

LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara

- Variabel : Komunikasi Pemasaran
Indikator : Bauran Komunikasi
Elemen : Produk, Price, Place, Promotion
Instrumen
1. Bagaimana Anda menetapkan segmentasi pada produk Anda ?
 2. Bagaimana strategi penerapan harga yang ditetapkan oleh Yoiwoy.Size Thrift ?
 3. Apakah harga yang ditetapkan dapat berubah-ubah ?
 4. Bagaimana cara Anda menentukan lokasi usaha untuk menjangkau target pasar ?
 5. Bagaimana cara Anda memperkenalkan produk Anda ?
- Variabel : Instagram
Indikator : AIDA
Elemen : Produk, Price, Place, Promotion
Instrumen
1. Bagaimana konsep yang digunakan untuk mengkomunikasikan melalui Instagram tentang produk thrift Yoiwoy.Size ke publik ?
 2. Apa strategi Yoiwoy.Size Thrift untuk menjangkau konsumen ?
 3. Bagaimana Yoiwoy.Size Thrift akan mendapatkan ketertarikan konsumen ?
 4. Apa strategi konten yang digunakan Yoiwoy.Size Thrift ?
 5. Bagaimana Yoiwoy.Size Thrift dalam menyampaikan informasi ?
 6. Bagaimana untuk berinteraksi secara personal dan membuat hubungan emosional ? melalui obrolan langsung atau media sosial ?
 7. Apakah sudah cukup mudah bagi konsumen untuk terhubung dengan Yoiwoy.Size Thrift ?
 8. Bagaimana cara konsumen untuk terlibat di seluruh platform yang tersedia dan mereka bisa gunakan ?

Lampiran 2 *Transkrip* Hasil Wawancara

Nama Informan : Winda Dwi Octavia
Umur : 22 Tahun
Pekerjaan : Mahasiswa dan Pemilik Bisnis
Jabatan : Pemilik Bisnis
Tanggal Wawancara : 28 Mei 2023

Peneliti : Permisi, Apa benar saya berbicara dengan pemilik usaha Yoiwoy.Size Thrift ?

Informan : Iya saya sendiri dengan Winda Dwi Octavia

Peneliti : Disini anda sendiri memiliki tugas sebagai ?

Informan : Pemilik usaha yoiwoy.size thrif

Peneliti : Kontribusi apa saja yang sudah anda lakukan untuk Yoiwoy.Size Thrift sebagai pemilik usaha ?

Informan : Sebagai pemilik usaha tidak bisa terjun langsung buat tidak ikut campur dengan semuanya, tetap dilihat setiap harinya seperti divisi kasir, restock barang, barang masuk (online update tiap hari) dan promo harian

Peneliti : Bagaimana awal mula Anda mendirikan usaha Yoiwoy.Size Thrift ?

Informan : Dari duduk dibangku SMA sudah berminat thrift akhirnya waktu kuliah terhenti dan awal masa covid-19 berpikir untuk bagaimana agar tetap bisa mendapatkan uang untuk biaya kuliah akhirnya memutuskan untuk menjual satu bal thrift pakaian bekas yang masih layak pakai. dari berjualan di rumah, banyak para pelanggan yang harus datang ke daerah desa untuk bisa membeli thrift seiring berjalannya waktu kemudian membuka di pusat kota hingga saat ini.

Peneliti : Sudah berapa lama Anda memulai usaha Yoiwoy,Size Thrift ?

Informan : Thrift awal sma 2017, naik daun pas covid 2020 secara live Instagram

- Peneliti : Dalam menjalani usaha, apakah ada hambatan terutama dalam internal ?
- Informan : Intern : kerja tim, anak baru adaptasi lama dibagian admin kasir, barang baru, masuk input barang, bayar apk, sistem eror. Ekstern : isu dibakar thrift oleh pemerintah
- Peneliti : Menurut Anda, apa kelebihan dari usaha Yoiwoy.Size Thrift ?
- Informan : Tiap hari promo, Beli satuan harga grosir, Beli grosir makin harga grosir
- Peneliti : Menurut Anda apa kelemahan dari usaha Yoiwoy.Size Thrift ?
- Informan : Online belum meningkat, dan katalog online juga kurang
- Peneliti : Strategi apa yang diterapkan oleh Yoiwoy.Size Thrift agar menjadi unggul dari pesaing dan menjadi pilihan pelanggan ?
- Informan : Segi harga sangat terjangkau, mengikuti event Thrift luar kota, produk lengkap items dewasa anak cewek maupun cowok.
- Peneliti : Bagaimana Anda menetapkan segmentasi pada produk Anda ?
- Informan : Target anak muda, perputarannya belum cepat akhirnya mendapatkan solusi yang bisa dipakai kalangan manapun tidak memandang usia
- Peneliti : Bagaimana strategi penerapan harga yang ditetapkan oleh Yoiwoy.Size Thrift ?
- Informan : Harga paling rendah dari pasar, misal brand a 130rb bagaimana cara netapin dibawah pesaing
- Peneliti : Apakah harga yang ditetapkan dapat berubah-ubah ?
- Informan : Harga berubah berdasarkan tanggal muda, tanggal tua, hari libur, grade kualitas
- Peneliti : Bagaimana cara Anda menentukan lokasi usaha untuk menjangkau target pasar ?
- Informan : Posisi di jombang dulu di rumah sumobito jauh dari pusat kota banyak para pelanggan mengeluh karena jauh akhirnya membuka cabang thrift ini di pusat kota
- Peneliti : Bagaimana cara Anda memperkenalkan produk Anda ?

Informan : Dengan cara membuat konten instagram, melakukan promosi berbayar, menghaire influencer, serta dengan cara much to much

Nama Informan : Novita
Umur : 21 Tahun
Pekerjaan : Karyawan Toko
Jabatan : Tim Marketing Yoiwoy.Size
Tanggal Wawancara : 28 Mei 2023

Peneliti : Permissi, apakah benar saya berbicara dengan Novita sebagai tim marketing Yoiwoy.size Thrift ?

Informan : Iya dengan saya Novita

Peneliti : Kontribusi apa saja yang sudah anda lakukan untuk Yoiwoy.Size Thrift sebagai koordinator marketing ?

Informan : Membuat konten kekinian, mengikuti trend, memiliki target konten tiap hari, dan wajib foto produk minimal 100 items

Peneliti : Bagaimana Yoiwoy.Size dengan berani mengambil platform Instagram sebagai media promosi utama ?

Informan : Sebelumnya yoiwoy ada fb dan WA tapi lebih jalan di instagram karena yg lainnya monoton dan instagram bisa atur desain dan feed

Peneliti : Konsep pemasaran digital yang sudah dilakukan melalui Instagram apakah jumlah publik yang tertarik dengan produk Yoiwoy.Size Thrift sudah sesuai dengan target keinginan ?

Informan : Sesuai, waktu followers masih dibawah 10rb kurang menjangkau. tetapi seiring berjalannya waktu followers meningkat baik itu dari customer online maupun offline.

Peneliti : Apakah ada keberhasilan dalam memasarkan produk Yoiwoy.Size Thrift melalui Instagram ?

Informan : Melalui media sosial yoiwoy dapat memasarkan produknya untuk menjangkau konsumen terutama media sosial Instagram

- Peneliti : Apa saja yang akan tim marketing lakukan untuk membuat pelanggan lama tidak berpaling ke produk thrift lainnya ?
- Informan : Barcode yang berfungsi sbg kalo perubahan harga akan segera menginformasikan customer, dan terdapat riwayat transaksi jika sudah pernah membeli produk thrift yoiwoy serta mendapatkan Gift/THR berupa produk thrift

Nama Informan : Septa Galuh
 Umur : 20 Tahun
 Pekerjaan : Karyawan Toko
 Jabatan : Admin Media Sosial Instagram Yoiwoy.Size
 Tanggal Wawancara : 28 Mei 2023

- Peneliti : Permisi, apakah benar saya berbicara dengan Septa Galuh sebagai admin instagram Yoiwoy.size Thrift ?
- Informan : Iya benar dengan saya Septa Galuh
- Peneliti : Kontribusi apa saja yang sudah Anda lakukan untuk Yoiwoy.Size Thrift sebagai admin instagram ?
- Informan : Admin + kepala toko, membalas dm, atur produk item masuk keluar dan promo konten
- Peneliti : Bagaimana konsep yang digunakan untuk mengkomunikasikan melalui Instagram tentang produk thrift Yoiwoy.Size ke publik ?
- Informan : Setiap harinya selalu membuat story ig mengupload stok apa aja yang ada pada outlet pada hari ini, reels juga membuat sehari guna menarik konsumen serta postingan feed.
- Peneliti : Apa strategi Yoiwoy.Size Thrift untuk menjangkau konsumen ?
- Informan : Promosi add ig dapat kita tentukan berdasarkan jangkauan usia untuk menetapkan promosi apa yang akan kami promosikan pada saat itu.

- Peneliti : Bagaimana Yoiwoy.Size Thrift akan mendapatkan ketertarikan konsumen ?
- Informan : Dari segi harga yang terjangkau dapat menarik konsumen, display barang pada outlet tidak ingin terlihat seperti barang bekas, yoiwoy menggunakan hanger untuk menambah minat membeli dan yoiwoy mencuci serta menyetrika pakaian terlebih dahulu
- Peneliti : Apa strategi konten yang digunakan Yoiwoy.Size Thrift ?
- Informan : Weekend : restock barang baru, Weekdays : promo harian, Promo besar : Sale ramadhan, tahun baru
- Peneliti : Bagaimana Yoiwoy.Size Thrift dalam menyampaikan informasi ?
- Informan : Menyampaikan informasi melalui media sosial dengan cara membuat konten, much to much
- Peneliti : Bagaimana untuk berinteraksi secara personal dan membuat hubungan emosional ? melalui obrolan langsung atau media sosial ?
- Informan : Pihak Yoiwoy.size membuat data pelanggan kemudian save WhatsApp admin yang berguna untuk ngebarcode informasi mengenai promo harian dan perubahan harga dan enjoy sksd dengan customer ramah
- Peneliti : Apakah sudah cukup mudah bagi konsumen untuk terhubung dengan Yoiwoy.Size Thrift ?
- Informan : Sudah merasa cukup karena tim sosial media selalu membalas pesan melalui WA dan juga DM Instagram
- Peneliti : Bagaimana cara konsumen untuk terlibat di seluruh platform yang tersedia dan mereka bisa gunakan ?
- Informan : Dengan cara testimoni dan reupload story instagram customer serta online review yang ada pada apk shopee sangat membantu untuk rating toko

Lampiran 3 Dokumentasi Wawancara



Bersama Informan Owner Yoiwoy.Size



Bersama Informan Marketing Yoiwoy.Size



Bersama Admin Media Sosial Instagram Yoiwoy.Size

Lampiran 4 Dokumentasi Penelitian



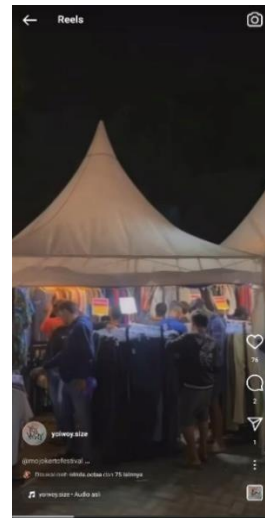
Postingan Feed Instagram
Yoiwoy.Size



Promosi Produk Melalui Story
Instagram Yoiwoy.Size



Contoh Display Produk Thrift
Yoiwoy.Size



Kegiatan Event Thriftshop
Yoiwoy.Size

Lampiran 5 Kartu Bimbingan



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Program Studi : ♦ Administrasi Publik ♦ Administrasi Bisnis ♦ Ilmu Komunikasi
♦ Magister Administrasi Publik ♦ Magister Ilmu Komunikasi ♦ Doktor Ilmu Administrasi
Gedung F 101 Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)
Telp. 031-5991742, 5931800 psw. 159 email : fisp@untag-sby.ac.id

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Junia Franziska
 NBI : 1151900282
 Program Studi : Ilmu Komunikasi
 Dosen Pembimbing I : Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana, S. Sos., M. Med. Kom
 Dosen Pembimbing II : Muchamad Rizqi, S.I Kom., M Med.Kom
 Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Yoiwoy.Size Thrift Jombang Melalui Media Sosial Instagram

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
1.	8/9/23	Revisi Bab I		
2.	8/123 /3	Susun dalam format skripsi. BAB 1 dan BAB II diperbaiki		
3	29/3/23	Bab 2		
4.	20/3 /3	Konsep Bauran pemasaran, hapus nomor sub bab, kriteria Informan.		
5.	29/3 /3	BAB II ACC / BAB II diperbaiki.		
6.	30/3 /3	BAB III ACC - susun BAB IV		
7.	10/5/23	Bab III ACC		



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Program Studi : ♦ Administrasi Publik ♦ Administrasi Bisnis ♦ Ilmu Komunikasi
♦ Magister Administrasi Publik ♦ Magister Ilmu Komunikasi ♦ Doktor Ilmu Administrasi
Gedung F 101 Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)
Telp. 031-5991742, 5931800 psw. 159 email : fisip@untag-sby.ac.id

No.	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
8.	25/5/23	Guide Interview		
9.	8/6/23	Lanjutan pengolahan data.		
10.	8/6/23	Revisi Bab IV		
11.	13/6/23	ACC BAB IV - V		
12	13/6/23	ACC Bab 4 & 5		

Catatan:

1. Kartu Bimbingan dibawa saat bimbingan
2. Kartu bimbingan diisi oleh Dosen Pembimbing

Bimbingan dinyatakan telah selesai

Tanggal : 13 - 6 - 2023

Dosen Pembimbing I,

(Bagus Cahyo Shah A-P)

Dosen Pembimbing II,

(Much Rizki)

Lampiran 6 Lembar Revisi

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA


LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Junia Franziska
NIM : 1151900282
Hari/ Tanggal Ujian : Rabu, 21 Juni 2023


Catatan Perbaikan:

Revisi seperti yg dibahas pada waktu sidang

Surabaya, 27-6-23
Persetujuan Dosen Penguji 1 Telah Revisi/Perbaikan,


(
Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana, S. Sos., M. Med. Kom

Revisi dari Dosen Penguji 1,


(
Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana, S. Sos., M. Med.
Kom

Catatan: Bila tidak ada revisi, dosen penguji wajib menuliskan "tidak ada revisi", dan menandatangani di sebelah kanan dan kiri.

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama :Junia Franziska


NIM :1151900282

Hari/ Tanggal Ujian : Rabu, 21 Juni 2023



Catatan Perbaikan:

- Bab I harus lebih fokus pada masalah
- Definisi Strategi Komunikasi & Cakupan
- BAB IV harus memuat strategi yang ditawarkan

Surabaya,
Persetujuan Dosen Penguji 1 Telah Revisi/Perbaikan,

()
Hamim, S.Sos.,M.I.Kom

Revisi dari Dosen Penguji 1,

()
Hamim, S.Sos.,M.I.Kom


Lampiran 7 Hasil Turnitin

JUNIA_FRANZISKA_-_1151900282_-_ILKOM_-_CALL_OFF_PAPPER.docx

ORIGINALITY REPORT

19%

SIMILARITY INDEX

19%

INTERNET SOURCES

7%

PUBLICATIONS

5%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

www.studocu.com

Internet Source

2%

2

repository.iainpurwokerto.ac.id

Internet Source

2%

3

digilib.uinsby.ac.id

Internet Source

1%

4

repository.untag-sby.ac.id

Internet Source

1%

5

repository.uin-suska.ac.id

Internet Source

1%

6

ecampus.iainbatusangkar.ac.id

Internet Source

1%

7

Adi Nur Fatah, Hedi Pudjo Santosa. "Coffee Shop Marketing Communication Strategy to Increase Sales (Case Study at Kedai Kopi Inspirasi Bogor)", Daengku: Journal of Humanities and Social Sciences Innovation, 2023

Publication

1%

8	media.neliti.com Internet Source	1
9	repository.radenintan.ac.id Internet Source	1
10	www.neliti.com Internet Source	1
11	eprints.ums.ac.id Internet Source	1
12	eprints.upnjatim.ac.id Internet Source	<1
13	jurnal.radenfatah.ac.id Internet Source	<1
14	etheses.iainkediri.ac.id Internet Source	<1
15	id.123dok.com Internet Source	<1
16	repository.umsu.ac.id Internet Source	<1
17	republika.co.id Internet Source	<1
18	www.kompasiana.com Internet Source	<1
19	blog.iik.ac.id Internet Source	<1

20	core.ac.uk Internet Source	<1
21	eprints.uny.ac.id Internet Source	<1
22	journal.unla.ac.id Internet Source	<1
23	jyx.jyu.fi Internet Source	<1
24	olyndianisha.blogspot.com Internet Source	<1
25	publikasiilmiah.ums.ac.id Internet Source	<1
26	repository.ub.ac.id Internet Source	<1
27	www.ejournal-s1.undip.ac.id Internet Source	<1
28	www.scribd.com Internet Source	<1
29	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	<1

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On