

BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Penelitian ini ingin mencari tahu faktor-faktor yang menentukan *online seller* memilih situs jejaring Instagram sebagai media promosi *online shop*, data yang diperoleh menunjukkan bahwa *online seller* memilih Instagram karena faktor-faktor:

1. Kognitif, adalah ketika dengan Instagram, *online seller* bisa mendapatkan pengetahuan yang mereka butuhkan seperti tren apa yang sedang berlangsung, berita apa yang sedang hangat diperbincangkan, dan sebagainya.
2. Afektif, adalah ketika berjualan di Instagram membuat *online seller* merasakan berbagai pengalaman baik maupun pengalaman buruk, kendati demikian, *online seller* tetap memilih berjualan dengan Instagram meskipun mendapatkan beberapa pengalaman kurang menyenangkan. Hal ini karena *online seller* merasa berjualan di Instagram lebih ramai dan dagangan lebih laku daripada berjualan di portal digital lainnya.
3. Integrasi personal, adalah ketika memiliki akun berjualan di Instagram bisa menjadi sebuah kebanggaan dan menandakan kredibilitas. Hal ini karena *online seller* dianggap mengikuti jaman dan tren.
4. Integrasi sosial, adalah ketika dengan Instagram, *online seller* bisa berinteraksi baik dengan sesama *seller* maupun dengan *buyer*. *Online*

seller bisa mendapatkan banyak relasi dan rekan baik secara *online* maupun *offline* dengan berjualan menggunakan Instagram.

5. Pelepasan ketegangan, adalah ketika Instagram digunakan tidak hanya untuk berjualan semata, melainkan untuk kebutuhan hiburan seperti melihat foto-foto bagus, berbelanja *online*, dan lain sebagainya.

Hal ini menunjukkan bahwa teori Uses & Gratification mengenai tipe kebutuhan bisa diaplikasikan ke kebutuhan *online seller* di Instagram.

Selain faktor-faktor di atas, ditemukan pula di lapangan beberapa faktor lain, faktor tersebut adalah kemudahan akses, biaya relatif, dan *lifestyle envy* yang pemaparannya akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Kemudahan akses, adalah ketika Instagram mudah diakses karena menggunakan *smartphone*, *user friendly* karena mudah digunakan, memiliki tampilan yang rapi seperti katalog, dan mempunyai fitur yang bisa menjangkau ke orang banyak.
2. Biaya relatif, adalah ketika dengan mengeluarkan biaya untuk berpromosi di Instagram, *online seller* merasa lebih menguntungkan daripada mengeluarkan biaya untuk berpromosi dengan media lain (poster, baliho, spanduk, banner, dan sebagainya). *Online seller* beranggapan bahwa mereka tidak membayar biaya untuk berpromosi di Instagram, biaya hanya tercurah untuk pembelian pulsa dan *smartphone*.
3. *Lifestyle envy*, adalah ketika peneliti mendapatkan bahwa Instagram merupakan salah satu media yang bisa memicu timbulnya *lifestyle envy*, ini adalah keadaan di mana pengguna menginginkan hidup seperti yang divisualkan dari foto-foto pengguna lainnya. Foto-foto ini

memaparkan kehidupan middle-class dan upper-class yang mewah dan bergaya. Karena kecemburuan lifestyle inilah orang ingin naik ke “kasta” *middle-class*. Instagram bukan hanya sekedar media sharing, namun sekaligus sebagai media pengukur tingkat kelas sosial dari lifestyle yang ditampilkan di *gallery* penggunanya. Uses & Gratification mengasumsikan khalayaklah yang aktif memanfaatkan isi media. Ini berarti tidak ada hubungan langsung antara *message* dengan *effect* , tetapi dalam proses komunikasi bermedia: pemanfaatan pesan sebagai variabel antara barulah menimbulkan efek. Pesan di sini adalah foto-foto produk yang dijual di *online shop*. Pesan ini lah yang disampaikan ke khalayak dan menimbulkan efek konsumtif sehingga tercipta *lifestyle envy*. *Online seller* Instagram di sini memiliki peran tidak langsung untuk menyediakan kebutuhan-kebutuhan yang diinginkan orang untuk naik ke kasta yang lebih tinggi, atau setidaknya terlihat demikian dari foto yang diunggah di *gallery* Instagramnya.

B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai faktor-faktor yang menentukan *online seller* memilih situs jejaring Instagram sebagai media promosi *online shop*, peneliti memiliki beberapa saran, yaitu:

1. Secara Akademis

Penelitian ini bisa digunakan sebagai acuan untuk meneliti terutama komunikasi digital, *social media*, dan *online marketing*. Untuk penelitian serupa ke depannya bisa menggunakan metode lain sehingga bisa mendapatkan temuan yang lebih beragam. Penelitian serupa selanjutnya

diharapkan dapat membantu memberikan tambahan pengembangan ilmu komunikasi dalam bidang komunikasi pemasaran, khususnya komunikasi digital.

2. Secara praktis

Penelitian ini mendapatkan bahwa kekuatan utama Instagram ada di visual, apabila visual produk baik, maka *image online shop* juga akan baik. Hal ini yang terkadang dilupakan oleh *online seller*, di mana foto produk yang diunggah terkesan acak, kurang estetis dan justru menimbulkan *noise* di *gallery* mereka. Dianjurkan untuk para *online seller* lebih memperhatikan visualisasi dan tema dari produk mereka. Selain itu, *online buyer* mengeluhkan di mana *online seller* justru membuat *spam* dengan *hashtag* yang mereka tulis, terkadang *hashtag* tidak sesuai dengan produk yang dijual, dianjurkan untuk *online seller* agar menggunakan *hashtag* seperlunya, hal ini supaya foto produk mereka terlihat semakin baik dengan *caption* yang lebih rapi.

DAFTAR PUSTAKA

- Daymon, Christine; Immy Holoway (2008). *Metode-Metode Riset Kualitatif: dalam Public Relations dan marketing Communications*. Bentang, Yogyakarta.
- Delaney, Dave (2013). *New Business Networking: How to Effectively Grow Your Business Network Using Online and Offline Methods*. Que Publishing, USA.
- Effendy, Onong Uchjana (1993). *Ilmu Teori Dan Filsafat Komunikasi*. PT. Cita Aditya Bakti, Bandung.
- Forsdale, Louis (1981). *Perspectives on Communication*. Mc-Graw Hill, USA.
- Gao, Yuan (2005). *Web Systems Design and Online Consumer Behavior*. Idea Group, Inc.
- Hanson, Ward. A (2000). *Principles of Internet Marketing*. South-Western Pub, Cincinnati, Ohio, U.S.A
- Keller, Kevin lane; Philip Kotler (2007). *Marketing Management (12th Edition)*. Pearson Learning Solution, USA.
- Kotler, Philip; Gary Armstrong (2006). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga, Jakarta.
- Kennedy, John. E; R Dermawan Soemanagara (2006). *Marketing Communication – Taktik dan Strategi*. PT Buana Ilmu Populer, Jakarta.
- Kriyantono (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Prenada Media Group, Jakarta
- Kubey, Robert; Mihalyi Csikszentmihalyi (2013). *Television and the Quality of Life: How Viewing Shapes Everyday Experience*. Routledge Communication Series, London.
- Laudon, Kenneth C; Jane P Laudon (2002). *Management Information System: Managing The Digital Firm*. Prentice Hall, New Jersey.
- Laudon, Kenneth C; Carol Guercio Traver (2002). *E-Commerce; Business Technology Society*. International Edition. Addison Wesley, USA.
- Gurak, J. Laura (2003). *Cyberliteracy*. Yale University Press, London.
- Machfoedz, Mahmud (2010). *Komunikasi Pemasaran Modern*. Cakra Ilmu, Yogyakarta.
- Malhotra, Naresh. K (2005). *Riset Pemasaran: Pendekatan Terapan. Edisi ke-4 Jilid 1*. PT Indeks, Jakarta.

- May, Paul (2001). *Mobile Commerce: Opportunities, Applications, and Technologies of Wireless Business*. Cambridge University Press, USA.
- Measured, Simply (2009). *Simply Measured: 40% of Top Brands Use Instagram*. Close-Up Media, Inc., USA. Diakses di situs ProQuest pada tanggal 18 September 2013 pukul 15:02 WIB (1033123815)
- Miles, Mhatter. B; A. Michael Huberman (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook*. SAGE, California.
- Moleong, Lexy J. (2000). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya Offset, Bandung.
- Sudjana, n; Ibrahim (1989). *Penelitian dan Penilaian Pendidikan*. Sinar Baru, Bandung.
- Sulianta, Feri (2012). *Smart Online Marketer*. Andi Offset, Yogyakarta
- Surmanek, Jim (1996). *Media Planning: A Practical Guide*. McGraw-Hill Company. USA.
- Suyanto, M (2003). *Strategi Periklanan pada E-commerce Perusahaan Top Dunia*. ANDI Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy (2001). *Strategi Berbisnis di Internet*. Buletin Jendela Informatika.
- West, Richard; Lynn H. Turner (2008). *Pengantar Teori Komunikasi edisi 3: Analisis dan Aplikasi*. Salemba. Jakarta.
- Zarella, Dan (2010). *The Social Media Marketing Book*. O'Reilly Media, Inc. USA.
- <http://dailysocial.net/post/survei-mastercard-konsumsi-belanja-online-di-indonesia-paling-banyak-melalui-smartphone> diakses pada tanggal 18 September 2013 pukul 16:17
- <http://edisicetak.joglosemar.co/berita/44-persen-netters-indonesia-giat-berbelanja-online-71742.html> diakses pada tanggal 19 September pukul 13:06
- <http://www.antaranews.com/berita/348186/pengguna-internet-indonesia-2012-capai-63-juta-orang> diakses pada tanggal 19 September 2013 pukul 12:01
- <http://national.deseretnews.com/article/1294/The-Instagram-effect-How-the-psychology-of-envy-drives-consumerism.html> diakses pada tanggal 13 Mei 2014 pukul 15:27

LAMPIRAN

A. Online Seller Jollan Fleur

1. Typical person Online Seller

- ***Perkenalkan diri Anda terlebih dahulu.*** Agnes Tyas, 23 tahun, asal dari Jogja, mahasiswi semester akhir lagi sibuk skripsi dan jualan, jualanannya *online* dan *offline* ikut bazaar.
- ***Sudah berapa lama anda menggunakan Instagram?*** Dari tahun 2012, itu baru punya *smartphone* jadi baru bisa bikin akun Instagram.
- ***Bagaimana pertama kali anda mengenal Instagram?*** Liat dari Twitter, temen-temen biasa nge-*link* foto Instagram mereka ke twitter, jadi tau dan penasaran pengen coba bikin juga.
- ***Bagaimana akhirnya anda memutuskan menggunakan Instagram untuk media promosi online shop?*** Instagram itu media yang baru untuk berjualan saat ini, karena FB mulai kurang pemakai jadi orang beralih ke Instagram. Jualan di FB udah ga ada yang liat.
- ***Ada media promosi yang digunakan selain Instagram?*** Ga ada, pernah pake FB tapi udah ga pernah dibuka, di Instagram lebih cepet penjualannya.

2. Online Shop yang dijalankan

- ***Apa saja produk yang anda jual di Instagram?*** *Secondhand fashion apparel*. Tas, baju, celana, rok, kalung, dress, dan lain-lain.
- ***Apa target market anda?*** Cewek. Mulai dari yang SMA, mahasiswa, sampai wanita kantoran.
- ***Apa ciri khas yang membedakan online shop anda dengan online shop yang lain?*** OLshopku barangnya *limited edition*, Cuma ada satu tiap barang an ga ada warna lainnya. *Branded secondhand* tapi dikemas secara menarik. Kalau dari promosi, banyak juga lewat bazaar offline buat branding. Ga Cuma ikut bazaar, tapi sekaligus EO bazaar. Fotonya juga lebih bagus dari OLshop secondhand lain yang seadanya, yang cuma di kamar pake *flash* dari hape.
- ***Sudah berapa lama anda menjalankan online shop anda di Instagram?*** September 2013.
- ***Dari daerah mana saja pelanggan anda selama ini?*** Dari Sabang sampai Merauke hahaha. Yang paling barat tuh sempet dari Aceh, paling timur ada juga di kepulauan Irian.
- ***Bagaimana anda mendapatkan follower dan pembeli di Instagram?*** Caranya pertama posting produk dengan *hashtag* sebanyak-banyaknya, ikut SFS (*Shoutout For Shoutout*), yaitu kaya komunitas online shop di Instagram yang mempromosikan satu sama lain, jadi OLshopku dipromosiin sama mereka, aku juga promosiin OLshop mereka. Hmm,

sama apa lagi ya, dari twitterku pribadi, dari mulut ke mulut, pernah juga pake iklan *promote* di Instagram.

3. Cara menjalankan *online shop*

- ***Bagaimana anda biasa mengakses Instagram?*** Mengakses biasanya dari hape, enakny Instagram tuh juga karena dia aplikasi hape, jadi di mana kapan aja bisa buka. Kalau aku buka karena lihat notif di akun jualanku tiap hari, dan aku sering belanja juga di Instagram jadi sering banget buka-bukain Instagram di hape, sampe 2-3 jam juga pernah. Biasanya siang di kala senggang, tapi lebih seringnya sih setelah maghrib.
- ***Apa saja kemudahan yang anda rasakan ketika menggunakan situs Instagram sebagai media promosi?*** Ada *hashtag* yang menghubungkan dengan calon *customer*. Tampilannya tinggal *scrolling* jadi enak, dia bisa nge-*link* ke akun sosmed lain. Aku bisa lihat barang yang sama di toko berbeda, jadi kan itu barang-barang olshop di Instagram kebanyakan hampir semua sama, nah kita bisa cari harga yang paling murah dan gampang nyarinya pake *hashtag* itu tadi. Dan Instagram itu *update*, aku *post* apa dia bakal jadi paling atas di *timeline*.
- ***Fitur-fitur apa saja yang anda ketahui di dalam Instagram?*** *Following, follower, news bar, notification, upload, search by user ato by hashtag.*
- ***Apa fitur favorit anda di Instagram?*** *Hashtag.*
- ***Mengapa anda memilih fitur itu?*** Soalnya bisa gampang dicari *customer* kalo habis *upload* foto. Aku belanja di Instagram juga biasanya cari barang pake *hashtag*.
- ***Apa fitur yang disediakan sekarang sudah cukup untuk mempromosikan online shop anda? Fitur apa yang menurut anda patut ditambahkan di Instagram?*** Udah sih, tapi kalo bisa ditambahin, pengennya Instagram fotonya bisa di-*drag*, yang ga penting bisa digeser ke bawah, jualannya di atas, jadi *gallery*-nya rapi.
- ***Apa anda menganggap biaya sebagai salah satu faktor penting dalam keputusan anda menggunakan Instagram? Berapa dan bagaimana biaya yang dibutuhkan untuk berpromosi di Instagram?*** Iya, kalo bisa gratis bagus, tapi kalau berbayar dan efektif juga enggak apa-apa. Biaya promosi *online* sih kalo cuma posting-posting foto di Instagram gratis, keluar duit baru kalo biaya iklan *promote* gitu.
- ***Bagaimana cara anda dalam menjalin interaksi atau komunikasi dengan konsumen di Instagram?*** Lewat komen, harus *fast respond* kalo ada yang komen-komen di Instagram. Selain itu juga ngadain promo-promo biar konsumen seneng. Terus juga ramah kepada konsumen.
- ***Bagaimana bentuk komunikasi atau promosi yang anda lakukan di jejaring sosial Instagram?*** Diskon dan biasanya aku kasih *free* ongkos kirim buat yang beli borongan.

- ***Melalui fitur apa anda melakukan transaksi atau interaksi dengan konsumen di Instagram?*** Kalau interaksi awal lewat komen, tapi kalo buat pembicaraan lebih lanjut yang melibatkan transaksi ya pindah ke *chat* privat kaya Line/Whatsapp/SMS. Kadang *customer* malah ga pake komen di Instagram langsung ke *private chat*.

4. Faktor-faktor pemilihan Instagram

a) Kognitif

- ***Apa saja pengetahuan yang anda dapat setelah berjualan di Instagram?*** Bahwa mencari uang itu susah. Ya intinya...Dari Instagram aku jualan, dengan jualan kita belajar bisnis, bahwa bisnis itu lekat dengan penipuan, harus belajar jadi olshop yang *trusted*. Sikap juga menentukan perjalanan karir olshop kita. Selain itu belajar disiplin dan tepat waktu, harus baik-baik dan tidak mengecewakan, termasuk kalau barang udah masuk ke agen pengiriman kita harus tetap memantau. Ada kan olshop yang kalau barangnya udah masuk agen pengiriman ya udah ga diurusin lagi, kalau aku berusaha memastikan barang sampai ke tangan konsumen dengan baik.

b) Afektif

- ***Pernah ada pengalaman berkesan baik menyenangkan maupun tidak menyenangkan selama berjualan dengan Instagram?*** Pas jualan laris ya seneng banget, kalau *customer* ga rewel dan ramah juga nyenengin. Yang ga menyenangkan tuh kalau customer rewel dan nawar sadis. Pernah juga ada yang ajakin COD (Cash On Delivery) di kosnya padahal mending kan dikirim aja, dikira merangkap kurir JNE haha. Sebel juga kalau ada *customer* komplek padahal uda dijelasin lengkap.

c) Integrasi personal

- ***Adakah pride tersendiri dengan berjualan di Instagram?*** Ada, Instagram itu buat gaya-gayaan, dengan jualan kita punya akun Instagram tuh kayanya gaul, ngikutin jaman dan selera.

d) Integrasi sosial

- ***Apa anda merasa lebih dekat dengan konsumen dengan berjualan di Instagram daripada social media lainnya?*** Instagram cuma sarana, tapi aku merasa lebih deket kalau udah chattingan via Line/Whatsapp/SMS.

e) Pelepasan ketegangan

- ***Pernahkah anda menggunakan Instagram sebagai media pengalihan dari tekanan/ketegangan?*** Pernah, sering. Kalau stress aku *scroll down* dan *shopping*, cari-cari di Instagram.

Kelebihan dan Kekurangan Instagram

- ***Apa kelebihan Instagram dibandingkan media promosi digital lainnya?***
Instagram itu mudah dari segi tampilan, simpel, dia cuma nawarin foto. Kalo belanja *online* yang dibutuhin ya cuma visual aja, ga perlu banyak-banyak *caption*. Simpel lah buat belanja.
- ***Bagaimana pengalaman anda dalam menggunakan media promosi lain selain Instagram?*** FB dan twitter, jarang ada yang nyahut, jarang ada notif, paling rame emang di Instagram, penggunaanya banyak.
- ***Apa yang anda takutkan dalam memakai Instagram sebagai media berpromosi?*** Penipuan, soalnya lagi marak di Instagram kasus penipuan, baik oleh olshop maupun *customer*.
- ***Apa harapan anda bagi Instagram sebagai media promosi online anda?*** Tampilan Instagram bisa di-*upgrade*, jadi fotonya bisa di-*drag* dan *gallery*-nya bisa diatur sesuai keinginan.

B. Online Seller Jogja Online Shop

1. Typical person Online Seller

- ***Perkenalkan diri Anda terlebih dahulu.*** Maria Lydia, 22 tahun, tahun ini 23 tahun. Baru wisuda kemarin Februari, masih jadi *job hunter* dan nyambi jadi *enterpreneur* hahahaha.
- ***Sudah berapa lama anda menggunakan Instagram?*** Kalau untuk akun pribadi sekitar tahun 2012, kalau jualan baru setahun yang lalu.
- ***Bagaimana pertama kali anda mengenal Instagram?*** Temen-temen banyak yang pakai, terus akhirnya aku punya *Android*, pas buka *Playstore* cari aplikasi nemu Instagram ada di urutan atas *top download*, jadi ya *install* sekalian deh.
- ***Bagaimana akhirnya anda memutuskan menggunakan Instagram untuk media promosi online shop?*** Diajak temen, pertama buka akun olshop di Instagram buat usaha bareng temen, namanya Mhyrtus, jadi akun jualan tapi buat bareng-bareng gitu. Terus mencoba peruntungan buka Jogja Online Shop secara mandiri di Instagram, dan ternyata beruntung hehehe.
- ***Ada media promosi yang digunakan selain Instagram?*** FB, tapi lebih enak di Instagram. Pake FB dulu sebelum marak *smartphone*, sekarang semua uda punya *smartphone* jadi pada punya Instagram. Jualan di Instagram lebih luwes, kalo di FB agak repot karena tampilannya enggak simpel.

2. Online Shop yang dijalankan

- ***Apa saja produk yang anda jual di Instagram?*** Baju secondhand, awalnya jual sepatu dan tas custom, tapi makin ke sini makin sepi, jadi ganti jualan baju aja.
- ***Apa target market anda?*** Anak muda, pekerja wanita yang punya uang, umur 18-35 tahun, ibu-ibu muda juga bisa.
- ***Apa ciri khas yang membedakan online shop anda dengan online shop yang lain?*** *Secondhand, limited edition* karena cuma ada satu barang dan ga *restock* barang yang sama, fotonya lebih bagus dari olshop *secondhand* lain, shipping setiap hari dan ongkir tergolong murah karena pake wahana dan pos.
- ***Sudah berapa lama anda menjalankan online shop anda di Instagram?*** 6 bulanan lah.
- ***Dari daerah mana saja pelanggan anda selama ini?*** Seluruh Indonesia, paling jauh sampe Sulawesi pernah, ada juga yang di Berau, Kalimantan Timur.
- ***Bagaimana anda mendapatkan follower dan pembeli di Instagram?*** Pertama-tama nge-*follow* dulu, yang nge-*follow* back ya udah, yang ga nge-

follow terus di *unfollow* biar jumlah *following* ga kebanyakan. Selain itu juga ikut SFS, pake *hashtag* biar gampang dicari.

3. Cara menjalankan *online shop*

- ***Bagaimana anda biasa mengakses Instagram?*** Hape, biasanya kurang lebih 6 jam sehari. Kalau senggang ya lihat Instagram, kalo enggak senggang ya udah. Seringnya buka Instagram kalau lagi nunggu, entah nunggu antrian, nunggu dijemput, nunggu ngantuk hehe.
- ***Apa saja kemudahan yang anda rasakan ketika menggunakan situs Instagram sebagai media promosi?*** Ringkes secara tampilan dan menunya karena lebih simpel fiturnya, tinggal *scrolling*, ada *hashtag* yang memudahkan pencarian, bisa diakses hape.
- ***Fitur-fitur apa saja yang anda ketahui di dalam Instagram?*** Notif, *upload* foto & *video*, DM, *timeline*, *explore*, *search by user* atau *by hashtag*, *tag* foto, *check in* foto, *edit profile*.
- ***Apa fitur favorit anda di Instagram?*** Notif, *upload*, *hashtag*.
- ***Mengapa anda memilih fitur itu?*** Karena yang dibutuhkan oleh olshop sih itu, *nge-tag* foto itu nyebelin karena mengganggu, *check in* tempat juga buat apa, *upload video* pun kayanya belum butuh-butuh banget.
- ***Apa fitur yang disediakan sekarang sudah cukup untuk mempromosikan online shop anda? Fitur apa yang menurut anda patut ditambahkan di Instagram?*** Menurutku udah cukup sih. Hmm, *filter*-nya aja yang lebih variatif, dan kalo bisa edit stiker & teks gitu bakal lebih enak.
- ***Apa anda menganggap biaya sebagai salah satu faktor penting dalam keputusan anda menggunakan Instagram? Berapa dan bagaimana biaya yang dibutuhkan untuk berpromosi di Instagram?*** Iya sis, penting, Sebenarnya cukup mahal ya kalau dihitung dari beli hape, kan kalau mau punya Instagram harus beli hape minimal android dulu. Tapi kalo biaya promosi di Instagramnya sih sebenarnya gratis, cuma alat pendukungnya aja, Instagram pake hape, jadi harus canggih biar kalau buka Instagram ga lemot. Ini aku juga akhirnya beli iPhone biar bisa menunjang bisnis onlineku. Untuk biaya pulsa, sebulan bisa sampai 100 ribu lebih.
- ***Bagaimana cara anda dalam menjalin interaksi atau komunikasi dengan konsumen di Instagram?*** Lewat Line/Whatsapp/BBM/SMS, bales di komen Instagram sih iya, tapi pasti nanti lanjut ke Line biar lebih enak ngobrolnya.
- ***Bagaimana bentuk komunikasi atau promosi yang anda lakukan di jejaring sosial Instagram?*** Ya tiap hari *upload*, nyapa *followers*, postingannya ga harus berkaitan sama jualan, kadang yang fun aja. Kalau lagi ada bazaar *offline* biasanya kasih diskon gitu. Oh sama pas lagi

seneng atau lagi event tertentu kayak habis wisuda, ulang tahun, itu juga kasih diskon khusus untuk beberapa hari aja.

- *Melalui fitur apa anda melakukan transaksi atau interaksi dengan konsumen di Instagram?* Komen.

4. Faktor-faktor pemilihan Instagram

a) Kognitif

- *Apa saja pengetahuan yang anda dapat setelah berjualan di Instagram?* Bahwa konsumen itu macem-macem, belum tentu barang yang kita suka konsumen juga suka, dan belum tentu barang yang kita ga suka konsumen juga ga suka. Kadang aku nemuin banyak barang absurd yang dibeli tanpa ditawar. Jadi sajian foto yang bagus, detail, dan sebenar-benarnya. Kalau jualnya juga harus terpercaya, jujur, biar ga kena *blacklist*.

b) Afektif

- *Pernah ada pengalaman berkesan baik menyenangkan maupun tidak menyenangkan selama berjualan dengan Instagram?* Menyenangkan tuh kalau ada yang borong banyak. Kalau yang ga menyenangkan tuh hampir ketipu, harus ngelayanin konsumen rewel, *hit & run* (deal tapi ga bayar-bayar dan ga ada kejelasan). Asiknya lewat Instagram jadi punya temen banyak lewat SFS, bisa saling *sharing*.

c) Integrasi personal

- *Adakah pride tersendiri dengan berjualan di Instagram?* Hmm, biasa aja sih sebenarnya karena udah banyak yang jualan pake Instagram, tapi ya lumayan bangga juga karena jualan di Instagram kesannya *update*, ga gaptek.

d) Integrasi sosial

- *Apa anda merasa lebih dekat dengan konsumen dengan berjualan di Instagram daripada social media lainnya?* Enggak juga, biasa aja, jualan *online* pastinya ga sedekat kalo jualan *offline*.

e) Pelepasan ketegangan

- *Pernahkah anda menggunakan Instagram sebagai media pengalihan dari tekanan/ketegangan?* Pernah, buat belanja dan lihat-lihat foto bagus. Kalau pengen liburan ya ngeliatin foto-foto *beautiful destination* gitu, jadi seneng.

Kelebihan dan Kekurangan Instagram

- ***Apa kelebihan Instagram dibandingkan media promosi digital lainnya?***
Simpel, bisa diakses hape, khusus foto, jadi ga ada sampah status. Ya nyebelannya sih kalau ada yang posting foto dalam sekali upload langsung banyak banget dan selfie semua, itu termasuk nyampah juga ya sebenarnya? Hahaha.
- ***Bagaimana pengalaman anda dalam menggunakan media promosi lain selain Instagram?*** FB, ribet kalau buka lewat PC, dan kalau dibuka lewat hape juga lama, ga kaya Instagram lebih cepet.
- ***Apa yang anda takutkan dalam memakai Instagram sebagai media berpromosi?*** Kalo akunnya dibajak, dan kalau ada penipuan, dan kalau difitnah atau salah paham terus masuk blacklist hehehe.
- ***Apa harapan anda bagi Instagram sebagai media promosi online anda?*** Semakin maju, tambah sukses, makin banyak yang pake, dan makin banyak bagus fitur-fitur yang bisa bermanfaat buat jualan.

C. Online Seller Kaya Jam

1. Typical person Online Seller

- ***Perkenalkan diri Anda terlebih dahulu.*** Petrus Rezi, 23 tahun, *fresh graduate* dari UPH Jakarta, asli Jogja. Sekarang lagi jsampingan jadi *enterpreneur*, tapi pengennya kerja di perhotelan.
- ***Sudah berapa lama anda menggunakan Instagram?*** Kalau untuk personal 2 tahun, kalau untuk jualan baru 5 bulan.
- ***Bagaimana pertama kali anda mengenal Instagram?*** Dari temen, kan gara-gara aku pake iPhone, habis itu sama temen suruh bikin Instagram. Awalnya ga terlalu suka karena cuma foto, tapi lama kelamaan seneng juga setelah *follow* akun yang fotonya bagus-bagus.
- ***Bagaimana akhirnya anda memutuskan menggunakan Instagram untuk media promosi online shop?*** Karena kemaren buka usaha offline tapi profitnya kurang gede, jadi sekarang mau bikin bisnis yang gimana caranya ga terlalu capek tapi duit bisa terus ngalir. Pengguna Instagram kan rata-rata kelas A & B, jadi aku pake Instagram biar tepat sasaran aja.
- ***Ada media promosi yang digunakan selain Instagram?*** Twitter.

2. Online Shop yang dijalankan

- ***Apa saja produk yang anda jual di Instagram?*** Selai *homemade*, ada 5 jenis: *milk caramel, apple cinnamon, banana strawberry, marmalade, dan milk chocolate.*
- ***Apa target market anda?*** A & B, range umur antara 18-35 tahun. Major targetnya pecinta roti dan selai, kalo minornya ya urban hipster gitu. Ceilaah hahaha.
- ***Apa ciri khas yang membedakan online shop anda dengan online shop yang lain?*** Produk khas Jogja, selai *homemade* yang peduli kesehatan, natural. Kalau melalui cara jualan, KayaJam ga pake *hashtag* biar ga spam. Promosinya *endorse*, pake Nisa Aswari, Felix Pradipta, Rahel personil Princess, Maria Rahajeng, Elizabeth Rahajeng, dan temen-temen yang *followers*-nya banyak aku kasih aku minta posting di Instagram. Lebih ke branding aja sih, rasanya biasa tapi brandingnya mewah.
- ***Sudah berapa lama anda menjalankan online shop anda di Instagram?*** 5 bulan.
- ***Dari daerah mana saja pelanggan anda selama ini?*** Kebanyakan dari Jakarta. Lainnya sih Surabaya, Bandung, paling jauh tuh Makasar sama Medan.
- ***Bagaimana anda mendapatkan follower dan pembeli di Instagram?*** Minta temen-temen dulu posting di Instagram mereka, terus bikin foto yang bagus, *endorse* temen yang *followers*-nya banyak, sama ikut bazaar-bazaar.

3. Cara menjalankan *online shop*

- ***Bagaimana anda biasa mengakses Instagram?*** Dari hape, kalau senggang ditengokin, kebanyakan *customer* langsung *chat* personal sih lewat Whatsapp atau Line gitu, jadi ya siap 24 jam aja.
- ***Apa saja kemudahan yang anda rasakan ketika menggunakan situs Instagram sebagai media promosi?*** Paling efektif dan mudah daripada media promosi lainnya kaya baliho/poster/radio. Cepet dan tepat di target pasarku yang A & B. Fotonya Instagram juga bagus-bagus, ga norak, jadi kita bikinnya yang Instagenic biar kelihatan mewah.
- ***Fitur-fitur apa saja yang anda ketahui di dalam Instagram?*** *Upload, like, comment, hashtag, direct, video.*
- ***Apa fitur favorit anda di Instagram?*** *upload, hashtag.*
- ***Mengapa anda memilih fitur itu?*** Karena itu yang dibutuhkan untuk jualan, yang lain sih kayanya belum perlu-perlu banget.
- ***Apa fitur yang disediakan sekarang sudah cukup untuk mempromosikan online shop anda? Fitur apa yang menurut anda patut ditambahkan di Instagram?*** Hmm, ya cukup sih untuk sekarang, karena fitur yang aku pake aja cuma beberapa.
- ***Apa anda menganggap biaya sebagai salah satu faktor penting dalam keputusan anda menggunakan Instagram? Berapa dan bagaimana biaya yang dibutuhkan untuk berpromosi di Instagram?*** Iya, karena belajar dari pengalaman dulu aku bikin bisnis offline cafe yang profitnya ga terlalu besar, sekarang aku cari yang ga terlalu ngeluarin banyak uang buat promosi, Instagram kan gratis. Aku belum pernah sih beli *followers*, cuma endorse aja kasih barang gratis gitu.
- ***Bagaimana cara anda dalam menjalin interaksi atau komunikasi dengan konsumen di Instagram?*** *Reply* komen di Instagram *as soon as possible*, tapi cuma komen yang mutu aja. Kalau tanya yang uda dijelasin biasanya ga aku balesin.
- ***Bagaimana bentuk komunikasi atau promosi yang anda lakukan di jejaring sosial Instagram?*** Pake Yes philosophy, tanya apapun dijawab, misalnya bilang iya kalo minta barang dikirim pake selain JNE, bilang iya kalo minta ditelpon. Jadi bikin *customer*-nya seneng biar loyal. KayaJam cari *customer* kelas A & B, jadi harus bisa bikin *beyond their satisfaction*.
- ***Melalui fitur apa anda melakukan transaksi atau interaksi dengan konsumen di Instagram?*** Komen doang sih, Whatsapp/SMS/telpon/e-mail/BBM.

4. Faktor-faktor pemilihan Instagram

a) Kognitif

- *Apa saja pengetahuan yang anda dapat setelah berjualan di Instagram?* Jualan online itu capek juga sebenarnya, harus 24 jam stand by, sabar kalo ditanya apa aja, dan bikin *packaging* itu ternyata susah, ga segampang yang aku pikir.

b) Afektif

- *Pernah ada pengalaman berkesan baik menyenangkan maupun tidak menyenangkan selama berjualan dengan Instagram?* Nyenengin kalau banyak yang *like* foto, *customer*-nya sopan, masih pake *greetings* dulu gitu dan ga nyolot, kalau dapet yang ga sopan tuh kan ga asik kadang males tapi dari akunya sih harus tetep sopan juga balesinnya, dan seneng juga ada yang pernah beli banyak sampe 25 biji.

c) Integrasi personal

- *Adakah pride tersendiri dengan berjualan di Instagram?* Bangga tapi kurang bangga, kayanya aku baru bangga kalau punya *website* dan toko.

d) Integrasi sosial

- *Apa anda merasa lebih dekat dengan konsumen dengan berjualan di Instagram daripada social media lainnya?* Enggak sih.

e) Pelepasan ketegangan

- *Pernahkah anda menggunakan Instagram sebagai media pengalihan dari tekanan/ketegangan?* Ga pernah sih, aku ga pernah beli barang di Instagram juga jadi ga sering s gitu.

Kelebihan dan Kekurangan Instagram

- *Apa kelebihan Instagram dibandingkan media promosi digital lainnya?* Simpel sih karena dia kan cuma foto, dan paling efektif juga soalnya targetku kelas A & B, jadi pas sasaran, selain itu Instagram juga lagi dan masih nge-hits.
- *Bagaimana pengalaman anda dalam menggunakan media promosi lain selain Instagram?* Twitter, sebenarnya awalnya rencana buat interaksi sama *customer*, tapi makin ke sini kok makin sepi banget jadi aku jarang pake juga, paling cuma buat ngasih informasi-informasi pencitraan gitu.
- *Apa yang anda takutkan dalam memakai Instagram sebagai media berpromosi?* Akunnya dibajak, tapi aku yakin bisa diatasi sih. Takut kalo Instagram nanti sepi, tapi pasti bakalan ada media penggantinya.

- *Apa harapan anda bagi Instagram sebagai media promosi online anda?*
Pengennya Instagram jadi media pencitraan, foto-foto yang diunggah lebih selektif lah. Jadi Instagram emang buat pencitraan dan anti *mainstream* gitu, *hipster*

D. Online Seller Raccoon Shoes

1. Typical person Online Seller

- ***Perkenalkan diri anda terlebih dahulu.*** Daru Firmanjaya, 23 tahun, mahasiswa tingkat akhir Universitas Atma Jaya. Kesibukannya berdagang sepatu *online*, *gathering* bersama komunitas pecinta Adidas di Yogyakarta.
- ***Sudah berapa lama anda menggunakan Instagram?*** Akun personal mulai 2010, kalau buat dagang baru 4 bulan 2 minggu yang lalu.
- ***Bagaimana pertama kali anda mengenal Instagram?*** Pertama punya hape Android langsung di-*install*-in Instagram sama penjualnya, di situ mulai daftar Instagram karena penasaran juga.
- ***Bagaimana akhirnya anda memutuskan menggunakan Instagram untuk media promosi online shop?*** Karena Instagram adalah bagian dari media *online*, yang namanya pedagang harus bisa memanfaatkan peluang sekecil apapun, jadi Instagram salah satu cara untuk mempromosikan dagangan. Soalnya Instagram bagaikan folder yang bisa dibuka oleh semua orang, dari situ bisa jadi CV kita, pernah punya dagangan apa aja, *track record* kita.
- ***Ada media promosi yang digunakan selain Instagram?*** Twitter, Facebook.

2. Online Shop yang dijalankan

- ***Apa saja produk yang anda jual di Instagram?*** Sepatu dan sarana pendukungnya, seperti *microchip* yang memfasilitasi sepatu lari. Kalau sepatunya lebih ke *casual* dan sepatu *running* kaya Adidas, Nike, Vans, Converse.
- ***Apa target market anda?*** *Sneakers head* (pecinta *sneakers*), orang yang berusia 17 tahun ke atas, mungkin sampai 35 tahun, domisili Indonesia, SES-nya A & B, mahasiswa dan eksekutif muda.
- ***Apa ciri khas yang membedakan online shop anda dengan online shop yang lain?*** Olshop lain kebanyakan *pre order*, barangnya ga *ready*, kalo tempatku barangnya semua *ready*, bisa dilihat di rumah, *real pic*, garansi apabila barang tidak *ori*, barangku *ori* semua, bisa di kredit nanti sama pihak ketiga.
- ***Sudah berapa lama anda menjalankan online shop anda di Instagram?*** 4 bulan 2 minggu.
- ***Dari daerah mana saja pelanggan anda selama ini?*** Kebanyakan dari Yogyakarta, paling jauh tuh di Manokwari, ongkirnya 300 ribu hahaha.
- ***Bagaimana anda mendapatkan follower dan pembeli di Instagram?*** Rajin posting dengan *hashtag* seadanya, *hashtag* harus berkelas jangan kesannya nyampah kaya “jualanku”, “jualansis” gitu, terus di setiap foto harus ada ciri khas-nya.

3. Cara menjalankan *online shop*

- ***Bagaimana anda biasa mengakses Instagram?*** Hape, ga ada jam tertentu hahaha, setiap bangun tidur pasti ngecek, *upload* itu jam 10-an, karena jam 8 dan jam 9 sesi foto-foto, sebisa mungkin setiap hari *upload* Instagram biar tetap *update*, jadi kesannya jualannya niat. Menurut pengalamanku sih dengan posting tiap hari selalu dapet followers baru juga tiap hari
- ***Apa saja kemudahan yang anda rasakan ketika menggunakan situs Instagram sebagai media promosi?*** Instagram jadi katalogku, jadi kalo ada customer yang tanya aku tinggal bilang bisa dicek di Instagram. Semakin banyak juga orang yang punya *smartphone*, bukan lagi barang yang mewah, jadi aku berasumsi tiap orang bisa aja akses Instagram. Enaknya lagi, apapun aktivitas teman-teman bisa muncul di News feed nya dia (masuk news bar, kalo nge-like foto apa temennya bisa tahu).
- ***Fitur-fitur apa saja yang anda ketahui di dalam Instagram?*** Hashtag, video, komen, gallery foto, explore, like/love, share, direct foto, regram
- ***Apa fitur favorit anda di Instagram?*** Upload, hashtag.
- ***Mengapa anda memilih fitur itu?*** Karena sebenarnya *hashtag* itu jembatan paling mudah ketika mencari sesuatu, supaya promosi lebih enak, anggaplah kita seorang *customer*, kita mencari *hashtag*-nya, tapi harus tetep *classy*, makanya aku bisa dapet *followers* dengan SES tepat karena *hashtag* yang aku gunakan tepat. SES A ga mungkin mencari *hashtag* sampah.
- ***Apa fitur yang disediakan sekarang sudah cukup untuk mempromosikan online shop anda? Fitur apa yang menurut anda patut ditambahkan di Instagram?*** Belum cukup, harusnya ada fitur suscribe atau favorite.
- ***Apa anda menganggap biaya sebagai salah satu faktor penting dalam keputusan anda menggunakan Instagram? Berapa dan bagaimana biaya yang dibutuhkan untuk berpromosi di Instagram?*** Biaya lebih ke pulsa, karena Instagram makan kuota yang cukup banyak.
- ***Bagaimana cara anda dalam menjalin interaksi atau komunikasi dengan konsumen di Instagram?*** Komen, setiap ada pertanyaan dijawab, *fast responds*, karena keuntungan Instagram ada notifikasi.
- ***Bagaimana bentuk komunikasi atau promosi yang anda lakukan di jejaring sosial Instagram?*** Kalau di Instagram aku ga pernah bikin promosi, aku lebih ke twitter, karena interaksi nya lebih real time. Instagram lebih ke CV buatku.
- ***Melalui fitur apa anda melakukan transaksi atau interaksi dengan konsumen di Instagram?*** KomenLine, Whatsapp, SMS, BBM, telpon.

4. Guide untuk Pertanyaan-Pertanyaan Eksploratif

a) Kognitif

- ***Apa saja pengetahuan yang anda dapat setelah berjualan di Instagram?*** Kita jadi tahu mana pelanggan yang setia, banyak pembeli tetap dari Instagram, banyak penjual *online* yang malesin, tampilannya ga menarik, banyak yang cuma ambil dari google, banyak pencuri foto (dagangan orang dicuri fotonya di-*upload* di Instagramnya), banyak calo berlagak kolektor (*reseller*). Oh selain itu, ini di luar jualan sih, Instagram juga bisa untuk melihat berita terkini, paling gampang deh, info bencana alam, jadi Instagram bisa sebagai media jurnalisme warga, kalau ga salah istilahnya *citizen journalism* ya? Nah itu pokoknya. Enggak cuma itu sih, lewat Instagram kita juga bisa tahu *jokes-jokes* terbaru di dunia maya. Ya walaupun secara informatif nya masih kalah sama Twitter, tapi Instagram juga bisa jadi alternatif buat nyari info.

b) Afektif

- ***Pernah ada pengalaman berkesan baik menyenangkan maupun tidak menyenangkan selama berjualan dengan Instagram?*** Senengnya kalo dapet *smart buyer*, udah ngerti barang yang bagus dan jelek, tahu kualitas, tahu seri, dan tahu secara detil barang-barang yang dijual. Dukanya kalo dapet pembeli yang bodoh, pembeli yang ga ngerti size nya berapa, ga ngerti ciri-ciri barang ori atau palsu, banyak bertanya jarang beli.

c) Integrasi personal

- ***Adakah pride tersendiri dengan berjualan di Instagram?*** Ada *pride* tersendiri, tapi lebih ke Instagram itu banyak diakses oleh orang yang mempunyai *smartphone*, ketika kita pake Instagram seenggaknya *customer*-mu lebih ke-*filter*.

d) Integrasi sosial

- ***Apa anda merasa lebih dekat dengan konsumen dengan berjualan di Instagram daripada social media lainnya?*** Sama saja, karena kita enggak ketemu secara langsung, kecuali dari sana bisa COD-an.

e) Pelepasan ketegangan

- ***Pernahkah anda menggunakan Instagram sebagai media pengalihan dari tekanan/ketegangan?*** Jelas! Karena Instagram sangat luas, dari gambar lucu-lucu sampai bokep semuanya ada di Instagram. Dan di Instagram ga ada sensornya.

Kelebihan dan Kekurangan Instagram

- ***Apa kelebihan Instagram dibandingkan media promosi digital lainnya?*** Customernya lebih ke-filter, tampilannya katalog jadi enak buat belanja, Instagram luas jadi customer dari mana-mana.
- ***Bagaimana pengalaman anda dalam menggunakan media promosi lain selain Instagram?*** Facebook dan Twitter lebih enak buat jualan sebenarnya. Facebook bisa difolderin, jadi kategorisasinya lebih gampang., dan Facebook sekarang modelnya timeline, begitu ada yang nge-like kesundul ke atas. Kalo Twitter biasanya ketimpa tweet lain, jadi belum tentu kebaca, cuma Twitter lebih enak buat interaksi.
- ***Apa yang anda takutkan dalam memakai Instagram sebagai media berpromosi?*** Takut disampah, di-spam, soalnya itu mengotori lapak kita.
- ***Apa harapan anda bagi Instagram sebagai media promosi online anda?*** Tetap follower semakin banyak, customer semakin pinter, kalau bisa *be a smart buyer*. Sebelum membeli barang *customer* mencari tahu tentang status barangku (material, bahan, ciri-ciri ori dan palsu, pasaran harganya berapa) supaya meminimalisir kemungkinan untuk merepotkan penjual. Kalo untuk Instagram, semoga *update*-an terbaru semakin ringan, kualitas foto tetap bagus.

E. Online Seller Jogja Pet Studio

1. Typical person Online Seller

- *Perkenalkan diri anda terlebih dahulu.* Diki Cahyo Gumelar, 25 tahun, mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta, fotografer.
- *Sudah berapa lama anda menggunakan Instagram?* November 2013, ga punya akun pribadi.
- *Bagaimana pertama kali anda mengenal Instagram?* Dari temen, pada pake Instagram, jadi tertarik juga.
- *Bagaimana akhirnya anda memutuskan menggunakan Instagram untuk media promosi online shop?* Menyerang orang-orang yang pakai Instagram, karakter pengguna Instagram beda.
- *Ada media promosi yang digunakan selain Instagram?* Facebook, Twitter.

2. Online Shop yang dijalankan

- *Apa saja produk yang anda jual di Instagram?* Jasa foto studio khusus binatang.
- *Apa target market anda?* SES A& B, range umurnya antara 20-40 tahun. Mahasiswa dan keluarga yang punya alokasi uang untuk foto studio hewan kesayangannya.
- *Apa ciri khas yang membedakan online shop anda dengan online shop yang lain?* Kalau dari usahanya, fotografer pet tuh sedikit, khusus studio.
- *Sudah berapa lama anda menjalankan online shop anda di Instagram?* 4 bulan.
- *Dari daerah mana saja pelanggan anda selama ini?* Baru di Magelang dan Jogja.
- *Bagaimana anda mendapatkan follower dan pembeli di Instagram?* Perbanyak *hashtag*, *follow* temen-temen dulu, kalau pake akun JPS yang nge-like dikit, jadi kita push dengan akun pribadi fotografer, dari situ bisa dapet followers juga.

3. Cara menjalankan online shop

- *Bagaimana anda biasa mengakses Instagram?* Hape.
- *Apa saja kemudahan yang anda rasakan ketika menggunakan situs Instagram sebagai media promosi?* Instagram khusus foto & *image*, jadi lebih fokus ke katalog. Mengikuti tren social media. Tepat sasaran ke target market juga, pada pake *smartphone* kan SES A & B.

- ***Fitur-fitur apa saja yang anda ketahui di dalam Instagram?*** Upload, video, gallery, hashtag, apa lagi ya...kayanya itu deh.
- ***Apa fitur favorit anda di Instagram?*** Upload, like foto, hashtag.
- ***Mengapa anda memilih fitur itu?*** Kebutuhannya cuma itu, ga pake video, hashtag dibanyakin biar rame *traffic*-nya.
- ***Apa fitur yang disediakan sekarang sudah cukup untuk mempromosikan online shop anda? Fitur apa yang menurut anda patut ditambahkan di Instagram?*** Yang ga ada di Instagram aku akomodir dengan *social media* lain, jadi aku pake Instagram sebisanya aja.
- ***Apa anda menganggap biaya sebagai salah satu faktor penting dalam keputusan anda menggunakan Instagram? Berapa dan bagaimana biaya yang dibutuhkan untuk berpromosi di Instagram?*** Gratis, belum pake apa-apa di Instagram yang berbayar.
- ***Bagaimana cara anda dalam menjalin interaksi atau komunikasi dengan konsumen di Instagram?*** Jawab setiap komen aja yang muncul di notif, tiap foto pasti ada yang komen.
- ***Bagaimana bentuk komunikasi atau promosi yang anda lakukan di jejaring sosial Instagram?*** Ga ada promosi.
- ***Melalui fitur apa anda melakukan transaksi atau interaksi dengan konsumen di Instagram?*** Komen.

4. Faktor-faktor pemilihan Instagram

a) Kognitif

- ***Apa saja pengetahuan yang anda dapat setelah berjualan di Instagram?*** Kalau pake akun pribadi lebih banyak like-nya, lebih rame *traffic*-nya daripada kalau pake akun jualan. Oh iya, dan dengan Instagram aku jadi belajar juga bagaimana memiliki sebuah *social media* yang tidak bisa diakses secara umum dapat menjadi sebuah kebanggan dan gengsi, kenapa? Coba aja liat isi *gallery* pengguna, bukan cuma *seller* lho, tapi pengguna Instagram secara umum, mereka kebanyakan posting tempat nongkrong, liburan, event yang lagi hits, jadi Instagram tuh buat tempat *lifestyle*, semakin hits dan bagus fotonya *followers* bakal nambah banyak, Instagram ga cuma media sosial aja, tapi bisa jadi pengukur orang tuh gaul apa enggak.

b) Afektif

- ***Pernah ada pengalaman berkesan baik menyenangkan maupun tidak menyenangkan selama berjualan dengan Instagram?*** Dapet konsumen di Instagram, display foto bisa diatur, jadi enak. Pengalaman ga enaknya waktu nata ada beberapa foto telat kirim jadi ga jadi satu frame, patah.

- c) Integrasi personal
 - *Adakah pride tersendiri dengan berjualan di Instagram?* Ada, karena mengikuti tren jadi terkesan ga gagap teknologi.
- d) Integrasi sosial
 - *Apa anda merasa lebih dekat dengan konsumen dengan berjualan di Instagram daripada social media lainnya?* Iya, karena ga pake poster atau iklan media massa, jadi kita nembaknya ke personal, orang nge-follow karena mereka suka.
- e) Pelepasan ketegangan
 - *Pernahkah anda menggunakan Instagram sebagai media pengalihan dari tekanan/ketegangan?* Pernah, liat foto-foto bagus, cari referensi juga biar foto JPS nanti bagus dan keren.

Kelebihan dan Kekurangan Instagram

- *Apa kelebihan Instagram dibandingkan media promosi digital lainnya?* Lebih enak orang ngeliat di Instagram, karena lebih rapi buat ngejual portofolio.
- *Bagaimana pengalaman anda dalam menggunakan media promosi lain selain Instagram?* Facebook lebih ke semuanya, bisa foto dan teks, Twitter aku pake lebih untuk *sharing general knowledge* berupa *copy* yang singkat berkelanjutan. Sebenarnya saling mengarah satu sama lain, jadi social media bisa saling nge-link.
- *Apa yang anda takutkan dalam memakai Instagram sebagai media berpromosi?* Takut konsepku dicuri, ini sebenarnya masih sedikit pemainnya soalnya.
- *Apa harapan anda bagi Instagram sebagai media promosi online anda?* Instagram bisa dimainin di PC, ga cuma di smartpone.

F. Online Buyer Illham

1. Typical person Online Buyer

- ***Ceritakan mengenai diri Anda terlebih dahulu.*** Illham Triyastanto, 23 , tahun, mahasiswa, hobi bermain skate, sekarang kerja di majalah Amplaz jadi fotografer.
- ***Sudah berapa lama anda menggunakan Instagram?*** Tahun 2011, waktu Instagram pertama masuk ke android.
- ***Bagaimana pertama kali anda mengenal Instagram?*** Informasi dari internet, dari twitter, awalnya kan cuma di iPhone, ternyata keluar di Android, langsung *install* deh.
- ***Bagaimana pengalaman anda menggunakan Instagram?*** Menyenangkan, karena selain bisa *share* gambar ke temen-temen, aku juga bisa mempermudah untuk belanja, di situ banyak penjual yang rekomen, terutama sepatu. Selain itu juga bisa liat foto-foto bagus.

2. Buying Experience

- ***Pernah membeli barang di Instagram? Berapa kali?*** Pernah, dua kali.
- ***Biasanya barang apa yang Anda beli?*** Sepatu sneakers Vans.
- ***Apakah akan mengulangi pembelian lewat Instagram?*** Pasti, karena aku butuh barang baru, dan di Instagram nyarinya gampang. Instagram juga mudah dipakai, *user friendly*, dan bisa dibuka kapan aja karena dia aplikasi *smartphone*, barang yang tiap hari kapan aja di mana aja aku bawa.
- ***Bagaimana cara mencari barang di Instagram?*** Paling gampang dari *hashtag*, terus yang kedua dari *olshop* di twitter liat akun Instagram-nya.

3. Kelebihan dan Kekurangan Instagram

- ***Apa kelebihan Instagram dalam online shopping dibandingkan media lainnya?*** Sebenarnya sama aja, ga terlalu beda, cuma lebih gampang untuk liat barang apa aja yang *ready stock*, kalo twitter harus *scrolling timeline*. Kalo Instagram gampang soalnya tampilannya *thumbnails*.
- ***Apa ada kekurangan yang dirasakan selama menggunakan Instagram?*** Ada, gabisa nyoba barangnya, harus 100% percaya sama penjual, kalau dari *hashtag* tuh sering-seringnya banyak *spam*, kadang-kadang kualitas foto yang ditampilkan ga sesuai sama aslinya .
- ***Apa harapan Anda untuk para online seller & online buyer di Instagram ke depannya?*** Semoga ada standar untuk kualitas barang, harus sama kaya di fotonya, jadi pembeli ga merasa tertipu setelah barangnya datang. Semoga ngasih spesifikasi barang lengkap, dia ngerti bener sama barang yang dijual.

G. Online Buyer Lola

1. Typical Person Online Buyer

- *Ceritakan mengenai diri Anda terlebih dahulu.* Yolanda Widyanti Susilo, 19 tahun, mahasiswi Universitas Atma Jaya, kesibukannya kuliah, menonton film, mendengarkan lagu hahaha, oh sama ikut UKM Bohlam Advertising.
- *Sudah berapa lama anda menggunakan Instagram?* Dari SMA, tapi cuma bikin akun, makenya baru pas kuliah 2011.
- *Bagaimana pertama kali anda mengenal Instagram?* Dari lihat-lihat di apps store, ada rekomen apps.
- *Bagaimana pengalaman anda menggunakan Instagram?* Asiknya tuh bisa lihat foto yang inspiratif, kaya fotografi, desain, *fashion*. Biasanya *upload ootd*, sesuatu yang menarik buat aku deh hehee.

2. Buying Experience

- *Pernah membeli barang di Instagram? Berapa kali?* Pernah, tiga kali.
- *Biasanya barang apa yang Anda beli?* Jaket, baju, tas.
- *Apakah akan mengulangi pembelian lewat Instagram?* Tergantung, kadang ada akun yang ga di-*update* jadi kaya kurang percaya gitu, mending beli di website yang lebih lengkap dan sering di-*update*.
- *Bagaimana cara mencari barang di Instagram?* Lihat dari akun temen, kadang juga lihat dari akun promosi olshop yang aku follow.

3. Kelebihan dan Kekurangan Instagram

- *Apa kelebihan Instagram dalam online shopping dibandingkan media lainnya?* Instagram tuh lebih visual, ada feedback juga berupa komen, kalo twitter mesti buka mention, ribet. Lebih simpel.
- *Apa ada kekurangan yang dirasakan selama menggunakan Instagram?* Takut barangnya ga bener, ditipu, lagi marak penipuan *online*.
- *Apa harapan Anda untuk para online seller & online buyer di Instagram ke depannya?* Fotonya tuh yang lebih bagus, meyakinkan, real pic gitu. Fitur Instagram kalo bisa online shop dikategoriin sendiri.

H. Online Buyer Meiti

1. Typical Person Online Buyer

- ***Ceritakan mengenai diri Anda terlebih dahulu.*** Meiti Citra Pangestika, 21 tahun, mahasiswi Universitas Atma Jaya, sekarang bekerja jadi *shop keeper* Raminten Ubo Rampe, merchandise khas Jogja ala Raminten.
- ***Sudah berapa lama anda menggunakan Instagram?*** 2 tahunan.
- ***Bagaimana pertama kali anda mengenal Instagram?*** Temen-temen banyak yang pakai Instagram, lihat kalau mereka nge-*link* di Twitter, tapi waktu itu cuma bisa di iPhone, nah waktu keluar Instagram for Android langsung *download*.
- ***Bagaimana pengalaman anda menggunakan Instagram?*** Asyik, aku *upload* foto-foto liburan, banyak yang nge-*like*, komen, aku juga bisa lihat barang-barang bagus di *online shop* di Instagram, dan aku bisa lihat orang yang postingan fotonya bagus-bagus, jadi kepengen punya foto bagus juga buat di-*upload* di Instagram. Dan kalo lihat barang yang di-post di online shop, jadi kepengen punya juga, kayanya lucu gitu, trendy. Duh Instagram bikin boros ya ternyata.

2. Buying Experience

- ***Pernah membeli barang di Instagram? Berapa kali?*** Lebih dari 5 kali.
- ***Biasanya barang apa yang Anda beli?*** Pernak-pernik lucu, baju, aksesoris, ya lebih ke *fashion stuff*.
- ***Apakah akan mengulangi pembelian lewat Instagram?*** Iya, karena banyak barang cuma bisa didapet secara *online* di Instagram.
- ***Bagaimana cara mencari barang di Instagram?*** Kalau cari barang biasanya masukin *hashtag* di menu Search.

3. Kelebihan dan Kekurangan Instagram

- ***Apa kelebihan Instagram dalam online shopping dibandingkan media lainnya?*** Lebih gampang cari barang, bagus-bagus juga barangnya, lebih beragam, di Jogja pilihannya ga banyak, jadi kalau mau cari yang unik bagus ya di *online*, nah di Instagram jualnya macem-macem, dari barang *fashion* sampe tongsis. Di Instagram kalau mau nyari enak, tinggal cari di *hashtag*, tampilannya juga dilihat enak.
- ***Apa ada kekurangan yang dirasakan selama menggunakan Instagram?*** Banyak *online shop* ngasih *hashtag* yang ga sesuai sama barang yang dijual, misalnya jual tas tapi *hashtag*-nya jual rok atau dress.
- ***Apa harapan Anda untuk para online seller & online buyer di Instagram ke depannya?*** Jangan banyak spam ya!

Foto Produk *Online Seller*

1. Jollan Fleur Mhyrtus



2. Jogja Online Shop



- ♥ schatifah, aimetjung, teukusatriaadit, jenipandia_cfc, bebytanesia, neldaihsani, jogjaonlineshop
- vhalyngerin Bersama orang afrika :D vhalyngerin Thx @jogjaonlineshop :D bajunya oke ! :D

3. Kaya Jam



4. Raccoon Shoes



5. Jogja Pet Studio

