# Lampiran 1

## In-Depth Interview Guide

Kepada Saudara ataupun Saudari, dengan ini saya meminta bantuan untuk melakukan sebuah penelitian terkait “**Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Pada Usaha Pakaian Thrift (akun @spezialmbois)**” melalui proses *in-depth interview*. Adapun point-point penting yang akan ditanyakan sebagai berikut :

# Identitas Informan

* Nama : Mochamad Nur Handika
* Umur : 24 Tahun
* Jenis Kelamin : Laki-Laki
* Jenis Pekerjaan : *Owner* Spezial Mbois

## Guide Interview

1. Mengapa memilih media sosial instagram sebagai media pemasaran?
2. Siapa target followers atau calon customer spezial mbois?
3. Produk apa yang ditawarkan spezial mbois dalam menarik minat sasaranya ?
4. Fitur instagram apa saja yang digunakan pada strategi pemasaran spezial mbois?
5. Bagaimana promosi maupun konten yang digunakan agar dapat dipahami dan menarik minat followers ataupun calon konsumen?
6. Bagaimana cara spezial mbois dalam mengelola social media Instagram @spezial\_mbois
7. Bagaimana mengoptimalisasi media sosial instagram @spezial\_mbois?
8. Bagaimana cara spezial mbois melakukan proses engage atau melibatkan, berinteraksi dan membangun komunikasi yang baik dengan followers maupun customer melalui instagram?

# Lampiran 2

## Transkrip Wawancara

## Informan 1

Peneliti : Halo Mas Dika

Informan 1 : Halo Abel

Peneliti : Jadi kita langsung aja yaa, mas Dika ini sebagai pemilik dari Spezial Mbois ya

Informan 1 : Betul Abel

Peneliti : Bagaimana ceritanya untuk memulai bisnis thrift?

Informan 1 : Kalo aku emang awalnya dari suka ngoleksi pakaian sama sepatu adidas, dari situ akhirnya mulai berjualan pakaian produk thrift yang berkaitan dengan adidas dan terus melebar sampai akhirnya *signature item* yaitu celana jeans atau dikenal beberapa kalangan sebagai celana denim.

Peneliti : Wah jadi awal mulanya ini karena emang dari mas Dika yang suka koleksi pakaian adidas sampai akhirnya jualan celana denim?

Informan 1 : Iyaa betul abel

Peneliti : Oke-okee terus setelah itu mas Dika mengapa memilih Instagram sebagai media pemasaran ?

Informan 1 : Kalo alasannya menggunakan Instagram dalam kegiatan pemasaran atau marketing itu dikarenakan instagram yang menurut beberapa seller thrift lainnya sebagai media sosial yang sering digunakan oleh seller thrift lainnya dari tahun ke tahun. Selain itu juga dalam kegiatan jual belinya juga bisa di dalam Instagram juga melalui DM Instagram. Jadi kaya satu platform untuk melakukan dua hal sekaligus.

Peneliti : Oalaa jadi begitu ya mas Dika, terus kalo boleh tau dari Spezial Mbois sendiri, memiliki target followers atau calon customer yang dituju?

Informan 1 : ada Abel, kalo dari spezial mbois memang sebenernya menargetkan secara general atau semua kalangan, tapi kita lebih menargetkan ke anak muda dari rentang sma sampai kuliah, karena denim sendiri cukup digemari dari kalangan anak muda daripada kalangan pekerja kantoran dan lain-lain.

Peneliti : Wahh begitu ya, kalo pada fitur Instagram yang digunakan oleh @spezial\_mbois apa saja?

Informan 1 : Untuk kita dalam menggunakan Instagram itu menggunakan 4 fitur yang tersedia Abel, yaitu Instagram post untuk melakukan posting produk dan event, Instagram reel untuk konten video, fitur Instagram story untuk memberikan informasi cepat seperti produk terbaru, event yang akan datang, dan lain-lain, dan terakhir Instagram ads untuk melakukan iklan berbayar ke pasar yang mau kita tuju.

Peneliti : Oala jadi begitu ya mas dika, kalo begitu gimana si caranya supaya promosi maupun konten yang digunakan agar dapat dipahami dan menarik minat audience ataupun calon konsumen?

Informan 1 : Spezial Mbois dalam menarik calon customer serta dapat mudah dipahami konten maupun promosinya itu dengan melalui fitur Instagram reels yang berisi konten produk terbaru yang akan ditampilkan serta konten tentang event thrift atau bazaar yang sedang diikuti. Selain itu dengan membuat akun Instagram agar nyaman dilihat dan menarik melalui fitur Instagram post yang digunakan untuk memposting produk, maka kita foto produknya semenarik dan serapi mungkin. Setelah kita posting produk kita juga membuat *caption* yang jelas dan mudah dipahami tentang postingan produk maupun postingan event yang berisi event dilaksanakan dimana, pada tanggal berapa, dan lain sebagainya. Seperti itu Abel

Peneliti : Kalo untuk dalam mengelola Instagram, caranya Spezial Mbois itu seperti apa mas Dika ?

Informan 1 : Untuk pengelolaan media sosial Instagram @spezial\_mbois itu dengan menggunakan *professional dashboard* yang tersedia dalam Instagram Business. Jadi kita bisa ngeliat *insight* akun dalam jangka waktu 30 sampai 7 hari terakhir. Jadi kita bisa tau konten atau promosi yang seperti apa yang menarik dan berdampak pada akun @spezial\_mbois. Selain itu juga kita menjadwalkan dalam melakukan postingan produk terbaru setiap seminggu sekali dan untuk insta story minimal tiga hari sekali.

Peneliti : Terus untuk upaya dalam mengoptimalisasi media sosial Instagram dari @spezial\_mbois gimana mas Dika?

Informan 1 : Upaya yang kita lakukan untuk mengoptimalisasi akun Instagram Spezial Mbois itu melalui kegiatan *branding* yang bentuknya itu memberikan informasi pada bio Instagram kita. Kita mencantumkan website *linktree* yang berisi *link* untuk langsung ke *e-commerce* yang tersedia, whatsapp dari contact person, dan juga lokasi toko*, hashtag* untuk produk yang tersedia yaitu #spzlmbs, dan juga tagline kita yaitu “Tetap mbois bersama Spezial Mbois”. Jadi dari situ kita meningkatkan pengetahuan untuk *followers* maupun calon customer terhadap akun kita yaitu @spezial\_mbois.

Peneliti : Oala baik, dan yang terakhir ini gimana cara spezial mbois melakukan proses engage atau melibatkan, berinteraksi dan membangun komunikasi yang baik dengan followers maupun customer melalui instagram?

Informan 1 : Dalam proses untuk *engage followers* atau *customer,* kita melakukan kegiatan penawaran produk kepada customer melalui fitur Instagram story dengan harga yang dapat disesuaikan oleh followers maupun calon customer. Selain itu kita juga mengadakan konten *giveaway* yang kita lakukan untuk dapat meningkatkan proses melibatkan followers maupun calon customer pada akun Instagram @spezial\_mbois. Jadi dari kedua kegiatan tersebut dapat meningkatkan *insight* dari akun @spezial\_mbois melalui adanya like, comment, bahkan share dari followers maupun calon customer.

Peneliti : Okee deh kalo gitu makasih banyak ya mas Dika

Informan 1 : Sama-sama Abel

# Lampiran 3

## Transkrip Wawancara

Peneliti : Selamat siang mas

Informan 2 : siang mbak

Peneliti : betul yaa dengan mas raihan

Informan 2 : betul mbak

Peneliti : Jadi begini mas, saya ingin memberikan beberapa pertanyaan kepada mas terkait dengan mas raihan sebagai followers dan konsumen dari Spezial Mbois

Informan 2 : silahkan mbak

Peneliti : Awalnya tau spezial mbois dari mana mas?

Informan 2 : Jadi untuk awalnya saya mengetahui spezial mbois dari temen saya mbak yang pernah upload Instagram story celana jeans dengan tag akun @spezial\_mbois. Dari situ akhirnya saya liat-liat akun dari spezial mbois dan memulai untuk follow akunnya.

Peneliti : Oalaa jadi begitu yaa. Alasannya mas Raihan memutuskan untuk follow dari akun @spezial\_mbois itu kenapa?

Informan 2 :nah jadi tadi kan setelah saya liat akunnya itu kemudian mulai follow, itu karena ketika saya buka akunnya itu rapi banget si, jadi enak diliatnya. Selain itu juga produk yang ditawarkan juga menarikk terutama celana jeansnya banyak banget yang bagus-bagus, serta harganya juga terjangkau untuk kantong anak muda

Peneliti : kalo bentuk rapi itu yang dimaksud seperti apa mas Raihan?

Informan 2 : Rapi yang aku maksud itu mulai dari penataan feedsnya itu gak berantakan mbak, terus juga tone warna untuk background dari produknya juga kontras jadi keliatan warna asli dari produknya, juga nyaman dilihat.

Peneliti : Oalaa seperti itu ya mas Raihan, selanjutny kalo untuk kontennya menurut mas Raihan seperti apa?

Informan 2 : Konten yang dibagikan oleh akun spezial mbois termasuk konten yang menunjukkan produk terbaru sebelum diupload pada post Instagram. Kontennya rapi dan juga membuat tertarik dari kita yang melihat karena tujuannya jelas untuk menunjukkan produk terbarunya.

Peneliti : Selain dari konten, biasanya mas Raihan juga melihat Instagram story dari spezial mbois?

Informan 2 : liat juga mbak

Peneliti : nah itu biasanya dari Instagram storynya ada yang menjadi alasan untuk follow akun @spezial\_mbois

Informan 2 : ada dong mbak, jadi aku juga ngeliat Instagram storynya itu karena akun @spezial\_mbois memberikan diskon atau sale produknya di Instagram story. Beberapa kali juga saya ngeliat akun @spezial\_mbois membuat konten giveaway produk mereka dan itu buat aku akhirnya nyalain notifikasi akunnya supaya gak ketinggalan informasi.

Peneliti : wah pernah ikut giveaway dari akun @spezial\_mbois ?

Informan 2 : belum pernah mbak, soalnyaa mesti ketinggalan dan juga banyak yang ikut dan antusias, maka dari itu akhirnya aku nyalakan notifikasi akun @spezial\_mbois

Peneliti : oalaa sayang sekali yaa, apakah mas Raihan juga pernah berkomunikasi melalui fitur direct message instagram pada akun @spezial\_mbois ?

Informan 2 : Sudah pernah mbak, pada saat itu saya tanya beberapa produk celana jeans brand mereka

Peneliti : Menurut mas raihan bagaimana dari cara komunikasi admin @spezial\_mbois pada direct message Instagram?

Informan 2 : Cara komunikasi adminnya ramah mbak. Jadi adminnya memang sebagai admin bukan sales ya mbak. Mereka tujuannya bukan untuk sekedar mendapatkan penjualan, tetapi juga mengedukasi followers maupun calon konsumen mereka.

Peneliti : Mengedukasi yag dimaksud seperti apa mas Raihan?

Informan 2 : Misal itu kaya aku pernah tanya tentang kalo pake celana jeans itu biasanya dipadukan atau matching pake baju atau atasan yang seperti apa? Dari admin memberikan saran dan rekomendasi dari tujuan make celana jeans untuk apa? Mau digunakan santai atau formal, maupun sekedar hangout bisa semua. Adminnya memberikan saran yang berupa foto juga mbak. Jadi akhirnya kita jadi tau kalo mau formal, bisa menggunakan celana jeans dengan atasan kemeja putih atau ketika jalan jalan bisa dipadukan dengan kaos dan jaket kulit, seperti itu mbak

Peneliti : Wahh jadi nambah ya pengetahuan kita tentang berpakaian

Informan 2 : betul banget mbak, akhirnya jadi nyaman ngobrol dengan adminnya hehe

Peneliti : Berarti menurut mas raihan, akun @spezial\_mbois ketika mengelola Instagram sudah aktif dalam membangun komunikasi dengan followersnya ?

Informan 2 : betul mbak, jadi akun @spezial\_mbois selain berhasil membangun komunikasi yang baik dalam melayani followers maupun calon konsumen, mereka juga aktif menggunakan story untuk berkomunikasi dengan followersnya. Biasanya adminnya membuat polling tentang produk, outift, bahkan kegiatan sehari-hari. Admin @spezial\_mbois juga membuat question dan quiz juga mbak. Dari fitur-fitur yang ada di Instagram Story menciptakan komunikasi dan interaksi dengan followers

Peneliti : Wah begitu ya mas raihan

Informan 2 : iyaaa mbak begitu

Peneliti : baiklah kalo begitu terimakasih banyak mas raihan

Informan 2 : iyaaa sama-sama mbak