

## Lampiran 1 : Interview Guide

### **Interview Guide**

#### **Strategi Promosi**

1. Apakah Inteeshirt terlebih dulu melakukan perencanaan promosi?
2. Mengapa harus ada perencanaan promosi?
3. Siapa yang menjadi target audiens dalam kegiatan promosi Inteeshirt?
4. Mengapa memilih mereka sebagai target audiens?
5. Apakah ada anggaran khusus untuk kegiatan promosi Inteeshirt?
6. Apa pesan yang ingin disampaikan oleh Inteeshirt?
7. Apa tujuan komunikasi dalam kegiatan promosi yang dilakukan Inteeshirt?
8. Apa saja hambatan yang terjadi dalam kegiatan promosi yang dilakukan?
9. Bagaimana evaluasi yang dilakukan oleh Inteeshirt?

#### **Bauran Komunikasi Pemasaran**

1. Media apa saja yang digunakan oleh Inteeshirt dalam melakukan kegiatan promosi?
2. Apa alasan memilih media tersebut sebagai media promosi Inteeshirt?

## Lampiran 2 : Transkrip Wawancara

### Wawancara 1

Nama / Jabatan : Wahyu Anggono / Direktur aktif Inteeshirt

Tempat : Store Inteeshirt

Tanggal : 27 Mei 2016

---

#### 1. Apakah Inteeshirt terlebih dulu melakukan perencanaan promosi?

*Kalo perencanaan promosi kita ada, dan anggaran promosi kita juga ada, jadi pasti walaupun kita ini perusahaan kecil tetapi kita kelola dalam banyak hal itu juga aaa dengan baik ya. Jadi proses manajemen, proses perencanaan dalam banyak hal kita lakukan dari hari ke hari. Untuk rencana promosi kita lakukan dan programnya juga selalu jalan, itu memang ada promosi yang kita lakukan ada dua sisi jadi baik yang sifatnya online maupun offline. Jadi online karena memang karena sekarang ini adalah era digital dan memang kita nyiapin banyak hal persiapan sekian tahun yang lalu kurang lebih lima tahun yang lalu sampe hari ini kita punya website punya Facebook punya Instagram punya Twitter itu kita kelola dengan baik, dan untuk menuju kesana kita juga ada operator yang melaksanakan, kemudian di search engine kita rutin membayar ke Google, Google Singapur sebulan kita selalu bayar dalam jumlah yang cukup besar dan aaa liat waktu juga kita melakukan promosi via Facebook, ha'a Facebook ada jadi dari online kita punya semua media online kita ikut, jadi Instagram, Twitter, Facebook kita ada website kita*

*ada dan website itu agar mendukung orang untuk masuk.. kita aa bayar di Facebook ke search engine agar memudahkan orang yang tidak tau sama sekali begitu mau cari nama Inteeshirt pasti ada di top list. Selalu, setiap bulan kita selalu ikut eee cuma volumenya kita akan ganti-ganti jadi dari aaa komposisi full di Google kemudian di Facebook tidak ada sama sekali, kadang keperluan tertentu kita masuk lagi ke Facebook karena manfaatnya pasti beda. Kalo ke search engine orang pasti akan buka website ujung-ujungnya, kalo nanti ke Facebook orang nanti akan nge-like fanpage nya di Facebook yang notabene itu setiap hari kita deliver ke situ terus. Dan untuk media tadi kita ada satu orang khusus untuk mengelola media, jadi ada satu staf yang pekerjaannya khusus mengelola untuk upload dan merespon dari media yang kita punya itu satu orang khusus, didukung satu orang lagi photographer dan videographer yang selalu punya stok foto dan video yang setiap saat bisa dimanfaatkan. Itu, terus kemudian radio kita juga aaa pada musim-musim anak-anak sekolah saat mereka pesan kita juga iklan di radio, terus kemudian di event-event kita juga sering ikut.*

## **2. Mengapa harus ada perencanaan promosi?**

*Yah, karena pada dasarnya ini adalah produk yang sifatnya umum jadi pasarnya besar, persaingan juga ketat, produsen juga banyak. Jadi promosi adalah salah satu cara mengingatkan meeenyadarkan atau memberi tau konsumen posisi Inteeshirt hari ini ada dimana.*

**3. Siapa yang menjadi target audiens dalam kegiatan promosi Inteeshirt?**

*Target audiens pasti segmen pasar yang kami layani ya, jadi saat ini memang aaa pasarnya Inteeshirt itu bisa dikatakan secara garis besar ada dua yang satu adalah anak sekolah dan pemuda terus kemudian yang berikutnya yang kedua adalah instansi, jadi instansi itu baik instansi pemerintah maupun swasta yang ada di Jogja.*

**4. Mengapa memilih mereka sebagai target audiens?**

*Itu karena memang berdasarkan dari data pelanggan yang kami miliki. Jadikan seperti tadi sudah saya sampaikan bahwa Inteeshirt ini organisasinya adalah organisasi yang dikelola dengan baik, jadi dari hari ke hari jumlah produksi, nilai omset, tipe pelanggan yang ada di tempat kami itu terpantau dengan baik dan tersimpan di dalam database yang setiap saat bisa dibuka, bisa dilihat, bisa dievaluasi pergeseran maupun pertumbuhannya.*

**5. Apa pesan yang ingin disampaikan Inteeshirt?**

*Jadi lebih ke satu bahwa kami adalah eee perusahaan yang konsisten bergerak di bidang jasa produksi kaos yang sudah cukup lama bergerak di usaha ini dan terkelola dengan baik karena memang kalo anda liat di keseharian baik dari tata fisik maupun realitanya kami memang layak dibandingkan atau bisa dibandingkan dengan pesaing-pesaing yang lainnya.*

**6. Apa tujuan komunikasi dalam kegiatan promosi yang dilakukan Inteeshirt?**

*Kita memberitahukan bahwa aaa seperti tadi, perusahaan ini dikelola dengan baik jadi kita komunikasikan kepada pelanggan bahwa kami memiliki tim-tim yang handal dan memadai, kami memiliki peralatan yang sangat layak untuk bersaing, kemudian kami memiliki manajemen yang baik, kami memiliki value yang memang pantas untuk dijual kepada konsumen. Jadi intinya kalo kita dalam konsep marketing bagaimana kita mendeliver value kepada konsumen. Value itu terdiri dari beberapa atribut, satu produknya bagus atau tidak, kedua harganya mahal atau tidak, kemudian spesifikasinya sesuai dengan yang diinginkan atau tidak, jadi total evaluasi itu akan menjadi nilai. Jadi kalo harganya mahal, nilainya jelek ya mau gak mau kan menjadi daya saingnya juga rendah. Harganya murah pun tidak menjadi jaminan itu juga bisa memiliki pelanggan yang bagus ya.*

**7. Media apa saja yang digunakan oleh Inteeshirt dalam melakukan kegiatan promosi?**

*Kita adalah yang nomer satu adalah media aa elektronik, yang nomer satu adalah media sosial baik itu website yang kita milikin sendiri maupun yang lain turunannya, terus kemudian radio terus hal yang lain melalui kegiatan-kegiatan aa yang sifatnya seni, budaya, dan sosial ya.. terus kemudian di event-event kita juga sering ikut seperti acara diskomfest*

*terus kita masuk di acara VW, dan kegiatan-kegiatan lain yang sifatnya seni, budaya, dan sosial.*

**8. Apa alasan memilih radio dan media sosial tersebut sebagai alat dalam kegiatan promosi?**

*Ya karna memang perilaku, jadi kita lebih mengarahkan ke perilaku karna sekarang orang sudah malas membaca koran, malas membeli majalah, orang pasti akan sibuk dengan gadgetnya sendiri. Itu konsumsi waktunya paling besar dan akhirnya mau tidak mau itu yang harus kita kejar. Makanya seperti hari ini tadi saya bilang kami punya satu staf khusus untuk mengelola itu dan ada dua staf yang khusus untuk melayani tanya jawab lewat email, sms, WA.*

## Wawancara 2

Nama / Jabatan : Nurhadi Agus Sentosa / Bagian Keuangan Inteeshirt

Tempat : Store Inteeshirt

Tanggal : 27 Mei 2016

---

### 1. Apa pesan yang ingin disampaikan Inteeshirt?

*Mmm.. kalo dari pesan itu kita lebih ke untuk memperkenalkan ke orang banyak, kalau kita itu punya produk..yang kalau seumpama disandingkan sama produk yang lain yang kalau ngomongin mutu, bukan ngomongin harga ya coba bandingkan... karna kan ada di image konsumen itu ada yang ada harga ada rupa.. jadi kalau misalnya harganya lebih mahal, mutunya lebih bagus... persepsinya begitu.. tapi ditempat kami gak seperti itu.. karna owner-nya memang kami segini aja cukup kok.. terlalu takut untuk menaikkan harga.. karna kalo prinsip dagang itu jangan terlalu jauh sama market leader kan.. karna kalo terlalu jauh ya itu.. persepsi konsumen yang muncul.. ini memang beda sama sekali sama yang lain.. nah itu.. membangun itu.. disebar kemana-mana.. tapi yang target.. kalo gak pas ya.. gak anu.. tapi ya muncul.. bermunculan aa kadang yang dilakukan itu ada yang order jaket atau kaos polos sepotong dua potong ya boleh silahkan atau aa desain kita sendiri kalo desainnya orang kan gak boleh... itu terus nanti ada ketertarikan.. enak yo anu... jadi tau produk.. ya begitu... kalo dari taglinenya itu eee "make your own tshirt"... sebetulnya kalo dulu ya mungkin pemiliknya sendiri ya yang bikin.. itu real.. jadi*

*semua yang bisa bikin di luar bisa dibikin sendiri.. jadi kalau dari dulu itu desainnya bebas.. trus kita bisa juga bisa bantu.. intinya itu disini jadi tempat untuk bikin kaos dengan desain yang dimau.. ya begitu.*

**2. Berapa anggaran yang disiapkan Inteeshirt untuk kegiatan promosi?**

*Kalo itu nggak pasti... tergantung memilih... tergantung ya kita punya rencana tahun ini untuk apa kayak gitu.. kayak seumpama tahun 2017 ya, 2017 itu kayaknya gak ada promosi ya karna ada perbaikan alat.. kalo soal jumlah biayanya itu bisa puluhan juta.. kalo lima puluh, lebih lah.. tapi caranya bukannya ditentukan dulu di depan.. tapi persentase dari.. jadi ada angka-angka yang memang itu dipotong untuk biaya promosi.. jadi desain tertentu pesanan tertentu dengan detail tertentu itu dipotong jadi gak pasti makanya berapa.. itupun juga kalo anggaran yang kita terima besar itu belum dipake semua juga... ada yang dialokasikan ke yang lain.*

**3. Media apa saja yang digunakan Inteeshirt?**

*jadi ee kita juga memasang iklan di radio di musim-musim anak sekolah, kan biasanya mereka ada acara acara seperti pensi di sekolah sekolah dan biasanya butuh kaos... kalo di radio itu kita ada pasang di swaragama... totalnya ada 360 spot untuk 3 bulan..*



**4. Apakah Inteeshirt ada mengadakan event untuk promosi?**

*Mmm... kita ada jadi partner ya.. jadi kita ada nyediain duit.. nyediain kaos.. tapi kaosnya bayar.. trus kita juga ada booth tapi produksi kaosnya khusus yang gambar VW skalian sama pameran VW-nya.. anu.. merchandise resmi kaos itu dari kita.. begitu, terus waktu itu bayarnya belakangan.. jadi dibanding penyedia kaos yang lain kita bersaingnya di situ.. kalo yang lain ada yang di muka apa segala macem, kalo kita enggak.. trus kalo acara lainnya itu ada.. waktu itu kita juga masuk di acaranya anak ISI.. kan ada dosen yang dikenal.. sebetulnya kita mau jalin hubungan sama ISI karna memang yang punya desain.. kalo mereka, kalo mereka itu kita nganggepnya lebih menjiwai desain mereka daripada yang cuma sekedar bisa jadi kita support ke acara acara yang juga sifatnya kesenian seperti itu.*

**5. Bagaimana Inteeshirt mengevaluasi hasil dari promosi yang sudah dilakukan?**

*Kalo soal itu kita sederhana ya... jadi setiap tahunnya kita melihat bagaimana jumlah order yang diterima Inteeshirt, dari situ bisa kita lihat hasil dari promosi yang sudah dilakukan.*

**6. Apa saja hambatan yang terjadi dalam kegiatan promosi yang dilakukan?**

*Praktis tidak ada ya, karna kan memang disitu kan lebih ke pilihan maupun anggaran yang dimiliki ya, karna setiap kali media yang kita pilih pasti ada konsekuensinya yang berbeda.*