

LAMPIRAN

Transkrip Wawancara

Narasumber : Yossy Widyasto, S.Sos.

Jabatan : Store Manager Maddog Infected

1. kegiatan apa saja yang dilakukan *Maddog Infected* dalam membentuk citra positif perusahaan dan mempromosikan *brand* tersebut ?

Jawab :

Pada dasarnya *clothing brand* hanya diketahui oleh orang-orang tertentu dan pasarnya juga tidak terlalu luas. Awalnya kita hanya memberi dukungan berupa produk dan *fresh money* untuk acara komunitas *indie*, *band* lokal, BMX, dan *skate*. Seiring berjalannya waktu kita berusaha agar dapat menyeimbangkan targer market dan membentuk citra positif supaya lebih dikenal masyarakat luas dengan menjadi *sponsorship* untuk acara-acara umum seperti pensi sekolah, acara kampus, menjalin kerjasama dengan cafe dan hotel. Untuk *customers*, selain memberikan pelayanan terbaik kita juga memberikan *rewards* berupa *giveaway* hingga *voucher* potongan harga di hari ulangtahun *customers*.

2. Media dan sarana apa saja yang digunakan oleh *Maddog Infected* dalam menunjang program maupun informasi kepada *customers* ?

Jawab :

Untuk media sosial kita menggunakan *Instagram* sebagai sarana saat sedang melangsungkan sebuah program maupun dalam menyampaikan informasi. Media cetak kita menggunakan majalah yang ada di Kota Solo seperti majalah *Hype* dan majalah *Paduan* sebagai sarana iklan dan penyampaian informasi, media cetak lainnya seperti *round tag*, dan baliho juga pernah kita gunakan. Untuk media *partner* kita bekerja sama dengan Radio yaitu Solo Radio ketika *Maddog Infected* sedang melangsungkan sebuah program seperti potongan harga pada momen tertentu.

3. Apakah *Maddog Infected* menerapkan sistem *endorsemen* ? Jelaskan dan berikan contohnya !

Jawab :

Kerjasama *endorsemen* dengan *talent* ada yang *contract* dan *non-contract*. Fungsi dari *talent* tersebut adalah untuk membantu mempromosikan produk *Maddog Infected* dan diwajibkan mengenakan produk *Maddog Infected* pada saat *perform*, karena mereka dinilai memiliki pengaruh dan *followers* dalam bidang *entertainment*. *Talent* dalam kategori *contract* setiap satu bulan sekali mendapat produk dan *fresh money*, untuk *non-contract* mendapat produk hanya ketika *perform* dan sifatnya tidak rutin. Untuk contoh *talent* yang *contract* pada tahun 2018 seperti drummer dari band “*Down For life*” yaitu M. Latief. *Contract* akan diperpanjang setelah tiga bulan sekali, *talent* mendapat produk dan *fresh money* satu bulan sekali. *Talent* juga mendapat tambahan produk dan nominal *fresh money* ketika *event* tertentu, hal itu juga didapatkan M. Latief ketika band “*Down For Life*” mewakili Indonesia di *Wacken Open Air* 2018 yang di selenggarakan di Jerman. Untuk *talent non-contract* kita memberikan *support* ketika *event* tertentu, biasanya dari luar kota salah satunya Jakarta yaitu gitaris band “*Divide*” Pradipta Beawiharta ketika melakukan *tour* bersama Elnanda Utomo pada tanggal 12-13 Mei 2022 dari Jakarta hingga Lombok yang mendapatkan *support* produk selama *tour* tersebut. Ada juga contoh *talent* lain yang pernah menjalin hubungan kerjasama *non-contract* dengan *Maddog Infected* seperti Abraham Kevin (*Indonesian Idol* 2018) ketika *perform* di salah satu Universitas di Kota Solo pada tahun 2018 dan Andela Yuwono (eks *JKT 48*) yang menjalin kerjasama *non-contract* berupa foto produk dan *paid promote* tahun 2018 sampai 2019. *Maddog Infected* memiliki kriteria tertentu terhadap pemilihan *talent*, tentunya yang masih sesuai dengan citra yang ingin dibentuk oleh perusahaan.

4. Event apa saja yang pernah diikuti *Maddog Infected* ?

Jawab :

Event yang kita ikuti kalau untuk kategori umum seperti “*Solo Great Sale*”. Untuk *event* yang lebih spesifik seperti pameran *clothing* contohnya “*Indie Clothing Carnival*” dan “*Jakcloth*” yang biasanya diadakan di Kota

Jakarta, Surabaya, Malang, Semarang, Jogja, dan Solo. Ada juga *event sneakers* (pameran sepatu) salah satunya *Sole vacation* tahun 2018 di *Ambarukmo Plaza* Jogja.

5. Bagaimana *Maddog Infected* menggunakan sosial media sebagai sarana promosi dan penjualan ?

Jawab :

Maddog Infected menggunakan *Shopee* dan *Tokopedia* untuk penjualan *online*. Kita menyediakan katalog produk dan memaksimalkan layanan *direct mail* dengan *customers* sehingga *customers* dapat melakukan proses pemilihan sampai pembelian produk dengan mudah dan jelas.

6. Hubungan kerjasama antara *Maddog Infected* dengan *reseller*, apakah ada event khusus pada momen tertentu ?

Jawab :

Untuk *event* khusus dengan *reseller* biasanya pada momen ulangtahun *Maddog Infected* dan momen lebaran. Kita memberi penawaran potongan harga yang lebih besar kepada *reseller* dalam jangka waktu tertentu.

7. Bagaimana cara *Maddog Infected* dalam menjalin hubungan dengan *customers* ? Apakah ada strategi khusus dalam pelayanan *customers* ?

Jawab :

Tentunya kita selalu berusaha untuk memberi pelayanan terbaik kepada *customers offline* maupun *online*, selain itu kita juga sering mengadakan *giveaway* melalui sosial media yang tidak jarang juga pemenang *giveaway* tersebut berasal dari luar Kota Solo. Ada juga bentuk *rewards* lainnya seperti *member* yang diberikan kepada *customers* ketika melakukan pembelian dalam nominal tertentu.

8. Jika terjadi keluhan dari *customers*, bagaimana cara *Maddog Infected* mengatasinya dan apa saja faktor yang membuat hal itu terjadi ?

Jawab :

Keluhan yang terjadi biasanya dari *customers online* yang berbelanja melalui *Shopee* dan *Tokopedia*. Seperti salah *size*, warna, maupun desain produk. Faktor yang mempengaruhi bisa dari *customers* maupun tim

Maddog Infected. Contoh faktor kesalahan dari *customers* seperti kurang cermat saat memilih desain produk, *size*, maupun warna ketika melakukan pembelian produk melalui *Shopee* atau *Tokopedia*, sehingga produk yang diterima tidak sesuai dengan yang diharapkan. Contoh kesalahan dari tim *Maddog Infected* tidak jauh beda dari *customers*, yaitu kurangnya ketelitian dari tahap menerima pesanan sampai *packing* produk. Untuk solusinya kita memberi penawaran kepada *customers*, apakah produk tersebut tetap diterima atau di kembalikan dan diganti dengan produk sesuai pesanan yang diharapkan.

9. Bagaimana hubungan *Maddog Infected* dengan komunitas di Kota Solo dan masyarakat sekitar *Maddog Infected Store* ? Berikan contohnya !

Jawab :

Untuk hubungan dengan komunitas yang masih rutin salah satunya dengan komunitas *drummer* Kota Solo yaitu *Hammer*. Selain menyediakan jasa kursus bermain *drum*, mereka juga rutin melangsungkan kegiatan seperti *drum competition* yang dikonsep dalam bentuk *tour*. Contoh tahun 2016 *Maddog Infected* turut bekerjasama dengan menjadi salah satu sponsor *Hammer Drum Competition* yang dikemas menjadi sebuah kegiatan kompetisi yang dilangsungkan dari pulau Jawa hingga Bali, dan dari hasil seleksi tersebut para peserta yang terpilih akan mengikuti final kompetisi di Kota Solo. Pada tanggal 16 Oktober 2016 *Hammer* mengadakan final kompetisi di Kota Solo tepatnya di *El's Convention Center Paragon*. Acara tersebut juga menghadirkan salah satu *drummer* nasional yaitu Eno Gitara atau biasa dikenal Eno *NTRL*. Untuk hubungan dengan masyarakat sekitar *Maddog Infected Store* kita juga turut memberi dukungan contohnya pada saat lomba 17 Agustus dengan memberi *support* berupa *free produk* sebagai hadiah lomba warga sekitar.

10. Apakah *Maddog Infected* juga melakukan hubungan maupun kerjasama dengan *clothing brand* lain ?

Jawab :

Kita melakukan kolaborasi dengan *clothing brand* lain seperti kolaborasi produk, *giveaway* untuk *customers*, dan kerjasama *event*. Contoh kolaborasi produk, kita pernah bekerjasama dengan salah satu *brand* di Kota Solo yaitu *Argh Inspire* dengan menjual produk dari hasil kolaborasi desain antara *Maddog Infected* dan *Argh Inspire*. Untuk *giveaway* kita pernah berkolaborasi dengan *Familias* dari Kota Jogja. Tahun 2018 kita mengadakan *event* musik bersama *New Birth* yang juga dari Kota Solo dengan mengundang *band* dari Kota Jakarta (*Sunrise*), Bandung (*Hoolahoop*), Solo (*Fun As Thirty*).

11. Menurut pendapat anda, dengan semua program dan kegiatan yang telah dilakukan oleh *Maddog Infected* dari pelayanan *customers*, promosi, hingga kerjasama dengan pihak lain, mampu untuk mencapai citra positif yang diharapkan oleh perusahaan ?

Jawab :

Menurut saya, *Maddog Infected* selalu ingin memberikan kesan terbaik kepada *customers* dari segi pelayanan, bentuk promosi, hingga konten yang dikemas. Semua kegiatan tersebut dirancang untuk menggiring opini positif dari *customers*, agar *feedback* yang kita dapat juga positif. Tapi yang bisa menilai bagaimana citra sebuah perusahaan adalah *customers* itu sendiri. Dengan masih bertahan dan terus berkembang hingga saat ini, saya menilai semua kegiatan yang telah dilakukan *Maddog Infected* telah mampu membentuk citra positif yang diharapkan perusahaan kepada masyarakat khususnya *customers Maddog Infected*.

12. Dengan berbagai program dan kegiatan yang dilakukan *Maddog Infected*, menurut anda apakah *Maddog Infected* sudah menerapkan strategi Komunikasi Pemasaran terpadu/IMC (*Integrated Marketing Communication*) seperti iklan, pemasaran langsung, pemasaran interaktif, promosi penjualan, hubungan masyarakat, dan penjualan personal ?

Jawab :

Menurut saya *Maddog Infected* sudah menerapkan IMC. Karena telah menerapkan enam jenis IMC yaitu iklan, pemasaran langsung, pemasaran

interaktif, promosi penjualan, hubungan masyarakat dan penjualan personal.

13. Bagaimana contoh iklan yang dilakukan *Maddog Infected* ?

Jawab :

Untuk iklan, kita memiliki beberapa media dan sarana seperti Radio (Solo Radio), Majalah (*Hype* dan *Paduan*), kita juga pernah memasang iklan dengan *round tag* dan baliho. Sedangkan di media sosial kita melakukan iklan berbayar seperti *Instagram ads* dan *Shopee ads*.

14. Bagaimana cara *Maddog Infected* dalam menerapkan strategi pemasaran langsung ?

Jawab :

Pemasaran langsung kita lakukan kepada *reseller* dan calon *reseller* dengan melakukan *direct selling* ketika momen tertentu saat daya beli masyarakat meningkat contohnya lebaran. Hal ini kita lakukan untuk mendapat tanggapan maupun transaksi secara langsung dari konsumen yang menjadi sasaran.

15. Bagaimana cara *Maddog Infected* dalam menerapkan pemasaran interaktif ?

Jawab :

Kita melakukan pemasaran interaktif melalui *Shopee*. Dengan adanya katalog produk dan fitur *chat* pada sarana media tersebut, *customers* dapat lebih mudah dalam melakukan proses pemilihan sampai pembelian produk dan mendapat respon pelayanan yang cepat.

16. Program apa saja yang diterapkan *Maddog Infected* dalam melakukan promosi penjualan ?

Jawab :

Untuk promosi penjualan, contohnya program *member card* bagi *customers* dengan nominal pembelian tertentu. *Member card* tersebut dapat digunakan untuk memperoleh potongan harga.

17. Bagaimana dengan penerapan hubungan masyarakat di *Maddog Infected* ?

Jawab :

Hubungan masyarakat untuk mengetahui sikap publik terhadap program dan kegiatan yang telah dilaksanakan *Maddog Infected*, contohnya sikap atau tanggapan *customers* ketika *Maddog Infected* menjalin kerjasama dengan pihak lain seperti instansi maupun personal (*talent Maddog Infected*), ketika *Maddog Infected* mengadakan program seperti *giveaway*, potongan harga, dan *event* musik. Baik atau buruk tanggapan dan sikap *customers* akan menjadi tolok ukur pada kebijakan berikutnya.

18. Bagaimana penerapan penjualan personal di *Maddog Infected* ?

Jawab :

Penjualan personal untuk *customers offline* dilakukan oleh *shopkeeper Maddog Infected*, sedangkan untuk *customers online* dilakukan oleh admin penjualan *online*. Tugas mereka adalah untuk menawarkan dan menjelaskan tentang *brand knowledge* sebuah produk sehingga *customers* memiliki alasan yang kuat untuk membeli produk dari *Maddog Infected*. Penjualan personal juga bisa dilakukan oleh para *talent Maddog Infected* saat mempromosikan *brand Maddog Infected* karena bisa dikatakan mereka lebih memiliki *power* dan pengaruh yang lebih besar terhadap faktor emosional *customers* mengingat para *talent* tersebut adalah orang-orang yang bergerak dalam bidang *entertainment*.

Transkrip Wawancara

Nama : Daru Piambudi

Jabatan: : Marketing Manager

1. kegiatan apa saja yang dilakukan *Maddog Infected* dalam membentuk citra positif perusahaan dan mempromosikan *brand* tersebut ?

Jawab :

Maddog Infected membentuk citra positif dengan kegiatan *sponsorship*. Hal ini selain sebagai bentuk kepedulian terhadap pergerakan yang ada, juga menjadi media promosi yang positif bagi *Maddog Infected*. Bentuk kerjasama lain

berupa *endorsmen* kepada *talent* atau publik figur yang dianggap sesuai dengan citra *Maddog Infected*.

2. Media dan sarana apa saja yang digunakan oleh *Maddog Infected* dalam menunjang program maupun informasi kepada *customers* ?

Jawab :

Media dan sarana yang digunakan adalah sosial media *Instagram*, radio, dan majalah sebagai sarana media cetak.

3. Apakah *Maddog Infected* menerapkan sistem *endorsemen* ? Jelaskan dan berikan contohnya !

Jawab :

Ya, *Maddog Infected* menerapkan sistem *endorsemen*. *Talent* mendapatkan produk hingga *fresh money*, *talent* diwajibkan untuk turut mempromosikan *Maddog Infected* pada saat *perform* dan melalui media sosial mereka sebagai bentuk timbal balik. Contoh *endorsemen* kepada Topik Sudirman yang merupakan salah satu pelaku seni hiburan di Kota Solo sekaligus vokalis dari band “Fisip Meraung” yang pernah menjadi *talent Maddog Infected* dari tahun 2015 hingga 2016.

4. *Event* apa saja yang pernah diikuti *Maddog Infected* ?

Jawab :

Event yang rutin yaitu *Indie Clothing Carnival* dan *Jakcloth*. Untuk event lain ada *Solo Great Sale*, *Pop Up Market* di *The Park Mall Solo* tahun 2018, dan *Sole Vacation* di *Ambarukmo Plaza* Jogja tahun 2018.

5. Bagaimana *Maddog Infected* menggunakan sosial media sebagai sarana promosi dan penjualan ?

Jawab :

Maddog Infected menerapkan iklan atau promosi berbayar di *Instagram* dan *Shopee*. Di akun *Instagram* dan *Shopee Maddog infected* menyediakan informasi program misal potongan harga dan katalog produk bagi *customers* yang ingin melakukan pembelian.

6. Hubungan kerjasama antara *Maddog Infected* dengan *reseller*, apakah ada *event* khusus pada momen tertentu ?

Jawab :

Pada beberapa momen seperti lebaran, ulangtaun *Maddog Infected*, dan pergantian tahun, *Maddog Infected* mengadakan program potongan harga dalam kurun waktu yang ditentukan kepada *reseller*. Ada juga kegiatan seperti mengadakan acara hiburan di Kota *reseller* dalam rangka kerjasama dalam mengenalkan *brand Maddog Infected* sekaligus untuk promosi penjualan.

7. Bagaimana cara *Maddog Infected* dalam menjalin hubungan dengan *customers* ? Apakah ada strategi khusus dalam pelayanan *customers* ?

Jawab :

Selain bentuk pelayanan *customers* dalam pembelian produk, ada program lain seperti *giveaway* yang meningkatkan interaksi antara *Maddog Infected* dengan *customers* dari dalam maupun luar kota. Karena *giveaway* dilakukan melalui sosial media, jadi jangkauan kepada *customers* akan lebih luas.

8. Jika terjadi keluhan dari *customers*, bagaimana cara *Maddog Infected* mengatasinya dan apa saja faktor yang membuat hal itu terjadi ?

Jawab :

Keluhan dari *customers online* yang cukup sering terjadi, karena untuk pelayanan *customers offline* sudah cukup baik dan jarang terjadi keluhan dari *customers*. Biasanya terjadi seperti kesalahan *size* yang dipesan, hal ini bisa dikarenakan oleh tim *Maddog Infected* saat melakukan *packing* produk dan bisa juga dari *customers* sendiri saat memilih *size* padahal *Maddog Infected* sudah menyediakan informasi *size chart* untuk *customers*. Solusinya *customers* dapat melakukan pembatalan dengan mengembalikan produk maupun tetap melakukan pembelian dengan menukar produk tersebut dengan produk yang diinginkan.

9. Bagaimana hubungan *Maddog Infected* dengan komunitas di Kota Solo dan masyarakat sekitar *Maddog Infected Store* ? Berikan contohnya !

Hubungan dengan komunitas salah satu contohnya saat *Maddog Infected* berkolaborasi dengan 12 seniman desain grafis di Kota Solo pada acara “*Artist Series*” tahun 2018. Para seniman desain grafis tersebut mengkolaborasikan

hasil karya mereka ke dalam produk *Maddog Infected*, dan kemudian hasil kolaborasi tersebut di distribusikan kepada *customers* dalam packaging khusus. Hubungan dengan masyarakat sekitar *Maddog Infected store* biasanya saat peringatan hari besar seperti 17 Agustus. *Maddog Infected* menjadi sponsor dengan memberi produk untuk hadiah lomba. Ketika bulan puasa *Maddog Infected* juga pernah melakukan kegiatan bagi takjil kepada warga sekitar.

10. Apakah *Maddog Infected* juga melakukan hubungan maupun kerjasama dengan *clothing brand* lain ?

Jawab :

Hubungan dengan *clothing brand* lain salah satunya dilakukan saat berkolaborasi dengan *New Birth* dengan menggelar acara music dengan nama acara *Chronicle event* tahun 2018 di Muara Market. Solo.

11. Menurut pendapat anda, dengan semua program dan kegiatan yang telah dilakukan oleh *Maddog Infected* dari pelayanan *customers*, promosi, hingga kerjasama dengan pihak lain, mampu untuk mencapai citra positif yang diharapkan oleh perusahaan ?

Jawab ;

Citra *Maddog Infected* yang bisa menilai adalah *customers* atau masyarakat itu sendiri. Dalam setiap program dan kegiatan seperti promosi, konten sosial media, kerjasama dengan komunitas, instansi maupun *talent*, dilakukan dengan tujuan membangun citra positif. *Maddog Infected* memilih mana saja pihak yang dinilai tepat dalam upaya membangun citra positif perusahaan. Upaya yang dilakukan *Maddog Infected* dalam membangun citra positif selama ini saya rasa sudah cukup tepat dan akan selalu ada pengembangan-pengembangan seiring berjalannya waktu.

12. Dengan berbagai program dan kegiatan yang dilakukan *Maddog Infected*, menurut anda apakah *Maddog Infected* sudah menerapkan strategi Komunikasi Pemasaran terpadu/IMC (*Integrated Marketing Communication*) seperti iklan, pemasaran langsung, pemasaran interaktif, promosi penjualan, hubungan masyarakat, dan penjualan personal ?

Jawab :

Menurut pengamatan dan pengalaman saya selama bekerja di Maddog infected, Maddog Infected sudah menerapkan IMC.

13. Bagaimana contoh iklan yang dilakukan *Maddog Infected* ?

Jawab :

Contoh iklan *Maddog Infected* secara *online* melalui *Instagram ads* dan *Shopee ads*. Iklan dengan media lain contoh melalui majalah, *sticker*, dan baliho.

14. Bagaimana cara *Maddog Infected* dalam menerapkan strategi pemasaran langsung ?

Jawab :

Maddog Infected mengirimkan pesan dan penawaran secara langsung (*direct mail*) melalui *email* dan *whatsapp* untuk melakukan *direct selling* kepada target sasaran seperti *reseller* dan calon *reseller*.

15. Bagaimana cara *Maddog Infected* dalam menerapkan pemasaran interaktif ?

Jawab :

Pemasaran interaktif diterapkan dalam penjualan *online* melalui *Shopee*, *Tokopedia*, *Instagram*, dan *Whatsapp*.

16. Program apa saja yang diterapkan *Maddog Infected* dalam melakukan promosi penjualan ?

Jawab :

Maddog Infected menjalankan program seperti potongan harga, *voucher*, *member card*, hingga bonus pembelian seperti bonus *merchandise* (*keychain* dan gelang).

17. Bagaimana dengan penerapan hubungan masyarakat di *Maddog Infected* ?

Jawab :

Program dan kegiatan humas *Maddog Infected* meliputi *Sponsorship*, *endorsemen*, kerjasama dengan komunitas, kerjasama dengan *reseller* dan kerjasama dengan cafe-café di Kota Solo. Setelah program dan kegiatan tersebut dilakukan, humas *Maddog Infected* akan mengamati bagaimana sikap *customers* maupun masyarakat untuk bahan pertimbangan dan evaluasi program dan kegiatan selanjutnya.

18. Bagaimana penerapan penjualan personal di *Maddog Infected* ?

Jawab :

Maddog Infected mengandalkan *shopkeeper* untuk penjualan *offline*, admin *online* untuk penjualan *online*, dan *talent* dari *Maddog Infected*. Mereka bertanggungjawab untuk mampu mempromosikan sekaligus menawarkan dan menjelaskan tentang produk maupun *brand Maddog Infected* kepada *customers* dan masyarakat.