

LAMPIRAN

INTERVIEW GUIDE

Wawancara dengan Muhammad Wahyudi selaku Owner

1. Apa yang menjadi tujuan dalam kegiatan promosi yang dilakukan oleh octopus t-shirt?
2. Mengapa memilih tujuan tersebut menjadi tujuan yang hendak dicapai?
3. Siapa yang menjadi target audiens dalam kegiatan komunikasi pemasaran Octopus t-shirt?
4. Mengapa memilih segmen tersebut menjadi target audiens dari Octopus T-shirt?
5. Bagaimana metode penentuan Target Audiens tersebut?
6. Apa pesan yang hendak disampaikan Octopus t-shirt terhadap target audiens? Mengapa?
7. Bagaimana perancangan pesan yang ingin disebarkan octopus t-shirt?
8. Bagaimana metode penetapan anggaran dalam kegiatan promosi?
9. Bagaimana proses atau tahapan yang dilakukan octopus dalam kegiatan interactive marketing?
10. Media sosial apa saja yang digunakan octopus dalam kegiatan komunikasi pemasaran?
11. Mengapa memilih media sosial tersebut dalam kegiatan komunikasi pemasaran octopus?
12. Apa saja kegiatan perencanaan yang dilakukan?

13. Apa saja aktivitas yang dilakukan dalam menyiapkan materi atau konten interactive marketing?
14. Kapan materi disiapkan?
15. Bagaimana pengukuran efektivitas kegiatan interactive marketing yang dilakukan?
16. Apakah kegiatan ini berjalan dengan sukses? Jelaskan
17. Bagaimana proses evaluasi yang dilakukan dalam kegiatan promosi melalui sosial media?

Wawancara dengan Angga Saputra selaku Ketua divisi digital marketing

1. Apa yang menjadi tujuan dalam kegiatan promosi yang dilakukan oleh octopus t-shirt?
2. Mengapa memilih tujuan tersebut menjadi tujuan yang hendak dicapai?
3. Siapa yang menjadi target audiens dalam kegiatan komunikasi pemasaran Octopus t-shirt?
4. Mengapa memilih segmen tersebut menjadi target audiens dari Octopus T-shirt?
5. Bagaimana metode penentuan Target Audiens tersebut?
6. Apa pesan yang hendak disampaikan Octopus t-shirt terhadap target audiens? Mengapa?
7. Bagaimana perancangan pesan yang ingin disebarkan octopus t-shirt?
8. Bagaimana metode penetapan anggaran dalam kegiatan promosi?
9. Bagaimana proses atau tahapan yang dilakukan octopus dalam kegiatan interactive marketing?
10. Media sosial apa saja yang digunakan octopus dalam kegiatan komunikasi pemasaran?
11. Mengapa memilih media sosial tersebut dalam kegiatan komunikasi pemasaran octopus?
12. Apa saja kegiatan perencanaan yang dilakukan?
13. Apa saja aktivitas yang dilakukan dalam menyiapkan materi atau konten interactive marketing?
14. Kapan materi disiapkan?

15. Bagaimana pengukuran efektivitas kegiatan interactive marketing yang dilakukan?
16. Apakah kegiatan ini berjalan dengan sukses? Jelaskan
17. Bagaimana proses evaluasi yang dilakukan dalam kegiatan promosi melalui sosial media?

Wawancara dengan konsumen

1. Sudah berapa lama anda berlangganan dengan Octopus Studio Printing?
2. Darimana anda mengetahui Octopus Studio Printing?
3. Bagaimana menurut anda informasi yang disebarkan tentang pelayanan yang ditawarkan oleh Octopus Studio Printing di media sosial?
4. Apakah informasi yang diberikan sudah menjawab semua kebutuhan anda akan informasi yang dibutuhkan?
5. Bagaimana saran anda untuk kegiatan promosi yang dilakukan melalui media sosial oleh octopus studio printing kedepannya?

Interview Guide

Interviewer : I

Bapak Muhammad Wahyudi (Owner Octopus Studio Printing) : A

Bapak Angga Saputra (Ketua Divisi Digital Printing) : B

Konsumen : C

Informan I: Bapak Muhammad Wahyudi, selaku owner Octopus Studio Printing

I : Apa yang menjadi tujuan dalam kegiatan promosi yang dilakukan oleh Octopus t-shirt ?

A : Betul kalo ditanya tujuan kegiatan pemasaran kita adalah meningkatkan omzet, tapi menurut saya itu secara general dan untuk jangka panjang ya. sebelum mencapai tahapan tersebut saya harus dapat meyakinkan konsumen tentang jasa yang saya tawarkan melalui pesan visual, karena kan pakenya instagram, yang dibagikan bentuk foto atau gambar.

I : Mengapa Memilih tujuan tersebut menjadi tujuan yang hendak di capai ?

A : kalo alasan untuk membangun kepercayaan menjadi hal yang penting ya karena instagram itu ada di dunia maya, beda kalo kita bisnis face to face ketemuan langsung kita bisa presentasi kita bisa tunjukkan kalo ini kantor kita ini peralatan kita, sedangkan di instagram apalagi banyak juga kan penipuan yang terjadi di sosial media. menjadi tantangan untuk dapat membangun kepercayaan target konsumen

I : Siapa yang menjadi target audiens dalam kegiatan komunikasi pemasaran Octopus t-shirt ?

A : kalo target konsumen kita prefer ke B to B dan B to U. karena usaha kita ini sebenarnya produksi kaos ya, semacam vendor yang bisa bekerja sama dengan pemilik brand kaos-kaos atau sebagainya. jadi kalo target utama tentu kita cari para pemilik brand ini, apalagi sekarang bukan hanya kita banyak sekali brand-brand indi yang memanfaatkan instagram dalam kegiatan penjualan yang mereka lakukan

I : Mengapa memilih segmen tersebut menjadi target audiens dari Octopus t-shirt ?

A : ya karena b to b memang jadi target kita. basicly kita adalah produsen kaos dan sebagainya. Bukan penjual yang memiliki brand tertentu yang dijual langsung ke konsumen akhir. target kita di b to b itu beragam, seperti yang saya

bilang tadi ada komunitas, eo, organisasi-organisasi dan lain sebagainya.
karena mereka ini juga bakal kuintinui dalam pemesanan

I : Bagaimana metode penentuan target audiens tersebut ?

A : untuk komunitas kita punya konsumen yang sudah menjadi langganan dari komunitas sepak bola, bahkan klien besar kita ada liverpool official untuk asia dari singapura kita produksi itu. mereka jual merchant dan souvenir ini potensial sekali ya. terus kita kalo organisasi biasanya lebih ke organisasi yang terdapat dikampus. sedangkan untuk distro kita punya segmen beragam baik yang sudah besar maupun masih pemula. tapi fokus kita ke yang pemula karena mereka masih awam kita berani kasih tempo untuk pembayaran yang gak dilakukan sablon-sablon lainnya

I : Apa pesan yang hendak disampaikan Octopus t-shirt terhadap target audiens ? mengapa ?

A : kita udah netapin tujuan nya, segmen juga udah tentu yang menjadi tugas kita selanjutnya adalah pesan apa yang ingin disampaikan ya mba? untuk itu kita membuat pesan yang menunjukkan atau merepresentasikan perusahaan, apa yang kita tawarkan kepada konsumen sehingga konsumen tahu dan berminat untuk kerjasama sama kita. untuk bahasa kita sering menggunakan bahasa inggris dalam setiap postingan. Ini alasannya karena kecenderungan anak muda banyak menggunakan bahasa inggris yang dianggap keren ya dalam tanda

kutip. Lebih modern, lebih profesional. Jadi bahasa nya eksklusif kalo pake inggris

I : Bagaimana perancangan pesan yang ingin disebar Octopus t-shirt ?

A : secara praktis ya kita menggunakan bahasa yang simpel, informatif dan menawarkan apa yang menjadi kendala banyak orang. biasanya kalo usaha produksi seperti ini masalahnya yang pertama adalah waktu, karena gak jarang ada konsumen yang pengen cepet-cepet barang nya jadi, terus juga hasil sudah pasti ya. nah pesan kita harus bisa menggambarkan itu apa yang kita tawarkan yang menjadi kekuatan dalam kegiatan ini

I : Bagaimana metode penetapan anggaran dalam kegiatan promosi ?

A : dilihat dari kebutuhan juga sih mba, karena kita kan juga butuh jasa-jasa endors gitu jadi ya, disaat butuh jasa itu baru ditetapkan anggarannya biasa, klau buat promosi yang lain ya masih sekedar update di official akunnya Octopus

I : Bagaimana proses atau harapan yang dilakukan Octopus dalam kegiatan interactive marketing ?

A : Ya kalo jadwal kegiatan khusus gak ada ya, hanya saja itu menjadi peran dari kegiatan digital marketing untuk melakukan pengelolaan instagram secara daily

I : Media sosial apa saja yang digunakan Octopus dalam kegiatan komunikasi pemasaran ?

A : fokusnya lebih ke instagram sih mba, karena produk yang kami tawarkan ini berupa kaos, ya seperti vendor yang bisa bekerja sama dengan organisasi atau perusahaan lainnya, nah karena itu dipilih instagram yang bisa menampilkan produk kami dengan kualitas dan informasi yang lebih jelas dan juga homepage kita tampilkan informasi terkait usaha jasa yang kita tawarkan, nomer kontak agar konsumen dengan mudah menghubungi kita

I : Mengapa memilih media sosial tersebut dalam kegiatan komunikasi pemasaran ?

A : jadi kami juga menggunakan influencer yaa, karena kan sekarang itu lebih ngetrend selebgram daripada artis. Dan kerjasama sama mereka juga lebih enak dan flesible, jadi gk berbelit – belit kayak pake jasa artis. Kita tinggal kasih barang sama fee endorsenya, terus mereka wajib posting sesuai kesepakatan. Nah kalo gitu kan kita sama – sama untung

I : Apa saja perencanaan yang dilakukan ?

A : iyaa, kami juga ada namanya sistem jemput bola yaa, jadi dimana kami yang aktif duluan mempromosikan produk. Biasanya lewat dm itu loh mbak... jadi yaa kami dm – in satu – satu semuanya, kami tawarkan produknya, terus dikasih nomer kontak. Kalo kayak gitu biasanya buat lembaga, organisasi, atau

pemerintah mbak, jadi udah pasti ada kegiatan acara gitu. Tapi sayangnya itu gk terlalu sering, Cuma pas klo lagi niat aja

I : Apa saja aktifitas yang dilakukan dalam menyiapkan materi atau konten interactive marketing ?

A : konsep postingan kita harus dapat membangun kepercayaan konsumen atau target kita, untuk membangun trust dari konsumen itu menurut saya dari kualitas skill, peralatan dan hasil sablon kita. Jadi salah satu postingan yang kita buat ya menunjukkan apa yang kita punya secara materi fisik dan skill kita

I : Kapan materi disiapkan ?

A : kalau penyiapan materi sih, tidak ada penetapan sih mba. Disaat mau update ataupun kerja sama dengan pihak endors disaat itu lah penyiapan materi dilakukan, soalnya kan materi yang disiapin juga hasil dari produksi kami, otomatis baju yang sudah selesai bisa dijadikan materi buat update

I : Bagaimana pengukuran efektivitas kegiatan interactive marketing yang dilakukan ?

A : jelas dari banyaknya orderan yang masuk dong mba, klau setelah update dan endors orderan kita bertambah otomatis kegiatan marketing yang kami lakukan berhasil dong, bisa juga dilihat dari like dan komen dari followers ataupun ada yang bertanya melalui DM

I : Apakah kegiatan ini berjalan dengan sukses ?

A : sejauh ini ya ada kemajuan lah mba, dari orderan dan dari adanya kerjasama dari pihak konsumen

I : Bagaimana Proses evaluasi yang dilakukan dalam kegiatan promosi melalui media sosial ?

A : evaluasi pasti kita ada, biasa itu saat gaji kita langsung sharing ke teman-teman. Biasanya kita bahas pencapaiannya menurun atau naik, pencapaian disini dari jumlah like dan text konsumen kita, jumlah follower, juga dealing dari calon klien. Yang berhasil berapa dan yang gagal berapa kita lihat alasannya dari waktu atau harga

Informan II: Bapak Angga Saputra, selaku ketua divisi digital marketing

I : Apa yang menjadi tujuan dalam kegiatan promosi yang dilakukan oleh Octopus t-shirt ?

B : kalau ditanya tujuan pemasarannya ya jelas omzet dong mba hehe, tapi kita juga memikirkan jangka panjangnya, yaa,, sebelum ke omzet menumbuhkan kepercayaan konsumen dulu yang terpenting mba, karena kan usaha kita ini kan produksi kaos ya, otomatis dengan adanya kepercayaan dari konsumen terhadap kinerja kita otomatis dapat pelanggan baru secara berkala

I : Mengapa Memilih tujuan tersebut menjadi tujuan yang hendak di capai ?

B : Kenapa tujuannya membangun kepercayaan ya mba? itu karena kita kan gak bisa membatasi klien atau konsumen kita dari mana aja untuk asal daerahnya, dan cukup banyak selama saya mengelola sosial media octopus yang bertanya baik itu alamat, konsumen-konsumen kita dan lain sebagainya dimana kalo saya simpulkan pertanyaan tersebut cenderung curiga, khawatir ditipu gitu mba. soalnya kalo konsumen baru pertama kali pasti khawatir kan untuk bertransaksi apalagi kalo kita disini minta DP dulu. dari masalah ini kita harus dapat membangun hubungan dengan konsumen agar ada rasa percaya dalam membuat suatu kesepakatan

I : Siapa yang menjadi target audiens dalam kegiatan komunikasi pemasaran Octopus t-shirt ?

B : target kita pemilik brand mba, karena kan sekarang banyak brand-brand indi yang juga menawarkan produknya melalui media sosial juga, nah karena usaha kita produksi kaos, ya kita mencari brand-brand yang bisa berkerjasama dengan kita

I : Mengapa memilih segmen tersebut menjadi target audiens dari Octopus t-shirt ?

B : ya untuk membangun kerjasama dengan pemilik brand mba, ataupun dengan EO, organisasi, perusahaan dan yang lainnya. Karena mereka ini bakalan kontiniu dalam pemesanan, otomatis kerjasama tetap akan terus berjalan dong

I : Bagaimana metode penentuan target audiens tersebut ?

B : kalau misalnya berbicara tentang komunitas, yaa seperti klub-klub bola atau futsal yang bisa mesan seragamnya dengan kami, atau juga seperti organisasi-organisasi yang ada di setiap kampus, nah mereka pasti membutuhkan seragam organisasinya juga dong. Trus jga seperti organisasi parpol untuk mensukseskan kampanyenya dengan adanya seragam parpol yang biasanya disebar-sebar ke pendukung dari parpol tersebut

I : Apa pesan yang hendak disampaikan Octopus t-shirt terhadap target audiens ? mengapa ?

B : hmmpp....pesan ya?? pesan yang menunjukkan atau mepresentasikan perusahaan, apa yang kita tawarkan kepada konsumen sehingga konsumen tahu

dan berminat untuk kerjasama sama kita. Produk apa yang kita tawarkan mereka bisa tau dengan detail dan pada akhirnya bisa memutuskan konsumen mau berkerjasama dengan kita

I : Bagaimana perancangan pesan yang ingin disebarakan Octopus t-shirt ?

B : yang jelas menggunakan kata-kata yang simpel dan informatif, untuk menawarkan apa yang menjadi kendala banyak orang dalam masalah-masalah yang sering terjadi dari pihak produsen kaos itu sendiri, karena tidak banyak konsumen yang ingin pesannya cepat selesai dan hasilnya memuaskan, oleh karena itu apa yang kita tawarkan terhadap konsumen akan menjadi kekuatan dalam kegiatan ini

I : Bagaimana metode penetapan anggaran dalam kegiatan promosi ?

B : kalau anggaran untuk promosi mah sekedar aja mba, disaat membutuhkan jasa endors disaat itu pula menentukan anggarannya berapa, karena kita juga ga setiap hari menggunakan jasa endors

I : Bagaimana proses atau harapan yang dilakukan Octopus dalam kegiatan interactive marketing ?

B : kalau untuk kegiatan khusus tidak ada mba, ya paling itu kerjanya digital marketing dalam penggunaan media sosial buat melakukan promosi, kita jga tidak setiap hari harus update, takutnya nanti followers kita merasa terganggu

karena spam update terus menerus, yaa paling dalam seminggu Cuma 3-4 kali update mba

I : Media sosial apa saja yang digunakan Octopus dalam kegiatan komunikasi pemasaran ?

B : kita fokusnya ke instagram mba, karena lebih gampang buat diakses maupun membuat konten, dan juga di instagram banyak akun-akun bisnis yang bisa diajak kerjasama seperti endors td dan pemilik brand

I : Mengapa memilih media sosial tersebut dalam kegiatan komunikasi pemasaran ?

B : ya karena saat ini pengguna instagram yang paling banyak mba, otomatis pemakaian instagramnya jga paling banyak dong, selain penggunaan yang simpel kita jga dengan mudah melihat respon dari konsumen tentang produk yang kita tawarkan dengan melihat jumlah like dan komentar

I : Apa saja perencanaan yang dilakukan ?

B : kalau perencanaan produk jelas dalam bidang ini kami gencar melakukan promosi ke brand-brand indi untuk dapat berkerjasama, dan juga menawarkan produk melalui dm ataupun pesan-pesan singkat yang ada dimedia sosial

I : Apa saja aktifitas yang dilakukan dalam menyiapkan materi atau konten interactive marketing ?

B : kalo jadwal kegiatan ya biasanya sebelum-sebelumnya aja kita mau buat apa atau mau posting apa kegiatan tersebut ya kita lakukan dengan memanfaatkan materi-materi yang ada misalnya tim operasional atau produksi lagi ngerjain apa ya kita dokumentasi, kalo ngga kita bikin artikel yang informatif gitu sih mba. gak ada jadwal yang pasti

I : Kapan materi disiapkan ?

B : tidak ada jadwal pasti untuk penyiapan materi mba, memanfaatkan kegiatan aja, disaat lagi sablon baju ya kita foto atau disaat packing baju, ya seperti itu lah mba, disaat dibutuhkan saja baru diambil objek-objek yang akan dijadikan materi promosi

I : Bagaimana pengukuran efektivitas kegiatan interactive marketing yang dilakukan ?

B : dari data pemesanan yang bertambah, dengan adanya kerjasama yang baru dengan salah satu brand ataupun organisai, trus juga bisa dilihat juga dari like, koment serta dm dari setiap medsos mba

I : Apakah kegiatan ini berjalan dengan sukses ?

B : sejauh ini sudah mulai ada kemajuan lah mba, setelah materi update tidak bertele-tele dan penggunaan jasa endors jga sangat membantu dengan banyaknya yang melihat produk kami dan follower pun hampir tiap hari bertambah

I : Bagaimana Proses evaluasi yang dilakukan dalam kegiatan promosi melalui media sosial ?

B : evaluasi tetap ada dilakukan mba, dari semua aspek kita bakal evaluasi, dari mulai penyiapan bahan alat produksi, data kerja sama, media sosial, trus juga data pencapaian kita bagaimana omset naik atau turun. Data kerjasama yang berhasil dan data adanya kegagalan pemesanan.

Informan III: Bapak Rico, selaku konsumen Octopus Studio Printing

I : Sudah berapa lama anda berlangganan dengan Octopus Studio Printing?

C : wahh,, ga ingat ee saya mba, soalnya saya sudah lama tau tentang Octopus Studio Printing ini dan saya juga sudah beberapa kali memesan disini, dengan keperluan saya sendiri maupun membantu temen untuk mencari studio printing yang trusted

I : Darimana anda mengetahui Octopus Studio Printing?

C : saya search di instagram, kebetulan ada mau buat kaos komunitas untuk kegiatan traveling di kalimantan. kalo kendala ya karena kita gak ketemu langsung saya coba minta bukti-bukti kongkret kalo akun ini memang betul produsen kaos. saya coba video call biar real time waktu itu melihat tempat produksinya seperti apa. jadi gak bisa caplok atau nyalin video atau foto orang lain

I : Bagaimana menurut anda informasi yang disebarakan tentang pelayanan yang ditawarkan oleh Octopus Studio Printing di media sosial?

C : ya percaya sih percaya. tapi kan sebagai konsumen tetap harus hati-hati karena banyak banget penipuan melalui media online. Kelihatanya akun real tapi malah fake

I : Apakah informasi yang diberikan sudah menjawab semua kebutuhan anda akan informasi yang dibutuhkan?

C : sedikit banyaknya sudah sih mba, soalnya kan sya sudah beberapa kali mesan disini otomatis kinerja dan hasil disini sudah pasti memuaskan dong

I : Bagaimana saran anda untuk kegiatan promosi yang dilakukan melalui media sosial oleh octopus studio printing kedepannya?

C : cukup menarik, foto yang diupload juga keliatan real produk dan dengan materi yang dipaparkan juga sangat jelas, jadi bisa lebih menarik minta bagi yang melihat