



## LAMPIRAN 1 TRANSKRIP WAWANCARA INFORMAN



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

### Profil informan 1

Nama : Amrin Sitanggung  
Jenis kelamin : Laki – laki  
Jabatan : Social Media Specialist TOMORO COFFEE  
Tanggal : 20 Januari 2025  
Waktu : Bertanya (16.21 WIB) dan dijawab (20.49 WIB)  
Dengan cara : Wawancara online melalui WhatsApp

Keterangan :

### Pertanyaan dan jawaban Informan 1:

P1: Bagaimana penggunaan Instagram TOMORO COFFEE sebagai media promosi produk?

J1: Akun Instagram kami berfungsi sebagai etalase digital untuk menampilkan keunikan produk, promo menarik, serta memperkuat identitas *brand* di tengah persaingan pasar kopi.

P1: Sejak kapan Akun Instagram TOMORO COFFEE dibuat?

J1: Akun Instagram TOMORO COFFEE dibuat pada pertengahan tahun 2022.

P1: Apa tujuan dibuatnya Akun Instagram TOMORO COFFEE?

J1: Tujuannya adalah untuk meningkatkan *brand awareness*, mempromosikan produk, serta menjalin interaksi dengan pelanggan kami secara langsung melalui *platform* digital.

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



P1: Apakah Akun Instagram TOMORO COFFEE digunakan dalam promosi produk?

J1: Iya, Akun Instagram kami secara rutin digunakan untuk mempromosikan produk melalui berbagai jenis konten, seperti posting *feed*, *stories*, *reels*, dan *live*.

P1: Apa alasan TOMORO COFFEE memilih Instagram sebagai media promosi produk?

J1: Instagram dipilih karena merupakan salah satu *platform* media sosial dengan jumlah pengguna aktif yang sangat besar, terutama di kalangan target market kami, yaitu generasi muda dan pekerja urban yang aktif di media sosial. Selain itu, fitur visual di Instagram sangat cocok untuk menampilkan estetika produk kami, khususnya minuman kopi.

P1: Apakah Akun Instagram TOMORO COFFEE digunakan secara maksimal atau ada Akun media sosial lainnya?

J1: Kami menggunakan Instagram secara maksimal, namun kami juga mengelola Akun media sosial lainnya seperti TikTok, Facebook, dan Twitter (sekarang disebut X) untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Meskipun begitu, Instagram tetap menjadi fokus utama kami karena performanya yang lebih baik dalam hal *engagement*.

P1: Bagaimana konten Instagram TOMORO COFFEE dalam mempromosikan produk minuman kopi?

J1: Akun Instagram kami menggunakan berbagai strategi konten yang dirancang untuk menarik perhatian audiens, meningkatkan *engagement*, dan mempromosikan produk secara efektif.

P1: Siapa yang mengelola konten Akun Instagram TOMORO COFFEE?

J1: Konten di Instagram dikelola oleh tim internal kami, khususnya bagian Social Media Specialist yang berkolaborasi dengan Social Media Manager dan Social Media Staff.

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



P1: Apa saja isi konten dalam Akun Instagram TOMORO COFFEE?

J1: Di Instagram, kami mengunggah konten berupa foto dan video produk (minuman kopi), testimoni pelanggan, promo atau diskon, kegiatan di kedai kami (*behind-the-scenes*), kolaborasi dengan *influencer* atau *brand ambassador*, serta edukasi seputar kopi.

P1: Berapa kali konten dalam Akun Instagram TOMORO COFFEE diupdate setiap hari atau bulan?

J1: Kami biasanya mengupdate konten 3-4 kali per minggu untuk *feed*, sementara *stories* diupdate hampir setiap hari, terutama saat ada *promo* atau *event*.

P1: Apa saja konten yang menarik perhatian dalam Instagram TOMORO COFFEE?

J1: Konten yang menarik perhatian biasanya adalah promo diskon, kolaborasi dengan *influencer*, dan postingan estetika kopi yang memperlihatkan keunikan produk kami.

P1: Siapa yang memberikan keputusan dalam menentukan apa yang diposting dalam Akun Instagram TOMORO COFFEE?

J1: Keputusan akhir ditentukan oleh tim marketing, setelah selesai diskusi dengan Social Media Specialist dan mendapat persetujuan dari Social Media Manager.

P1: Manakah konten promosi yang berhasil menarik perhatian dalam Akun Instagram TOMORO COFFEE?

J1: Konten *reels* yang menunjukkan pembuatan kopi secara unik, serta konten kolaborasi dengan *brand ambassador*, sangat efektif dalam menarik perhatian audiens kami.

P1: Apakah TOMORO COFFEE berhasil mempromosikan produk minuman kopi dalam Akun Instagram?



J1: Iya, kami berhasil mempromosikan produk melalui Instagram. Hal ini terlihat dari meningkatnya jumlah *followers*, *engagement rate*, dan kontribusi langsung ke penjualan melalui kampanye promosi tertentu yang hanya diiklankan di Instagram.

#### 1. Profil informan 2

Nama : Kristine Roberto  
Jenis kelamin : Perempuan  
Jabatan : Social Media Manajer TOMORO COFFEE  
Tanggal : 22 Januari 2025  
Waktu : Bertanya (7.49 WIB) dan dijawab (6.31 WIB)  
Dengan cara : Wawancara online melalui WhatsApp

#### Pertanyaan dan jawaban informan 2:

P2: Bagaimana Penggunaan Instagram TOMORO COFFEE sebagai media promosi produk?

J2: Akun Instagram kami digunakan untuk mendapatkan *followers*, meningkatkan omzet penjualan melalui promosi konten berupa foto, video, dan kampanye promosi dengan *influencer*.

P2: Sejak kapan Akun Instagram TOMORO COFFEE dibuat?

J2: Akun kami mulai aktif pada tahun 2022, tepatnya di bulan Juli.

P2: Apa tujuan dibuat Akun Instagram TOMORO COFFEE?

J2: Akun Instagram kami dibuat bertujuan untuk mempromosikan produk-produk kopi kami dan membangun citra merek yang positif di kalangan konsumen.

P2: Apakah Akun Instagram TOMORO COFFEE digunakan dalam promosi produk?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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.



J2: Ya, Akun Instagram TOMORO COFFEE digunakan secara aktif untuk promosi produk, termasuk penawaran khusus, acara khusus, dan kolaborasi dengan merek lain seperti sekarang ini kami sedang kerja sama dengan seri komik asal Jepang yaitu Jujutsu Kaisen.

P2: Apa alasan TOMORO COFFEE memilih Instagram sebagai media promosi produk?

J2: Kami memilih Instagram karena *platform* ini memiliki audiens yang luas dan beragam, serta alat-alat yang efektif untuk menampilkan konten visual yang menarik dan menarik perhatian.

P2: Apakah Akun Instagram TOMORO COFFEE digunakan secara maksimal atau ada Akun media sosial lainnya?

J2: Selain Instagram, kami juga menggunakan *platform* media sosial lain seperti TikTok dan Facebook untuk memaksimalkan jangkauan dan interaksi dengan konsumen.

P2: Bagaimana konten Instagram TOMORO COFFEE dalam mempromosikan produk minuman kopi?

J2: Dalam mempromosikan produk, konten Instagram kami terdiri dari konten foto produk, video *behind-the-scenes*, promo diskon, *giveaway*, dan edukasi tentang kopi.

P2: Siapa yang mengelola konten Akun Instagram TOMORO COFFEE?

J2: Akun kami dikelola oleh tim internal kami yang terdiri dari Social Media Specialist yang berkolaborasi dengan Social Media Staff dan Social Media Manager.

P2: Apa saja isi konten dalam Akun Instagram TOMORO COFFEE?

J2: Isi konten kami mencakup foto dan video produk (minuman kopi), ulasan pelanggan, promo menarik, kegiatan di kedai kami (*behind-the-scenes*), kerja sama dengan *influencer* atau *brand ambassador*, dan edukasi tentang kopi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Milik IBI IKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



P2: Berapa kali konten dalam Akun Instagram TOMORO COFFEE *diupdate* dalam setiap hari atau bulan?

J2: Kami mencoba untuk memperbarui konten setidaknya dua kali sehari, dengan posting lebih sering pada hari-hari tertentu untuk menjangkau audiens yang lebih besar.

P2: Apa saja konten yang menarik perhatian dalam Instagram TOMORO COFFEE?

J2: Konten yang menarik perhatian termasuk foto-foto produk yang menarik, video-video tutorial membuat kopi, posting tentang acara khusus, dan kolaborasi dengan *influencer*.

P2: Siapa yang memberikan keputusan dalam menentukan diposting dalam Akun Instagram TOMORO COFFEE?

J2: Keputusan akhir dibuat oleh tim marketing setelah berdiskusi dengan Social Media Specialist dan mendapatkan persetujuan dari Social Media Manager.

P2: Manakah konten promosi yang berhasil menarik perhatian dalam Akun Instagram TOMORO COFFEE?

J2: Konten promosi yang berhasil menarik perhatian termasuk posting tentang penawaran khusus, kolaborasi dengan *influencer*, dan video-video tutorial yang menarik.

P2: Apakah TOMORO COFFEE berhasil mempromosikan produk minuman kopi dalam Akun Instagram?

J2: Iya, kami merasa berhasil dalam mempromosikan produk minuman kopi kami melalui Akun Instagram kami, dengan peningkatan interaksi dan penjualan yang positif.

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.



## 2. Profil informan 3

Ⓒ Nama : Vici Kristo  
Jenis kelamin : Laki-laki  
 Jabatan : Social Media Staff TOMORO COFFEE  
 Tanggal : 24 Januari 2025  
 Waktu : Bertanya (2.15 WIB) dan dijawab (4.31 WIB)  
 Dengan cara : Wawancara online melalui WhatsApp

### Pertanyaan dan jawaban informan 3 :

P3: Bagaimana Penggunaan Instagram TOMORO COFFEE sebagai media promosi produk?

J3: Akun Instagram kami digunakan untuk meningkatkan jumlah *followers*, memperbesar omzet penjualan melalui promosi konten berupa foto, video, dan kampanye promosi dengan *influencer*.

P3: Sejak kapan Akun Instagram TOMORO COFFEE dibuat?

J3: Akun Instagram kami mulai aktif sejak Juli 2022.

P3: Apa tujuan dibuat Akun Instagram TOMORO COFFEE?

J3: Tujuan utama pembuatan Akun ini adalah untuk mempromosikan produk kopi kami dan membangun citra merek yang positif di mata konsumen.

P3: Apakah Akun Instagram TOMORO COFFEE digunakan dalam promosi produk?

J3: Ya, Akun Instagram TOMORO COFFEE digunakan secara aktif untuk promosi, termasuk penawaran khusus, acara tertentu, dan kolaborasi seperti saat ini dengan seri komik asal Jepang, Jujutsu Kaisen.

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.



P3: Apa alasan TOMORO COFFEE memilih Instagram sebagai media promosi produk?

J3: Kami memilih Instagram karena memiliki audiens yang luas dan alat yang mendukung tampilan konten visual yang menarik, sehingga efektif untuk promosi.

P3: Apakah Akun Instagram TOMORO COFFEE digunakan secara maksimal atau ada Akun media sosial lainnya?

J3: Selain Instagram, kami juga memanfaatkan *platform* lain seperti TikTok dan Facebook untuk menjangkau audiens yang lebih beragam dan meningkatkan interaksi dengan konsumen.

P3: Bagaimana konten Instagram TOMORO COFFEE dalam mempromosikan produk minuman kopi?

J3: Konten Instagram kami mencakup foto produk, video *behind-the-scenes*, promo diskon, *giveaway*, dan edukasi tentang kopi.

P3: Siapa yang mengelola konten Akun Instagram TOMORO COFFEE?

J3: Akun kami dikelola oleh tim internal, termasuk Social Media Specialist, Social Media Manager, dan saya sebagai Social Media Staff.

P3: Apa saja isi konten dalam Akun Instagram TOMORO COFFEE?

J3: Konten terdiri dari foto dan video produk kopi, ulasan pelanggan, promo menarik, *behind-the-scenes* di kedai, kerjasama dengan *influencer*, dan edukasi tentang kopi.

P3: Berapa kali konten dalam Akun Instagram TOMORO COFFEE diupdate dalam setiap hari atau bulan?



J3: Kami memperbarui konten setidaknya dua kali sehari, terutama pada waktu-waktu dengan audiens aktif.

P3: Apa saja konten yang menarik perhatian dalam Instagram TOMORO COFFEE?

J3: Konten yang menarik perhatian antara lain foto produk berkualitas tinggi, video tutorial membuat kopi, promosi acara, dan kolaborasi dengan *influencer*.

P3: Siapa yang memberikan keputusan dalam menentukan diposting dalam Akun Instagram TOMORO COFFEE?

J3: Keputusan akhir terkait konten diambil oleh tim marketing setelah melalui diskusi dengan Social Media Specialist dan persetujuan dari Social Media Manager.

P3: Manakah konten promosi yang berhasil menarik perhatian dalam Akun Instagram TOMORO COFFEE?

J3: Konten yang berhasil menarik perhatian termasuk promo penawaran spesial, kolaborasi dengan *influencer*, dan video tutorial yang menarik.

P3: Apakah TOMORO COFFEE berhasil mempromosikan produk minuman kopi dalam Akun Instagram?

J3: Ya, kami berhasil mempromosikan produk kopi melalui Instagram, terbukti dari meningkatnya interaksi dengan audiens dan penjualan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBIKKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## LAMPIRAN 2 PERTANYAAN WAWANCARA ONLINE

1. Bagaimana Penggunaan Instagram TOMORO COFFEE sebagai media promosi produk ?
  - a.) sejak kapan akun ig TOMORO COFFEE dibuat ?
  - b.) apa tujuan dibuat akun ig TOMORO COFFEE?
  - c.) Apakah akun ig TOMORO COFFEE digunakan dalam promosi produk ?
  - d.) Apa alasan TOMORO COFFEE memilih ig sebagai media promosi produk ?
  - e.) Apakah akun ig TOMORO COFFEE digunakan secara maksimal atau ada akun media sosial lainnya?
2. Bagaimana konten Instagram TOMORO COFFEE dalam mempromosikan produk minuman kopi ?
  - a.) Siapa yang mengelola konten akun ig TOMORO COFFEE?
  - b.) Apa saja isi konten dalam akun ig TOMORO COFFEE?
  - c.) Berapa kali konten dalam akun ig TOMORO COFFEE di update dalam setiap hari atau bulan ?
  - d.) Apa saja konten yang menarik perhatian dalam ig TOMORO COFFEE?
  - e.) Siapa yang memberikan keputusan dalam menentukan di posting dalam akun ig TOMORO COFFEE?
  - f.) Manakah konten promosi yang berhasil menarik perhatian dalam akun ig TOMORO COFFEE?
  - g.) Apakah TOMORO COFFEE berhasil mempromosikan produk minuman kopi dalam akun ig ?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

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 menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



### Lampiran 3 Hasil plagiarisme aplikasi Turnitin

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

#### Penggunaan Instagram sebagai media promosi TOMORO COFFEE.docx

ORIGINALITY REPORT

<b>10%</b>	<b>10%</b>	<b>1%</b>	<b>3%</b>
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	<b>ojs.uph.edu</b> Internet Source	<b>6%</b>
<b>2</b>	<b>eprints.kwikkiangie.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>3</b>	<b>www.kompas.com</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>4</b>	<b>repo.stie-pembangunan.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>5</b>	<b>repository.uin-suska.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>6</b>	<b>kc.umn.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>7</b>	<b>databoks.katadata.co.id</b> Internet Source	<b>1%</b>

Exclude quotes  On Exclude matches  < 1%

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 menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

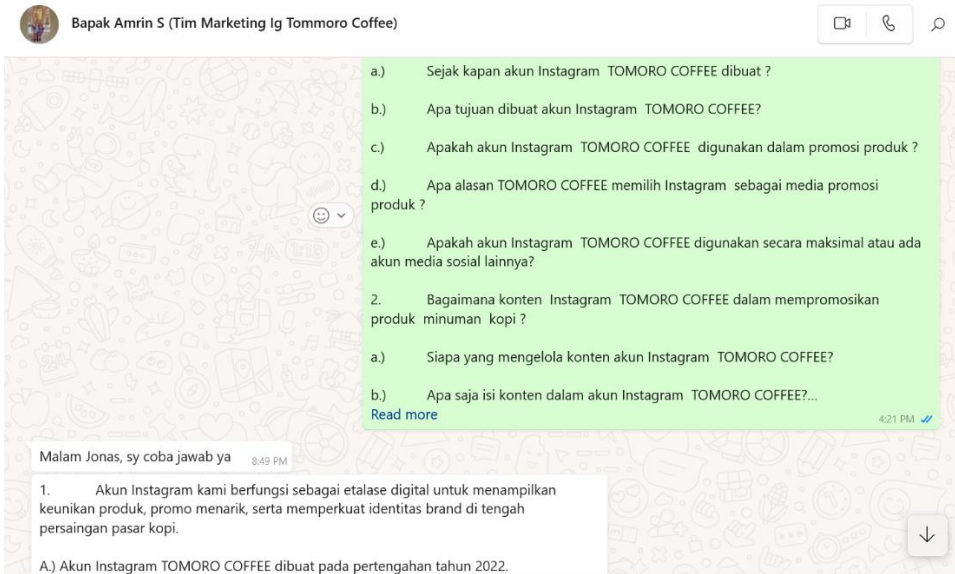
## Lampiran 4 Dokumentasi pada wawancara online

### Informan Pertama

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

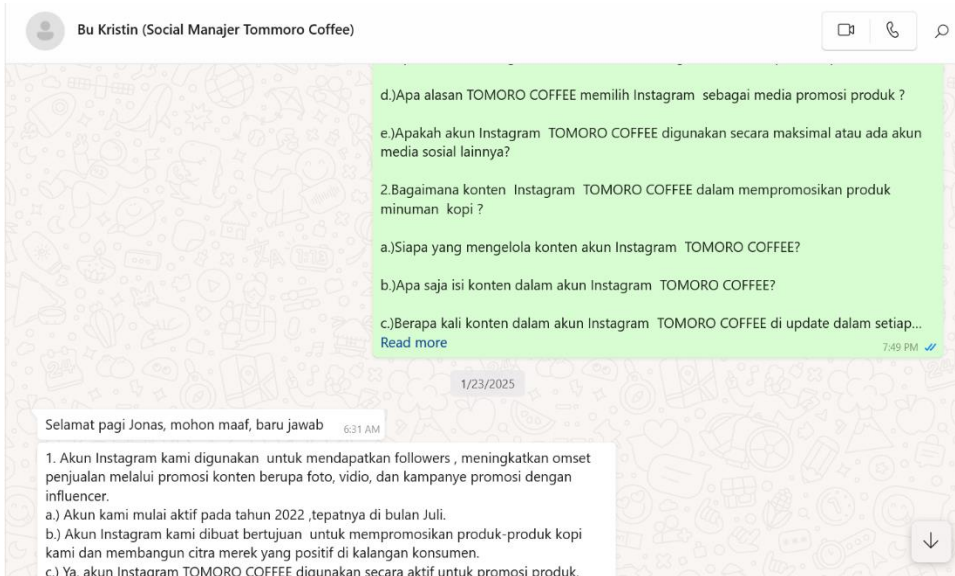
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

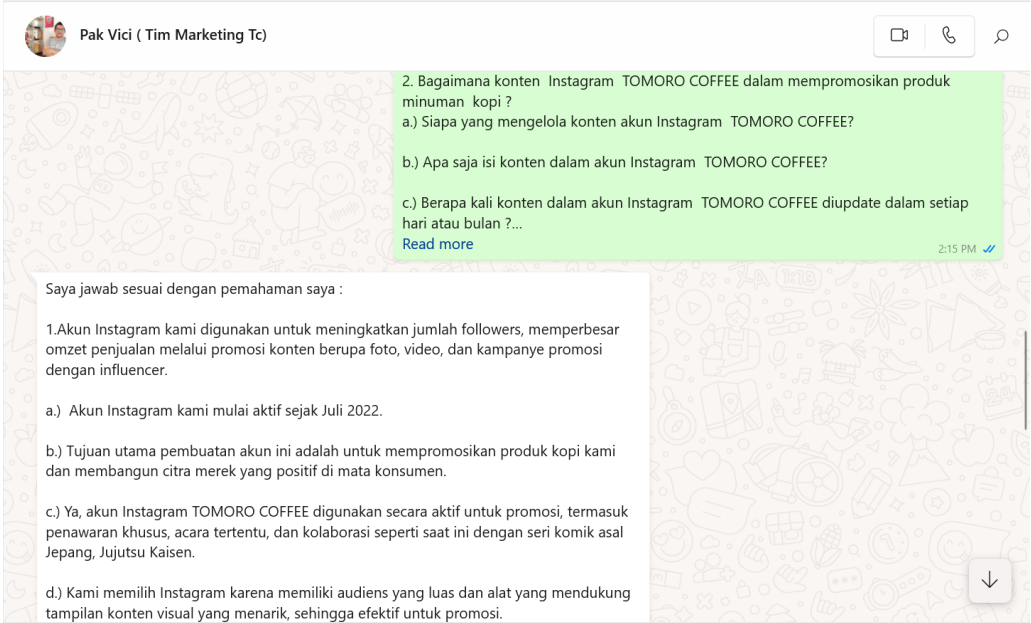


### Informan Kedua

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**



### Informan Ketiga



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.