



LAMPIRAN 1

TRANSKRIP WAWANCARA INFORMAN

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Profil Informan 1

Nama : Stefano Tania
Jenis Kelamin : Laki-laki
Jabatan : Owner dari Rudebasic
Tanggal : 8 Desember 2023
Waktu : 13.00 – 13.30
Tempat : Aplikasi Zoom

Pewawancara : ***Halo Ko! Sebelumnya aku izin record ya untuk dokumentasi hehe.***

Informan 1 : Silakan silakan.

Pewawancara : ***Oke. Aku interview-nya akan gantian ya, jadi aku interview Ko Stefano dulu, baru nanti aku ke Ci Kimberly. Sebelumnya terima kasih banyak sudah meluangkan waktu dan mau di-interview untuk tugas akhirku. Jadi sebelumnya aku mahasiswi Ilmu Komunikasi dan fokusnya di Marketing Communication. Untuk judul skripsiku itu adalah “Strategi Komunikasi dalam Mempromosikan Produk Rudebasic di Media Sosial Instagram.” Apakah aku perlu jelasin lebih detail lagi mengenai skripsi dan tujuannya? Atau sudah aman?***

Informan 1 : Aman aman.



Pewawancara

: **Oke baiklah. Sebelum aku tanya-tanya mengenai strategi komunikasinya, kenapa sih Rudebasic itu dibuat? Jadi bisa dibilang sejarah gitu kali ya dari Rudebasic.**

Informan 1

: Oh oke oke. Kalo untuk sejarahnya *sih* sebenarnya *basicly* karena *brand-brand oversized* di Indonesia itu belum terlalu banyak dan walaupun ada waktu itu, harganya mahal-mahal lah, ngga cocok buat kantong-kantong mahasiswa seperti saya gitu. Jadi ya, alasan dibuatnya *simply* karena waktu itu aku ngeliat ada celah dan *since* aku emang suka *fashion* juga jadi *basicly* aku bikin sesuatu yang emang aku suka juga gitu.

Pewawancara

: **Oke oke. Rudebasic itu kapan dibuatnya ko? Kaya sama siapa gitu?**

Informan 1

: Kalo untuk kapan dibuatnya 2019, kalo sama siapa ngga ada *sih*, aku sendiri aja.

Pewawancara

: **Oh jadi awalnya ngga ada tim ya, Ko Stefano sendiri aja yang bikin Rudebasic?**

Informan 1

: Betul.

Pewawancara

: **Oke oke. Pertama kali Rudebasic launching-nya di mana ko? Langsung di Instagram kah?**

Informan 1

: Iya, kita langsung pakai Instagram. Terus Shopee, *ngga* lama habis itu baru ada Tokped dan lanjutnya ke TikTok. Jadi *first*-nya Instagram dulu.

Pewawancara

: **Oke baiklah. Sekarang nih kan udah berjalan hampir 4 tahun gitu ya, visi misinya dari Rudebasic itu apa sih ko?**



Informan 1



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Pewawancara

Informan 1

Pewawancara

Informan 1

: Visi misinya ya, kalo untuk visi misinya *sih* sebenarnya kita cuman pengen ke depannya tuh orang tuh lebih *merhatiin looks* mereka *sih*, lebih *merhatiin*, eh, *outfit* mereka. *Basicly* sebenarnya mungkin *fashion* salah satu aspek, di mana hal yang harus mereka *perhatiin*. Mungkin sebelum *fashion* ada dari *appearance* mereka, pembawaan mereka dan lain-lain. Tapi ya *basicly* kita ya cuman pengen *fillfull fashion* mereka *sih*.

: **Oke oke. Berarti, koko tadi kan sempet mention tuh, kayak ada mahasiswa-mahasiswanya tuh, berarti target pasar dari Rudebasic tuh siapa sih ko?**

: Oke kalo untuk targetnya itu sebenarnya ya itu, lagi-lagi sebenarnya target *market* kita anak-anak muda yang peduli dengan penampilan mereka atau mungkin baru belajar mau coba peduli sama penampilan mereka, mungkin di rentang umur 17 sampai 25, sebenarnya di 30 juga masih masuk *sih*, karena kan ada juga orang yang di umur 30 masih peduli sama penampilan mereka kan. Tapi untuk sekarang, kita emang lebih menuju ke anak muda.

: **Ohh oke oke. Untuk sekarang Rudebasic tetep dijalanin sama koko doang atau udah ada struktur organisasinya? Dan sejak kapan Rudebasic mereka perlu punya tim dan divisinya ada apa aja?**

: Oke. Kalo untuk sejak kapan kita punya tim, ehm, di 2022, 2022. Sejujurnya kan aku kan sejauh ini aku baru pernah magang sekali dan ini adalah bisnis pertamaku kan yang



Pewawancara

Informan 1

Pewawancara

Informan 1

pertama yang bener-bener difokuskan tuh ini gitu. Jadi, mungkin kalau mau dibilang aku cukup telat, telat sadar untuk butuh tim. Tapi aku *start* di 2022, dan untuk sekarang kita Rudebasic udah mulai berkembang ya timnya. Ada tim *marketing*, ada tim konten juga, ada tim *packing* juga, kayak gitu *sih*.

: ***Oh oke baiklah. Tadi koko bilang kalo koko pilih Instagram jadi media pertamanya Rudebasic. Kalo boleh tau, kenapa sih ko pilih Instagram?***

: Karena *ngikutin* target aku anak muda. Anak muda kan kebanyakan pake Instagram ya, mungkin Twitter juga tapi waktu itu, Twitter sama Instagram lebih banyak pengguna Instagram ngga *sih*. Kalo Facebook kan lebih banyak orang tua walaupun mungkin dulu pas, ehm, kita SMP banyak yang pake Facebook. Instagram *sih* karena target kita anak muda ya. Dan anak muda kan paling banyak pake Instagram, *that's the reason sih*.

: ***Oke oke. Berarti di Instagram itu kan otomatis bikin konten ya. Biasanya Rudebasic tuh bikin konten yang kayak gimana sih ko yang bisa menarik buat target pasar?***

: Kalo untuk konten *sih*, dulu kita beragam banget ya. Start dari *meme*, tapi paling banyak *sih* konten-konten yang, ehm, *basicly* dulu kan belum ada *Reels* ya, jadi konten-konten yang kita buat ya orang bisa bayangin pake produk kita lah. Jadi konten-

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



konten yang “Gimana *sih* look-nya kalo pake produk-produk dari Rudebasic?” kurang lebih kayak gitu.

: **Oke baiklah. Ada jadwal kontennya ngga ko?**

: Untuk jadwal konten, kita dulu ngga pernah *ngejadwalin*. Cuma baru mulai tahun ini kita mulai *ngejadwalin*, baru mulai juga. Sehari satu gitu.

: **Ohh. Itu bentuknya Reels, Story atau Feeds gitu?**

: *Anything* sih, *anything*. Kita ngga terpaku sama satu jenis konten aja, jadi kita ngeliat kayak, oh “Lagi ramenya apa nih?” “Yang bisa bikin kita dapet banyak *awareness* itu konten apa *sih?*” apapun itu.

: **Oke, berarti yang penting Instagramnya on ya.**

: Betul.

: **Baiklah. Dari sekian banyak konten yang udah pernah dibuat, konten apa yang paling cocok buat Rudebasic yang berhasil menarik perhatian konsumen?**

: Kalo untuk *ngomongin* konten paling cocok *sih* hm, belum bisa *dibilang* kayak gitu ya karena konten paling cocok itu menurut aku *ngga* bisa terpaku sama satu jenis konten aja gitu. Jadi, mungkin kalo mau tau Tenue De Attire, ada brand yang kalo di TikTok kontennya lucu, atau kayak *impersonate* orang-orang, itu kan, mungkin kalo bisa *dibilang* itu konten *niche* mereka, konten yang seperti itu. Tapi, aku *ngga* yakin juga mereka akan *stay* dengan konten yang seperti itu terus kan, pasti bakal ada

Pewawancara

Informan 1

Pewawancara

Informan 1

Pewawancara

Informan 1

Pewawancara

Informan 1

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Pewawancara

Informan 1

Pewawancara

Informan 1

Pewawancara

Informan 1

combine-combine sama konten lain. Jadi, *ngga* bisa terpaku sama satu konten aja *sih*.

: ***Oh iya iya. Kalo konten yang bisa dibilang paling nge-boom atau yang paling berhasil naikin engagement selama ini?***

: Hm, mungkin itu *sih*, *shorts video* atau mungkin konten-konten yang produk kita lagi *dipake* sama entah itu *influencer* atau model kita. Mungkin konten-konten seperti itu ya.

: ***Oh oke baiklah. Sekarang kan banyak banget tuh tren yang tersebar yang di medsos, khususnya di Instagram juga. Dari sekian banyak tren yang ada itu, ada ngga Rudebasic juga pakai tren-tren itu untuk ngepromosiin produknya?***

: Kayanya ya, kalo dari yang aku inget, kita *ngga* pernah yang *ngikutin* tren banget *sih*, paling jauhnya mungkin musik yang lagi tren. Kaya pas waktu itu sempet lagu apa ya, hm, lagu-lagu New Jeans nih misalnya. Kita pake lagu-lagu New Jeans gitu, tapi *ngga* pernah bener-bener terpaku “Oh, kontennya yang lagi jogetkayak gini lagi menarik nih.” Terus kita bikin, *ngga* kayak gitu. Lebih ke lagu kali ya.

: ***Ah, oke oke. Ada ngga ko tren yang dihindarin?***

: *Ngga* ada. Kita lebih ngeliat *resonate* atau *engga* aja *sih* di Rudebasic. Kalo emang *resonate* dan kita bisa bikin ya bikin gitu.



Pewawancara



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Cipta Dilindungi Undang-Undang

Informan 1

Pewawancara

Informan 1

Pewawancara

Informan 1

: **Baiklah. Dari pembuatan konten itu, ada ngga konten yang menimbulkan ada komunikasi antara Rudebasic dengan followers-nya? Misalnya, pake beberapa fitur Instagram kayak Reply Story, atau bikin QnA?**

: Ada ada ada. Justru kita malah lebih *fokusin* ke situ *sih*. Kita pengen lebih banyak interaksi. Kaya contohnya, entah kenapa kalo kita bikin Story dan ada yang *reply*, yaudah kita *reply* balik gitu. Kita *reply* balik, mungkin ada *reply*-an yang menarik. Mereka *reply by DM* kan, kalo menarik kita masukin ke *DM*, eh masukin ke *story*, terus kita *reply* di sana. Terus *sometimes* ada QnA juga, atau mungkin kita minta pendapat, cukup banyak *sih* konten-konten interaksi gitu.

: **Oh oke. Terus kalo kayak Reply Story gitu hampir semua dijawab atau beberapa aja. Seberapa rutin ko ngejawab chat-chat-nya?**

: Beberapa aja dan *ngga* serutin itu. Karena kita percaya kalo sesuatu yang berulang-ulang pasti jadinya bosen gitu lah, gitu. Jadi emang *ngga* serutin itu *sih* dan *ngga* semua kita jawab karena takutnya penuh ya. Jadi *better* kita pilih aja, kayak yang mana yang menarik buat kita *up* gitu.

: **Oke baiklah. Dari semua konten yang dibuat sama Rudebasic, konten storytelling apa yang biasanya dibawain sama Rudebasic?**

: Hm, *storytelling* ya. *Storytelling* jarang *sih*, jarang banget. Tapi kita juga lagi berusaha *sih*. Kalo untuk *storytelling* kita lebih



Pewawancara

Informan 1

Pewawancara

Informan 1

Pewawancara

Informan 1

Pewawancara

Informan 1

Pewawancara

sering mungkin untuk konten-konten unggahan *Feeds* ya bukan di *Story*. Lebih banyak di *Feeds* dan itu pun bukan *storytelling* yang *heavy* banget yang *sampe* menceritakan, misalnya sosok A, karena dia *pake* ini, dia jadi begini. Ngga *sampe* begitu, tapi lebih ke harus tau *about our product*. Kaya misalnya produknya ada, ada maknanya nih, ada *hidden messages*-nya. Kita kadang lebih cerita ke sananya *sih*.

: **Wah, oke oke. Setelah selesai pembuatan konten nih ko, gimana caranya Rudebasic ngelakuin media monitoring atau kayak evaluasi dari konten yang udah di-upload?**

: *Since* tim konten terbangun belum lama ini, kita *sempet* pake evaluasi, tapi belum yang *evaluate* se-heavy itu juga *sih*.

: **Evaluasinya pake Instagram Insight aja atau ada pake aplikasi tertentu ko?**

: Kita pake *Instagram Insight* aja.

: **Oh oke oke. Sekarang kan banyak nih ko, produk-produk yang pake Instagram Live ya.**

: He em.

: **Rudebasic tuh termasuk salah satu yang ngga ko? Atau pernah sekali dua kali pake Instagram Live?**

: Hm, belum. Kita belum pernah pake di *Instagram Live*. Paling jauh kita pernah pake di *TikTok Live*, dan itupun paling cuman sebulan gitu.

: **Oh, kalo boleh tau, kenapa tuh ko Rudebasic ngga pake Instagram Live?**



Informan 1

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Pewawancara

Informan 1

Pewawancara

Informan 1

Pewawancara

: Dulu kan kita pernah coba untuk pake TikTok, *live video*-nya untuk *sale*. Tapi, waktu itu, entah kenapa *viewers* di kita tuh orang yang masuk tuh selalu itu lagi itu lagi. Kaya bukan orang-orang yang tiba-tiba masuk gitu. Misalnya, hari ini si Budi gitu ya, besok Budi masuk lagi, besoknya Budi lagi. Dan kita kan bukan tipe *brand* yang produknya banyak banget dan bukan yang setiap hari ada produk baru juga. *Let's say* kemarin kita udah, udah hm, ngejualin produk yang ini nih lima produk misalnya di *live*. Eh si Budi masuk lagi, besok eh Budi masuk lagi di *live*. Sedangkan, kita belum ada produk baru. Kita belum perlu banget pake *live* gitu.

: ***Oh oke baiklah. Terus kalo toko dari medsos, apalagi yang start-nya bener-bener dari medsos, cukup susah untuk build trust sama followers kalo toko itu tuh trusted. Gimana sih caranya Rudebasic build trust sama followers-nya?***

: Kalo untuk *trust*, maksudmu *trust to sell* gitu? Dari *trust* sampe akhirnya jadi beli?

: ***Iya betul.***

: Kalo dari *trust* sampe beli *sih*, aku rasa udah *ngga* sesusah itu untuk bangun *trust* ya. Karena kita ada *e-commerce* kan. Dan mereka *mostly* bakal *direct* ke *e-commerce* kan kalo mereka mau beli, bukan langsung *direct* ke kita.

: ***Oke baiklah. Aku ngeliat juga nih dari Instagramnya Rudebasic kalo ada banyak pake influencer ya. Kenapa sih***



Informan 1

Pewawancara

Informan 1

Pewawancara

Informan 1

Pewawancara

Informan 1

ko mau gandeng banyak influencer? Dan aku ngeliatnya lumayan banyak dan mostly yang kayak mereka pake produk Rudebasic dan collab post gitu. Kenapa si Rudebasic mau pake banyak influencer untuk promosiin produknya Rudebasic?

: Oh oke. Jadi kalo untuk itu, kita *ngeliatnya sometimes*, ehm. Semua *brand* pasti merasa produknya bagus ya, ya kan? Terus di saat kita *promosiin* ke *customer* kan mereka cuman tau dari suara kita gitu. Dan mereka *sometimes* ada yang *ngga* kebayang, “Ini *look*-nya bakal kayak gimana *sih*?” Kaya gitu, jadi tujuan *influencer* sebenarnya itu *sih*. Lebih kayak mungkin bisa bikin mereka punya bayangan untuk beli produknya gitu.

: **Oke. Aku ngeliat banyak influencer yang dipake itu micro influencer dan bukan influencer besar.**

: Bener banget heem.

: **Nah, penggunaan influencer itu ngasih efek apa ke customer-nya Rudebasic?**

: hm, ngefek *ngga* ngefek tergantung *influencer* dan tergantung hasilnya. Tapi, sejauh ini rata-rata masih ada efeknya *sampe* ke tahap beli.

: **Baiklah. Itu aja pertanyaan yang akan aku ajukan. Sebelumnya, terima kasih banyak ya ko udah mau di-interview. Nanti kalo boleh, aku mau ajak foto bareng yaa supaya aku bisa dokumentasi untuk tugas akhirku.**

: Boleh boleh.



Pewawancara : ***Mau sekarang aja atau nanti setelah aku interview Ci Kimberly?***

Informan 1 : Setelah *interview* kak Kimberly aja.

Pewawancara : Oke baiklah. Terima kasih ko!

Informan 1 : Oke. *Thank you!*

© Himpunan mahasiswa IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Himpunan mahasiswa IBI KKG

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



2. Profil Informan 2

Nama : Kimberly Ellen

Jenis Kelamin : Perempuan

Jabatan : *Social Media Officer* dari Rudebasic

Tanggal : 8 Desember 2023

Waktu : 13.30 – 14.00

Tempat : Aplikasi Zoom

Pewawancara : ***Halo ci! Sebelumnya aku belum pernah kenal cici yaa, apakah aku boleh tau dulu cici umurnya berapa, lagi sibuk apa dan apakah cici punya pengalaman sebelumnya di bagian medsos?***

Informan 2 : Halo, aku seumurannya sama Nono (Stefano) *sih*, aku umur 23. Sebelumnya aku pernah ada kerja juga di Fayt, kalo mau tau di *brand* sandal.

Pewawancara : ***Oke baiklah. Salam kenal ya ci hehe. Aku langsung aja ya ke pertanyaan pertama. Kan media sosial yang dipegang ini kan so far Instagram nih ci. Menurut cici, Instagram tuh termasuk media sosial yang cocok ngga sih dipake sama Rudebasic? Kalo cocok, kenapa? Dan kalo ngga cocok, kenapa?***

Informan 2 : Hm, menurut aku *sih*, justru Instagram sejauh ini yang paling cocok *sih* buat Rudebasic. Soalnya karena kita lebih aktif di Instagram juga, jadi *followers* kita lebih banyak *interact* sama kita di Instagram tuh daripada di TikTok kayak di Threads kan



Pewawancara

Informan 2

Pewawancara

Informan 2

Pewawancara

Informan 2

Pewawancara

Informan 2

waktu itu kita juga pernah bikin. Cuman sejauh ini yang paling banyak interaksinya *sih* di Instagram *sih*.

: **Oke. Cici termasuk salah satu yang bikin konten juga ngga ci?**

: Se jauh ini, ada beberapa *sih*.

: **Biasanya konten apa yang biasa cici buat dan gimana Rudebasic bikin konten yang ngikutin tren?**

: Biasanya kalo kita liat ada konten-konten yang lagi *trendy* dan menurut kita cocok sama *vibes* kita atau kayak kita perlu rombak dikit. Setelah kita dapet dan kita *plan* kayak gitu, kita baru coba minta tolong orang untuk *shoot* *sih* sebenarnya. Atau misalnya kalo kadang aku sama Nono yang harus nge-*shoot* kontennya, paling aku *bantuin* foto atau apa gitu.

: **Oh oke oke. Ada proses brainstorming-nya dulu gitu ngga sih ci untuk pembuatan kontennya?**

: Kalo sejauh ini *sih* biasa paling cuman aku sama Nono aja. Tapi *since* kita udah ada tim yang khusus untuk buat konten jadi harusnya ke depannya akan lebih sering *sih*.

: **Ah oke baiklah. Terus dari berbagai jenis konten yang udah dibuat itu, menurut cici, kontennya udah tepat sasaran belum sih?**

: Hm, sejauh ini cukup oke ya. Cuman mungkin kita masih cari cara buat kayak lebih bikin kontennya lebih maksimal. Se jauh ini cukup bagus.



Pewawancara

: **Ah oke. Target cici yang lebih maksimal itu lebih ke Insight kah?**

Informan 2

: Iya, lebih ke *engagement*-nya *sih*. Kita *sebenarnya* lebih *pengen* bikin interaksi yang kayak, sejauh ini kan kita kayak lebih berat di *DM* kan. Cuman kita *pengen* juga bikin *followers* kita itu lebih ngga malu-malu buat *comment*.

Pewawancara

: **Oke. Berarti *pengen followers*-nya lebih aktif gitu ya?**

Informan 2

: Yes.

Pewawancara

: **Oke baiklah. Dari tren tadi tuh, apakah ada tren yang dihindari? Kaya misalnya, “Konten-konten semacam ini better ngga di-apply ke Rudebasic deh.”**

Informan 2

: *Sebenarnya* bukan dihindari *sih*. Mungkin kita lebih milih untuk *join* tren yang mana, yang menurut kita lebih cocok *sebenarnya*.

Pewawancara

: **Nah, itu milihnya tuh gimana tuh ci? Kaya misalnya, tadi kan kalo Ko Nono mention-nya ngikutin tren lagu kan. Tipe-tipe tren apa aja yang biasanya diaplikasiin ke konten-kontennya Rudebasic?**

Informan 2

: Mungkin *sebenarnya* kita balik lagi ke lagu dan *overall vibes*-nya *sih*. Kalo Rudebasic mau ngejar *vibes* kita yang lebih kayak ke-korea-koreaan. Kaya masih *street style* tapi masih rapi gitu kan. Bukan *street style* yang kayak anak-anak *skateboard*, kan beda tuh kan. Jadi misalkan, sekarang kan lagi tren di CapCut yang kayak jedag-jedug yang ada liriknya. Nah itu kan tren yang *sebenarnya* bisa kita bikin, tapi menurut kita kurang



Pewawancara

Informan 2

Pewawancara

Informan 2

Pewawancara

Informan 2

Pewawancara

cocok. Jadi kita lebih milih-milih aja sebenarnya buat *aplikasiin* ke kontennya.

: ***Oh iya iya. Terus tadi kan mention tuh, kebanyakan komunikasi sama followers lewat Direct Message. Selain dari DM, cara apa aja yang dipake untuk bisa komunikasi sama followers Rudebasic di Instagram? Dan biasanya fitur apa aja yang dipake untuk nge-on-in komunikasi itu?***

: Ehm, selain *DM sih* biasanya kita main di *Story* yang kayak *question*. Apa *sih* itu namanya aku lupa hahaha.

: ***Yang kayak question box gitu ya?***

: Iya, jadi dia bisa langsung *reply* disitu. Kalo kita lagi merasa ngga butuh interaksi yang *sampe* gimana banget, biasanya kita pake fitur-fitur yang di *Story sih* yang kayak bisa ditarik itu, atau cuman sekedar di-*tap* gitu *sih*.

: ***Oke baiklah. Dari kontennya Rudebasic, Ko Nono juga tadi sempet mention ada konsep storytelling tapi yang simple gitu. Nah, konten itu dibuat sama Rudebasic atau kayak ngambil cerita dari followers, atau gimana ci?***

: Kita tergantung *sih*. Kita pake dua-duanya. Kadang ada beberapa kali *followers* kita itu ada yang curhat ke kita. Ada yang cerita. Kaya waktu itu kita lagi *bazaar*, trus ada 1 *followers* yang cerita. Dulu dia pernah ke-*gap* pacaran pake baju Rudebasic segala macem gitu kan.

: ***Woah hahahaha.***



Informan 2

: Nah menurut kita, cerita kayak gitu kan menarik. Jadi kita izin ke dia, dan kita *post* ceritanya di *Feeds*, tapi kita *ngga* kasih liat mukanya gitu. Ada juga yang pake cerita dari *followers* dan cerita dari pengalaman pribadi gitu. Sekedar nyenggol mereka supaya mereka *bales* dan *relate* loh sama kita gitu.



Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Pewawancara

: **Ah oke oke. Terus kalo misalnya launching produk baru gitu, produknya ada storytelling-nya sendiri gitu ngga ci?**

Informan 2

: Kalo produk, biasa Nono yang bikin *sih*. Tapi biasa dia juga ada beberapa produk yang kayak emang bukan sekedar keren aja tapi ada artinya buat dia. Dan kadang produk yang tipe kayak gitu, biasa kita juga *share* ke *followers* kita biar mereka lebih mengerti gitu.

Pewawancara

: **Oke baiklah. Tadi juga soal media monitoring, itu biasanya ngeliatnya dari mana tuh ci?**

Informan 2

: Paling kita cuman liat dari Instagram punya *professional dashboard* gitu aja buat liat konten mana yang sebenarnya *works* gitu di kita.

Pewawancara

: **Itu biasanya ngeceknnya rutin ngga ci? Misalnya sebulan sekali atau seminggu sekali?**

Informan 2

: Dibilang rutin banget *sih* engga ya, cuman kalo liat dari *likes*, *views*, *comments* itu kita pasti *liatin* terus. Cuman kalo yang dari *professional dashboard* itu paling kayak sebulan dua kali gitu.

Pewawancara

: **Oh oke. Terus tadi kan cici bilang, kalo kebanyakan jawab lewat Story dan DM kan. Kalo lewat Feeds, biasanya kalo**



Informan 2

Pewawancara

Informan 2

Pewawancara

Informan 2

Pewawancara

Informan 2

ada yang comment, itu ngejawabnya langsung dijawab atau takes time bisa sehari sampe dua hari? Ada jadwal untuk ngejawabin comment ngga ci?

: Kebetulan yang *jawabin DM* itu bukan aku. Tapi pasti biasanya besokannya *sih* maksimal. Biasa kita langsung bales *sih*. Dan kalo misalkan besokannya belum dibales, biasa Nono udah langsung *chat*, “Kok ini ngga dibales?” atau dia yang langsung balesin gitu.

: **Ah iya iya. Berarti, sebisa mungkin dijawab dengan cepat ya.**

: He eh.

: **Baiklah. Nah, gimana caranya supaya konten-konten yang ada di Rudebasic itu bisa build trust sama followers-nya?**

: Kalo *build trust* biasa tuh kalo ada yang *review* kayak “Gila bajunya bagus banget” trus kayak “nyaman dipake.” “Ini bagus banget bahannya”, biasanya suka kita *post* yang kayak *customers review* gitu.

: **Ah oke oke. Ngomongin yang tadi tuh si influencer, gimana sih ci cara milihnya, kayak influencer mana yang akan dipilih, terus mereka harus bikin konten apa supaya bisa jalin kerjasama sama Rudebasic gitu?**

: Balik lagi *sih*, karena kita *fashion*, kita sangat penting *brand image* dan *overall vibes*-nya ya. Jadi kalo misalkan kita liat *influencer* yang menurut kita cocok banget dan kita suka cara



Pewawancara

Informan 2

Pewawancara

Informan 2

dia pake baju, kontennya tuh kita suka, bagus gitu. Biasanya kita *approach* buat kirimin mereka produk gitu. Paling gitu *sih*. Kita juga ngga sembarangan. Kayak ada yang lagi naik nih tiba-tiba, terus kita langsung kirimin gitu, *ngga* juga. Kita lumayan selektif kalo misalkan ke *influencer*.

: ***Berarti kriterianya apa aja tuh ci? Selain dia kontennya fashion?***

: Kriterianya paling yang kita suka aja *sih* sebenarnya. Bukan yang kayak harus gini, harus gitu, yang penting *vibes*-nya cocok. Terus kita juga ngerasa kalo produk kita dia pake itu bagus gitu. Jadi biasanya kita langsung kirim. Mereka juga *ngga* harus yang kayak lagi naik banget, atau kayak *followers*-nya harus udah 100.000, gitu *ngga* gitu. Selama kita ngerasa mereka keren dan mereka cocok bisa *styling* produk kita pake cara mereka. Terus bisa kasih kita *insight* kayak “Wah, ternyata bajunya bisa ya dipake kayak gini.” Itu *sih* yang bikin jadi lebih bagus lagi.

: ***Terus menurut cici, penggunaan brand influencer tadi apakah works dan ngaruh ke engagement Instagramnya Rudebasic?***

: Ehm. Itu *works*. Itu adalah salah satu *marketing* yang menurut kita sejauh ini paling *works* *sih*. Kadang kita cuman *post* foto yang *influencer* pake aja, yang lumayan terkenal gitu ya, itu *engagement*-nya, *likes* dan *share*-nya bener-bener tinggi banget. Padahal cuman sekedar foto, bukan *Reels* atau video

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Pewawancara

yang *effort* gitu kan. Jadi *so far* itu paling *works sih* menurut kita.

: ***Oke baiklah. Sudah selesai interviewnya cici, terima kasih banyak sudah meluangkan waktunya. Sebelumnya apakah aku boleh minta Ko Stefano untuk on cam sebentar?***

Informan 1

: Boleh, sebentar yaa.

Pewawancara

: ***Oke aku screenshot ya. 1-2-3. Oke. Terima kasih banyak, maaf mengganggu waktunya.***

Informan 1

: Sama-samaa!

Informan 2

: Sama-sama ya, semangat ya semangat! Aku izin *leave* yaa.

Bye bye!

Pewawancara

: ***Silakan ci, ko. Thank you!***

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



LAMPIRAN 2

DOKUMENTASI WAWANCARA (MEMPEROLEH IZIN DARI INFORMAN UNTUK DOKUMENTASI DAN PEREKAMAN)



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.