

LAMPIRAN

Informan : Faris Hazim Aditama

Pekerjaan : Owner *Garagemarket*

Daftar Pertanyaan :

1. Kapan *Garagemarket* mulai aktif pada Instagram ?
2. Apa tujuan utama membuat Marketplace pada Instagram ?
3. Siapakah target audience yang dituju *Garagemarket* ?
4. Apa perbedaan atau keunikan *Garagemarket* dengan akun Marketplace lainnya ?
5. Bagaimana cara mem-branding *Garagemarket* ?
6. Strategi branding apa yang digunakan *Garagemarket* ?
7. Konsep apa yang ingin diangkat oleh *Garagemarket* ?
8. Apa keunggulan yang diberikan *Garagemarket* kepada konsumennya ?
9. Branding seperti apa yang ingin ditunjukkan *Garagemarket* pada target audiensnya ?
10. Bagaimana cara mempertahankan *Branding* yang dilakukan oleh *Garagemarket* ?
11. Bagaimana tahapan dalam melakukan strategi branding yang diterapkan agar mendapatkan *Brand image* yang diinginkan?

Informan : Trisna Risani Karya

**Status : Corporate Relation Manager INSPIRA Yogyakarta
(Pakar Branding)**

Daftar pertanyaan :

1. Seberapa pentingnya strategi branding dalam sebuah brand di era sekarang ?
2. Bagaimana cara membentuk *brandImage* pada bisnis bertaraf media sosial ?
3. Apa tahapan yang seharusnya dilakukan pada branding di internet/media sosial ?
4. Branding seperti apa yang tepat untuk Marketplace di instagram di era sekarang ?
5. Apa tanggapan anda ketika melihat akun Garagemarket dan *Image* apa yang didapatkan ?
6. Apa saran anda untuk branding yang ada pada Garagemarket ?

Informan : Yuli Kurniawan

Status : Konsumen Consignment *Garagemarke*)

Daftar Pertanyaan :

1. Apa alasan ingin me follow akun *Garagemarket* ?
2. Dari siapakah mengetahui akun *Garagemarket* ?
3. Sudah berapa lama mengikuti akun *Garagemarket* ?
4. Branding apa yang anda dapat dari akun *Garagemarket*?
5. Apa alasan Anda memilih *Garagemarket* sebagai tempat untuk menitipkan produk anda?
6. Apa perbedaan yang dirasakan ketika menitipkan barang di *Garagemarket* dengan *marketplace* lainnya ?
7. Bagaimana *Image* yang anda dapat dari *marketplaceGaragemarket*?
8. Bagaimana peningkatan penjualan setelah menitipkan barang untuk dipromosikan melalui *Garagemarket*

Informan : Dhany Alenka

Status : Konsumen Produk *Garagemarket*

Daftar Pertanyaan :

1. Apa yang buat kamu tertarik untuk membeli barang di *Garagemarket* ?
2. Bagaimana sistem pelayanan yang kamu dapetin di *Garagemarket* ?
3. Image apa yang kamu dapetin ketika melihat Marketplace *Garagemarket* ?
4. Apakah kamu selalu mendapatkan pilihan yang tepat pada *Garagemarket* ?
5. Apa alasan ingin me follow akun *Garagemarket* ?

NAMA	TRANSKIP DOKUMEN	KODE	PEMADATAN FAKTA	INTERPRETASI
Faris Hazim Aditama	Garagemarket aktif mulai september 2014 dimulai dengan menjual koleksi barangku sendiri di Instagram kemudian melebar ke temen-temen yang mau nitip jual, singkat cerita <i>followers</i> tambah banyak lalu orang lain pada nitip ke Garagemarket. Pada waktu itu masih sedikit atau bahkan tidak ada kompetitor yang sistemnya nitip jual di <i>Instagram</i> , rata-rata masih di <i>Facebook</i> , <i>Kaskus</i> .	1	<ul style="list-style-type: none"> - Aktif pada bulan september 2014 yang dimulai dengan menjual barang milik sendiri. (1a) - Pada tahun 2014 akhir belum banyak pesaing yang berada di <i>Instagram</i>. (1b) 	Pada tahun 2014 masih sedikit orang yang menggunakan media <i>Instagram</i> untuk berjualan atau berbisnis. Oleh karena itu Garagemarket bisa dikatakan merupakan salah satu <i>pioneermarket place</i> di <i>Instagram</i> yang diawali dengan menjual koleksi barang pribadi milik <i>owner</i> Garagemarket.

<p>Faris Hazim Aditama</p>	<p>Tujuan aku membuat Market Place di <i>Instagram</i> karena pada saat itu belum ada Market Place yang bermain di media <i>Instagram</i>. Aku pengen Garagemarket menjadi yang pertama dan membuka pasar baru di <i>Instagram</i> karena pada saat itu tahun masyarakat taunya kalau Market Place itu cuman di <i>website</i> dan aplikasi saja.</p>	<p>1</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Garagemarket ingin menjadi Marketplace pertama yang menggunakan <i>Instagram</i> sebagai medianya. (1c) 	<p>Garagemarket bertujuan untuk menjadi Market Place pertama di <i>Instagram</i> karena pada tahun 2014 belum ada Market Place yang bermain di <i>Instagram</i>.</p>
<p>Faris Hazim Aditama</p>	<p>aku memposisikan diri sebagai target <i>audiencenya</i> karena target <i>audience</i> yang aku tuju itu masyarakat yang menyukai fashion khususnya <i>street wear</i> dimana aku juga suka sama fashion <i>street wear</i>. Aku juga tidak menutup kemungkinan bakalan ngembangin genre fashion lain untuk menyesuaikan dengan kebutuhan pasar, contohnya kayak <i>classy, formal, luxury, casual</i>. Aku enggak mau punya batasan umur untuk target <i>audience</i> Garagemarket karena siapa pun yang suka</p>	<p>1</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Garagemarket memposisikan kesukaan dan <i>passion owner</i> nya sebagai karakteristik dalam menentukan target <i>audience</i>. (1d) - Garagemarket tidak mempunyai batasan umur dalam menentukan target <i>audience</i> nya melainkan secara umum target <i>audience</i> adalah orang yang suka <i>fashion</i>. (1e) 	<p>Garagemarket memilih target <i>audience</i> yang <i>general</i>. Dimana dalam pemilihan target <i>audience</i> yang tidak dibatasi oleh umur.</p>

	<i>fashion</i> itulah target audiencenya.			
Faris Hazim Aditama	Keunikan yang aku punya itu lebih ke konten sih, aku punya <i>tone</i> yang enak di feeds instagram terus aku lebih menekankan foto produk di dalam syarat titip jualnya, kenapa foto produk soalnya biar galeri di feeds instagramk Garagemarket tetap rapi. Keunikan yang lainnya itu proses pencairan uang ke penitip cepet atau <i>fast respon</i> .	1	<ul style="list-style-type: none"> - Garagemarket memiliki keunikan pada konten dimana Garagemarket miliki cirikhas tone foto yang berbeda dan rapi dilihat. (1f) - Keunikan yang lainnya terdapat pada pelayanan dimana proses pencairan setelah barang terjual di Garagemarket tergolong cepat. (1g) 	Garagemarket mempunyai 2 keunikan diantara lain : Pertama, Garagemarket memiliki <i>tone</i> yang digunakan untuk foto produk agar terlihat rapi di <i>post instagram</i> . Kedua, Garagemarket mengutamakan pencairan uang yang cepat kepada penitip barang.

<p>Faris Hazim Aditama</p>	<p>Aku mau nge-branding Garagemarket itu adalah consignment yang gak ribet, pelayanannya cepet, foto produk bisa dikemas rapi. Jadi cara ngebrandingku itu pertama dimaksimalkan dipelayanan dimana orang-orang itu tau kalau titip di Garagemarket itu gampang dan gak ribet, maksudnya gak ribet itu dalam segi pencairan uangnya. Kedua, aku sangat mengemas rapi tampilan di <i>Instagram</i>, contohnya dari segi foto produk, <i>tone feeds</i> di <i>Instagram</i>. Kenapa aku benar – benar merhatiin tampilan, soalnya aku punya hoby fotografi dan <i>design</i>, jadi aku mau memaksimalkan dari segi tampilan juga biar menarik dan berbeda dibanding kompetitor lainnya.</p>	<p>1</p>	<p>- Cara membranding Garagemarket adalah dengan memaksimalkan pada pelayanan yang berbeda dengan kompetitor lain kemudian pada segi konten yang juga berbeda dengan yang lain. Kemudian pada segi foto produk Garagemarket juga menekankan dalam kerapian foto produk karena owner Garagemarket sendiri memiliki hobi fotografi. (1h)</p>	<p>Dalam proses branding, Owner Garagemarket mengutamakan tampilan feeds Instagram yang rapi dan menarik, selanjutnya Owner Garagemarket mengutamakan pada segi pelayanan dimana didalam Garagemarket terdapat sebuah pelayanan yang lebih unggul dibandingkan kompetitor.</p>
------------------------------------	---	----------	--	--

<p>Faris Hazim Aditama</p>	<p>Aku pakai semua fitur yang ada di Instagram salah satunya fitur Instagram bisnis yang aku pakai tahun 2015, tapi aku tetap fokus sama fitur <i>instastory</i> dan fitur <i>post instagram</i>. Dimana dalam <i>instastory</i> untuk menginformasikan tutup atau bukanya toko, mendadak <i>sale</i>, info barang baru selalu aku taruh di <i>instastory</i>. Kalau di <i>feeds</i> aku lebih fokus ke produk soalnya kalau informasi di taruh di <i>feeds instagram</i> bisa ngerusak kerapian <i>feeds</i>.</p>	<p>1</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Garagemarket menggunakan semua fitur Instagram namun lebih menggunakan fitur <i>Instastory</i> dan <i>feeds Instagram</i>. (1i) - Dalam <i>Instastory</i> Garagemarket membagikan informasi dan dalam <i>feeds instagram</i> Garagemarket fokus dalam tampilan foto produk. (1j) 	<p>Garagemarket mengemas foto produk dan memaksimalkan fitur <i>instastory</i> maupun <i>feeds instagram</i> untuk mempromosikan produknya.</p>
<p>Faris Hazim Aditama</p>	<p>Konsepnya Garagemarket itu adalah <i>consigment</i> yang berbasis media sosial <i>instagram</i> tanpa menggunakan aplikasi atau website. Aku mau coba ngebuktiin bawah <i>market place</i> yang menggunakan <i>instagram</i> itu mampu bersaing dengan <i>marketplce</i> yang menggunakan website atau aplikasi.</p>	<p>1</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Garagemarket mempunyai konsep, <i>consigment</i> atau <i>marketplace</i> yang berbasis di <i>Instagram</i>. (1k) - Garagemarket ingin membuktikan dan mampu bersaing dengan <i>market place</i> lainnya di <i>platform</i> yang berbeda. (1l) 	<p>Garagemarket adalah <i>consigment</i> yang berbasis di <i>Instagram</i>, dimana Garagemarket mampu bersaing dengan <i>market place</i> di <i>platform</i> yang berbeda.</p>

<p>Faris Hazim Aditama</p>	<p>Sebelumnya aku itu nentuin pasar aku sendiri dan juga aku tidak punya <i>role model</i> atau inspirasi jadi aku lebih melihat apa yang enggak ada di kompetitor lain sehingga aku bisa menawarkan sebuah perbedaan yang mungkin bisa disebut sebuah keunggulan yang enggak ditawarkan kompetitor lainnya.</p>		<p>- Dalam menentukan strategi branding yang digunakan Garagemarket menggunakan strategi The Point Of Different dimana Garagemarket tidak memiliki role model dalam membangun strategi brandingnya. (1m)</p>	<p>Garagemarket menggunakan strategi The Point Of Different yang tidak memiliki role model branding.</p>
<p>Faris Hazim Aditama</p>	<p>Keunggulan Garagemarket yang mau aku tonjolin itu adalah barang yang dijual di Garagemarket adalah barang branded dimana aku mau barang yang aku jual itu harganya terjangkau dan pasti jaminan original. Kalau gak ori barang bakal di <i>refund</i>. Kemudian untuk fee titip jual, Garagemarket tetap menggunakan fee 50.000 disemua barang yang ingin di titip jualkan.</p>	<p>1</p>	<p>- Keunggulan yang diberikan Garagemarket untuk konsumennya yaitu menjamin barang yang dijual original, dan memberikan <i>fee</i> murah kepada penitip yang ingin menitipkan barangnya di Garagemarket. (1n)</p>	<p>Garagemarket mempunyai keunggulan fee murah dan dapat menjamin semua produk yang dijual original.</p>

<p>Faris Hazim Aditama</p>	<p>Kalau ngomongin cara mempertahankan <i>branding</i> itu jelas aku akan lebih ke konsisten. Jadi konsistenku itu lebih ke selalu upload foto produk dengan memakai <i>tone</i> yang sekarang aku lakukan. Jadi gak boleh asal upload foto produk yang gak sesuai sama <i>tone-ku</i> makanya aku tekanin ke orang yang mau nitip barang di Garagemarket tentang syarat foto produk yang benar dan tetap sesuai karakteristik <i>tone</i> yang dimiliki sama Garagemarket. Tujuannya biar orang – orang itu tau kalau ciri khas tampilan Garagemarket itu seperti ini.</p>	<p>1</p>	<p>- Garagemarket memilih konsisten untuk <i>upload</i> foto produknya sesuai karakteristik <i>tone minimalist</i> Garagemarket. Yang bertujuan agar orang tau cirikhas tampilan Garagemarket. (1o)</p>	<p>Dalam mempertahankan branding, Garagemarket memilih untuk konsisten pada <i>toneminimalist</i>.</p>
------------------------------------	---	----------	---	--

Faris Hazim Aditama	Yang pertama ya harus punya konsepnya, konsep apa yang harus dibuat agar target pasarnya bisa tepat sasaran, terus harus punya perbedaan antara marketplaceku sama marketplace yang lainnya, kemudian menawarkan keunggulan sebuah Marketplace, dan yang paling penting adalah konsistensi harus selalu dijaga	1	- Konsep consignment yang dibuat harus disesuaikan dengan target pasar kemudian mempunyai keunggulan dalam sebuah produk yang ditawarkan dan konsisten dalam menjalankan <i>branding</i> . (1p)	Garagemarket dalam melakukan strategi brandingnya untuk mendapatkan <i>Brand image</i> adalah harus mempunyai konsep yang jelas, mempunyai keunggulan yang ditawarkan dan konsisten dalam menjalankannya.
Yuli Kurniawan	Alasanya karena produk yang dijual di Garagemarket lebih menarik dan dari segi penataan feeds Instagram juga lebih rapi dan berbeda dari akun Marketplace yang lainnya. Dan juga akun Garagemarket memiliki standar foto produk yang sesuai dengan kriteria yang diinginkan Garagemarket. Kemudian dengan konten edukasi yang diberikan Garagemarket juga mempengaruhi alasan kenapa tertarik follow akun	2	- Berawal dari melihat feeds yang rapi, dan beberapa konten yang mengedukasi menarik wawan selaku konsumen consignment untuk mem-follow Garagemarket. (1q)	Alasan follow Garagemarket karena feeds yang rapi dan konten yang mengedukasi.

	Garagemarket.			
Yuli Kurniawan	Kalau gak salah dulu saya mencari sepatu vans di Instagram kemudian ketemu akun Garagemarket lalu saya lihat kok menarik fotonya, kemudian saya follow. Sekitar 2 tahun yang lalu dari tahun 2017.	2	- Wawan mengetahui Garagemarket berawal dari keinginan mencari sepatu vans dan wawan menilai Garagemarket mempunyai nilai lebih dalam segi foto yang menarik. (1r)	Dari tampilan foto yang menarik dan banyak pilihan produk yang ditawarkan Garagemarket membuat orang untuk follow Garagemarket.
Yuli Kurniawan	Sebuah akun Marketplace yang tidak hanya berjualan namun memberikan sebuah edukasi, diantaranya tentang legit cek atau cara membedakan barang palsu atau asli, lalu edukasi tentang dakwah agama islam.	2	- Wawan menilai branding yang diterapkan Garagemarket berupa edukasi mengenai cek legit, serta memasukan konten edukasi tentang dakwah agama islam. (1s)	Branding Garagemarket dimata konsumen yaitu memiliki keunikan dalam penyampaian konten edukasi baik cek legit atau konten dakwah islam.
Yuli Kurniawan	Karena Garagemarket sering memberikan data engagement yang besar di instastory maka aku tertarik untuk menitipkan produkku disini	2	- Alasan Wawan yakin mnitipkan produknya karena mengetahui engagement Garagemarket yang diupdate di instastory. (1t)	Seringnya Garagemarket membagikan engagement di instastory dapat menyakinkan konsumen untuk menitipkan produknya disini.

Yuli Kurniawan	Jujur titip barang disini cepet lakunya, terbukti kalau jumlah followers yang banyak itu ternyata ngaruh juga di penjualan. Dan fee titip jualnya tergolong sangat murah sama pencairan uang ketika barang lakunya juga cepet.	2	- Wawan merasa titip di Garagemarket cepet lakunya dan pencairan uang yang cepet juga membedakan antara Garagemarket dengan market place di Instagram lainnya. (1u)	Apa yang dirasakan konsumen consigment sesuai apa yang dipaparkan oleh Garagemarket yang mengutamakan fee murah dan pencairan yang cepat.
Yuli Kurniawan	Mungkin bisa dibilang Marketplace jualan berkah. Karena ya itu tadi selain punya tampilan yang rapi, Garagemarket sering <i>post</i> konten dakwah.	2	- Image yang didapatkan oleh Wawan adalah Marketplace jualan berkah. (1v)	Konsumen consigment melihat Image Garagemarket yaitu Marketplace berkah karena sering <i>post</i> konten tentang dakwah.
Trisna Risani Karya	Penting banget bahkan bisa dikatakan sangat penting, karena jaman sekarang orang – orang udah pada pinter. Orang jaman sekarang kalau membeli produk itu sering kali ngelihat cara brandingnya. Soalnya branding itu menambakan value dalam sebuah produk. Brand dan Brandig itu jelas beda, jadi kalau brand itu kan sebatas produk atau servicenya, banyak orang bilang logonya, nah branding itu adalah aktivitas	3	- Branding sangat penting di jaman sekarang karena orang – orang sekarang sudah pintar untuk memilih sebuah produk, terkadang orang-orang jaman sekarang ketika membeli produk dengan cara melihat brandingnya. (1w) - Branding sangat penting karena dapat menambahkan sebuah value dalam suatu produk. (1w)	Sangatlah penting menggunakan branding dieran sekarang karena orang – orang yang semakin pitar memilih dan branding juga dapat menambahkan value dalam suatu produk.

	<p>atau mengaktifkan brand tersebut. Karena kalau orang dihadapkan dengan sebuah pilihan dia bingung mau milih yang mana, nah branding itu membantu sekali untuk mengarahkan untuk membedakan sebuah brand A dengan brand lainnya. Jadi intinya branding itu sangat penting yang bertujuan untuk menambahkan value pada sebuah produk.</p>			
<p>Trisna Risani Karya</p>	<p>pertama kita ngomongin dulu nih hold to build image, ketika kita ngomongin tentang <i>brand image</i> berarti ada sebuah citra yang harus digambarkan nih didalam brand itu, nah citra itu terbentuk dari artikulasi yang terus menerus sama dari si brand itu, anggaplah sebuah brand mau ngebentuk citra yang premium, nah dari situ brand itu harus terus menerus memberi tahu bahwa brandnya itu premium ke orang-orang. Jadi <i>brand image</i> muncul karena semua element dari brand itu sudah menunjukkan image yang mau dibangun. Seperti yang</p>	3	<ul style="list-style-type: none"> - Hal yang dilakukan dalam membangun <i>brand image</i> pada suatu produk yang menggunakan media sosial untuk berbisnis adalah menempatkan semua elemen branding seperti tagline, official colour, official font, harus konsisten, sustain, dan terintegritas agar image yang ingin dibangun dapat tersampaikan kepada target audience. (1x) 	<p>Untuk membangun sebuah <i>brand image</i> pada media sosial dibutuhkan konsisten, sustain, dan yang terakhir harus menyeluruh atau terintegritas agar image yang akan dibentuk dapat tersampaikan pada target audience.</p>

	<p>aku bilang tadi, ketika brand itu ingin imagenya premium maka semuanya juga harus sampe premium jangan hanya dipermukaan aja dalam arti sampai ke tangan customer pun juga harus premium, agar pesan yang disampaikan itu benar benar sampai ke target yang dituju. Karena hold to build it adalah semua element harus dilakukan dengan benar, karena element branding itu kan banyak banget mulai dari nama, taglinenya, official colournya, font officialnya dan semua harus konsisten. Jadi intinya kalau mau ngebentuk <i>brand image</i> pada sebuah platform media sosial itu harus konsisten, sustain, yang terakhir harus menyeluruh atau ter integritas agar image yang akan dibentuk itu bakal tersimpan pada target audience kalau si brand A ini itu ciri khasnya kayak gini.</p>			
Trisna Risani Karya	<p>tahapannya itu biasanya aku pakai research, jadi aku harus tau kira-kira segmentku yang dimedia sosial itu</p>	3	<p>- Tahapan branding pada media sosia atau internet dengan menggunakan pendekatan research</p>	<p>Tahapan yang harus dilakukan untuk branding pada pada internet/media</p>

<p>seperti apa, contohnya kayak demografis, umur berapa, psikografisnya. Intinya aku akan berhadapan sama orang yang seperti apa. Jadi semakin aku ngenal target audience dan udah tau need and wantsnya yang ada di platform media sosial ini semakin bisa aku create konten. Jadi tahap pertamanya itu aku research dulu dan tau need and wantsnya, terus menentukan campaign apa yang harus dibuat sesuai kebutuhan mereka, setelah itu eksekusi mau campaign seperti apa dan harus tetap sesuai sama kebutuhan mereka juga agar pesan yang akan disampaikan tetap pada benang merah. Ngebrandingnya itu tetap dengan gaya kita tapi memakai pendekatan dari apa yang target kita butuhin. Setelah itu dilakuin jangan lupa evaluasi karena itu sangat penting untuk tau apa yang sudah kita lakukan. Jadi pertama research dan planning, implementasi dan communicating didalam</p>	<p>ke target audiencenya agar mendapatkn need and wantnya sehingga dapat membuat konten dan campaign yang tepat. (1y)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ngebrandingnya itu tetap dengan gaya kita tapi memakai pendekatan dari apa yang target kita butuhin itulah mengapa dibutuhkan research. (1z) 	<p>sosial adalah, research dan planning, implementasi dan communicating didalam communicating juga biasanya dapat menggunakan influencer, bisa juga menggunakan facebookads untuk memperluas jangkauan, dan yang terakhir evaluasi.</p>
---	--	---

	communicating juga biasanya aku pakai influencer, facebookads buat boosting brandnya dapat meluas tapi itu tergantung kebutuhan juga, dan yang terakhir evaluasi.			
Trisna Risani Karya	kalau yang aku lihat dan aku amatin di era sekarang itu lebih memakai influencer, karena menurutku itu worth it sih karena influencer mempunyai followers yang aktif dimana pasar yang interaktif terdapat disitu. Pada segi display feeds intagram juga sangat berpengaruh untuk meningkatkan value yang terletak pada display yang ada di feeds instgram. Tapi semua itu tergantung kebutuhan si pemilik brand tersebut dan sesuai target juga. Karena Instagram berbasis foto dan video maka aesthetic pada tampilan feeds itu sangatlah diperlukan tapi kita harus bisa lihat dari sudut pandang orang yang melihat apakah benar orang lain suka dengan display yang dibuat. Jadi intinya mengikuti pasar tapi tetap pada benang	3	<ul style="list-style-type: none"> - Branding yang tepat di era sekarang dengan memakai influencer karena mempunyai pengikut yang aktif dan interaktif. Tapi tergantung kebutuhan si pemilik brand tersebut dan sesuai target juga. (1aa) - Aesthetic pada tampilan feeds itu sangatlah diperlukan tapi kita harus bisa lihat dari sudut pandang orang yang melihat apakah benar orang lain suka dengan display yang dibuat atau malah sebaliknya. (1ab) 	Branding yang tepat untuk market place di media sosial adalah dengan membuat tampilan semenarik mungkin, dan didukung dengan penyebarannya melewati influencer yang memiliki pengikut aktif interaktif. Dan juga harus pintar mengikuti pasar tapi tetap pada benang merah atau tetap dengan branding yang ingin dibuat diawal.

	merah atau tetap dengan branding yang ingi dibuat diawal.			
Trisna Risani Karya	karena di platfomr media sosial berarti pasarnya maya, jadi kita masih menerka-nerka sebenarnya target audience kita itu sukanya apa sih, feedbacknya delay. Kadang orang itu lihat foto sama video kita sebenarnya suka tapi enggak ngelike dan gak follow, itu dia kita berhadapan sama orang yang gak tau apa yang dirasakan sesungguhnya. Kadang juga ada sebuah brand yang udah ngatur displaynya bagus tapi engangementnya sedikit, dan juga kadang ada yang enggak ngatur displaynya istilahnya cuman asal jualan aja tapi engangementnya tinggi. Jadi membranding di media sosial itu gak bisa kekontrol banget dibandingin offline. Halangan yang lainnya adalah ekspestasinya customer itu kan beda-beda ya karena	3	- Kendalanya karena bermain di media sosial berarti kita berhadapan dengan pasar maya, dimana kita masih menerka-nerka target audience kita dan pada akhirnya feedbacknya delay. (1ac)	Kendalanya adalah kita berurusan dengan pasar maya dimana kita tidak bisa melihat ekspresi customer secara langsung. Customer memiliki ekspetasi yang berbeda beda sesuai apa yang mereka lihat, dalam artian customer hanya sebatas melihat foto dan video pada tampilan instagram kita. Oleh karena itu pelayanan yang dilakukan harus sesuai dengan ekspetasi.

	customer hanya melihat sebatas foto dan video yang ditawarkan di media sosial dan kadang ketika barang sudah sampai ke tangan customer jadi tidak sesuai harapan. Hal seperti ini yang harus diperhatikan sebuah brand dalam membuat display atau tampilan yang benar benar sesuai ekspektasi.			
Trisna Risani Karya	kupikir itu olshop karena rata rata yang ada difeedsnya itu sepatu, terus flat kayak kurang terkonsep entah dari tonenya, official fontnya belum terlihat, kalau dibilang rapi sih sudah lumayan tapi menurut sudut pandangku masih ada beberapa yang harus diperbaiki kayak semisal official font official colour, sama beberapa feeds yang tonenya berbeda.		<ul style="list-style-type: none"> - Kesan pertama yang dilihat adalah toko sepatu, tampilan yang datar dan kurang terkonsep. (1ad) - Beberapa yang harus diperbaiki adalah official font, official colour, dan konsistensi tone pada feeds instagram. (1ae) 	Tanggapan Mbak Ina ketika melihat Instagram Garagemarket adalah online shop yang berjualan sepatu dan kurang terkonsep, dimana official font dan colour tonenya belum mencerminkan cirikhas akun tersebut.
Trisna Risani Karya	sebenarnya konsepnya sudah keren dan mempunyai value barang bekas yang branded, karena yang namanya branding apalagi kita pakai sosial media tidak cukup display yang bagus aja tapi juga dengan konten		<ul style="list-style-type: none"> - Yang namanya branding tidak cukup sebatas display yang bagus saja melainkan konsistensi terhadap penampilan juga perlu ditekankan seperti font dan colour tone yang mempunyai identitas 	Garagemarket sudah memiliki konsep yang cukup bagus dengan value barang bekas yang branded, dan beberapa konten edukasi, dan dikemas dengan

	<p>edukasi walaupun sudah ada beberapa konten edukasi yang ditawarkan garagemarket, contohnya tentang lebih penting memilih barang ori tapi bekas dari pada baru tapi kw, selingin juga sama hiburan contohnya kayak cerita salah satu customer yang mendapatkan barang kw ditoko lain tapi dikemas dengan cara softselling, penataan feed yang lebih konsisten, terus lebih menonjolkan brand identity contohnya kayak official colour dan official font</p>		<p>sendiri dan juga menambahkan konten edukasi yang softselling perlu dilakukan. (1af)</p>	<p>penataan feeds yang cukup rapi. Namun ada beberapa yang perlu ditambahkan seperti official colour dan official font yang konsisten sehingga dapat memperkuat brand identity akun Garagemarket</p>
<p>Dhany Alenka</p>	<p>Karena barangnya cukup lengkap sama aku lihat barang yang dijual masih keren dan bagus yang sebenarnya udah bekas. Aku juga lihat tampilan fotonya dari garagemarket yang rapi sama minimalis jadi tuh kesannya kayak baru.</p>		<ul style="list-style-type: none"> - Barang yang dijual Garagemarket masih layak walaupun barang bekas (1ag) - Tampilan foto rapi dan minimalis seperti baru (1ah) 	<p>Garagemarket menjual barang bekas <i>branded</i> dengan tampilan <i>feeds</i> instagram minimalis dan rapi</p>

Dhany Alenka	Selama aku transaksi barang di Garagemarket aku pasti dapet yang sesuai di foto terus gak pakai nipu – nipu juga, kalau ada cacat produk biasanya juga udah ditunjukin di foto. Terus yang aku suka juga barangnya cepet sampai habis aku transfer. Admin juga ramah waktu nangepin aku tanya – tanya tentang produk.		<ul style="list-style-type: none"> - Barang yang diterima oleh pembeli Garagemarket sesuai dengan apa yang ditampilkan pada foto produk Garagemarket. (1ai) - Pengiriman barang cepat dengan pelayanan admin yang ramah terhadap <i>customer</i>. (1aj) 	Garagemarket memiliki pengiriman barang yang cepat, pelayanan admin yang ramah dan barang yang diterima oleh pembeli sesuai dengan foto produk.
Dhany Alenka	Mungkin ini sih ya kalau aku nangeknya lebih ke terkesan rapi aja sih foto di instagramnya, sama aku percaya karena adminnya suka ngepost <i>impression</i> dan <i>reach</i> dan itu banyak banget jumlahnya dan aku terkesan		<ul style="list-style-type: none"> - <i>impression</i> dan <i>reach</i> yang tinggi dan sering diupload pada instastory Garagemarket membuat orang yang melihatnya terkesan. (1ak) 	Garagemarket mempunyai <i>impression</i> dan <i>reach</i> yang tinggi
Dhany Alenka	Sebenarnya aku belanja di Garagemarket itu karena butuh dulu yang pertama, terus aku lihat rekomedasi dari temen – temen trus aku percaya karena followers sama likenya banyak, kalau masalah foto produk itu ya lebih		<ul style="list-style-type: none"> - Pembeli mendapatkan rekomendasi dari teman bahwa Garagemarket menjual barang bekas <i>branded</i> dan masih bagus. (1al) - Tampilan <i>feeds</i> yang rapi membuat pelanggan tidak 	Image yang diterima pembeli Garagemarket adalah marketplace dengan barang <i>branded</i> yang masih bagus dan juga tampilan <i>feeds</i> instagram

	<p>enak dilihat aja sih sama mungkin barang yang dijual lebih kelihatan rapi jadi jatuhnya gak bosen buat ngecroll atau lihat produk jualan lainya di Garagemarket.</p>		<p>bosan. (1an)</p>	<p>rapi.</p>
<p>Dhany Alenka</p>	<p>Aku dapet rekomendasi dari temen – temen terus aku lihat feedsnya enak. Terus aku juga lihat banyak barang branded yang masih bagus disini jadinya aku <i>follow</i> deh.</p>		<p>- Pembeli mengikuti Garagemarket karena mendapatkan rekomendasi dari orang lain. (1an)</p>	<p>Pemebeli mendapatkan rekomendasi dari orang lain untuk mengikuti Garagemarket.</p>

Kategori (1) : Market Place di Instagram	
Pada tahun 2014 masih sedikit orang yang menggunakan media <i>Instagram</i> untuk berjualan atau berbisnis. Oleh karena itu Garagemarket bisa dikatakan merupakan salah satu <i>pioneermarket place</i> di <i>Instagram</i> yang diawali dengan menjual koleksi barang pribadi milik <i>owner</i> Garagemarket.	Garagemarket merupakan pelopor market place di Instagram yang diawali dengan menjual koleksi barang pribadi milik owner Garagemarket.
Garagemarket mengemas foto produk dan memaksimalkan fitur instastory maupun feeds instagram untuk	Dalam mempromosikan produknya Garagemarket mengemas foto produknya dengan memaksimalkan

mempromosikan produknya.	fitur yang dimiliki Instagram,
Garagemarket adalah consignment yang berbasis di Instagram, dimana Garagemarket mampu bersaing dengan market place di platform yang berbeda.	Garagemarket mampu bersaing dengan marketplace di platform yang berbeda.

KATEGORISASI

Kategori (2) : Value yang ditawarkan	
<p>Garagemarket mempunyai 2 keunikan diantara lain :</p> <p>Pertama, Garagemarket memiliki <i>tone</i> yang digunakan untuk foto produk agar terlihat rapi di <i>post instagram</i>.</p> <p>Kedua, Garagemarket mengutamakan pencairan uang yang cepat kepada penitip barang.</p>	<p>Garagemarket mempunyai 2 keunikan yang ditawarkan yaitu, memiliki tone yang rapi dan mengutamakan pelayanan dengan pencairan uang yang cepat dan mudah kepada penitip barang.</p>
<p>Garagemarket mempunyai keunggulan fee murah dan dapat menjamin semua produk yang dijual original.</p>	<p>Garagemarket memiliki keunggulan fee murah dan menjamin semua produknya original.</p>
<p>Dari tampilan foto yang menarik dan banyak pilihan produk yang ditawarkan Garagemarket membuat orang untuk follow Garagemarket.</p>	<p>Tampilan feeds yang rapi dan banyak pilihan produk yang ditawarkan dan beberapa konten edukasi membuat orang untuk tertarik mengikuti Garagemarket di Instagram.</p>
<p>Garagemarket sudah memiliki konsep yang cukup bagus dengan value barang bekas yang branded, dan beberapa konten edukasi, dan dikemas dengan penataan feeds yang cukup rapi. Namun ada beberapa yang perlu ditambahkan seperti official colour dan official font yang konsisten sehingga dapat memperkuat brand identity akun Garagemarket</p>	<p>Garagemarket cukup memiliki konsep dan value yang bagus namun ada beberapa yang perlu ditambahkan seperti official colour dan official font yang konsisten sehingga dapat memperkuat brand identity akun Garagemarket.</p>

Kategori (3) : Strategi Branding Market Place di Instagram	
Dalam proses branding, Owner Garagemarket mengutamakan tampilan feeds Instagram yang rapi dan menarik, selanjutnya Owner Garagemarket mengutamakan pada segi pelayanan dimana didalam Garagemarket terdapat sebuah pelayanan yang lebih unggul dibandingkan kompetitor	Pada proses branding, Garagemarket mengutamakan tampilan atau display yang rapi dan menarik, dan segi pelayanan yang lebih unggul dibandingkan kompetitor lainnya.
Garagemarket menggunakan strategi The Point Of Different yang tidak memiliki role model branding	Dalam proses branding, Garagemarket tidak memiliki role model. Melainkan Owner Garagemarket memposisikan diri untuk menjadi target audiencenya.
Dalam mempertahankan branding, Garagemarket memilih untuk konsisten pada <i>toneminimalist</i> .	Garagemarket memilih konsisten pada tampilan tone yang minimalist untuk mempertahankan brandingnya.
Garagemarket dalam melakukan strategi brandingnya untuk mendapatkan <i>Brand image</i> adalah harus mempunyai konsep yang jelas, mempunyai keunggulan yang ditawarkan dan konsisten dalam menjalankannya	Garagemarket dalam melakukan strategi brandingnya untuk mendapatkan <i>brand image</i> adalah mempunyai konsep dan keunggulan yang ditawarkan dan konsisten.
Seringnya Garagemarket membagikan engagement di instastory dapat menyakinkan konsumen untuk menitipkan produknya disini.	Seringnya Garagemarket membagikan informasi engagement di instastory adalah bukti konsistensi Garagemarket dalam menjalankan brandingnya dimana dapat menyakinkan konsumen untuk menitipkan produknya di Instagram Garagemarket.
Tahapan yang harus dilakukan untuk branding pada internet/media sosial adalah, research dan planning, implementasi dan communicating didalam communicating juga biasanya dapat menggunakan influencer, bisa juga menggunakan facebookads untuk	Trisna sebagai pakar branding mengatakan bahwa tahapan dalam branding di media sosial adalah, research dan planning, implementasi dan communicating, advertising bisa menggunakan facebookads, dan evaluasi.

memperluas jangkauan, dan yang terakhir evaluasi.	
Branding yang tepat untuk market place di media sosial adalah dengan membuat tampilan semenarik mungkin, dan didukung dengan penyebarannya melewati influencer yang memiliki pengikut aktif interaktif. Dan juga harus pintar mengikuti pasar tapi tetap pada benang merah atau tetap dengan branding yang ingin dibuat diawal.	Menurut Trisna sebagai pakar branding, branding yang tepat untuk market place di Instagram adalah membuat tampilan semenarik mungkin dan mengikuti pasar namun tetap pada benang merah atau tetap dengan branding yang ingin dibentuk.

Kategori (4) : <i>Brand image</i>	
Garagemarket dalam melakukan strategi brandingnya untuk mendapatkan <i>Brand image</i> adalah harus mempunyai konsep yang jelas, mempunyai keunggulan yang ditawarkan dan konsisten dalam menjalankannya.	Untuk mendapatkan <i>brand image</i> yang diinginkan Garagemarket yaitu konsisten, mempunyai konsep yang jelas dan mempunyai keunggulan yang ditawarkan.
Konsumen consignent melihat Image Garagemarket yaitu Marketplace yang informatif dan minimalis karena beberapa konten edukasi dan penataan feeds yang menarik.	Image yang didapatkan oleh pengikut Garagemarket adalah informatif dan minimalis karena beberapa konten edukasi dan penataan feeds yang menarik.
Untuk membangun sebuah <i>brand image</i> pada media sosial dibutuhkan konsisten, sustain, dan yang terakhir harus menyeluruh atau ter integritas agar image yang akan dibentuk dapat tersampaikan pada target audience.	Dalam membangun sebuah <i>brand image</i> pada media sosia sangat diutamakan konsisten, sustain dan ter integritas agar image yang akan dibentuk dapat tersampaikan pada target audience yang dituju.

<p>Tanggapan Mbak Ina ketika melihat Instagram Garagemarket adalah online shop yang berjualan sepatu dan kurang terkonsep, dimana official font dan colour tonenya belum mencerminkan cirikhas akun tersebut.</p>	<p>Image yang didapatkan oleh Trisna selaku pakar branding menyebutkan bahwa Garagemarket masih terlihat seperti online shop sepatu dimana official tone, colour tone, dan penataan feeds instagram belum mencerminkan ciri khas akun market place di Instagram.</p>
<p>Garagemarket sudah memiliki konsep yang cukup bagus dengan value barang bekas yang branded, dan beberapa konten edukasi, dan dikemas dengan penataan feeds yang cukup rapi. Namun ada beberapa yang perlu ditambahkan seperti official colour dan official font yang konsisten sehingga dapat memperkuat brand identity akun Garagemarket</p>	<p>Dibalik penataan feeds yang rapi dan value yang ditawarkan, ternyata masih ada beberapa elemen yang harus diperhatikan oleh Garagemarket untuk meningkatkan <i>brand imagenya</i> yaitu official font dan colour tonenya belum mencerminkan cirikhas akun tersebut</p>

