

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah peneliti bahas pada bab sebelumnya, disimpulkan bahwa penggunaan media sosial Instagram @antidotsudios sebagai media publikasi, telah berhasil dalam membangun kesadaran merek kepada konsumen. Hal ini terlihat dari penjabaran peneliti pada penggunaan fungsi fitur-fitur Instagram yang dilakukan oleh Antidot Studios secara intensif yang dideskripsikan melalui aspek dari dimensi dan komponen pemasaran media sosial. Serta dalam penggunaan fitur-fitur Instagram yang telah dilakukan oleh Antidot Studios dalam membangun kesadaran merek kepada konsumen, telah mencapai pada tingkat *brand recognition* dan *brand recall* kepada konsumennya, yang telah dideskripsikan oleh peneliti melalui tingkatan pengelompokan kesadaran merek atau piramida dari *brand awareness*.

Antidot Studios sebagai salah satu sebuah *brand* lokal pakaian harian pria dengan mengungjung tema pada desain minimalis dengan bahan berkualitas telah memanfaatkan penggunaan dari berbagai fitur yang ada pada media sosial Instagram untuk membangun *brand awareness* kepada konsumennya. Fitur-fitur yang mereka gunakan antara lain adalah *feeds*, *reels*, *story*, *highlight story*, *direct message*, Insatgram *shopping* dan Instagram *ads*. Diketahui dari bab sebelumnya, terkait fitur-fitur yang telah digunakan oleh Antidot Studios, dinilai telah cukup baik untuk dilakukan dalam kegiatan mempublikasikan konten sebagai sarana promosi produknya berupa proses pemasaran dan pengenalan produk pakaiannya.

Berdasarkan hasil penelitian, terkait informasi yang dimuat dalam konten Antidot Studios juga telah dirasa cukup oleh *followers* atau konsumennya. Hanya saja pada beberapa konten informasi yang dimuat pada salah satu fiturnya tersebut, yakni fitur Instagram *shopping* sebaiknya perlu diperhatikan lebih dan harus terpelihara akan kontennya agar dapat memudahkan *followers* atau konsumen untuk menemukan informasi terkait produk pakaiannya dengan sekali klik dan perlu ditingkatkan lagi intensitas akan pengunggahan postingan kotennya terhadap fitur tersebut, agar terus dapat meningkatkan dan membangun *brand awareness* kepada konsumen ataupun *followersnya*. Kemudian dalam penggunaan fitur-fitur yang terdapat di Instagram oleh Antidot Studios juga telah menjalankan aspek yang terdapat pada dimensi dan komponen utama dari pemasaran media sosial. Diketahui dari bab sebelumnya, dimensi dan komponen pemasaran media sosial yang dijalankan adalah *online communities, connecting, content creation, sharing of content, accesibility* dan *credibility*.

Melalui pembuatan konten yang menarik dan konsisten dalam membagikan konten kepada konsumen ataupun *followers* melalui fitur-fitur Instagram tersebut serta selalu terhubung dengan *followers* ataupun konsumen. Tentunya hal ini akan terus membantu Antidot Studios dalam membangun dan meningkatkan *brand awareness* kepada konsumennya terkait upaya untuk memperluas jangkauan target konsumen dan untuk menarik perhatiannya, agar Antidot Studios yang merupakan sebuah lokal *brand* pakaian harian pria ini, dapat diketahui, disadari, dan selalu diingat oleh konsumennya bahwa produk pakaian minimalis dengan kualitas terbaik adalah Antidot Studios, yang sehingga calon

konsumennya sampai pada tahap pembelian pertama ataupun menjadi konsumen berulangnya dan pada akhirnya tujuan Antidot Studios sebagai salah satu sebuah lokal *brand* pakaian harian pria yang berdesain minimalis ini dapat dikenal lebih luas oleh konsumennya dapat terpenuhi. Meskipun pada tingkat pengelompokan *brand awareness* yang berdasarkan pada penggunaan fitur-fitur media sosial Instagram yang sudah disesuaikan dengan aspek dari dimensi dan komponen yang terdapat pada pemasaran media sosial oleh Antidot Studios, masih berada pada tingkat pengelompokan dari pengenalan merek atau *brand recognition* dan pengingatan kembali atau *brand recall*.

## 5.2 Saran

Setelah hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat peneliti berikan kepada pihak-pihak yang terkait, diantaranya:

### 1. Bagi Antidot Studios

Melalui penelitian yang telah dilakukan, peneliti menyarankan kepada Antidot Studios agar dapat konsisten terhadap waktu postings dan juga konten postingan yang ingin diunggah agar dapat terus membangun *brand awareness* baik kepada *followers* maupun pengguna Instagram lainnya. Selain itu, diperluakannya juga perhatian lebih terhadap pemeliharaan konten yang terdapat pada fitur Instagram *shopping* agar tidak ada konten pemasaran produk yang *expired*, tentunya hal ini perlu dilakukan agar dapat mempermudah *followers* ataupun konsumen untuk memperoleh informasi yang lebih mendetail dan lengkap yaitu terkait produk Antidot Studios. Diketahui juga penggunaan media sosial Instagram memang baik dilakukan dalam proses pengembangan bisnis

usaha terkait membangun dan meningkatkan *brand awareness* kepada khalayak luas, namun ada baiknya juga untuk Antidot Studios lebih aktif lagi pada media sosial lainnya, seperti Tik-Tok, Facebook, ataupun You Tube dalam memperluas jangkauan akan kesadaran merek, agar seluruh khalayak yang menggunakan media sosial ini mengetahui akan keberadaan dari produk pakaian Antidot Studios yang karena pada dunia bisnis usaha terutama pada industri bisnis *clothing* saat ini sedang sangat maraknya kompetitor baru lainnya dengan berbagai inovasi sistem pemasaran yang unik dalam mempromosikan dan mengenalkan produknya kepada calon konsumennya. Oleh sebab itu, untuk mempertahankan dan meningkatkan produk Antidot Studios terhadap konsumen, diharapkan dan diperlukannya juga inovasi dalam melakukan proses publikasi pemasaran produknya pada media sosial lainnya, sehingga semakin banyak konsumen yang membeli dan mengetahui keberadaan akan produk pakaian Antidot Studios.

## **2. Bagi Pembaca sebagai Pembisnis Usaha**

Peneliti menyarankan kepada para pembaca yang merupakan pelaku bisnis untuk memahami karakteristik media sosial terutama Instagram, agar dapat menggunakan platform tersebut secara efektif dan memperoleh hasil yang optimal, karena penggunaan media sosial Instagram ini tidak hanya untuk menjual atau memasarkan produk saja, melainkan dengan menggunakan media sosial Instagram pembisnis juga dapat memperluas jaringannya dan menjalin hubungan yang baik dengan konsumennya, sehingga dapat membangun dan meningkatkan *brand awareness* bisnis usaha terhadap konsumen.

### 3. Bagi Kepentingan Akademis dan Peneliti selanjutnya

Dalam perkembangan teknologi informasi yang sudah semakin canggih ini, peneliti menyarankan bagi mahasiswa ilmu komunikasi untuk dapat mempelajari lebih dalam lagi terkait penggunaan media sosial Instagram serta aspek dimensi dan komponen dari pemasaran media sosial agar mahasiswa paham dan tidak ketinggalan terkait perkembangan teknologi informasi yang berguna untuk pengembangan bisnis usaha dalam membangun dan meningkatkan *brand awareness* bisnis usaha. Kemudian saran untuk penelitian selanjutnya adalah untuk menyempurnakan hasil penelitian ini dengan menjelaskan lebih lanjut tentang fitur-fitur lain yang terdapat di Instagram, serta memperdalam pemahaman tentang aspek dan komponen dari dimensi pemasaran media sosial. Selain itu, peneliti selanjutnya dapat melibatkan proses pengumpulan data yang lebih *detail* dan komprehensif, serta mengeksplorasi unsur-unsur baru di luar lingkup penelitian ini untuk mendapatkan hasil dari penelitian yang lebih bermacam-macam dan pemahaman akan ilmu pengetahuan yang terbaru terkait tujuan untuk melengkapi pembahasan atau pengkajian mengenai topik penelitian dari peneliti ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2018). *Building Strong Brands*. New York : Simon & Schuster.
- Adhimah, S. (2020). Peran orang tua dalam menghilangkan rasa canggung anak usia dini (studi kasus di desa karangbong rt. 06 rw. 02 Gedangan-Sidoarjo). *Jurnal Pendidikan Anak*, 9(1), 57–62.
- Aditia, S. (2021). *Inovasi Pembelajaran Berbasis Aplikasi Mobile*.
- Basit, L. (2018). Fungsi Komunikasi. *Al-Hikmah Media Dakwah, Komunikasi, Sosial Dan Kebudayaan*, 9(2), 26–42.
- Bramantyo, B. D., & Ismail, P. (2021). Digital Tourism Museum Nasional Indonesia Melalui Virtual Tour Di Masa Pandemi Covid-19. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 20(2), 184–196.
- Dominick, J. R. (2013). *The Dynamics of Mass Communication : Media in Transition* (12th ed.). New York : McGraw-Hill.
- Fauzi, V. P. (2018). *Pemanfaatan Instagram Sebagai Social Media Marketing ER-CORNER BOUTIQUE Dalam Membangun Brand Awareness Di Kota Pekanbaru*. 3(1), 1–15.
- Gunawan, I. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Gunelius, S. (2011). *30-MINUTE SOCIAL MEDIA MARKETING*. United States : McGraw Hill.
- Jenkins, H. (2008). Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. NYU Press. *Social Science Computer Review*, 26(2), 252–254.
- Kustiawan, W., Siregar, F. K., Alwiyah, S., Lubis, R. A., Gaja, F. Z., Pakpahan, N. S., & Nurhayati. (2022). *Komunikasi Massa*. 11(1), 1–9.
- Manovich, L. (2002). *The language of new media*. MIT press.
- McQuail, D. (2010). *McQuail ' s Mass Communication Theory* (6th ed.). SAGE Publications Ltd.
- Nazir, M. (2018). *Metode Penelitian*. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Noor, J. (2017). *Metodologi Penelitian : Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah*. Jakarta : Kencana Prenada Media Grup.

- Purbohastuti, A. W. (2019). Perilaku Mahasiswa Terhadap Sosial Media. *Sains: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 11(2), 237.
- Rahim, M., Erawan, E., & Alfando, J. (2018). Motif Penggunaan Instagram Story (Studi Kasus pada Siswa Siswi Jurusan Multimedia di SMK Negeri 1 Samarinda). *EJurnal Ilmu Komunikasi*, 6(3), 264–269.
- Ramadayanti, F. (2019). Peran Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 111–116.
- Riama, C. O. (2021). Peran influencer dalam proses electronic word of mouth untuk meningkatkan persepsi merek. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 5(2), 156.
- Rijali, A. (2018). Analisis Data Kualitatif. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), 81.
- Sari, A. C., Hartina, R., Awalia, R., Irianti, H., & Ainun, N. (2018). Komunikasi dan Media Sosial. *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69.
- Setiadi, A. (2022). *Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi*. 1–7.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Suprpto, H. A. (2018). Pengaruh Komunikasi Efektif untuk Meningkatkan Hasil Belajar Mahasiswa. *Lectura : Jurnal Pendidikan*, 9(1), 1–12.
- Taan, H., Radji, D. L., Rasjid, H., & Indriyani. (2021). Social Media Marketing Untuk Meningkatkan Brand Image. *Journal of Management & Business*, 4(1), 315–330.
- Verasatiwi, I., & Wulan, R. R. (2018). Studi Fenomenologi Pengemudi Ojek Online Perempuan Di Kota Bandung Dalam Kajian Feminisme. *Journal Acta Diurna*, 14(1), 91–99.
- Walid. (2018). Penggunaan Instagram Sebagai Social Media Marketing Dalam Membangun Brand Awareness PLATBM1912 Di Kota Pekanbaru. *Jom Fisip*, 5(1), 1–10.
- Wiratna, S. (2018). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta : PT. Pustaka Baru.

## Sumber Internet

- Antidot Studios. (2023). *Profile Account Media Social Antidot Studios*. Retrieved from @antidotstudios, On July 07, 2023, From: <https://www.instagram.com/antidotstudios/?igshid=MzRIODBiNWFIZA%3D%3D>
- Meta. (2023). *Create and share with your friend*. Retrieved from Features Instagram, On July 07, 2023, From: <https://about.instagram.com/features>
- Riadi, M. (2022). *Brand Awareness (Tingkatan, Indikator, Dimensi dan Strategi)*. Retrieved from KAJIANPUSTAKA, On July 07, 2023, From: <https://www.kajianpustaka.com/2022/07/brand-awareness.html?m=1>
- Riadi, M. (2023). *Pemasaran Media Sosial (Social Media Marketing)*. Retrieved from KAJIANPUSTAKA, On July 07, 2023, From: <https://www.kajianpustaka.com/2023/01/pemasaran-media-sosial.html?m=1>
- Rizaty, M. A. (2023). *Pengguna Instagram di RI Capai 106,72 Juta hingga Februari 2023*. Retrieved from DataIndonesia.id, , On July 07, 2023, From: <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-Instagram-di-ri-capai-10672-juta-hingga-februari-2023#>
- Widi, S. (2023). *Pengguna Media Sosial di Indonesia Sebanyak 167 Juta pada 2023*. Retrieved from DataIndonesia.id, On July 07, 2023, From: <https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-sebanyak-167-juta-pada-2023>

## PEDOMAN PERTANYAAN WAWANCARA

**Judul** : Penggunaan Media Sosial Instagram @antidotstudios Sebagai Media Publikasi Dalam Membangun Brand Awareness kepada Konsumen.

**Narasumber** : 1. Mindot (Admin Instagram Antidot Studios)  
2. Rios Wiranata (Followers Antidot Studios)  
3. Calvin Huang (Followers Antidot Studios)  
4. Ferdy Kurniawan (Followers Antidot Studios)  
5. Dian Agustine (Followers Antidot Studios)

**Tempat** : Melalui Form Questioner (Wawancara secara tidak langsung)

**Waktu** : 02 Juni & 09 Juni 2023

### **Daftar Pertanyaan Untuk Informan Kunci**

1. Sejak kapan anda membuka usaha ini dan serta sejak kapan anda mulai menggunakan media sosial Instagram sebagai media publikasi dalam memperkenalkan produk bisnis anda?
2. Apakah yang menjadi keunikan dari instagram Antidot Studios sehingga konsumen tertarik untuk melihatnya?
3. Apakah alasan Antidot Studios menggunakan dan memilih saluran media sosial Instagram sebagai tempat untuk mempublikasikan dari kegiatan memperkenalkan produknya?
4. Apakah terbentuknya Antidot Studios di Instagram ditujukan sebagai wadah tempat berkumpulnya masyarakat *online* yang memiliki minat terhadap pakaian harian minimalis (produk)?
5. Fitur – fitur Instagram apa sajakah yang digunakan oleh Antidot Studios dalam sarana untuk mempromosikan atau memasarkan produk kepada konsumen?
6. Bagaimana dengan pengoperasionalan dari fitur – fitur yang digunakan tersebut dalam mempromosikan atau memasarkan produk bisnis usaha?

7. Dari beberapa fitur – fitur tersebut, fitur mana yang paling sering digunakan dan efektif dalam mengait konsumen dan calon konsumen yang ada di Instagram?
8. Konten apakah yang biasa diunggah di Instagram Antidot Studios?
9. Sejauh ini apakah konten - konten yang di unggah oleh Antidot Studios memiliki tingkat engagement yang tinggi atau banyak disukai dan diberi komentar oleh konsumen?
10. Apakah Antidot Studios memiliki jadwal khusus dalam penggunaan fitur – fitur di Instagram untuk mengunggah konten?
11. Berapakah jumlah rata – rata partisipasi followers (konsumen) yang terdapat pada unggahan konten Antidot Studios dari penggunaan fitur di Instagram (berupa jumlah like di postingan dan views di insta story)?
12. Apakah Antidot Studios sering menanggapi Direct message dan komentar dari followers atau konsumen dalam menjalin hubungan yang personal dengan konsumen secara pribadi?
13. Apakah fungsi hastag pada kolom caption postingan Antidot Studios, memiliki dampak yang signifikan dalam menghubungkan akun Instagram Antidot Studios dengan pengguna lainnya?
14. Apakah fungsi mentions pada fitur Insta Story yang digunakan oleh Antidot Studios dapat meningkatkan kegiatan interaksi dan menarik perhatian followers (konsumen) Antidot Studios?
15. Bagaimana pengoperasionalan penggunaan dari fitur Instagram Shopping di Antidot Studios?
16. Dari keseluruhan penggunaan fitur yang ada di Instagram oleh Antidot Studios, apakah kendala atau kesulitan dari penggunaannya sebagai sarana dalam pemasaran produk pada fitur tersebut?

#### **Daftar Pertanyaan Untuk Informan Pendukung**

1. Apa yang Anda ketahui tentang Antidot Studios?
2. Dari mana Anda mengetahui tentang akun Instagram Antidot Studios?
3. Sejak kapan anda sudah memfollow akun Instagram Antidot Studios?

4. Apa yang membuat anda tertarik untuk melihat akun media sosial Instagram Antidot Studios?
5. Sudah berapa kali anda mengunjungi media sosial Instagram Antidot Studios dan biasanya apa yang ingin anda ketahui ketika mengunjungi media sosial Instagramnya?
6. Menurut anda bagaimana dengan isi konten yang ada di profile akun Instagram Antidot Studios?
  - a. Halaman Postingan atau Feeds
  - b. Reels
  - c. Insta Story
  - d. Highlight Story
  - e. Instagram Shopping
7. Apakah anda pernah tertarik untuk menggunakan produk setelah melihat postingan dari Antidot Studios?
8. Apakah menurut Anda, Antidot Studios sudah konsisten dalam membuat dan membagikan konten terkait pemasaran dan promosi produknya?
9. Apakah informasi yang dimuat pada konten Instagram Antidot Studios sudah cukup jelas dan mudah untuk anda mengerti?
10. Apakah anda sering melakukan kegiatan interaksi serta berkomunikasi dengan Antidot Studios melalui salah satu fitur yang digunakan seperti penggunaan mention pada Insta Story, reply Insta Story dan Direct Message?
11. Apakah kamu pernah mengomentari konten feeds postingan Antidot Studios?
12. Tanggapan Anda terkait dari keseluruhan fitur yang digunakan oleh Antidot Studios, menurut Anda fitur manakah yang paling efektif untuk digunakan dalam melakukan kegiatan pemasaran dan promosi produk kepada konsumennya?
13. Bagaimana pendapat Anda apakah pemasaran dan promosi Antidot Studios di Instagram sudah menarik perhatian konsumen yang ada di Instagram?
14. Saran apa yang dapat anda berikan kepada pengelola media sosial Instagram Antidot Studios terkait penggunaan media sosial Instagram sebagai sarana promosi dan pemasaran produk?

## Transkrip Hasil Wawancara

### Hasil Transkrip Wawancara Informan Kunci

**Nama** : Mindot (@antidotstudios)  
**Status** : Admin akun Instagram Antidot Studios  
**Tanggal** : 09 Juni 2023  
**Proses** : Melalui Form Questioner (Wawancara secara tidak langsung)

### Pertanyaan Besertakan Jawaban :

1. **Peneliti** : Sejak kapan anda membuka usaha ini dan serta sejak kapan anda mulai menggunakan media sosial Instagram sebagai media publikasi dalam memperkenalkan produk bisnis usaha anda?

**Responden** : 2019

### Tujuan Media Sosial (Aktualisasi Diri) :

2. **Peneliti** : Apakah yang menjadi keunikan dari Instagram Antidot Studios sehingga konsumen tertarik untuk melihatnya?

**Responden** : Minimalist with a touch of details. The team at Antidot Studios love minimalist clothings. But we understand that there's a looot of brands with minimalistic/basic approach to their clothings. So we think that we should add extra value to our brand in hope that we can stand out more. As we know we want to emphasize on well-made clothings, we stress on good quality of fabrics, cuttings and embroideries, as well as details that matter. We use detachable tags as our unique selling point (which has become our identity), as well as graphics that is approached with minimalistic, elegant, yet timeless design. Something that you can always wear, even 10, 20 years to come, and yet it'll remain wearable.

(Keunikannya dapat berupa ke minimalisan dengan sentuhan detail. Tim di Antidot Studios sangat menyukai pakaian minimalis. Namun kami memahami bahwa ada banyaknya merek clothing dengan jenis pendekatan

minimalis/sebuah pakaian dasar yang dapat digunakan harian oleh mereka. Jadi kami pikir kami harus menambahkan nilai ekstra pada merek kami dengan harapan kami dapat lebih menonjol. Seperti yang kita ketahui bahwa kita ingin menekankan pada pakaian yang dibuat dengan baik, kita menekankan pada kualitas kain, cutting dan bordir yang baik, serta detail yang penting. Kami menggunakan detachable tag sebagai nilai jual unik kami (yang telah menjadi identitas kami), serta grafis yang didekati dengan desain minimalis, elegan, namun tak lekang oleh waktu. Sesuatu yang selalu bisa Anda pakai, bahkan 10, 20 tahun yang akan datang, namun tetap bisa dipakai).

**Tujuan Media Sosial (Media Pemasaran) :**

3. **Peneliti :** Apakah alasan Antidot Studios menggunakan dan memilih saluran media sosial Instagram sebagai tempat untuk mempublikasikan dari kegiatan memperkenalkan produknya?

**Responden :** Instagram has been a really big social media platform for over a decade. Almost everybody uses Instagram. It is also a highly popular social media platform for local brands to market their items as people open Instagram and browse things frequently. Not to mention the users are mostly youths & young adults-which are our target market. So by using Instagram, we hope to be able to reach those who fit in the mentioned categories.

(Instagram telah menjadi platform media sosial yang sangat besar selama lebih dari satu dekade. Hampir semua orang menggunakan Instagram. Instagram juga merupakan platform media sosial yang sangat populer bagi merek lokal untuk memasarkan barang mereka saat orang membuka Instagram dan sering menelusuri barang. Belum lagi penggunaanya kebanyakan adalah seorang anak muda & orang dewasa yang merupakan target pasar kami. Jadi dengan menggunakan Instagram, kami berharap dapat menjangkau mereka yang termasuk dalam kategori tersebut).

## **Tujuan Media Sosial Membentuk Komunitas) &**

### **Dimensi Social Media Marketing (Online Communities) :**

4. **Peneliti** : Apakah terbentuknya Antidot Studios di Instagram ditujukan sebagai wadah tempat untuk berkumpulnya masyarakat online yang memiliki minat terhadap pakaian minimalis (produk)?

**Responden** : We'd love to think so. Our focus since 2019 is to produce high-quality minimalist menswear/unisex pieces. Until now, that idealism still hasn't disappeared, so we would say that yes, Antidot Studios is a very targeted local brand which hopes to cater people who love minimalist clothings-thus making a community.

(Kami ingin sekali berpikir demikian. Fokus kami sejak 2019 adalah memproduksi pakaian pria/unisex minimalis berkualitas tinggi. Sampai saat ini, idealisme itu masih belum hilang, jadi kami akan mengatakan ya, bahwa Antidot Studios adalah merek lokal yang sangat diincar yang berharap dapat melayani orang-orang yang menyukai pakaian minimalis, sehingga terbentuklah komunitas ini).

### **Fitur Instagram (Feeds, Story, Reels, Instagram Ads) :**

5. **Peneliti** : Fitur-fitur Instagram apa sajakah yang digunakan oleh Antidot Studios dalam sarana untuk mempromosikan atau memasarkan produk kepada konsumen?

**Responden** : Instagram Feeds, Stories, Reels & Ads. We also recently tried using TikTok, but we have not yet fully utilized it.

(Halaman posting, Cerita, Reels & Instagram Ads. Kami juga baru-baru ini mencoba menggunakan TikTok, tetapi kami belum menggunakannya sepenuhnya).

6. **Peneliti** : Bagaimana dengan pengopersionalan dari fitur-fitur yang digunakan tersebut dalam mempromosikan atau memasarkan produk bisnis usaha?

**Responden** : We're pretty straightforward we'd say. We usually post things before the launching date, let people know what's coming and we usually have

certain stories that we want to share every release, because we want people to know what's the inspiration behind each releases. And once we've done all this, we publish the items online so people can buy our clothings. We also do Instagram Ads monthly to reach to newer customers.

(Cukup mudah, kami akan mengatakannya. Kami biasanya akan memposting hal-hal sebelum tanggal peluncuran, memberi tahu orang apa yang akan datang dan kami biasanya akan membagikan stories tertentu yang ingin kami bagikan setiap rilis sesuatu seperti produk, karena kami ingin orang tahu apa inspirasi di balik setiap perilsan tersebut. Dan setelah kami melakukan semua ini, kami akan mempublikasikan barang secara online sehingga orang dapat membeli pakaian kami. Kami juga selalu memasang Iklan di Instagram setiap bulannya untuk menjangkau pelanggan baru).

7. **Peneliti** : Dari beberapa fitur-fitur tersebut, fitur mana yang paling sering digunakan dan efektif dalam mengait konsumen dan calon konsumen yang ada di Instagram?

**Responden** : Instagram Feeds & Stories

(Halaman posting dan Cerita).

**Dimensi Social Media Marketing (Content Creation) &  
Dimensi Social Media Marketing (Sharing Of Content) :**

8. **Peneliti** : Konten apakah yang biasa diunggah di Instagram Antidot Studios?

**Responden** : Details on Quality & Daily conversation.

(Konten terkait detail tentang Kualitas produk & Percakapan harian).

9. **Peneliti** : Sejauh ini apakah konten-konten yang di unggah oleh Antidot Studios memiliki tingkat engagement yang tinggi atau banyak disukai dan menuai komentar oleh konsumen?

**Responden** : We don't actually do a lot of gimmick contents. Most that we do is giveaway. But i don't think that it answers the question though! hahahha. I

think posts that have higher engagement rate are usually new releases. Aside from that, since we don't do a lot of gimmicks, we can't say much.

(Kami sebenarnya tidak melakukan banyak konten gimmick. Kebanyakan yang kami lakukan adalah giveaway. Tetapi saya tidak berpikir itu menjawab pertanyaan itu! hahaha. Menurut saya postingan yang memiliki tingkat keterlibatan lebih tinggi biasanya adalah perilis produk baru. Selain itu, karena kami tidak melakukan banyak tipu muslihat, kami tidak bisa banyak bicara).

10. **Peneliti** : Apakah Antidot Studios memiliki jadwal khusus dalam penggunaan fitur-fitur di Instagram untuk mengunggah konten?

**Responden** : We don't, we basically just do things naturally.

(Tidak ada jadwal khusus, pada dasarnya kami hanya melakukan hal-ha tersebut sesuai kebutuhan kami atau secara alami).

**Dimensi Social Media Marketing (Content Creation),  
Dimensi Social Media Marketing (Sharing Of Content) &  
Fitur Instagram (Feeds & Story) :**

11. **Peneliti** : Berapakah jumlah rata-rata partisipasi followers (konsumen) yang terdapat pada unggahan konten Antidot Studios dari penggunaan fitur di Instagram (berupa jumlah like di postingan dan views di instastory)?

**Responden** : For posts, it varies. Sometimes it's only less than 50 like, but sometimes it can also reach to 800+ like. For stories, on normal days would be around 1K to 2K. On higher days when we do activation & storytelling, it could go up to 7K.

(Untuk postingan bervariasi. Terkadang hanya kurang dari 50 yang menyukai, tetapi terkadang juga bisa mencapai 800+ yang menyukai. Untuk cerita, pada hari biasa sekitar 1.000 hingga 2.000 yang melihat. Pada hari-hari yang lebih tinggi ketika kami melakukan aktivasi & bercerita, itu bisa mencapai 7.000 yang melihat).

## **Tujuan Media Sosial (Menjalin Hubungan Pribadi) &**

### **Dimensi Social Media Marketing (Interaction) :**

12. **Peneliti** : Apakah Antidot Studios sering menanggapi Direct message dan komentar dari followers atau konsumen dalam menjalin hubungan yang personal dengan konsumen secara pribadi?

**Responden** : Yes. we think that this is very important, that is to communicate and reach to customers in personal level. We want Antidot Studios to be a brand that is warm, reachable, and unpretentious. Anyone can always DM “Mindot” (what we call the Admin of Antidot Studios) and feel like he's a friend that you can talk & ask things with.

(Ya. kami pikir ini sangat penting, yaitu untuk berkomunikasi dan menjangkau pelanggan di tingkat pribadi. Kami ingin Antidot Studios menjadi merek yang hangat, mudah dijangkau, dan bersahaja. Siapa pun selalu dapat mengirim direct message “Mindot” (seseorang yang kami sebut Admin dari Antidot Studios) dan merasa seperti dia adalah teman yang dapat anda ajak bicara & tanyakan sesuatu).

## **Fitur Instagram (Feeds) &**

### **Dimensi Social Media Marketing (Conecting) :**

13. **Peneliti** : Apakah fungsi hastag pada kolom caption postingan Antidot Studios, memiliki dampak yang signifikan dalam menghubungkan akun Instagram Antidot Studios dengan pengguna lainnya?

**Responden** : We use #wearantidot as like a tagline (though it's not really) . Just like Nike's "Just Do It", or Subway's "Eat Fresh". it's like a tagline for hashtag. At this moment, we honestly don't think it really add to any impact. But we think it's good to have one.

(Kami menggunakan #wearantidot sebagai tagline (meskipun sebenarnya tidak). Sama seperti "Just Do It" dari Nike, atau "Eat Fresh" dari Subway. itu seperti tagline untuk hashtag. Saat ini, sejujurnya kami tidak berpikir itu benar-benar menambah dampak apa pun. Tapi kami pikir bagus untuk memilikinya).

### **Fitur Instagram (Story) &**

#### **Dimensi Social Media Marketing (Interaction) :**

14. **Peneliti** : Apakah fungsi mentions pada fitur Insta Story yang digunakan oleh Antidot Studios dapat meningkatkan kegiatan interaksi dan menarik perhatian followers (konsumen) Antidot Studios?

**Responden** : Yes! We religiously utilize everything on IG Stories so we can connect more to our customers. Whether it be mentions, music, polls. As we love to converse, it just happens naturally.

(Ya! Kami secara religius menggunakan semua yang ada di Instagram Stories sehingga kami dapat lebih terhubung dengan pelanggan kami. Baik itu mention, musik, polling. Karena kami suka berkomunikasi, itu terjadi begitu saja).

#### **Fitur Instagram (Instagram Shopping) :**

15. **Peneliti** : Bagaimana pengoperasionalan penggunaan dari fitur Instagram Shopping di Antidot Studios?

**Responden** : We do have IG Shopping, but honestly we don't really focus on it as we can't really know the effectiveness of IG Shopping.

(Kami memang memiliki Instagram Shopping, tetapi sejujurnya kami tidak terlalu fokus karena kami tidak bisa benar-benar mengetahui keefektifan Instagram Shopping).

#### **Dimensi Social Media Marketing (Accessibility) :**

16. **Peneliti** : Dari keseluruhan penggunaan fitur yang ada di Instagram oleh Antidot Studios, adakah kendala atau kesulitan dari penggunaannya sebagai sarana dalam pemasaran produk pada fitur tersebut?

**Responden** : There is, the fluctuating algorithm of Instagram. Hahaha. Just like a lot of people out there, we too sometimes struggle with algorithm. So, it's always a challenge for us to always adapt & adapt to the nowness.

(Ada, algoritma Instagram yang berfluktuasi. Hahaha. Sama seperti banyak orang di luar sana, terkadang kami juga kesulitan dengan algoritma. Sehingga

selalu menjadi tantangan bagi kita untuk selalu beradaptasi & beradaptasi dengan kekinian).

### Transkrip Hasil Wawancara

#### **Hasil transkrip wawancara Informan Pendukung**

**Nama** : Rios Wiranata (@rioswiranata)  
**Status** : Konsumen atau followers akun Instagram Antidot Studios  
**Tanggal** : 02 Juni 2023  
**Proses** : Melalui Form Questioner (Wawancara secara tidak langsung)

#### **Pertanyaan beserta jawaban :**

- 1. Peneliti** : Apa yang anda ketahui tentang Antidot Studios?  
**Responden** : Antidot Studios adalah salah satu lokal brand yang ada di Indonesia.
- 2. Peneliti** : Dari mana anda mengetahui tentang akun Instagram Antidot Studios?  
**Responden** : Saya mengetahui produk ini dari teman saya.
- 3. Peneliti** : Sejak kapan anda sudah memfollow akun Instagram Antidot Studios?  
**Responden** : 3 bulan lalu.

#### **Tujuan Media Sosial (Aktualisasi Diri) :**

- 4. Peneliti** : Apa yang membuat anda tertarik untuk melihat akun media sosial Instagram Antidot Studios?  
**Responden** : Informasi produk pakaian mereka.

**Tujuan Media Sosial (Media Pemasaran) :**

5. **Peneliti :** Sudah berapa kali anda mengunjungi media sosial Instagram Antidot Studios dan biasanya apa yang ingin anda ketahui ketika mengunjungi media sosial Instagramnya?

**Responden :** Lumayan sering si saya untuk menghampiri Instagramnya Antidot Studios, biasanya saya mengunjungi akun Instagramnya untuk melihat peluncuran new arrival dari produk terbaru merek.

**Fitur Instagram (Feeds, Reels, Insta Story, Highlight Story, dan Instagram Shopping) :**

6. **Peneliti :** Menurut anda bagaimana dengan isi konten yang ada di profile akun Instagram Antidot Studios?

a. Halaman Postingan atau Feeds

**Responden :** Menurut saya, feeds mereka terlihat sangat rapi dari postingan-postingan produknya sebagai salah satu sebuah lokal brand.

b. Reels

**Responden :** Menurut saya, reels mereka menarik dan sudah memberikan informasi secara tidak langsung terkait produk mereka yang dikenakan oleh modelnya, bagaimana bahannya atau bentukan dari produknya.

c. Insta Story

**Responden :** Menurut saya, insta storynya difungsikan sangat baik dalam memasarkan produknya, sering sekali saya melihat Antidot Studios memasarkan konten informasi terkait perilsan produk atau promo produk bahkan event seperti give away di insa Story.

d. Highlight Story

**Responden :** Menurut saya, highlight storynya sudah cukup memberikan informasi terkait produk pakaiannya, seperti terdapat foto-foto katalog produk, informasi size chart, informasi instruksi dari pemeliharaan pakaian serta informasi kolaborasi-kolaborasi produk pakaiannya dengan bisnis brand pakaian lainnya.

e. Instagram Shopping

**Responden :** Menurut saya, Instagram shopping Antidot Studios itu seperti catalog produk pakaiannya dan dengan adanya Instagram Shopping ini dapat memudahkan konsumennya dalam memilih produk pakaian yang tersedia dan diinginkan.

**Dimensi Social Media Marketing (Sharing Of Content) & Tujuan Media Sosial (Media Pemasaran) :**

7. **Peneliti :** Apakah anda pernah tertarik untuk menggunakan produk setelah melihat postingan dari Antidot Studios?

**Responden :** Sering, karena konten produk yang diunggah sangat menarik.

**Dimensi Social Media Marketing (Content Creation), Dimensi Social Media Marketing (Sharing Of Content) & Tujuan Media Sosial (Media Pemasaran) :**

8. **Peneliti :** Apakah menurut anda, Antidot Studios sudah konsisten dalam membuat dan membagikan konten terkait pemasaran dan promosi produknya?

**Responden :** Cukup konsisten.

**Dimensi Social Media Marketing (Credibility) :**

9. **Peneliti :** Apakah Informasi yang dimuat pada konten Instagram Antidot Studios sudah cukup jelas dan mudah untuk anda mengerti?

**Responden :** Sudah jelas dan mudah untuk dimengerti.

**Fitur Instagram (Direct Message & Story),**

**Tujuan Media Sosial (Menjalin Hubungan Pribadi) &**

**Dimensi Social Media Marketing (Interaction) :**

10. **Peneliti :** Apakah anda sering melakukan kegiatan interaksi serta berkomunikasi dengan Antidot Studios melalui salah satu fitur yang digunakan seperti penggunaan mention pada Insta Story, reply Insta Story dan Direct Message?

**Responden :** Saya tidak pernah melakukannya, saya hanya melihat postingan yang ada di insta story.

**Fitur Instagram (Feeds) :**

11. **Peneliti :** Apakah kamu pernah mengomentari konten feeds postingan Antidot Studios?

**Responden :** Tidak, hanya menyukai postingan konten.

**Tujuan Media Sosial (Media Pemasaran) :**

12. **Peneliti :** Tanggapan anda terkait dari keseluruhan fitur yang digunakan oleh Antidot Studios, menurut anda fitur manakah yang paling efektif untuk digunakan dalam melakukan kegiatan pemasaran dan promosi produk kepada konsumennya?

**Responden :** Menurut saya, fitur postingan feeds dan story yang paling efektif dalam memasarkan dan mempromosikan produk.

**Tujuan Media Sosial (Media Pemasaran) :**

13. **Peneliti :** Bagaimana pendapat anda apakah pemasaran dan promosi Antidot Studios di Instagram sudah menarik perhatian konsumen yang ada di Instagram?

**Responden :** Menurut saya, sudah cukup, tetapi masih bisa di maksimalkan lagi.

14. **Peneliti :** Saran apa yang anda dapat berikan kepada pengelola media sosial Instagram Antidot Studios terkait penggunaan media sosial Instagram sebagai sarana promosi dan pemasaran produk?

**Responden :** Menurut saya, lebih banyakin lagi interaksi dengan pembeli.

## Transkrip Hasil Wawancara

### Hasil transkrip wawancara Informan Pendukung

**Nama** : Calvin Huang (@antidotstudios)  
**Status** : Konsumen atau followers akun Instagram Antidot Studios  
**Tanggal** : 02 Juni 2023  
**Proses** : Melalui Form Questioner (Wawancara secara tidak langsung)

### Pertanyaan beserta jawaban :

1. **Peneliti** : Apa yang anda ketahui tentang Antidot Studios?

**Responden** : Antidot Studios adalah brand fashion terkini yang memiliki beberapa pilihan mulai dari kemeja, kaos dan celana dengan desain yang minimalis dan elegan.

2. **Peneliti** : Dari mana anda mengetahui tentang akun Instagram Antidot Studios?

**Responden** : Sebelumnya saya follow owner dari Antidot Studios yaitu @plankite dan memiliki ketertarikan terhadap desain bajunya.

3. **Peneliti** : Sejak kapan anda sudah memfollow akun Instagram Antidot Studios?

**Responden** : Kurang lebih dari awal 2022.

### Tujuan Media Sosial (Aktualisasi Diri) :

4. **Peneliti** : Apa yang membuat anda tertarik untuk melihat akun media sosial Instagram Antidot Studios?

**Responden** : Konten yang dimuat di feeds Instagramnya terkait produknya yang memiliki desain baju yang elegan, serta cara mereka mempresentasikan beberapa pilihan bajunya sangat menarik dan estetik.

**Tujuan Media Sosial (Media Pemasaran) :**

5. **Peneliti** : Sudah berapa kali anda mengunjungi media sosial Instagram Antidot Studios dan biasanya apa yang ingin anda ketahui ketika mengunjungi media sosial Instagramnya?

**Responden** : Saya pribadi, sangat sering mengunjungi akun Antidot Studios dan karena saya juga merupakan followers Instagramnya, tentu hal ini membuat saya secara tidak langsung jadi mengetahui informasi terkait model terbaru dari koleksi produk mereka saat membuka aplikasi Instagram.

**Fitur Instagram (Feeds, Reels, Insta Story, Highlight Story dan Instagram Shopping) :**

6. **Peneliti** : Menurut anda bagaimana dengan isi konten yang ada di profile akun Instagram Antidot Studios?

a. Halaman Postingan atau Feeds

**Responden** : Postingan feeds di Instagram Antidot Studios, menurut saya terlihat estetik. Mereka memposting produknya di Instagram tidak seperti akun bisnis usaha clothing lainnya yang hanya fokus pada foto-foto atau video produknya, melainkan Antidot Studios ini sangat mefituring foto-foto atau video produknya dengan modelnya yang disesuaikan lagi dengan background yang tepat dan menurut saya pada feedsnya Antidot Studios ini, mereka memiliki ketertarikan pada foto-foto yang dimuatnya karena terlihat memiliki warna yang sama tetapi tidak membosankan, membuat saya jadi merasa untuk ingin coba memakai produknya.

b. Reels

**Responden** : Konten video yang dimuat pada reels Antidot Studios menurut saya sangat menarik perhatian dalam menunjukkan model mereka saat mengenakan produknya terutama dipadukan dengan backsound. Jadi, ketika saya melihat konten reels tersebut, kayak membuat saya jadi tertarik dan mendapatkan gambaran akan produknya.

c. Insta Story

**Responden :** Sangat informatif konten yang dimuat pada Instagram story mereka terkait pemasaran produknya, tidak itu saja mereka juga sering mengajukan polling pertanyaan terkait hal sesuatu yang berkaitan dengan produknya bahkan diluar itu dan hal tersebut membuat saya merasa dekat dengan Antidot Studios sebagai konsumennya.

d. Highlight Story

**Responden :** Ketika saya melihat highlight story mereka, konten-kontennya itu memuat informasi terkait produk-produknya seperti katalog, ukuran pakaian ataupun koleksi dari model-model produknya pakaiannya. Hal ini tentunya memudahkan saya sebagai konsumen dalam mencari informasi terkait produk pakaiannya.

e. Instagram Shopping

**Responden :** Terkait Instagram shopping mereka, ketika saya melihatnya itu berisikan katalog-katalog dari produk pakaian mereka. Menurut saya si terkait Instagram Shopping mereka konten produk yang dimuat sangat tertata rapi, tetapi kurang terupdate seperti masih ada pakaian yang sudah sold out tetapi masih ada di katalog tersebut.

### **Dimensi Social Media Marketing (Sharing Of Content) &**

#### **Tujuan Media Sosial (Media Pemasaran) :**

7. **Peneliti :** Apakah anda pernah tertarik untuk menggunakan produk setelah melihat postingan dari Antidot Studios?

**Responden :** Pernah, karena beberapa postingan konten produk yang dimuatnya sangat menarik dan sangat estetik si jadi membuat saya ingin mencoba mengenakan produknya.

**Dimensi Social Media Marketing (Content Creation),  
Dimensi Social Media Marketing (Sharing Of Content) &  
Tujuan Media Sosial (Media Pemasaran) :**

8. **Peneliti** : Apakah menurut anda, Antidot Studios sudah konsisten dalam membuat dan membagikan konten terkait pemasaran dan promosi produknya?  
**Responden** : Sudah sangat konsisten dan rapi dalam menyusun artikel mereka.

**Dimensi Social Media Marketing (Credibility)**

9. **Peneliti** : Apakah Informasi yang dimuat pada konten Instagram Antidot Studios sudah cukup jelas dan mudah untuk anda mengerti?  
**Responden** : Sangat jelas & mendetail setiap pilihannya. Hingga bahannya pun di perlihatkan.

**Fitur Instagram (Direct Message & Story),  
Tujuan Media Sosial (Menjalin Hubungan Pribadi) &  
Dimensi Social Media Marketing (Interaction) :**

10. **Peneliti** : Apakah anda sering melakukan kegiatan interaksi serta berkomunikasi dengan Antidot Studios melalui salah satu fitur yang digunakan seperti penggunaan mention pada Insta Story, reply Insta Story dan Direct Message?  
**Responden** : Beberapa kali saya mengikuti interaksi yang ada di Instagram storynya dan berlanjut pada percakapan di direct message, untuk menanyakan terkait produk pakaian yang ingin saya beli dan mereka meresponnya dengan sangat baik.

**Fitur Instagram (Feeds) :**

11. **Peneliti** : Apakah kamu pernah mengomentari konten feeds postingan Antidot Studios?  
**Responden** : Belum, hanya menglike kontennya saja.

**Tujuan Media Sosial (Media Pemasaran) :**

12. **Peneliti :** Tanggapan anda terkait dari keseluruhan fitur yang digunakan oleh Antidot Studios, menurut anda fitur manakah yang paling efektif untuk digunakan dalam melakukan kegiatan pemasaran dan promosi produk kepada konsumennya?

**Responden :** Instagram reels si kalau menurut saya, karena konten video yang mereka muat sangat menarik dan memberikan informasi secara tidak langsung terkait produk pakaiannya saat di kenakan oleh model mereka.

**Tujuan Media Sosial (Media Pemasaran) :**

13. **Peneliti :** Bagaimana pendapat anda apakah pemasaran dan promosi Antidot Studios di Instagram sudah menarik perhatian konsumen yang ada di Instagram?

**Responden :** Saya sebagai konsumennya si, menurut saya sudah sangat menarik untuk dilihat.

14. **Peneliti :** Saran apa yang anda dapat berikan kepada pengelola media sosial Instagram Antidot Studios terkait penggunaan media sosial Instagram sebagai sarana promosi dan pemasaran produk?

**Responden :** Kalau dari saya si paling, perbanyak lagi aja konten yang membahas tentang bahan produk pakaian yang digunakan. Soalnya kalo tentang bahan produk pakaian kan jarang-jarang tuh termuat pada konten feeds ataupun story, paling hanya ada di caption konten saja.

**Transkrip Hasil Wawancara**

**Hasil transkrip wawancara Informan Pendukung**

**Nama** : Ferdy Kurniawan (@ferdykurr)

**Status** : Konsumen atau followers akun Instagram Antidot Studios

**Tanggal** : 02 Juni 2023

**Proses** : Melalui Form Questioner (Wawancara secara tidak langsung)

**Pertanyaan besertakan jawaban :**

1. **Peneliti :** Apa yang anda ketahui tentang Antidot Studios?

**Responden :** Antidot Studios adalah sebuah brand pakaian pria yang cukup berkualitas.

2. **Peneliti :** Dari mana anda mengetahui tentang akun Instagram Antidot Studios?

**Responden :** Saya mengetahui produk ini dari iklan yang lewat di Instagram story saya.

3. **Peneliti :** Sejak kapan anda sudah memfollow akun Instagram Antidot Studios?

**Responden :** Sekitar pada awal tahun 2022.

**Tujuan Media Sosial (Aktualisasi Diri) :**

4. **Peneliti :** Apa yang membuat anda tertarik untuk melihat akun media sosial Instagram Antidot Studios?

**Responden :** Tentu saja konten produk pakaiannya.

**Tujuan Media Sosial (Media Pemasaran) :**

5. **Peneliti :** Sudah berapa kali anda mengunjungi media sosial Instagram Antidot Studios dan biasanya apa yang ingin anda ketahui ketika mengunjungi media sosial Instagramnya?

**Responden :** Saya tidak tahu pasti berapa kali saya mengunjungi akun Instagram Antidot Studios dan hal yang melatarbelakangi saya untuk mengunjungi Instagram mereka adalah keinginan untuk melihat update dari brand tersebut.

**Fitur Instagram (Feeds, Reels, Insta Story, Highlight Story dan Instagram Shopping) :**

6. **Peneliti :** Menurut anda bagaimana dengan isi konten yang ada di profile akun Instagram Antidot Studios?

a. Halaman Postingan atau Feeds

**Responden :** Feeds Instagram Antidot Studios, menurut saya sangat rapi dalam pengemas kontennya. Posting konten produknya terlihat sangat apik yang pada feedsnya itu terlihat memiliki warna yang sama, membuat sangat memanjakan mata saat mescrolling feedsnya untuk mencari produk pakaian yang diinginkan.

b. Reels

**Responden :** Untuk reelsnya, menarik perhatian si. Sering kali reelsnya Antidot Studios muncul di beranda Instagram saya. Biasanya saya langsung mescrolling konten lainnya. Tetapi tidak tau kenapa saat konten reelsnya Antidot Studios muncul, saya menontonnya hingga habis. Mungkin karena backsound dan konten video terkait produknya yang sangat unik, membuat saya tertarik menonton hingga akhir.

c. Insta Story

**Responden :** Karena saya merupakan followersnya, saya sering sekali melihat insta story mereka. Isinya si informasi terkait produk-produk mereka dan jika saya perhatikan lagi Antidot Studios ini juga sering merepost postingan konten yang mention mereka, seperti followersnya yang meng-ootd pakaian produk mereka dan saya jarang sekali tidak melihat mereka dalam mengupload konten story pada profile akunnya.

d. Highlight Story

**Responden :** Highlight storynya cukup bermanfaat bagi saya, terutama mereka memasukan konten katalog produk terbarunya dan sizeing guide ukuran produk pakaian mereka. Jadi tidak perlu repot-repot saya harus menanyakan dan mencari terkait hal tersebut.

e. Instagram Shopping

**Responden :** Fasilitas ini yang jarang ada di bisnis usaha online lainnya dan menurut saya dengan Antidot Studios menggunakan Instagram Shopping ini dapat memudahkan konsumennya untuk mencari produk pakaiannya yang tersedia dan di inginkan.

**Dimensi Social Media Marketing (Sharing Of Content) &**

**Tujuan Media Sosial (Media Pemasaran) :**

7. **Peneliti** : Apakah anda pernah tertarik untuk menggunakan produk setelah melihat postingan dari Antidot Studios?

**Responden** : Ada ketertarikan.

**Dimensi Social Media Marketing (Content Creation),**

**Dimensi Social Media Marketing (Sharing Of Content) &**

**Tujuan Media Sosial (Media Pemasaran) :**

8. **Peneliti** : Apakah menurut anda, Antidot Studios sudah konsisten dalam membuat dan membagikan konten terkait pemasaran dan promosi produknya?

**Responden** : Sudah cukup konsisten.

**Dimensi Social Media Marketing (Credibility) :**

9. **Peneliti** : Apakah Informasi yang dimuat pada konten Instagram Antidot Studios sudah cukup jelas dan mudah untuk anda mengerti?

**Responden** : Sangat jelas dan mudah untuk dimengerti.

**Fitur Instagram (Direct Message & Story),**

**Tujuan Media Sosial (Menjalin Hubungan Pribadi) &**

**Dimensi Social Media Marketing (Interaction) :**

10. **Peneliti** : Apakah anda sering melakukan kegiatan interaksi serta berkomunikasi dengan Antidot Studios melalui salah satu fitur yang digunakan seperti penggunaan mention pada Insta Story, reply Insta Story dan Direct Message?

**Responden** : Saya tidak pernah melakukannya.

**Fitur Instagram (Feeds) :**

11. **Peneliti** : Apakah kamu pernah mengomentari konten feeds postingan Antidot Studios?

**Responden** : tidak pernah, hanya menyukai postingan kontennya saja.

**Tujuan Media Sosial (Media Pemasaran) :**

12. **Peneliti :** Tanggapan anda terkait dari keseluruhan fitur yang digunakan oleh Antidot Studios, menurut anda fitur manakah yang paling efektif untuk digunakan dalam melakukan kegiatan pemasaran dan promosi produk kepada konsumennya?

**Responden :** Terkait fitur yang efektif digunakan dalam kegiatan pemasaran, menurut saya Instagram Ads yang paling efektif karena jangkauannya yang luas dapat menjangkau seluruh konsumen sebagai pengguna yang ada di Instagram.

**Tujuan Media Sosial (Media Pemasaran) :**

13. **Peneliti :** Bagaimana pendapat anda apakah pemasaran dan promosi Antidot Studios di Instagram sudah menarik perhatian konsumen yang ada di Instagram?

**Responden :** Secara keseluruhan internal di Instagram seharusnya sudah menarik perhatian, tetapi menurut saya ada yang harus diperhatikan kembali dalam sistem promosi yang dilakukan oleh Antidot Studios. Mereka memang sering melakukan update di media sosial, terkait informasi produk pakainnya. Tetapi dalam menjangkau konsumen yang luas, mereka bisa mencari selebgram yang cukup terkenal untuk mempromosikan brand mereka agar bisa lebih dikenal luas oleh masyarakat.

14. **Peneliti :** Saran apa yang anda dapat berikan kepada pengelola media sosial Instagram Antidot Studios terkait penggunaan media sosial Instagram sebagai sarana promosi dan pemasaran produk?

**Responden :** Seperti yang saya katakan tadi, harus lebih aktif dalam melakukan promosi di luar akun Instagram mereka, agar dapat menjangkau konsumen baru yang belum mengenal Antidot Studios sebelumnya.

## Transkrip Hasil Wawancara

### Hasil transkrip wawancara Informan Pendukung

**Nama** : Dian Agustine (@dian\_agustinee)  
**Status** : Konsumen atau followers akun Instagram Antidot Studios  
**Tanggal** : 02 Juni 2023  
**Proses** : Melalui Form Questioner (Wawancara secara tidak langsung)

### Pertanyaan beserta jawaban :

1. **Peneliti** : Apa yang anda ketahui tentang Antidot Studios?

**Responden** : Antidot Studios ini yang saya tahu itu adalah toko baju online, jadi ya jualannya baju, jaket but mostly memang kebanyakan untuk cowok ya.

2. **Peneliti** : Dari mana anda mengetahui tentang akun Instagram Antidot Studios?

**Responden** : Dari teman saya yang awalnya memberitahu tentang Antidot Studios ini karena katanya bagus.

3. **Peneliti** : Sejak kapan anda sudah memfollow akun Instagram Antidot Studios?

**Responden** : Follow Antidot Studios udah dari tahun lalu, lupa sih kapan tepatnya tapi udah lumayan lama sih.

### Tujuan Media Sosial (Aktualisasi Diri) :

4. **Peneliti** : Apa yang membuat anda tertarik untuk melihat akun media sosial Instagram Antidot Studios?

**Responden** : Awalnya tertarik karna diliat keren juga, gimana ya ini tuh bagus Instagramnya kayak estetik trus juga rapih feedsnya, jadi enak aja diliatnya dan gak yang nyepam post juga, jadi ketertarikan itu kata orang kan dari mata dan yes bener setelah dicoba bajunya saya beli ya jadi turun kehati deh... hahaha.

**Tujuan Media Sosial (Media Pemasaran) :**

5. **Peneliti :** Sudah berapa kali anda mengunjungi media sosial Instagram Antidot Studios dan biasanya apa yang ingin anda ketahui ketika mengunjungi media sosial Instagramnya?

**Responden :** Untuk mengunjungi Instagramnya Antidot ini saya ga tau brapa banyak tepatnya tapi kurasa udah banyak sih, soalnya klo kadang pengen cuci mata ya liat kesini karena kalo saya orangnya suka aja liat baju-bajunya.

**Fitur Instagram (Feeds, Reels, Insta Story, Highlight Story dan Instagram Shopping) :**

6. **Peneliti :** Menurut anda bagaimana dengan isi konten yang ada di profile akun Instagram Antidot Studios?

a. Halaman Postingan atau Feeds

**Responden :** Kalau dari saya si, feeds mereka terlihat estetik kayak dari postingan foto-foto produknya aja memiliki kesamaan warna terus yang paling penting mereka tidak memposting foto produknya saja di feeds, itu yang menjadi nilai plus bagi saya saat melihat feeds mereka.

b. Reels

**Responden :** Menurut saya, reels mereka terlihat menarik, walaupun video pendek, tetapi mereka bisa memaksimalkan video promosi produknya. Dengan tambahan backsoud yang bagus. Reels ini tentunya dapat menarik perhatian konsumen.

c. Insta Story

**Responden :** Antidot Studios dalam menggunakan insta story kalau yang dari saya lihat si mereka sangat sering mempromosikan produk pakaiannya. Selain itu Antidot Studios sering melakukan semacam pertanyaan melalui insta story terkait rincian produk yang ingin ditanyakan oleh followersnya. Dan Antidot Studios juga sering merepost postingan mentions insta story dari followersnya.

d. Highlight Story

**Responden :** Di highlight storynya, Antidot Studios ini sangat lengkap dalam memberikan informasi terkait produknya, seperti katalog produk pakaian, panduan ukuran pakaian, dan koleksi-koleksi musiman pakaiannya pun disertakan ke dalam highlight story. Sangat bermanfaat si bagi saya dalam mencari informasi terkait produk Antidot Studios.

e. Instagram Shopping

**Responden :** Kalau Instagram shopping, saya memang sering melihatnya, tetapi saya lebih sering berkunjung ke link website official Antidot Studios kalau sedang mencari pakaian. Karena sama aja si kalau diperhatikan, Instagram shopping tuh kan kayak catalog dari produk Antidot Studios, tetapi untuk yang secara lengkapnya kan kayak lebih enak aja kalau langsung ke website officialnya, soalnya kalau di Instagram Shopping itu ada produk yang sudah habis tapi belum dihapus fotonya.

**Dimensi Social Media Marketing (Sharing Of Content) & Tujuan Media Sosial (Media Pemasaran) :**

7. **Peneliti :** Apakah anda pernah tertarik untuk menggunakan produk setelah melihat postingan dari Antidot Studios?

**Responden :** Jelas, saya sudah sering beberapa kali.

**Dimensi Social Media Marketing (Content Creation),  
Dimensi Social Media Marketing (Sharing Of Content) & Tujuan Media Sosial (Media Pemasaran) :**

8. **Peneliti :** Apakah menurut anda, Antidot Studios sudah konsisten dalam membuat dan membagikan konten terkait pemasaran dan promosi produknya?

**Responden :** Sangat konsisten, sejauh ini perfectly untuk akun Instagram Antidot Studios lagi-lagi ku bilang sangat estetik.

**Dimensi Social Media Marketing (Credibility) :**

9. **Peneliti :** Apakah Informasi yang dimuat pada konten Instagram Antidot Studios sudah cukup jelas dan mudah untuk anda mengerti?

**Responden :** Cukup kok saya sudah merasa puas dengan konten Antidot Studios ini.

**Fitur Instagram (Direct Message & Insta Story),**

**Tujuan Media Sosial (Menjalin Hubungan Pribadi) &**

**Dimensi Social Media Marketing (Interaction) :**

10. **Peneliti :** Apakah anda sering melakukan kegiatan interaksi serta berkomunikasi dengan Antidot Studios melalui salah satu fitur yang digunakan seperti penggunaan mention pada Insta Story, reply Insta Story dan Direct Message?

**Responden :** Pernah, adminya juga ramah, jadi kita bisa tanya-tanya juga terkait produknya dan respon yang cepat juga menjadi nilai plus bagi saya untuk admin Antidot Studios ini.

**Fitur Instagram (Feeds) :**

11. **Peneliti :** Apakah kamu pernah mengomentari konten feeds postingan Antidot Studios?

**Responden :** Pernah komentar beberapa kali.

**Tujuan Media Sosial (Media Pemasaran) :**

12. **Peneliti :** Tanggapan anda terkait dari keseluruhan fitur yang digunakan oleh Antidot Studios, menurut anda fitur manakah yang paling efektif untuk digunakan dalam melakukan kegiatan pemasaran dan promosi produk kepada konsumennya?

**Responden :** Cukup efektif, Antidot Studios sudah mempunyai banyak followers juga, jadi iklan yang dipasarkan Antidot Studios ini cukup berhasil memancing konsumen.

**Tujuan Media Sosial (Media Pemasaran) :**

13. **Peneliti :** Bagaimana pendapat anda apakah pemasaran dan promosi Antidot Studios di Instagram sudah menarik perhatian konsumen yang ada di Instagram?

**Responden :** Pemasarannya sudah cukup bagus, mungkin karena sudah dikenalkan oleh beberapa influencer yang kolaborasi dengan Antidot Studios jadi kenaikan followers pun juga pesat.

14. **Peneliti :** Saran apa yang anda dapat berikan kepada pengelola media sosial Instagram Antidot Studios terkait penggunaan media sosial Instagram sebagai sarana promosi dan pemasaran produk?

**Responden :** So far so good sebenarnya untuk Antidot Studios ini, tapinya mungkin juga sedikit karena menurut saya udah bagus, meskipun saya jarang beli untuk diri saya, tapi kalau untuk kado-kado saya udah sangat berlangganan, karena bahan yang digunakan Antidot Studios ini bagus banget lembut, beberapa kali saya beli untuk cowo saya dia sangat suka karna bahannya itu enak, saya juga punya untuk dijadikan oversize itu keren kece bener, berapa temen juga saya sering lihat pake pakaian dari Antidot Studios hahaha. Mantep lah sukses buat Antidot Studios pertahankan kuliatasmu dan jangan lupa berikan diskon pada kami hahaha.

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Rudi  
Tempat Tanggal Lahir : Palembang, 1 Mei 2000  
Jenis Kelamin : Laki-laki  
Agama : Kristen Protestan  
Kewarganegaraan : Indonesia  
Alamat : Griya sangiang mas, Kec. Periuk, Kota Tangerang,  
Banten.  
No. Telepon : 085771690423  
E-mail : ruddjw@gmail.com  
IPK Terakhir : 3,62



### RIWAYAT PENDIDIKAN

Universitas Buddhi Dharma (2019 – Saat ini)  
SMK BONAVIDA (2015-2018)

### RIWAYAT PEKERJAAN

1. Restoran China Tea Garden (Karawaci Kota Tangerang)  
Staff Administrasi Pembelian (Juli 2018-November 2018)
2. PT. Karya Usaha Aneka Terjaya (Batu Ceper, Kota Tangerang)  
Staff Marketing (Februari 2019-Juli 2019)
3. PT. Gosyen Pacific Sukses Makmur (Kalisabi, Kota Tangerang)  
Staff Purchasing (November 2019-Februari 2020)



# UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA

Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang  
021 5517853 / 021 5586822 ✉ admin@buddhidharma.ac.id

## KARTU BIMBINGAN TA/SKRIPSI

NIM : 20190400055  
Nama Mahasiswa : RUDI  
Fakultas : Sosial dan Humaniora  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Jenjang : Strata Satu  
Tahun Akademik/Semester : 2022/2023 Genap  
Dosen Pembimbing : Suryadi Wardiana, M.I.Kom  
Judul Skripsi : Penggunaan media sosial instagram @antidotstudios sebagai media publikasi dalam membangun brand awareness kepada konsumen

Tanggal	Catatan	Paraf
2023-07-16	Pengajuan Judul	↳
2023-03-27	Penetapan Judul	↳ ↳
2023-04-10	Review BAB I dan Revisi BAB I	↳ ↳
2023-04-17	ACC BAB I dan Pengerjaan BAB II	↳ ↳
2023-04-27	ACC BAB II dan Pengerjaan BAB III	↳ ↳
2023-05-04	ACC BAB III	↳ ↳
2023-05-16	Pengajuan Pedoman Wawancara	↳
2023-05-30	ACC Pedoman Wawancara dan Pengerjaan BAB IV	↳ ↳
2023-06-28	Revisi BAB IV dan Pengerjaan BAB V	↳ ↳
2023-07-04	Review BAB V dan Cover dan Lampiran	↳ ↳
2023-07-11	ACC Keseluruhan dan Siap Sidang	↳

Mengetahui

Ketua Program Studi

Galuh Kusuma Hapsari, M.I.Kom.

Tangerang, 18 July 2023

Pembimbing

Suryadi Wardiana, M.I.Kom