

Lampiran

Interview Guide

Pertanyaan yang akan digunakan dalam wawancara menggunakan pertanyaan terbuka dan tidak sepenuhnya berpedoman pada guide yang telah ada, pertanyaan yang akan diajukan tergantung pada konteks jawaban dari interviewee nantinya, namun masih dalam batasan pertanyaan yang relevan dengan tujuan wawancara.

Secara garis besar daftar pertanyaan yang akan diajukan nantinya adalah sebagai berikut:

Q: Apa sebenarnya makna dari Humblezing dan filosofi apa yang ada dibalik nama tersebut

Q: Mengapa logo dari Humblezing adalah domba?

Q: Image apa yang coba dibentuk oleh Humblezing? Dan mengapa?

Q: Apa visi dan misi dari Humblezing? Dan bagaimana cara Humblezing mewujudkannya?

Q: Keunikan apa yang dimiliki oleh Humblezing yang tidak dimiliki oleh brand lain? Dan bagaimana cara Humblezing menyampaikan keunikan tersebut kepada customer?

Q: Bagaimana cara Humblezing membuat customer aware pada saat awal mula berdirinya? Apa saja yang dilakukan oleh Humblezing hingga bisa bertahan sampai saat ini? dapat survive selama 7 tahun ini?

Q: Apa saja cara Humblezing meyakinkan customer agar tetap setia dan tidak memilih produk lainnya? Dan bagaimana caranya?

Q: Apa keuntungan yang ditawarkan oleh Humblezing kepada customer? Mengapa dan Bagaimana?

Q: Humblezing memiliki sebutan untuk para customernya, yaitu Humble People, apa itu? Bagaimana terjadinya? Dan mengapa disebut Humble People?

Q: apakah humblezing memiliki website sendiri? Mengapa menggunakan website? Dan bagaimana websiter berpengaruh terhadap pemasaran humblezing?

Q: Apakah Humblezing beriklan secara online? Mengapa dan bagaimana?

Q: Bagaimana keterlibatan Humblezing dalam forum-forum seperti darahkubiru? Bagaimana dampaknya terhadap pemasaran humblezing? Dan mengapa humblezing melakukan itu?

Q: Apakah Humblezing menggunakan email sebagai salah satu media pemasaran kepada customer? Apa saja yang dilakukan? Dan mengapa?

Q: apa tujuan humblezing menggunakan media sosial sebagai media pemasaran? Mengapa dan bagaimana cara humblezing?

Q: bagaimana hubungan konsumen dengan humblezing setelah menggunakan media sosial? Apa saja bentuknya?

Q: Bagaimana peranan media sosial dalam membangun merek Humblezing? Apa saja yang dilakukan humblezing dalam membangun merek melalui media sosial? Mengapa?

Q: Apa saja yang dilakukan oleh humblezing dalam mempublish brand agar dikenal dan diketahui oleh customer melalui media sosial? Bagaimana caranya?

Q: Kegiatan promosi apa saja yang dilakukan oleh Humblezing dengan menggunakan media sosial? Mengapa?

Q: Apakah media sosial membantu dalam melakukan riset pasar? Bagaimana? Dan apa saja yang dilakukan dalam melakukan riset pasar menggunakan media sosial?

Q: Apa alasan dari Humblezing menggunakan Instagram sebagai media komunikasi pemasaran? Mengapa tidak menggunakan media sosial lainnya? Dan bagaimana dampak penggunaan Instagram?

Q: Image seperti apa yang ingin diciptakan oleh Humblezing melalui Instagram? Bagaimana tahapan prosesnya? Dan mengapa memilih image seperti itu?

Q: Apakah Humblezing memiliki komunitas sendiri? Apa saja dan mengapa membentuk komunitas tersebut?

Q: Konten seperti apa yang ingin diciptakan oleh Humblezing di Instagram? Apa keunikan dari konten tersebut? Mengapa konten seperti itu yang dipilih? Bagaimana proses terbentuknya konten tersebut?

Q: Apa saja yang dilakukan oleh Humblezing melalui Instagram dalam menciptakan Image yang diinginkan dan alasan mengapa melakukannya? Dan bagaimana hasilnya terhadap image Humblezing?

Q: Seberapa pentingkah menyamakan tone foto dalam membentuk Image? Apa saja yang dilakukan Humblezing dalam menyamakan tone

dengan image yang diinginkan? Dan bagaimana prosesnya? Mengapa tone photo / gimmick pose seperti itu yang dipilih?

Q: Seberapa pentingkah komunikasi dalam setiap caption atau membalas komentar dalam membentuk Image? Bagaimana komunikasi humblezing dengan customer di Instagram? Mengapa hal itu menjadi penting?

Q: Bagaimana cara Humblezing membina hubungan dengan customer melalui Instagram? Apa saja yang dilakukan dan mengapa?

Q: Bagaimana keterlibatan customer dalam kegiatan atau program yang dilakukan oleh humblezing di Instagram? Kegiatan apa saja yang dilakukan? Dan mengapa melakukan kegiatan tersebut?

Q: Bagaimana cara Humblezing dalam mempertahankan image positif bagi customer? Apa saja yang dilakukan dan mengapa?

Q: Bagaimana peranan komunitas-komunitas di Instagram terhadap pembentukan Image Humblezing? Apa saja yang pernah dilakukan dan mengapa?

Q: Bagaimana peranan Customer / komunitas dalam membantu Humblezing menyebarkan image dan pesan kepada customer lainnya? Apa saja bentuk peranan Customer tersebut? Lalu mengapa customer mau melakukannya?

Q: Apa tantangan atau kesulitan terbesar Humblezing dalam menciptakan Image melalui Instagram? Bagaimana Humblezing menghadapinya? Dan mengapa?

Q: Bagaimana pengaruh campaign-campaign yang diciptakan melalui Instagram pada Image yang diciptakan? Mengapa memilih menggunakan campaign tersebut? Dan apa dampaknya terhadap image bagi customer?

Q: Bagaimana sikap Customer terhadap Image Humblezing saat ini? Apa saja bentuknya? Dan mengapa?

Q: Bagaimana cara Humblezing dalam memenangkan persaingan dengan brand pesaing melalui Instagram? Apa saja bentuknya? Dan mengapa?

Interview Guide Customer

Q: Apa yang anda ketahui tentang Humblezing? Mengapa? Dan bagaimana

Q: Mengapa anda menggunakan Humblezing? Apa saja produk yang anda punya? Bagaimana anda bisa memilih produk tersebut?

Q: Keuntungan apa yang anda dapatkan ketika menggunakan produk Humblezing? Bagaimana bisa? Mengapa?

Q: Bagaimana perasaan anda ketika menggunakan produk Humblezing? Mengapa?

Q: Apakah anda merasa bahwa Humblezing mewakili perasaan adventure anda? Mengapa?

Q: Apakah anda membeli produk Humblezing karena melihat orang menggunakan jaket Humblezing? Mengapa?

Q: Apakah anda percaya dengan brand Humblezing? Apa yang anda rasakan ketika anda dilayani dalam membeli produk humblezing atau sekedar bertanya-tanya?

Q: Bagaimana hubungan anda dengan humblezing? Apa saja bentuknya? Dan mengapa anda bisa memiliki hubungan dengan humblezing?

Transkrip interview Ujank

Q: Mengapa logo humblezing itu domba

A: Domba itu mencirikan zink dan humble, kesederhanaan dan semangat, domba itu kan kalem mukanya, lugu-lugu, tapi kita juga mengambil contoh domba gunung yang emang dia bersemangat loncat-loncat batu digunung-gunung gitu

Q: Image apa yang coba dibentuk oleh humblezing

A: Sekarang itu kita lagi pengen ngasih tau kalau sebenarnya kegiatan outdoor itu tidak serepot itu, kegiatan outdoor itu menyenangkan, terus ga ribet dan fun kerenlah, ga segaduh dan ga seribet yang orang-orang liat

Q: Kenapa image yang dibawa seperti itu?

A: Karena kita liat itu seperti ada yang salah, kita merasa ini harusnya outdoor itu bisa menyenangkan tapi ga ada yang membawa itu, jadi kita merasa kita ini harus diperjuangkan jadi kita bawa image itu

Q: Bagaimana cara humblezing menyampaikan visi misi kepada customer?

A: Kita membentuk kita mengadakan campaign menunjang dari outdoor menyenangkan dengan memperlihatkan lookbook-lookbook yang menunjukkan kalau kegiatan outdoor itu seperti ini, menyenangkan, bisa keren, kita bawa-bawa orang-orang yang lebih banyak beraktivitas di kota terus kita ajak ke alam

Q: Keunikan yang dimiliki oleh Humblezing yang ga dimiliki brand lain

A: Kalau value, kita punya tujuan untuk membuat outdoor menyenangkan dan menyambung dengan produknya kita bikin serileks mungkin tapi tetep function untuk outdoor itu sendiri

Q: Cara menyampaikan keunikan kepada customer

A: Banyaknya kita lewat konten gambar, karena lebih gampang dicerna daripada kata-kata,

Q: Bagaimana cara hz membuat customer aware terhadap Humblezing

A: Waktu itu awal-awal kerjasama sama influencer, nitip2 keberapa toko yang udah punya pangsa pasar, jadi kita nitip awareness di toko tersebut. Selanjutnya lewat sosial media alam menciptakan awareness orang-orang terhadap Humblezing. Kita menggunakan media sosial karena kita berfikir media sosial itu lagi banyak digunakan sama target pasar kita, jadi memudahkan kita untuk memasarkan produk dan berkomunikasi kepada customer kita

Q: Kenapa harus menggunakan influencer tersebut?

A: Kita liat kecocokan dari value yang mau kita bawa dengan image orang tersebut di masyarakat, kita anggep orang-orang yang dulu kita endorse merepresentasikan semangat dari Humblezing itu sendiri, yaitu outdoor itu menyenangkan tetap stylish

Q: Keuntungan yang ditawarkan Humblezing untuk customer

A: Berupa garansi, kemudian untuk tuker size yang salah dipermudah

Q: Apa manfaat yang didapatkan Humblezing dalam menggunakan pemasaran interaktif? Mengapa?

A: Pemasaran media interaktif memberikan kita ruang dalam berinteraksi dengan customer kita. Kita jadi lebih mudah untuk berkomunikasi dengan customer, kita juga bisa langsung dapat feedback dari customer kita, sesuatu yang ga bisa kita dapatin kalau kita memasarkan produk menggunakan media traditional

Q: apa saja tahapan Humblezing dalam melakukan pemasaran interaktif? Mengapa dan bagaimana prosesnya?

A: Jadi dulu kita awalnya dari Facebook dan Twitter, jadi pertamanya kita milih media sosial apa yang mau kita gunain dulu, dulu Facebook dan Twitter masih banyak yang pake dan Instagram belum rame yang make di Indonesia. Terus taun 2013 kita baru make Instagram, dan pelan-pelan

Twitter dan Facebook kita tinggalkan, karena kita lihat target market kita memang lebih banyak yang pakai Instagram. Terus kita coba-coba endorse orang-orang yang berpengaruh di Instagram pada saat itu. Efeknya setelah itu cukup lumayan bagus, baru kemudian kita bikin website biar orang-orang bisa lihat produk kita, kegiatan-kegiatan kita lebih jelas disana. Setelah itu kita jadi sering kolaborasi sama orang-orang sama komunitas-komunitas yang punya value yang sama kaya kita sama kita juga mengiklan di beberapa akun-akun dan website-website lainnya. Kalau email kita biasanya gunakan buat berkomunikasi sama customer-customer kita yang ada di luar negeri.

Q: Alasan Humblezing menggunakan instagram? Mengapa dan bagaimana?

A: Karena memang waktu sekarang dan dulu lagi hype penggunaan instagram, dan target market kita juga banyak menggunakan jadi cocok aja kalau kita bertemu langsung dengan platform kita. Media sosial lainnya dianggap kurang bisa mewadahi yang kita inginkan karena media yang kita pakai banyak menggunakan media berupa gambar, twitter kurang mewadahi, fb dianggap kurang bisa. Kita juga menganggap customer kita lebih banyak membuka instagram drpd media sosial lainnya

Q: Dampak setelah menggunakan instagram

A: Instagram berpengaruh banyak, 50-80% orang tau Humblezing dari instagram

Q: Tujuan menggunakan instagram

A: Instagram kita punya dua sekarang ini, ada yang untuk catalog aja untuk orang lihat produk, yang satu lagi untuk untuk menjual lifestyle dari humblezing, value dari brand disitu kita menyebarkan campaign berupa lifestyle untuk memberi tahu visi kita membuat outdoor itu menyenangkan

Q: Image apa yang coba diciptakan oleh Humblezing di instagram?

A: Humblezing ingin jadi brand outdoor yg menyenangkan stylish

Q: Apa yang dilakukan Humblezing dalam membangun website? Mengapa dan bagaimana?

A: Kita membuat membuat website ini dengan harapan menjadi rumah atau toko online Humblezing yang bisa diakses oleh customer kita. Makanya kita bikin website ini semenarik mungkin. Customer juga gampang maknanya, mau lihat produk-produk kita juga gampang. Customer yang mau lihat lookbook-lookbook kita juga disana disediakan. Terus selain itu disana ada cerita mengenai perjalanan-perjalanan orang-orang yang berkolaborasi sama kita, terus juga ada jurnal mengenai kegiatan-kegiatan Humblezing. Intinya sih kita pengen customer yang berkunjung ke website kita itu nyaman.

Q: Apa saja yang dilakukan Humblezing dalam melakukan promosi secara online? Mengapa dan bagaimana?

A: Dulu kami beberapa kali beriklan di media sosial, seperti akun-akun explore di beberapa daerah yang memiliki follower banyak, terus kemudian kami juga pernah menggunakan iklan berbayar yang disediakan oleh Instagram pada saat fitur itu pertama kali diperkenalkan oleh Instagram. Kami juga dulu pernah beriklan menggunakan fitur yang disediakan oleh Google, jadi nanti iklannya akan muncul di beberapa website yang memang target pasar kami sering kunjungi. Tujuannya adalah untuk meningkatkan awareness orang-orang terhadap Humblezing. Semakin banyak orang yang lihat semakin banyak orang yang tau dan penasaran sama kita, dan akhirnya semakin banyak orang yang berkunjung ke website kita.

Q: Bagaimana peranan komunitas di website dalam pembentukan image humblezing

A: Kebetulan komunitas akhir2 ini banyak yang satu value dengan humblezing, dan akhirnya bisa berkolaborasi bareng. Komunitas itu cukup membantu, dari komunitas itu udah tersaring orang2, jadi kita ga perlu ngumpulin banyak orang. Dan orang2 dari komunitas itu juga mempunyai value atau hobi yg sama dengan humblezing jadi lebih sesuai dgn target market kita

Q: Apa saja yang pernah dilakukan dgn komunitas-komunitas tersebut?

A: Kemarin kita ngadain kompetisi bareng sama komunitas, kita support acara mereka kita jadi sponsor.

Q: Apa saja yang dilakukan Humblezing dalam menggunakan email?

A: "E-mail kami gunakan untuk berkomunikasi dengan customer dari luar negeri, karena sekarang customer Humblezing tidak hanya orang Indonesia saja, tapi juga worldwide oleh karena itu e-mail digunakan untuk mereka yang ingin memesan atau bertanya-tanya mengenai produk kami

Q: Apa tujuan Humblezing menggunakan media sosial? Mengapa dan bagaimana?

A: Media sosial membantu banget buat Humblezing, dari awal berdirinya kita masih sistem pre-order kita udah menggunakan Facebook, dan karena target market kita banyak yang make Instagram jadi sekarang kita gunain Instagram. Kita memasarkan produk menggunakan media sosial terutama nstagram karena dengan adanya media sosial kita jadi lebih mudah berhubungan dengan customer, karena media sosial kan emang menghubungkan semua orang dalam satu tempat, jadi itu bikin kita mudah buat berhubungan dengan target market kita. Nah kemudian dari media sosial juga nama Humblezing naik, orang aware orang suka dan bisa sampai sekarang ini. Kemudian melalui media sosial kita juga bisa meningkatkan

brand awareness masyarakat sama kita, kita bisa menguatkan image kita juga di media sosial melalui konten-konten yang menarik. Terus melalui media sosial kita juga ngadain promosi buat customer kita, karena penjualan kita kan kebanyakan melalui online, jadi media sosial membantu kita dalam menyebarkan promo-promo kita. Kemudian kita juga diberi kemudahan dalam melakukan riset pasar, karena media sosial memberikan kita jalan buat berhubungan langsung dengan customer kita jadi bisa evaluasi pola perilaku konsumen itu seperti apa, dan kita juga bisa langsung tanya ke customer

Q: Apa saja cara Humblezing dalam membangun hubungan agar meyakinkan customer untuk setia

A: Kita selalu mengeluarkan inovasi dari segi produk, kegiatan, kita selalu menawarkan hal yang baru biar tidak bosan, lalu ada program-program khusus untuk customer2 yang udah lama atau kita kasih ucapan pada hari-hari besar untuk customer-customer yang sudah loyal

Q: Apa yang dilakukan Humblezing dalam membangun merek melalui media sosial?

A: kami membangun merek dengan berbagai cara seperti menyuguhkan konten yang berkonsep sesuai dengan arahan dan objektif yang diinginkan, kami menjawab komen dengan ramah, cepat dan jelas, membuat campaign yang berkonsep sesuai dengan arahan dan objektif yang diinginkan, misalnya kompetisi foto, berkolaborasi dengan akun-akun lain yang dirasa cocok dengan arahan brand maupun represent value brand, kemudian kami memberikan informasi produk, promo, event, dan kegiatan lainnya melalui media sosial.

Q: Apa yang dilakukan oleh Humblezing dalam meningkatkan publisitasnya di media sosial?

A: Kita membentuk kita mengadakan campaign menunjang dari outdoor menyenangkan dengan memperlihatkan lookbook-lookbook yang menunjukkan kalau kegiatan outdoor itu seperti ini, menyenangkan, bisa keren, kita bawa-bawa orang-orang yang lebih banyak beraktivitas di kota terus kita ajak ke alam

Q: Apa saja bentuk promosi yang dilakukan Humblezing di media sosial? Mengapa dan Bagaimana?

A: Promosi di media sosial itu cukup menantang, dalam artian kita sebagai brand dituntut lebih kreatif lebih inovatif dalam menciptakan sebuah kegiatan promosi, karena kalau terlalu jualan banget customer bakalan males dan akhirnya ga bertahan lama. Itu tantangan kita buat bikin promosi yang ga cuma jualan aja, tapi juga mengajak customer untuk berinteraksi, ada nilai atau pesan lain lah dari setiap kegiatan yang dibikin

Q: Bagaimana media sosial dapat membantu dalam melakukan riset pasar? Mengapa?

A: Dengan adanya media sosial ini memudahkan kita buat nanya-nanya ke customer, mencari demand dari customer melalui komunitas mereka atau lewat customer-customer yang emang sudah loyal sama kita. Kita juga menggunakan website-website yang emang menyediakan jasa untuk meriset pasar dalam penggunaan media sosial kita, lewat website itu nanti keliatan mana foto yang disukai sama customer, terus customer yang biasa suka itu cowo apa cewe, terus jam-jam yang paling banyak diliat sama orang itu bisa didapatin lewat website itu. jadi ngebantu banget buat kita evaluasi konten-konten kita

Q: Manfaat apa saja yang didapatkan oleh Humblezing dalam menggunakan instagram?

A: Dengan adanya Instagram kita bisa melakukan branding yang sesuai dengan yang kita pengenin. Lewat konten-konten orang udah bisa liat branding Humblezing itu seperti apa, orang bisa nebak-nebak konsep Humblezing itu seperti apa. Kemudian kita bisa bikin komunitas sendiri, komunitas ini lebih ke customer-customer kita yang kita sebut Humble People. Terus bikin campaign-campaign itu lebih mudah dan cepet melalui Instagram, orang bisa kita ajak untuk ikutin hastag yang kita buat

Q: Personality apa yang dibangun Humblezing di Instagram? Mengapa dan bagaimana?

A: Karena kita pengen Humblezing menjadi brand outdoor jadi kita mencoba untuk menciptakan outdoor menyenangkan versi kita sendiri. Kemudian kita juga menggunakan filter atau tone karena itu kan relevan dengan karakter, jadi dulu itu kita kerjasama sama Branding House, terus mereka bikin guideline visual Humblezing itu, dan dari guideline itu emang harus ada benang merah salah satunya dari filter itu sendiri dan akhirnya kita konsisten bikin karakter filter Humblezing itu. Kemudian dari situ kita juga bikin guideline untuk caption-caption kita fungsinya biar konsisten dan menyamakan dengan karakter yang kita pengen ciptain

Q: Komunitas apa yang dibangun oleh Humblezing di Instagram?

A: Sebenarnya bukan komunitas sih tapi kami mengelompokan customer kami sendiri dan kemudian kami sebut Humble People

Q: Bagaimana kemudian muncul sebutan humble people untuk customer Humblezing?

A: Karena untuk penyebutan yang lebih enak kepada customer kami, supaya lebih dekat

Q: Harapan untuk humble people?

A: Balik ke tujuan awal untuk membuat outdoor itu menyenangkan, akhirnya orang-orang banyak yang mencoba dan tumbuh gaya hidup untuk lebih menikmati gaya hidup outdoor. Harapannya sih orang-orang itu bisa terinfluence dan jadi gaya hidup si humblezing itu sendiri, yaitu berkegiatan outdoor itu ga melulu harus ribet, kaya pulang sore main kemana dulu juga bisa

Q: Apa yang dilakukan Humblezing dalam membuat suatu konten yang unik atau unique content di Instagram?

A: Dari campaign itu secara ga langsung mempromosikan Humblezing. Jadi waktu kita bikin campaign leave the comfort itu, waktu awal-awal masih sedikit tapi perlahan-lahan mulai banyak dengan sendirinya menggunakan campaign hastag itu. Diharepinnya orang-orang yang menggunakan campaign itu termotivasi, campaign itu kan tujuannya untuk mengajak orang untuk keluar dari zona nyamannya. Jadi alhamdulillah banyak orang yang mencoba untuk leave the comfort itu.

Q: Mengapa harus leave the comfort?

Waktu itu fenomenanya kita hubungkan dengan humblezing itu adalah brand outdoor, jadi kita lihat fenomenanya orang-orang pada saat itu memang sibuk dengan aktivitas harian kuliah ngantor jam9 pulang jam5 seperti itu seterusnya, lalu kita muncul ide apa yang bisa mendobrak itu semua, akhirnya muncul keluar dari zona nyaman keluar dari rutinitas itu. Akhirnya kita bikin campaign leave the comfort

Q: Sikap customer terhadap brand image humblezing saat ini setelah menggunakan Instagram

A: Pasti ga semua suka dengan image itu, tapi kita tetep bersikap konsisten terhadap image itu. Karena kalau menurut kami brand itu emang harus dijejelin, kalau suka ya beli kalau ga suka ya ga usah beli. Alhamdulillah sih, setelah kita mulai fokus menggunakan Instagram orang-orang aware sama Humblezing, terus kita juga bisa fokus untuk bikin image Humblezing. Dan Alhamdulillah responnya positif, image yang mau kita bawa bisa sampai ke customer kita, dan efeknya brand image kita semakin kuat. Orang-orang atau customer kita terutama cepet ngeh produk kita yang mana kalau lagi di tempat umum, atau misal kita lagi pameran di event-event gitu customer kita langsung tau tempatnya Humblezing tanpa harus tanya-tanya. Terus kita juga dikenal brand yang ramah sama customer-nya, katanya customer orang-orang Humblezing itu kalau di event ciri khasnya orangnya senyum terus, hehe. Terus kita juga punya lumayan banyak customer yang loyal, kalau mereka lagi nyari jaket langsung inget kita langsung buka instagram kita buat liat produk –produk kita. Ya Alhamdulillah responnya positif

Q: Apa saja cara Humblezing agar produknya mudah dikenali oleh customer? Mengapa dan bagaimana?

A: Untuk produk kita punya tujuan untuk membuat outdoor menyenangkan dan menyambung dengan produknya kita bikin serileks mungkin tapi tetap function untuk outdoor itu sendiri. Produk-produk yang kita produksi memiliki keunikan tersendiri tergantung dari jenis-jenisnya, ada parka yang breathable jadi pas digunakan sehari-hari ga panas. Ada juga yang warnanya unik, yang menggambarkan Humblezing banget. Kita pengen Humblezing jadi brand outdoor yang menyenangkan stylish

Q: Bagaimana cara humblezing membina hubungan dengan customer di Instagram?

A: Biasanya kita bikin suatu pertanyaan di caption biar ada engagement, tanya jawab biar ada ngobrol dua arah. Kemarin kita lagi sering ngeregram, itu kan bentuk apresiasi dan bentuk interaksi kita buat orang2 yang rela2 foto ngetag ke kita, jadi interaksi aktif. Setelah kita ngeregram makin banyak orang yg ngetag bahkan sampe ada yang ngechat minta buat di regram.

Q: Bagaimana tahapan Humblezing dalam menciptakan konten visual yang sesuai dgn image yang diinginkan

A: Kita liat dulu persepsi orang terhadap outdoor itu seperti apa, dan kita juga ingin mempersepsikan kita punya tujuan apa akan konten itu, misal kita pgn memperlihatkan outdoor itu menyenangkan terus orang2 berekspektasi outdoor menyenangkan itu seperti apa, terus akhirnya kita temuin komposisinya kemudian kita set mood konten itu, entah itu dari orangnya dari lokasinya, butuh barang apa saja untuk merepresentasikan image dan tujuan apa saja yg ingin kita sampaikan itu

Q: Apa saja yang sudah dilakukan Humblezing di instagram dalam menciptakan imagenya

A: Image td bikin konten, campaign berupa gambar, trs kita endorse orang2 yang satu rasa, trs kita bikin kompetisi yang emang berhubungan dgn campaign kita, trs mengiklan ke media2 yang relevan, dll. Kebanyakan sih konten, kontenpun kita petain kaya ada konten berupa lifestyle kita di outdoor, ada konten yg berupa style guide Humblezing

Q: Seberapa penting tone photo dalam membentuk image Humblezing

A: Filter atau tone itu kan relevan dgn karakter, jd dulu itu kita kerjasama sama branding house, trs mereka bikin guideline visual hz itu, dan dari guideline itu emang harus ada benang merah salah satunya dari filter itu sendiri dan akhirnya kita konsisten bikin karakter filter hz itu

Q: Kenapa tone dan gimmick pose itu yang digunakan?

A: Karena itu kita anggep cocok dengan outdoor dengan value kita

Q: Filter atau tone seperti apa sih yng biasa dipake oleh Humblezing?

A: Orang-orang sih nyebutnya a bit low light key kaya filter film analog porta

Q: Seberapa penting komunikasi di caption dan dalam membalas komentar?

A: Penting sih, kalau kita branding kan satu kesatuan ga Cuma imagenya, tapi emang keseluruhan kan, cara kita berkata cara kita membalas komentar itu satu kemasan branding. Jd branding bukan Cuma logonya aja, cara kita beraktivitas atau berinteraksi dgn customer itu kita perhatiin. Hal-hal yang kecil kita perhatiin banget, karena kita sadar kita dilihat oleh customer kita jadi kita selalu memperhatikan bagaimana kita beraktivitas bagaimana kita berinteraksi sama customer kita, bagaimana foto-foto kita, dan itu selalu kita evaluasi terus

Q: Kenapa itu menjadi penting?

A: Itu tadi kita menganggap bahwa komunikasi dengan customer itu termasuk dari pengemasan atau brand communication jadi kita juga memperhatikan itu. Dan pelanggan kita anggap sebagai raja atau ga kita ada karena ada mereka jadi kita berusaha semaksimal mungkin untuk mereka

Q: Bagaimana cara humblezing dalam mempertahankan image positif?

A: Konsisten dan fokus terhadap itu, kita juga selalu mengadakan evaluasi berkala image, kita nanya ke customer gimana progres atau saran dari customer untuk kita.

Q: Pernah tidak sih humblezing imagenya sampai negatif?

A: Alhamdulillah Kita belum pernah dapat selentingan negatif sih sampai saat ini. Kita selalu nanya ke customer saran dan masukan buat kita, kemarin juga kita bikin quetioner yang kita kasih ke orang-orang yang emang mengerti dunia brand buat bahan evaluasi kita

Q: Bagaimana peranan customer atau komunitas dalam menyebarkan pesan atau image ke customer lainnya?

A: Kita ngejaga banget hubungan kita dengan customer, karena kita sadar kita ada karena mereka, dan informasi itu menyebar dengan cepat antara customer itu yang kita gunain. Biasanya mereka melalui akun sosial media lainnya, sosial media kan jalurnya seperti itu melalu akun kemudian ngetag2 seperti itu. Jadi misal lewat komunitas itu anggotanya ngetag trs yg lainnya ikutan ngetag, jadi kaya pohon MLM gt

Q: Mengapa customer mau melakukan itu?

A: Beberapa customer memang ada yang bangga memakai jaket Humblezing, mungkin di kalangan mereka Humblezing cukup mahal jadi kaya mereka bangga memakai Humblezing. Ada juga yang karena warnanya bagus untuk di foto di outdoor jadi mereka bangga keren foto make humblezing di outdoor. Terus jadi kebanggaan sampai akhirnya mereka ngetag apalagi kalau sampai di regram sama kita

Q: Tantangan atau kesulitan dalam menggunakan Instagram? Dan apa saja yang dilakukan oleh Humblezing dalam membina hubungan dengan customer? Mengapa dan bagaimana?

A: Pemasaran menggunakan Instagram itu susah-susah gampang, yang susah itu membina hubungan dengan customer dan bikin mereka mau ceritain ke temennya tentang Humblezing, nah yang gampang itu biaya yang dikeluarkan ga begitu banyak. Tapi Alhamdulillah sampai saat ini kita bisa Lewatin yang susah tadi itu, membina hubungan memang susah tapi kuncinya itu konsisten dan fokus. Dari hubungan yang baik itu dengan sendirinya customer bakalan ngomongin Humblezing ke temen-temennya, alesannya macem-macem ada yang karena suka dan senang ada yang karena bangga pas make jaket Humblezing di foto di posting di Instagram mereka terus kita regram. Yang ngepost dan ngetag ke kita itu cukup lumayan banyak, sama kaya yang make hastag kita juga lumayan banyak sekarang ini. Konten yang informatif juga jadi penting banget dalam membina hubungan dengan customer, jadi customer tau jaket ini bahannya apa, kegunaannya apa, terus paduan stylenya seperti apa

Q: Bagaimana cara humblezing dalam menumbuhkan trend ?

A: Kita mencari tahu kenapa orang-orang saat ini mulai sedikit yang beraktivitas diluar, dan memang sekarang trendnya jadi kejalanan, atau street. Akhirnya sekarang kita perlu mensegmentasikan si kegiatan outdoor itu untuk lebih menjelaskan si Humblezing itu. Kalau dulu memang kita identik dengan gunung, kalau sekarang akhirnya kita segmentasikan ada adventure, travel sama motor. Dengan segmen itu akhirnya kerasa jadi orang-orang jadi lebih bisa menggunakan jaket humblezing itu ga melulu harus ke gunung, ke harian itu udah outdoor sebenarnya, jadi bisa lebih fleksibel.

Q: Gimana caranya hz memenangkan brand pesaing

A: Brand lain jadi inspirasi dan standar kita sih. Sekarang kan standard untuk brand atau feed di sosial media instagram itu makin naik, kalau dulu kan masih jarang brand yang make instagram, dan akhirnya foto yang seperti ini udah cukup bagus, tapi saat semua udah make instagram akhirnya standardnya ikutan naik. Kaya foto setidaknya harus foto dengan kamera bagus, kualitas bagus. Akhirnya brand lain jadi memacu kita untuk berkreasi dalam membuat konten

Lampiran Interview Customer Edy

Q: Menurut anda, Humblezing itu brand seperti apa? Dan mengapa?

E: Menurutku ki Humblezing kui brand jaket outdoor ala-ala Folk Magazine, soalnya produk mereka jaket-jaket tok seng apik dan paling menonjol, foto-fotone juga lebih nunjukin jaketnya terus tone-tone-nya apik.

Q: Apa yang anda ketahui tentang produk Humblezing? Mengapa? Dan bagaimana

E: Warnanya apik, terus kalau dipake foto di gunung-gunung bagus, eye catching pas difoto. Jadi berasa kaya pake jaket-jaket luar negeri yang warna sama modelnya bagus.

Q: Mengapa anda menggunakan Humblezing? Apa saja produk yang anda punya? Bagaimana anda bisa memilih produk tersebut?

E: Aku beli jaket Humblezing soalnya bagus modelnya, terus dibuat foto2 di outdoor bagus, aku udah punya dua jaketnya Humblezing

Q: Keuntungan apa yang anda dapatkan ketika menggunakan produk Humblezing? Bagaimana bisa? Mengapa?

E: Foto2 buat dipake pas jalan-jalan jadi lebih bagus kalau make jaket Humblezing

Q: Bagaimana perasaan anda ketika menggunakan produk Humblezing? Mengapa?

E: seneng apalagi pas foto make jaket Humblezing terus hasilnya bagus

Q: Apakah anda merasa bahwa Humblezing mewakili perasaan adventure anda? Mengapa?

E: Iya, soalnya modelnya emang buat adventure jadi ngerasa lebih keren aja pas jalan2 make jaket Humblezing

Q: Apakah anda membeli produk Humblezing karena melihat orang menggunakan jaket Humblezing? Mengapa?

E: Pertama kali tau Humblezing itu dari postingan Ernanda, liatnya keren pas make jaket dari Humblezing. Karena saya suka gayanya Ernanda jadi saya follow Instagram Humblezing terus kemudian beli produk Humblezing biar kaya Ernanda, hehe.

Q: Apakah anda percaya dengan brand Humblezing? Apa yang anda rasakan ketika anda dilayani dalam membeli produk humblezing atau sekedar bertanya-tanya?

E: Percaya soalnya pelayanannya ramah banget, terus pas ketemu sama Ujank di Jogja pas pameran juga orangnya ramah

Q: Bagaimana hubungan anda dengan humblezing? Apa saja bentuknya? Dan mengapa anda bisa memiliki hubungan dengan humblezing?

E: Humblezing beberap kali saya gunain buat traveling partner saya, dan sama ujank juga udah cukup lumayan kenal sering ngobrol2 kalau pas Ujank lg ke jogja

Lampiran Interview Customer Satria

Q: Menurut anda Humblezing itu brand seperti apa? Humblezing? Mengapa? Dan bagaimana

S: Kalau menurutku Humblezing itu brand outdoor gaul, dilihat dari posting-an mereka pas lagi beraktivitas di outdoor, terus produk-produk mereka yang warnanya kekinian, sama artis-artis Instagram yang mereka pake. Humblezing brand yang ramah, jarang ada brand yang ramah dalam pelayanannya, Humblezing ini termasuk salah satu brand yang ramah bukan hanya brand-nya saja tapi yang punya juga ramah, terus orang-orang didalamnya ramah. Persis seperti namanya Humble.

Q: Mengapa anda menggunakan Humblezing? Apa saja produk yang anda punya? Bagaimana anda bisa memilih produk tersebut?

S: Pertama kali beli itu karena liat banyak orang yang pake, terus fotofotonya bagus, akhirnya tertarik buat beli. Sekarang sih punya tiga, dua beli satu dikasih kang Ujank hehe

Q: Keuntungan apa yang anda dapatkan ketika menggunakan produk Humblezing? Bagaimana bisa? Mengapa?

S: Bahannya enak, jaketnya juga modelnya bagus, buat dipake harian juga enak, ga kaya jaket parka lainnya yang cenderung panas

Q: Bagaimana perasaan anda ketika menggunakan produk Humblezing? Mengapa?

S: Seneng, apalagi kalau misalnya make jaket Humblezing yang dikasih sama kang Ujank, hehe.

Q: Apakah anda merasa bahwa Humblezing mewakili perasaan adventure anda? Mengapa?

S: Oh iya, meskipun aku bukan yang suka camping gitu tapi setiap aku jalan-jalan terus make jaket Humblezing itu rasanya jadi semangat gitu

Q: Apakah anda membeli produk Humblezing karena melihat orang menggunakan jaket Humblezing? Mengapa?

S: Engga sih, cuma karena baca di dabor (darahkubiru) dan reviewnya bagus banyak orang yg ngomongin disana jadi penasaran deh

Q: Apakah anda percaya dengan brand Humblezing? Apa yang anda rasakan ketika anda dilayani dalam membeli produk humblezing atau sekedar bertanya-tanya?

S: Pertama kali beli Humblezing itu setelah baca-baca review Humblezing di forum, awalnya ragu cuma setelah liat review dan baguss-bagus akhirnya beli deh, dan sekarang malah jadi deket sama Humblezing. Kang Ujank malah udah itu udah kaya kakak sendiri, jadi aku kalau apa-apa minta sama dia, hehe bercanda. Kang Ujank itu orangnya ramah banget, senyum terus kerjaannya, terus ga aneh-aneh juga. Kalau Humblezing dikenal karena ramah mungkin salah satunya karena Kang Ujank juga orangnya ramah jadi brand-nya juga ikutan ramah

Q: Bagaimana hubungan anda dengan humblezing? Apa saja bentuknya? Dan mengapa anda bisa memiliki hubungan dengan humblezing?

S: Udah kaya temen deket, setiap Humblezing ke Jogja pasti aku temuin atau Humblezing ngajak ketemuan, terutama kang Ujank yang paling sering ngabarin kalau lagi ke jogja

Lampiran Interview Customer Nadiar

Q: Apa yang anda ketahui tentang produk Humblezing? Mengapa? Dan bagaimana

N: Jaket outdoor yang warnanya bagus dan eye catching buat di foto, bahannya juga enak banget kalau dipake

Q: Mengapa anda menggunakan Humblezing? Apa saja produk yang anda punya? Bagaimana anda bisa memilih produk tersebut?

N: Karena aku emang suka jalan-jalan, dan pengen punya jaket yang dipake enak dan pas difoto juga bagus hasilnya. Aku punya jaket Humblezing ada dua, warnanya kuning sama orange, soalnya biar pas di foto jadi paling terang dan bagus

Q: Keuntungan apa yang anda dapatkan ketika menggunakan produk Humblezing? Bagaimana bisa? Mengapa?

N: Jaket Humblezing enak buat dipakai jalan-jalan, dan yang paling penting pas aku make jaket Humblezing aku merasa seneng makanya aku suka foto make jaket Humblezing pas aku jalan-jalan dan nge-tag ke Humblezing, karena aku seneng dan suka sama jaketnya.

Q: Bagaimana perasaan anda ketika menggunakan produk Humblezing? Mengapa?

N: Seneng pastinya, soalnya kalau buat jalan-jalan enak, terus juga pas difoto juga bagus

Q: Apakah anda merasa bahwa Humblezing mewakili perasaan adventure anda? Mengapa?

N Iya banget, soalnya kan Humblezing emang brand jaket outdoor, terus bawaannya kalau make jaket Humblezing pas jalan-jalan itu jadi semangat gitu

Q: Apakah anda membeli produk Humblezing karena melihat orang menggunakan jaket Humblezing? Mengapa?

N: Iya temenku soalnya juga make terus pas liat ko bagus, terus aku tanya dia dikasih tau belinya di Humblezing

Q: Apakah anda percaya dengan brand Humblezing? Apa yang anda rasakan ketika anda dilayani dalam membeli produk humblezing atau sekedar bertanya-tanya?

Percaya ko, soalnya banyak yang beli disana dan customernya juga udah banyak, jadi percaya, lagian pelayanannya juga ramah-ramah

Q: Bagaimana hubungan anda dengan humblezing? Apa saja bentuknya? Dan mengapa anda bisa memiliki hubungan dengan humblezing?

N: Jaket Humblezing itu udah kaya partner saya kalau jalan-jalan, saya selalu membawa jaket Humblezing kalau saya pergi jalan-jalan, naik gunung. Semacam partner traveling saya

Lampiran Interview Customer Arief

Q: Apa yang anda ketahui tentang Humblezing? Mengapa? Dan bagaimana

A: Outdoor, warnanya menarik, bahannya enak, design-nya bagus, yang punya ramah, hehe. Menurut saya itu hal yang identik dengan Humblezing.

Q: Mengapa anda menggunakan Humblezing? Apa saja produk yang anda punya? Bagaimana anda bisa memilih produk tersebut?

A: Awalnya karena saya pengen nyari jaket yang bagus, yang model sama warnanya bagus, kebetulan liat di Instagram ada Humblezing terus akhirnya beli deh. Wah punya empat kayaknya, soalnya setiap pameran ada Humblezing bawaannya jadi pengen beli, apalagi kalau udah liat ada yang udah make terus di foto bagus jadi latah pengen beli juga

Q: Keuntungan apa yang anda dapatkan ketika menggunakan produk Humblezing? Bagaimana bisa? Mengapa?

A: Jadi punya foto jalan-jalan yang bagus, soalnya warna dan model Humblezing ga kaya jaket-jaket lainnya

Q: Bagaimana perasaan anda ketika menggunakan produk Humblezing? Mengapa?

A: Seneng apalagi kalau ada yang nanyain jaketnya bagus beli dimana, jadi ada kebanggan gitu deh

A: Saya emang seneng foto-foto, terutama kalau lagi jalan-jalan, terus difoto make sambil jaket Humblezing itu rasanya jadi keren, banyak temen saya yang tanya itu jaket apa, beli dimana setelah saya posting foto make jaket Humblezing.

Q: Apakah anda merasa bahwa Humblezing mewakili perasaan adventure anda? Mengapa?

A: Iya saya selalu berfikir outdoor itu kegiatan yang menyenangkan terus liat image-image konten-konten Humblezing ko seru ko sesuai dengan apa yang saya bayangin

Q: Apakah anda membeli produk Humblezing karena melihat orang menggunakan jaket Humblezing? Mengapa?

A: Pas liat Humblezing posting foto Om Boy make jaket Humblezing, saya langsung pengen beli juga produk yang sama, pas saya tanya ke Humblezing sudah sold, akhirnya harus tanya-tanya ke toko yang jual jaket Humblezing dan nemu tinggal satu dan saya beli deh jaket itu

Q: Apakah anda percaya dengan brand Humblezing? Apa yang anda rasakan ketika anda dilayani dalam membeli produk humblezing atau sekedar bertanya-tanya?

A: Percaya, soalnya Ujank, Ridha, Ogiv (dulu marketing Humblezing) orangnya ramah-ramah, ga sombong dan asik diajak sharing diajak ngobrol, ga pelit ilmu juga. Pas ada event juga mereka kalau ngelayanin customer ramah, dan murah senyum terutama Ujank.

Q: Bagaimana hubungan anda dengan humblezing? Apa saja bentuknya? Dan mengapa anda bisa memiliki hubungan dengan humblezing?

A: Udah kaya temen, ya temen sharing temen jalan-jalan. Awalnya sih karena dulu iseng ngechat mereka di line terus ngobrol-ngobrol sampe akhirnya janji buat jalan-jalan bareng deh