

Lampiran 1 : Transkrip Wawancara

Transkrip Wawancara 1



Waktu Wawancara : 21 Desember 2024

Lokasi Wawancara : Coffe, Kota Surabaya

Profil Narasumber

Nama : Bapak Ervan

Umur : 42 thn

Jenis Kelamin : Laki-laki

Jabatan : Jenereal Manager

Hasil Wawancara

Penulis: Halo Pak, dengan siapa dan sebagai apa Bapak di perusahaan ini?

Informan: Oke salam kenal ya, saya Ervan, saya sebagai Jenderal Manager di perusahaan ini.

Penulis: Apakah Bapak salah satu pemegang media perusahaan ini, media Instagram?

Informan: Kalau megang langsung ini ya, saya cuman super visi dari mengontrol. Untuk yang megang langsung itu untuk konsepnya terus content planner nya itu ya kita ikut andil tapi untuk yang doing langsung itu ada staff sendiri.

Penulis: Menurut anda seperti apa sih media Instagram itu?

Informan: Media Instagram itu sangat bagus untuk menunjang branding ya. Jadi kalau suatu perusahaan kan itu kan pasti punya produk ya yang produk itu ujungujungnya kan kita harus ningkatin sales ya. Sales itu caranya apa? Caranya ningkatin sales gimana ya dengan salah satunya instrumen itu ada Instagram karena di Instagram kita bisa branding kita bisa kasih edukasi tentang produk kita terus di Instagram tuh kita bisa apa namanya nambah apa ya nambah follower untuk pelangganpelanggan kita terus kemudian menshare infoinfo tentang promopromo produk kita gitu oke baik edukasi

Penulis: Baik Pak untuk sejak kapan royalti mulai menggunakan Instagram untuk media komunikasi pemasaran ya?

Informan: Untuk penggunaan Instagram sendiri itu sudah sejak awal brand itu ada

ya dari brand ini sekitar 2019 kita udah menggunakan Instagram untuk media promosi terus media official kita gitu

Penulis: Menurut anda apa alasan utama memilih media Instagram sebagai mengenalkan produk royalti kepada audience?

Informan: Jadi kenapa pakai Instagram ya? Jadi Instagram ini cuma salah satu sih dari beberapa instrumen yang kita gunakan. Nah Instagram ini untuk kelebihanannya adalah kita bisa menjangkau lebih banyak market terus masak kita bisa menggunakan ads, beriklan di situ sebagai tampilan brand juga di Instagram itu, Instagram sendiri sebagai media informasi tentang brand kita

Penulis: Lalu jelaskan apa saja langkahlangkah awal anda dalam membuat rencana komunikasi pemasaran di Instagram?

Informan: Kalau untuk langkahlangkah pertama ya kita harus mengenali dulu segmentasinya kita ya pasti kita punya produk itu kan segmentasinya apa kita punya segmentasi nah segmentasinya kita itu untuk royalti ini kan ke gateri nya cewek yang usia mungkin sekitar 22,20 lah mulai 20 sampai ke 50. Tentunya kita juga sesuaikan tematemanya apa yang nyambung target marketnya kita target audiens nya kita. Jadi menentukan konsep untuk segentasnya kita kemudian pemilihan tema warna yang seragam tentunya untuk kerapian tampilan Instagram kemudian bahasa yang menarik yang sesuai dengan apa namanya audience terus juga kalimatkalimat yang mungkin copywriter yang bagus ya untuk apa orang supaya kita lakukan bisa lakukan soft selling dan hard selling di Instagram.

Penulis: Lalu menurut anda jenis konten apa sih yang paling efektif dalam menarik perhatian customer?

Informan: Konten yang paling efektif itu sebetulnya pasti yang banyak disukai orang pada umumnya yaitu promo ya. Nah kalau kita lagi konten promo itu kita rutin tiap bulannya di tanggal Kembar r itu kita bikin konten yang promo terus kemudian konten yang apa ya yang games yang yang ininya audience kita itu normal ya di Indonesia ini pasti suka yang diskondiskon ya yang gratisan seperti itu itu kontenkonten yang banyak diminati dan interaksinya banyak ya Selain itu juga ada edukasi ya terus apa namanya edukasi juga pengenalan brand ya. Nah itu terus kemudian tentang pembuatan produk maksudnya detail produk kita gitu Bahanbahannya seperti apa. Detail tentang produk ya. Itu juga kontenkonten yang kita apa kita share biasanya. Respononi itu sangat bagus juga ya untuk apa namanya untuk membangun sosial group untuk customer customer kita.

Penulis: Jelaskan menurut anda apa saja sih bentuk promosi yang sering dilakukan pada Instagram royalti dan apa dampak dalam promosi tersebut?

Informan: Promo seperti yang saya bilang tadi promo yang rutin itu ya itu di tiap tanggal kembar banyak promo yang kita lakukan di Instagram cuman yang paling apa ya paling Hero ya itu promo di tanggal kembar kalau di tanggal kembar itu kita bisa diskon up to 50% gitu Nah itu pasti banyak apa namanya narik penjualan ya pastinya banyak omset yang banyak closing ya banyak selling banyak apa ya banyak penjualan yang terjadi transaksi di promosi tanggal kembar tersebut.

Penulis: Tapi ada enggak promosi di luar tanggal kembar itu ya mungkin beli satu gratis apa gitu?

Informan: Selain promosi tanggal kembar kita juga ada PD sale ya dari PD sale promosi tajian tanggal tajian itu kita lakukan di tanggal 25 sampai tanggal 5 itu juga efektif terus pada waktu eventevent tertentu ya selain tanggal kembar itu kayak lebaran ya apa harihari besar ya Idul Fitri itu ada terus Natal kemudian tahun baru ya itu kita biasa bikin gimmick promo ya. promo seperti tebus murah ya beli satu gratis satu ya itu juga ada.

Penulis: Terus rencana awal untuk melakukan promosi di Instagram itu apa aja sih Pak?

Informan: Rencana awal? Iya. Rencana awal tentunya kita ini langkah ya langkah awal untuk bikin konten gitu. Langkah awal bikin konten tentunya kita sesuaikan dulu ya kontenkonten dengan tema terutama di pemilihan warna, konsep, terus vibes ambience ya dengan produk kita. Gak mungkin kan kalau kita produk warnanya itu kayak royalti kuning ya kuning putih gitu kan. Kita bikin yang merah gitu kan nggak mungkin ya nanti nggak warna gitu ya. Setema jadi temanya dulu konsepnya gimana kemudian pemilihan talent juga ya yang sesuai jadi kalau royalti itu kan ada produk pengencang payudara ya mungkin kita bikin talent itu cowok kan tentunya cewek yang punya kelebihan

Penulis: Di royalti ini apakah pernah menggunakan kampanye di Instagram?

Informan: Kalau kampanye tentu ini pasti rutin kita gunakan campaign jadi campaign itu kan sebenarnya kita sebuah kegiatan yang kita lakukan untuk mentransfer benefit dari produk kita ke audience atau customer kita. Nah itu campaign sudah pasti kita ngelakuin itu. Ya tujuannya supaya orang tahu produk kita ini apa manfaatnya, benefitnya kemudian kelebihan ya, kemudian testimoni ya. Maksudnya produk kita ini manfaatnya, koordatornya seperti apa.

Penulis: Lalu bagaimana merancang kampanye tersebut pada customer melalui Instagram?

Informan: Kalau bikin campaign sih sebenarnya dari produknya ya produknya dulu itu benefitnya apa kemudian kita sesuaikan ambience model ya, model itu yang mendukung visualisasi ya jadi lebih banyak untuk ke visualisasi karena orang beli produk itu konsepnya who want to be. Aku mau beli produk ini supaya ingin jadi seperti modelnya itu. Jadi yang kita sesuaikan dengan produknya kita. Kalau misalnya kita punya produk itu panjang payudara, kemudian kita punya produk itu bodycare ya. Nah itu kita juga sesuaikan modelnya. Yang sering dipakai sama produk Royalty itu kampanye apa, Jess? Kampanye tentang ini ya, quality produk kita ya, jadi produk kita itu kita bangun dengan bahan baku yang organik ya jadi bahan baku organik itu tidak kimia yang gimana Terus produk kita itu kita build quality dari memang bahanbahan zat aktif yang digunakan itu memang untuk benefit ya tentang produk itu sendiri gitu jadi lebih ke quality produk gitu.

Penulis: Apakah di Instagram royalti ini pernah mengadakan give away untuk menarik perhatian pelanggan?

Informan: Kalau give away pernah ya, meskipun enggak sering ya. Yang sering kan kita ajak promo rutin itu promo apa namanya tanggal kembar event ya tanggal kembar sama PD sale kemudian di apa namanya di apa di event event hari besar ya Nah cuma give away itu sebenarnya kita kita lebih banyakin konsepnya give away tapi ke influencer itu untuk apa kita kasih free untuk direview gitu seperti itu sih.

Penulis: Lalu apa sih biasanya langkahlangkah awal untuk melakukan give away ini?

Informan: Give away itu tentunya Kita sesuaikan dulu, kita matching kan dulu dengan eventnya. Jadi eventnya harus ada temanya ya. Biasanya sih kalau give away ini kita lakukan ketika market mulai lesu ya terutama untuk merangsang market supaya tumbuh kembali untuk supaya naik kembali itu biasanya kita bikin give away. Kemudian untuk lebih memperbanyak memperbesar engagement juga kita kasih giveaway ke influencer atau apa namanya beauty reviewer yang memang kita pilih gitu, jadi yang terpilih aja.

Penulis: Jelaskan pernah enggak melakukan program reward khusus apa aja yang dipromosikan melalui Instagram?

Informan: Kalau reward khusus kita belum pernah bikin ya, jujur belum pernah bikin mungkin nextnya kita akan bikin ya reward khusus ini karena kita juga lagi mau upgrade ya upgrade ke upgrade sistem juga ke sistem yang baru itu ada rewardreward nya juga jadi reward itu lebih ke ini ya lebih ke reseller ya kalau program reward kita itu jadi enggak ke customer tapi lebih ke reseller yang nanti menjual itu ada reward kayak Trip luar negeri ya terus handphone ya dan barang electrces lainnya dan bonus bonus cash money ya. Itu next sih kita udah udah apa namanya udah apa berencana untuk upgrade sistemnya kita tinggal untuk apa untuk realisasinya kita masih apa namanya masih kembangin dulu ya dengan developer aplikasinya itu karena kita pakai aplikasi.

Penulis: Tadi bapak mengatakan bahwa konten testimoni itu sangat efektif. Lalu menurut Bapak sendiri sejauh mana sih konten testimoni pelanggan di Instagram membantu memperkuat citra loyalty?

Informan: Kalau itu sesuai dengan kenapa kita pilih testimoni ya jadi testimoni itu sesuai dengan karakter orang Indonesia ya kalau belanja ya siapapun itu menurut kita sih kita pun kalau misalnya mau beli itu kan pasti lihat review dulu ya testimoninya dulu seperti apa gitu ya. Nah itu sebuah social proof yang memang wajib sebuah brand bangun gitu ya. Nah itu jadi testimoni testimoni itu sangat penting karena sesuai dengan apa ya market behaviour ya jadi perilaku konsumen ya di Indonesia ini seperti itu.

Penulis: Baik lalu bagaimana cara royalti menjaga hubungan jangka panjang dengan pelanggan melalui Instagram?

Infroman: Kalau menjaga hubungan dalam jangka panjang ya kita kita konsepkan itu apa ya kita lebih sering banyak ingin promo aja sih jadi untuk tetap pelanggan itu kan orang yang sudah repeat order ya ke kita ya udah cocok udah cocok dengan produknya lalu mereka repeat order yang untuk menjalin hubungan jangka panjang ya kita kasih promo ya kemudian mungkin beberapa ada usulan ya tentang kok bikin produk

baru ya atau mungkin bikin produk yang dulu laris Sorry dulu laris ada kemudian minta dibikinkan lagi ya ada produk seperti itu kita juga mau bikin lagi ya untuk produksi lagi lebih tepatnya karena yang dulu itu ada kendala di bahan baku ya karena kita impor Nah ini kita ada banyak permintaan juga untuk produk yang sempat stop produksi ya. Nah itu nanti nextnya kita bikin lagi.

Penulis: Jelas kan menurut anda evaluasi apa sih yang anda lakukan pada Instagram royalti ini?

Informan: Kalau evaluasi KPI nya kita kan pergi di traffic ya jadi evaluasi itu lebih ke traffic itu naik turunnya seperti apa gitu ya karena kan sebuah media sosial itu kan nilainya itu dari traffic ya engagement ratenya itu naik apa turun ya, terus apa namanya traffic follower itu naik apa turun seperti itu sih instrumennya seperti itu variabel sorry variabelnya itu sta

Penulis: Baik Trimakasih bapak atas penjelasnya

Informan: yaa sama-sama semoga semua penjelasan bermanfaat bagi mbak nya.

Lampiran 2 : Transkrip Wawancara

Transkrip Wawancara 2



Waktu Wawancara : 21 Desember 2024

Lokasi Wawancara : Kantor Royalty

Profil Narasumber

Nama : Bapak Zicki

Umur : 30 thn

Jenis Kelamin : Laki-laki

Jabatan : Creativ, IT

Penulis: halo dengan bapak siapa dan sebagai apa bapak di Perusahaan Royalty

Informan: iyaa halo dengan saya zicki saya sebagai operator atau admin sekaligus penanggung media sosial di Royalty

Penulis: Baik pak zicki, saya tadi sudah di jelaskan oleh Bapak Ervan mengenai latar belakang Instagram Royalty

Informan: oh iyaa

Penulis: Oke, tadi kan di Pak Ervan saya menanyakan mengenai latar belakang Instagram produk royalti. Sekarang saya ingin menanyakan tentang fiturfitur Instagram kepada bapak zicki, fitur apa aja yang dipakai sama

produk royalti dalam media Instagram?

Informan: Fitur itu mungkin yang lebih banyak kita pakai ya. Itu di reels, di Fizz, kemudian ads. Manfaatnya? Kalau untuk manfaatnya tentunya ini ya untuk mendongkrak sales ya karena sebuah program dasarnya ujungujungnya kan kita jualan. Jualan itu apa yang harus dilakukan? Tentunya .

Penulis: Lalu jelaskan apa yang menjadi alasan utama perusahaan ini menggunakan Reels?

Informan: Karena apa ya, makin kesini sih untuk banner sorry untuk apa namanya untuk tampilan visual yang dua dimensi itu sudah kurang menarik ya. Jadi orang lebih menarik itu melihat video ya. Video yang apalagi di dalamnya itu kontennya itu ada testimoni, before after, nah itu lebih menarik untuk audience gitu. Daripada poster ya poster 2 dimensi gitu.

Penulis: Apakah produk Royal ini juga aktif menggunakan instastory?

Informan: Kita aktif juga terutama untuk apa kita juga apa ya story dari influencer ya yang biasanya kan ada ya dari pelanggan dari influencer itu. Bein story kita upload kita reupload di story kita.

Penulis: Tapi menurut Anda Insta story itu juga mendukung branding di Instagram nggak sih dalam produk loyal?

Informan: Ini kalau menurut saya ya instastory itu kan di Instagram itu agak susah ini ya kasih link ya. Nah instastory itu itu yang bisa kasih link ya jadi ada kelebihan dan kekurangannya. Kekurangannya mungkin instastory itu cepat hilang ya tapi untuk kelebihannya dia bisa kasih link bisa kita apa tempelkan link disitu untuk ke langsung direct ke marketplace kita jadi ketika kita di promo di instastory itu kita bisa bikin kita bisa taruh linknya disitu untuk customer direct langsung ke promo yang kita share.

Penulis: Menurut anda nih seberapa penting narasi storytelling dalam konten Instagram untuk membangun emosional dengan pelanggan?

Informan: Kalau storytelling sangat penting ya karena itu kan kalau orang jualan ya orang sales itu kan harus ada storynya ya jadi ya storytelling itu sangat penting sih tapi tentunya kita juga berusaha menggunakan storytelling yang efektif biasanya storytelling yang efektif itu tentang kandungan produk kita ya keunggulan produk kita kemudian before afternya ya seperti apa itu. Kembali lagi ke instastory ya.

Penulis: Manfaat instastory itu pernah nggak produk royalti itu memanfaatkan instastory untuk mengadakan promosi khusus?

Informan: Belum pernah.

Penulis: Baik untuk terkait penjelasan yang sudah anda berikan di media Instagram sebagai komunikasi pemasaran produk loyalty Adakah dampak negatif dalam menggunakan media Instagram di perusahaan?

Informan: Dampak negatif itu sebetulnya apa ya, ya namanya media sosial ya kita kan nggak bisa kontrol ya semua orang yang kita nggak bisa kontrol orang yang atau personal yang berinteraksi dengan kita ya karena kita kan Open ya sistemnya akan Open di media sosialnya. Jadi mungkin sisi negatif itu ketika ada black campaign ya. Jadi black campaign mungkin dari customer yang setiap produk itu kan apa ya enggak enggak hasil yang bervariasi mungkin ada hasil yang kurang memuaskan Nah itu bisa jadi black campaign buat kita ya meskipun itu

sangatsangat minim ya minim di kita cuman itu menurut saya sih kayak apa ya ancaman ya trade ya trade yang mungkin bisa bisa mengganggu juga kelangsungan bisnisnya kita dan engagement kita gitu ke customer.

Penulis: Baik jadi tadi kan menjelaskan tentang dampak negatif nih lalu dampak positif untuk penggunaan Instagram di perusahaan ini ada enggak sih lebih gimana?

Informan: Oke kalau dampak positif tentu ya tentu untuknya tentu untuknya tentu untuk Instagram itu sendiri untuk mendongkrak sales ya. Nah mendongkrak sales itu dengan instrumen Instagram ini ya. Terus apa yang dilakukan di situ yaitu kayak konten kemudian apa namanya testimoni kemudian promopromo ya jadi Instagram itu alat yang instrumen yang sangat penting ya dalam berkomunikasi dalam kita berkomunikasi ke customercustomer kita.

Penulis: Baik Pak, terima kasih untuk kesempatannya bisa wawancara dengan Bapak.

Informan: Ya samasama sukses ya.