



LAMPIRAN 1
DATA HASIL WAWANCARA

Lampiran 1: Data Narasumber

No.	Nama	Jabatan
1.	Sari Susanti	<i>Head Manager Throox Original</i>
2.	Teddy Purba	<i>Head of Marketing Throox Original</i>
3.	Haikal Assegaf	<i>Bagian Periklanan Throox Original</i>
4.	Yoga Adhitya	<i>Customer</i>
5.	Ahmad Sofyan	<i>Customer</i>
6.	Okky Setiawan	<i>Customer</i>

PEDOMAN WAWANCARA

Pedoman wawancara dengan *Head Manager, Head of Marketing, dan bagian periklanan Throox Original*

Wawancara dilakukan pada hari Minggu, tanggal 22 Desember 2019 bertempat di Throox Original, Jalan Teuku Umar, Solo.

1. Apa saja bauran komunikasi pemasaran yang dipakai oleh *Throox Original* untuk memasarkan produk-produknya sebagai *skateboarding fashion*?

Jawab: Bauran komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh *Throox Original* sebagai *skateboarding fashion* adalah periklanan, promosi penjualan, dan acara dan pengalaman.

2. Apa media yang digunakan untuk mengiklankan produk-produk *Throox Original*?

Jawab: *Throox Original* menggunakan media iklan *instagram* dan *Line@* untuk melakukan kegiatan periklanan.

3. Apa alasan *Throox Original* menggunakan media tersebut untuk mengiklankan produk-produk mereka?

Jawab: Kami memilih *instagram* dan *Line@* sebagai media iklan karena banyak anak muda menggunakan *instagram* dan *Line* yang dapat diakses dengan mudah, selain itu *instagram* dan *Line* dapat menampilkan gambar dengan baik sesuai maksud kami, seperti gambar yang menampilkan

pemain *skateboard* menggunakan produk *Throox Original* dengan nyaman saat bermain *skateboard*.

4. Bagaimana persiapan untuk melakukan tahap periklanan pada *Throox Original*?

Jawab: Sebelum kami mengiklankan produk melalui sosial media *instagram* dan *line@*, kami mempersiapkan produk apa yang akan kami iklankan. Selain itu, sebelumnya kami mengamati apa yang sedang menjadi *trending* di kalangan pemain *skateboard*.

5. Bagaimana cara *Throox Original* melakukan tahap promosi penjualan?

Jawab: Kami menggunakan *bundling* dan pemberian bonus kaos kaki untuk sebagai promosi penjualan untuk menarik calon pembeli, selain itu kaos kaki yang diberikan secara gratis sangat cocok dipakai saat bermain *skateboard* didukung oleh produk *bundling* yang juga cocok untuk bermain *skateboard*.

6. Apa alasan *Throox Original* menggunakan cara tersebut untuk promosi penjualan mereka?

Jawab: Harga *bundling* untuk dua produk digunakan *Throox Original* untuk menarik calon pembeli, karena harga akan menjadi sangat murah dibandingkan untuk membeli saat tidak ada promo atau potongan harga.

7. Apa yang dilakukan oleh *Throox Original* dalam tahap acara dan pengalaman?

Jawab: Memberikan sponsor pada acara *Go Skateboarding Day* di Kota Surakarta, dan membuka *Stand di Sole Vacation*.

Pedoman wawancara dengan *customer Throox Original*

Wawancara dilakukan pada hari Minggu, tanggal 22 Desember 2019 bertempat di Throox Original, Jalan Teuku Umar, Solo.

1. Bagaimana menurut anda iklan *Throox Original* yang dilakukan melalui *Instagram* dan *Line@*?

Jawab: Saya dapat dengan mudah mengetahui apa saja produk-produk terbaru *Throox Original*, dan sedang ada diskon atau tidak.

2. Bagaimana menurut anda promo-promo dari *Throox Original*?

Jawab: Saya senang saat ada promo di *Throox Original*, karena harganya lebih murah dan bisa sekaligus beli banyak produk.

3. Bagaimana menurut anda tentang *Throox Original* melalui acara dan pengalaman yang selama ini telah disponsori atau bekerja sama dengan *Throox Original*?

Jawab: saya mengetahui produk *Throox Original* dari acara *Sole Vacation*, saat itu mereka membuka *stand* dan menjual pakaian yang cocok dipakai untuk bermain *skateboard*, bahkan mereka juga menjual papan *skateboard*, sehingga mudah untuk para pecinta *skateboard* untuk membeli pakaian dan papan disatu tempat saja.



4.92% PLAGIARISM
APPROXIMATELY

Report #11788208

2 BAB I PENDAHULUAN Latar Belakang Industri fashion merupakan salah satu industri yang diminati oleh pelaku usaha di Indonesia. Persaingan dalam industri fashion semakin hari terasa semakin kuat karena dengan banyaknya trend yang bermunculan mengakibatkan pelaku usaha menciptakan sesuatu yang berbeda dan baru untuk bertahan dalam persaingan dengan pelaku usaha lainnya. Kondisi ini berdampak pada kegiatan pemasaran yang mampu mempertahankan usahanya dan mampu berkembang. Salah satu kegiatan pemasaran yang diterapkan oleh pelaku usaha adalah bauran komunikasi pemasaran. Kegiatan pemasaran yang akan dilakukan oleh pelaku usaha dibantu dengan adanya bauran komunikasi pemasaran, karena bauran komunikasi pemasaran akan membantu menentukan tujuan-tujuan dari pemasaran itu sendiri. Bauran komunikasi pemasaran penting dilakukan oleh pelaku usaha guna mengembangkan usaha itu sendiri, karena tanpa adanya proses komunikasi dalam kegiatan pemasaran suatu produk atau jasa masyarakat tidak akan mengetahui atau memahami produk atau jasa tersebut. Bauran komunikasi pemasaran ini dilakukan untuk mencapai tujuan program perusahaan, dengan cara melakukan aktivitas pemasaran untuk meenyebarkan informasi, membujuk, memberi informasi pada calon konsumen agar tertarik dengan produk atau jasa