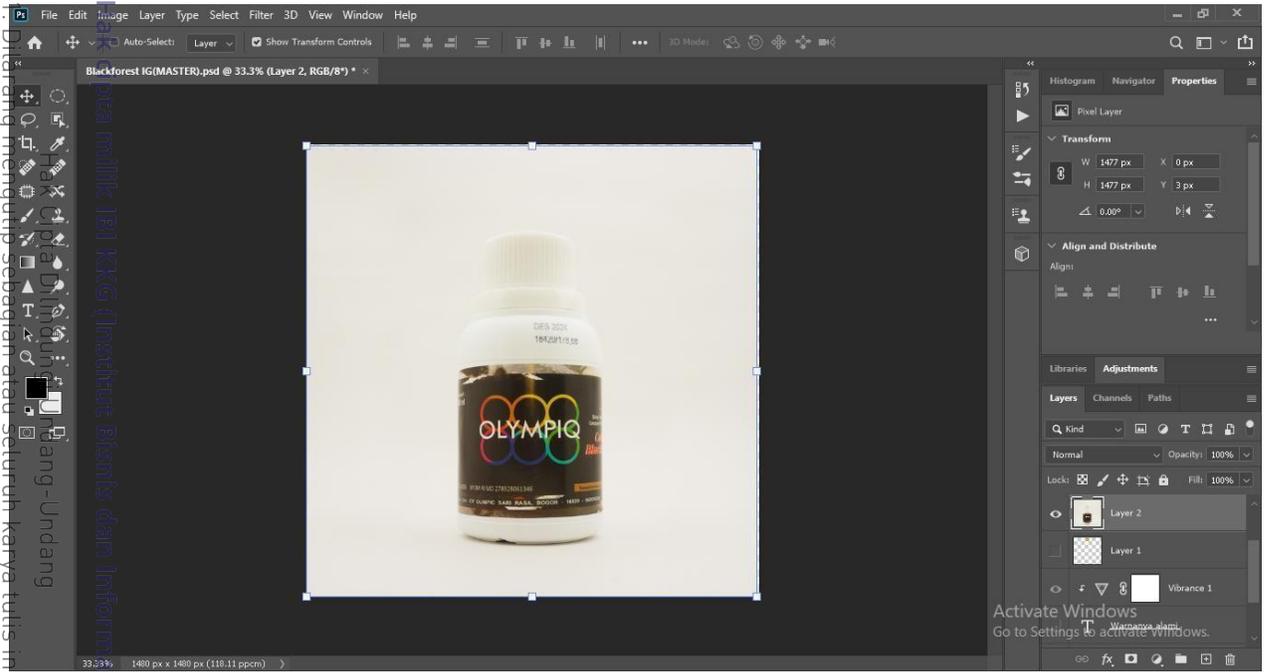
Kartu Magang/Mentorship ini telah saya isi dengan keterangan yang sebenar-benarnya, dan dapat saya pertanggungjawabkan. Saya siap didiskualifikasi jika memberikan keterangan yang tidak benar dan bertentangan dengan keterangan ini.

Jakarta, 24 APRIL 2021
 Tanda Tangan Mahasiswa
[Signature]
 David Koessiantara

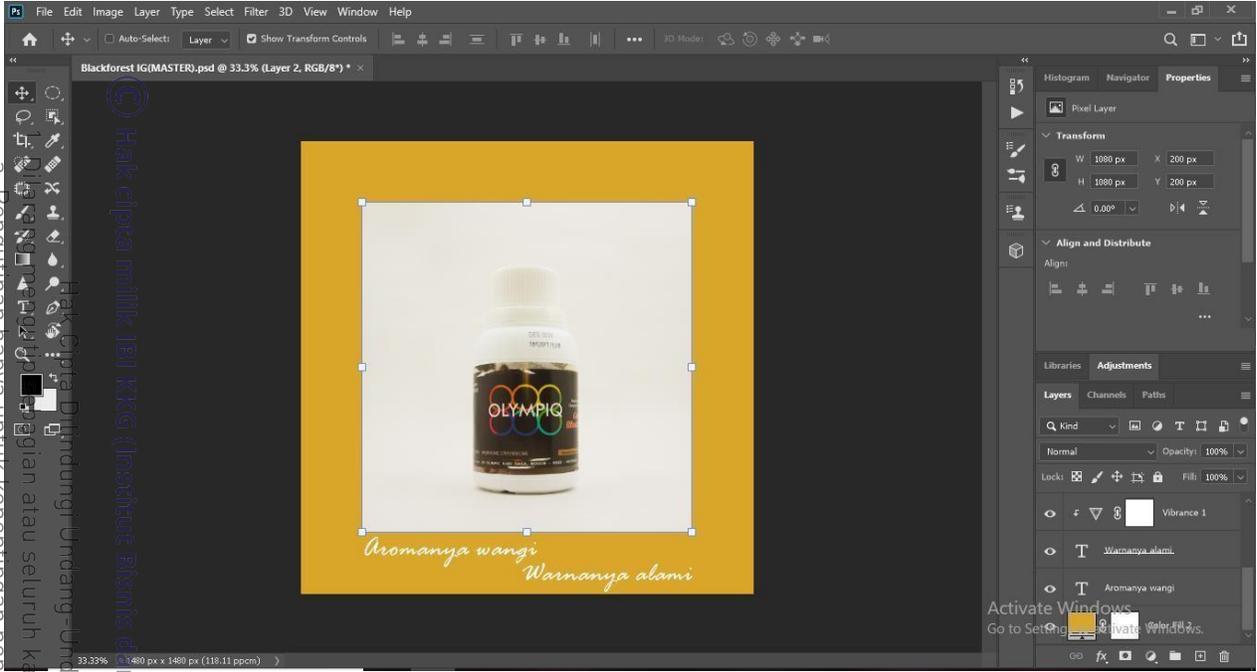
Tanda Tangan Supervisor & Cap/Stempel Perusahaan
[Signature]
 Olympic Sari Rasa
 bogor



Lampiran 6 : Proses Pembuatan Konten Visual @olympiessence



2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

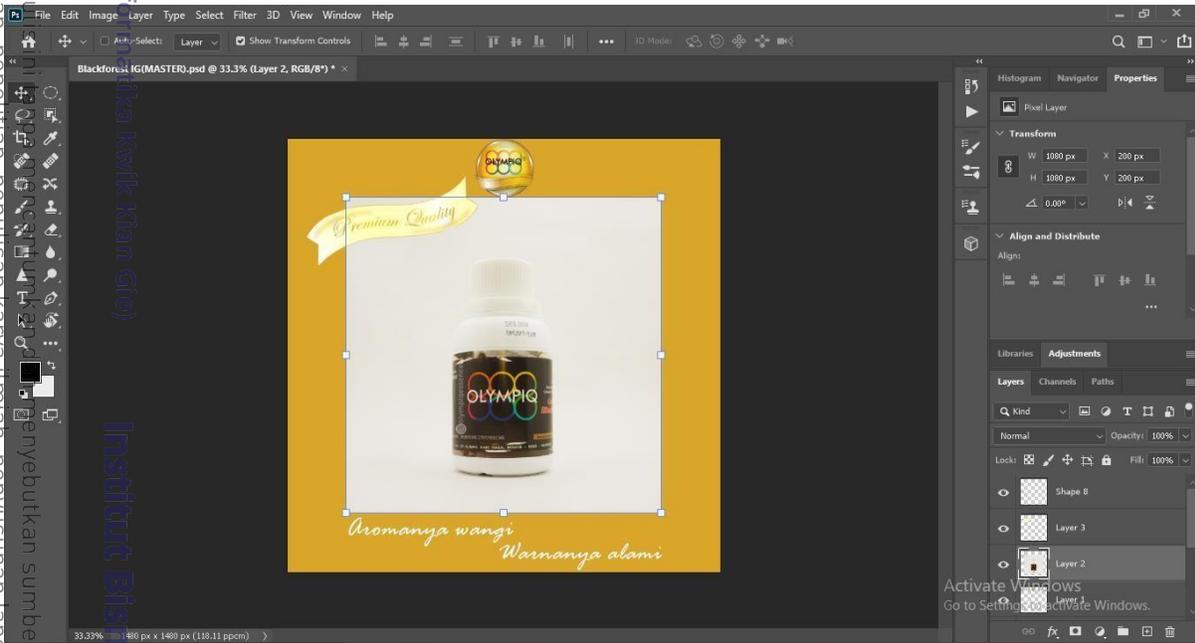


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penerbitan, penyusunan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama David Koessiantara

Program Studi Ilmu Komunikasi

NIM 64170138

Alamat Lengkap Gading Griya Lestari Jl. Koala Lestari Blok Y3/17

RT/RW 07/009, Sukapura, Kec. Cilincing, Jakarta Utara - DKI Jakarta

Kode pos : 14140

Telp Kantor _____

Telp Rumah _____

No. HP 081297545599

Menyatakan dengan sungguh-sungguh bahwa :

1. Keabsahan data dan hal-hal lain yang berkenaan dengan keaslian dalam penyusunan karya akhir ini merupakan tanggung jawab pribadi.
2. Apabila dikemudian hari timbul masalah dengan keabsahan data dan keaslian/originalitas karya akhir adalah di luar tanggung jawab Institut Bisnis Dan Informatika Kwik Kian Gie dan saya bersedia menanggung segala resiko sanksi yang dikeluarkan Institut Bisnis Dan Informatika Kwik Kian Gie dan gugatan yang oleh pihak lain yang merasa dirugikan.

Demikian agar yang berkepentingan maklum

Jakarta, 27 Agustus 2021

Yang membuat pernyataan

David Koessiantara

(Nama Lengkap)

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengizinkan atau dengan cara lain untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBI/KKG.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBI/KKG.

Hak cipta milik IBI/KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)