

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto. 2002. *Public Relation Praktis*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Aw, Suranto. 2011. *Komunikasi Interpersonal*. Yogyakarta: Graha Ilmu. Bungin, Burhan
- Cangara, Hafied. 2018. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Creswell, John W. Creswell J. David. 2017. *Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. California: Sage Publication.
- Davis, Helen. 2004. *Understanding Stuart Hall*. California: Sage Publication.
- ErigoStore Website. *About Us*. Accessed 3 Februari 2023.
<https://erigoStore.co.id/pages/about-us>
- Fiske. 2014. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Hall, S. 1980. *Encoding/decoding. Culture, media, language*, California: Sage Publication.
- Jamaludin. 2011. *Metode Penelitian Survey Validitas*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Jalaludin, Rakhmat. 2011. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rodakarya
- Kotler dan Keller. 2009. *American Marketing Communication*. Diterjemahkan oleh Bob Sabran
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2016. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kurnia, Nova. *Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Media Baru: Implikasi terhadap Teori Komunikasi*. No.2 Desember, 2005. Accessed 1 Januari 2023
<https://doi.org/10.29313/mediator.v6i2.1197>
- Machmud. 2016. *Tuntunan Penulisan Tugas Akhir*. Malang: Penerbit Selaras.
- McQuail, D. 1997. *Audience analysis*. California: Sage publications.
- McQuail. 2011. *Teori Komunikasi Massa Buku 2 Edisi 6*. Jakarta: Salemba Humanika.
- McQuail. 2011. *Teori Komunikasi Massa Buku 1 Edisi 6*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Moleong, Lexy J. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Morrison, M.A. 2010. *Teori Komunikasi Massa : Media, Budaya, dan Masyarakat*. Bogor: PT Ghalia Indonesia
- Nasrullah, Rulli. 2017. *Media Sosial*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

- Nurudin. 2012. *Media Sosial Baru*. Yogyakarta: Mata Padi Pressindo.
- Pujileksono, Sugeng. 2015. *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Malang: Intrans Publishing.
- Romli, Khomsahrial. 2016. *Komunikasi Massa*. Jakarta: Grasindo.
- Ruslan. 2002. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono, D. 2000. *Metode Penelitian*. CV Alvabeta. Bandung
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND*. Bandung: Alfabeta.
- Street, J. 2001. *Mass Media, Politics and Society. In Mass Media, Politics and Society*, New York: Palgrave.
- Tjiptono, Fandy. 2009. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Untari, Dewi. *Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik)*. No.3. September 2018. Hal-274.
<http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/widyacipta>
- Walgito, Bimo. 2010. *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: Andi.



**SURAT PERNYATAAN KETERSEDIAAN MENJADI INFORMAN DALAM
PENELITIAN “PERSEPSI AUDIENS TERHADAP CITRA MERK ERIGO DI
INSTAGRAM (ANALISIS RESEPSI PERSEPSI AUDIENS TERHADAP CITRA MERK
ERIGO DI INSTAGRAM)”**

Yang bertanda di bawah:

Nama : Yesaya Ferdinand

Usia : 27 Tahun

Alamat : Jalan Lebak Bulus 3 No. 50, Cilandak, Jakarta Selatan

Pekerjaan : Project Manager

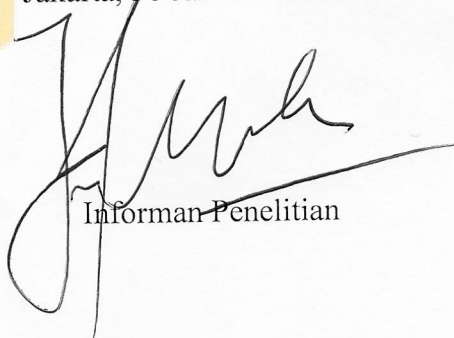
Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa,

Setelah memperoleh penjelasan sepenuhnya serta menyadari, mengerti, dan memahami tentang tujuan serta manfaat. Maka saya bersedia diwawancarai untuk kepentingan penelitian skripsi dengan judul “PERSEPSI AUDIENS TERHADAP CITRA MERK ERIGO DI INSTAGRAM (ANALISIS RESEPSI PERSEPSI AUDIENS TERHADAP CITRA MERK ERIGO DI INSTAGRAM)”

Demikian surat pernyataan kesediaan ini yang saya buat dengan sesungguhnya.



Jakarta, 30 Januari 2023


Informan Penelitian

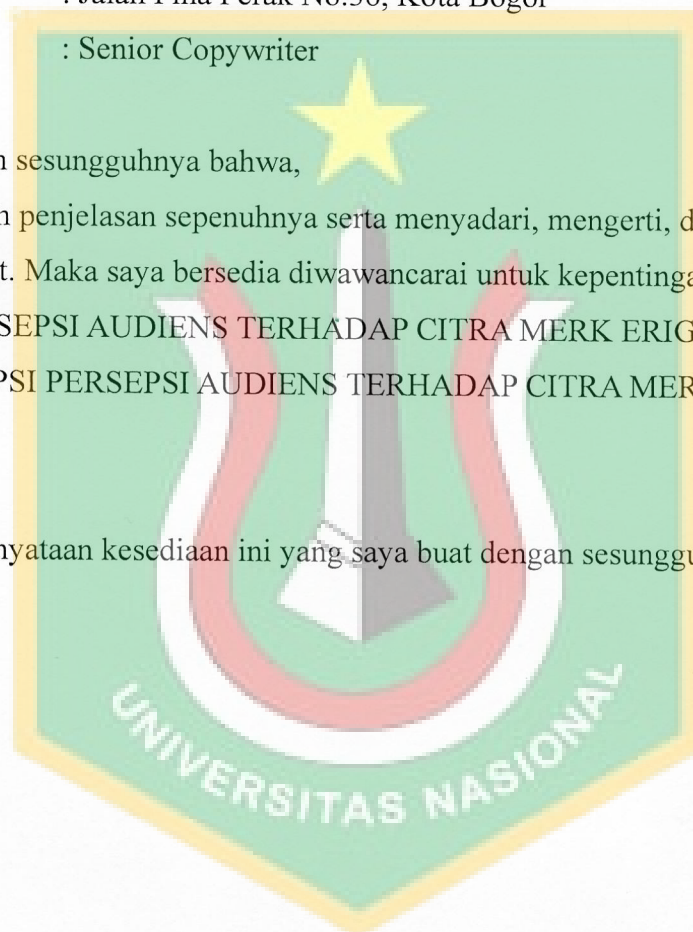
**SURAT PERNYATAAN KETERSEDIAAN MENJADI RESPONDEN DALAM
PENELITIAN “PERSEPSI AUDIENS TERHADAP CITRA MERK ERIGO DI
INSTAGRAM (ANALISIS RESEPSI PERSEPSI AUDIENS TERHADAP CITRA MERK
ERIGO DI INSTAGRAM)”**

Yang bertanda di bawah:

Nama : Andika Reihansyah
Usia : 26 Tahun
Alamat : Jalan Pina Perak No.36, Kota Bogor
Pekerjaan : Senior Copywriter

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa,
Setelah memperoleh penjelasan sepenuhnya serta menyadari, mengerti, dan memahami tentang tujuan serta manfaat. Maka saya bersedia diwawancarai untuk kepentingan penelitian skripsi dengan judul “PERSEPSI AUDIENS TERHADAP CITRA MERK ERIGO DI INSTAGRAM (ANALISIS RESEPSI PERSEPSI AUDIENS TERHADAP CITRA MERK ERIGO DI INSTAGRAM)”

Demikian surat pernyataan kesediaan ini yang saya buat dengan sesungguhnya.



Jakarta, 30 Januari 2023

Informan Penelitian

**SURAT PERNYATAAN KETERSEDIAAN MENJADI RESPONDEN DALAM
PENELITIAN “PERSEPSI AUDIENS TERHADAP CITRA MERK ERIGO DI
INSTAGRAM (ANALISIS RESEPSI PERSEPSI AUDIENS TERHADAP CITRA MERK
ERIGO DI INSTAGRAM)”**

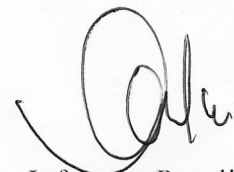
Yang bertanda di bawah:

Nama : Luke Trinita
Usia : 30 Tahun
Alamat : Jalan MPR 3 dalam, No.89, Jakarta Barat
Pekerjaan : Content Manager

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa,
Setelah memperoleh penjelasan sepenuhnya serta menyadari, mengerti, dan memahami tentang tujuan serta manfaat. Maka saya bersedia diwawancarai untuk kepentingan penelitian skripsi dengan judul “PERSEPSI AUDIENS TERHADAP CITRA MERK ERIGO DI INSTAGRAM (ANALISIS RESEPSI PERSEPSI AUDIENS TERHADAP CITRA MERK ERIGO DI INSTAGRAM)”

Demikian surat pernyataan kesediaan ini yang saya buat dengan sesungguhnya.

Jakarta, 30 Januari 2023



Informan Penelitian

**SURAT PERNYATAAN KETERSEDIAAN MENJADI RESPONDEN DALAM
PENELITIAN “PERSEPSI AUDIENS TERHADAP CITRA MERK ERIGO DI
INSTAGRAM (ANALISIS RESEPSI PERSEPSI AUDIENS TERHADAP CITRA MERK
ERIGO DI INSTAGRAM)”**

Yang bertanda di bawah:

Nama : Junia
Usia : 21 Tahun
Alamat : Jalan H. Nuuh No. 72, Cipadak, Jakarta Selatan
Pekerjaan : Social Media Officer

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa,

Setelah memperoleh penjelasan sepenuhnya serta menyadari, mengerti, dan memahami tentang tujuan serta manfaat. Maka saya bersedia diwawancarai untuk kepentingan penelitian skripsi dengan judul “PERSEPSI AUDIENS TERHADAP CITRA MERK ERIGO DI INSTAGRAM (ANALISIS RESEPSI PERSEPSI AUDIENS TERHADAP CITRA MERK ERIGO DI INSTAGRAM)”

Demikian surat pernyataan kesediaan ini yang saya buat dengan sesungguhnya.

Jakarta, 30 Januari 2023



Informan Penelitian

**SURAT PERNYATAAN KETERSEDIAAN MENJADI RESPONDEN DALAM
PENELITIAN “PERSEPSI AUDIENS TERHADAP CITRA MERK ERIGO DI
INSTAGRAM (ANALISIS RESEPSI PERSEPSI AUDIENS TERHADAP CITRA MERK
ERIGO DI INSTAGRAM)”**

Yang bertanda di bawah:

Nama : Gusti Ayu
Usia : 23 Tahun
Alamat : Jalan Wahyu Raya, No. 1C, Jakarta Selatan
Pekerjaan : Strategist Planner

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa,
Setelah memperoleh penjelasan sepenuhnya serta menyadari, mengerti, dan memahami tentang tujuan serta manfaat. Maka saya bersedia diwawancarai untuk kepentingan penelitian skripsi dengan judul “PERSEPSI AUDIENS TERHADAP CITRA MERK ERIGO DI INSTAGRAM (ANALISIS RESEPSI PERSEPSI AUDIENS TERHADAP CITRA MERK ERIGO DI INSTAGRAM)”

Demikian surat pernyataan kesediaan ini yang saya buat dengan sesungguhnya.

Jakarta, 30 Januari 2023



Informan Penelitian

**SURAT PERNYATAAN KETERSEDIAAN MENJADI RESPONDEN DALAM
PENELITIAN “PERSEPSI KHALAYAK TENTANG CITRA ERIGO PASCA
KEIKUTSERTAAN DI AJANG NEW YORK FASHION WEEK 2021: (ANALISIS
RESEPSI MELALUI PENELAAHAN DOKUMENTASI ERIGO PADA INSTAGRAM)”**

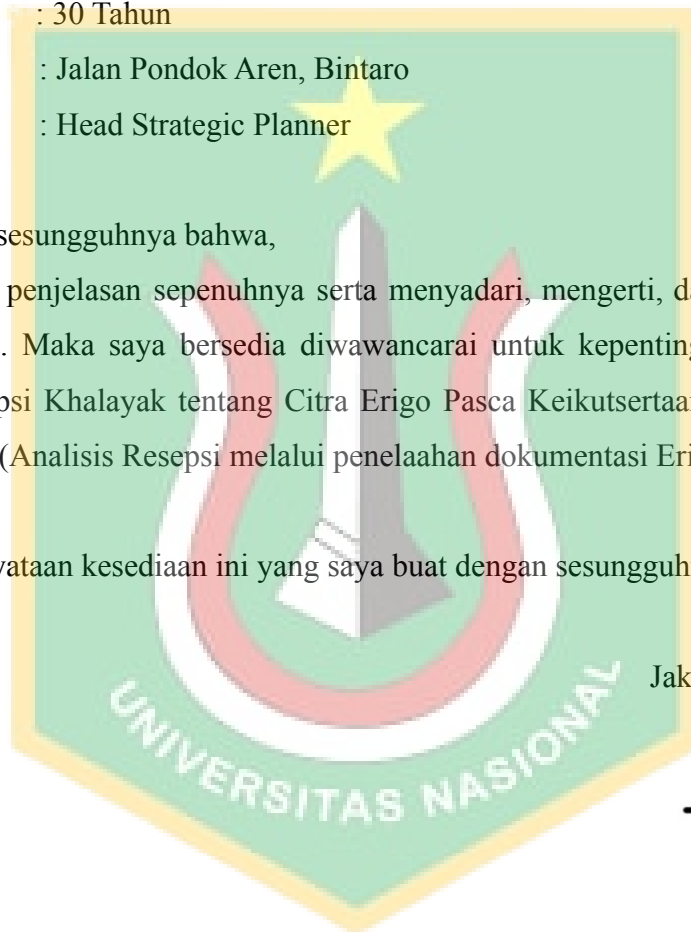
Yang bertanda di bawah:

Nama : Insan Maulidian
Usia : 30 Tahun
Alamat : Jalan Pondok Aren, Bintaro
Pekerjaan : Head Strategic Planner

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa,

Setelah memperoleh penjelasan sepenuhnya serta menyadari, mengerti, dan memahami tentang tujuan serta manfaat. Maka saya bersedia diwawancarai untuk kepentingan penelitian skripsi dengan judul “Persepsi Khalayak tentang Citra Erigo Pasca Keikutsertaan di Ajang New York Fashion Week 2021: (Analisis Resepsi melalui penelaahan dokumentasi Erigo pada Instagram)”

Demikian surat pernyataan kesediaan ini yang saya buat dengan sesungguhnya.



Jakarta, 27 Februari 2023

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Insan Maulidian', written over a white background.

Informan Penelitian

ANALISIS RESEPSI PERSEPSI AUDIENS TERHADAP CITRA MERK ERIGO DI INSTAGRAM

Amanda Mutia Pasya

193516516035

Pedoman Wawancara (Audiens)

Identitas

Nama:

Usia:

Pekerjaan:

DAFTAR PERTANYAAN UNTUK WAWANCARA

1. Bagaimana pandangan audiens terhadap Erigo selama mengikuti New York Fashion Week? (Identifikasi Masalah)
 - A. Selama Erigo mengikuti New York Fashion Week, bagaimana pendapat anda?
2. Bagaimana persepsi audiens terhadap citra merk Erigo setelah mengikuti New York Fashion Week? (Identifikasi Masalah)
 - B. Dimana anda mengetahui brand Erigo pada awalnya?
 - C. Hal apa yang membuat anda memiliki persepsi negatif dengan Erigo?
 - D. Apa tanggapan anda pada saat mengetahui Erigo mengikuti New York Fashion Week?
 - F. Menurut anda kenapa Erigo bisa mengikuti New York Fashion Week?
 - G. Setelah anda melihat konten yang diunggah di Instagram Erigo, Bagaimana penilaian anda, apakah ada perubahan dari penilaian anda sebelumnya?
 - H. Kalau ada perubahan, apa yang membuat penilaian anda berubah dari yang sebelumnya? (*Opsi pertanyaan kalau persepsi informan berubah*)

TRANSKRIP WAWANCARA

Identitas

Nama: Andika Reihansyah Saputra

Usia: 26 Tahun

Pekerjaan: Senior Copywriter di Agensi Periklanan

AP: Penulis

AR: Andika Reihansyah

AP: Halo Kak Dika!

AR: Hai Amandaa

AP: Aku punya beberapa pertanyaan untuk Kak Dika nih tentang Erigo.. Kak Dika awal kali pertama tau Erigo tuh dari mana sih?

AR: “Awal aku tau Erigo itu, Erigo itu pernah ikutan Jackloth waktu aku kuliah di tahun 2014, dan waktu itu aku kuliah di daerah Malang, Jawa Timur, dan waktu itu Jackloth dari Roadshow ke kota aku kuliah pada saat itu. Pada saat itu hype nya Erigo udah kebangun, tapi aku sendiri tapi aku belum terlalu ngeh kalo Erigo udah ada ‘namanya’. Waktu aku dateng ke jackloth tahun 2014 itu, dan pada saat itu rame banget yang ngantri stand boothnya Erigo, dari situ aku tau Erigo”

AP: “Ohh gitu.. Kak... terus hal apa yang bikin Kak Dika punya persepsi negatif sama Erigo?”

AR: “Mungkin ini personal banget ya. Aku gak ngeliat dari desain produk waktu pertama kali aku liat Erigo, tapi waktu yang di malang itu yang dateng ke stand booth nya menurut aku pribadi emang udah kalangan C/B gitu lho, jadi dalam tanda kutip ‘oh ini mungkin brand yang terkenal dikalangan daerah’. Setelah dia bergerak secara mass ke orang-orang, karena persepsi awal aku udah kayak gitu aku jadi kaya ‘oh yaudah, brand yang gitu aja’, kayak distro kelas KW secara kasarnya ya.”

AP: Terus kan Erigo waktu tahun 2021 dia ikut New York Fashion Week Pertama kali, terus tanggapan Kak Dika gimana waktu tau Erigo bisa ke New York?

AR: “Sebenarnya menurut aku itu langkah yang berani ya, karena juga di tahun 2021 kan brand nya Erigo udah besar, dari 2014 sampe saat itu kan ada 7 tahun’an dan juga udah naik

panggung lah dari yang pertama kali aku yang kayak 'brand-brand jemet nih'. Tapi waktu di tahun 2017'an persepsi aku udah mulai memulih, karena orang-orang udah mulai banyak yang pake, dan desainnya menurut aku udah mulai milimalis gak terlalu norak. Maksudnya kayak gak yang kayak logo dimana-mana. Nah, cuma ketika di New York Fashion Week ini menurutku malah jatohnya tuh jadi kayak salah sasaran gitu, sejujurnya.. Ngeliat dari cara brand ini ngebawa hypenya New York Fashion Week itu. Karena menurutku yang pertama, influencer yang diundang juga bukan influencer fashion, jadi pengemasan publicity nya tuh berantakan. Sebenarnya Erigo New York Fashion week itu sendiri kan juga seinget ku ya, fashion weeknya itu kan bukan kayak dia buat runway show sendiri, seinget ku itu ada satu organisasi yang ngebawahin beberapa desainer up and coming. Memang itu sebuah achievement, tapi untuk di elu elukan sampe segitunya tuh menurutnya malah jadi norak. Aku tau timingnya untuk shock value, yang dimana tujuannya itu sudah terpenuhi, oke persepsinya ada tapi jadi kayak 'ini brand apaan si, kok lo jadi di New York Fashion Week' kayak heboh banget, emang dia kayak gimana sih sampe deserve bisa di dalam New York Fashion Week."

AP: "Menurut Kak Dika, kenapa sih Erigo bisa ikut New York Fashion Week?"

AR: "Kayaknya mereka tuh daftar deh, karena seinget aku fashion week yang diikuti sama si Erigo idi New York itu kayak, kamu tau gak sih kalo jaman SMA tuh ada band regist? Kayak gitu. Maksudku kalo kamu punya brand terus kamu daftarin kayak gitu, dan kamu punya uang, dan ada koleksi yang kamu bisa pameran itu bisa tampil di New York Fashion Week yang si Erigo bisa ikuti. Itu tuh bukan fashion week yang kayak Marc Jacobs, yang buat acara sendiri yang emang ada di rundown New York Fashion Week secara official gitu. Itu tuh kayak event yang berdekatan maraknya si New York Fashion Week itu. Hal ini tuh sama kayak salah satu brand yang ikutan di Paris Fashion Week, yang dimana itu bukan menjadi agenda official resminya Paris Fashion Week"

AP: "Waktu Erigo ke New York Fashion Week, itu kan viral banget ya kak, terutama di Instagram. Kak Dika tanggepannya gimana tuh pas liat Erigo waktu di New York Fashion Week?"

AR: "Kembali lagi ke jawaban aku yang sebelumnya, menurutku si pengemasan KOL-nya Erigo ini agak berantakan gitu, dan aku merasa kalo ya mereka bukan influencer fashion. Aku ketika ngikutin ceritanya si KOL yang dateng ke New York sama Erigo tuh, aku malah

bukan ngeliatin outfitnya, aku malah ngeliatin ya mereka jalan-jalan di New York, kayak mereka kemana aja, serunya mereka. Tapi aku malah gak fokus ke apparel yang dipake sama KOL ini. Nah mungkin ini salah satunya karna pengemasan publicitynya yang kurang oke. Jatohnya tuh menurut aku pribadi malah kayak jadi norak. Ngapain dia bawa influencer sebanyak itu? Mereka juga disana cuma jalan-jalan doang. Yang maksudku aku kenapa PR nya tuh berantakan, kan mungkin aja si Erigo ini kayak kasih tau behind the scenennya kayak gimana mereka siap-siap mau ke New York buat nampilin produknya di New York Fashion Week itu. Atau mereka bercerita sedikit tentang pieces yang dia suka dari Erigo. Hal-hal yang berbau fashionnya tuh gak ada, menurutku. Malah jadi kayak cuma orang-orang jalan-jalan ke New York, di undang Erigo, terus ya kita tontonin aja. Kayak gitu sih menurutku ya..”

AP: “Kak Dika kan liat nih ya kegiatan Erigo, mereka ngapain aja selama di New York, dan gimana mereka pas Runway di New York Fashion Week. Ada perubahan persepsi gak dari Kak Dika, yang awalnya Kak Dika anggap mereka itu brand “*jamet*”?”

AR: “Tetep norak hahaha, maksudku gini. Aku gak bilang desainnya jelek atau gimana. Menurutku produknya mereka ada yang bagus. Tapi kan kalo kita ngomongin persepsi kan kita ngomongin kesan dari si produk ditampilkan kan. Kesan ku jadinya norak, karena menurutku cara memasarkannya rada aneh. Jadinya ya persepsiku dari awal sampe sekarang ya gak berubah. Bahkan ketika New York Fashion Week ini ada juga gak berubah. Karena ya berantakan aja gitu, kayak ini brand nya mau dibawa kemana sih? Ini mau mass atau mau edgy atau mau fashion atau apa? Brand identitynya tuh kurang terdefiniskan dengan baik gitu loh menurutku ya dari cara mereka memasarkan. Jadinya kayak yaudah aja gitu. Kalo mereka mau distro banget tuh kayak uncle 347, tapi kan dia pengen ala ala hypebeast gitu, tapi ya enggak masuk jatohnya. Sayang sih karena menurutku desain dari produknya itu sendiri pun gaada masalah buat gue pribadi”

AP: Berarti gaada perubahan persepsi ya kak?

AR: “Iyaa gak ada sih, sama aja”

AP: Okaii pertanyaanku sudah terjawab semua, Terimakasih Kak Dika

AR: “Sama-sama Amanda”

Identitas

Nama: Junia

Usia: 21 Tahun

Pekerjaan: Social Media Officer / Mahasiswa

A: Penulis

J: Junia

A: Halo Junia!!

J: Haiii

A: Jun, aku mau tau dong awal kamu tau brand Erigo pada awalnya gimana sih?

J: “Pertama kali pas aku tau Erigo waktu itu pas SMA tahun 2018. Jadi temen aku, cowok. Dia setiap seminggu sekali tuh beli crewnecknya Erigo gitu, dan terpampang nyata kan logo Erigonya. Terus aku tanya “Itu brand apaan?” terus dia jawab “Brand lokal ini”. Awalnya aku pengen beli, karena kayak bagus gitu loh kalo dipake buat sekolah, karna kan simple. Terus pas aku cek Instagramnya, aku gajadi beli karena aku taunya itu buat Men wear doang, tapi emang harganya tuh murah banget kayak 100 an buat crew neck loh”

A: Terus kenapa tuh kamu bisa punya persepsi negatif sama Erigo?

J: “Karena banyak banget yang pake, waktu itu dikelasku kayak ada 5 orang yang pake Erigo. Dari situ tanggapan aku kayak overrated sih, jadi kayak kacang tau gak sih. Dan yang pake waktu sepenglihatan aku waktu itu, yang pake tuh kayak jamet-jamet gitu loh kayak abang-abang”

A: Erigo kan ikut New York Fashion Week ya, awal kamu tau kamu gimana tanggapannya?

J: “Pertama kali aku tau Erigo ke New York Fashion Week tuh, aku skeptis banget. Karena kan dia awalnya buat street wear tapi untuk kalangan menengah ke bawah kan, jadi too much aja kalo dia ke New York Fashion Week tapi produk mereka kayak gitu. Tapi lumayan amaze sih, dia bisa ke New York”

A: “Menurut kamu kenapa Erigo bisa mengikuti New York Fashion Week?”

J: “Karena sponsor sih, shopee pada saat itu. Mungkin dia kayak ngajuin proposal gak sih ke shopee?”

A: “Selama Erigo mengikuti New York Fashion Week kan banyak yang omongin ya, banyak juga dokumentasinya yang kesebar terutama di Instagram, pendapatmu gimana pas liat Erigo di New York?”

J: “Pas aku liat konten Erigo di New York Fashion Week jadi kayak liat konten jalan-jalan aja sih. Apalagi waktu itu gue liatin Arief Muhammad kan, kayak seru banget jalan jalan ke NY gratis. Tapi, jadinya aku gak fokus ke acara New York Fashion Week nya”

A: “Kamu kan liat nih ya kegiatan Erigo, mereka ngapain aja selama di New York, dan gimana mereka pas Runway di New York Fashion Week. Ada perubahan persepsi gak?”

J: “Jujur sama aja, karena yang ditampilin sama aja produknya, hampir kayak gak ada bedanya lah. Cuma beda di warnanya aja. Terus juga mungkin karna ke NY kalinya, jadi dibuat lebih simple aja modelnya. Dan juga KOL nya tuh gak sesuai sama pasarnya sih menurutku. Kayak Arief Muhammadiyah, Reza Chandika, Denny Sumargo, mereka kan buka KOL yang fashion. Kalo buat Ayla Dimitri, sama Alike, apalagi Enzy sih, Enzy kan bukan KOL yang fashion gitu kan”

A: “Okee deh, pertanyaanku sudah kejawab semua. Terimakasih Jun”

J: “*Your welcome*”



Identitas

Nama: Yesaya Ferdinand

Usia: 27 Tahun

Pekerjaan: Project Manajer di Agensi Periklanan

A: Penulis

Y: Yesaya

A: "Halo Kak Yesa!"

Y: "Hellooo"

A: "Kak Yesa, aku mau tau dong awal Kak Yesa tau Erigo itu gimana?"

Y: "Aku tau Erigo pertama kali itu, karena kita pernah kerja sama di tahun 2013/2014. Jadi Erigo tuh masih kecil banget dulu. Jadi ceritanya dulu tuh aku pernah sama anak-anak kuliah bikin kayak EO clubbing gitu hahaha, terus anak-anak gue itu bikin satu acara yang sponsornya Erigo, terus Erigo ngasih kaos gratis ke kita, yang emang kayak limited edition gitu. Karena gue gendut gue gak muat, karena Erigo kecil-kecil. Terus pas denger Erigo lagi, Erigo tuh masih distro-distro banget gitu lah. Terus tiba-tiba ada di fashion week, waktu yang gede itu kan pas mereka di New York Fashion Week ya, terus ngundang banyak banget tuh. Sebenarnya gue tuh kayak "Hah emang bajunya kayak gimana sih?" sampe sekarang pun buat gue Erigo tuh bukan fashion yang gimana-mana, bajunya tuh masih kaos, simple basic clothing aja kann.. Tapi ternyata ada yang limited edition waktu di New York Fashion Week. dimana setau aku abis keluar di New York Fashion Week keluar di Shopee ya. Aku tau itu aja sih, tapi buatku ya masih kayak kaos distro biasa, gak yang spesial-spesial banget sih"

A: "Jadi awal persepsi Kak Yesa ngeliat Erigo tuh gimana sih?"

Y: "Kaos distro aja, buat gue sih.. Gue gatau ya.. Anak-anak distro kan beda ya kalo di Bandung, dan buat gue sih nothing special ya. Its just a simple clothing, kaos, hoodie, gitu-gitu. Jadi gue merasa tidak ada yang spesial ya, buat gue ya yaudah biasa aja. Dan desainnya juga gak yang gimana-gimana, biasa banget"

A: "dibanding sama yang distro Bandung-Bandung yang lain?"

Y: “Iya... karena kalo Erigo tuh setau aku, jatohnya yang kayak simple gitu loh. Gak yang kayak artsy-artsy gitu”

A: “Tanggepan Kak Yesa tuh gimana sih, waktu pertama kali Kak Yesa tau Erigo ke New York Fashion Week?”

Y: “Hahahahahha, buat aku.. aku mempertanyakan buat apa? Soalnya kayak.. Mungkin maksudnya yang punya Erigo mereka ingin masuk kelas ya. Dari kaos distro terus wadh masuk New York Fashion Week nih..produk lokal. Tapi menurut aku, liat produk yang dijual, actual pieces yang ada di runway tuh gak dijual juga, jadi buat aku kayak cuma biar naik kelas aja. Bajunya tetep biasa aja menurutku, kayak berubah naik dikit lah warnanya, ada yang aneh-aneh, tapi kayak yaudah aja, jadi aku sih memeprtanyakan kembali, ini mereka mau apa? Dan buat apa? Apa emang buat naik kelas? Tapi emang mungkin buat aku aja kali ya marketnya. Karena buatkut bajunya biasa aja, dan kayaknya harganya naik dikit tapi masih reasonable gak yang tiba-tiba 600, 700 gitu loh.. Jadi masih affordable. Terus itu jadi kayak stand aja “oh iya lo di New York Fashion Week” terus bawa artis banyak banget. Malah gue lebih invested sama story-storynya Reza Chandika waktu mereka di New York, dari pada si Erigonya.

A: “Erigo iu kan brand lokal distro lah, menurut Kak Yesa kenapa dia bisa ikut New York Fashion Week?”

Y: “Aku gatau justru, makanya kembali lagi kalo lo di New York Fashion Week itu kan sebenarnya. “Lo disana untuk cuma tampilin doang apa gimana?” karena gini, di New York Fashion Week itu.. Jadi tuh dulu aku seneng fashion, jadi aku tau fashion week itu gak cuma sebagai buat pers doang, tapi biasanya ada buyers dari departemen-departemen store yang diundang. Jadi yang di front row itu biasanya tuh artis, editor, sama buyers. Jadi departement store disana diundang supaya mereka beli pieces nya. Misalnya gini, kamu beli baju Prada di Barneys, nah itu tuh ada buyers nya yang dateng ke fashion week. nah , pertanyaan aku, dia bikin di New York tuh apakah emang udah masuk pasar sana atau enggak? Dan aku gak ngeliat itu terjadi, jadi kayaknya emang publisitas aja sih. Itu kan di sponsorin Shopee setauku, jadi mereka bisa bikin di sana, mereka bayar venue, dan bisa ngundang orang-orang, tapi mereka gak jual disana, mereka justru jualnya disini. Jadi menurutku sih sebenarnya jadi

cuma gimmick ya. Karena orang Indonesia itu kan senang sesuatu yang “wah diliat di luar negeri” tanpa liat substansinya why gitu loh. Mungkin tim marketingnya melihat itu suatu kepentingan gitu, yang sesuai dengan target audiens yang mereka mau capai ya, which is emang bukan aku yang gak “Ohhh dibawa-bawa dikit di New York terus beli”. Mereka mungkin kayak “Nih lo liat merk gue aja udah sampe luar negeri, dan diliat. Dan lo bisa beli pieces nya di shopee” artinya lo udah beli produk yang mendunia nih. Mungkin gitu kali ya maksudnya, karna aku gak liat sesuatu yang signifikan. Tapi menurut gue itu cuma business decision yang meng-impact ke lokal. Sama aja kayak yang kamu liat brand-brand yang sempet ngiklanin di Times Square, tapi sebenarnya mereka cuma buat PR karena akhirnya pasarnya kesini. Itu tuh mentalitas marketing yang melihat orang kita masih suka sesuatu yang diliat dunia dulu baru kita.

A: “Waktu itu kan Erigo viral banget ya kak pas ke New York, Tanggepan Kak Yesa gimana waktu liat kegiatan mereka di New York?”

Y: “Aku lebih seru liat story Reza Chandika sih sebenarnya. Aku senang bukan karena konten Erigonya ya. Mungkin itu salah strategi yang lebih kena sih menurut aku. Kayak mereka kemana-ana pake Erigo, dan melihat keseruan mereka. Tapi New York Fashion Weeknya cuma kayak PR aja sih, tapi emang perlu mungkin. Jadinya kan kayak karya anak bangsa dibawa ke New York. Kalo aku yang jadi mereka sih, kayaknya aku akan melakukan hal yang sama. Tapi buat aku, aku lebih senang cerita mereka ke New York sih, Instead of the actual fashion week. Karena biasa aja fashion weeknya, bener-bener biasa aja

A: “Jadi Kak Yesa fokus ke KOL nya ya bukan ke New York Fashion Week nya”

Y: “iya bener, karena KOL nya menurutku keren sih yang mereka pilih tuh pas”

A: “Ada perubahan persepsi gak dari Kak Yesa, setelah melihat Erigo di New York Fashion Week?”

Y: “Aku cuma bisa bilang, mereka punya duit doang. Karena menurutku kalo mereka pinter mereka akan sustain, sedangkan aku gak melihat Erigo sendiri sustain di Indonesia. Kayak mereka kan udah di New York Fashion Week nih, berarti mereka mau terlihat fashion nih, tapi aku gak lihat mereka di JFW juga, Aku gak liat mereka men-sustain hal tersebut. Jadi

yaa menurutku merek punya peluang yang lebih dari sekedar brand distro, tapi di dalam negeri mereka gak melakukan advertising yang menunjukkan hal tersebut. Kayak mereka gak pernah gabung di JFW, gak pernah liat di majalah-majalah. Kalo mereka merasa bisa naik kelas di New York Fashion Week, kenapa mereka gak menjual di majalah yang kayak untuk editorial. Aku penasaran sih itu ngefek gak ya ke penjualan mereka di shopee? Apakah abis itu ada sustain marketing kah? Atau mencapai apa yang mereka mau? Karena sekarang gaada gaungnya aja.

A: “Oke deh, kak yesa. Sudah terjawab semua pertanyaanku. Terimakasih kak!”

Y: “Sama-sama”



Identitas

Nama: Luke Trinita

Usia: 30 Tahun

Pekerjaan: Content Manager di Agensi Periklanan

A: Penulis

L: Luke

A: "Halo kak luke!"

L: "Haiii!"

A: "Kak luke, aku mau tau dong cerita kak luke waktu pertama kali kenal Erigo tuh kapan, dan gimana sih persepsi kak luke pada saat itu?"

L: "Waktu aku pertama kali kenal Erigo itu pas mereka campaign ke US, aku baru tau tuh brand Erigo itu ada. Persepsi awalku sih, buat aku Erigo tuh berani banget yaa untuk invest ke sesuatu yang gede, sementara brand-brand lokal kan jarang yang kayak gitu ya, mereka lebih invest ke market lokal. Selain itu aku tau Erigo dari sale-sale gitu, tapi makin aku liat makin ada dimana-mana gitu loh, aku suka liat boothnya mereka di Margo, Depok. Tapi emang di mall yang gitu sih, kalo aku pergi ke PIM, atau mall jakarta lainnya aku gak liat, tapi di depok aku sering banget liat. Dan ternyata harganya tuh gak mahal, biasanya kan hoodie diatas 500 ribu, nah kalo mereka di bawah 200.

A: "Terus persepsi kak luke pada saat itu kayak gimana?"

L: "Gak keren sih, tapi brand yang merakyat."

A: "Nah, waktu pertama kali kak luke tau Erigo ke New York Fashion Week itu gimana?"

L: "Surprise sih, pasti ownernya punya channel gitu sama orang-orang yang terlibat di New York Fashion Weeknya, karena pasti selektif banget kan buat brand yang bisa tampil disitu."

A: "Selama Erigo di New York viral itu, tanggapan kak luke kayak gimana?"

L: "Jujur, aku taunya itu karena aku follow Reza Chandika. Terus kayak dia tuh intens banget postingnya. Dan dia tiba-tiba sama circle yang biasanya bukan sama dia kayak Den Dimas, Alike, Feby. tapi emang kontennya mereka tuh jadi kayak travel vlog aja, jalan-jalan di New York, sarapan, walaupun kadang juga nge tag Erigonya. Selain itu mereka kan naro foto di

billboard kan, aku jadi bingung apakah mereka buka store di sana atau cuma promo doang, karena kalo misalkan buat promo pasti dapetnya viral, dan aku bingung sih kenapa mereka harus di sana.”

A: “setelah kak luke liat kegiatannya Erigo di New York, ada perubahan persepsi gak”

L: “Enggak sih, karena menurutku mereka ngambil momen banget, dan dia tuh kayak pake KOL banyak banget. Aku juga sampai saat ini gak ada ketertarikan untuk membeli Erigo sih, karena emang bukan aku aja”

A: “Pertanyaan ku sudah terjawab semua kak, terimakasih yaa”

L: “Sama-sama”

Identitas

Nama: Gusti Ayu

Usia: 23 Tahun

Pekerjaan: Strategist Planner di Agensi Periklanan

A: Penulis

G: Gusti Ayu

A: “Halo kak!”

G: “Halo mandaa”

A: “Kak aku mau tau dong cerita kak ayu waktu pertama kali kenal Erigo, dan gimana persepsi kak ayu ke Erigo pada saat itu?”

G:” Pertamanya sih, liat di shopee. Aku kaget harganya murah banget, dan mereka suka diskon gitu. Dan ada beberapa produk yang buatku oke secara desain, tapi bukan prefensiku aja. Lama-lama banyal banget yang pake. Nah ada satu waktu, aku liat di Twitter yang bilang Erigo tuh lama-lama kayak avanza” dan ternyata orang-orang itu menganggap Erigo tuh buat kelas C, dan jadi common sense kalo Erigo dianggap seperti itu, karena yang pake orang daerah gitu. Dulu temen ku juga ada yang pake Erigo terus kita godain gitu. Awalnya aku tidak menganggap bahwa Erigo itu norak, tapi karena overused malah jadi keliatan norak nya. Aku juga dari awal tau Erigo gak pernah pake sih”

A: “Kalo boleh tau emang kenapa kak ayu gak pake Erigo?”



G: “Sebenarnya aku tuh gak suka pake baju atau produk yang nunjukin brandnya itu apa. Karena menurutku dengan kita pakai produk yang terpampang jelas logonya, aku merasa jadi billboardnya brand, buat ngepromosiin mereka. Jadi aku prefer baju polos atau baju film gitu”

A:”Waktu Erigo ke New York Fashion Week, awal kak ayu tau itu tanggepannya gimana?”

G: “Biasa aja sih, gaada yang wah gitu. Gak yang se pride itu, bener-bener biasa aja”

A: “Waktu Erigo ke New York itu kan viral banget ya kak, kak ayu waktu melihat keviralan itu kayak dokumentasi Erigonya, tanggepan kak ayu gimana pada saat itu?”

G:” aku mikir bahwa Erigo bakar duit banget, karena memang semasive itu. Kayak mereka nge provide KOL buat kesana. Padahal apakah mereka akan mendapatkan hal yang sebanding dengan dia ngebakar uang sebanyak itu”

A: “Menurut kak ayu kenapa dia bisa ikut ke New York Fashion Week?”

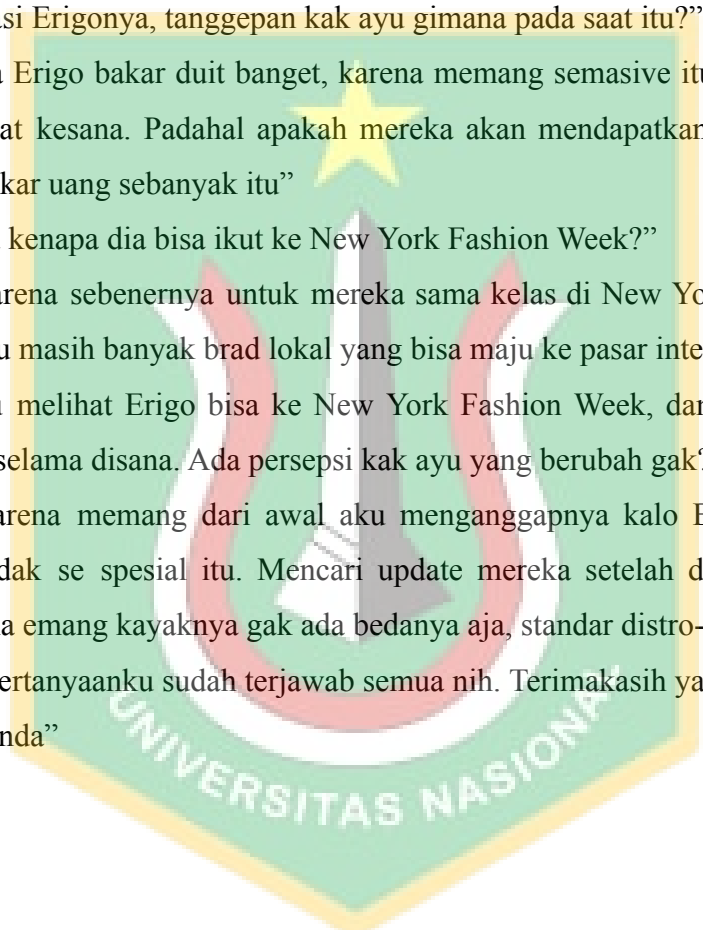
G:” Banyak duit. Karena sebenarnya untuk mereka sama kelas di New York Fashion Week sih enggak ya. Buat ku masih banyak brand lokal yang bisa maju ke pasar internasional”

A:” Setelah kak ayu melihat Erigo bisa ke New York Fashion Week, dan kak ayu liat semua kegiatan mereka selama disana. Ada persepsi kak ayu yang berubah gak?”

G: “Sama ajasih, karena memang dari awal aku menganggapnya kalo Erigo itu brand yang overused, dan tidak se spesial itu. Mencari update mereka setelah di New York aja aku enggak sih, karena memang kayaknya gak ada bedanya aja, standar distro-distro lah”

A: “Okai Kak Ayu, Pertanyaanku sudah terjawab semua nih. Terimakasih ya Kak Ayu”

G: “Sama-sama Amanda”



tahap 1

ORIGINALITY REPORT

19%	19%	6%	%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	eprints.umm.ac.id Internet Source	3%
2	lib.ui.ac.id Internet Source	2%
3	digilib.uinsgd.ac.id Internet Source	1%
4	adekrismadedees.blogspot.com Internet Source	1%
5	digilib.uinsby.ac.id Internet Source	1%
6	repository.ub.ac.id Internet Source	1%
7	repository.unhas.ac.id Internet Source	1%
8	123dok.com Internet Source	1%
9	repository.radenintan.ac.id Internet Source	<1%
10	journal.uny.ac.id Internet Source	<1%

11	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	<1 %
12	eprints.upnyk.ac.id Internet Source	<1 %
13	docplayer.info Internet Source	<1 %
14	bajukinifashion.blogspot.com Internet Source	<1 %
15	repository.uinbanten.ac.id Internet Source	<1 %
16	eprints.undip.ac.id Internet Source	<1 %
17	jurnal.um-tapsel.ac.id Internet Source	<1 %
18	digilib.uin-suka.ac.id Internet Source	<1 %
19	ecampus.iainbatusangkar.ac.id Internet Source	<1 %
20	adoc.pub Internet Source	<1 %
21	Aninda Farah Malikha, Yudha Wirawanda. "Analisis Resepsi terhadap Romantisme pada Vlog Youtube (Studi Analisis Resepsi Vlog Youtube "Isti Ve Musab" pada Penonton Perempuan)", Jurnal Keilmuan dan Keislaman, 2022 Publication	<1 %

22	eprintslib.ummgl.ac.id Internet Source	<1 %
23	repository.iainbengkulu.ac.id Internet Source	<1 %
24	dspace.uui.ac.id Internet Source	<1 %
25	journal.univpancasila.ac.id Internet Source	<1 %
26	text-id.123dok.com Internet Source	<1 %
27	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	<1 %
28	repository.iainpurwokerto.ac.id Internet Source	<1 %
29	repository.upnjatim.ac.id Internet Source	<1 %
30	eprints.umpo.ac.id Internet Source	<1 %
31	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	<1 %
32	core.ac.uk Internet Source	<1 %
33	media.neliti.com Internet Source	<1 %
34	repository.upnvj.ac.id Internet Source	<1 %

35	jurnal.syntaxtransformation.co.id Internet Source	<1 %
36	repository.radenfatah.ac.id Internet Source	<1 %
37	mymakalah.netlify.app Internet Source	<1 %
38	www.indonesiana.id Internet Source	<1 %
39	repositori.uin-alauddin.ac.id Internet Source	<1 %
40	anzdoc.com Internet Source	<1 %
41	e-journal.uajy.ac.id Internet Source	<1 %
42	journal.umy.ac.id Internet Source	<1 %
43	repository.ptiq.ac.id Internet Source	<1 %
44	lib.unnes.ac.id Internet Source	<1 %
45	repository.maranatha.edu Internet Source	<1 %
46	repository.upi.edu Internet Source	<1 %
47	eprints.unmer.ac.id Internet Source	<1 %

<1 %

48

eprints.untirta.ac.id

Internet Source

<1 %

49

jurnal.stainmajene.ac.id

Internet Source

<1 %

50

Awalludin Awalludin, Rita Nilawijaya, Novarita Novarita, Noermanzah Noermanzah. "Pengembangan Bahan Ajar Menulis Puisi untuk Siswa di Sekolah Dasar: Sebuah Kajian Research and Development", Silampari Bisa: Jurnal Penelitian Pendidikan Bahasa Indonesia, Daerah, dan Asing, 2022

Publication

<1 %

51

e-campus.iainbukittinggi.ac.id

Internet Source

<1 %

52

journal.ubm.ac.id

Internet Source

<1 %

53

repository.stikom Yogyakarta.ac.id

Internet Source

<1 %

54

fexdoc.com

Internet Source

<1 %

55

lume.ufrgs.br

Internet Source

<1 %

56

aimos.ugm.ac.id

Internet Source

<1 %

blog.sribu.com

57	Internet Source	<1 %
58	ejournal.unisba.ac.id Internet Source	<1 %
59	ia601002.us.archive.org Internet Source	<1 %
60	repository.uinib.ac.id Internet Source	<1 %
61	Lolaro Windy Veronika Angel, Eddy Mantjoro, Grace O. Tambani. "KEADAAN SOSIAL EKONOMI NELAYAN PASCA DEKLARASI MORATORIUM PERIKANAN DI KECAMATAN AERTEMBAGA KOTA BITUNG", AKULTURASI (Jurnal Ilmiah Agrobisnis Perikanan), 2016 Publication	<1 %
62	es.scribd.com Internet Source	<1 %
63	kc.umn.ac.id Internet Source	<1 %
64	jom.fikom.budiluhur.ac.id Internet Source	<1 %
65	repository.bakrie.ac.id Internet Source	<1 %
66	repository.unpas.ac.id Internet Source	<1 %

67	Internet Source	<1 %
68	ejournal.unesa.ac.id Internet Source	<1 %
69	repositori.usu.ac.id Internet Source	<1 %
70	www.semanticscholar.org Internet Source	<1 %
71	e-journal.umc.ac.id Internet Source	<1 %
72	libraryproceeding.telkomuniversity.ac.id Internet Source	<1 %
73	qdoc.tips Internet Source	<1 %
74	repo.undiksha.ac.id Internet Source	<1 %
75	repository.fisip-untirta.ac.id Internet Source	<1 %
76	semnaspendidikan.mercubuana-yogya.ac.id Internet Source	<1 %
77	ejournal-s1.undip.ac.id Internet Source	<1 %
78	library.um.ac.id Internet Source	<1 %
79	repository.its.ac.id Internet Source	<1 %

80

repository.unair.ac.id

Internet Source

<1 %

81

Eva Harista. "Penggunaan Bahasa Persuasi di Media Sosial dalam Berdakwah pada Akun Facebook 'Yusuf Mansur (Official)'", MAWA'IZH: JURNAL DAKWAH DAN PENGEMBANGAN SOSIAL KEMANUSIAAN, 2018

Publication

<1 %

82

ejournal.unsrat.ac.id

Internet Source

<1 %

83

eprints.uny.ac.id

Internet Source

<1 %

84

repository.unmuhjember.ac.id

Internet Source

<1 %



Exclude quotes Off

Exclude bibliography Off

Exclude matches < 10 words