

Universitas
Esa Unggul

Univers
Esa

LAMPIRAN

Universitas
Esa Unggul

Univers
Esa

Transkrip Wawancara Narasumber

Nama : Hasbi
Jabatan : Kepala Toko (SPV Store HAUS!)
Tanggal Wawancara : 27 Januari 2022

Peneliti : Sebelumnya terimakasih karena telah meluangkan waktunya untuk wawancara ka, boleh diperkenalkan diri terlebih dahulu?

Narsum : Sama-sama, ya kenalin nama saya Hasbi saat ini menjabat sebagai kepala toko di store Haus! cabang Mall Season City.

Peneliti : Sudah berapa lama kaka menjabat sebagai kepala toko di store Haus?

Narsum : Berapa lama ya, kurang lebih 6 bulan sih. Tadinya ga ditempatin disini tp di muara karang pluit. Untuk di store disini saya baru 2 bulan.

Peneliti : Apa pendapat kaka mengenai perkembangan dunia *Digital Marketing* saat ini?

Narsum : Berkembang sangat pesat sih, kita tau ya saat ini semua orang pasti dimana-mana mau anak muda atau lansia semuanya pegang smartphone itu mereka bisa akses apa aja dan dimana aja. Begitu juga dengan tren *Digital Marketing* semua orang bisa promosiin jualan mereka baik di media social atau di e-commerce

Peneliti : Menurut kaka apakah melalui *Digital Marketing* lebih efektif dan mempunyai manfaat ketimbang pemasaran tradisional?

Narsum : Kalau menurut saya, dua-duanya baik *Digital Marketing* maupun pemasaran tradisional sama-sama mempunyai keunggulan dan manfaatnya masing-masing. Tapi saat ini *Digital Marketing* lebih efektif dalam menjangkau konsumen, lebih praktis dan ekonomis.

Peneliti : Apa saja strategi *Digital Marketing* yg biasa dipakai oleh Haus Indonesia untuk membangun *Brand Awareness*? Mengapa menggunakan strategi *Digital Marketing* tersebut?

Narsum : Karena pandemi saat ini kami lebih memfokuskan untuk melakukan komunikasi pemasaran lewat media online atau sebutannya *Digital Marketing* ya, fokus kami lebih kepada pembuatan konten di media sosial, mengadakan giveaway di instagram, mengadakan promosi di e-commerce seperti promo buy 1 get 1, dan juga kami bekerja sama dengan influencer serta foodblogger, dengan alasan untuk menjangkau kalangan masyarakat lebih luas.

Peneliti : Apa jenis konten yang biasa digunakan oleh Haus Indonesia untuk menciptakan dan membangun *Brand Awareness* di media sosial? Mengapa menggunakan konten tersebut?

Narsum : Lebih ke konten *entertain, educating, inspiring* dan pastinya harus relate sama target market saat ini. Kami menggunakan konten jenis itu untuk menarik pembaca di media social agar mengetahui brand dari minuman Haus! dan memotivasi mereka untuk menjadi pembeli.

Peneliti : Apakah Haus! juga mengiklankan produk mereka di media social seperti Facebook Ads, dan Instagram Ads dalam memasarkan produk?

Narsum : Ya pastinya kami jg menggunakan media social untuk beriklan, biasanya iklan yang kami tampilkan di media social itu seperti promo-promo yang sedang berlangsung serta launching store baru.

Peneliti : Apakah ada kendala atau hambatan dalam melakukan strategi *Digital Marketing* yang dilakukan secara keseluruhan?

Narsum : Kalau kendala sih menurut saya dari segi konsistensi dalam pembuatan konten yang dibuat di media social, selain itu juga

harus benar-benar jeli dalam melihat market yang lagi viral saat ini apa. Karena kalau asal buat konten aja tanpa melihat perkembangan market saat itu terus di upload-upload saja di media social justru untuk menarik pelanggan malah tidak optimal pada akhirnya.

Peneliti : Menurut kakak apa yang membedakan *Digital Marketing* yang dilakukan oleh Haus dengan brand lain?

Narsum : Apa yah, sama aja kayaknya. Tapi mungkin kami lebih sering upload konten di media social karena untuk membangun engagement dengan pelanggan, admin media social kami juga aktif dalam membalas komentar, dm, maupun komplainan atau keluhan dari pelanggan.

Transkrip Wawancara Narasumber

Nama : Arafah Lailiyah

Jabatan : Mahasiswi

Tanggal Wawancara : 2 Februari 2022

Peneliti : Sebelumnya terimakasih karena telah meluangkan waktunya untuk wawancara, boleh diperkenalkan dirinya terlebih dahulu?

Narsum : Boleh ka, namaku Arafah Lailiyah, sekarang mahasiswi semester 4

Peneliti : Saat ini banyak minuman kekinian dari berbagai macam brand, nah dari banyaknya brand minuman tersebut, apa saja yang kaka tau?

Narsum : Yang aku tau dan biasa aku beli itu ada Haus, Chatime, Street Boba, Teguk, Janji Jiwa sama Boba Time

Peneliti : Apa yang di pikirkan kaka ketika ingin membeli sebuah minuman dari sebuah brand?

Narsum : Biasanya aku lihat promo-promo yang dibuat sih, kayak promo di gojek, grab, sama di shopeefood.

Peneliti : Apakah kaka mengetahui brand minuman Haus?

Narsum : Tau dong

Peneliti : Bagaimana awal kaka mengetahui brand minuman Haus tersebut?

Narsum : Waktu itu berawal dari rekomendasi temen sih, disuruh nyobain

Peneliti : Ketika kaka melihat atau mendengar brand minuman Haus apa yang terpikirkan oleh kaka?

Narsum : Enak trus murah juga

- Peneliti : Apakah kaka tau tagline dari brand Haus?
- Narsum : Apa yah, kalau ga salah “semua berhak minum enak” deh.
- Peneliti : Apakah kaka mengikuti semua media social dari brand Haus, seperti instagram, tiktok, facebook dll?
- Narsum : Yang aku tau dan aku follow hanya Instagram aja sih, karena mungkin aku lebih sering buka instagram yah daripada media sosial lain
- Peneliti : Apakah kaka pernah melihat konten yang dibuat oleh Haus di media sosial, menurut kaka konten tersebut sudah menarik atau belum?
- Narsum : Sering sih, kalau menurut aku udah lumayan menarik
- Peneliti : Apa yang paling diingat dari konten yang dibuat oleh Haus di media social?
- Narsum : Ada satu konten yang menurut aku kreatif banget, dimana kontennya nemu dompet di jalan, trus ternyata itu bukan dompet, tapi brosur dari minuman Haus!, itu kreatif banget sih
- Peneliti : Kaka pernah atau sering lihat iklan Haus, dimana kaka lihat iklan tersebut?
- Narsum : Pernah, waktu itu scroll beranda instagram trus muncul iklan Haus! sama pernah muncul di iklan story instagram yg swipe up gitu
- Peneliti : Apa yang paling diingat dari iklan tersebut?
- Narsum : Biasanya launching store baru, trus promo-promo minumannya, sama launching menu-menu baru mereka

Peneliti : Menurut kaka apa yg membedakan brand minuman Haus dengan brand yang lainnya?

Narsum : Harga minuman Haus! lebih affordable, trus gampang didapetin karena storenya mereka itu biasanya dekat dengan pemukiman masyarakat.

Peneliti : Dari digital marketing brand Haus yang pernah kaka lihat, kira-kira apa kurang dan lebihnya dalam memasarkan brand tersebut?

Narsum : Menurutku udah bagus, konten-konten yang mereka buat ngikutin tren pasar gitu, relate ke kehidupan anak muda sekarang. Jadi yang lihat bisa tertarik dan pengen nyoba akhirnya.

Transkrip Wawancara Narasumber

Nama : Sri Setiyaningsih

Jabatan : Penjual Minuman

Tanggal Wawancara : 7 Februari 2022

Peneliti : Sebelumnya terimakasih karena telah meluangkan waktunya untuk wawancara, boleh diperkenalkan dirinya terlebih dahulu?

Narsum : Namaku sri setiyaningsih panggil aja tiya, saat ini aku disibukan dengan membuka usaha kecil-kecilan yaitu jualan minuman, seperti pop ice, boba, kopi dll

Peneliti : Saat ini banyak minuman kekinian dari berbagai macam brand, nah dari banyaknya brand minuman tersebut, apa saja yang kaka tau?

Narsum : Starbucks, Haus, Xin fu tang, Xi bo ba, Goola, Es teh

Peneliti : Apa yang terlintas di pikiran kaka ketika ingin membeli sebuah minuman dari sebuah brand?

Narsum : Yang pasti sih dari penasaran pengen nyobain rasa minumannya tuh seperti apa, sama lihat dari penyajian dan kemasannya kalau menarik jadi pengen beli

Peneliti : Apakah kaka mengetahui brand minuman Haus?

Narsum : Tau dong hehe

Peneliti : Bagaimana awal kaka mengetahui brand minuman Haus tersebut?

Narsum : Aku kan fans Esports RRQ, nah aku pertama tau itu dari postingan team RRQ di Ig, nah ternyata RRQ tuh kolab bareng Haus. Nah dari postingan itu aku tau minumah Haus

Peneliti : Ketika kaka melihat atau mendengar brand minuman Haus apa yang terpikirkan oleh kaka?

Narsum : Menarik, jujur aku sih belum pernah coba. Karena di tempat aku belum ada storenya. Tapi penasaran banget sama minuman Haus, dilihat dari tampilannya menarik dan kelihatannya minumannya enak dan murah juga

Peneliti : Apakah kaka tau tagline dari brand Haus?

Narsum : “Semua berhak minum enak”

Peneliti : Apakah kaka mengikuti semua media social dari brand Haus, seperti instagram, tiktok, facebook dll?

Narsum : Cuma instagram aja karena yang lebih sering dilihat dan dibuka itu sih, kalau tiktok ga punya dan facebook juga jarang buka hehe

Peneliti : Apakah kaka pernah melihat konten yang dibuat oleh Haus di media sosial, menurut kaka konten tersebut sudah menarik atau belum?

Narsum : Pernah dong pastinya, aku kan follow instagramnya dan mereka cukup sering upload konten di instagram jadi sering muncul di beranda instagram aku. Menurut aku konten yang mereka buat udah cukup menarik dan aku juga suka komen di konten-konten mereka yang menurut aku menghibur banget

Peneliti : Apa yang paling diingat dari konten yang dibuat oleh Haus di media social?

Narsum : hmm, mungkin lebih ke konten-konten yang menghibur. Karena konten yang mereka buat tuh lucu dan relate sama anak muda sekarang. Jadi suka baper sama kontennya hehe

Peneliti : Kaka pernah atau sering lihat iklan Haus, dimana kaka lihat iklan tersebut?

Narsum : Cuma di instagram aja sih, kayak pernah lewat di beranda instagram aku sama di story instagram

Peneliti : Apa yang paling diingat dari iklan tersebut?

Narsum : Biasanya produk barunya mereka, trus sama mereka biasanya ngasih tau buka cabang lagi di daerah mana gitu

Peneliti : Menurut kaka apa yg membedakan brand minuman Haus dengan brand yang lainnya?

Narsum : Hampir semua minuman kayaknya sama sih ya, mungkin yang bikin beda dari varian rasanya dan harganya

Peneliti : Dari digital marketing brand Haus yang pernah kaka lihat, kira-kira apa kurangnya dalam memasarkan brand tersebut?

Narsum : Apa yah, ga ada sih kalau menurut aku semuanya udah cukup bagus. Dari segi konten yang mereka buat dan apa yang mereka iklan kan sudah cukup menarik perhatian masyarakat yang lihat

Transkrip Wawancara Narasumber

Nama : Lilianawati
Jabatan : Karyawan Swasta
Tanggal Wawancara : 18 Februari 2022

Peneliti : Sebelumnya terimakasih karena telah meluangkan waktunya untuk wawancara, boleh diperkenalkan dirinya terlebih dahulu?

Narsum : Iya gapapa, nama aku Lilianawati, saat ini bekerja sebagai salah satu karyawan travel agent di jakarta

Peneliti : Saat ini banyak minuman kekinian dari berbagai macam brand, nah dari banyaknya brand minuman tersebut, apa saja yang kaka tau?

Narsum : Iya banyak banget ya sekarang brand minuman, apalagi yang boba-boba gitu, banyak sih yang aku tahu kaya kokumi, chatime, hop-hop, haus, xiboba masih banyak lg sih tp itu mungkin yg sering dibeli

Peneliti : Apa yang di pikirkan kaka ketika ingin membeli sebuah minuman dari sebuah brand?

Narsum : Lebih ke rasa yang disajikan apa dan sesuai ga dengan kriteria minuman kita kaya dia itu cair atau smoothies pake topping atau polosan dan harganya worth it atau engga

Peneliti : Apakah kaka mengetahui brand minuman Haus?

Narsum : Tau dong, minuman Haus itu aku suka lihat storenya di beberapa titik wilayah gitu

Peneliti : Bagaimana awal kaka mengetahui brand minuman Haus tersebut?

Narsum : Karena sering liat ajasih dijalan dan kaya unik aja dari nama dan tempatnya jadi penasaran akhirnya suatu saat pernah cobain beli di salah satu store dekat tempat kerja

Peneliti : Ketika kaka melihat atau mendengar brand minuman Haus apa yang terpikirkan oleh kaka?

Narsum : Unik karena namanya Haus dan jadi kaya Haus beneran sih, akhirnya jadi pengen cobain tipe minumannya kaya apa

Peneliti : Apakah kaka tau tagline dari brand Haus?

Narsum : “Semua berhak minum enak” sih kayanya yah, karena general gitu kata-katanya jadi bikin inget hehe

Peneliti : Apakah kaka mengikuti semua media social dari brand Haus, seperti instagram, tiktok, facebook dll?

Narsum : Kalo untuk sekarang sih belum dan kebetulan emang jarang follow akun makanan atau minuman gitu sih, lebih ke akun yg bikin konten promo semua restaurant aja kaya katalag promosi di instagram gitu

Peneliti : Apakah kaka pernah melihat konten yang dibuat oleh Haus di media sosial, menurut kaka konten tersebut sudah menarik atau belum?

Narsum : Pernah sekilas, lihat kontennya di iklan story di instagram gitu. Kalau menurut aku udh cukup bagus

Peneliti : Apa yang paling diingat dari konten yang dibuat oleh Haus di media social?

Narsum : Hmm apa yah, lebih kepada promonya gitu sih. Karena kan jadi bikin kita baca term and conditionnya buat beli pake promo tersebut

Peneliti : Kaka pernah atau sering lihat iklan Haus, dimana kaka lihat iklan tersebut?

Narsum : Baru di instagram aja sih untuk sekarang ya

Peneliti : Apa yang paling diingat dari iklan tersebut?

Narsum : Kalo aku lebih inget promo yang dibuat mereka untuk pembelian di store atau lewat aplikasi kayak grabfood atau gofood gitu

Peneliti : Menurut kaka apa yg membedakan brand minuman Haus dengan brand yang lainnya?

Narsum : Kurang lebih sama kaya yg lain tapi mereka dari segi harga dan rasanya lumayan bersaing sih

Peneliti : Dari digital marketing brand Haus yang pernah kaka lihat, kira-kira apa kurang dan lebihnya dalam memasarkan brand tersebut?

Narsum : Untuk kurangnya paling harus dimaksimalkan lagi dalam frekuensinya aja yang kayaknya kurang sering gitu. Jadi masih ada masyarakat yang belum familier dengan brand minuman Haus. Harus sering mencoba berbagai metode yang digunakan dalam promosi sih.

Transkrip Wawancara Narasumber

Nama : Saputri Julina
Jabatan : Pelajar
Tanggal Wawancara : 23 Februari 2022

Peneliti :Sebelumnya terimakasih karena telah meluangkan waktunya untuk wawancara, boleh diperkenalkan dirinya terlebih dahulu?

Narsum :Iya boleh ka, namaku Saputri Julina, pelajar SMP kelas 9

Peneliti : Saat ini banyak minuman kekinian dari berbagai macam brand, nah dari banyaknya brand minuman tersebut, apa saja yang kaka tau?

Narsum : Apa yah, banyak sih cuma yang biasa dibeli itu ada Xie Bo ba, Chatime, Es The, Haus, Street Boba, Mixue dll

Peneliti : Apa yang terlintas di pikiran kaka ketika ingin membeli sebuah minuman dari sebuah brand?

Narsum : Harus enak dan murah pastinya hehe

Pelajar : Apakah kaka mengetahui brand minuman Haus?

Narsum : Tau

Peneliti : Bagaimana awal kaka mengetahui brand minuman Haus tersebut?

Narsum : Awalnya tahu minuman Haus dari konten Tiktok mereka yang muncul di Fyp aku, nah dari situ baru tahu ada minuman namanya Haus.

Peneliti : Ketika kaka melihat atau mendengar brand minuman Haus apa yang terpikirkan oleh kaka?

Narsum : Murah dan enak

Peneliti : Apakah kaka tau tagline dari brand Haus?

Narsum : apa yah, ga tau kak hehe

Peneliti : Apakah kaka mengikuti semua media social dari brand Haus, seperti instagram, tiktok, facebook dll?

Narsum : Follow sih ga ka, cuma pernah sempet lihat-lihat aja konten mereka di media social kayak di Tiktok sama Instagram

Peneliti : Apakah kaka pernah melihat konten yang dibuat oleh Haus di media sosial, menurut kaka konten tersebut sudah menarik atau belum?

Narsum : Pernah, udah menarik kok ka

Peneliti : Apa yang paling diingat dari konten yang dibuat oleh Haus di media social?

Narsum : Apa yah, biasanya lebih ke aktivitas bartender mereka waktu saat buat minumannya, sama biasanya mereka buat meme gitu yg menghibur

Peneliti : Kaka pernah atau sering lihat iklan Haus, dimana kaka lihat iklan tersebut?

Narsum : Pernah ka, lihat iklannya di beranda instagram sama akun instagram influencer gitu yang lagi review minuman dan produk baru mereka.

Peneliti : Apa yang paling diingat dari iklan tersebut?

Narsum : Biasanya promo buy 1 get 1 pada saat launching store baru, sama ngasih tau produk yg baru mereka mereka launching gitu ka

Peneliti : Menurut kaka apa yg membedakan brand minuman Haus dengan brand yang lainnya?

Narsum : Sama aja sih kayaknya, mungkin kalau Haus lebih sering promo sih, jadi makanya sering beli hehe

Peneliti : Dari Digital Marketing brand Haus yang pernah kaka lihat, kira-kira apa kurangnya dalam memasarkan brand tersebut?

Narsum : Apa yah, kalau menurutku sih kurang dalam beriklan di media sosial atau media digital lainnya. Soalnya aku jarang nemuin iklan Haus di media sosial lain, hanya lebih sering di instagram aja.

Dokumentasi Penulis Dengan Key Informan

Penulis melakukan wawancara dengan key informan yaitu Hasbi, selaku SPV dari salah satu store brand minuman Haus Indonesia.



Dokumentasi Penulis Saat Mengikuti Salah Satu Live

Peneliti mengikuti salah satu live yang diadakan oleh Haus! di Instagram bersama dengan salah satu influencer dan juga pengumuman acara giveaway.

