

LAMPIRAN 1

INSTRUMEN HASIL WAWANCARA

INSTRUMEN WAWANCARA

“STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MENARIK MINAT BELI KONSUMEN MELALUI MEDIA E-COMMERCE PADA WAHYURABBIT SELAMA MASA PANDEMI COVID-19”

Key Informan

Profil Identitas Informan

Penelitian tentang Strategi Komunikasi Pemasaran pada WahyuRabbit di Karang Satria dimana salah satu metode nya adalah metode wawancara. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara dengan 3 orang narasumber baik yang tercatat sebagai Owner WahyuRabbit;Admin daripada WahyuRabbit;serta Pembeli daripada WahyuRabbit. Dibawah ini adalah satu wawancara dengan Wahyudi selaku *Owner*,dengan usia yang menginjak 27 tahun . Wahyudi sendiri mempertahankan usaha kelinci nya sekitar kurang lebih 4 tahun yang beralamat di Karang Satria. Usaha Wahyudi adalah salah satu usaha sampingan dimana Wahyudi mempunyai pekerjaan tetap di PT Mitsubishi Motors Indonesia. Wawancara ini dilakukan pada tanggal 07 Februari 2022 yang bertempat di rumah Owner yaitu di Karang Satria.

Pertanyaan

1. Apakah yang dimaksud WahyuRabbit?

WahyuRabbit adalah salah satu sebuah bisnis beternak kelinci di wilayah Karang Satria. Dengan nama peternakan WahyuRabbit yang diambil daripada nama owner sendiri yautu Wahyudi. Bisnis ini didasari dari hobi iseng-iseng pada zaman Covid-19 sehingga saya memutuskan untuk mendirikan usaha ini.

2. Sejak Kapan Didirikan?

Sejak tahun 2019 dan juga saya membuat kandang mengikuti juga pada tahun 2019

3. Apa saja produk dan jenis kelinci apa saja yang dihasilkan oleh WahyuRabbit?

Produk nya ada berbagai jenis dari kelinci, mulai dari kelinci lokal. Salah satu yang paling laku atau *Best Seller*. Ada juga jenis kelinci English Anggora dan juga ada jenis kelinci Fujilop. WahyuRabbit juga menjual alat-alat untuk mendukung peternakan. Ada Nipple Water juga ada juga gerabah atau biasa orang nyebut pangan kering. WahyuRabbit juga menjual seperti tempat untuk makan kelinci hingga *fortrest* (Tempat alas kandang).

4. Dari produk yang sudah dijelaskan tersebut, bisa dijelaskan bagaimana strategi produk yang dilakukan WahyuRabbit dalam menarik minat beli konsumen?

Kalau untuk segi kualitas WahyuRabbit sudah tidak diragukan lagi seperti dalam memilih jenis kelinci. Kelinci yang dipakai banyak jenisnya mulai dari lokal maupun hingga non-lokal. Salah satunya adalah yang paling *best-seller* yaitu kelinci lokal. Lalu kita ada kelinci English anggora dan juga ada kelinci *fujilop*. Tentunya dengan banyak jenis yang ada tidak semua harga sama. Kita menentukan harga disesuaikan dengan kategori jenis kelinci nya. Untuk kualitas lain seperti kebersihan kandang sudah pasti terjaga kebersihannya, jangan diragukan. Saya dan juga karyawan saya selalu rutin membersihkan kandang seminggu empat kali. Karena berdasarkan pengalaman kalau tidak dijaga kebersihannya hal itu bisa ngaruh ke kesehatan kelinci nya sehingga bikin kelinci cepet mati. Ga Cuma itu tapi saya dan karyawan juga rutin ngasih makan ke tiap kelinci supaya kelinci nya sehat dan gembul. Dan konsumen juga makin terpengaruh buat beli produk kita.

5. Untuk penentuan harga sendiri strategi seperti apa yang diterapkan oleh WahyuRabbit?

Tidak semua jenis kelinci harga nya sama, tergantung dari jenis apa yang diinginkan oleh konsumen. Dengan harga yang bervariasi tersebut memudahkan WahyuRabbit dalam menentukan target pasar serta pastinya untung dan rugi nya.

6. Media Pemasaran apa saja yang disasar oleh WahyuRabbit? Dan bagaimana bentuk promosi yang dilakukan oleh WahyuRabbit?

WahyuRabbit memang melakukan promosi di berbagai sosial media yang ada salah satunya adalah tiktok dan juga Youtube. Namun WahyuRabbit lebih fokus menggunakan media E-Commerce yaitu salah satunya adalah Shopee. Kalau untuk Youtube sendiri promosi yang dilakukan adalah dengan membuat salah satu content video yang bertujuan untuk mengedukasi baik dari konsumen juga bagi komunitas kelinci. tapi menurut saya dari Tiktok dan Youtube pembeli WahyuRabbit lebih banyak yang tau WahyuRabbit lewat tiktok padahal penonton atau viewers nya ga seberapa justru lebih banyak viewers Youtube sepengetahuan saya. Alasan saya lebih fokus ke E-Commerce terutama Shopee karena untuk dimaksudkan untuk mempermudah proses transaksi jual beli WahyuRabbit.

7. Mengapa team WahyuRabbit memilih Shopee sebagai media promosi yang difokuskan?

Saya memilih Shopee sebagai media untuk promosi dikarenakan yang pertama sistem aplikasinya lebih gampang untuk digunakan. Kalau pakai Shopee juga lebih bisa menghemat biaya karena untuk penjualan sendiri WahyuRabbit sendiri belum mempunyai kantor hanya ada kandang untuk melakukan ternak kelincinya saja, dan juga lebih bisa menghemat pengeluaran untuk sewa karyawan dimana karyawan saya kebetulan hanya dua orang yaitu yang bertugas sebagai admin dan driver ojek online yang siap mengantarkan kelinci ke Jabodetabek area. Dan saya harapannya dengan adanya peningkatan promosi di Shopee ini dapat membuat pelanggan bisa tambah lebih banyak. Dan juga saya dan karyawan saya juga sangat senang dengan adanya Shopee ini dimana fitur yang ada membuat WahyuRabbit lebih dikenal masyarakat dan menarik minat beli pelanggan. Seperti contohnya fitur penilaian atau bintang lima yang ada di Shopee. Sepengetahuan saya kalau ada konsumen yang berbelanja dan memberikan bintang lima itu berpengaruh juga buat kelangsungan tokonya. Dan juga yang saya senang dari Shopee pelanggan bisa memberikan review berupa gambar maupun review tertulis seperti komen dan sebagainya

8. Siapakah target pasar daripada WahyuRabbit?

Target pasar daripada WahyuRabbit sendiri adalah dibagi sesuai karakter dan kebutuhan konsumen. Kelompok sasaran target konsumen yang menjadi target WahyuRabbit yaitu kisaran usia 17-40 tahun baik yang berpenghasilan bawah hingga menengah ke atas yang aktif menggunakan dalam teknologi digital khususnya media sosial. Terutama

WahyuRabbit lebih fokus ke E-Commerce dan penggunaan E-Commerce juga belum tentu semua orang bisa menguasai hal itu, apalagi dalam hal transaksi jual beli”

9. Apa yang membedakan antara WahyuRabbit dengan peternakan kelinci maupun peternakan hewan lainnya?

Menurut saya untuk wiyah Karang Satria sendiri WahyuRabbit bisa dibilang sebagai pelopor dalam peternakan kelinci namun untuk yang membedakan dengan peternakan hewan lainnya menurut saya terletak bagaimana WahyuRabbit bisa terkoneksi dengan konsumen contohnya adalah WahyuRabbit memneningkan kepuasan pelanggan supaya yang awalnya hanya pelanggan iseng-iseng bisa menjadi pelanggan tetap. Ada pepatah yang mengatakan bahwa pembeli adalah raja maka hal itulah yang kami terapkan. Dan juga konsumen bisa memilih sistem yang digunakan untuk pengantaran. Bisa menggunakan via ojek online, bisa juga untuk sistem COD, dan juga konsumen bisa datang langsung ke tempat WahyuRabbit nya sendiri. Dan juga konsumen tidak perlu bingung mencari alamat WahyuRabbit dikarenakan sudah tertera di Google maps hanya dengan mengetikkan Wahyu Rabbit maka nanti akan muncul sendiri di google maps.

10. Menurut anda sebagai owner apakah kekuatan (Strenght),kelemahan (weakness), peluang (opportunity) serta hambatan (threat) yang dihadapi oleh WahyuRabbit?

- Kekuatan (Strength)

Mungkin kalau dari saya pribadi bisa ditelusuri dari berbagai produk yang ditawarkan dari WahyuRabbit sendiri dimana produk yang dihasilkan disini amat kita jaga kebersihan nya serta pola makan nya sehingga menghasilkan kelinci yang sehat juga. Terus juga kalau dari yang saya telusuri juga seperti yang sudah saya jelaskan di awal kita sangat menghargai keberadaan pembeli. Pembeli maunya apa sebisa mungkin kita hargai dan kita turuti supaya bisa jadi pelanggan setia.lalu juga kita selalu menyediakan stock yang dijamin ready untuk kebutuhan konsumen sehingga konsumen tidak perlu menunggu atau ikut PO untuk pesanan nya sendiri karena dijamin barang nya ready.

- Kelemahan (weakness)

Mungkin kalau untuk kelemahan nya disini untuk toko nya sendiri kita belum bisa dirikan dikarenakan karena usaha ini tergolong baru mungkin yaaa,jadi untuk sementara jika ada konsumen yang ingin datang langsung ke tempat WahyuRabbit maka bisa mengunjungi rumah owner yang bersebelahan persis dengan kandang kelinci WahyuRabbit.

- Peluang (Opportunity)

Untuk peluang sendiri karena WahyuRabbit bisa dibilang sebagai pelopor dalam peternakan kelinci di wilayah Karang Satria maka hal itulah yang saya jadikan peluang sebenarnya dan juga alasan kenapa saya ingin membuka usaha peternakan kelinci ini.

- Hambatan (Threat)

Hambatan nya mungkin dari segi pesaing mungkin karena kan mungkin saja posisi WahyuRabbit bisa tergantikan dengan usaha peternakan kelinci maupun hewan lainnya. Namun saya pribadi percaya saja dengan yang sudah dijalankan karena biasanya rejeki tidak akan kemana. Dan juga WahyuRabbit sudah semaksimal mungkin dalam melayani konsumen juga dalam berbagai promosi yang sudah ada.

11. Berdasarkan wawancara diatas tadi saya sempat tertarik dengan salah satu content Youtube WahyuRabbit yang dijadikan salah satu strategi untuk menarik minat pembeli,mengapa anda melakukan cara demikian dan impact apa yang dihasilkan daripada content tersebut?

Hal tersebut sebenarnya saya lakukan supaya bisa menjangkau luas target konsumen juga. Karena video yang saya beri judul “kandang kelinci dari kawat galvanis” mendapatkan respon yang positif dari viewers saya. Tujuan saya juga agar orang orang jadi tau mengenai WahyuRabbit dari video yang saya buat. Kemudian dari video yang saya unggah pada saat itu membuat nama penjualan WahyuRabbit pada saat itu cukup melesat dibandingkan dengan penjualan sebelumnya.

12. Dalam strategi promosi yang dilakukan oleh WahyuRabbit sepemahaman saya ada beberapa komponen yaitu ada Digital Marketing dan juga ada Personal Selling,bisa dijelaskan sedikit aksi konkret yang dilakukan terhadap beberapa komponen tersebut?

Saya pribadi pun tidak paham betul bagaimana saya memilih promosi WahyuRabbit ke dalam beberapa komponen yang jelas untuk Digital Marketing sendiri seperti yang sudah dibahas dimana saya memanfaatkan sosial media yang sekarang sedang ngaruh-ngaruh ya atau mungkin digandrungi, makanya saya menjajal mempromosikan lewat Tiktok dan Youtube. Nah tapi kalau untuk Personal Selling sendiri mungkin saya bisa bilang mencari peluang di setiap kesempatan. Dimana ada peluang disitu saya gas teruss.. saya lihat di daerah Bekasi banyak juga yang mendagangkan jualan nya dengan turun ke jalan raya jadi saya berfikir kenapa saya tidak lakukan juga. mungkin itu alasan saya untuk turun ke jalan dan hasilnya juga lumayan memuaskan karena banyak berbondong bondong pembeli membeli produk WahyuRabbit itu.

Informan

Profil Identitas Informan :

Berikut adalah cuplikan wawancara penulis dengan Reni Maharanie (25 Tahun) selaku admin daripada WahyuRabbit. Reni sendiri adalah satu satunya karyawan di WahyuRabbit. Dan sudah bergelut di pekerjaan sebagai admin selama kurang lebih dua tahun sejak tahun 2020. Wawancara ini pun dilaksanakan pada tanggal 07 Februari 2022 yang berlokasi di rumah Wahyudi (Owner).

1. Dalam bertugas sebagai admin pada WahyuRabbit, bisa dijelaskan tugas dan tanggung jawab anda selama menjadi admin di WahyuRabbit?

Dalam bertugas sebagai admin saya disini bertugas dalam mengelola pencatatan produk yang sudah berhasil terjual atau pencatatan gudang seperti jumlah stock kelinci yang tersisa serta jumlah barang lainnya seperti gerabah atau pakan kelinci dan sebagainya. Saya juga ditugaskan dan diberi tanggung jawab penuh dalam mengelola account Shopee WahyuRabbit. Bisa dibilang saya sebagai full admin dalam usaha ini.

2. Sebagai seorang admin menurut anda mengapa strategi komunikasi pemasaran penting untuk diterapkan?

Penting karena menurut saya dengan adanya strategi ini, dapat diharapkan usaha WahyuRabbit ini berjalan dengan efektif dan terencana.

3. Apa yang membedakan antara WahyuRabbit dengan peternakan kelinci maupun peternakan hewan lainnya?

Menurut saya mungkin dari pelayanan yah...karena contoh kecil misalnya bisa diliat dari segi packing. Mungkin kalau peternak lain ga akan mau repot repot buat kemas pesanan kelinci sebegitu rapihnya. saya sendiri turun langsung ke dalam bagian packing. WahyuRabbit sendiri memiliki cara packing tersendiri. Hal itu dilakukan agar tidak mengurangi kepuasan konsumen dalam berbelanja di WahyuRabbit. Soalnya biasanya banyak pedagang kelinci yang hanya menggunakan karung saja namun kami memberikan

pelayanan ekstra supaya kelinci sampai dengan selamat di tangan konsumen. Terus juga tadinya kita di bagian packing itu hanya ucapan terimakasih pakai kertas biasa tapi karena kita pingin konsumen lebih puas lagi makanya saya dan owner punya ide buat bikin kartu ucapan yang rapi dicetak gitu. Yaaa tujuannya sih supaya konsumen merasa puas dan bikin dia balik lagi buat belanja disini istilahnya mah loyalitas lah mungkin.

4. Menurut anda sebagai admin apakah kekuatan (Strength),kelemahan (weakness), peluang (opportunity) serta hambatan (threat) yang dihadapi oleh WahyuRabbit?

- Kekuatan (Strength)

Yaaa kalau menurut saya sih karena lokasi nya juga strategis gampang buat dicari secara kan WahyuRabbit sendiri udah ada di google maps terus juga produk kita semua dijamin ready semua. Terus juga kita banyak pilihan mau dianter pake apa sesuai request customer aja. Bisa pake COD,pake ojek online atau bisa datang langsung ke tempat kita. Terus juga WahyuRabbit bener bener mikirin kualitas kayak contoh nya perawatan kelinci nya,kebersihan kandang supaya juga konsumen ngerasa worth it buat beli kelinci di WahyuRabbit.

- Kelemahan (Weakness)

Mungkin kelemahan nya kurang luas lagi media sosial yang dipake buat promosi. Karena setau saya Owner fokus nya ke Tiktok,Youtube sama penjualan secara langsung contohnya kayak turun ke jalan. Mungkin saran saya bisa nyasar ke Instagram karena saya lihat banyak yang pake Instagram buat dijadiin lapak buat promosi. Sama mungkin bisa nyasar ke berbaagi E-Commerce ga Cuma Shopee aja jadi makin berkembang usaha ini.

- Peluang (Opportunity)

Peluang nya kalau menurut saya karena WahyuRabbit terbilang usaha pertama berbasis peternakan disini di Karang Satria ini makanya banyak peluang terbuka. Terus juga peluang nya bisa dilihat karena lagi Covid-19 makanya banyak orang yang gabut yaa

kalau istilahnya nah makanya mungkin daripada gatau mau ngapain jadi pelihara hewan salah satu alternatif nya dan juga kan kelinci gampang untuk diurus.

- Hambatan (Threat)

Mungkin yang jadi ancaman buat WahyuRabbit sendiri muali banyak pesaing pesaing yang harga nya mungkin relative jauh lebih murah daripada WahyuRabbit jadi itu yang bikin agak khawatir. Tapi kalau saya percaya sih kalau kita perlakukan pembeli dengan baik insyallah pembeli bakal setia juga ke WahyuRabbit.

5. Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, dimana anda bertugas memegang dan bertanggung jawab penuh terhadap akun sosial media WahyuRabbit. Menurut anda apakah strategi komunikasi yang diterapkan di sosial media selama ini apakah sudah berhasil dalam menarik minat beli konsumen?

WahyuRabbit sendiri bisa dibidang usaha yang merintis kecil, dimana fasilitas belum memadai namun yang membuat WahyuRabbit bisa dikenal lumayan alhamdulillah luas itu karena kita melebarkan sayap ke beberapa sosial media. Ga tanggung tanggung kita juga kadang turun ke jalan untuk nyari konsumen. Menurut saya alhamdulillah nya dengan adanya penerapan promosi yang dilakukan di sosial media contohnya tiktok dan Youtube bisa menjangkau luas konsumen dan menarik minat beli konsumen juga tentunya. Terbukti dari ada beberapa konsumen yang kadang saya suka iseng iseng tanya tau WahyuRabbit darimana dan alhasil mereka menjawab dari video Youtube dan juga tiktok nya. Terus juga langkah kita yang sering melakukan penjualan dengan turun ke jalan juga berdampak bagus karena mulut ke mulut mungkin yah saya rasa.

6. Menurut anda faktor apa saja yang mempengaruhi strategi komunikasi pemasaran WahyuRabbit dalam menarik minat beli konsumen?

Menurut saya factor nya banyak yahh tapi yang paling pegang peran penting di bagian promsoi ini ya tentu aja promosi kita ke sosial media juga dengan bantuan Shopee yang bikin semuanya jadi serba gampang sih kalau menurut saya. Terus juga seperti yang sudah saya jelaskan dan owner jelaskan kalau kita memperlakukan konsumen kita dengan sebaik mungkin. Seperti segi kualitas produk terus juga adanya hal hal kecil yang menurut orang

lain itu sepele ya tapi menurut saya itu bisa ambil hati customer dan bikin customer jadi puas dan pingin belanja lagi di WahyuRabbit ini.

Informan

Profil Identitas Informan :

Dibawah ini adalah cuplikan wawancara penulis dengan salah satu konsumen daripada WahyuRabbit. David (22 Tahun) dimana beliau sendiri merupakan salah satu pelanggan yang cukup sering untuk berbelanja di WahyuRabbit. David sendiri memang memiliki hobi untuk memelihara berbagai hewan salah satunya adalah kelinci. Wawancara ini dilakukan pada tanggal 25 Februari 2022 dan berlokasi di rumah beliau di Harapan Indah, Bekasi.

1. Darimanakah anda mengetahui WahyuRabbit sendiri?

Saya mengetahui WahyuRabbit karena pada waktu itu saya sedang scroll beranda Youtube nah kemudian ga sengaja saya melihat Youtube nya mas wahyudi ini tentang cara membuat kandang dari kawat galvanis nah dari situ saya tertarik buat menghubungi kontak nya, karena saya pribadi memang ada keinginan untuk menambah kelinci peliharaan saya.

2. Mengapa memutuskan untuk membeli produk terutama kelinci di WahyuRabbit ini sendiri?

Mungkin karena pada saat itu saya punya mindset setelah menonton Youtube WahyuRabbit saya punya pikiran karena disitu mas wahyudi menjelaskan dengan sangat detail dan terampil jadinya saya tertarik untuk membeli produk kelinci disitu. Karena saat itu saya berfikir kalau di video saja dia bisa rapih dan telaten membuat kandang maka pasti produk kelinci nya juga pasti good quality semua. Dan dugaan saya pun benar saya selalu puas untuk belanja di WahyuRabbit. Dan sekarang sudah menjadi seperti teman ga hanya itu kadang juga owner nya alias mas wahyudi ngajarin saya acara ngerawat kelinci dan cara kasih makan yang benar supaya kelinci nya ga cepat sakit.

3. Sudah berapa kali anda membeli produk dari WahyuRabbit sendiri?

Sudah kebetulan hampir tiap bulan ya

4. Bisa kita lihat kalau WahyuRabbit menggunakan Shopee sebagai E-Commerce untuk proses transaksi jual beli. Bagaimana tanggapan anda terhadap hal tersebut?

Menurut saya sangat smart yaaa karena kan kita sekarang apa apa serba digital dan online. Ditambah juga saya baru kali ini ngeliat ada akun shopee yang isi produk nya itu kelinci. Which means good lah karena saya pikir tadinya saya harus datang jauh jauh ke Karang Satria tapi ternyata WahyuRabbit punya sistem COD dan juga pengantaran online ke seluruh Jabodetabek, wahh makin seneng aja saya. Terus juga E-Commerce yang dipilih pun Shopee jadi bikin namah gampang lagi. Karena to be honest saya kurang nyaman pakai E-Commerce lain Karena ya itu ga user friendly.

5. Apakah anda pernah berbelanja kelinci di peternak lain?

Sejauh ini belum sih karena WahyuRabbit so far so good lah

6. Apakah anda mempunyai saran untuk WahyuRabbit sendiri?

Saran saya mungkin WahyuRabbit bisa buka cabang offline store di kota Bekasi karena jujur aja Karang Satria udah masuk wilayah Kabupaten dan itu jauh banget mungkin aja bisa buka offline store di Harapan Indah mungkin. Karean saya juga kadang kadang pengen banget berbelanja secara langsung di WahyuRabbit.

LAMPIRAN 2

DOKUMENTASI WAWANCARA DENGAN KEY INFORMAN DAN INFORMAN

Wawancara dengan Wahyudi selaku Owner WahyuRabbit



Wawancara dengan Reni selaku Admin WahyuRabbit



Wawancara dengan David selaku informan (konsumen WahyuRabbit)



LAMPIRAN 3

ABSEN

Universitas
Esa Unggul
Kampus Bekasi

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
Program Studi Ilmu Komunikasi
Jl. Raya Petah, Sektor 01, Lembang, Bekasi 17132
021-5614223 (Pusat), 021-7046062/021-7046727

KARTU ABSENSI BIMBINGAN
KULIAH KERJA PRAKTEK/SEMINAR & TEK. PENULISAN ILMIAH/TUGAS AKHIR

NAMA: Cindy Noviany Linardy
NIM/PEMINATAN: 20180101027 / Marketing Komunikasi
NO. TELP/EMAIL: 081298109827 / cindylinardy@gmail.com
JUDUL: Strategi Komunikasi Persiapan dalam menyambut masa
baru komunikasi melalui media E-commerce pada kelompok studi
SIAMCA pasca pandemi covid-19

DOSEN PEMBIMBING: Esti Nura Bramyati, S.S.N.II

No	Tanggal	Bab	Catatan Pembimbing	TTD Pembimbing
1	04 April 2022	4	Revisi sub judul pada bab 4	Bhuil
2	09 April 2022	4	Perbaiki wawancara narasumber	Bhuil
3	11 April 2022	4	Perubahan dan bab 2 ditanya	Bhuil
4	13 April 2022	4	Revisi wawancara ahli wawancara	Bhuil
5	14 Mei 2022	5	Revisi sub bab (5.1)	Bhuil
6	17 Mei 2022	5	Revisi penggunaan data-data yg sudah	Bhuil
7	21 Mei 2022	5	Revisi sub bab dan perubahan sub bab	Bhuil
8	04 Juni 2022	6	Revisi Perbandingan teori	Bhuil
9	12 Juni 2022	6	Revisi Saran	Bhuil
10	15/6/2022		Acc. Suling, Staphy/TA	Bhuil

Kartu absensi bimbingan minimal 10 pertemuan/ambimbingan

Mahasiswa
Cindy Noviany Linardy
(Mahasiswa)

Mengetahui,
(Dosen Pembimbing)