

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Hasil dari penelitian dan analisis data menunjukkan bahwa keputusan pembelian produk sulap Komunitas Magic Jogja beragam, hal tersebut dipengaruhi oleh banyak faktor seperti faktor budaya, sosial, serta pribadi. Meskipun demikian, visualisasi yang menarik menjadi poin penting dalam menarik perhatian mereka untuk membeli suatu produk sulap. Efisiensi suatu produk merupakan hal utama yang dilihat oleh Komunitas Magic Jogja dalam mempertimbangkan pembelian suatu produk sulap. Melalui pengalaman dari para anggota KMJ pasca pembelian produk sulap Sansmind menjadikan mereka untuk lebih berhati-hati untuk membeli produk-produk sulap. Melalui pengalaman kecewa mereka setelah membeli produk Sansmind membuat mereka untuk lebih bijak dan mencaritahu ulasan-ulasan positif maupun negatif dari produk Sansmind yang akan mereka beli. Sehingga dalam hal ini, visualisasi promosi yang menarik dalam suatu produk tidak akan memengaruhi keputusan pembelian setelah konsumen berhasil memahami produk yang akan dibelinya secara lebih detail.

B. Saran

Penelitian ini dapat dikembangkan kembali untuk penelitian berikutnya dari segi pemasaran maupun perilaku konsumen terhadap suatu produk maupun jasa. Selain itu, topik atau teori yang digunakan dalam penelitian ini dapat digunakan kembali untuk meneliti kasus lainnya yang relevan dengan penelitian terkait maupun menjadi sumber referensi terhadap suatu pemasar untuk mengembangkan produknya di pasaran. Diharapkan para pemasar maupun kaum akademika yang bergerak dibidang serupa dapat menjadikan hasil penelitian ini sebagai pertimbangan sebelum melakukan strategi pemasaran, memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian dapat menjadi poin penting untuk mengurangi resiko-resiko yang tidak diinginkan dalam melakukan aktifitas penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abrar, A. N. (2003). *Teknologi Komunikasi: Perspektif Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: LESFI
- Ahmadi, R. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta : Ar-Ruzz Media
- Amanda, F. (2018). *Apakah Benar Sulap itu Sihir? Yuk, Cari Tahu Fakta Tentang Sulap!*. Diakses dari <https://bobo.grid.id/read/08884718/apakah-benar-sulap-itu-sihir-yuk-cari-tahu-fakta-tentang-sulap?page=all>
- Antara. (2019). *Prambanan Jazz Festival 2019 Akan Terasa Lebih Milenial*. Diakses dari <https://travel.tempo.co/read/1186435/prambanan-jazz-festival-2019-akan-terasa-lebih-milenial>
- Asri, M. (1986). *Marketing*. 1st Edition: Yogyakarta : BPFE
- Assauri, S. (2002). *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi*. Raja. Jakarta: Grafindo Persada.
- Budi, N. (2015). *Pengaruh Motivasi, Persepsi Kualitas, dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Android Samsung*. Skripsi: Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta, Indonesia. Diakses dari
- Bungin, B. (2007). *Penelitian Kualitatif : Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta : Kencana
- Creswell, J.W. (2010). *Research Design : Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Danial, M. (2008). *Pengaruh Motivasi Pembelian Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Nokia di Jakarta)*. Skripsi: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Diakses dari <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/13785/1/Muhamad%20Muhsiy%20Danial-FEIS>
- Dharmesta, S. B., Hani, H.T. (2000). *Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: PFE.
- Engel, B., Miniard. (1994). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara
- Flew, T. (2005). *New Media an Introduction*. 2nd Edition: New York: Oxford University Press.

- Handoko, T. (2001). *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Idrus, M. (2009). *Metode Penelitian Ilmu Sosial*. Jakarta: Erlangga.
- kotler, P., Amstrong. (2009). *Dasar-dasar Pemasaran*. Bandung: Indeks.
- Kotler, P.(2004). *Manajemen Pemasaran.Edisi millennium*. Jakarta: PT. Prenhallinda. Jakarta
- Marikxon. (2019). *Perkembangan Strategi Pemasaran Modern – Anda Harus Ikuti Perubahan!*. Diakses dari <https://www.maxmanroe.com/mengapa-kontes-media-sosial-bisa-menjadi-sarana-promosi-online-yang-efektif-html>.
- Mitchell, T. R. (1997). *Research in Organizational Behavior*. Greenwich, CT: JAI Press, 1997, hal. 60-62.
- Nugroho, J. S. (2003). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Prenada Media.
- Peter, R., Dewdney, A. (2006). *The new media Handbook*.
- Rahayu, U. (2017). *Jejaring Pesulap Indonesia dari Masa ke Masa*. Diakses dari <https://kumparan.com/@kumparanhits/jejaring-pesulap-indonesia-dari-masa-ke-masa>
- Robbins, S. P., Judge, T. A. (2008). *Perilaku Organisasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rogers, E. M. (1986). *Communication Technology: The New Media in Society*. London : The Free Press.
- Safitri, A.E. (2019). *Karakteristik Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Mobil (Studi Kasus Pada Pt. Hadji Kalla Cabang Gowa)*. Diakses dari <http://eprints.unm.ac.id/14479/1/%28SKRIPSI%20A.%20EVI%20SAFITRI%201594043054%20PEND.EKONOMI%29.pdf>
- Sansmind.com. (2010). Diakses dari <https://www.sansminds.com/company/>
- Schiffman, L., Kanuk, L. L. (2000). *Perilaku Konsumen*. 7th Edition: Jakarta: PT. Indeks.
- Sumarwan, U. (2004). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.

- Sutisna. (2002). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Syafirah, L. M., Rotinsulu, J.J. (2017). *Pengaruh Faktor-Faktor Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Holland Bakery Manado*. Jurnal EMBA, Vol. 5 No. 2. Juni 2017. h. 247
- Wang, E., Joe, M., Bobby. (2010). *Inilah Rahasia Sulap*. Jakarta: Penebar Plus
- Wijaya, S. (2010). *Media Cetak Bersaing dengan Internet*. Diakses dari https://www.bbc.com/indonesia/laporan_khusus/2010/03/100312_mediainternet
- Wirananta, F. (2013). *Analisis Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi Kualitas, Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ponsel Nokia*. Diakses dari <https://core.ac.uk/download/pdf/19515046.pdf>
- Griffin, Jill. (2005). *Customer Loyalty: Menumbuhkan & Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta : Erlangga

LAMPIRAN

Interview Guide

I. Biodata Narasumber

1. Mengetahui identitas narasumber

II. Komunikasi Pemasaran

1. Mengetahui informasi yang disampaikan dalam proses pemasaran yang dilakukan produk sulap Sansmind melalui video yang diunggah di Youtube oleh Komunitas Magic Jogja
2. Mengetahui target dan segmentasi produk sulap Sansmind melalui Komunitas Magic Jogja
3. Mengetahui model komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh produk sulap Sansmind melalui Komunitas Magic Jogja

III. New media

1. Mengetahui media apa saja yang digunakan produk sulap Sansmind melalui Komunitas Magic Jogja untuk memasarkan produk Sansmind
2. Mengetahui media apa saja yang digunakan Komunitas Magic Jogja untuk memasarkan produk Sansmind
3. Mengetahui alasan mengapa menggunakan media tersebut
4. Memahami video-video yang diunggah dalam akun Youtube Sansmind

5. Mengetahui hal-hal yang dilakukan dalam memasarkan produk Sansmind oleh Komunitas Magic Jogja dalam media tersebut
6. Mengetahui tanggapan dari para konsumen Komunitas Magic Jogja terhadap video Youtube Sandmind
 - Mengetahui terpaan pesan yang disampaikan sudah sesuai dengan harapan Komunitas Magic Joga atau belum
 - Mengetahui pendapat konsumen setelah mendapat terpaan pesan dalam pemasaran yang dilakukan Komunitas Magic Jogja

IV. Perilaku Konsumen

1. Mengetahui faktor dari pemasaran produk sulap Sansmind yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
2. Mengetahui faktor lain yang memengaruhi perilaku konsumen dalam memilih suatu produk sulap Sansmind.
3. Memahami karakteristik pembeli melalui aspek sosial, budaya, pribadi, serta psikologis. (membeli karena apa)
4. Mengetahui proses keputusan pembelian produk sulap Sansmind
 - Produk apa yang dibeli
 - Mengapa harus/ingin membeli

- Bagaimana proses pencarian informasi terkait dengan produk yang akan dibeli, dari segi pencarian harga, kualitas, review, dll
 - Bagaimana sikap atau perilaku konsumen setelah membeli produk tersebut. (Kecewa, senang, merekomendasikan ke orang-orang terdekat)
5. Mengetahui pilihan pembelian produk sulap Sansmind. Berdasarkan produk, merek, pilihan toko, atau saat waktu-waktu tertentu (weekend, diskon, dsb)

V. Faktor Keputusan Pembelian

1. Mengetahui model hierarki tanggapan
 - a. Tingkat kognitif
 - Mengetahui kesadaran dan pengetahuan Komunitas Magic Jogja terhadap produk sulap Sansmind
 - b. Tingkat afektif
 - Mengetahui ketertarikan Komunitas Majic Jogja terhadap produk sulap Sansmind
 - Mengetahui ketertarikan hingga pada tahapan suka/tidak suka, memilih/tidak memilih, sampai dengan tahapan mengevaluasi
 - c. Tingkat keprilakuan

- Mengetahui tindakan yang dilakukan terhadap terpaan pemasaran produk sulap Sansmind (membeli/tidak membeli)

TRANSKRIP WAWANCARA

Narasumber 1 : Oda

P = Penanya ; N = Narasumber

P: Selamat malam mas

N: Iya selamat malam

P: Kalau boleh tau dari komunitas mana?

N: Ya, saya aktif di Komunitas Magic Jogja

P: O... Magic Joga

N: KMJ sana iya ya

P: Ini sebagai apa ya posisinya, dah lama apa masih baru?

N : O...udah lama mas

P: Udah lama ya, di Magic Jogja, ehmm,, mas nya boleh tau mungkin kisaran umurnya?

N: Umur saya 25 tahun

P: 25 tahun? Oke..pekerjaan?

N: Pekerjaan saya

P: Pesulap?

N: Dua, sebenarnya sulap ga terlalu cuman nge GRAB sama hipnotis, nah di saat saya main hipnotis pasti ada sulapnya

P: Oh ya masuk masuk, ngomong-ngomong sudah pernah tau ga sama yang namanya Sansmind?

N: O.... sudah

P: Sansmind tau ya?

N: Tau

P: Ngomong-ngomong soal Sansmind, kira-kira ehm pernah lihat videonya gak ya? Video Sansmind

N: Oo, sering sih kalau dulu sering, mungkin kalau sekarang ini udah agak-agak jarang

P: Udah agak agak jarang?

N: Ya

P: Lihatnya dimana mas? di Youtube?

N: Youtube pernah, Instagram, kayaknya kalau ga salah Instagram tuh... ah *follow* deh, Instagramnya Sansmind

P: Oohh, itu menurut masnya Sansmind nyasanya ke pesulap-pesulap kayak gimana sih?

N: Kalau saya lihat itu Sansmind itu kayak kurang cocok sama pesulap pemula, karena ketika saya lihat produknya Sansmind itu kebanyakan, arahnya ke ilusi, *illusionist* berarti akan lebih mudah dipraktikkan itu hanya kepada pesulap profesional menurut saya, karena saya juga memiliki beberapa produk Sansmind juga diantaranya sudah saya lupakan hehe. Ya karenakan kebanyakan tidak bisa dipraktikkan gitu

P: Tapi pernah liat kan sebenarnya video Youtube-nya itu, gimana mas?

N: Ehm Youtube-nya saya jamin menarik, karena menurut saya Sansmind itu menurut saya lebih cocok buat film dari pada buat sulapan

P: Oooh.. iya iya, menarik, itu menariknya dari apa mungkin, dari editannya, dari pengambilan gambarnya

N: Editannya juga menariknya, pengambilan gambarnya juga menarik, pokoknya *cinematic*-nya itu kayak, *yawes* menarik lah, kayak film *action* gitu lo. Kan menariknya sama kayak film *action* juga itu

P: Beda gak dari yang lain? Kan masih banyak ya ada Murphys ya ada Theory11, apa yang buat beda gitu?

N: Kalau Murphys kan masih langganan saya juga hehe..kalau Murphs saya meliahtnya yo, kalau saya bertanya pada pen-*supply*-nya, saya sebut namanya ya mas

Wind Ace Monte itu, kalau dibilang jelek ya jelek. Walaupun trik itu bisa dipraktikkan tapi kalau trik itu, jelek dan ga masuk akal ya disuruh untuk jangan beli, supaya saya juga ga rugi, tapi kebanyakan ketika Murphy situ *yo*, kalau triknya sih mudah. Walaupun beberapa ada yang ribet juga sih. Tapi intinya *yo* dipraktikkan bisa sih.

P: Dari segi visualnya mungkin? Sansmind murphys? Beda? Lebih menarik siapa nih?

N: Kalau visualnya lebih menarik sansmind tapi kalau untuk dipraktikkan di dunia nyata ya Murphys, karenakan sansmind juga anunya murphys juga to, karena juga menjual produknya ke Murphys juga.

P: Mungkin selain Youtube tau ga Sansmind promosinya dimana aja?

N: Yang saya tau cuma 2 itu, antara Youtube dan Instagram

P: Lebih tau Youtube duluan apa Instagram duluan?

N: Ya Youtube duluan, ya berawal dari lihat-lihat *Magic Shop*, lihat Sansmind tau dari temen, ya udah, penasaran sama triknya yang lain.

P: Kira-kira kenapa dia pakai Youtube dan Instagram untuk media promosi sulap

N: Youtube ya pastinya untuk promosi, tapi ya menurut saya, Sansmind ini ya, agak terlalu berlebihan sih, itunya promosinya, editan dibawa-bawa hehe..

P: Paham ga sih kalau lihat video Sansmind, langsung tau ga triknya kayak gimana

N: Oh ada yang paham, ada yang engga, karena ada beberapa trik *classic* trik lamanya sansmind yang sudah dibongkar sama Youtuber lain

P: Ooww. Tapi maksudnya kalau sekali lihat langsung ngerti ga, oh ini triknya gini oh ini triknya gini, apa masih nanya-nanya ini maksudnya apa sih

N: Ya kebanyakan udah tau sih, nanti efeknya gini, udah tau sih ada juga salah satu produk Sansmind yang bener-bener untuk *magician*, jadi ketika ada *trailer* videonya *ending*-nya juga ada rahasianya, gini lo

P: O...langsung tau ya, kan mas-nya sudah pernah beli, pendapatnya ketika mendapat produk itu gimana, kesan pertama kali beli produk ini gimana

N: Pertama saya bisa bangga karena ada satu trik dari Sansmind yang sering tak mainin dan sering membuat orang *nge-fool*, *nge-fool* itu keren itu lo, nah trik apa ya, menghilangkan HP, *Flashy*, *Flashy* itu kan temen *magician* saya, pinjem itu kan dia ga bisa praktekin tapi saya dulu ketika mau beli itu di *magic shop* juga ada yang bilang jangan itu susah, jadi saya beli di *magic shop* lain karena saya sudah tau rahasianya itu ada tali dari temen yang mempraktekan kedepan saya dan dia itu ga bisa, ya itu saya beli dengan cara ke *magic shop* lain di Solo, ya jadinya saya beli, untung aja talinya bagus. Akhirnya saya coba praktekan depan kaca dan oh ya bisa, akhirnya walaupun saya mempraktekan tidak sesuai dengan video aslinya. Ada visual bangetlah jadi seolah-olah kayak HP penonton itu bener-bener ilang. Jadi saya ya praktekin-nya itu ya untuk HP ilang itu, untuk HP kembali ga bisa praktekan

Hehe dan saya pernah kecewa juga ketika membeli *trick handmade, handmade* itu rakitan tangan mereka sendiri. Jadi di video dibuatnya kayak gitu tapi ternyata *trick-*nya ga bisa dipraktikkan, akhirnya ga kepake lah intinya. Ya gitu

P: Ya berarti mengecewakan ga mengecewakan lah ya, tapi rata-rata mengecewakan ga?

N: Rata-rata mengecewakan hehe. Saran temen saya kalau membeli produknya Sansmind. Jangan membeli yang *handmade*, belilah produk yang sekiranya pabrikan. Yang bikinnya dipabrik. Bukan kayak kartu itukan *handmade*. Rakitan tangan, apalagi juga ga tahan lama kan. Kalau pabrikan tuh masih lumayan bagus

P: Kira-kira nih, diantara video-videonya itu antara Instagram atau youtube, yang paling berpengaruh terhadap keinginan masnya untuk membeli itu apa? Apa yang membuat masnya ingin membeli di video itu?

N: Karena dulu saya masih awam-awam. Kalau dulu klo dulu saya memang pengen kayak terlihat keren lah. Sulapnya tu kayak sulap luar negri killer. Faktanya ga bisa tapi setidaknya ada satu trik yang berhasil tak kuasai. Terus .. mau ngomong apa saya lupa hehe. Tapi ada juga produk sansmind yang belum pernah saya perlihatkan saat ini karena susah dan kondisi geografis yang ga mendukung

P:kalau dari faktor lain mungkin yang membuat masnya pengen beli produk sansmind . dari rekomendasi segala macem.

N: oh ya seperti yang tak omongin itu tadi yang pertama itu selain visual, pernah dimainkan sama magician di Indonesia yang terkenal termasuk deddy, dan akhirnya saya tertarik. Dan barangnya juga parbikan bukan buatan tangan

P: membeli itu karena tertarik doang berarti, ada faktor lain lagi ga dari dalam diri mungkin?

N: oh mungkin yang tak sebut trik flashy itu bukan Cuma tertarik saja, ya awlanya tertarik ketika orang bilang susah, tapi udah tau rahasianya, jadi bukan tertarik lagi, tapi penasaran.

P: oh lebih ke penasaran ya?

N: ya penasaran akhirnya beli . Juga temen saya juga tertarik ketika saya live di magetan, ketika saya live secara langsung. Dan tertarik sampai bisa mempraktekan kayak saya. Pernah juga trik itu ketika mau dipinjem sama magician tapi ketika latihan gitu dia gagal erus gitu hehe

P: emang ya emang susah alat sulap itu, ehm waktu nyari-nyari produk itu kayak ada ini ga sih kayak Batasan gitu. Kayak aku cuman pengen produk yang visual, aku cuman pengen produk yang apa gitu. Atau langsung lihat pengen beli gitu.

N: mungkin secara keseluruhan ya itu, langsung lihat pengen beli rata-rata gitu, cuman kalau sekarang sudah ga tertarik sih kalau yang visual-visual. Tapi kalau dulu sih gitu kebanyakan

P: tapi lebih ke visual berarti ya dulu

N: ya lebih ke visual kalau dulu

P: kalau nyari informasi soal sansmins berarti dari youtube doang ya. Ada ga kayak pertimbangan lihat harga gitu, lihat review. Ada ga

N: ehm ga pernah sih ehm

P: (kaget) langsung beli?

N: Iya hehe

P: oo oke oke oke jadi kalau sebenarnya diukur itu mas itu sebenarnya suka ga sih sama sansmind dari semua yang ada sebagai pertimbangan

N: kalau anda tanya saya suka apa engga saya lebih dominan ke gak Sukanya dari pada Sukanya. Saya Cuma suka tentang video mereka saja kalau triknya kurang.

P: menarik ya tapi videonya

N: cuman videonya aja yang menarik, nanti bisa dibuat contoh lah kalau seumpama saya nanti buat video sendiri

P: oke sebentar mas ya. Karena sama yang terakhir mungkin, karena sudah membeli mungkin ya. Ehm sansmind itu kira-kira kalu dari yang mas lihat, ini terakhir aja ya. Apa sih karakteristik yang buat ini sansmind banget. Kalau liat ini kayak oh ini sansmind ini, ngerti ga maksudnya

N: ya ngerti ngerti

P: gimana?

N: pertama lihat editan videonya, bedalah, yang kedua magiciannya, saya lupa
Namanya

P: Jason yu?

N: ya itu

P: hehe berarti itu melekat ya Jason Yu dalam Sansmind?

N: Intinya kan dia itu rambutnya agak Panjang sama kacamataan, pokoknya kalau
ada dia, wah berarti ini sansmind. Kan sansmind modelnya itu kan, perform terus
orangnya yang menjelaskan beda. Tiba-tiba masuk penjelasan produknya gini-gini.
Pemain perform streetnya itu beda sama penjelasannya lagi itu beda. Itu yang membuat
cirikhasnya itu

P: jadi apa, ada sub-subnya gitu ya, jadi orangnya ada bagiannya sendiri-bagiannya
sendiri gitu ya,

N: iya hehe

P: oke oke makasih mas ya udah wawancara.

N: oke.

Narasumber 2 : Rama

P = Penanya ; N = Narasumber

P: Selamat malam mas

N: Malam

P: Kalau boleh tau, siapa namanya?

N: nama saya rama isya

P: rama isya, anggota baru lama?

N: saya di komunitas magic jogja masih terbilang baru sih, baru 1 tahun kurang lah

P: umurnya kira-kira berapa mas?

N: saya umur 20 tahun

P: 20 tahun oo oke, langsung aja ya mas, oh udah berapa lama main sulap sebelumnya?

N: sebelumnya maen sulap udah lama, sekitar 6 tahun yang lalu

P: ohh Cuma baru ikut komunitas berartinya

N: baru pindah ke komunitas magic jogja

P: oh ya ya, saya pingin berbicara mengenai sansmind, tau sansmind ga

N: ya tau

P: sansmind, apa itu kira-kira

N: itu sansmind tu mirip ehm , merk yang mengeluarkan beberapa gimmick, ataupun lecture, kalau di video youtubanya dia ngeluarin lecture juga, itu kayak ellusionist, ellusionist salah satunya juga, ya itunya beda merk yang menjual gimmick atau alat sulap

P: penjualan alat sulap gitu ya

N: ya penjualan alat sulap dan merknya

P: tau sansmind dari mana?

N:tau sansmind pertama dari magicshop saya di Instagram, instagram magic shop, dia update produk sansmind, visual benget jadi udah mulai mau beli. Nah ya itu baru tau sansmind

P: selain dari magicshop itu tau sansmind? Tau ga sansmind tu punya berapa promosi alat promosi lain

N: sebelumnya ga tau

P: klo sekarang?

N:setau saya Cuma Instagram sama youtube

P: Instagram sama youtube?

N: iya

P: website?

N: saya ga pernah ke websitenya

P: ga pernah ke websitenya?

N:iya

P: oh oke oke oke, pernah liat ini, video sansmind di youtube

N: pernah

P: oke, lebih ke youtube apa Instagram?

N:Instagram, cuman kan Instagram ga lengkap, jadi ke youtube

P: ke youtube ya, oke siap, menurut masnya itu ee, target pasarnya dari Sansmind situ orang-orang kayak gimana sih?

N: menurutku target pasarnya itu orang yang baru menekuni dunia sulap, karena biasanya orang yang baru saja menekuni dunia sulap itu, dia lebih suka yang visual-visual, dilihat semua, dilihat kebanyakan sansmind itu dia lebih visual, dia lebih ke alat sulap atau gimmick. Beda klo misalnya sama kayak produk lain contoh misalnya ellusionist gitu, ellusionist kan dia mengeluarkan lecture atau misalnya pengetahuan tentang sulap, kalau sansmind sih semuanya, ampir semuanya sih itu gimmick yang bener-bener visual

P: yang bener-bener visual, oke-oke kalau dari pesulap mungkin dia ngincer pesulap yang kek gimana

N: pesulap.. ehmm dia lebih ngincer ke pesulap yang street magic, kenapa karena rata-rata alatnya itu tidak bisa dimainkan kalau di stage atau di panggung, walaupun misalnya dipanggung harus ada proyektor atau screen belakang dan ada yang ngerekam, jadi rata-rata untuk pesulap yang baru atau pesulap yang suka street magic atau yang table hook dari meja ke meja, yang kayak gitu

P: oh iya ya, kalau dari video sansmind sebenarnya, ada ga sih ciri khasnya video sansmind mungkin? Atau ciri khasnya sansmind itu sendiri, sorry-sorry, ciri khasnya sansmind itu sendiri, video juga ga papa sih.

N: ya kebanyakan sasmind itu lebih ke appearing memunculkan, kalau ga memunculkan ya menghilangkan, gitu lo

P: intinya klo ga memunculkan menghilangkan?

N: iya karena emang permainan visual kan, nah itu

P: itu kalau soal karakternya itu aja apa gimana? Ada misalnya karakteristik dari videonya gitu atau mungkin apalah

N:ehmm gimana?

P: karakteristik dari videonya mungkin? Video youtubnya, atau video instagramnya, apa biasa aja kayak video-video lainnya?

N:kalau menurut saya sih, biasa aja sih,ya itu cuman menang di, apa ya Namanya, menang di visualisasi trick aja dan, dan ga ada apa apa lagi

P: cuman gitu aja berarti ya?

N: ya

P: video-video biasa, ok, ehm kira-kira sudah pas belum ya kalau sansmind pake media youtube sama Instagram buat promosi mereka

N: kalau menurut saya sih, sudah cukup sih, emang paling banyak itu yang pertama sekarang sih youtube sama Instagram, kalau misalkan web saya ga pernah ke sana, ga pernah lihat websitenya

P: Cuma promosi youtube sama Instagram aja ya? Alasannya mungkin tau ga kira-kira? Kenapa pake media itu?

N: ehm yang pertama mungkin kalau misalnya Namanya video itu lebih jelas, dalam artian banyak orang-orang terutama di Indonesia itu yang lebih males membaca, kadang kalau kita masuk ke website terlalu banyak bacaan, tulisan-tulisan gitu, kita males bacanya, tapi kalau misalnya video, yang penting kan video tu ada efeknya dan ada tulisan sansmind itu doang. Itu kita play aja kita udah tau seperti apa. Itu lah alesannya

P: oh gitu ya alesanya, paham ga kalau misalnya ngelihat video sansmind tuh promosinya tuh, pastikan menggambar kan ya gimana triknya segala macam, itu paham ga apa yang disampein sama sansmind

N:ehm saya paham banget, soalnya walaupun dia pake Bahasa Inggris kan, dia pake Bahasa Inggris, menurut saya bagi orang yang tidak lancar Bahasa Inggris itu bahkan paham kenapa, karena dari body languages nya itu dia menggambarkannya mendektekannya itu pelan-pelan dan itu to the point banget gitu

P: oh singkat padat jelas ya

N: iya singkat

P: kalau dari tanggapannya sendiri mungkin kalau Sansmind bagaimana, secara keseluruhan mungkin

N: oke, dari gimmick yang dijual, dia bagus, bagus dalam artian, visualnya bagus banget, dan media promosinya benar-bener bagus, pake video jadi semua kalangan kena, tapi sayangnya teruma bagi orang yang udah beli Sansmind pasti kecewa, kenapa, karena ehmm tidak seperti divideonya, karena gimmicknya itu lebih ke Cuma bisa dipandang pada satu sudut saja.

P: itu parah berarti ya?

N: itu cukup parah sih, jadi memang benar pasarannya itu orang-orang awam yang baru masuk sulap, karena orang awam yang baru masuk sulap itu ga bisa bedain gitu, mana gimmick atau alat sulap yang bisa dipake di apa namanya, dari seluruh view, dari kiri dari kanan dari belakang dari depan. Dan mana gimmick yang Cuma bisa dari depan doang anglenya seperti apa gitu

P: dan sansmind mengemasnya dengan rapih mungkin

N: mengemasnya dengan rapih ya, apalagi kalau misalnya di video apa di video cuplikannya, ga kelihatan banget kalau misalnya itu Cuma bisa dilakukan di satu angle saja

P: itu. Itu ..itu cukup berdampak gak a berarti

N: banget, karena kenapa, mungkin ya bagi orang yang beli product nya dia itu, ketika dia dapet produknya, pengen nunjukan sulapnya kalo lagi ngobrol lagi dimana gitu, lagi di ruang makan atau lagi ngo..ngumpul gitu, tapi ga bisa, kenapa karena si sansmind itu cuman bisa satu angle. Kalau misalnya kita lagi ngumpul kan banyak angle ya bisa di kiri di samping dimana ya jadi kecewanya mungkin banyaknya disitu. Jadi ini tuh istilahnya gimmick khusus bikin video aja

P: oohh trick trick Instagram ah ya

N: trick trick Instagram biar buat Instagram kita kayak pesulap gitu

P: itu menjadi salah satu karakter sansmind apa ada competitor lain yang sama?

N: setau saya Cuma dia doang yang bener-bener kayak gitu

P: dia doang?

N:iya

P:karakter lagi

N: karakter dia emang kayak gitu, jadi emang khusus kalau misalkan temen-temen pesulap emang pengen buat, umpanya pengen insatgramnya kayak bener-bener pesulap ya gapapa, tapai kalau misalkan buat dimainkan ke temen-temen jangan.

P: juga bukan buat live berarti ya

N: bukan buat live

P: kalau selain itu, ada ga karakter lain yang kalau misal kita lihat itu langsung, oh ini sansmind banget nih

N:eehmm, yang .. mungkin itu aja sih, yang visual, yang bener-bener kelihatan visual banget, dan kayaknya harus memerlukan, oh gini dilihat aja dari videonya ni ya, lihat aja dari videonya dari anglenya. Akan terpaku pada satu angle, wah itu sansmind

P: ooh langsung langsung tau ya

N: langsung tau

P: yay a ya oke oke, pernah beli ga ngomong-ngomong

N: alhamullilah engga hahaha

P: tapi tau dari temen-temen gitu ya

N:iya, ketika saya tau sansmind terus kebetulan tau komunitas magic jogja, kebetulan lagi booming sansmind beberapa itu yang Flashy, menghilangkan HP dari genggaman, set , terus dibahas dan ternyata kelemahannya itu, cuman di video doang, gitu

P: ooohhhh

N: kenapa ga beli, karena kan itu gimmick ya kalau misalkan kita beli gimmick yang kayak gitu harus bener-bener original, kenapa? Kalau misalkan gimmick nya itu kw itu bisa lebih parah, bisa lebih parah, bisa ga work

P: bener-bener, sansmind ya ehm oke kalau misalnya selain tanggapan-tanggapannya lah, dari segi branding mungkin?

N: brandingnya bagus banget, brandingnya pemasarannya bagus banget, cuman kalau misalnya dia mencari konsumen tetap itu kayaknya engga

P: oh jadi konsumennya ganti-ganti terus ya?

N: ganti-ganti terus

P: beli kapok beli kapok

N: beli kapok beli kapok seperti kayak gitu hehehe

P: oke, ga recommended berarti kalau orang yang mau belajar sulap beli di sansmind duluan?

N: iya

P: bisa kapok nanti

N: iya bisa kapok iya, kecuali kalau emang dia udah mau high class, kan misal kalau kita mau high class iya klien klien liat media sosial kita, nah diliat media sosial media

sosial kita salah satunya Instagram, nah itu bisa beli di sansmind untuk memberi tau ke clien bahwa kita itu seorang pesulap

P: oohhh

N: dan itu bener efek-efeknya killer banget

P: oohh, pernah lihat mungkin, beberapa magician-magician terkenal yang pake produk sansmind?

N: ehhh engga

P: engga ya

N: engga

P:kritik dan saran udah gitu aja untuk sansmind? Apa ada mungkin kritik dan saran untuk sansmind mungkin jangan beli di situ dulu apa gimana?

N:buat apa nih buat...

P: buat pembeli-pembeli

N: buat pembelinya ya. yang baru, yang baru menekuni dunia sulap, saran saya jangan dulu termakan sama visual-visual sulap yang bagus, itu jangan dulu termakan, hati-hati aja. Karena kenapa, visualvisual yang bagus itu kadang banyak kelemahannya. Apalagi kalau kalian masih belum pro istilahnya. Kalau misalnya visualnya bagus, walaupun itu misalnya bisa dipakai di beberapa angle, tapi ketika kamu memainkannya dan kamu belum pro, bisa-bisa itu gagal

P: kalau buat sansmind sendiri?

N: buat sansmind sendiri?

P: ya, jangan nipu orang kau

N:hahahahahaahahahhaaa, kalau misalkan, harusnya ya menurut saya itu ada satu titik dimana, menjelaskan gitu. Misalkan menjelaskan ini untuk video Instagram, apa untuk video only, one angle only gitu, walaupun emang sih nantinya kan nurun ya hehehe

P: itu sama ini pertanyaan bonus lah anggepannya, ada ga sih sorry sorry apa sih pembedanya iklan sulap sama iklan biasa

N: iklan biasa maksudnya?

P: ya iklan biasa kayak iklan produk

N: oh gitu, iklan sulap itu, rata-rata ya kalau iklan sulap itu lebih ada meaning nya, maksudnya ketika dia mau menampilkan sulap gitu ada meaningnya, kalau misalkan iklan produk itu ga ada meaningnya tapi lebih ke manfaat pada produk tersebut, tapi kalau misalkan sulap itu ada meaningnya. Sulap ini maksudnya apa, misalkan apa ya, misalkan trik sulap kartu, terus orang ambil kartu satu orang ambil kartu pas dibuka kartunya sama itu tuh meaningnya bahwa orang tersebut saling terkoneksi, kayak gitu istilahnya, kayak gitu lah

P: ada meaningnya, oke oke oh kalau pembedanya iklan sulap sansmind sama iklan sulap yang lain apa

N: sansmind meaningnya dikit, karena dia banyak visual, dia istilahnya buat, dia lebih ke, istilahnya gimana ya, si sansmind itu sombong istilahnya sombing karena dia berlagak kayak penyihir gitu bisa menghilangkan bisa apa gitu karena main visual gitu, tapi kalau misalkan yang lain, video sulap yang lain itu sebelum di mainkan gitu produknya, itu dia bakal cerita dulu sedikit tentang apa tentang apa gitu

P: itu sansmind biasa langsung gitu ya

N: langsung

P: oke mungkin ada tambahan lagi sebelum kita tutup

N: eehmm kalau misalkan.. paling gini aja kalau misalkan pengen beli gimmick sansmind yang memang harus sansmind, beli yang original

P: oohh ya

N: jangan yang kw kw-an, nanti pas dimainin bisa jadi malah ga working, bisa jadi malah buang-buang duit

P: oke, makasih ya mas

N: mas rama

P: mas rama oke

Narasumber 3 : Harun

P = Penanya ; N = Narasumber

P: selamat malam , dengan siapa pak

N: dengan pak harun

P: kalau boleh tau posisinya di KMJ sebagai apa ya pak

N: sebagai pembina komunitas magic jogja

P: boleh tau kisaran umurnya aja mungkin

N: 37

P: 37?

N: ya

P: oke udah berapa lama pak di KMJ?

N: dari semenjak KMJ berdiri 2009 lalu ya jadi udah sepuluh tahun eh 2010 pak, lupa ulang-ulang, di edit ya entar di edit. Dari 2010 sampai sekarang KMJ masih aktif ya kebetulan ya

P: saya sebenarnya mau meneliti tentang salah satu produsen sulap, Namanya sansmind, tau ga pak

N: tau sansmind tau

P: dari Canada kalau ga salah

N: iya-iya bener

P: yang mau saya teliti lebih tepatnya adalah bagaimana bapak bisa mengetahui adanya sansmind dalam dunia sulap

N: karena kita sebagai pesulap harus update ya jadi update masalah ilmu-ilmu baru teori-teori baru metode metode baru dan itu di dunia itu ada beberapa dan salah satunya yang terbesar adalah sansmind, jadi kita tau ya kalau masalah produk-produk kayak gitu kita wajib tau. Apaladi dengan adanya internet, jadi semua udah bisa kita cek di internet, produsen-produsen mana aja yang besar dan terpercaya pastinya, tentunya Sansmind

P: kira-kira kan ada beberapa produk komunikasi sansmind, kira-kira Taunya dari mana deh, publikasi sansmind-sansmind

N: kebanyakan dari youtube kebanyakan dan juga di beberapa ini apa, penyalur jasa itu apa ya jadi ada yang kulakan di sana terus di jual di Indonesia itu apa ya namanya

P: reseller

N: reseller-reseller ya, itu di situ kita bisa tau

P: oke itu kalau dilihat dari videonya youtube, itu kira-kira sansmind itu nyari pembeli yang kayak gimana sih tipikalnya

N: kalau tipikal pembeli sih sansmind itu lebih menyebar ya, jadi dia menyediakan produk-produk dari kualitas beginner, expert, advance dan lain sebagainya. Jadi pasarnya dia itu luas gitu, jadi pesulap baru bisa masuk ke sana, pokoknya pasarnya luas, emang ada kategori-kategori sendiri sih yang disediakan di sansmind dan apa namanya, untuk produk-produknya sih akhir-akhir ini lebih mementingkan di produk-produk yang visual. Sama produsen-produsen lain yang mementingkan metode-metode baru, teori-teori baru itu engga, kalau sansmind itu lebih ke produk barang dan itu untuk permainan-permainan yang visual untuk akhir-akhir ini

P: menurut masnya ada ga media promosi lain selain video

N: kalau untuk sansmind?

P: iya dari sansind sendiri

N:kalau untuk produknya sih emang harus videonya kalau menurutku, kadang video terus ada deskripsinya juga, terus kalau liat di webnya itu ada deskripsinya, selain kita bisa liat videonya, kita bisa liat deskripsinya, itu model permainannya seperti apa, efeknya gimana, tingkat kesulitannya gimana, kayak apa dan lain sebagainya, tapai kalau pengen lebih jelasnya mereka juga memberikan video juga biar kita bisa lihat gitu.

P: gak pernah ada even berarti ya apa gak pernah tau ada even, bikin even sulap apa segala macem buat memperkenalkan diri

N: mmmm, ga pernah tau kalau ada even

P: kalau selain dari youtube pernah lihat dari mana lagi

N: dari reseller

P: oh reseller mungkin tak sebutin, web Instagram?

N: Instagram ada, terus dari web-web Indonesia juga ada, jadi ada web-web Indonesia itu yang mennetukan produk-produk di seluruh produsen-produsen di dunia, jadi dia ambil dari produsen, eee, dari sansmind, ambil dari murphys, ambil dari illusionis dan lain sebagainya, nah itu disatuin di situ, yang bagus-bagus di sortir, ibaratnya dia beli tapi untuk dijual lagi di Indonesia gitu. Nah kita gak perlu cek satu per satu webnya kita bisa liat juga di web itu di web produsen, eh sorry reseller 5.35 .

11.11 slow mo

P: boleh tau ga webnya Namanya apa

N: ada salah satunya itu smile man shop, iya. Bener gay a, kayaknya beneran deh entar di cek aja

P:efektif ga kira-kira kalo promosikannya pake video

N: eeeee tergantung isi videonya sih ya kalau sebenarnya sansmindnya adalah salah satu produsen sulap yang banyak kontroversinya, ya e karna dia hanya melakukan, promo lewat trailer-trailer apa, permainannya itu dengan banyak sekali editing-editing video, emang sih diliat itu sangat mengesankan cinematic-cinematicnya bagus banget, tapi kita ga butuh yang seperti itu, kita butuh yang ada real performernya dan

kebanyakan dari video sansmind itu eh ada sih ada e trailer performance nya itu di tayangin juga, cuman disitu masih ada cut editing lagi, jadi kita kurang-kurang puas lah. Tapi buat pesulap-pesulap aku ada pesen sih, gimana caranya biar ga ketipu ya dalam tanda kutip ketipu dengan trailer-trailer video gitu, pengen tau ga caranya?

P: pengen gimana tuh caranya?

N: caranyaa jadi ada web Namanya magic café, magic café itu forum kek klo di Indonesia itu kaskus, yang kalau di dunia itu magic café yang mengumpulkan seluruh magician di dunia buat magician tekenal. Jadi disitu ada magician-magician pro tapi kebanyakan magician yang ga pro, nah kita bisa tanya jawab di situ. Produkmu gimana, ini gimana dan bahkan ada yang udah beli produknya dan dia kasih review di situ, ada nih dan situ ada trik trik sendiri jadi trik ini produk ini Namanya ini lengkap kamu klik, disitu ada reviewnya. Trailer ini, kesulitan nya segini-seini, tapi nanti kalau udaha da yang beli nah dai kasih review juga, tadi kan yang awal itu yang buka thread itu biasanya kan eh dari produsennya sendiri, nah sedangkan nanti kalau udah mulai di launching produknya pasti banyak review-review dari orang-orang biasa, pesulap-pesulap yang ga ada namanya lah ibaratnya gitu. Pesulap-pesulap local, pesulap pesulap hebat dari seluruh dunia yang ngasih review, dan di situ kita baru tau oh ternyata yang ini bagus yang ini ternyata ada kurang nya, ini hanay bisa dilakukan oleh kamera, ini ga bisa dilakukan secara live kek gitu, jadi sering-sering aja update di situ

P: kalau sansmind pernah ga ada di situ?

N: bukan sansmind nya tapi salah satu anggota sansmind ada di situ

P: will tsai?

N: will tsai sepertinya juga ada ya

P: dia buka thread di situ?

N: iya produk apapun disitu ada, kalau misalnya dia ga buka thread pasti ada orang yang buka thread walaupun bukan produsen

P: kalau boleh tau rata-rata penilaiannya gimana, penilaian orang-orang sama thread itu

N: thread khusus sansmind sama yang lain? kebanyakan sansmind itu kebanyakan buruk ya, ya karena kebanyakan ya itu hanya buat kamera doang gitu, jadi kita kalau maintain live itu ga bisa, tapi buat kebutuhan Instagram ga papa buat kebutuhan youtube ga papa efeknya emang visual cuman, ya tidak bisa dimainkan secara langsung dihadapan orang

P: kalau ini mungkin bakal balik ke video karena video mungkin dia cuman dari video, saya baru tau itu, kalau dari video itu sendiri, masnya itu kira-kira paham gak ya mas, yang disampaikan sama sansmind itu dalam videonya, sekali lihat maksudnya dalam artian, oh ini triknya efeknya begini, bisa dimainkan sama siapa, itu paham ga kira-kira

N: dalam segi pesulap apa dalam segi penikmat

P: pokoknya sebagai orang yang nonton mas, jadi dari masnya sendiri, berarti harusnya kan dari masnya sendiri berartikan dalam segi pesulap

N:paham, maksud yang disampaikan?

P: betul

N: paham paham

P: jadi langsung ngerti begitu lihat videonya

N: paham efeknya apa dan sebagainya itu paham, cuman yang kita tahu, apakah ini bisa dimainkan di real live , itu doang, pertanyaannya disitu

P: ini buat ambigu berarti?

N: ya, kalau efeknya apa kita paham

P: pernah ga beli prduk sulap sansmind?

N: pernah satu, pernah

P: tanggapannya waktu beli

N: kecewa, jadi ternyata ga seperti yang ada di trailer gitu, jadi ya sama, sama kayak yang aku sebutin sebelum-sebemunya, jadi ternyata kalau dimainin di live itu juga ya niatnya kita pengen buat penonton terkagum, ternyata engga

P: kita yang kagum ya?

N: ya, kita kagum kenapa kok penontonya tau hehe

P: kapok berarti ya

N: ya bukan kapok lagi sih, tetep harus menghargai kreatifitas, cuman ya saran aja sama masukan, mas klo kenal product sansmind tolong dikasih tau ya. Kalau bisa bikin video yang masuk akal

P: kembali ke pertanyaan sanmind, kan kalau setiap perusahaan pasti punya nilai-nilainya sendiri kan gitu, misalnya eehm kayak apa ya, ngangkat budaya atau angkat apa segala macem, kalau sansmind itu kira-kira yang buat orang tiba-tiba ngerti kalau ini sansmind banget itu apa ya

N: dari editing videonya, dan dari.. jadi gini, bagusnya di Sansmind itu siapapun peciptanya yang ada di video ya orang-orang itu terus. Timnya sansmind, jadikan kita tau, oh itu ada si Zee ada sih Will Tsai. Ada siiii dan macem-macem lah ya. Dan kalau itu udah pasti itu sansmind. Eiting videonya itu khas banget, berkarakter banget, jadi kita tau. Itu produknya ini produknya ini, karena. Emang kalau dilihat dari kualitas video trailer. Sansmind itu nomor satu. Cinematicnya dapet, efeknya dapet, semuanya dapet. Jadi kita paham banget kalau itu produk sansmind atau bukan gitu

P: karakternya di cinematicnya berarti?

N: ya di videonya

P: kalau dari produk-produknya ada ga kesamaan dari tiap produk itu

N: eehmm ya paling, oh ya akhir-akhir udah ini.. metodenya udah berkembang gitu, jadi ga kayak dulu satu metode doang tapi bisa berbagai macam produk gitu. Kalau dulu masih gitu, yang bentuk flap gitu kan satu metode doang bisa dijual beberapa product, padahal sama pake flap juga, gitu kurang lebih ya

P: waktu beli, saya mau nanya waktu beli, itu atas keinginan sendiri atau dipengaruhi orang lain?

N: atas keinginan sendiri karena terpicat oleh video yang sangat mengagumkan

P: tapi apa ga pernah lihat mungkin magician-magician luar pake product sansmins?

N: nah waktu itu kesalahan ku sih, jadi aku belum pernah lihat review-review lain, dan atau dari web manapun itu ga pernah, yang aku lihat ya kalau video promonya itu ya aku cuman lihat itu doang gitu dan promonya menarik dan lain sebagainya aku beli. Dan setelah itu setelah kejadian itu aku belajar dair pengalaman. Jadi sebelum beli product kita harus cari review dlu. Penting itu

P: jadi atas dasar pengen doang?

N:iya, karena itu bagus, efeknay itu bagus, efek permainan sansmind itu efeknya, efeknya lo ya jangan tanya metodenya

P: berarti kalau boleh aku gambarin itu berarti begitu ngelihat terus pengen beli terus pengen beli, waktu itu

N: ya waktu itu

P: sekarang berarti ? kalau sekarang ada perubahan ga? Ada ga pertimbangan lain untuk beli produk sansmind mungkin?

N: banyak pertimbangannya

P: dari review dulu berarti ya

N: ya, dari review dulu, review itu selain dari magic café, kita juga bisa dari ini, dengerin orang di youtube, jadi di youtube itu ada beberapa chanel yang ga ngasih review doang secara teori tapi dia memainkannya langsung untuk kita, jadi di video-video di cut, nah di channelnya orang itu ga di cut dari awal sampe akhir, jadi kelihatan proses yang disembunyikan di video promonya itu apa. Seperti itu, itu juga bermanfaat sekali

P: disembunyikan mungkin takut kelihatan cacatnya mungkin?

N: bukan kelihatan cacatnya, jadi kalau video itu ditampilin, tanpa di cut, kita pesulap yang mungkin udah banyak pengalaman soal gimmick ya katakanlah gimmick, kita udah paham itu pake gimmick apa, metodenya gimana, makanya dia menyembunyikan itu, biar kita ga tau kalau kita ga beli.

P: itu sebenarnya curang juga ya

N: curang, karena kita jadi merasa tertipu itu tadi

P: apa cuman sansmind yang ngelakuin itu atau ada product lain mungkin ada?

N: ada product lain, produsen lain ya cuman ga sesering sansmind

P: karakter mungkin hehe

N: iya mungkin bisa menjadi suatu karakter

P: kalau gitu sekalian terakhir mungkin mas. Saran mungkin selain yang tadi mungkin kalau misal mau nambah-nambahin mungkin, saran

N: buat siapa?

P: buat ya product sansmind buat para pembeli-pembeli lain gitu

N: ya, jangan langsung dimakan mentah-mentah apa yang anda lihat, karena belum tentu product yang ada inginkan itu semenarik yang anda lihat, jadi emang harus kita rajin liat review pastinya ya, review di youtube di web lihat ratingnya, atau bahkan aku, ga tau ya, udah lama ga buka web sansmind, biasanya kalau di salah satu produsen kan ada yang Namanya penguin, kalau di penguin disitu sangat bebas sekali kalau memberikan komentar di produknya, plus ngasih bintang, jadi kalau kamu beli penguin, disitu ada reviewnya plus komentar-komentar kayak kamu lihat di tokopedia lah ya.

P: oh iya

N: nah kayak gitu, jadi ada komentar-komentarnya, bahkan kalau jelek pun, disitu bakal diomongin jelek dan komentarnya ga akan dihapus, kalau di penguin gitu. Jadi kita ga merasa tertipu. Nah semogaa. Itu saran untuk kita ya sebagai pembeli dan saran untuk sansmind mungkin kalau mau ngomong juga, tolong di kasih review kek

penguin, disitu bagus banget dan eeee.. intinya jangan umpet-umpetan lah, gitu gimana ya gimana ya kek kita itu pengen beli, pengen beli dan harganay tau sendirikan, harga-harga product luar negri itu kan ga murah gitu, apalagi kita kalangan mungkin kalangan, dek siapa Namanya misael ya? Misael itu mahasiswa yang masih butuh bayar kos masih butuh ini, udah nabung tapi ternyata kecewa gitu kan, dan aku meh ngajari elek ki pie, nda usah nda usah. Ya mugnkin tiu aja. Saran-sarannya

P: oke, makasih pak ya

N: sama-sama

P: semoga bisa saya olah datanya pak

N: semoga berhasil juga dan diberi kelancaran juga skripsinya ya

P: amin-amin