

BAB IV

PENUTUP

a Kesimpulan

Media sosial merupakan sebuah media yang menggunakan internet untuk pengguna bisa saling berhubungan, berinteraksi, dan berbagi dengan yang lainnya. Media sosial tersebut digunakan untuk menyampaikan pesan dari perusahaan kepada pelanggan yang berguna untuk selalu menjalin relasi serta komunikasi daripada sang pemilik bisnis dan pelanggannya. Instagram adalah media sosial yang menggunakan aplikasi berbasis foto. Foto tersebut bisa di selipkan sebuah *caption* untuk menjelaskan apa maksud dari foto tersebut.

Little Owl Cafe menggunakan media sosial Instagram karena platform ini adalah aplikasi yang tidak berbayar yang bisa digunakan secara maksimal. Pada era digital sekarang Instagram merupakan salah satu media sosial yang paling populer, terutama di kalangan anak muda. Little Owl Cafe memilih media sosial Instagram untuk menyapa pelanggan dan berpromosi karena banyak pengguna yang dapat diraih dari media sosial Instagram ini.

Media sosial Instagram Little Owl Cafe digunakan sebagai media untuk promosi, menyapa pelanggan, dan media penyiaran lowongan pekerjaan. Media sosial Instagram milik Little Owl Cafe berfokus pada media untuk menyapa pelanggan, agar dapat menarik pelanggan untuk terus mengingat keberadaan dari Little Owl Cafe. Konten dari Instagram Little Owl Cafe pula di buat secara serius dan mengutamakan kualitas. Maka tidak hanya dibuat secara asal – asalan saja, namun dikonsep dengan baik dengan foto – foto yang berkualitas bagus. Konten

yang diunggah konsisten, kemudian juga menjadikan pelanggan adalah seorang teman. Maka Instagram Little Owl Cafe senang digunakan untuk interaksi dari pihak Little Owl Cafe dan pelanggan tersebut.

Konten dari media sosial Instagram Little Owl Cafe adalah mengunggah foto dari produk – produk Little Owl Cafe, kemudian *ambience* yang ada di lokasi Little Owl Cafe, dan beberapa pengunjung dari berbagai usia juga di tampilkan. Selain itu Little Owl Cafe sangat memperhatikan mengenai informasi – informasi yang ditampilkan, seperti jam operasional, kemudian ada hari – hari tertentu yang memberikan hiburan berupa *live music* beserta jamnya. Tidak lupa pula alamat dan nomor telepon yang bisa dihubungi dari Little Owl Cafe.

Tahapan dari proses penyampaian pesan di media sosial Little Owl Cafe adalah *brainstorming* dengan tim media sosial beserta *owner* untuk mendiskusikan desain, target, konten yang diunggulkan, dan promo – promo. Setelah itu tim media sosial akan membuat rancangan yang kemudian ditujukan kepada *owner*, setelah cocok kemudian menuju eksekusi pengambilan foto, dan kemudian diunggah ke Instagram.

Pesan yang selalu tersirat di media sosial Little Owl Cafe adalah bersifat mengajak. *Caption* yang ditulis di Instagram Little Owl Cafe bersifat menyapa pelanggan, bagaimana hari mereka berjalan hari ini. Kemudian akan disematkan ajakan untuk datang ke Little Owl Cafe. Terutama pada hari – hari *weekend* atau pada saat hari adanya *Live Music*.

a Saran

Dalam rangka untuk memaksimalkan penggunaan Instagram di Little Owl Cafe, peneliti ingin memberikan saran terkait pengembangan dari penggunaan Instagram yaitu dengan cara mengadakan promo – promo atau event yang bisa menambah pengikut di Instagram Little Owl Cafe, dengan semakin banyaknya pengikut yang ada maka proses penyampaian pesan yang terjadi di Little Owl Cafe semakin maksimal. Dengan pesan yang menerima makin banyak, akan lebih banyak lagi interaksi yang terjadi dan pesan – pesan yang ingin disampaikan semakin luas. Dengan begitu akan bertambahnya eksistensi dari Little Owl Cafe itu sendiri.

Memanfaatkan media sosial lainnya seperti Google Bussines dan Facebook, agar jangkauannya makin luas untuk para calon – calon pelanggan. Saran untuk peneliti lanjutan, bagus untuk melanjutkan penelitian ini dengan menggunakan subjek yang berbeda. Agar dapat dikaji lagi mengenai proses dari penyampaian pesan dari perusahaan berbeda yang mungkin strategi lain yang ditemukan dapat membuat proses penyampaian pesan menjadi lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, Lidya. 2015. Komunikasi Pemasaran Melalui Media Baru Di Serambi Botani. Diakses dari <https://media.neliti.com/media/publications/233741-komunikasi-pemasaran-melalui-media-baru-b9c4515a.pdf> pada tanggal 9 Maret 2019.
- Anindityo, Fityan Yudhan. 2015. Mengenal Karakteristik New Media atau Media Baru. <https://www.kompasiana.com/iyannarendra/54f349207455137e2b6c6f60/mengenal-karakteristik-new-media-atau-media-baru> pada tanggal 27 Mei 2019.
- Djaslim, Saladin Yeyis Marty Oesman. 2002. Intisari Pemasaran dan Unsur-Unsur Pemasaran. Bandung: Linda Karya.
- Effendy, Onong Uchjana. 2000. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung: PT. Remaja Rosda Karya
- Fandy Tjiptono. 2009. *Strategi Pamasaran Edisi Ketiga Cetakan Pertama*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Fang Chen-Ling dan Lie Ting. 2006. *Assessment of Internet Marketing and Competitive Strategies for Leisure Farming Industry in Taiwan*. *Journal of American Academy of Business*. ISSN 15401200, Volume 8 Issue 2, hal 296- 300. Cambridge.
- Gita Aprinta E.B, Errika Dwi S.W. 2017. *HUBUNGAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DENGAN TINGKAT KEPEKAAN SOSIAL DI USIA REMAJA*. https://www.researchgate.net/publication/321215873_Hubungan_Penggunaan_Media_Sosial_dengan_Tingkat_Kepekaan_Sosial_di_Usia_Remaja pada tanggal 9 Maret 2019.
- Hatem El-Gohary. 2010. *E-Marketing - A literature Review from a Small Businesses perspective*, *International Journal of Business and Social Science*, Vol. 1, No. 1.
- Hasibuan, Lynda. 2019. *Instagram Error, Berapa Jumlah Penggunanya*. <https://www.cnbcindonesia.com/fintech/20190314125824-37-60635/instagram-error-berapa-jumlah-penggunanya-di-ri> pada tanggal 26 April 2019.
- Hermawan, Agus. *Komunikasi Pemasaran*. 2012. Erlangga: Jakarta.

- Indriyo Gitosudarmo. 2000. *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua Cetakan Keenam*. Yogyakarta: BPFE.
- Kaplan, A.M & Michael Heinlein. 2010. *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media*. Business Horizon 53 hal. 59-68. Terarsip dalam: <http://michaelhaenlein.eu/Publications/Kaplan,%20Andreas%20-%20Users%20of%20the%20world,%20unite.pdf> pada tanggal 12 Maret 2019.
- Kriyantono. 2006. *Teknik praktis riset komunikasi*. Jakarta: Kencana
- Kotler, Philip, Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid 2*. Jakarta: Erlangga
- Maulana, Herdiyan. 2013. *Psikologi Komunikasi dan Persuasi*. Jakarta: Akademia Permata.
- Mohammed, Rafi A; et al. 2003. *Internet marketing : Building Advantage In A Networked Economy*. (2nd ed). New York: McGraw-Hill
- Moleong, J. Lexy. *Metode Penelitian Kualitatif*. 2007. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Milles dan Huberman. *Analisis Data Kualitatif*. 1992. Jakarta: Universitas Indonesia Press.
- Miliza Ghazali. 2006. *Buat Duit Dengan Facebook dan Instagram: Panduan Menjana Pendapatan dengan Facebook dan Instagram*. Malaysia: Publishing House.
- Mutaqqin Z. 2011. *Facebook marketing dalam komunikasi pemasaran modern. Teknologi*. Vol. 1 (No: 2) : Hal 103 – 109.
- Pertiwi, Wahyunanda Kusuma. 2019. *Separuh Penduduk Indonesia Sudah "Melek" Media Sosial*. <https://tekno.kompas.com/read/2019/02/04/19140037/separuh-penduduk-indonesia-sudah-melek-media-sosial> pada tanggal 27 Mei 2019.
- Putri, Dhita Widya. 2017. *Analisis Strategi Perencanaan Pesan pada Akun Instagram E-Commerce @thekufed*. <http://journals.usm.ac.id/index.php/the-messenger/article/download/429/258> pada tanggal 26 Mei 2019.
- Rulli, Nasrullah. 2015. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi*. Jakarta: Simbiosis Rekatama Media

- Sanapiah, Faisal. *Format-format Penelitian Sosial*. 2005. Jakarta: Rajawali Press
- Shirisha, M. 2018. *Digital Marketing Importance in the New Era*.
http://www.ijetsr.com/images/short_pdf/1516243010_612-617-SJ51_ISSN10.pdf pada tanggal 3 Mei 2019.
- Sugiyono. 2016. *Metode penelitian; kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Tasruddin, Ramsiah. 2015. *Strategi Promosi Periklanan yang Efektif*.
<http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/Al-Khitabah/article/download/2623/2473> pada tanggal 14 Mei 2019.
- Tim Pusat Humas Kementrian Perdagangan RI. 2014. *Panduan Optimalisasi Media Sosial*. Diakses dari
<http://www.kemendag.go.id/files/pdf/2015/01/15/buku-media-sosial-kementerian-perdagangan-id0-1421300830.pdf> pada tanggal 12 Maret 2019.
- Tjiptono, Fandi. 2001. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI
- Unonongo, Wulantyha. 2015. *Fungsi Promosi dalam Meningkatkan Daya Beli Gadget Samsung di Kota Manado*.
<https://media.neliti.com/media/publications/92615-ID-fungsi-promosi-dalam-meningkatkan-daya-b.pdf> pada tanggal 11 Mei 2019.
- Wahyuningsih, Sri. 2018. *Social Media Monitoring and Evaluating Instagram "Official Side Channel"*.
<https://www.kompasiana.com/sriwahyuningsih8136/5b4f1364ab12ae2e90657112/social-media-monitoring-and-evaluating-instagram-official-side-channel?page=all> pada tanggal 27 Mei 2019.
- Zarella, Dan. 2010. *The Social Media Marketing Book*. Canada: O'Reilly Media.



LAMPIRAN

No	Tujuan Penelitian	Unit Analysis	Indikator	Sumber data	Metode Penelitian	Daftar Pertanyaan
1	Mendeskripsikan promosi Instagram dari Little Owl Cafe	Promosi	Empat tujuan promosi menurut Tasruddin: a. Modifikasi tingkah laku b. Memberitahu c. Membujuk d. Mengingat	Strategic Planner Creative Director Owner	Wawancara Mendalam	Sesudah di upload Eksekusi
2	Mengetahui strategi penyampaian pesan Little Owl Cafe	Strategi penyusunan pesan	Empat kondisi menurut Effendy a. Pesan harus dirancang dan disampaikan dengan sedemikian rupa, sehingga dapat menarik komunikan. b. Pesan harus menggunakan lambing – lambing tertuju kepada alamat yang sama antara komunikator dan komunikan, sehingga sama – sama dimengerti. c. Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi komunikan dan menyarankan beberapa cara untuk memperoleh kebutuhan tersebut. d. Pesan harus menyarankan suatu jalan untuk memperoleh kebutuhan yang layak bagi situasi kelompok dimana komunikan berada pada saat ia digerakkan untuk memberikan tanggapan yang dikehendaki.	Strategic Planner Creative Director	Wawancara Mendalam	Sebelum diupload Perencanaan media sosial
3	Mengetahui pemanfaatan media sosial Instagram	Media Sosial	Lima jenis media sosial a. Aplikasi Media Sosial Berbagi Video b. Aplikasi Media Sosial Mikroblog	Creative Director Fotografer Admin		

			c. Aplikasi Media Sosial Berbagai Jaringan Sosial d. Aplikasi Berbagi Jaringan Profesional e. Aplikasi Berbagi Foto			
--	--	--	---	--	--	--



Catatan observasi

Tanggal	Jam	Kegiatan
29 Juni 2019	14.00 – 16.00	Datang ke Little Owl Café, untuk bertemu dengan pemilik dan tim media sosial untuk meminta ijin melakukan observasi untuk data skripsi.
1 Juni 2019	10.00 – 14.30	Hari pertama observasi di Little Owl Café. Melihat rapat kecil yang diadakan oleh pemilik dan tim media sosial, untuk bedah konten yang akan disediakan selama satu bulan ke depan. <i>Brain storming</i> ide, promosi, warna, ambience, ekspresi, dll
3 Juni 2019	10.00 – 14.00	Mengamati proses kerja tim media sosial. Strategic planner merancang konsep untuk bulan depan yang berdiskusi dengan creative director
4 Juni 2019	10.00 – 12.00	Hasil diskusi kemarin ditunjukkan kepada pemilik, kemudian di setujui. Creative director mencari referensi foto untuk dibuat menjadi editorial plan
5 Juni 2019	10.00 – 13.00	Creative director membuat editorial plan dari referensi foto yang sudah dicari kemarin. Kemudian langsung diberikan ke strategic planner untuk dikoreksi. Disetujui kemudian creative director akan bertemu dengan fotografer besok
6 Juni 2019	10.00 – 13.00	Creative director menyiapkan atribut foto dan menu yang ingin di foto sesuai editorial plan yang sudah di buat kemarin. Serta memberi brief kepada fotografer tentang foto apa saja yang akan di ambil hari ini.

7 Juni 2019	10.00 – 12.00	Sortir gambar dan editing fotografer bersama dengan creative director. Foto blur disisihkan, kemudian foto dari beberapa menu yang sama diambil angle foto yang paling bagus.
8 Juni 2019	10.00 – 14.00	Creative director akan memberikan foto yang sudah selesai di sortir ke strategic planner. Sudah approve, kemudian creative director membuat editorial hingga terpenuhi 31 Foto dan 31 inti caption foto yang akan dijabarkan oleh admin besok.
9 Juni 2019	10.00 – 14.00	Admin mengerjakan 31 caption untuk 31 foto dari editorial yang sudah disiapkan oleh creative director yang akan di gunakan untuk upload bulan depan. Yang terselesaikan 15 foto dalam satu hari.
10 Juni 2019	10.00 – 12.30	Admin menyelesaikan sisa 16 caption yang kemarin belum terselesaikan. Dan mengunggah foto yang sudah disiapkan untuk hari ini. Hari ini lebih cepat karena bahan referensi inti sudah di cari kemarin.
19 Juni 2019	10.00 – 14.00	Wawancara dengan tim media sosial Little Owl Café
20 Juni 2019	16.00 – 19.00	Nongkrong di Little Owl Café dan mewawancarai 1 orang customer (dipilih yang datang sendirian)
21 Juni 2019	13.00 – 16.00	Nongkrong di Little Owl Café dan mewawancarai 2 orang customer (dipilih yang datang sendirian)
23 Juni 2019	12.00 – 14.00	Wawancara dengan pemilik Little Owl Café dan berterima kasih atas diberikannya kesempatan untuk mengumpulkan data di Little Owl Café.

TRANSKRIP WAWANCARA

Strategic Planner

P = Peneliti

SP = Strategic Planner (Mbak Lea)

CD = Creative Director (Mbak Dita)

Ad = Admin (Mbak Nabila)

Ft = Photographer (Mas Putu)

O = Owner (Pak Andi)

CA = Customer A

CB = Customer B

CC = Customer C

P : Selamat siang Mba Lea, saya Renata. Boleh bertanya – tanya sedikit?

SP : Halo mba, boleh mba. Mau tanya – tanya tentang apa nih mba?

P : Kan saya lagi mengerjakan penelitian nih mba, mengenai Instagram dari Little Owl Café. Kebetulan mba Lea disini kan team media sosial Little Owl Café. Jadi pengen tau aja seputar pembuatan konten, terus tugas tugas mba Lea sebagai team media sosial.

SP : Oh boleh aja. Dengan senang hati akan saya bantu mba.

P : Kalau mba Lea sendiri di team ini sebagai apa?

SP : Kalau aku sebagai strategic planner mba.

P : Apa saja tugas mba Lea sebagai Strategic Planner?

SP : Kalo aku sendiri sih nggak selalu ngikutin sesi foto per visit gitu, tapi ya biasanya kalo pas lagi nggak ada kerjaan di kantor ya ikut aja. Biasanya h-1 Dita visit aku udah kasih konsep ke Dita. Nah Dita selaku Creative Director, jadi nanti biasanya dari aku terus ke Dita nanti Dita kasih brief ke fotografer sama adminnya. Jadi kalo jobdesk aku sendiri nanti nentuin sama ngontrol foto yang di upload di Instagram setiap hari. Aku pasti cek harus sesuai brief awal dari warna, trus font yang dipake juga nggak boleh ganti – ganti harus stabil. Sudut gambarnya juga aku

nggak mau monoton, ya kaya gitu – gitu lah. Terus aku juga ngerancang konsep fotonya buat satu bulan kedepan terus nanti biasa aku tunjukkan dulu ke owner, ide nya masuk nggak buat dia. Soalnya biasanya aku suka cari – cari ide baru buat memperbaharui juga instagramnya biar nggak bosan yang ngeliat.

P : Apa aja yang harus dipertahankan dari segi konsep memangnya?

SP : Banyak sih, kalo dari aku sih angle foto, yang penting nggak monoton terus juga harus fotonya kalo makanan bisa bikin orang laper pengen makan itu. Kalo misalnya minuman juga aku ngeharusin minumannya kaya bikin orang haus gitu, kalo upload nya siang gitu panas – panas kan asik ngeliatin upload an yang adem sampe netes – netes gitu embun es batunya. Hahaha. Terus juga kalo desain biasanya aku stabil formatnya, misalnya kaya awal aku buat gitu aku kasih ke owner. Dia suka kan, ya desain selanjutnya aku pake format yang mirip – mirip sama biar paling ngga pas di Instagram diliat gitu nggak aneh. Terus juga kalo karakteristik warna aku biasanya stay sama yang dimau in owner. Owner minta nya warm gitu tone nya, sama owner pengen warnanya coklat sama krem gitu. Ya aku selalu pake tone warna itu. Soalnya semburat – semburat coklatnya selalu aku kasih biar warnanya sama semua. Terus dari segi font, aku pake font yang sama semua kalo misalnya buat promo, atau open recruitment gitu. Terus jadwal upload sih nggak terlalu sepaneng ya, jadi yang penting sih nggak tengah malem banget nggak pagi banget juga. Misalnya kalo mau upload foto makanan berat gitu ya di upload agak siang an jam 11 gitu, jadi pas orang liat nanti kepengen makan di Little Owl jadinya. Sama kaya minuman yang adem – adem ya uploadnya buat siangan gitu. Kalo buat malem – malem biasanya upload suasana nongkrong gitu juga oke. Gak mesti juga sebenarnya jadwalnya soalnya, yang pas aja soalnya admin juga cek flow nya. Ya kebanyakan sih upload nya di jam prime time. Jam 12-2 sama jam 6-7 biasanya orang lagi banyak yang nyantai jam segitu nah kalo orang lagi nyantai banyak biasanya pada scrolling Instagram aja, nah biar fotonya keliat sama banyak orang.

P : Terus kerjanya ngapain lagi mbak?

SP : Aku itu ceritanya mengepalai gitu sih, jadi aku wajib ngeliatin kerjanya anak – anak. Ya creative director, ya fotografer, terus admin juga. Biasanya sih aku control aja, kalo ada kendala baru mereka nanya. Kalo selama nggak ada ya aku Cuma control udah bener belom kerjanya, sesuai nggak sama konsep yang aku udah buatin. Yang penting nggak melenceng.

P : Konsep nya Instagram Little Owl Café gimana sih ?

SP : kalo aku sih yang harus stabil pasti warna yah, warna Instagram terus produk yang di upload. Soalnya kalo warnanya beda gitu kan aneh, misalnya aku kebanyakan masang warna coklat, mendadak ada tone warna yang ngejreng misalnya pink gitu kan jadi aneh. Nggak nyambung banget kan. Terus aku biasa ngutamain tempat juga, karena owner pengen tempatnya di ekspose juga kan soalnya tempatnya enak. Terus fasilitasnya juga oke, jadi pengen ditunjukkan ke pelanggan. Terus yang harus diperhatiin dari sebuah foto itu nanti jangan sampe fotonya mengandung unsur sara ataupun hal – hal yang nggak sopan. Misalnya kita lagi take foto terus lagi ada pelanggan – pelanggan yang ikut ke foto, nah itu kita harus hati – hati banget soalnya takut kelihatan yang nggak pantas. Misalnya nggak sengaja kefoto paha nya ya pas lagi pake rok pendek banget kan. Ato pas nunduk – nunduk terus nanti dadanya kelihatan. Nah itu nggak boleh. Kan nggak sopan juga ya apalagi mau di upload. Biasanya aku minta beberapa candid dan ya kalo bisa cantik ato ganteng gitu kan, nggak pas mrenget gitu. Orangnya pas di upload juga kan pasti nggak seneng. Tapi kalo pas mereka ngerasa cantik ato ganteng kan pas kita upload dia juga seneng. Nah terus aku make font itu juga biar nggak rempong, kalo pake font yang aneh – aneh nanti malah ribet nggak kebaca diliat orang. Jadi yang penting malah informasi nya kesampai di pelanggan, juga gambarnya tetep indah. Jadi nggak perlu pake font yang ruwet banget, malah kalo nggak kebaca jelek.

P : Terus apalagi yang harus diperhatiin pas upload foto sih? Yang bersangkutan dengan caption sama hastag.

SP : Kalo di Little Owl Café dulu sebenarnya owner minta caption basicnya semua inggris, soalnya karna ada di kawasan wisata dan yang datang itu beberapa banyak

yang bule. Cuma setelah berjalan berapa lama, admin nya agak kesusahan bercerita kalo pake Bahasa Inggris, makanya akhirnya aku minta pengajuan kalo bahasanya diganti Bahasa Indonesia aja boleh nggak. Soalnya biar captionnya bisa lebih maksimal juga kan, sayang kalo cuma susah cerita captionnya jadi sedikit.

P : Ah begitu. Terima kasih banyak atas waktunya ya mba, maaf sudah mengganggu. Selamat bekerja kembali mba.

SP : Sama – sama mba Renata. Aku lanjut lagi yah, mau ambil properti dulu buat motret lagi abis ini. Semoga sukses ya kamu..

P : Amin mba. Semoga sukses juga, terima kasih ya mba..

CD

P : Selamat siang Mba Dita, saya Renata. Boleh bertanya – tanya sedikit?

CD : Halo mba, boleh mba. Tanya – tanya sama kaya mba Lea tadi ya?

P : Hehehe iya mba, buat penelitian. Kalo mba Dita disini sebagai apa di team?

CD : Kalo aku Creative Director mba.

P : Creative Director kerjanya ngapain aja?

CD : Jadi kalo aku lebih bertanggung jawab di lapangan. Jadi pas take foto di Little Owl Café, aku yang ngurusin semuanya. Sama hasil fotonya nanti abis dipilihin baru aku kasih ke strategic planner biar di cek bener atau ga. Jadi kalo aku secara teknis lebih ngurus ke kerjaan di lapangan, kalo strategic planner lebih ngurusin hasil biar nggak melenceng dari keinginan owner.

Jadi ada 3 tahap sih aku jabarin ya, biar gampang.

Jadi yang pertama itu namanya Pra Produksi itu sebelum ngambil foto

Jadi yang kedua namanya Produksi, jadi ini pas eksekusinya

Terus yang ketiga namanya Pasca Produksi, itu nanti setelah pengambilan foto

Nah kalo aku mulai dari Pra Produksi, jadi nanti dapet brief dulu dari stratplan, dikasi konsep rancangannya nanti yang bakal aku pake buat take foto ambil konten yang bakal dipake selama 15 hari kan. Nah aku abis dapet konsep dari stratplan aku nanti langsung ngebuat editorial plan sama fotografer tar aku kasih ke stratplan buat

dikoreksi aja terus kalo udah di approve, aku bakal bikin jadwal foto yang aku kasih tau ke owner terus kasih tau ke admin sama fotografer. Editorial plan yang aku buat tadi aku kasih ke fotografer dulu sebelum ada sesi foto biar bisa diliat dulu buat panduan besok pas take foto nggak bingung apa aja yang mau di foto.

Oiya yang penting lagi aku harus sering – sering ngeliat di Instagram atau pinterest gitu buat nyari tren hits nya sekarang kaya apa. Soalnya kalo gitu – gitu terus kan nanti jelek, jadi ya harus mau berkembang terus juga ngeliat apa yang baru. Terus komposisi foto yang bagus gimana, warnanya gimana, terus kaya kalo foto pake model itu bagusnya yang kaya apa. Lebih ke kaya gitu sih.

Yang kedua produksi, atau pas eksekusinya ini.

Nah kalo produksi, aku pasti wajib banget ada. Yang harus dateng pokoknya creative director sama fotografer. Yang admin sih lebih baik dateng, tapi nggak wajib banget. Biasa bantu – bantu jadi model juga kalo butuh foto. Nah kalo aku soalnya ngatur pemotretannya, jadi nyiapin dari properti foto terus menu apa yang manu dipilih buat difoto, angle nya bagus darimana gitu. Nah ntar kalo udah selesai foto, aku minta fotografer buat sortir gambar – gambar yang kira – kira pasti ga bisa dipake contohnya gambar yang kebakar soalnya terang banget. Atau gambar yang kegelapan ga keliatan apa – apa. Terus sih yang paling nyebelin itu gambar yang blur, jadi yang goyang. Itu dah ga bisa dipake, jadi pasti dihapus.

Nah udah gitu nanti pas pasca produksi, abis di sortir sama fotografer udah di edit juga terus aku pilihin gambarnya buat jadi editorial. Abis jadi editorialnya dikasih ke stratplan lagi mau ada revisi nggak. Kalo udah nggak ada udah approve tinggal aku kasi ke admin biar dibuat caption dari gambar – gambar tadi.

P : apasih bedanya editorial plan sama editorial ?

CD : jadi kalo editorial itu udah jadi fotonya nanti yang mau dimasukin ke Instagram urutannya juga kaya gimana. Kalo editorial plan itu baru rencananya doang dalam bentuk draft tulisan semacam cuma kaya clue clue petunjuk gitu gambarnya mau dibuat apa aja kira – kira.

P : Oke mba Dita, njelasinnya langsung lengkap banget yah. Jadi aku bingung mau tanya apa lagi. Data ku langsung ke jawab semua hahaha.

CD : Wah gitu ya, aku seneng cerita soalnya. Jadi begitu ada orang nanya langsung deh ngoceh huaa maaf ya.

P : Lhooo kok maaf kan aku malah seneng banget ini lho. Hehe makasih banget ya mba Dita, terima kasih banyak atas waktunya.

CD : Sama – sama mba Ren, aku juga seneng banget bisa bantuin. Kebayang dulu juga pas skripsi gitu repotnya bukan main. Semoga cepet selesai ya.

P : Iya nih mba. Makasih banyak yaa. Selamat bekerja lagi mba Dita.

FT

P : Selamat siang Mas Putu, saya Renata. Boleh bertanya – tanya sedikit? Buat penelitian, tadi habis wawancara sama mba Lea sama mba Dita juga. Hehehe

FT : Halo mbaaa Ren. Boleh dong boleh banget, aku suka diwawancarain.

P : Hehehe iya mas, buat penelitian soalnya. Kalo mas Putu disini sebagai apa di team?

FT : Kalo aku disini fotografer paling ganteng. Hahaha soalnya cowok sendiri.

P : Kalo fotografer nanti ngapain aja mas ?

FT : Motret dong mba. Ngapain lagi? Hahahah

P : Oh iya ya mas, heheh selain motret nanti jobdesknya ngapain aja mas ?

FT : Nanti aku biasa dapet brief dari Creative Director buat ngambil foto apa aja nanti dikasih draft materi yang namanya editorial plan, yang nanti tugas aku yang harus bisa membuat tulisan draft tadi jadi bentuk visual foto. Ntar kita diskusi dulu, kan ada kadang beberapa yang ide dia belum tentu sama gambaran yang aku bayangin. Nah biasanya nanti diskusi dulu, kira – kira ada yang nggak bisa di jadiin foto nggak misalnya susah atau imajinasi kita nggak nyampe. Nah nanti diambil yang cocok aja sama kita nya. Terus kalo udah nanti si creative director janjiin sama owner kalo mau take foto. Nah aku sama creative director nanti tinggal take foto aja. Waktunya terserah aku sama dita sih, yang kira – kira luang aja. Nggak ada keharusan juga dari owner yang musti pagi banget ato malem banget gitu.

P : Sekali take foto biasanya berapa lama ?

FT : Nggak mesti sih, cuma kalo yang biasanya sih sekitar 2 – 3 jam kali ya. Kalo nggak pake ngobrol – ngobrol tapi ya. Hahaha. Sebenarnya nggak gitu lama karena sebelumnya kita kan juga udah pada rapat buat ngebahas editorial plan tadi, jadi ketika udah sampe di tempat dah tau mau ngambil gambar apa aja. Soalnya kalo ngomongin framing, terus moment orang pas lagi rame gitu kan nggak musti juga. Jadi kalo pas ada yang bagus gitu ya kita pasti fotoin. Jadi lebih fleksibel juga soalnya kalo dari segi suasana. Beda kalo dari segi makanan, soalnya biasanya kita kalo produk udah di list dulu sebelumnya biar pas nanti sampe sana nggak bingung mau pesen apa buat di foto yang pasti sih kalo produk harus menarik sih. Biar orang itu kalo ngeliat pengen makan atau minum sesuai produk yang lagi ditampilin itu.

P : Oh gitu ya, terus setelah take foto biasanya ngapain lagi ?

FT : abis take foto sih biasanya aku langsung sortir foto, biar nggak bingung soalnya nanti kalo sortirnya udah nanti – nanti bingung lagi mana yang terbagus, soalnya kan banyak fotonya yang sama gitu. Jadi pas jelek di tempat langsung dihapus aja biar nggak bikin pusing nanti. Terus ntar udah di pilihin yang bagus mana, aku edit biar tone warnanya sama semua dulu. Biasanya aku pake tone ‘coffee’ karena biar sama karakter Little Owl Café. Nah udah editing warna berarti foto – fotonya udah beres semua, kalo udah fotonya aku kasih di google drive biar bisa diambil admin buat upload di Instagram sama admin kasih caption. Gitu sih kira – kira kerjaanku. Yang penting motret aja sih.

P : Oke mas Putu, sementara sudah selesai semua pertanyaannya. Terima kasih banyak atas waktunya ya mas, maaf sudah mengganggu. Selamat bekerja kembali mas.

FT : Jarang – jarang aku ditemenin ngobrol sama cewek cantik mba, jadi nggak ngganggu sama sekali. Haha bosen kalo ketemunya Lea, Dita, sama Nabila melulu.

P : Halah, ada – ada aja mas. Hahaha makasih ya mas atas waktu dan informasinya.

FT : Sama – sama mbak, semoga sukses ya penelitiannya cepet selesai.

P : Iya mas, ini semoga cepet selesai hehe makasih ya mas.

FT : Yuhu sama – sama mba.

Admin

P : halo mba Nabila, boleh minta waktu sebentar buat nanya – nanya ?

Ad : Hola mba Renata, boleh dong. Eh yang lain udah ya tadi ?

P : Haha iya mba, abisnya nungguin tadi siapa yang nganggur duluan aku serobot dulu.

Ad : Woalaaah, iya kalo aku mesti yang terakhir sante nya nih. Bikin tulisan – tulisan dulu soalnya. Yuk yuk mau nanya apaan ?

P : Kalo mba Nabila disini sebagai admin kan ya? Tugasnya ngapain aja mba?

Ad : Iyaaap betuuul bangeet admin. Kalo admin sih ya pasti intinya sih ngupload gambar aja, sama ngasi caption dari gambar itu biar interaktif aja. Kan jelek juga kalo ada gambar nggak ada tulisannya apa – apa. Biasanya nanti kita bakal rapat buat ngebahas content Instagram selama sebulan kedepan. Nah pas owner ngejabarin maunya untuk Instagram Little Owl Café kaya gimana, aku catet poin – poinnya terutama sih masalah yang mau diutamakan. Misalnya nggak boleh banget kalo sampe salah alamat, nomer telpon, atau misalnya salah nama produk gitu bisa gawat banget sih. Nah jadi nanti biasanya setelah editorial nya jadi dikasih dari creative director, nanti aku lihat fotonya aku ulas lagi kemudian aku kasih caption. Suasana kafe maunya dibuat kaya apa, terus ekspresinya pengen yang serius atau yang sedikit lebih santai, produknya yang mau ditonjolin yang kaya gimana nanti soalnya bakal ngaruh banget sama caption yang aku buat. Nah nanti kalo udah editorialnya jadi aku ulas lagi cek apa aja yang bisa di tonjolin dari per tiap fotonya. Nah aku upload fotonya itu biasanya jam 12-2 atau jam 6-7 malem biar pas jam prime time orang pada nganggur, jam nya ini udah dikomando dari Stratplan sih. Cuma sih tetep upload foto ga harus jam mati harus banget jam segitu, lebih flexible sih. Yang penting ya nggak upload jam 12 tengah malem juga, ato jam 4 subuh gitu.

P : Gimana sih inspirasinya ngebuat caption tuh ?

Admin : nah iya ini yang repot memang, karena ngebuat caption kan mood – mood an juga ya. Jadi agak susah kalo pas lagi ga baik moodnya, makanya kalo pas lagi baik moodnya aku buat sekalian buat berapa foto gitu. Soalnya kalo pas berasa nggak kreatif ya bener – bener rasanya nggak bisa mikir apa – apa. Nah jadi nanti

kan editorialnya udah dikasih ke aku juga sama foto mentahnya di upload di Google Drive biasanya sama fotografer, tinggal aku download aja fotonya terus dikasih caption. Fotonya kan beda – beda, jadi ya tentunya captionnya beda – beda kan di frame nya isinya apa aja kan beda soalnya buat caption kan harus pake hati juga nggak bisa kalo seenaknya sendiri juga orangnya yang liat mah males.

P : apa sih suka dukanya menjadi admin ?

Admin : yang pasti ada ya itu tadi permasalahan suasana hati sih memang yang paling payah banget. Kalo lagi nggak mood buat kata – kata bagus, bener – bener buntet ga keluar apa – apa kata – katanya. Tapi kadang juga aku lupa upload di jam prime time, Cuma bukan masalah besar sih. Ada juga kadang aku gak dapet sinyal pas mau ngupload jadinya gambarnya nggak bisa ke send – send di Instagram. Terus kadang ada terjadi typo typo gitu terus kalo ga yang paling serem kalo udah typo nya ngurusin angka. Misalnya harganya 10.000 aku nulisnya 100.000 cuma gara – gara typo nol nya kebanyakan satu jadi bahaya banget kan. Tapi biasanya pas ownernya ngeliat sih langsung revisi ya. Asik nya jadi admin sih rasanya kalo kita lagi ngupload gitu atau balesin message dari pelanggan tuh berasa punya kedekatan tersendiri sih sama audiens. Soalnya kan kita nulis kata – kata buat mereka juga, jadinya kita kaya bisa berkomunikasi langsung tapi jembatannya ceritanya pake Instagram gitu. Jadi harapannya tuh pas kita ngupload foto pake caption yang dibuat dengan sepenuh hati juga ketika pelanggan tuh ngebaca, kita nya bisa menyalurkan rasa hangat yang mau dibangun dari Little Owl Café itu sendiri.

P : Ah begitu. Terima kasih banyak atas waktunya ya mba, maaf sudah mengganggu. Selamat bekerja kembali mba.

Ad : Ah nggak ngganggu kok, ini lagi nyantai aja emang istirahat dulu nanti mulai lagi. Hehehe. Iyaaa, makasih ya mba Renata juga. Semoga suksees penelitiannya.

Owner

P : Selamat siang bapak Andi, boleh minta waktunya sebentar pak?

O : Halo mba Renata, jadi nya dateng hari ini to?

P : Iya nih pak, kebetulan pas bisa terus pas team pada kerja juga. Jadinya pas.

O : Oh gitu, iya iya bener banget.

P : Boleh tanya – tanya sedikit ya pak ?

O : Boleh banget, yuk mau tanya apa aja ?

P : Mengapa Little Owl Café menggunakan media sosial Instagram untuk digunakan sebagai tempat promosi dan menyebarkan informasi ?

O : Iya, karena anak muda sekarang yang saya lihat semua nya menggunakan instagram. Makanya saya memilih Instagram sebagai media utama untuk melakukan pemasaran dari Little Owl Café. Dulu saya pernah menggunakan website juga, namun pertama website nya berbayar per tahun kemudian saya hentikan karena tidak banyak orang yang mencari informasi dari website. Akhirnya saya hanya berfokus pada Instagram saja. Instagram adalah platform media sosial yang gratis, maka dari itu saya suka untuk menggunakannya. Kita pun bisa menggunakan layanan berbayar di Instagram yang namanya Instagram ads. Instagram adalah aplikasi berbasis foto, makanya sangat diperlukan untuk membuat foto yang berkualitas bagus dan caption yang menarik agar dilihat oleh orang – orang dan tertarik untuk mengklik Instagram kita dan hanya sekedar mampir untuk melihat – lihat.

P : Apa saja yang bapak inginkan dari promosi di Instagram Little Owl Café ?

O : Kalau saya yang penting banyak orang mengingat Little Owl Café sebagai tempat mereka untuk bersantai, namun apabila lapar dan haus mereka bisa memilih segala jenis menu yang dapat dipesan. Jadi saya ingin menjadikan Little Owl Café adalah tempat yang dapat dirasakan sebagai ‘rumah’ yang dimaksud adalah saya ingin Little Owl Café menjadi tempat yang hangat, dimana orang bisa nyaman saat bersantai disini. Atau pun sekedar mampir untuk makan. Jadi poin – poin itu lah yang ingin saya munculkan di Instagram. Selain itu juga saya ingin Instagram menjadi tempat untuk memberikan informasi apabila Little Owl Café sedang ada lowongan pekerjaan maupun promosi. Jadi orang – orang juga tidak sulit untuk mendapatkan informasi itu karena Instagram Little Owl Café diharapkan dapat menjadi identitas dari Little Owl Café itu sendiri.

P : Apa saja yang menurut bapak penting dalam menyebarkan informasi di media sosial Instagram Little Owl Café ?

O : Menurut saya, foto yang ditampilkan harus menarik. Tidak bisa dengan kualitas gambar yang jelek, misalnya gambar yang pixelnya masih jelek. Orang ingin melihat pun akan malas. Kemudian paling penting adalah konsistensi, itu kenapa saya menggunakan team media sosial untuk mengurus Instagram dari Little Owl Café. Karena saya suka ketika konsistensi itu sendiri akan membuat orang sering melihat dan akhirnya akan teringat. Maka dari itu saya memiliki team media sosial khusus untuk Instagram yang bertugas untuk mengurus kegiatan di Instagram, karena apabila di tangani sendiri belum tentu bisa bagus dan konsisten seperti kemauan saya. Karena membutuhkan waktu yang harus 'diselokke' dan dulu saya pernah mencoba mengatasi sendiri, akibatnya banyak yang keteteran karena waktu yang kurang. Serta yang penting pula adalah caption yang dicantumkan, caption yang baik menurut saya adalah caption yang ketika pembaca dapat merasakan pesan dari penyampai pesan. Misalnya ketika caption hari ini untuk gambar Little Owl Café salah satunya adalah caption sedih, karena hari ini sepertinya hujan deras. Untuk menyapa para pelanggan yang sendirian maupun kesepian, kita ingin mengajak pelanggan untuk datang ke kafe. Nah untuk memberikan ajakan tersebut, harus dapat menyentuh hati para pelanggan untuk merasakan bahwa 'iya, sendiri itu membosankan. Lebih baik aku keluar saja menikmati suasana luar. Ke little owl café ah' nah itu yang diharapkan dari sebuah caption yang dibuat. Terkadang juga saat mengoperasikan akun Little Owl Café dan membuat give away, saya suka ketika terjadi banyak interaksi disitu. Membuat saya merasa memiliki teman yang banyak.

P : Kemudian apakah ada perbedaannya pak saat menggunakan media sosial Instagram secara aktif dan tidak?

O : Bedanya sangat terlihat disaat membuka open rec karyawan sama kalau membuat promo – promo gitu yang berasa banget. Dulu pas Instagram saya pegang sendiri, kan sering terbengkalai jadi ya alakadarnya aja yang di unggah. Setelah menggunakan team media sosial kan upload nya rutin, nah pas misalnya ada promo gitu, jadi banyak orang yang tau. Saya tanya kan mereka tau dari mana, tau dari

Instagram. Begitu juga open rec dari karyawan gitu saya taruh di Instagram terus cepet banyak yang dafta juga, enakya juga kalo di istagram terus di repost sama akun – akun loker gitu. Jadi memang bener – bener membantu banget. Contohnya juga kaya Live music gitu sekarang kan ada jadwal baru, nah pas ada jadwal baru mereka juga cepet taunya. Nggak kaya dulu, pas saya buat Live music di hari jumat, jumat aja yang rame. Saya nambah Selasa, berapa bulan orang nggak tau kalo nggak pas nongkrong.

Ya efek nya gede banget sih memang menggunakan Instagram, omsetnya juga tiap bulan jadi naik meskipun sedikit demi sedikit. Dan yang enak lagi tuh ketika mereka mau tanya apa jadi gampang, mau WA bisa, terus mau DM di Instagram langsung tau comment pun bisa. Jadi semuanya serba cepat lah.

P : Oke Pak Andi, sementara sih cukup segitu dulu pak. Terima kasih banyak atas waktunya ya pak. Terima kasih juga sudah diperbolehkan melakukan penelitian disini. Maaf kalau mengganggu ya pak.

O : Sama – sama mba Renata. Nggak mengganggu sama sekali kok, saya seneng dapat teman baru juga. Jangan lupa besok ajak temen – temennya main kesini ya.

P : Pasti pak, nanti kapan saya main lagi bawa pasukan. Hehehe. Terima kasih ya pak. Selamat siang.

O : Iya sama – sama. Saya duluan ya mba.

CUSTOMER

P : Halo kak selamat siang. Boleh minta waktunya sebentar?

CA : Iya boleh kak, ada apa?

P : saya ingin bertanya – tanya sedikit saja kak. Apakah kakak sudah lama menjadi pelanggan Little Owl Café?

CA : Lumayan sih lama ya, sekitar 2 taun an lah palingan.

P : waaah lumayan juga ya. Kok suka dateng kesini kenapa kak?

CA : Dulunya soalnya kan masih kuliah, jadi setiap mau ngerjain tugas skripsi aku kesini. Nongkrong disini lama banget. Tempatnya enak soalnya, ada colokannya

juga. Terus pertama kali aku kesini tuh gara – garanya pas lagi ada promo give away vape dulu satu tahun. Terus coba ikut pas dateng ternyata malah nyantol. Jadinya sampe sekarang masih kesini terus.

P : oh gitu kak. Kalo instagramnya Little Owl Café kakak follow gak ?

CA : Follow dong, sekarang juga aku sering dapet info promo – promo dari situ. Soalnya kadang kaya promo minuman gitu potong harga, kaya kemarin pas 17 agustus, awalnya maget dirumah mau kemana. Terus ngeliat postingannya kan, jadinya aku nongkrong disini bawa laptop terus nonton film. Daripada bosan dirumah.

P : Oh gitu ya kak, tapi kalo menurut kakak Instagram Little Owl Café sekarang sama yang dulu gimana kak?

CA : Aku nggak gitu ngamatin sih ya, cuma kalo yang dulu kayanya kalo pas ada promo juga aku taunya bukan dari Instagram, tapi pas dateng gitu baru ditawarkan promo sama masnya. Jadi emang taunya promo pas udah disini malahan.

P : gitu, oke deh terima kasih ya kak atas waktunya. Kira – kira ada masukan nggak buat Little Owl Café ?

CA : Emmm sementara sih enggak, yang penting tetep pertahanin kualitas aja sih....Ok sama – sama mba

P : Oke kak. Sampai jumpa lagi yaaa.

CB

P : Permisi kak boleh minta waktunya sebentar?

CB : Iya boleh kak, silahkan

P : Kakak sudah berapa lama nongkrong di Little Owl Café ?

CB : Ahh, belum lama sih paling baru 2 ato 3 bulanan kali ya?

P : Oh gitu.. Kakak tau Little Owl Café pertama kali dari mana ?

CB : Dari open recruitment dulu ada slot live music, buat coba – coba aja aku mau daftar ternyata tempatnya enak. Jadi nongkrong terus disini sekarang. Abisnya suka sama kopi nya. Hahahha

P : Oalah gitu, kakak follow Instagram Little Owl Café nggak ?

CB : Iya follow dong, ya gara – gara open recruitmen Live music itu dari Instagram aku dapetnya.

P : Terus suka dapet info – info promo nya nggak ?

CB : Iya dapet waktu itu pas 17 Agustus, aku pengen nongkrong bingung mau kemana kan kebanyakan give away tuh dimana – mana diskon. Terus aku lagi scrolling Instagram temen – temen minta ketemu yang di tengah – tengah. Jadinya milih deh ke Little Owl Café soalnya pas promo juga lumayan sih.

P : Oh gitu ramean ya kak jadinya? Kira – kira apa yang kakak harpin dari Little Owl Café buat kedepannya lagi ?

CB : Iya, rame – rame kesini nya waktu itu. Hampir ga kedapetan tempat lagi.. Kalo dari aku sendiri sih udah nyamaan ya, aku juga kaya kalo ngopi seringnya kesini soalnya aku kadang pas bosan ngeliatin instagram kalo ngeliat suasana ruangnya jadi kangen gitu. Lebih yang penting rasa kopi nya nggak berubah, terus tempatnya tetep bersih kaya gini terus. Itu aja sih.

P : Oh gitu. Oke deh kak, kalau begitu terima kasih atas waktunya ya kak. Mohon maaf jika mengganggu..

CB : Gak papa mba sante aja, lagi sendirian juga ini nunggu temen. Heehe. Sama – sama mba.

CC

P : Selamat malam kak, boleh mengganggu waktunya sebentar kah ?

CC : eh boleh ada apa ya ?

P : Mau nanya – nanya sebentar aja kok. Eh sori aku ganggu nggak ya ini ?

CC : Oh enggak kok sini aku Cuma nonton film aja bisa di pause. Gimana gimana ?

P : Jadi gini, aku mau nanya – nanya aja sih. Kalo kakak di Little Owl Café sini nongkrong udah lama kah ?

CC : Yah, lumayan sih. Kebetulan aku dari luar kota sih, tapi kalo ke jogja biasanya memang nongkrong disini. Soalnya biasanya emang suka yang deket – deket tugu gitu nginepnya.

P : Oh gitu ya, kalo sekarang ini lagi nginep dimana emang kak?

CC : Yang ini aku nginep di 101 situ sebelah situ, jadi deket banget. Kebetulan aku kalo disini suka banget sama nasi rawon nya. Jadinya tadi laper terus makan malem kesini aja.

P : Oh iya kak, dulu awal tau Little Owl Café dari mana kak ?

CC : Dulu pas kesini aku bingung kan mau kemana, terus pas jalan kaki mau ke malioboro ngelewatin kafe. Pas dateng sama temen aku jadi nya terus mampir nyobain ke sini. Ternyata enak tempatnya, terus besok nya aku sebelum balik kesini lagi. Jadi setiap ke Jogja pasti sekarang nyempetin dateng kesini sehari gitu lah paling ngga.

P : Kalo sekarang kakak udah follow Instagram Little Owl Café belum sih ?

CC : Sekarang udah, tapi belom lama juga. Baru kemarin ini soalnya nyari jadwal live music nya aku. Terus nyari instagramnya, ternyata ada. Jadi ya aku follow.

P : Oalah gitu ya, oke deh kak. Kira – kira Instagram Little Owl Café ini ngebantu banget nggak sih ka ?

CC : Kalo aku sih emang berguna untuk nyari informasi aja soalnya kan aku bukan orang jogja, sama nyari jam buka tutup gitu. Enak kalo instagramnya update, jadi kalo dibaca buat nyari informasi gak bingung. Aku juga nggak sering – sering banget sih aktif di Instagram gitu.

P : oke deh kak, terima kasih ya buat waktunya. Kira – kira ada masukan nggak buat Little Owl Café?

CC : Sementara sih engga ada kak. Udah nyaman sih gini aja. Semoga makin maju aja. Ok deh sama – sama ya.