

DAFTAR PUSTAKA

- Adriani, S., & Mohamad Syariar. (2023). Uses & Gratifications Pada Kolektor Photocard K-Pop Dalam Pemanfaatan Media Sosial Twitter (Survei pada Followers akun @lapakdeobi). In *Juni* (Vol. 10, Issue 3).
- Agus Purnomo. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan *Digital marketing* Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan Kedai Hj.S Jl. Kesumba Kota Malang).
- Aprilia, N., Permadi, B., Aqila Izura Atanta Berampu, F., Andini Kesuma, S., & Ekonomi dan Bisnis Islam, F. (2023). *UTILITY: Jurnal Ilmiah Pendidikan dan Ekonomi Media Sosial Sebagai Penunjang Komunikasi Bisnis di Era Digital*. <http://journal.stkipnurulhuda.ac.id/index.php/utility>
- Arianto, B., & Risdiyanto, A. (2021). Kiprah Aktor Warganet melalui Media Sosial dalam Pemasaran Digital: Studi Kasus pada #HondaBeAT. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 11(1), 19. <https://doi.org/10.30588/jmp.v11i1.636>
- Cahya N. (2017). Peran Media Sosial Untuk Peningkatan Kreativitas. *Jurnal Kewarganegaraan*, 1(2).
- da Silva Wegner, R., da Silva, D. J. C., da Veiga, C. P., de Fátima Barros Estivaleta, V., Rossato, V. P., & Malheiros, M. B. (2023). Performance analysis of social media platforms: evidence of *digital marketing*. *Journal of Marketing Analytics*. <https://doi.org/10.1057/s41270-023-00211-z>
- Denada, N., Isyanto, P., & Sumarni, N. (2023). Tiktok Social Media Optimization As A Promotional Means At Oculus Photo Studio Galuh Mas Karawang Branch Optimalisasi Media Sosial Tiktok Sebagai Sarana Promosi Di Oculus Photo Studio Cabang Galuh Mas Karawang. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 4, Issue 6). <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Dwi Nurmala, M., Afrizal, S., Umar Syarif Hadi Wibowo, T., Bimbingan Konseling, J., Keguruan Dan Ilmu Pendidikan, F., Sultan Ageng Tirtayasa, U., Pendidikan Sosiologi, J., & Pendidikan Sejarah, J. (n.d.). Dampak Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Perubahan Perilaku Sosial Mahasiswa. <http://www>.
- Engelita Wakas, J., & Barten Natalia Wulage, M. (2021). Analisis Teori Uses and Gratification : Motif Menonton Konten Firman Tuhan Unfluencer Kristen Pada Media Sosial TikTok. <https://vt.tiktok.com/ZSJVqaok6/>
- Fajar Awaludin, M., Dwi, B. M., & Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, U. (2020). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Efektivitas Iklan Online di Bukalapak Menggunakan Model AIDA. In *PROSIDING BIEMA Business Management, Economic, and Accounting National Seminar* (Vol. 1).

- Gunawan Chakti. (2019). The Book Of *Digital marketing*: Buku Pemasaran Digital (G. Chakti, Ed.; sobirin). Celebes Media Perkasa.
- Harto, B., Rukmana, A., & Subekti, R. (2023). Transformasi Bisnis di Era Digital (Teknologi Informasu Dalam Mendukung Bisnis di Era Digital).
- Kadarisman, N. A., & Ekawati, R. (2024). Optimalisasi media sosial tiktok live sebagai media komunikasi persuasif pada fashion untuk menghasilkan omzet sesuai target (studi kasus pada Oemah Gamis). In Ratna Ekawati) Lektur : Jurnal Ilmu Komunikasi. ISSN (Vol. 7, Issue 1). <https://www.statista.com/statistics/266729/smart>
- Karunia, H., & Ashri, N. (2021). Fenomena Penggunaan Media Sosial : Studi Pada Teori Uses and Gratification.
- Ketut Ribek, P., & Sinta Purnamasari, K. (2023). Optimalisasi Penggunaan Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Usaha F&B Kebun Es Teh Indonesia. In Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar (Vol. 3, Issue 1). <https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/dharmajana/about>
- Mahyuzar, H., Manajemen, M., & Roostika, R. (2019). Konseptual Model Dimensi Aktivitas Pemasaran Sosial.
- Novita, D., Herwanto, A., Mayndarto, E. C., Insana, D. R., & Sulistyaningsih, E. (2021). Media Digital Pemasaran Produk. <https://Penerbitadab.id>
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan *Digital marketing* Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM), 1(1), 1–17. <https://doi.org/10.21009/jpmm.001.1.01>
- Putri, N. A. (2023). Analisis Hubungan Antara Keterlibatan Konsumen, Sikap pelanggan dan keterlibatan merek pelanggan pada Strabuck di surabaya.
- Ramadhan, A., & Sofiyah, F. R. (n.d.). Analisis SWOT sebagai landasan dalam menentukan strategi pemasaran (studi McDonald's Ring Road).
- Rauf, A.,et al (2021). *Digital marketing*: Konsep Dan Strategi. <http://insaniapublishing.com>
- Rozi, R. (2023). Kajian Uses and Gratification Pengguna Media Sosial Untuk Mendukung Performa Penjualan Film Melalui Opini Pra-Konsumsi.
- Sari Ovi Hamidah, et al . (2023). *Digital marketing*: Optimalisasi strategi pemasaran digital (S. Kom. , M. K. Efitra, Ed.; 1st ed.).
- Sari, Y., & Utami, N. W. (2021). Komunikasi Pemasaran Digital sebagai Tantangan Teknologi *Digital marketing* Communication as a technology challenge (Vol. 1). www.amazara.co.id,
- Susanto. (2021). Sejarah : Perkembangan TikTok di indonesia.
- Sutrisno, W. R. (2023). Strategi TikTok Marketing Untuk Meningkatkan Kepercayaan Pelanggan.

- Syawali, I. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Pada media Partner Aliansigsin Indonesia Dalam Penyebaran Berita Konser di Jakarta.
- Vionisya. (2023). Jenis Basis Pelanggan (Customer Base) dan cara Membangunnya Distribusi Pemasaran.
- Yani, O., Mulyani, S., Wibisono, T., & Hikmah, A. B. (2022). Pemanfaatan Media Sosiala TikTok Untuk Bisnis Digital Sebagai Media Promosi. 11(1). <http://stp-mataram.e-journal.id/JHI>
- Yupi, Y., & Heryadi Putri, A. (2023). Analisis Konten Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Aplikasi Tiktok. KOMVERSAL, 5(1), 70–92. <https://doi.org/10.38204/komversal.v5i1.1214>
- Yusriyah Afif . et al. (2023). Belajar dari TikTok Shop : The Iceberg “ What we Failed To See.” <https://bakri.uma.ac.id/menggali-jejak-perkembangan-tiktok-dari-musical-ly-hingga-fenomena-g>

LAMPIRAN

Lampiran 1 : Hasil Wawancara

Nama Narasumber : Bagas Putra Muchtar
Jabatan : Owner Peem Project
Hari/Tanggal Wawancara : Selasa, 8 Oktober 2024
Nama Pewawancara : Alika Amara Alfianti

Pewawancara	:	Selamat siang kak, perkenalkan saya alika amara alfianti dari universitas Hasanuddin jurusan ilmu komunikasi selaku mahasiswa yang saat ini sedang melakukan penelitian tugas akhir, saya ingin izin melakukan wawancara terkait penelitian saya, Sebelumnya saya ucapkan terima kasi atas waktu yang telah di sempatkan kak.
Narasumber	:	Iya siang, penelitiannya terkait apa itu dek?
Pewawancara	:	oh iya kak, sebelumnya izinkan saya menjelaskan secara singkat terkait penelitian saya, jadi penelitian saya mengenai optimalisasi tiktok peem project dalam membangun basis pelanggan. Dari banyaknya social media mengapa anda memilih tiktok sebagai platform untuk mempromosikan layanan peem project?
Narasumber	:	ouh iyaa sebenarnya peem project menggunakan dua social media yaitu Tiktok sama Instagram Tetapi untuk mempromosikan layanan peem project saya lebih ke tiktok karna saat ini tiktok banyak dipakai orang toh apalagi anak muda, mereka lebih suka konten yang singkat dan padat karna saat ini saya liat perkembangnya lebih banyak interaksi yang terjadi antar pelanggan platform tiktok baik itu like, komen” soal tanya harga atau Lokasi dan banyak juga yang mengirim pesan di tiktok untuk tanya” soal Lokasi dan harga. Karna itumi saya pilih tiktok untuk mempromosikan layanannya peem.
Pewawancara	:	Ohh..iyakak, Apa dampak yang diberikan setelah peem project memanfaatkan platform media social tiktok? Apakah ada kenaikan pelanggan?
Narasumber	:	Setelah memanfaatkan tiktok beberapa dampak yang diberikan itu kek banyak orang yang sebelumnya tidak tahu peem project tetapi sekarang nataumi dari hasil informasi konten-konten tiktok yg kami buat, banyak pelanggan pelanggan yang datang padahal rumahnya bisa dibilang jauh tetapi karna penasaran setelah menonton konten tiktok mereka rela datang untuk cuci motor ke peem. Dan menurutku tiktok juga pilihan yang tepat untuk

		mempromosikan layanan karna hanya modal hp sama ide kreatif bisa mki promosikan usaha ta toh. Karna hal itu terjadi kenaikan pelanggan dan terus meningkat setiap bulannya.
Pewawancara	:	Dalam pengoptimalisasian tiktok, menurut kak fitur-fitur di tiktok yang paling efektif buat jangkauan audiens baru itu fitur yang mana kak?
Narasumber	:	Fitur di tiktok yang paling efektif untuk jangkauan audiens itu menurutku selain konten yang harus kreatif dan menarik fitur hashtag itu sangat berpengaruh untuk jangkauan audiens baru. Kita selalu pakai hashtag yang relevan supaya konten kita mudah di temukan orang lain. Dengan hal itu, kita bisa menjangkau orang-orang di luar followers kita. Ini sangat efektif untuk memperkenalkan layanan cuci motor ke pada orang-orang baru.
Pewawancara	:	Dari membuat ide-ide kreatif dan menentukan jadwal posting serta kegiatan pembuatan konten tiktok peem apakah ada tim khusus yang menangani ?
Narasumber	:	iye, ada memang tim khusus yang handle ki itu semua. Kami punya tim sosmed yang terdiri dari 3 orang seperti videographer, editor, sama creative director. Mereka mi semua yang bertanggung jawab bikin ide-ide kreatif untuk konten TikTok Peem, terus merekam juga yang atur jadwal kapan harus posting konten biar pas sama waktu yang paling banyak orang buka tiktok. Jadi, mulai dari konsep, proses ambil video, sampai di edit itu video mereka semua koordinasikan, mereka semuanya kerja sama supaya konten yang di hasilkan tetap menarik, kreatif, dan sesuai dengan identitas Peem Project, pokoknya tim sosmed ini yang jadi ujung tombak kami di tiktok hahaha. kalau mauki tanya” soal bagaimana proses” atau strategi dalam pembuatan kontennya peem bisajika saya panggilkan tim nya untuk kita wawancarai.
Pewawancara	:	Siapa kak, itu saja yang ingin saya tanyakan mungkin mengenai strategi pembuatan konten saya langsung wawancarai mi saja tim sosmednya kak.
Narasumber	:	oh iyaiya boleh-boleh, nanti saya panggilkan.
Pewawancara	:	Baik kak, Terima Kasih atas waktunya.

Nama Narasumber : Nuryanti
 Jabatan : Creative Director
 Hari/Tanggal Wawancara : Selasa,8 Oktober 2024
 Nama Pewawancara : Alika Amara Alfianti

Pewawancara	:	halo kak, perkenalkan nama saya alika amara alfianti, disini saya izin ingin mewawancarai kakak , sebelumnya saya ingin menjelaskan penelitian saya terlebih dahulu,jadi penelitian saya itu tentang optimalisasi penggunaan tiktok peem project untuk membangun basis pelanggan, jadi pertanyaan pertama itu kak, sebagai Creative Director bagaimana cara anda bikin startegi konten kreatif untuk TikTok @peemproject.id?
Narasumber	:	Untuk membuat strategi konten kreatif itu saya selalu analisis tren yang lagi hits di TiKTok. Dari situ, kita brainstorming ide-ide konten yang bisa menarik perhatian audiens. Seperti konten video yang edukatif serta menghibur.Misalnya, kami membuat video before- after cuci motor atau tips merawat motor agar tetap bersih dan awet. Kami juga mencoba untuk membuat konten yang relatable bagi audiens agar lebih mudah di terima.
Pewawancara	:	Ohh, iya baik kak, Bagaimana cara menentukan tema untuk konten yang ingin di produksi?
Narasumber	:	Cara menentukan tema itu kami berusaha untuk terus menciptakan konten yang fun dan informatif. Kami ingin audiens tidak hanya menikmati videonya tetapi juga mendapatkan informasi berguna tentang perawatan motor atau manfaat setelah menggunakan layanan peem. Misalnya, ketika kami membuat video dengan gaya yang santai tetapi menyampaikan informasi penting tentang produk pembersih yang kami gunakan.
Pewawancara	:	Baik kak, Baagaimana carata berkoordinasi dengan tim untuk memastikan bahwa setiap konten yang direncanakan sesuai dengan strategi pemasaran untuk peem?
Narasumber	:	Kerjasama tim sangat penting dalam proses pembuatan konten ini. Sebelum produksi dimulai, saya selalu mengadakan briefing dengan tim videografer dan editor untuk membahas konsep dan ide-ide kreatif yang akan digunakan dalam video tersebut. Setelah produksi selesai, saya juga berkolaborasi dengan editor untuk memastikan bahwa hasil akhir sesuai dengan visi awal kami.
Pewawancara	:	Fitur-fitur apa saja yang anda manfaatkan di TikTok untuk membangun basis pelanggan?
Narasumber	:	Di TikTok, kami memanfaatkan beberapa fitur yang sangat membantu dalam membangun basis pelanggan untuk @peemproject.id. Pertama, kami

		<p>selalu menggunakan hashtag yang relevan dan trending, seperti #CuciMotor dan #MotorBersih, agar orang-orang yang mencari konten tentang perawatan motor bisa menemukan video kami dengan mudah. Selain itu, kami rajin memantau halaman analitik TikTok untuk melihat performa video yang kami unggah, sehingga kami bisa mengetahui video mana yang paling banyak ditonton dan disukai, serta demografi penonton. Pemilihan lagu viral juga sangat penting kami selalu memilih lagu-lagu yang sedang populer untuk dipakai di video, karena musik yang dikenal dapat meningkatkan kemungkinan video menjadi viral. Kami juga sering menggunakan efek visual yang sedang tren, seperti efek slow-motion saat mencuci motor atau efek transisi menarik saat memperlihatkan sebelum dan sesudah cuci motor, sehingga video menjadi lebih menarik dan menghibur. Dengan memanfaatkan fitur-fitur ini, @peemproject.id dapat membangun basis pelanggan yang lebih kuat melalui TikTok, meningkatkan visibilitas sekaligus menciptakan hubungan yang lebih dekat dengan audiens.</p>
Pewawancara	:	Oh iya baik kak, Bagaimana cara anda memanfaatkan analitik buat tingkatkan strategi konten TikTok?
Narasumber	:	Jadi dalam semua konten yang sudah di upload kami rutin memantau analitik dari setiap video untuk melihat mana yang paling banyak di sukai dan paling banyak di tonton oleh audiens. Dari situ, kami bisa menentukan jenis konten apa yang perlu di perbanyak atau di perbaiki ke depannya.
Pewawancara	:	Apakah ada faktor penghambat dalam pengoptimalisasian pembuatan konten tiktok @peemproject.id?
Narasumber	:	Yaa sudah pasti ada beberapa faktor-faktor penghambat itu kurangnya konsistensi karna biasa konten tidak jalan sesuai rencana, selain itu tren berubah begitu cepat biasanya konten yang saya buat jauh hari sudah tidak relevan dimana kita harus mencari ide konten baru, dan persaingan yang ketat untuk mendapatkan perhatian audiens karna banyak bisnis yang menciptakan konten-konten yang viral, sehingga menjadi tantangan buat kami untuk membuat akun @peemproject.id untuk menonjol dari akun konten-konten lainnya.
Pewawancara	:	baik kak, mungkin itu saja yang ingin saya tanyakan. Terima Kasih atas waktunya kak.
Narasumber	:	Iye Sama-Sama.

Nama Narasumber : Muhammad Fauzan
 Jabatan : Videografer
 Hari/Tanggal Wawancara : Selasa, 8 Oktober 2024
 Nama Pewawancara : Alika Amara Alfianti

Pewawancara	:	Halo kak, perkenalkan nama saya alika amara alfianti, disini saya izin ingin mewawancarai kakak, sebelumnya saya ingin menjelaskan penelitian saya terlebih dahulu, jadi penelitian saya itu tentang optimalisasi penggunaan tiktok peem project untuk membangun basis pelanggan, jadi pertanyaan pertama itu kak, sebagai videografer dalam konten tiktoknya peem apakah ada teknik khusus dalam pengambilan video untuk membuat kontennya peem menjadi menarik?
Narasumber	:	Strategiku dalam ambil video itu lebih banyak fokus di proses cuci motorji langsung. Biasanya saya coba ambil detail dari langkah-langkah cucinya, mulai dari saat sabun foam-nya disemprotkan sampe proses pembilasan menggunakan hydraulic. Menurutku bagian ini penting, supaya kelihatan jelas bagaimana kualitas pelayanan yang Peem tawarkan. Biasanya juga ambil close-up buat sorot bagian-bagian motor yang lagi dibersihkan, jadi orang bisa lihat sendiri betul-betul seberapa efektif layanan kami agar motor terlihat jadi bersih, ini juga bikin kelihatan lebih jelas keunggulan alat-alat dan teknik yang kami pake di PEEM Project Moto Wash. Fokusku memang di detail sama proses cucinya, supaya pesan kualitas layanan itu bisa langsung nyampe ke audiens. Menurutku cara yang efektif untuk tunjukkan fasilitas dan keunggulannya yang Peem Project tawarkan.
Pewawancara	:	Sebagai videografer Tantangan apa yang sering dihadapi saat bikin konten?
Narasumber	:	Tantangan yang saya hadapi itu biasanya, saat membuat konten tidak sesuai dengan jadwal yang sudah di tentukan. Biasa karna ada faktor kendala lain seperti suasana yang tidak mendukung, kadang ide konten yang sudah di buat jauh hari sudah tidak relevan jadi kita biasanya harus terus berinovasi untuk membuat konten yang fresh dan hal itu yang biasanya membuat konten tidak jalan sesuai rencana.
Pewawancara	:	Oke baik kak, Bagaimana cara anda kerjasama dengan editor dalam proses pembuatan video?
Narasumber	:	Setelah pengambilan video selesai, saya kasi semua footage ke editor dan sudah pasti saya harus berdiskusi tentang bagian mana atau footage-footage yang harus di tonjolan untuk membuat kontennya peem menarik.

Pewawancara	:	oh iya baik kak, mungkin itu saja yang ingin saya tanyakan terimakasih atas waktunya.
Narasumber	:	Oke sama-sama.

Nama Narasumber : Muhammad Ali
 Jabatan : Editor
 Hari/Tanggal Wawancara : Selasa,8 Oktober 2024
 Nama Pewawancara : Alika Amara Alfianti

Pewawancara	:	Halo kak, perkenalkan nama saya alika amara alfianti, disini saya akan mewawancarai kita sebagai editor, sebelumnya saya izin jelaskan terlebih dahulu tentang penelitianku, jadi penelitianku itu bagaimana tentang optimalisasi penggunaan tiktok peem untuk membangun basis pelanggan di kota makassar.jadi sebagai editor teknik apa yang anda pakai agar membuat video konten peem menjadi menarik?
Narasumber	:	Teknik dalam pengeditan itu saya suka menggunakan teknik cutting dengan transisi halus supaya itu videonya terasa lebih dinamis,singkat padat dan jelas.jadi kalau di tonton tidak membosankan Karna kalau videonya terlalu panjang orang yang menonton ga,pang bosan dan mereka tdk menonton videonya sampai habis.
Pewawancara	:	ohh iya kak, Bagaimana cara menentukan durasi dan ritme video supaya pas dengan format TikTok?
Narasumber	:	Untuk menentukan durasi itu, seperti video konten tiktok pada umumnya saya mengikuti tren durasi video antara 15-30 detik atau kadang juga lebih sedikit, yang paling penting dalam video pendek itu harus jelas, menarik, dan tidak mengurangi informasi yang penting. karna disetiap konten sudah pasti ada pesan yang harus di sampaikan ke audiens jadi videonya harus menjelaskan informasi yang tepat walaupun dengan durasi pendek.
Pewawancara	:	Sebagai editor bagaimana cara anda pastikan bahwa pesan dalam video tersampaikan dengan jelas ke audiens?
Narasumber	:	Yaa teknik yang saya gunakan itu sudah pasti membuat audiens itu tertarik, saya pastikan pesan utama muncul pada awal video agar langsung menarik perhatian seperti harga dan lokasi serta memperkuat video konten dengan teks, lagu atau visual tambahan sepanjang video.
Pewawancara	:	Selama menjadi editor, Apakah ada faktor penghambat dalam pembuatan konten @peemproject.id?
Narasumber	:	Faktor penghambat dalam proses editing itu, perubahan algoritma di tiktok dimana itu sangat memengaruhi cara saya untuk mengedit konten, karna algoritma ini menentukan seberapa banyak jangkauan video kami dan saya harus terus memastikan bahwa setiap video menari perhatian penonton sejak detik pertama,jadi saya harus

		memantau terus algoritma bekerja dan menyesuaikan strategi editing. Selain itu faktor penghambat lainnya keterbatasan kreativitas biasanya karena waktu yang terbatas dimana saya perlu untuk berfikir lebih kreatif dan mencari solusi inovatif agar dapat menghasilkan konten yang menarik dan berkualitas. Contohnya, kadang ada footage yang kualitasnya kurang bagus, jadi saya harus mencari solusi editing agar tetap terlihat baik tanpa mengurangi kualitas keseluruhan video, dimana hal tersebut membutuhkan waktu lebih dari deadline yang sudah ditentukan.
Pewawancara	:	Oh iya baik kak, mungkin itu saja yang ingin saya tanyakan. Terima Kasih atas waktunya kak.
Narasumber	:	Iye Sama-Sama.

Nama Narasumber : Abdullah Yusran
 Jabatan : Pelanggan 1(Driver Ojek Online)
 Hari/Tanggal Wawancara : Selasa,8 Oktober 2024
 Nama Pewawancara : Alika Amara Alfianti

Pewawancara	:	Halo kak, maaf mengganggu perkenalkan saya alika amara alfianti dari universitas Hasanuddin jurusan ilmu komunikasi selaku mahasiswa yang saat ini sedang melakukan penelitian tugas akhir, tabe kak mungkin selagi menunggu motornya di cuci bisa saya wawancari untuk penelitian saya kak?
Narasumber	:	Oh iye bisajii, wawancara tentang ap itu dek kalau boleh tau?
Pewawancara	:	Mungkin saya jelaskan sedikit dlu tentang penelitianku kak, jadi penelitian ku itu membahas tentang optimalisasi penggunaan tiktok peem project dalam membangun basis pelanggan kak, kalau boleh tau, bagaimana awalnya kita tahu tentang peem kak? Dari teman? Sosial media? Atau kita tau sendiri karna sering lewat lokasinya peem kak?
Narasumber	:	Sebenarnya itu saya tau dari teman ojol toh,teman ojol merekomendasikan tempat cuci motor di abdesir terus karna abdesir panjangki jalannya dan seringma lewat tapi belumpi kudapat tempatnya, jadi nasuruhka temanku buka tiktoknya karna ada disitu titik google maps nyaa tertera, jadi saya bukami di tiktok dan saya dapatmi lokasinya.
Pewawancara	:	oh iye baik kak, jadi kita direkomendasikan teman dan tau peem dari tiktok di' kak? Mungkin setelah kita buka tiktoknya peem kak, pastikan kita liat juga konten-konten videonya peem, seberapa besar pengaruhnya kontennya peem untuk memengaruhi keputusan untuk memakai jasa layanan peem kak?
Narasumber	:	iyaa itu hari saya liat beberapa konten-kontennya peem,saya liat ada satu video itu kotor sekali itu motor sebelumnya di cuci, dan saya sempat tertarik karna setelah ku lihat selesmi itu motor di cuci keliatan bersihki dan saya bandingkan juga dengan tempat biasaku cuci motor hampir sama ji harganya dan itumi penasaranka juga toh jdi saya cobami kesini (peem) dan berapa kalima ini cuci motor disini biasa juga sama teman-teman ojol.
Pewawancara	:	ok baikk kak, selama menjadi pelanggan nya peem mungkin menurutta apa yang bisa di tingkatkan dari konten peem agar lebih menarik pelanggan?

Narasumber	:	hmm apadi' mungkin kalau saya pribadi sekali-sekali ada konten promo-promo cuci motor apa lagi saya sebagai ojol kan yang kendaraan kupakai cari nafkah dan sudah pasti haruska rawatki motorku toh, siapa tau nanti kedepannya ada konten diskon-diskon untuk para ojol hahahahaha, ituji sih kalau dari saya.
Pewawancara	:	Hahahaha baik siap kak, Mungkin itu saja yang saya ingin tanyakan, Makasih atas waktunya.
Narasumber	:	Iye dek sama- sama

Nama Narasumber : Kisana Adzan
 Jabatan : Pelanggan 2 (Mahasiswa)
 Hari/Tanggal Wawancara : Selasa, 8 Oktober 2024
 Nama Pewawancara : Alika Amara Alfianti

Pewawancara	:	Halo kak, maaf mengganggu perkenalkan saya alika amara alfianti dari universitas Hasanuddin jurusan ilmu komunikasi selaku mahasiswa yang saat ini sedang melakukan penelitian tugas akhir, tabe kak mungkin selagi menunggu motornya di cuci bisa saya wawancari untuk penelitian saya kak?
Narasumber	:	wawancara apa itu kak?
Pewawancara	:	Jadi sebelumnya ku jelaskan sedikit dulu tentang penelitianku, jadi penelitianku itu bahas tentang optimalisasinya tiktok peem untuk membangun basi pelanggan, nanti pertanyaan itu seputar pengalamanta jadi pelanggannya peem kak, mungkin sambil menunggu motorta di cuci bisa saya wawancarai ki kak?
Narasumber	:	oalahh okok siap bisaji.
Pewawancara	:	baik kak terimakasih atas waktunya, Kalau boleh tau dari manaki tau informasi menegenai peem?
Narasumber	:	saya tau itu dari postingannya teman yang video motornya di cuci toh terus saya liat captionyan dia tag tiktoknya peem baru saya stalk mi.
Pewawancara	:	OH iyaa baik kak, mungkin setelah sudahki stalker akun tiktoknya peem menurutta seberapa besar pengaruh konten tiktoknya peem memengaruhi untuk kita sebagai pelanggan memilih untuk menggunakan layanannya peem?
Narasumber	:	pas sudah saya stalker akunnya peem saya liatmi lokasinya, tidak langsung ji hari itu iya saya bawa motorku tapi pas saya kebetulan lewat dan saya liatmi dan ada juga itu hari waktu luang saya singgahmi cuci motor juga sekalian.
Pewawancara	:	ok baikk kak, Sebagai pelangganya peem project menurutta apa yang bisa di tingkatkan dari kontennya peem agar lebih menarik pelanggan?
Narasumber	:	untuk tingkat kontennya di'? Mungkin perbanyak saja konten-konten proses cuci motornya kak, mungkin bisa setiap motor di video supaya ada kepuasan tersendiri bagi pelanggan karna biasakan ada orang yang merasa senang kalau motornya dikasi jadi konten di tiktok mungkin kek bgiu ji kak.
Pewawancara	:	Okeyy baik kak, terimakasih atas waktunya.

Nama Narasumber : Muhammad Jalal
 Jabatan : Pelanggan 3 (PNS)
 Hari/Tanggal Wawancara : Selasa, 8 Oktober 2024
 Nama Pewawancara : Alika Amara Alfianti

Pewawancara	:	Halo kak, maaf mengganggu perkenalkan saya alika amara alfianti dari universitas Hasanuddin jurusan ilmu komunikasi selaku mahasiswa yang saat ini sedang melakukan penelitian tugas akhir, tabe kak mungkin selagi menunggu motornya di cuci bisa saya wawancari untuk penelitian saya kak?
Narasumber	:	oh iya boleh, wawancara soal apa itu ?
Pewawancara	:	baik terimakasih atas waktunya kak, jadi penelitianku itu kak tentang optimalisasi penggunaan tiktok peem dalam membangun masis pelanggan, kalua boleh tau kak dari mana anda mendapatrkan informasi tentang peem?
Narasumber	:	Oh iya jadi di abdesir inikan jadi jalanan sehari-hari saya kalau mau pergi maupun berangkat kantor. Sebenarnya saya seringji liat ini peem cuman belum pernah sempat singga toh. Terus itu hari pernah sempat tiktoknya peem itu muncul di fyp saya pas saya ada waktu luang saya sempatmi juga coba” untuk cuci motor disisni.
Pewawancara	:	oh iya baikkk kak, Setelah ada videomya peem yang muncul di beranda tiktok ta, seberapa besar pengaruh kontenn tiktok peem untuk kita memilih memakai layanannya peem ?
Narasumber	:	menurutku berpengaruh yaa.. karna contohnya yang seperti saya bilang tadi sering mka lewati ini peem tapi saya tidak pernah sempat untuk singgah dan kebutulan itu hari ada kontennya peem lewat di fyp dan kebetulan hari minggu jadii saya langsungmi ke peem jadi menurutku berpengaruhki karna sayami contohnya hahaha.
Pewawancara	:	baikk kak, sebagai pelanggannya peem menurutta apa yang perlu ditingkatkan dari konten-kontennya peem untuk lebih menarik bagi pelanggan?
Narasumber	:	untuk menarik pelanggan yaa sudah pasti pelanggan kan suka yang murah, jadi mungkin untuk menarik pelanggan buat konten promosi-promosi seperti diskon atau potongan harga itusih menurutku untuk menarik pelanggan.
Pewawancara	:	Baik kak, Mungkin itu saja yang ingin saya tanyakan Terima kasi atas waktunya.
Narasumber	:	Iya sama-sama

Lampiran 2 : Dokumentasi Wawancara





