

LAMPIRAN

Hasil wawancara informan 1

Narasumber: Kartika Andriyani

(*Owner* Lapak Bang Irwan)

1. Siapa target audiens Lapak Bang Irwan?

Target sih lebih ke komunitas fotografi, soalnya kita cari yang pasti-pasti aja. Kalau komunitas kan banyak tu fotografer, na kita target ke fotografer nanti siapa tau mereka puas terus merekomendasikan LBI ke temen-temenya. Sama kalangan anak muda juga bisa jadi target kita.

2. Kenapa memilih target tersebut?

Soalnya menurut saya sih fotografer itu kan lebih tau to tentang kamera jadi mereka juga pasti lebih *aware* sama toko kamera yang jual kamera bekas seperti kita ini. Kalau anak muda kan ya suka main sosial media, na kemungkinan mereka mengakses internet lebih besar, jadi ya kemungkinan mereka tau LBI juga lebih besar, lewat media online itu.

3. Bagaimana cara menentukan target audiens tersebut?

Sebenarnya itu juga ada beberapa aspek, kita bisa di Jogja, nah Jogja kan banyak tuh mahasiswa sama wisatawan yang kesini, dari situ kita coba nargetin mereka. Soalnya kebanyakan dari mereka pasti buka sosial media kalau cari informasi.

4. Apa tujuan yang ingin dicapai dalam promosi online tersebut?

Tujuannya sih biar masyarakat tau kalo di Jogja ini ada toko kamera yang namanya Lapak Bang Irwan. Biar pada tau juga kalo Lapak Bang Irwan itu toko jual beli kamera bekas dan baru, pokoknya alat-alat fotografi gitulah. Selain itu kita juga ngasih kemudahan ke semua konsumen yang semisal pengen ganti kamera dan gak ribet ya solusinya tukar tambah, atau yang pengen ngejual kameranya aja kita juga bisa titip jual kamera, hal itu tujuannya juga biar konsumen loyal sama kita karena itunganya praktis gitu.

5. Apa yang dilakukan untuk mencapai tujuan tersebut/tujuan komunikasi?

Buat ningkatin kesadaran masyarakat tentang LBI sih ya kita pernah ngiklan di videotron gitu, selain itu kita coba maksimalin semua sosial media kita, kita coba buat selalu update biar gak ketinggalan zaman.

6. Bagaimana perencanaan media yang digunakan oleh Lepak Bang Irwan?

Selama ini sih kita lebih aktif ke online, soalnya ya kita mengikuti perkembangan zaman sama ngikuti pasar aja. Kalau ada media sosial baru dan booming sebisanya kita harus beradaptasi dan ikutin trend yang ada.

Sebenarnya kita juga pernah ngiklan di videotron, kalau tidak salah bulan September 2016, waktu itu sih tujuannya biar Lepak Bang Irwan lebih dikenal di jogja.

7. Kenapa menggunakan media sosial facebook?

Pak Irwan itu awalnya pake *facebook* sendiri, kemudian buat *facebook* Lepak Bang Irwan soalnya permintaan barangnya naik dan biar gak ribet. Selain itu sampe sekarang *facebook* kita juga masih aktif soalnya *facebook* itu media sosial paling banyak penggunanya, mulai dari bapak-bapak sampe anak kecil. Di *facebook* juga banyak forum-forum jual beli gitu, banyak juga toko yang punya *facebook* soalnya di *facebook* itu ada fitur yang masyarakat atau pengguna *facebook* bisa langsung beli secara online, dan juga kita bisa ngasih informasi secara lengkap.

8. Kenapa menggunakan media sosial Instagram?

Instagram.... Sekarang itu semua anak muda pasti tau yang namanya Instagram, lagi ngetrend banget sama peningkatan jumlah penggunaanya kyknya cepet, sama Instagram itu nggak ngebosenin. Jadi ya itu jadi peluang buat kita. Soalnya juga kan banyak toko-toko atau orang-orang yang terkenal gara-gara Instagram.

9. Kenapa menggunakan media sosial Blogspot?

Sebenarnya dulu pak irwan pernah buat website pake jasa pembuatan website tapi pas udah jalan berapa bulan gitu yang mengelola website gak ada kabar dan gak bisa dihubungi. Jadi ya sekarang pake blogspot aja yang mudah dan gratis penggunaanya. Selain itu di *blogspot* kan kita bisa mengkotak-kotakan atau mengkategorikan barang kamera atau aksesoris yang kita jual. Misal ada konten kamera canon, kamera Nikon, nanti ada konten khusus aksesoris juga, jadi para konsumen tinggal klik sesuai dengan barang yang mereka cari.

10. Kenapa menggunakan media sosial Fotografer.net?

Fotografer.net lebih mengacu ke sasaran kita yaitu para fotografer, soalnya kan fotografer net itu populer banget, jadi ya kita manfaatkan lagi buat ngedoetin attention para fotografer tentang LBI.

11. Kenapa menggunakan media sosial tokopedia?

Sekarang ini kan banyak masyarakat yang lebih milih belanja lewat online daripada langsung, dan juga kalau lewat online itu lebih mudah mencari barangnya, kita gak perlu ribet sama buang tenaga, na dari situlah kita coba ambil peluang, kita ikutin maunya pasar.

12. Bagaimana cara membuat isi pesan dalam promosi online Lapak Bang Irwan?

Kalau saya sih lebih membebaskan pak admin buat berkreasi, tapi saya tetep memantau jalanya promosi online nya gimana, dan yang jelas yang saya tekankan ke karyawan buat ngasih info lengkap sama harus ramah.

13. Bagaimana aktivitas promosi online Lapak Bang Irwan?

Nah kalo ini hampir sama jawabanya kaya yang barusan. Masalah aktivitas lebih tak serahin ke marketing, jadi dia yang menentukan gimana prosesnya nanti saya yang mengawasi aja.

14. Adakah evaluasi dari promosi online?jika ada bagaimana caranya?

Evaluasi ada dong, biasanya kita tiap bulan itu ada evaluasi. Ya tapi evaluasi kita sekedar ngobrol, prinsinya serius tapi santai. Evaluasinya ya banyak, evaluasi tentang gimana perkembanganya bulan ini, semuanya kita bahas disini.

15. Adakah aktivitas *online advertising*?

Kita udah pernah *endorse* atau *paid promote*, jadi kita kerjasama dengan akun *Instagram* @kuliner_magelang, kita *promote* di sosial media mereka dalam jangka waktu tertentu dan juga *postingan* nya juga berapa kali dalam satu bulan atau satu minggu berapa kali gitu. Kita pilih kerjasama @kuliner_magelang soalnya rencana kedepan sih kita bakal ngehidupin lagi Lapak Bang Irwan Magelang, dulu sebenarnya Lapak Bang Irwan Magelang itu udah aktif cuman baru berjalan beberapa bulan, trus mandek soalnya persiapanya belum matang. Jadi ya belajar dari pengalaman kita coba rencanain secara bener dulu kalau semisal cabang magelang bakal kita jalankan lagi

16. Adakah aktivitas *sales promotion online*?

Kita juga pernah ngadain lelang lho, lelangnya itu di facebook, blogspot, jadi nanti kita buka harga, buka kelipatan ya seperti lelang pada umumnya tapi kalau ini kita lakukan melalui media sosial. Barang yang sudah terlelang nanti di keterangan caption bakal kita kasih tulisan Sudah terlelang gitu

17. Adakah aktivitas *Public relation online*?

Dulu kita pernah ngadain lomba dengan tema budaya Indonesia, lomba itu tujuannya ya kita mencoba melestarikan budaya Indonesia dengan media foto. Ya itu juga bisa buat latihan mengasah

ketrampilan juga gimana kita mengambil momen. Selain itu sebagai apresiasi Lapak Bang Irwan terhadap fotografer yang juga menjadi pelanggan kita

18. Adakah aktivitas *Direct marketing online*?

Direct marketing kalau di sosial media baru ada di tokopedia sih, kalau facebook atau yang lain itu belum ada, soalnya kita lebih prever ke konsumen buat Tanya dulu barangnya gimana-gimana, biar konsumen puas dan gak complain.

Hasil wawancara informan 2

Narasumber: Iwan Mukhlisin

(Marketing Lapak Bang Irwan)

1. Siapa target audiens Lapak Bang Irwan?

Itu komunitas fotografi, terutama fotografer dan kalangan mahasiswa. Kalau dari target luas ya kalau bisa ya semua kalangan masyarakat mas hehe... karena masyarakat kan ya macam-macam gitu. Cuma lebih utama kan itu, karena mereka kalangan mahasiswa yang suka main sosial media

2. Kenapa memilih target tersebut?

Soalnya kalo fotografer itu mereka cenderung lebih tau tentang kamera mas, jadi mereka pede-pede aja ambil kamera bekas karena ya udah tau itu. Kalo fotografer yang masih baru masuk di dunia fotografi biasanya mereka lebih tertarik beli barang baru sih mas...

3. Bagaimana cara menentukan target audiens tersebut?

dari dulu mas irwan kan udah ikut beberapa komunitas fotografi makanya banyak kenalan fotografer juga. Kalau untuk kamera bekas kita targetnya ya fotografer senior, kalau kamera baru fotografer pemula, tapi *stock* kamera kita kebanyakan sih kamera bekas. Trus media promosi kita kan pake *online* makanya kita nargetin ke

mahasiswa karena mereka kan suka banget dan pasti punya media sosial, selain itu para fotografer senior sama mahasiswa pikirannya udah terbuka kalau beli barang gak harus baru, bekas gak masalah asal harga sesuai kondisi dan juga sesuai dengan kebutuhan mereka.

4. Apa tujuan yang ingin dicapai dalam promosi online tersebut?

Yang paling terutama dan paling utama sih ya meningkatkan penjualan mas, kan dari promosi tersebut konsumen jadi tau kamera apa yang lagi *ready* di LBI nih, mereka juga bisa tanya-tanya di chat atau dateng langsung ke toko. Dan kalau pake online itu murah, bisa dibilang malah gratis. Soalnya kita memang meminimalisir anggaran buat promosi, tapi kita juga pengen penjualan tetap naik walaupun promosinya masih gratisan, hehe

5. Apa yang dilakukan untuk mencapai tujuan tersebut/tujuan komunikasi?

Tujuan komunikasinya sih untuk meningkatkan minat beli setiap bulan bahkan kalau bisa setiap hari hehe. Kita menginfokan tentang produk kamera apa saja sih yang jual dan konsumen juga bisa jual kamera ke kita atau tukar tambah kamera dan aksesoris-aksesoris fotografi yang ada di lapak kita. Selain itu kita juga adakan promo dalam memperingati hari-hari besar seperti promo lebaran, promo ulang tahun sama promo-promo yang. Media yang kita gunain buat

menginfokan itu ya kita pake media sosial soalnya yang mudah dijangkau dan diakses oleh masyarakat.

6. Bagaimana perencanaan media yang digunakan oleh Lapak Bang Irwan?

media promosi yang kita gunakan sih lebih aktif di *online* atau media sosial. Kita punya beberapa media sosial yaitu *Facebook Instagram, blogspot, fotografer.net* dan *tokopedia*. Semua media sosial tersebut masih aktif, kita biasa *upload* memasarkan barang-barang melalui media tersebut. Soalnya sekarang orang itu cenderung *searching* dulu melalui *internet* sebelum mereka beli barang.

sosial media sebagai media promosi saya rasa cocok pada era sekarang ini, soalnya kan ya murah alias gratis, penyebarannya cepet, terus semua orang dapat mengakses media sosial secara bebas. Jadi kita bisa ngasih informasi 24jam nonstop, sosial media kita masih aktif semua dari *Instagram, fb, ig, tokped, fotografer.net*, soalnya menurut kita media sosial tersebut punya pasar dan penggunaannya sendiri.

7. Kenapa menggunakan media sosial facebook?

Facebook itu menurut ku soalnya paling populer mas, kan banyak banget tu yang pake facebook, selain itu ya gampang gunainya. Kalau di facebook kita ya biasanya upload foto aja secara reguler, nanti kita kasih keterangan juga, keterangannya sih sama kaya yang di sosial media lain, kita samain pokoknya. Selain itu juga kalo ada video ya kita upload juga, kalo video enggak di semua media sosial kita upload. Kalau foto ya biasanya kita upload di masukin ke album biar lebih tertata gitu. Sama di facebook kita juga ada album buat barang-barang yang sudah terjual emmmm ya jadi misal barang yang terjual bulan juni, kita bikin album terjual juni 2017 dan seterusnya gitu.

8. Kenapa menggunakan media sosial Instagram?

Kita pake *Instagram* juga soalnya sekarang *Instagram* lagi populer naik banget, dikit-dikit *Instagram*. Hampir semua mahasiswa sama fotografer mainnya di *Instagram*, ya soalnya *Instagram* kan basicnya foto itu, pas banget sama fotografer yang suka *upload* foto-foto mereka. Sekarang kan *Instagram* juga ada fitur yang bisa *upload* secara otomatis ke *facebook*, jadi kita *upload* ke *Instagram*, otomatis di *facebook* juga *upload* konten yang sama. *Instagram* kan basicnya foto sama video kan, ya kita nguploadnya juga foto video dong hehe, kontennya sih hampir samaan lah kaya facebook gitu, fotonya juga

sama biar gak ribet juga soalnya hehehe. Kalau untuk kolom komentar sih sebenarnya yang komentar sih dikit gatau juga kenapa, mungkin gara-gara di caption kita kasih keterangan kalau initinya IG itu cuman buat promosi, kalau mau tanya langsung ke nomor blablabla gitu kali ya

9. Kenapa menggunakan media sosial Blogspot?

Kalau blogspot itu soalnya mudah mas, dulu kita kayaknya pernah ada web tapi gak lanjut, kalau blogspot kan udah ada layoutnya gitu, jadi nanti kita tinggal isi-isi aja, gampang lah pokoknya.

10. Kenapa menggunakan media sosial Fotografer.net?

Kita juga pakai fotografer.net soalnya dari dulu basicnya mas irwan kan fotografer, dan juga di fotografer.net kan banyak itu fotografer yang ikut forum itu, jadi ya kita manfaatkan aja. Selain itu di fotografer.net ada forum sendiri yaitu bursa fotografer, di situ ada nilai rekomendasi yang diberikan oleh para konsumen. Nilai rekomendasi itu penting banget soalnya yang ngasih rekomendasi langsung fotografernya atau konsumennya. Jadi di fotografer.net itu kita manfaatin targetnya lebih ke fotografer gituuu.

11. Kenapa menggunakan media sosial tokopedia?

Tokopedia kita pilih dalam aktivitas *e-commerce* soalnya di *facebook* dan *Instagram* kita belum ada *e-commerce*, makanya kita pake tokopedia yang merupakan *marketplace*. Jadi buat para konsumen yang mungkin berada di luar jogja bisa beli melalui tokopedia, soalnya kalo lewat tokopedia kan terjamin keamanannya. Cara kerjanya kalau di tokopedia kan udah sistem itu yang ngatur, ya kita tinggal upload foto katalog kita aja, kasih keterangan lengkap. Kalau konsumen tertarik kan tinggal klik beli, pilih pake jasa pengiriman apa, nanti kalau ada pesanan masuk ke kita langsung kita proses sesuai pesanan konsumennya itu

12. Bagaimana cara membuat isi pesan dalam promosi online Lepak Bang Irwan?

Di tiap postingan kita tulis selengkap-lengkapnya, mulai dari kelengkapan kamera, minus kamera, sampai detail-detailnya, kita juga ngasih foto kamera dan pas bagian minusnya kita kasih tanda, buat ngasih tau ke konsumen kalo minusnya itu kaya gini. Tujuannya sih ya biar konsumen itu tau barangnya seperti apa, jadi pas dateng ke toko mereka gak bakal kecewa gitu.

13. Bagaimana aktivitas promosi online Lapak Bang Irwan?

Kalau mau promosi biasanya pas barang datang kita kan cek dulu barangnya sampai final. Kita cek kemudia kita upload dan itu seminggu bisa kita.. apa... rencanakan tiga kali seminggu, itu bisa dan misal ada barang yang sebulan belum laku, kita upload ulang biar “up up” terus gitu. Lalu kita maksimal sehari *upload* 4 kali, minimal 2 kali. Karena menurut kita itu udah pas, kalo kebanyakan upload nanti dikira nganggu pengguna media sosial lain. Masa iya pas buka timeline sosmed isinya nanti postingan kita semua... Jadi barang-barang yang belum di upload bisa jadi bahan buat upload an selanjutnya di kemudian hari. Jadi tidak sehari monoton karena kita uploadnya tidak di satu tempat saka. Jadi biar enak. Kalau mengelola sistemnya mungkin eee.. 2 jam sekali kita cek apakah ada calon pembeli yang order atau kita pasti cek lagi di media online. Pokoknya tiap 2 jam sekali kita cek.

14. Adakah evaluasi dari promosi online?jika ada bagaimana caranya?

Evaluasi jelas ada, biasanya sekali seminggu, sama sekali sebulan. Kalau tiap minggu ya kita ngobrol-ngobrol aja sama rekan kerja, gimana perkembanganya kita review lagi postingan kita selama seminggu itu ada barang apa aja yang udah *sold* atau masih *available*. Kalau evaluasi tiap bulan baru kita semua musyawarah sama ibu Tika. Kita review perkembanga penjualan tiap minggu

gimana, kami mengukur hasil promosi kita dengan cara melihat apakah ada peningkatan penjualan dari bulan sebelumnya ke bulan ini, apa malah menurun gitu. Udah maksimal belum promosi yang kita lakukan di media kita. Selain itu kita juga melihat berapa sih peningkatan jumlah follower kita, apakah banyak atau dikit. Kita evaluasi juga dari mana sih konsumen tau LBI, jadi tiap ada konsumen datang entah mau tanya-tanya atau beli barang, pas akhir itu kita tanyain, mbak/mas tau LBI dari mana? Kebanyakan dari mereka sih taunya dari *Instagram* jadi ya kita evaluasi juga media sosial yang lain kok kurang familiar atau gimana gitu. bagi kita itu merupakan cara paling gampang buat nentuin promosi kita udah berhasil belum. Jika pembeli setiap bulannya naik promosi yang kita lakukan bisa dibilang berhasil. Kalau malah turun ya sebaliknya, berarti itu bisa dibilang belum berhasil. Kalau semisal menurun ya berate evaluasi kita banyak, kalau dilihat dari pengetahuan konsumen sih ya kebanyakan kan tau dari Instagram, makanya kita perlu gimana caranya biar sosial media kita yang lain juga bisa efektif.

15. Adakah aktivitas *online advertising*?

kalau sekarang *advertising online* kaya' *banner* atau *pop up* di internet belum kami lakukan. Soalnya kan butuh banyak biaya. Balik lagi ke awal tujuan kita pakai media sosial buat promosi yaitu untuk meminimalkan anggaran tapi menghasilkan input yang besar. Kita nggak mau kalau anggaran promosi besar tapi hasil yang kita dapat nggak sebanding dengan anggaran yang keluar tersebut.

16. Adakah aktivitas *sales promotion online*

Biasanya pas hari-hari besar seperti ramadhan, idul fitri, atau pas ulang tahunnya LBI, kita ngadain promo atau diskon. Nanti kita *posting* di media sosial, kita kasih tenggang waktu berapa hari gitu. Kedepannya kita juga bakal ngadain *giveaway* tapi itu masih rencana, belum kita omongin lagi. Kita kalau promo ya promo aja mas hahaha, maksudnya kita misal ada promo free ongkir nih, ya kita buat foto aja free ongkir gitu nanti kita upload trus kasih keterangan secukupnya, udah gitu aja sih mas hehehe

17. Adakah aktivitas *Public relation online*?

untuk PR online kita sebatas testimoni atau feedback para pelanggan, itu banyaknya di fotografer.net dan di tokopedia. Kalau di media sosial lain paling di Instagram, kalau ada pembeli, nanti kita insta story.

18. Adakah aktivitas *Direct marketing online*?

Fasilitas *e-commerce* kita baru memanfaatkan tokopedia, belum kepikiran buat nyediain fasilitas itu di website kita, soalnya kita juga masih pake blog. *Instagram* sama *facebook* baru sekedar *upload* katalog tiap hari atau dalam jangka waktu tertentu. Nanti di *caption* kita kasih keterangan mulai dari harga, nomor yang bisa dihubungi banyak pokoknya, bisa dicek sendiri di media sosial kita.

19. Adakah aktivitas *Personal selling online*?

Untuk merespon konsumen yang tanya lewat media sosial masih belum terlalu cepet atau intensif, soalnya kita admin cuman ada satu orang, itu aja ngehandle banyak media sosial dan juga ngejaga toko. Tapi kita juga tetep berusaha ngasih yang terbaik buat konsumen kita, kalau misal ada yang tanya ya kita usahakan cepet balesnya, gak lupa juga santun sama sopan dalam menggunakan Bahasa, dan yang terpenting penggunaan kata yang akrab jadi biar konsumen merasa nyaman dan asik gitu.