

DAFTAR PUSTAKA

- Chaffey, D., & Smith, P. R. (2017). *Digital Marketing Excellence : Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing* (5th ed). Routledge.
- detikFinance. (2023). Thrifting. Retrieved November 10, 2025, from <https://finance.detik.com/kamus/thrifting-d-6998838>
- Khairunnisa, Fazil, M., Andyna, C., Masriadi, & Bahri, H. (2023). Strategi komunikasi Satgas Covid-19 dalam penerapan protokol kesehatan di warung kopi Kota Lhokseumawe. *Jurnal Cendekia: Jurnal Hukum, Sosial & Humaniora*, 1(1), 39–51.
- Karlina, D. (2023). *Analisis Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Akun @ohmyskin.official* (Skripsi, Universitas Semarang). Universitas Semarang: Jawa Tengah.
- Maritza, B. D., & Hariyanto, D. (2024). Strategi Pemasaran Digital untuk Bisnis Pakaian Thrift (akun @spezialmbois). *Interaction Communication Studies Journal*, 1(1), 47–60. <https://doi.org/10.47134/interaction.v1i1.2534>
- Novia, T., Komaruddin, & Azarkasyi, B. (2025). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Melalui Instagram Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan: Studi Kasus Three Crowns Patisserie & Bistro Palembang. *Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 5, 1841–1853.
- Nur Hidayah, F. (2023). Ada 49,4% Masyarakat Indonesia Pernah Melakukan Thrifting. Diakses pada 1 November 2025, dari https://data.goodstats.id/statistic/ada-494-masyarakat-indonesia-pernah-melakukan-thrifting-sP7wi#google_vignette
- Putri, J. A. R. (2024). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Akun Instagram @FitriShop.Lsm Dalam Meningkatkan Penjualan. *Skripsi*. Universitas Malikussaleh.
- Rahman, M., Nursyabilah, I., Astuti, P., Syam, M. I., Mukramin, S., & Kurnawati, W. O. I. (2023). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Pembelajaran. *Journal on Education*, 5(3).
- Safitri, L. (2023). *Strategi Komunikasi Pemasaran Inthrifting.Co Melalui Media Sosial Instagram Dan Tiktok Untuk Meningkatkan Penjualan Produk*. 11.
- Shinta, D. (2022). *Rekonstruksi Makna Thrifting Sebagai Sebuah Trend Fashion (Studi Kasus: Mahasiswa FISIP UIN Jakarta)*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah : Jakarta.
- Sihombing, N. S., Pardede, E., Sihombing, A., & Dewantara, N. (2022).

Pemasaran Digital (1st ed.). Purwokerto: CV. Pena Persada.

Siswati, E., Iradawaty, S. N., & Imamah, N. (2024). *Customer Relationship Management Dan Implementasinya Pada Perusahaan Kecil* (1st ed.). Jawa Tengah, Purbalingga: Eureka Media Aksara.

Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D* (5th ed.). Bandung: ALFABETA.

Wati, A. P., Martha, J. A., & Indrawati, A. (2020). *Digital Marketing* (1st ed.; N. A. Fransiska, Ed.). Malang, Jawa Timur: Edulitera. Retrieved from <https://repository.um.ac.id/1150/1/fullteks.pdf>

Wekke, I. S., dkk (2019). *Metode Penelitian Sosial*. Adi Karya Mandiri.

LAMPIRAN

Lampiran 1 : Data Perbandingan Engagement Akun Instagram @diborongsister dengan kompetitor

1. Perbandingan Engagement Akun Instagram @diborongsister dengan kompetitor menggunakan website trendHERO.com,

Terbaru

Akun Instagram	Pengikut akun	Tingkat keterlibatan (ER)	Skor kualitas akun (AQSI)	Negara audiens (penyuka)
 Lissa Thriff Lhokseumawe lissa_grosir_lhokseumawe	7,8 ribu	0%	1	PENGENAL 100%
 LHOKSEUMAWE thrifbyrumo	343	0,44%	Buka kunci laporan 1	
 syedara.id sye.daraid	186	0,54%	Buka kunci laporan 1	
 TOKO PAKAIAN RAJUT SUPER PREMIUM BERMEREK LUCU 50 K-180 k  diborongsister	11,6 ribu	1,68%	Buka kunci laporan 1	

Gambar 1. Hasil Perbandingan *Engagement* Akun Instagram @diborongsister dengan kompetitor menggunakan website trendHERO.com, dan hasilnya akun Instagram @diborongsister memiliki *engagement* yang tinggi dibandingkan kompetitor.

2. Perbandingan *Engagement* Akun Instagram @diborongsister dengan kompetitor menggunakan website collabstr.com, dan hasilnya akun Instagram @diborongsister memiliki *engagement* yang tinggi di bandingkan kompetitor



@diborongsister

11.6k

Followers

1.1k

Following

616

Posts

Find Similar Influencers

1.51%

Engagement Rate

170

Average Likes

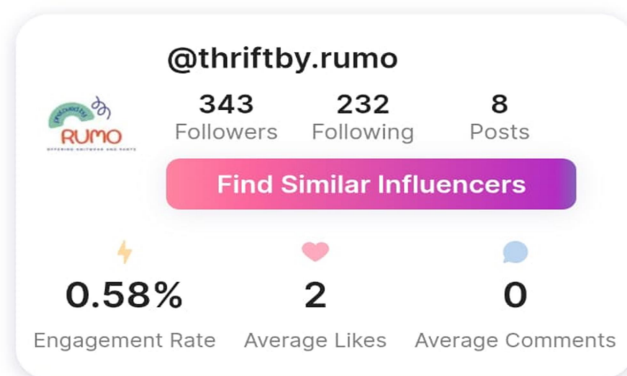
5

Average Comments

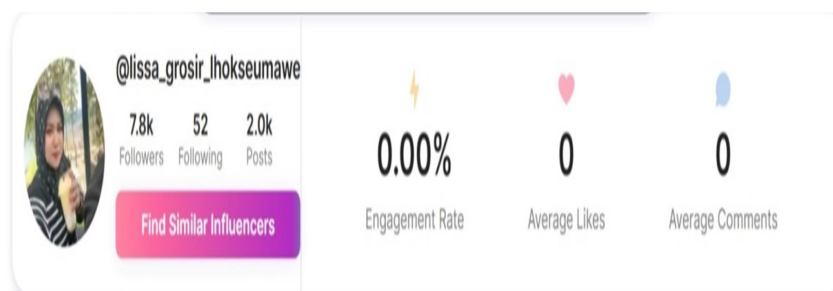
Gambar 3. Hasil *Engagement* akun @diborongsister



Gambar 4. Hasil *Engagement* akun kompetitor @diborongsister yaitu akun @sye.daraid



Gambar 5. Hasil *Engagement* akun kompetitor @diborongsister yaitu akun @thriftby.rumo



Gambar 6. Hasil *Engagement* akun kompetitor @diborongsister yaitu akun @lissa_grosir_lhokseumawe

Lampiran 2 : Surat Izin Penelitian



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, TEKNOLOGI
UNIVERSITAS MALIKUSSALEH
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Kampus Bukit Indah Jln. Sumatera No. 8 Kecamatan Muara Satu Kota Lhokseumawe
Email: fisip.unimal.ac.id Homepage : <http://www.fisip.unimal.ac.id>

Nomor : 821/UN45.2.2/PT.01.04/2026
Perihal : Izin Penelitian

30 April 2026

Yth,

di –
Tempat

Sehubungan dengan rencana penelitian dalam rangka penyusunan skripsi dengan Judul : *Strategis Komunikasi Digital Aun Instagram @borongsister* Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Malikussaleh yang tersebut di bawah ini:

Nama : Rara Geubrina Riski
NIM : 220240061
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Alamat : Jl. Darussalam, No 18 Hagu Teungoh Kota Lhokseumawe

Dengan ini kami mohon mahasiswa tersebut **diberikan izin** untuk melakukan penelitian, sepanjang yang bersangkutan memenuhi ketentuan yang telah ditetapkan.

Demikian atas kerja samanya kami ucapkan terima kasih.



Lampiran 3 : Pedoman Observasi

1. Pedoman Observasi

Dalam penelitian ini, peneliti menyusun pedoman observasi untuk mempermudah proses pengumpulan data. Pedoman observasi mengenai “*Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Akun Instagram @diborongsister dalam Menjaga Loyalitas Pelanggan*” adalah sebagai berikut:

2. Tujuan

Untuk memperoleh informasi dan data mengenai strategi komunikasi pemasaran digital yang diterapkan melalui akun Instagram *@diborongsister* dalam aktivitas pemasaran produk.

a. Aspek yang Diamati

1. Bentuk dan karakteristik konten yang digunakan dalam menarik perhatian audiens pada akun Instagram *@diborongsister*.
2. Jenis konten yang dipublikasikan, seperti foto, video, *reels*, *story*, dan *live*.
3. Cara penyajian produk dalam konten, meliputi visual, *serta caption*
4. Strategi promosi yang digunakan, seperti diskon, promo tertentu, dan penawaran khusus.
5. Interaksi akun dengan *followers*, seperti balasan komentar, *direct message* (DM), *repost*, dan *reply story*.
6. Konsistensi unggahan dalam membangun *engagement* dan mempertahankan keterlibatan audiens.

3. Pedoman Wawancara

a. Wawancara Owner @diborongsister

1. Siapa target pasar utama yang ingin dijangkau, dan bagaimana cara menentukannya?
2. Bagaimana Anda menyesuaikan konten dengan karakter target audiens tersebut?
3. Bisa diceritakan bagaimana awal mula menggunakan Instagram sebagai media pemasaran untuk *@diborongsister*?

4. Fitur Instagram apa yang paling sering digunakan, dan mengapa?
5. Bagaimana Anda menyesuaikan konten dengan karakter target audiens tersebut?
6. Bagaimana strategi Anda dalam membuat konten (baik dari segi konsep, visual, maupun *caption*)?
7. Konten seperti apa yang menurut Anda paling efektif menarik perhatian audiens?
8. Bagaimana cara Anda berinteraksi dengan *followers* atau pelanggan di Instagram?
9. Bagaimana Anda membangun dan menjaga kepercayaan pelanggan?
10. Bagaimana Anda mengetahui bahwa strategi pemasaran yang dilakukan berhasil?
11. Apakah pernah melakukan perubahan strategi? Bisa diceritakan contohnya?
12. Apa tantangan terbesar dalam memasarkan produk melalui Instagram? (opsional tapi sangat disarankan)

b. Wawancara Informan (*Followers* / Pelanggan)

1. Dari mana Anda mengetahui akun *@diborongsister*?
2. Apa yang membuat Anda tertarik mengikuti akun tersebut?
3. Apakah Anda pernah berinteraksi dengan akun tersebut? Bagaimana responnya?
4. Bagaimana pendapat Anda tentang konten yang mereka tampilkan?
5. Konten seperti apa yang paling menarik menurut Anda?
6. Bagaimana menurut Anda cara admin berkomunikasi dengan *followers* ?
7. Apa yang membuat Anda percaya atau ragu untuk membeli dari akun tersebut?
8. Apakah Anda pernah tertarik untuk membeli produk mereka? Mengapa?
9. (Jika membeli) Apa alasan Anda memutuskan untuk membeli? (Jika tidak membeli) Apa yang membuat Anda belum membeli?
10. Menurut Anda, apa yang perlu ditingkatkan dari akun tersebut?

TRANSKRIP WAWANCARA PENELITIAN

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL AKUN

INSTAGRAM @diborongsister

Profil Informan 1

Tanggal : 19 April 2026

Pukul : 20.35 WIB

Peneliti : Rara Geubrina Riski

Informan : Fitria Winanda

Usia : 34 tahun

Jabatan : *Owner @diborongsister*

Keterangan:

P = Peneliti

I = Informan

P : Selamat malam buk, bolehkah saya meminta waktu ibu untuk saya wawancarai seputar komunikasi pemasaran yang ada di @diborongsister untuk menyelesaikan tugas akhir saya?

I : Malam, silahkan langsung dimulai saja, ya.

P : Siapa target pasar utama yang ingin dijangkau, dan bagaimana cara menentukannya?

I : Kalau target pasar utama saya itu lebih ke Gen Z, apalagi karena produk yang saya jual fokus ke *knitwear thrift*. Soalnya Gen Z sekarang gaya berpakaianya unik dan cepat banget ngikutin tren. Mereka juga suka gonta-ganti outfit, apalagi buat foto, biasanya kalau sudah dipakai sekali jadi nggak mau dipakai lagi. Nah di situ saya lihat peluang, karena kalau beli baru terus pasti mahal. Kalau *thrift* kan tetap bisa dapat baju yang bagus dan layak pakai, tapi harganya lebih terjangkau. Apalagi *knitwear* juga sering dibutuhkan, terutama buat ciwi – ciwi yang suka outfit atau mau liburan. Selain itu, baju *thrift* biasanya nggak pasaran, jadi mereka bisa lebih percaya diri karena nggak kembaran. Dari situ saya menyimpulkan kalau Gen Z memang paling cocok jadi target pasar saya

P : Bisa diceritakan bagaimana awal mula menggunakan Instagram sebagai media pemasaran untuk @diborongsister?

I : Awalnya itu saya jualan masih pakai WhatsApp saja, jadi lebih ke orang-orang yang memang sudah saya kenal atau yang ada di kontak saya. Tapi lama-lama saya ngerasa kalau jangkauannya itu terbatas banget, karena ya cuma muter di situ-situ aja. Nah dari situ saya mulai coba pindah ke Instagram, karena saya lihat Instagram itu jangkauannya jauh lebih luas, bisa dilihat banyak orang bahkan yang tidak kita kenal sebelumnya.

Dulu waktu *followers* masih sedikit, akun saya juga belum dikunci, jadi

memang saya memanfaatkan untuk cari jangkauan sebanyak mungkin. Saya juga sempat pakai fitur iklan di Instagram sekitar dua kali supaya akun saya bisa lebih dikenal dan dilihat lebih banyak orang. Seiring waktu, mulai kelihatan hasilnya, karena banyak pelanggan yang datang ke toko itu bilang mereka tahu dari Instagram. Ada yang lihat dari tag temannya, ada juga yang cari lewat hashtag thrift di Lhokseumawe, terus nemu akun saya. Dari situ saya makin yakin kalau Instagram memang efektif untuk pemasaran.

P : Fitur Instagram apa yang paling sering digunakan, dan mengapa?

I : Dulu saya sering pakai fitur iklan dan akun profesional untuk bantu perkembangan akun. Tapi setelah *followers* sudah sampai 10 ribu, saya justru ubah strategi dengan mengunci akun jadi *private*. Itu salah satu trik juga, karena ketika orang penasaran dan tidak bisa langsung lihat isi akun, biasanya mereka jadi *follow* dulu. Jadi itu cara saya untuk ‘mengikat’ *followers*. Selain itu, saya juga ingin lebih menyaring *followers*. Karena kalau akun terbuka, kadang ada akun yang tidak jelas, akun fiktif, atau ada juga yang suka ambil foto dan video produk tanpa izin. Jadi dengan akun privat, saya bisa lebih mengontrol siapa saja yang mengikuti akun saya. Selain itu, saya juga memanfaatkan fitur *tag* dari pelanggan. Saya sering minta mereka untuk *tag* akun saya setelah beli, lalu saya *repost* dan *follow* balik. Hal kecil seperti itu ternyata bikin pelanggan merasa dihargai, dan secara tidak langsung mereka juga membantu promosi akun saya

P : Bagaimana anda menyesuaikan konten dengan karakter target audiens tersebut?

I : Untuk menyesuaikan konten, saya sebenarnya banyak belajar dari lingkungan sekitar juga. Karena saya seorang guru, saya sering lihat langsung bagaimana gaya berpakaian anak-anak sekarang, terutama Gen Z. Dari situ saya jadi tahu kira-kira mereka lagi suka outfit seperti apa. Selain itu, saya juga sering cari referensi di internet atau media sosial lain untuk lihat tren outfit yang lagi populer. Jadi bukan cuma asal posting saja, tapi memang saya perhatikan juga selera pasar. Nah dari situ nanti saya aplikasikan ke konten saya, misalnya saya kasih rekomendasi outfit ke pelanggan. Saya juga sering memanfaatkan highlight Instagram dari customer yang tag saya. Jadi kalau ada pelanggan yang sudah beli dan pakai bajunya, lalu mereka tag akun saya, saya *repost*. Dari situ pelanggan lain bisa lihat langsung bagaimana bajunya dipakai, jadi lebih kebayang dan biasanya mereka jadi tertarik juga.

P : Bagaimana strategi anda dalam membuat konten, baik dari segi konsep, visual, maupun caption?

I : Kalau untuk strategi konten, saya lebih fokus ke visualnya. Jadi saya jarang bikin video yang banyak ngomong atau menjelaskan panjang lebar. Saya lebih ke menampilkan baju dengan tampilan yang menarik di kamera. Biasanya saya atur warna-warna bajunya supaya sesuai, misalnya yang hijau saya kumpulkan dengan hijau, yang biru dengan biru, jadi kelihatan lebih rapi dan enak dilihat. Karena menurut saya, banyak orang itu cari baju berdasarkan warna juga, jadi ketika mereka lihat video saya, mereka bisa langsung nemu warna yang mereka cari. Untuk *caption* sendiri, saya buat sederhana saja, yang penting informatif. Jadi fokus utama tetap di visual, karena itu yang pertama kali dilihat oleh orang.

P : Konten seperti apa yang menurut anda paling efektif menarik perhatian

audiens?

I : Kalau yang paling efektif itu biasanya video di *story* yang menampilkan kondisi toko dan susunan baju-bajunya. Apalagi kalau saya susun berdasarkan tone warna, itu biasanya banyak yang like dan langsung DM nya. Banyak yang tanya apakah barangnya masih ada atau tidak, karena mereka tahu kalau *thrift* itu biasanya cuma satu barang. Jadi begitu lihat dan suka, mereka langsung gerak cepat. Bahkan sering juga mereka tanya apakah ada yang mirip dengan baju yang mereka lihat. Jadi interaksinya memang lebih banyak dari situ.

P : **Bagaimana cara anda berinteraksi dengan *followers* atau pelanggan di Instagram?**

I : Saya biasanya aktif balas DM dari mereka, apalagi kalau mereka tanya-tanya soal produk. Selain itu, saya juga sering repost *story* mereka yang tag akun saya, jadi ada interaksi dua arah. Kadang saya juga mention mereka kembali di *story*, jadi mereka merasa diperhatikan. Hal-hal seperti itu menurut saya penting untuk menjaga hubungan dengan pelanggan

P : **Bagaimana anda membangun dan menjaga kepercayaan pelanggan?**

I : Untuk membangun kepercayaan, saya selalu tampilkan testimoni dari pelanggan, terutama dari *story* mereka yang tag saya. Itu saya simpan di highlight supaya bisa dilihat oleh orang lain. Selain itu, saya juga mencantumkan lokasi toko dengan jelas di Instagram, supaya orang tahu kalau ini toko yang benar-benar ada, bukan penipuan. Dari segi produk juga saya jaga kualitasnya. Walaupun *thrift*, tapi saya pastikan tampilannya tetap bagus, baik di foto maupun aslinya di toko. Kalau ada barang yang sudah kurang layak, biasanya saya tidak jual atau saya kasih dengan harga murah saja.

P : **Bagaimana anda mengetahui bahwa strategi pemasaran yang dilakukan berhasil?**

I : Saya biasanya lihat dari insight di *story*. Kalau *viewers story* saya tinggi, bahkan bisa sampai setengah dari jumlah *followers*, itu berarti kontennya menarik. Kalau dibandingkan dengan *feed*, memang *story* lebih efektif karena lebih sering dilihat. Dari situ saya bisa evaluasi juga, kalau *viewers* turun berarti saya harus perbaiki kontennya. Saya biasanya upload *story* setiap hari jam 10 pagi. Itu memang saya jadikan pancingan supaya orang datang ke toko. Biasanya dari jam 12 siang sampai sore mulai banyak yang datang cari barang yang saya upload di *story*. Banyak juga yang bilang nggak tahan cuma lihat di *story*, jadi langsung datang beli. Selain itu, habis saya upload *story* biasanya banyak juga yang DM tanya-tanya barang dan ada juga pelanggan yang repeat order. Saya sadar kalau saya nggak upload *story*, toko jadi lebih sepi. Tapi kalau konsisten upload jam 10 pagi sama jam 7 malam, itu memang berpengaruh ke penjualan saya. Walaupun sekarang akun saya privat sejak awal 2024, penjualan masih tetap stabil. Sebelumnya dari tahun 2022 saya pakai akun profesional. Tapi karena pelanggan lama sudah banyak dan masih aktif lihat *story*, jadi tetap ramai juga. Dalam satu bulan bisa habis sekitar 200 potong baju

P : **Apakah pernah melakukan perubahan strategi? Bisa diceritakan contohnya?**

I : Iya, tentu pernah. Awalnya saya fokus di akun terbuka dan mencoba menjangkau sebanyak mungkin orang lewat iklan. Tapi setelah akun mulai

berkembang, saya ubah strategi dengan mengunci akun supaya lebih eksklusif. Selain itu, saya juga dulu tidak terlalu fokus ke *story*, tapi sekarang justru *story* jadi salah satu media utama saya untuk promosi, karena responnya lebih cepat dan langsung terlihat dari interaksi *followers*.

P : Apa tantangan terbesar dalam memasarkan produk melalui Instagram?

I : Tantangan terbesar saya itu karena saya masih menjalankan semuanya sendiri, belum ada karyawan. Padahal kalau ada yang bantu, mungkin saya bisa upload lebih banyak produk satu per satu. Selain itu, kadang juga ada pelanggan yang sudah beli tapi merasa tidak cocok dan ingin tukar, padahal dari awal sudah ada aturan tidak bisa ditukar. Jadi hal-hal seperti itu juga jadi tantangan tersendiri dalam menjalankan usaha ini.

Profil Informan 2

Tanggal : 19 April 2026

Pukul : 15.15 WIB

Peneliti : Rara Geubrina Riski

Informan : Cut Intan Keumala

Usia : 28 tahun

Jabatan : *Followers* sekaligus Pelanggan

Keterangan:

P = Peneliti

I = Informan

P : Dari mana anda mengetahui akun @diborongsister?

I : Awalnya saya cuma *follow* saja, dan pertama kali tahu akun @diborongsister itu dari media sosial, tepatnya dari *story* teman saya. Jadi waktu itu ada teman yang upload foto atau *story* dan dia nge-tag akun @diborongsister. Dari situ saya jadi penasaran dan langsung klik akunnya. Sebenarnya sudah cukup lama saya *follow* , tapi awalnya cuma sekedar lihat-lihat saja. Sampai akhirnya suatu waktu saya butuh baju untuk liburan ke daerah yang dingin, terus saya langsung ingat akun itu. Dari situ saya mulai lebih serius lihat produknya dan akhirnya memutuskan untuk beli.

P : Apa yang membuat anda tertarik mengikuti akun tersebut?

I : Awalnya sih karena lagi *hype* baju rajut ya, jadi banyak yang pakai, termasuk teman saya yang tadi nge-tag itu. Pas saya lihat, ternyata bajunya bagus-bagus dan warnanya juga menarik. Selain itu, *feed* Instagram-nya juga rapi dan enak dilihat, jadi nggak berantakan. Kebetulan juga yang dijual kebanyakan baju wanita dan sesuai sama selera saya, jadi ya langsung saya *follow* dan sering lihat-lihat kontennya.

P : Apakah anda pernah berinteraksi dengan akun tersebut? Bagaimana responnya?

I : Pernah, dan menurut saya responnya bagus. *Owner* -nya *fast respon* kalau kita tanya lewat DM. Waktu saya datang langsung ke toko juga, saya nggak dibiarkan pilih sendiri saja, tapi malah dibantu dan dikasih rekomendasi. Selain itu, dia juga ngajak ngobrol, jadi suasananya lebih nyaman dan nggak canggung

P : Bagaimana pendapat anda tentang konten yang mereka tampilkan? dan konten seperti apa yang paling menarik menurut anda?

I : Kontennya menurut saya menarik, karena terlihat rapi dan sesuai dengan tren sekarang. Apalagi *owner* -nya juga paham selera anak muda, jadi produk yang dijual tidak terkesan tua dan lebih ke arah gaya Gen Z, sehingga terasa relevan dan tidak ketinggalan zaman. Selain itu, saya paling suka konten yang menampilkan testimoni dari *customer*, karena kalau baju sudah dipakai langsung, kita bisa melihat bentuk aslinya di badan, jadi lebih mudah membayangkan apakah cocok atau tidak saat dipakai

P : Bagaimana menurut anda cara admin berkomunikasi dengan followers ?

I : Pernah, dan menurut saya responnya bagus. *Owner* -nya *fast respon* kalau kita tanya lewat DM. Waktu saya datang langsung ke toko juga saya tidak dibiarkan

memilih sendiri, tapi dibantu dan dikasih rekomendasi. Selain itu dia juga ngajak ngobrol, jadi suasananya lebih nyaman dan tidak canggung.

P : Apa yang membuat anda percaya untuk membeli dari akun tersebut?

I : Saya nggak ada rasa ragu sih, karena awalnya juga tahu dari teman. Jadi lebih ke percaya karena direkomendasikan dari orang yang kita kenal. Selain itu juga banyak yang nge-tag dan kasih testimoni, jadi makin yakin kalau tokonya memang terpercaya.

P : Apa yang membuat anda tertarik untuk membeli produk mereka?

I : Karena produknya bagus dan lagi sesuai tren, apalagi baju rajut yang lagi banyak dipakai sekarang. Selain itu, karena thrift juga, jadi modelnya terbatas dan nggak pasaran. Itu yang bikin saya tertarik, karena saya juga nggak mau pakai baju yang sama dengan banyak orang lain. Dan juga, karena memang saya butuh waktu itu, terus produknya juga menarik dan harganya masih masuk. Selain itu juga karena limited, jadi kalau nggak cepat beli takut kehabisan.

P : Apakah ada promo yang pernah anda dapatkan?

I : Ada, biasanya mereka sering kasih promo, seperti promo ulang tahun atau tanggal kembar. Kadang juga kalau sudah kenal dengan *owner* -nya, bisa dapat potongan harga tambahan. Jadi lumayan menarik juga.

P : Menurut anda, apa yang perlu ditingkatkan dari akun tersebut?

I : Mungkin yang perlu ditingkatkan itu dari segi konten produk yang ditampilkan satu per satu. Soalnya sekarang lebih banyak fokus ke toko secara keseluruhan. Padahal kalau ditampilkan satu-satu, menurut saya bisa lebih membantu orang yang mau beli online, apalagi yang tidak bisa datang langsung ke toko. Mungkin juga bisa dipertimbangkan untuk menambah karyawan supaya bisa lebih maksimal.

Profil Informan 3

Tanggal : 21 April 2026

Pukul : 12.45 WIB

Peneliti : Rara Geubrina Riski

Informan : Silvia Wati

Usia : 22 Tahun

Jabatan : *Followers* sekaligus Pelanggan

Keterangan:

P = Peneliti

I = Informan

P : Dari mana anda mengetahui akun @diborongsister?

I : Saya mengetahui akun @diborongsister dari teman. Jadi awalnya teman saya yang lebih dulu tahu, lalu dia sempat cerita dan juga menunjukkan akun tersebut. Dari situ saya jadi ikut melihat dan akhirnya tertarik untuk *follow* .

P : Apa yang membuat anda tertarik mengikuti akun tersebut?

I : Saya ingin melihat postingan produknya. Waktu pertama kali lihat, saya merasa produk yang ditampilkan cukup menarik, jadi saya penasaran untuk lihat update-an berikutnya juga.

P : Apakah anda pernah berinteraksi dengan akun tersebut? Bagaimana responnya?

I : Pernah, dan menurut saya responnya sangat baik. Adminnya ramah dan cepat dalam merespon, jadi kalau ada yang ingin ditanyakan bisa langsung dijawab dengan jelas.

P : Bagaimana pendapat anda tentang konten yang mereka tampilkan?

I : Menurut saya kontennya sudah bagus dan menarik. Tampilan produknya terlihat jelas, dan secara keseluruhan enak dilihat, jadi tidak membosankan ketika dilihat di Instagram. Saya lebih tertarik dengan konten yang memperlihatkan keseluruhan isi toko. Karena dari situ saya bisa lihat langsung banyak pilihan baju yang tersedia, jadi lebih bebas untuk memilih.

P : Bagaimana menurut anda cara admin berkomunikasi dengan *followers* ?

I : Cara komunikasinya menurut saya sangat baik dan ramah. Tidak kaku, tapi tetap sopan, jadi membuat pelanggan merasa nyaman.

P : Apa yang membuat anda percaya untuk membeli dari akun tersebut?

I : Saya percaya karena saya mengenal orangnya dan juga tahu lokasi tokonya. Jadi saya merasa lebih yakin bahwa ini usaha yang benar-benar ada, bukan sekadar online saja.

P : Apakah Anda pernah tertarik untuk membeli produk mereka? Mengapa?

I : Iya, saya pernah tertarik dan juga sudah pernah membeli. Karena menurut saya produk *thrift* yang dijual itu bagus dan sesuai dengan selera saya. Selain itu, modelnya juga cocok dan harganya masih terjangkau, jadi saya merasa tidak ragu untuk membeli.

P : Menurut anda, apa yang perlu ditingkatkan dari akun tersebut?

I : Mungkin kontennya bisa lebih diperbanyak lagi, karena menurut saya masih kurang. Kalau kontennya lebih sering di-upload, mungkin akan lebih menarik

Profil Informan 4

Tanggal : 19 April 2026

Pukul : 16.20 WIB

Peneliti : Rara Geubrina Riski

Informan : Nanda Sukma

Usia : 27 Tahun

Jabatan : *Followers*

Keterangan:

P = Peneliti

I = Informan

P : Dari mana anda mengetahui akun @diborongsister?

I : Saya sering *follow* akun belanja, jadi kalau lihat yang menarik saya langsung *follow* .

P : Apa yang membuat anda tertarik mengikuti akun tersebut?

I : Karena saya cewek, jadi memang sering *follow* akun belanja. Selain itu *feed* - nya juga bagus dan enak dilihat, jadi saya tertarik untuk *follow* .

P : Apakah anda pernah berinteraksi dengan akun tersebut?

I : Sejauh ini belum pernah, saya hanya lihat-lihat saja atau sekadar *scrolling*.

P : Bagaimana pendapat anda tentang konten yang mereka tampilkan? Dan konten seperti apa yang paling menarik menurut anda?

I : Menurut saya kontennya sudah bagus, tapi kalau dibandingkan dengan toko lain mungkin masih bisa lebih kreatif lagi. Soalnya sekarang banyak akun yang mengikuti tren konten, sedangkan akun ini masih belum terlalu sering mengikuti tren tersebut. Saya lebih tertarik sama konten yang mengikuti tren, misalnya video yang lagi viral atau konsep yang lebih kreatif. Jadi mungkin itu bisa lebih ditingkatkan lagi.

P : Bagaimana menurut anda cara admin berkomunikasi dengan *followers* ?

I : Sejauh ini belum pernah, saya hanya lihat-lihat saja atau sekadar *scrolling*. Tapi dari yang saya lihat, komunikasinya cukup baik, tapi karena saya belum pernah langsung berinteraksi, jadi belum bisa menilai lebih jauh.

P : Apakah anda pernah tertarik untuk membeli? Mengapa belum membeli?

I : Sebenarnya tertarik, karena produknya bagus. Tapi saya pribadi memang tidak membeli *thrift* karena alasan pribadi, lebih ke faktor kenyamanan dan keamanan. Jadi bukan karena akunnya, tapi memang dari saya sendiri yang belum tertarik untuk beli *thrift*.

P : Apa yang perlu ditingkatkan?

I : Mungkin kontennya bisa lebih dikembangkan lagi supaya lebih menarik. Selain itu, kalau bisa produk ditampilkan satu per satu. Dan mungkin bisa ditambahkan platform seperti Shopee, supaya memudahkan orang yang jauh untuk membeli.

Profil Informan 5

Tanggal : 21 April 2026

Pukul : 14.20 WIB

Peneliti : Rara Geubrina Riski

Informan : Muazatul Husna

Usia : 22 Tahun

Jabatan : *Followers*

Keterangan:

P = Peneliti

I = Informan

P : Dari mana anda mengetahui akun @diborongsister?

I : Saya tahu akun @diborongsister dari teman saya yang memakai bajunya secara langsung. Dari situ saya tertarik, lalu saya menanyakan akun Instagram-nya dan akhirnya saya melihat sendiri serta memutuskan untuk *follow*.

P : Apa yang membuat anda tertarik mengikuti akun tersebut?

I : Saya sebenarnya pernah tertarik karena produknya bagus-bagus, tapi belum jadi prioritas untuk beli. Karena bajunya terlihat bagus-bagus dan banyak yang branded. Selain itu saya juga sudah cukup kenal dengan *owner* -nya, jadi menurut saya cukup terpercaya.

P : Apakah anda pernah berinteraksi dengan akun tersebut? Bagaimana responnya?

I : Saya hanya sekadar *like* saja, belum pernah berinteraksi langsung melalui chat atau DM. Tapi dari yang saya lihat, sepertinya komunikasinya cukup baik

P : Bagaimana pendapat anda tentang konten yang mereka tampilkan?

I : Menurut saya kontennya sudah cukup menarik dan informatif. Dari konten video di *story*, kita bisa tahu produk yang memang lagi hype dan *best seller*, dan itu membuat orang jadi lebih tertarik untuk membeli. Kalau menurut saya, konten yang menarik itu juga ketika ada promo yang ditampilkan, seperti promo tanggal kembar atau promo ulang tahun, karena itu membuat konsumen merasa lebih diuntungkan dan terdorong untuk membeli

P : Bagaimana menurut anda cara admin berkomunikasi dengan followers ?

I : Karena saya belum pernah berinteraksi langsung, jadi saya kurang tahu secara detail. Tapi dari yang saya lihat, sepertinya komunikasinya cukup baik.

P : Apakah anda pernah tertarik untuk membeli produk mereka? Apa yang membuat anda belum membeli?

I : Iya, sebenarnya pernah tertarik, karena dari yang saya lihat produknya bagus-bagus. Karena saat ini masih mempertimbangkan kebutuhan, jadi belum menjadi prioritas untuk membeli.

P : Apa yang membuat anda percaya atau ragu untuk membeli?

I : Saya cenderung percaya, karena saya mengenal *owner* -nya dan juga melihat banyak review yang positif dari pelanggan lain.

P : Menurut anda, apa yang perlu ditingkatkan dari akun tersebut?

I : Menurut saya akan lebih baik jika ada link pembelian seperti Shopee, supaya lebih memudahkan terutama untuk yang tidak bisa datang langsung

Lampiran 5 : Dokumentasi Penelitian

1. Dokumentasi Wawancara Penelitian



Gambar 1. Observasi awal penelitian tanggal 13 November 2025 dengan Fitria Winanda selaku owner thrift @diborongsister, (34 tahun).



Gambar 2. Wawancara tanggal 19 April 2026 dengan Fitria Winanda selaku owner thrift @diborongsister, (34 tahun).



Gambar 3. Wawancara tanggal 19 April 2026 dengan *followers* & pelanggan @diborongsister Cut Intan Keumala, (28 tahun).



Gambar 4. Wawancara tanggal 19 April 2026 dengan *followers* @diborongsister Nanda Sukma, (27 tahun).



Gambar 5. Wawancara tanggal 21 April 2026 dengan *followers* & pelanggan @diborongsister Silvia Wati, (22 tahun)



Gambar 6. Wawancara tanggal 21 April 2026 dengan *followers @diborongsister* Muazatul Husna, (22 tahun).

2. Dokumen Pendukung



Gambar 7. Suasana Toko *@diborongsister*