

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkrip Wawancara

a. Data Narasumber 1

Nama : Raden Mas Purnomo

Profesi : Tim Media & Marketing

b. Hasil Wawancara Narasumber 1

Peneliti:

Selamat sore Mas, kalau boleh tau Mas Pur ini di bengkel Onegarages bekerja sebagai apa ya?

Raden Mas Purnomo:

Sore saya Raden Mas Purnomo biasa dipanggil maspur, saya di bengkel Onegarages menjadi tim media & marketing mas, biasanya memegang Instagram @onegarages sama editin foto & video juga mas

Peneliti: Oalah baik Mas kalau begitu, apakah saya boleh menanyakan tentang keaslian mas pur bahwa mas pur sendiri yang menjadi admin Instagram @onegarages?

Raden Mas Purnomo:

Bisa sih mas tapi hpnya kan lagi dibuat zoom

Peneliti:

Zoom bisa share screen kok mas jadi tanpa perlu 2 hp

Raden Mas Purnomo:

Oke mas, nah ini ya mas buktinya saya jadi admin Instagram @onegarages, kalau semisal ini ga login disisinya gabakal nongol mas yang dashboard profesionalnya itu.

Peneliti:

Mas Pur ini berarti emang admin dari Instagram @onegarages sendiri ya

Raden Mas Purnomo:

Iya mas betul

Peneliti:

Mas Pur untuk strategi pemasarannya sendiri, mas pur sendiri yang menjalani upload foto maupun video Instagram, edit dll itu Mas Pur sendiri ya mas?

Raden Mas Purnomo:

Iya mas betul mulai dari pengambilan video, pengeditan video, hingga posting video semuanya saya sendiri mas

Peneliti:

Baik mas, untuk hasil pengeditan videonya mas apakah boleh lihat? Atau mungkin dari aplikasinya gitu?

Raden Mas Purnomo:

Oh ini disini Mas pakai aplikasi Capcut

Peneliti:

Sudah terbukti kuat ya kalau emang Mas Pur yang mengelola Instagram @onegarages dan itu semua original karya dari Mas Pur sendiri ya mas

Raden Mas Purnomo:

Sebenarnya ini masih banyak mas contoh – contoh editan video saya cuman berhubung memorinya penuh jadi banyak yang dihapusin

Peneliti:

Oalah baik Mas Pur kalau gitu bisa di atasi dengan menghapus file – file yang sudah lama dan tidak terpakai. Mas izin ke pertanyaan selanjutnya ya mengenai peningkatan penjualan dari bengkel Onegarages sendiri mas dari segi strateginya menggunakan apa mas?

Raden Mas Purnomo:

Kalau dari Onegarages sendiri dari awal buka bengkel itu pastinya lewat Instagram mas sama promosi pasti entah diskon atau giveaway

Peneliti:

Baik Mas Pur, ini kan Mas Pur sendiri yang membuat konten Instagram baik foto maupun video, nah biasanya jenis konten apa sih Mas yang biasanya di posting di Instagram @onegarages?

Raden Mas Purnomo:

Biasanya kita itu bikin konten tentang masalah yang ada di motor konsumen mas misal, bikin konten tentang motor konsumen yang susah nyala karena aki yang lemah jadi langsung dikabarin dari mekanik ke saya, langsung saya bikinkan konten

Peneliti:

Berarti konten yang biasa dibuat tentang keluhan dari pelanggan itu sendiri ya Mas?

Raden Mas Purnomo:

Betul masalah yang ada di motor

Peneliti:

Untuk tema sendiri Mas, apakah setiap postingan itu berbeda – beda temanya?
Atau memang dirancang untuk membuat konten tentang keluhan motor konsumen saja?

Raden Mas Purnomo:

Pastinya beda – beda Mas karena kita ngikutin masalah yang ada di motor

Peneliti:

Berarti setiap keluhan dari konsumen itu beda – beda tema yang dibuat untuk konten Instagramnya sendiri ya Mas?

Raden Mas Purnomo:

Iya beda – beda

Peneliti:

Bagaimana sih Mas menyesuaikan konten dari Instagram ini untuk dapat menarik perhatian audiens tersebut?

Raden Mas Purnomo:

Biasanya saya itu bisa ikutin tren atau bis jawab pertanyaan dari audiens yang paling banyak ditanyain, jadi bisa sekalian kita bikinkan konten

Peneliti:

Mas Pur biasanya menggunakan fitur – fitur Instagram ya mas?

Raden Mas Purnomo:

Iya Mas

Peneliti:

Apakah Mas Pur menggunakan fitur siaran langsung?

Raden Mas Purnomo:

Awal – awal dulu pakai Mas, cuman livenya itu buat kita ngobrol sama audiens aja sama followers, beda sama live Tiktok

Peneliti: Kalau live IG jarang ya mas sekarang

Raden Mas Purnomo:

Jarang banget mas

Peneliti:

Baik Mas lanjut ke pertanyaan selanjutnya ya Mas, apakah Mas Pur ini juga memanfaatkan testimoni pelanggan di Instagram untuk meningkatkan kepercayaan dan menarik pelanggan baru?

Raden Mas Purnomo:

Pasti Mas, kalau paling sering biasanya kirian misalnya itu kalau ada orang biasanya nge wa, biasanya dipakainya dari screenshot wa mas, jadi udah dikirimin screenshot wa ke Instagram story sekalian dikasih link pembelian kiriannya biled biasanya.

Peneliti:

Untuk testimonya sendiri itu banyak yang dibagikan disorotan Instagram @onegarages ya mas?

Raden Mas Purnomo:

Iya Mas kita save di highlightnya, karena kalau nggak gitu hilang dalam kurun waktu 24 jam kalau nggak salah hilang

Peneliti:

Loh Mas biasaya ada kan di arsip story Instagram? Cuman lebih baik ditaruh di sorotan ya mas?

Raden Mas Purnomo:

Kalau di arsip story IG ada Cuma kita yang bisa lihat kalau audiens nggak bisa karena para audiens nggak login di IG @onegarages

Peneliti:

Makanya ditaruh di sorotan biar para audiens dapat melihat secara langsung testimoninya

Peneliti:

Mas Pur untuk dampak keseluruhan nih Mas Instagram sebagai pemasaran bengkel Onegarages sendiri gimana Mas?

Peneliti:

Apakah berhasil dalam meningkatkan penjualan Onegarages sendiri?

Raden Mas Purnomo:

Ngaruh banget mas karena dari awalnya kita buka juga kayak sebulan pertama ga expect kalau yang datang tuh rame unit entrynya ya dari Instagram itu.

Peneliti:

Berarti peningkatan penjualan dari bengkel Onegarages ini utamanya dari Instagram sendiri ya Mas?

Raden Mas Purnomo:

Iya betul kalau nggak salah seminggu atau duaminggu jalan baru kita bikin akun Tiktok setelah Instagram berjalan

Peneliti:

Mas Pur sendiri memanfaatkan fitur kolaborasi nggak Mas? Misal dengan influencer atau siapa gitu?

Raden Mas Purnomo:

Kalau kolaborasi ada satu akun IG yang kolaborasi dengan @onegarages

Peneliti:

Berarti memanfaatkan influencer ya mas untuk meningkatkan jumlah penonton?

Raden Mas Purnomo:

Betul penonton pasti meningkat, unit entry yang datang juga meningkat

Peneliti:

Lanjut ke pertanyaan selanjutnya ya Mas mengenai produk yang dipasarkan di bengkel Onegarages kebanyakan melalui media apa ya Mas?

Raden Mas Purnomo:

Kebanyakan kalau produk itu kita di Tiktok Mas cuman ada juga beberapa produk yang dipasarkan di IG, kebanyakan kita itu kalau di IG itu fokus ke keluhan motor konsumen, kerusakan motor konsumen

Peneliti:

Kalau dari segi promosi Mas banyak dipasarkan dimana ya?

Raden Mas Purnomo:

Kalau promosi itu fokusnya kita di IG Mas, kadang dari facebook juga karena IG sama facebook kita terhubung mas

Peneliti:

Baik Mas Pur saya lanjut ke pertanyaan selanjutnya mengenai pelatihan teknisi bengkel Onegarages ini apakah diadakan ya Mas?

Raden Mas Purnomo:

Kalau teknisi sendiri biasanya khususnya di bagian teknisi mesin itu pasti ada

Peneliti:

Baik Mas lanjut ke pertanyaan selanjutnya mengenai rencana kedepan nih Mas, apakah bengkel Onegarages ini akan membuka cabang yang baru?

Raden Mas Purnomo:

Kalau buka cabang baru pastinya pengen buka Mas cuman kita maksimalkan yang ada disini dulu sebelum kita buka cabang baru

Peneliti:

Oke siap mas untuk pertanyaan selanjutnya apakah ada tantangan yang paling berat nih Mas untuk memasarkan bengkel Onegarages melalui Instagram?

Raden Mas Purnomo:

Kalau tantangan pasti ada Mas entah dari algoritma IG, dari ketersediaan part yang ada juga bisa ngaruh

Peneliti: Oalah baik Mas kalau untuk penurunan jumlah penjualan sendiri Mas, apakah ada solusi dari Mas Pur untuk meningkatkan penjualan hanya melalui Instagram?

Raden Mas Purnomo:

Kalau misal penjualan sedang turun biasanya kita adain promo Mas biar peningkatan penjualannya terus menaik

Peneliti:

Baik Mas kalau begitu terimakasih banyak sudah meluangkan waktunya untuk wawancara dengan saya walaupun lewat zoom

Raden Mas Purnomo:

Oke siap sama – sama Mas.

a. Data Narasumber 2

Nama : David Darmaji

Profesi : Kepala Mekanik

b. Hasil Wawancara Narasumber 2

Peneliti:

Kalau menurut Mas David sendiri sebagai kepala mekanik disitu Pakai Instagram itu gimana pendapat mas David? Apa efektif apa gimana? Apa berhasil pemasarannya?

David Darmaji:

Selama ini sih ya alhamdulillah berhasil ya. Jadi awalnya mula itu kita masuk sekitar 100 unit Cuma ada IG sama ada awalnya dari database. Itu kan emang dulu manajer mungkin ada database di HP sendiri, diang nggak contact – contact terus kita paling buat dulu nih buat minimal ada bahan konten dulu

nih kita di IG kan. Setelah ada motor yang datang berapa kita konten di IG alhamdulillah rame. Baru itu efektif banget. Jadi sekarang itu udah sekitar 500 unit lebih lah. Jalan ini yang tadi yang mula ada 500 lebih jadi IG, TikTok, sosmed itu luar biasa jangkauannya.

Peneliti:

Jadi sangat berhasil kalau pakai Instagram memang ya mas ya?

David Darmaji:

Wah berhasil banget. Jadi memang gak mas sekedar buat posting foto. Tapi kalau untuk buat kita buka usaha. Dan kalau kita buka usaha di jabodetabek. Itu sangat berhasil.

Peneliti:

Berarti emang sering ya mas ya bikin konten buat di Instagram itu buat pemasaran di bengkel Onegarages sendiri?

David Darmaji:

Kalau untuk marketing dia bagus. Di Instagram ada sales sama marketing ya. Kalau untuk marketing cuman ini lumayan berhasil mas. Memang di jangkauan yang di kita ini jangkauan jabodetabek, jadi ini jangkauan 20km jangkauan dari IG itu. Sampai jangkauan 10km pun di jangkauan di Instagram.

Peneliti:

Nah lanjut pertanyaan selanjutnya mas. Ini kalau mengadakan kontes atau giveaway gitu di Instagram pernah Mas? Gimana mas pas ada giveaway itu bengkel langsung rame gak mas? Maksudnya ada giveaway misal kemarin nih ada giveaway itu besoknya bisa rame apa enggak mas? Atau adanya giveaway tuh efeknya biasa aja di bengkel atau gimana? Dampaknya?

David Darmaji:

Nah itu kita istilahannya kayak komitmen dengan adanya giveaway itu lumayan efektif. Jadi orang karena kita kisah gitu ya viewer apa-apa itu kan kita gak mau yang komen dan lain, makin banyak komen biasanya IG itu lebih gampang dijangkau di beranda, kalau giveaway sih lumayan pengaruh Mas, semakin banyak orang yang nonton konten kita semakin tahu ini ada interaksi.

Peneliti:

Berarti menurut Mas Pur sama Mas David ini kalau pake Instagram peningkatan penjualannya sangat pesat ya mas ya?

David Darmaji:

Wow lumayan besar banget berkembangnya apalagi kita berjalannya kan dari 0 ya mas bener – bener bengkel bukanya dari 0 langsung buka IG itu dalam waktu satu tahun perkembangannya pesat sekali

Peneliti:

Dilihat dari pengikut Instagramnya aja udah kelihatan ya mas ya. Udah mencapai 43 ribu. Ya makanya. Itu dalam jangka waktu setahun

David Darmaji:

Tahun itu alhamdulillah. Dan itu organik ya Mas. Benar-benar organik bener – bener dari 0 Gak pake beli followers.

Peneliti:

Yang gak mas kan udah tau juga influencernya. Oh iya mas. Untuk influencer sendiri gimana mas? Waktu awal buka dulu pake influencer gak mas? Atau langsung berdiri sendiri atau gimana?

David Darmaji:

Pake mas. Mas ini kayaknya Abhirama.mv itu ya. Kita pake sama ada beberapa akun ya. Kayak idemitsu Indonesia. Terus ada selebgram dari sini juga. Itu sempat sekali. Terus beberapa kali itu ya. Si Dea. Kemarin sempat juga di update juga sama Amel. Banyak influencer yang ngaruh Mas

Peneliti:

Ngaruh ke itu ya mas ya. Apa yang nunjungin juga ya mas ya. Jadi ada. Kalau kolaborasi dengan influencer biasanya tambah rame bengkelnya?

David Darmaji:

Itu jangkauannya kan makin. Ibaratnya jangkauan dari kita plus dari influencer itu jadi satu tambah banyak.

Peneliti:

Coba deh mas sebutin tantangan deh di bengkel Onegarages itu kayak memori penuh atau kualahan membalas komentar gitu ya mas?

David Darmaji:

Udah ada timnya sendiri Mas jadi emang ada tim khusus mas untuk balesin komen, dm karena kalau kepegang sendiri waduh ribuan mas.

Peneliti:

Berarti Instagram sangat mengangkat penjualan bengkel Onegarages dari semua aspek produk dan layanan ngangkat semua ya Mas dari Instagram

David Darmaji:

Ngangkat banget Mas

Peneliti:

Selain Instagram Mas ada lagi nggak aplikasi yang digunakan?

David Darmaji:

Wa paling Mas cuman ya paling di kontak wa dan jangkauannya juga terbatas, yang paling luas ya IG

Peneliti:

Kalau masalah diskon nih Mas buat peningkatan penjualan, gimana Mas? Apakah berhasil?

David Darmaji:

Diskon di bengkel lumayan berhasil biasanya kita pakai paket bundling ya program misalnya yang tadinya harga 250 ribu terus khusus tanggal pertama tanggal – tanggal tua ya kita turinin diskon 50 ribu atau ada paket apa gitu karena kan user sekarang itu pengen yang cepet Mas ambil promo yang cepet pelayanan oke biasanya rame tuh bengkel

Peneliti:

Setelah menggunakan Instagram nih Mas, biasanya pelanggan yang ada di bengkel tersebut ada berapa motor Mas kira – kira?

David Darmaji:

Ya sekitar 42 43, kita sempet 45 konsumen, misal kita terima semua bisa 60 motor.

Peneliti:

Ternyata sebanyak itu ya mas, setelah adanya promo dan lewat Instagram bisa sampai 45 pelanggan lebih ya Mas

David Darmaji:

Iya Mas betul

Peneliti:

Jenis konten apa sih Mas yang dapat meningkatkan jumlah penonton di Instagram @onegarages?

David Darmaji:

Kalau sekarang lebih ke video yang masuk ke inti masalahnya Mas, nanti orang itu membalasnya itu oh saya pernah mengalami hal yang sama nih, jadi kadang itu kita ngga nonglin video pemecahan masalah sebelumnya aja itu biasa. 17,5 juta penonton yang video filter fuelpump kotor dah Cuma 10 detik kali ya pur

Peneliti:

Dengan jenis konten tersebut berarti dapat meningkatkan penjualan juga ya Mas?

David Darmaji:

Ngangkat Mas pastinya, produknya yang divideo pun juga ngangkat dan terjual banyak.

Peneliti:

Kalau untuk lokasi sendiri Mas jangkauan daerah situ ya Mas area jabodetabek dan sekitarnya?

David Darmaji:

Jadi fokus ke ring areanya karena kan bengkel kita di Tangerang nih tapi jangkauannya banyak di Tangerang atau Jakarta

Peneliti:

Pernah Mas melayani pelanggan paling jauh untuk datang langsung ke bengkel itu pernah ya Mas?

David Darmaji:

Paling jauh itu Majalengka Mas, Bandung pernah bawa towing juga Mas, mereka tau bengkel Onegarages ini ya dari IG Mas karena jangkuan Ig cukup luas juga.

Peneliti:

Lanjut ke pertanyaan terakhir nih Mas terkait rencana jangka panjang untuk strategi pemasaran pakai Instagram kayak gimana Mas? Apakah ada rencana lain untuk kedepannya?

David Darmaji:

Kalau untuk masalah digital marketing saya serahkan ke mas pur paling kalau saya nanti fokusnya terkait buka cabang yang baru untuk jangkauan kita yang jauh – jauh.

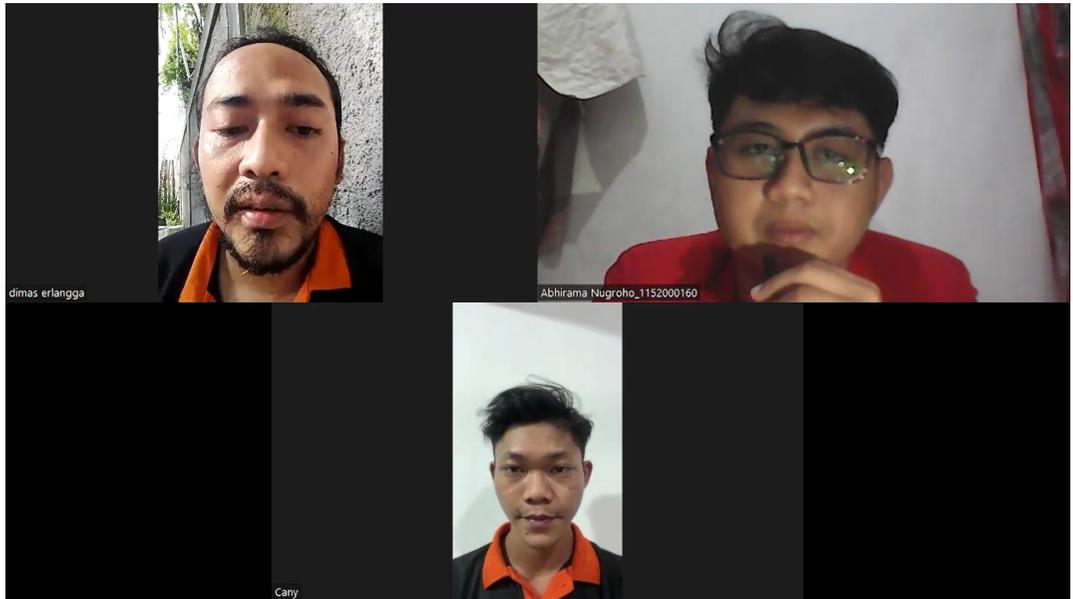
Peneliti:

Baik Mas kalau begitu terimakasih banyak karena jawaban tadi sudah cukup untuk menjawab pertanyaan saya, terimakasih banyak atas waktunya Mas

David Darmaji:

Yoi Mas sama – sama hehe

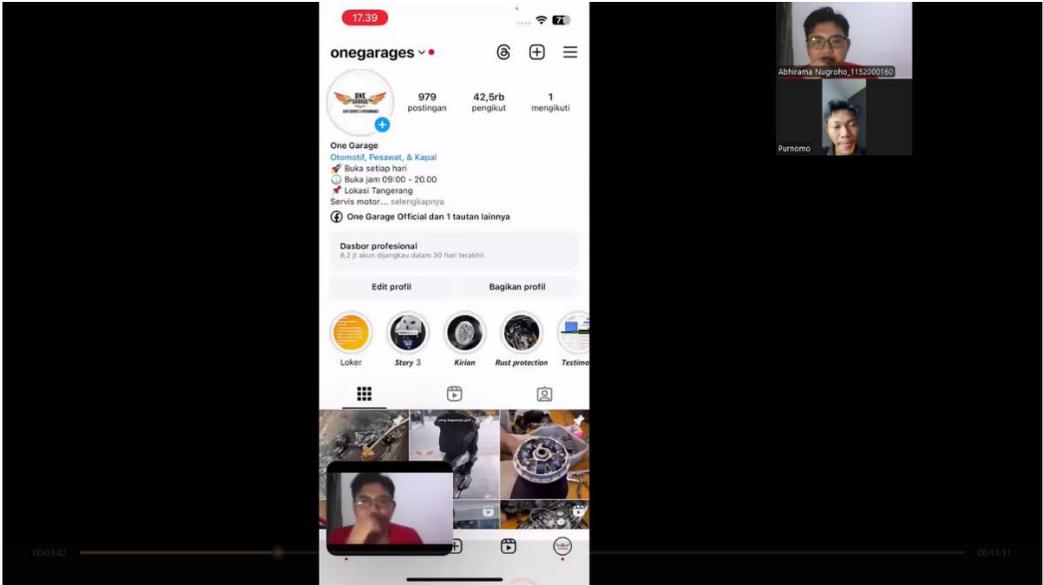
Lampiran 1.2 Dokumentasi



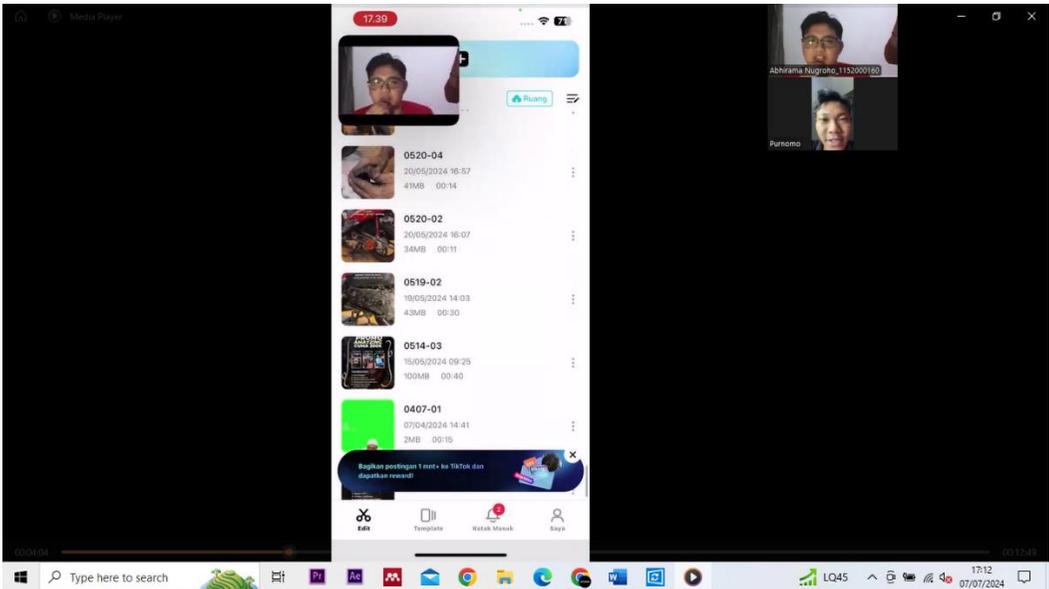
Dokumentasi Dengan Narasumber 1 & 2



Dokumentasi Dengan Narasumber 1

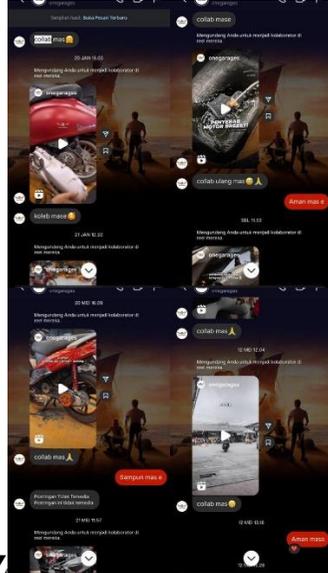


Dokumentasi Bukti Admin Instagram @onegarages



Dokumentasi Bukti Admin Instagram @onegarages Edit Video





ONE GARAGE
AUTO SERVICE & PERFORMANCE
TURNAMENT

Prizepool
RP 20.000.000

1st ROLLER	2nd SLOT	3RD
RP 150.000/TEAM	120-SLOT TEAM	1 BCS - 31 BCS

Waktu Event
6 - 28 MARET

Bergabunglah di ONE GARAGE E-SPORT TURNAMENT ajak tim kalian
jajallah juara dan menangkan hadiahnya.
Sistem Regis: Babak penyisihan 815, Grand Final 815, Multi Slot 815

RP 10.000.000
RP 5.000.000 **RP 3.000.000**
RP 250.000 4th-8th **RP 550.000**

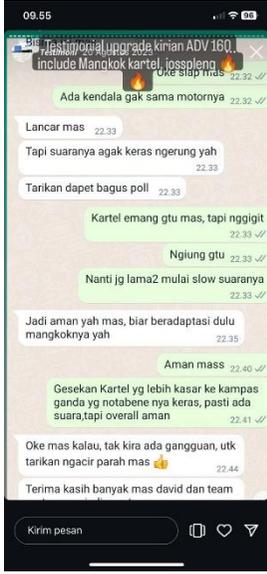
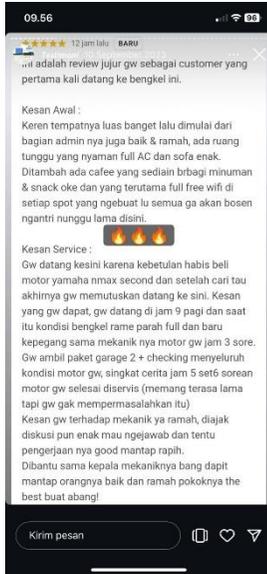
CONTACT PERSON
087723289583

SPONSOR BY: **PROPER**

One Garage, Jl. Sultan Agung Tirtoyasa, Mc. Pajang, Kota Tangerang

@onegarages @onegarages @onegarages







Lampiran 2 Kartu Bimbingan Mahasiswa



**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

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : ABHIRAMA NUGROHO
NBI : 1152000160
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Dosen Pembimbing I : Dr. Hamim, S.Sos.,M.I.Kom
Dosen Pembimbing II : Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana, S. Sos., M. Med. Kom
Judul Skripsi : INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PEMASARAN DI BENGKEL ONE GARAGES

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
	23/3/2024	judul & abstrak	/	
	2/4/2024	Uraian => induktif & kualitatif	/	
	23/2/2024	Jurnal Penelitian		Diant
	14/3/2024	Revisi Bab 1		Diant
	23/4/2024	Revisi Kurva/Acc progress	/	
	17/4/2024	Revisi Bab 2		Diant
	23/4/2024	ACC Bab 1-3		Diant
	30/5/2024	Analisis & pendahuluan	/	
	4/6/24	Revisi bab 4		Diant
	7/6/24	Revisi bab 5		Diant

