

LAMPIRAN

Lampiran I : Transkrip Interview

Interviewer : I
Chairu Reza (Koordinator divisi kreatif) : C
Yuda (konsumen) : Y

Informan I : Chairu Reza, Koordinator difisi kreatif, 10 Desember 2018

I : selamat malam mas Chairu

C: selamat malam

I : perkenalkan nama saya Maulana Danny Pratama, saya mahasiswa UMY angkatan 2012, Pada saat ini saya sedang mengerjakan skripsi mengenai strategi promosi Molay melalui media Social Instagram, saya disisni ingin mewawancarai mas Chairu sebagai narasumber saya

C: oh ya silahkan

I: lansung saja mas ya, apakah Molay menggunakan media social Instagram dalam melakukan promosi ?

C: Betul sekali seperti yang anda lihat, memang Molay menggunakan media Instagram menjadi media promosi, dan juga sebagai ujung tombak, walaupun juga ada beberapa media lain seperti Youtube atau Facebooknya Molay tapi tetap Instagram adalah social media yang menjadi ujung tombak kami.

I: mengapa Molay memilih media social Instagram dan apa tujuannya mas?

C: karena pada waktu itu sampai sekarang Instagram merupakan media yang mudah di jangkau dan banyak yang menggunakan, dan karena visual itu lebih mudah dicerna daripada kalimat. Jadi kami sangat *prefer* Instagram sebagai tempat untuk *branding* PT. Molay Satrya Indonesia. Tujuannya ya jelas untuk membantu penjualan kami, dan ya itu tadi juga sebagai sarana untuk membranding Molay.

I : bagaimana Molay membagi demografi pasar berdasarkan gender, usia, pendapatan, tempat dan berbagai hal yang berkaitan dengan hal tersebut mas?

C: untuk bagaimananya, jika mas menggunakan Instagram bisnis atau facebook bisnis disitu akan tersedia fitur-fitur yang akan mempermudah untuk membagi itu semua, jadi bias di lihat dari fitur Instagram tersebut lalu kami *godog* bersama-sama, kemudian kami buat ramuan tersendiri bagaimana untuk membedakan konten ini untuk demografi yang ini, atau ini untuk pria, lalu ini untuk wanita dan lain sebagainya.

I: berdasarkan pengalaman yang dimiliki perusahaan, siapa saja sih yang menjadi pasar Molay dalam memasarkan produknya?

C: untuk siapa saja yang menjadi pasar molay itu tentu saja adalah penggemar tactical atau militer ya tactical *minded*, ya karena molay itu berdiri dan dibangun untuk memproduksi barang-barang *apparel* militer, dan untuk memperluas pasar kami juga menjangkau ke pasar *outdoor* ya. Karena militer dan *outdoor* itu tidak terlalu jauh berbeda atau sama-sama menggunakan *durability* dan *protection* jadi kami memilih untuk membesarkan Molay di pasar militer dan *outdoor*.

I: apa tahapan-tahapan yang dilakukan dalam mempromosikan Molay dalam media social Instagram ?

C: untuk tahapan ya jelas *Brainstorming*, kita mencari masalah dan kita membuat sebuah *buyer persona* contoh *audience* yang akan kita berikan edukasi, contohnya

seperti mas Danny memiliki masalah, *problem* dari itu yang harus kita selesaikan. Nah kemudian terbentuk dari mas Danny ini masalah lalu kita harus membuat Molay itu sebagai *problem solving*, nah dari *problem solving* tersebut kita berarti harus membuat konten yang mudah di tangkap, contohnya mas Danny suka dengan *tactical gear*, mas Danny suka menembak tetapi mas danny tidak punya *holdster* misalnya, nah disitu kami akan membuat konten yang menjual *holdster* dan kami membuat kontennya tersebut sesuai dengan apa yang dibutuhkan mas Danny. Semisal kegiatan menembak nah disitu si *buyer persona* akan “oh ini yang saya butuhkan” , lalu akan membeli produk tersebut. Itu contoh simplenya.

I: apa yang membedakan konten Molay deng konten brand lain mas ?

C: kalau di konten Molay itu memiliki beberapa tahapan ya, seperti *top fanel*, *midle fanel*, *lower fanel*. Di molay sendiri karena mempunyai beberapa relasi yang khusus ya, kami lebih ke *top fanel*, karena mencari *awwarness* orang itu secara tidak langsung akan membawa mereka akan percaya pada apa yang akan mereka beli atau yang akan mereka gunakan. Seperti misalnya tidak terlihat barang atau tidak focus pada barang yang akan dijual tetapi kita akan menggunakan contohnya seperti instansi negara, itu akan membuat *audience* “wah instansi negara aja bias menggunakan Molay atau percaya pada Molay kenapa saya tidak?”

I: contohnya mas?

C: contohnya seperti sudah ada Polda Metro Jaya, Team IPSC Tembak Polda Yogyakarta, kemudian ada beberapa dari Kopaska dan masih banyak lagi mas kalau mau disebut.

I: wah banyak mas ya

C: alhamdulillah dah banyak

I: berarti relasinya dah khusus mas ya, jadi nggak semua orang dan sebenarnya nggak semua orang mempunyai koneksi kesitu mas

C: ya, karena memang kami ini sangat menjunjung tinggi relasi dan pertemanan karena mereka juga salah satu *stakeholder* kami jadi itulah salah satu yang harus diperlihatkan oleh Molay bahwa kita ini sangat ingin membantu mereka dalam hal produk, jadi kami ini sayang dengan mereka, mereka sudah berjuang keras pada kita untuk melindungi negara, jadi kami ingin membantu mereka melalui produk dalam negeri untuk mereka juga.

I: bagaimana perencanaan pesan dalam konten yang akan disampaikan melalui media social Instagram guna untuk meningkatkan konsumen?

C: perencanaan pesan itu bias kita mulai dari kayak kita mencari *awareness* jadi kita tidak semata-mata hanya produk, produk dan produk atau belilah tas kami, beli *foxtrot*, beli ini beli itu, tidak . Kami biasa memulai itu dari seperti ucapan, seperti 17an, itu ketika Indonesia 17an kita menggunakan *hypes* atau viralnya itu untuk menggiring mereka atau *audience* itu untuk mencari ini apa sih yang di pakai oleh model di dalam foto tersebut, nah setelah itu baru kami tabrak di postingan berikutnya menuju *midle fanel how to buy* gimana cara membeli dan mereka langsung digiring ke lower fanelnya jadi langsung ke nomer telpon sales marketing kami.

I: seberapa sering molay melakukan promosi melalui media social instagram mas?

C: untuk Instagram stories dilakukan setiap hari minimal sekali pada jam 5-6 sore. lalu promosi berbayar melalui Instagram cukup sering seperti seminggu sekali karena Instagram ini mulai di penuhi oleh banyak akun-akun ya, jadi jika *interest* dari *followers* atau yang bukan *followers* dan juga target *audience* kami mulai kehilangan kami atau mulai kehilangan postingan-postingan kami mereka akan tenggelam oleh postingan yang lain, karena alogaritma Instagram itu sekarang akan

mengikuti apa yang pengguna Instagram suka dan mereka lihat kemudian mereka simpan. Jadi apabila molay tidak pernah posting dan tidak pernah menyebarkan postingan molay dengan sponsor berbayar, hal itu akan membuat *followers* atau *audience* melupakan tentang Molay, karena sekali saja kamu tidak posting saja itu bisa akan tertutup oleh postingan-postingan dari akun lain.

I: oo jadi seperti tenggelam gitu mas ya mas?

C: iya betul sekali

I: apakah ada kendala mas ?

C: untuk sekarang sih kami sepertinya sudah cukup di mudahkan ya dalam berpromosi, karena hanya menggunakan kartu kredit atau debit online sudah bisa untuk melakukan promosi.

I: bagaimana cara mengukur hasil promosi atau evaluasi yang telah dilakukan melalui media social instgram mas?

C: untuk cara mengukurnya sangat mudah sekali, Instagram sangat memudahkan penggunaanya, karena dengan membuka fitur tersebut Instagram atau facebook sudah menyediakan, berapa target *audience*, demografinya dimana, dan *reachablenya* berapa itu sudah di siapkan melalui fitur yang ada di indtagram tersebut.

I: datanya udah pasti gitu ya mas ?

C: iya udah pasti

I: oh begitu, seberapa besarkah dampak yang didapatkan oleh molay dalam melakukan promosi yang dilakukan melalui Instagram , contohnya seperti peningkatan konsumen, atau pendapatan tahunan untuk periode tahun ini mas?

C: untuk periode tahun ini, berarti tahunan ya mas?

I: iya mas

C: untuk periode tahun ini tu tidak terlalu signifikan seperti tahun-tahun sebelumnya, akan tetapi untuk pertumbuhannya sangat pesat, seperti promosi diskon, promosi barang baru, produk baru, dan juga *midnight sale* ketika kami memostingnya di Instagram itu sangat terasa daripada hanya harus *membroadcast* melalui facebook, eh maaf melalui whatsapp atau line, dengan Instagram tanpa harus *membroadcast* atau mengganggu privasi orang. Kita bisa menggunakan Instagram *story*, Instagram *posting*, atau promosi berbayar sudah cukup untuk *boost* apa yang kami siarkan terhadap *audience*.

I: berarti Instagram sangat berpengaruh ya mas dalam penjualan dan juga peningkatan konsumen?

C: betul sekali

I: terimakasih mas telah meluangkan waktunya, ini sangat membantu saya dalam mengerjakan skripsi saya , terimakasih mas ya

C: iya sama-sama, semoga cepat lulus mas ya

I: iya mas

Informan 2 : Yuda, Konsumen, 17 Desember 2018

I: permisi mas bisa minta waktunya bentar

Y: oh bisa bisa, ada apa mas ya ?

I : habis belanja mas ya ?

Y: iya

I: jadi gini mas, saya kan mahasiswa UMY, lagi sekripsian nih mas, ya tentang molay ini sih mas, saya bisa wawancara bentar nggak mas ? ya minta tanggapannya dikit-dikit gitu

Y: iya boleh boleh

I : oke mas langsung saja mas ya, namanya siapa mas?

Y: nama saya Yuda

I : pekerjaanya apa mas?

Y: saya fotografer mas

I: ooh brarti suka beraktifitas di outdoor gitu kan ya ?

Y: iya hooh

I: sudah berapa kali mas mebeli produk molay ?

Y : aaa ya kurang lebih tiga kali ini sih ma

I: apa aja mas ?

Y: ya kayak topi sama baju2 gitu sih mas, pokoknya yang mendukung pekerjaan saya

I: masnya follow Instagramnya Molay ga mas ?

Y: dari awal tu saya ngerti produk molay dari Instagram mas

I: kenapa mas follow instagramnya Molay ?

Y: sebenarnya yang nyaranin itu temen saya sih, dan ketika saya cek kayaknya menarik nih barangnya, ya dari situ saya tertarik oleh barang-barangnya molay gitu

I: oya brati dari Instagram masnya mencari informasi tentang molay ya ?

Y: Iyaa

I: dari instagramnya molay tuh sudah cukup belum sih untuk memberi informasi buat mas?

Y: menurut saya dari katalog instagramnya sih udah lumayan ya, maksudnya ya ketika saya menginginkan sesuatu barang yang ada di molay, di instagramnya itu udah dijabarkan gitu

I: seperti informasi mengenai diskon atau promo-promo dan produk baru taunya ya dari instagram gitu mas ya

Y: iya mas, jadi ngertinya ya dari situ (Instagram)

I: bagaimana pendapat mas tentang foto-foto yang ada di konten Instagram molay ?

Y: menurut saya menarik sih mas

I: menarik gmn mas ? apa ada keunikan tersendiri gtu mas?

Y: ya yang saya lihat sih ada kolaborasi dengan POLRI dan TNI ya di foto-fotonya, ya karena yang saya lihat nggak semua orang bisa mengakses kesitunya, hanya orang-orang tertentu gtu , jadi menurut saya menarik sih

I: jadi beda dengan yang lainya ya ?

Y : iya itu yang membuat saya tertarik juga gitu

I: jadi dari situ masnya kayak “wah bajunya molay di pakai sama POLRI, sama BRIMOB” gitu mas ya

Y: iya iya bener

I : apakah Instagram Molay itu mempengaruhi mas untuk membeli atau berbelanja produk Molay ?

Y : ya balik lagi karena saya tahu produk molay kan ya dari Instagram Molay

I: jadi Instagram molay sangat mempengaruhi untuk membeli produk molay kan ya

Y: iya iya

I: oke gitu aja mas ya , trimakasih banyak mas

Y: iya thank you, thank you