

LAMPIRAN

INTERVIEW GUIDE

Berikut adalah pertanyaan wawancara mengenai “Aktivitas Promosi Jasa Perawatan Premium Sepatu Shoes And Care Melalui Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen Tahun 2017”. Pertanyaan wawancara ini penulis tujukan kepada narasumber yaitu Dr. Tirta Mandhira Hudhi, selaku *owner* dari Shoes and Care dan Diaz Arta Gumilar, selaku *Head of Marketing* Shoes and Care, untuk memperoleh data dan informasi yang dibutuhkan oleh penulis dalam kepentingan penelitian skripsi.

1. Kapan dan mengapa bisa terbentuknya Shoes and Care?
2. Sudah berapa banyak cabang Shoes and Care di Indonesia?
3. Apa yang menjadi target dan capaian keberhasilan Shoes and Care?
4. Siapa yang menjadi target audiens dalam kegiatan promosi Shoes and Care?
5. Bagaimana Shoes and Care mengetahui bahwa target sasaran tersebut sudah pernah menggunakan jasa Shoes and Care?
6. Aktivitas Promosi apa saja yang Shoes and Care lakukan selama tahun 2017?
7. Adakah permasalahan mengenai aktivitas promosi yang Shoes and Care lakukan?
8. Mengapa Shoes and Care memilih media-media tersebut sebagai media promosi?

9. Dari semua media *online* yang dijadikan sebagai media promosi, media mana yang lebih efektif dalam menjalankan peran promosi? Mengapa?
10. Sudah berapa lama Shoes and Care menggunakan Instagram sebagai media promosi?
11. Apakah Shoes and Care memiliki cara agar konten dalam Instagram dapat menarik perhatian konsumen?
12. Pada waktu-waktu kapan saja Shoes and Care mengunggah konten promosi di Instagram?
13. Dalam sehari, berapa konten yang diunggah dalam akun Instagram Shoes and Care?
14. Apa saja faktor yang mendukung serta menghambat pihak Shoes and Care melakukan aktivitas promosi *online*.
15. Apakah setelah menjalankan promosi melalui media Instagram, Shoes and Care melakukan evaluasi?

Aktivitas Promosi Jasa Perawatan Premium Sepatu Shoes And Care:

1. Bagaimana Shoes and Care menjalankan aktivitas promosi Periklanan melalui Instagram?
2. Pesan seperti apa yang ingin disampaikan Shoes and Care melalui aktivitas promosi Periklanan melalui Instagram?

3. Bagaimana Penjualan Personal dilaksanakan melalui Instagram Shoes and Care?
4. Bagaimana bentuk Humas dan Publisitas yang dijalankan oleh Shoes and Care melalui Instagram?
5. Dalam menjalankan aktivitas Humas dan Publisitas di Instagram, apakah Shoes and Care membagi konten-konten khusus yang ditujukan kepada sasaran yang berbeda? Misalnya, konten untuk *followers* dan media yang dibedakan.
6. Bagaimana Shoes and Care menjalankan Penjualan Langsung melalui Instagram?
7. Bagaimana bentuk Promosi Penjualan yang dilakukan Shoes and Care melalui Instagram?

Pertanyaan untuk Pelanggan Shoes and Care :

1. Dari mana Anda mengetahui tentang Jasa Perawatan Premium Sepatu Shoes and Care?
2. Apa yang membuat Anda memutuskan untuk mengikuti (*following*) Instagram Shoes and Care?
3. Seberapa sering Anda mengakses Instagram Shoes and Care?

4. Pada waktu-waktu kapan saja Anda melihat konten Shoes and Care pada *Home* Instagram Anda?
5. Menurut Anda, apakah konten Shoes and Care sudah mendukung dalam melakukan aktivitas promosi?

TRANSKRIP WAWANCARA

Narasumber 1

Nama : Dr. Tirta Mandira Hudi

Jabatan : CEO Shoes and Care

Narasumber 2

Nama : Diaz Arta Gumilar

Jabatan : Head of Marketing Shoes and Care

1. Kapan dan mengapa bisa terbentuknya Shoes and Care?

Narasumber 1 : Shoes and Care sudah berdiri dari tanggal 12 Oktober 2013.

Saat itu saya masih mahasiswa ya di Fakultas Kedokteran UGM dan saya juga kolektor sepatu. Awalnya kesusahan dalam membersihkan sepatu dan coba-coba cuci sepatu sendiri menggunakan sabun cuci asal Amerika. Terus berhasil, teman-teman yang lihat ini jadi sering *nitip* sepatunya ke saya terus bayar ala kadarnya. Saya lihat ini sebagai peluang usaha maka saya menyewa

sebuah kamar di kos-kosan untuk dijadikan tempat usaha. Bisnis saya ini mulai tumbuh maju pada tahun 2014 karena tragedi Erupsi Gunung Kelud. Karena banyaknya permintaan dari konsumen, akhirnya pada 14 Februari 2014 saya membuka gerai pertama Shoes and Care di Alun-alun Kidul.

2. Sudah berapa banyak cabang Shoes and Care di Indonesia?

Narasumber 1 : Sampai detik ini ada di 20 kota besar, di setiap kota memiliki beberapa toko Shoes and Care dan bakal bertambah seiring dengan peresmian *store-store* baru di beberapa kota.

3. Apa yang menjadi target dan capaian keberhasilan Shoes and Care?

Narasumber 2 : Jadi tiap-tiap *store* Shoes and Care mempunyai target dan capaian keberhasilan yang berbeda ditentukan dari omset perbulan. Misalnya, store di Alun-Alun Kidul dalam sebulan itu target omsetnya Rp 12.000.000,00. Berbeda dengan (store Shoes and Care) yang di Boediman, itu Rp 36.000.000,00, karena *store* ini dekat dengan beberapa kampus besar seperti UNY dan UGM, juga terletak di kota.

4. Siapa yang menjadi target audiens dalam kegiatan promosi Shoes and Care?

Narasumber 2 : Target sasaran kami lebih ke mahasiswa dan konsumen yang sudah pernah menggunakan jasa Shoes and Care

16. Bagaimana Shoes and Care mengetahui bahwa target sasaran tersebut sudah pernah menggunakan jasa Shoes and Care?

Narasumber 2 : Untuk mengetahui konsumen loyal, kami menawarkan member keanggotaan Shoes and Care. Member ini sudah kami keluarkan

sejak tahun 2016. Konsumen yang mempunyai *member card* kami beri *reward* diskon 10% *all treatment*.

5. Aktivitas Promosi apa saja yang Shoes and Care lakukan selama tahun 2017?

Narasumber 2 : Kalau sejak pertama kali berdiri, bentuk aktivitas promosi yang sudah kita lakukan *sampe* sekarang itu iklan di radio seperti di Geronimo FM, bagiin brosur ke kampus-kampus atau SMA-SMA, ikut *event*, manfaatin media sosial, dan ngadain *workshop*

6. Adakah permasalahan mengenai aktivitas promosi yang Shoes and Care lakukan?

Narasumber 1 : Kalau dalam aktivitas promosi, permasalahan yang sedang kami coba atasi saat ini adalah bagaimana agar target Shoes and Care dapat tercapai pada bulan-bulan yang ada libur panjangnya, seperti bulan puasa dan Idul Fitri. Karena pada bulan-bulan tersebut, jumlah pelanggan kami benar-benar mengalami penurunan drastis berbeda dari bulan-bulan sebelumnya. Sehingga di tahun 2017 ini, kami ingin membuat grafik naik dan tidak berbeda dari bulan-bulan sebelumnya agar jumlah konsumen tahun 2017 dapat meningkat dari tahun-tahun sebelumnya.

7. Mengapa Shoes and Care memilih untuk menggabungkan media *offline* dan media *online* sebagai media promosi?

Narasumber 2 : Karena kami sadar bahwa menggunakan media *online* saja tidak cukup untuk menarik konsumen. Dengan menggabungkan satu aktivitas promosi dengan beberapa aktivitas promosi lainnya dapat membantu

memudahkan atau melengkapi kinerja media lainnya, sehingga aktivitas promosi dapat berjalan dengan maksimal.

8. Mengapa Shoes and Care memilih media *online* juga sebagai media promosi? Dan media *online* apa saja yang menjadi media promosi Shoes and Care?

Narasumber 1 : Dari awal saya membangun *Shoes and Care* saya sudah menerapkan konsep ‘nol rupiah’ untuk promosi. Karena kan kita ini UKM ya, kita nggak bisa bayar iklan mahal-mahal untuk tampil di televisi atau radio terus. Jadi, pertama kali itu saya terima orderan lewat BBM (Blackberry Messenger). Setelah orderan yang masuk mulai banyak, saya memanfaatkan media *online* yang sudah gratis, seperti *website*, Twitter, Instagram, Facebook dan Youtube.

Narasumber 2 : Dan kami juga menggunakan Line@ untuk secara langsung menyebarkan informasi promo-promo yang lagi berlangsung.

9. Dari semua media *online* yang dijadikan sebagai media promosi, media mana yang lebih efektif dalam menjalankan peran promosi? Mengapa?

Narasumber 1 : Untuk saat ini, Instagram adalah media sosial yang paling efektif untuk promosi. Kenapa? Karena tampilan Instagram itu bentuknya sederhana dan mudah dipahami. Bentuknya seperti katalog, disana kami bisa nge-*post* foto dan video. Jadi menggabungkan *marketing* dan kebetulan saya juga seorang dokter, kalau seseorang itu mendengarkan ilmu, itu hanya 50% yang ingat ke otak. Tapi kalau dia melihat, nah itu 60%. Kalau dia melihat, mendengar, dan membayangkan itu sampe 90% terngiang-ngiang gitu.

Narasumber 2 : Emm.. terus tambahkan, apa lagi melihat zaman sekarang ya, Instagram itu udah kayak kebutuhan semua orang. Setiap orang pasti punya aplikasi tersebut. Dan dalam satu hari, pasti gak sekali atau dua kali orang-orang buka aplikasi tersebut.

10. Sudah berapa lama Shoes and Care menggunakan Instagram sebagai media promosi?

Narasumber 2 : Sudah sejak 2014, ketika *store* pertama dibuka

11. Apakah Shoes and Care memiliki cara agar konten dalam Instagram dapat menarik perhatian konsumen?

Narasumber 1 : Iya, karena tujuan kita menggunakan Instagram itu untuk promosi udah pasti konten-konten yang diunggah juga harus dapat menarik perhatian konsumen. Gak mungkin kita asal-asalan *upload* foto *ambyar* atau video *ambyar* atau ngasih poster yang di-*edit* ala kadarnya pake aplikasi *Paint*. Gak mungkin kan? Makanya, kita pasti *upload* konten yang bagus.

12. Pada waktu-waktu kapan saja Shoes and Care mengunggah konten promosi di Instagram?

Narasumber 2 : Kalo *upload* konten itu biasanya ngikut *prime time* ya. Biasanya siang dari jam 12.00 sampe jam 14.00, karna jam-jam segitu orang-orang mau pelajar, mahasiswa, pekerja pasti lagi dipake buat istirahat dan makan siang. Terus sore sekitar jam 16.00 atau jam 17.00. Malam juga *upload* itu sekitar jam 19.00 sampe jam 21.00

13. Dalam sehari, berapa konten yang diunggah dalam akun Instagram Shoes and Care?

Narasumber 2 : Dalam sehari itu 3 kali *upload* konten. Alasannya karena kami menghindari tindakan *spamming* yang membuat *followers* kami tidak nyaman.

14. Apa saja faktor yang mendukung serta menghambat pihak Shoes and Care melakukan aktivitas promosi *online*?

Narasumber 1 : Hmm faktor yang mendukung ya? Pertama, Instagram itu bisa kita manfaatkan *viral marketing*-nya. *Marketing* dari mulut ke mulut itu sangat berpengaruh, apalagi dengan adanya internet, semua hal bisa cepat viral. Terus *low cost*, karena kita tau Instagram itu dari *download* sampe *ngepost* pasti gratis. Jangkauannya luas, contoh kayak dengan berlangganan Instagram Ads aja jangkauan promosi kita sudah bisa ke seluruh Indonesia. Faktor yang menghambat dari promosi di Instagram, apa ya? Sepertinya belum ada sih.

15. Apakah setelah menjalankan promosi melalui media Instagram, Shoes and Care melakukan evaluasi?

Narasumber 1 : Kalau untuk evaluasi aktivitas promosi pastinya kita lakukan pada rapat-rapat akhir bulan. Namun, untuk saat ini kami belum melakukan evaluasi untuk menilai seberapa efektif aktivitas promosi yang sudah kami lakukan di Instagram.

Aktivitas Promosi Jasa Perawatan Premium Sepatu Shoes And Care:

1. Bagaimana Shoes and Care menjalankan aktivitas promosi Periklanan melalui Instagram?

Narasumber 2 : Aktivitas periklanan dalam Instagram yang kami lakukan itu dengan memanfaatkan Instagram Ads. Kan Instagram ada tuh fasilitas iklan berbayar, nah kami menggunakan itu. Biayanya Rp 50.000 per-*post* dan sehari bisa 2 kali *post* oleh Instagram dengan interval lokal, Jogja, dan seluruh Indonesia.

2. Pesan seperti apa yang ingin disampaikan Shoes and Care melalui aktivitas promosi Periklanan melalui Instagram?

Narasumber 2 : Pesan utama yang ingin kita sampaikan pada konsumen yaitu kami menawarkan jasa perawatan premium sepatu yang berkualitas dan profesional dalam memberikan perawatan kepada sepatu, topi, ataupun tas. Kami ingin mengkomunikasikan bahwa walaupun jasa perawatan yang kami tawarkan premium, harga yang kami pasang dapat dijangkau oleh para mahasiswa, gitu aja sih.

3. Bagaimana Penjualan Personal dilaksanakan melalui Instagram Shoes and Care?

Narasumber 1 : Penjualan personal di Instagram mungkin kita lebih ke *caption* yang persuasif ya ke *followers*. Tidak hanya persuasif tapi menarik

layaknya sedang ngobrol langsung dengan calon konsumen atau konsumen secara langsung. Jadi nggak baku-baku banget kalimatnya.

4. Bagaimana bentuk Humas dan Publisitas yang dijalankan oleh Shoes and Care melalui Instagram?

Narasumber 1 : Jadi kalo kamu buka Instagram kita, pasti lumayan banyak ditemui foto dari hasil-hasil perawatan yang sudah kami lakukan. Nah itu kan sebagai cara kami meningkatkan kepercayaan calon konsumen yang belum pernah coba jasa kami, bahwa jasa kami ini tidak sembarangan, profesional, dan hasilnya pun bagus. Kami juga menawarkan garansi kepada konsumen ya, nah ini yang membedakan kami dari jasa-jasa lainnya bahwa kami ada garansi ketidakpuasan bagi konsumen. Itu semua untuk meningkatkan serta menjaga konsumen Shoes and Care.

Narasumber 2 : Selain itu, ya, untuk menjaga hubungan baik ke konsumen, setiap ada perayaan hari besar atau libur nasional pasti kami selalu mengucapkan atas nama Shoes and Care lewat *postingan* di Instagram.

Narasumber 1 : Oh, kita juga gak segan-segan *sharing* informasi mengenai bagaimana perawatan yang kita tawarkan kepada mereka dari *caption-caption* foto di Instagram.

5. Dalam menjalankan aktivitas Humas dan Publisitas di Instagram, apakah Shoes and Care membagi konten-konten khusus yang ditujukan kepada sasaran yang berbeda? Misalnya, konten untuk *followers* dan media yang dibedakan.

Narasumber 1 : Sejauh ini masih ke secara umum sih. *Kayak* konten ucapan Selamat Hari Raya itu masih ke umum, yang mana berarti ke seluruh *following* Shoes and Care. Terus kalau ngadain lomba gitu juga masih ditujukan ke seluruh *following* Instagram Shoes and Care.

6. Bagaimana Shoes and Care menjalankan Penjualan Langsung melalui Instagram?

Narasumber 2 : Untuk aktivitas penjualan langsung kita sih jarang ya ngirim info-info promo lewat DM (*Direct Messages*). Karena kita udah ada akun Line@ yang khusus untuk menyebarkan informasi promo dan diskon ke tiap-tiap konsumen.

7. Bagaimana bentuk Promosi Penjualan yang dilakukan Shoes and Care melalui Instagram?

Narasumber 1 : Aktivitas promosi penjualan Shoes and Care itu banyak sekali kalau ditanya. Kita rajin ngasih promo-promo, contoh setiap Sabtu itu ada *Student Promo* dengan menunjukkan KTM / Kartu Pelajar. Terus ada *Female Day* itu promo diskon untuk cewek-cewek yang menggunakan *treatment* khusus *Female*. Lalu pada hari-hari atau *event-event* besar, kayak Idul Fitri, Natal, bahkan Valentine dan Halloween Day juga ada promo diskonnnya. Terus kami juga sering membuat *Giveaway* atau lomba-lomba di hari besar SAC (Shoes and Care) kayak pas *anniversary* SAC ke-4 kemarin kita bikin *giveaway* buat *followers* kita.

Pertanyaan Khusus Konsumen Shoes and Care :

Narasumber 1 : Miftakhul Nurjannah

1. Dari mana Anda mengetahui tentang Jasa Perawatan Premium Sepatu Shoes and Care?

Aku tau *Shoes and Care* itu dari Instagram. Jadi ada temanku yang *like* salah satu foto mereka dan pas aku buka akun mereka, aku baru tau bahwa sekarang udah ada semacam jasa perawatan khusus untuk sepatu. Dan langsung tertarik buat coba gunain jasanya. Karena aku kan kerja ya, hampir gak punya waktu untuk bersihin sepatu kerja atau tas sendiri.

2. Apa yang membuat Anda memutuskan untuk mengikuti (*following*) Instagram Shoes and Care?

Karena Shoes and Care itu sering ngadain promo-promo gitu dan juga karena media sosial yang paling aku sering buka adalah Instagram jadinya ya aku lebih mem-*follow* mereka di Instagram untuk ngedapetin info-info promonya.

3. Seberapa sering Anda mengakses Instagram Shoes and Care?

Gak terlalu sering. Saya lebih sering ngeliat langsung dari Home Instagram saja.

4. Pada waktu-waktu kapan saja Anda melihat konten Shoes and Care pada *Home* Instagram Anda?

Tergantung kalau aku. Aku kan kerja, kadang masuk pagi dan kadang masuk siang. Tapi seringnya habis sholat shubuh, sebelum mandi, waktu itu aku pake

buat *scrolling* Instagram, terus siang pas lagi istirahat kantor, dan pas pulang kantor biasanya habis maghrib. Nah pas itu ngelihat *postingan* dari Shoes and Care, pas istirahat kantor dan pas pulang gitu

5. Menurut Anda, apakah konten Shoes and Care sudah mendukung dalam melakukan aktivitas promosi?

Sudah sih. Foto-fotonya juga kualitasnya bagus jadi bikin tertarik.

Narasumber 2 : Indra Wahid

1. Dari mana Anda mengetahui tentang Jasa Perawatan Premium Sepatu Shoes and Care?

Karena saya tergabung dalam komunitas pencinta sepatu gitu, jadi saya sering denger jasa ini dari teman-teman. Dan ada beberapa teman komunitas juga yang kerja disana.

2. Apa yang membuat Anda memutuskan untuk mengikuti (*following*) Instagram Shoes and Care?

Karena saya juga member terus saya juga sering *pantengin* promo-promo atau event-event Shoes and Care.

3. Seberapa sering Anda mengakses Instagram Shoes and Care?

Jarang banget. Liat dari *Home* Instagram aja paling *postingan*-nya.

4. Pada waktu-waktu kapan saja Anda melihat konten Shoes and Care pada *Home* Instagram Anda?

Saya paling sering lihat *postingan* Shoes and Care itu siang-siang dan beberapa kali sore.

5. Menurut Anda, apakah konten Shoes and Care sudah mendukung dalam melakukan aktivitas promosi?

Menurut saya sih, kalau tujuannya untuk promosi wajib ya *upload* foto-foto di Instagram yang bagus biar enak aja diliat gitu dan bikin tertarik. Awalnya saya juga *follow* Shoes and Care karena *postingan* foto hasil *repaint*-nya yang bagus. Kalo foto tersebut diambil asal-asalan dan gak terlalu memperlihatkan hasil perawatannya 'kan saya juga sebagai orang awam gak tertarik, gitu

Narasumber 3 : M. Imam Daelami

1. Dari mana Anda mengetahui tentang Jasa Perawatan Premium Sepatu Shoes and Care?

Saya sudah dari tahun 2016 *follow* Shoes and Care. Awal taunya dari temen.

2. Apa yang membuat Anda memutuskan untuk mengikuti (*following*) Instagram Shoes and Care?

Alasan saya *follow* Shoes and Care karena saya tertarik dengan info-info perawatan sepatu yang sering di-*share* dan karena saya sering kerja sama untuk bikin konten video gitu

3. Seberapa sering Anda mengakses Instagram Shoes and Care?

Gak terlalu sering. Nunggu Shoes and Care *posting* kayak informasi perawatan gitu atau lomba-lomba

4. Pada waktu-waktu kapan saja Anda melihat konten Shoes and Care pada *Home* Instagram Anda?

Siang-siang, kayaknya

5. Menurut Anda, apakah konten Shoes and Care sudah mendukung dalam melakukan aktivitas promosi?

Sudah sangat mendukung. Mereka sudah menggunakan fotografer dan videografer yang handal untuk menghasilkan konten-konten keren di Instagram mereka.