

c. *Customer Service*

- 1) Memberikan berbagai bentuk informasi mengenai produk atau layanan
- 2) Menangani keluhan pelanggan
- 3) Mengelola komunikasi dengan pelanggan

d. Admin

- 1) Mengelola dokumen:
- 2) Mengelola berbagai dokumen kantor, mengarsipkan, dan merekap data masuk
- 3) Membuat agenda:
- 4) Membuat agenda kantor
- 5) Mengawasi operasional toko:
- 6) Memastikan kelancaran dalam operasionalnya toko, mulai dari interaksi dengan para konsumen atau pelanggan hingga inventaris barang.

e. Karyawan Produksi

- 1) Melakukan berbagai bentuk persiapan mengenai bahan dan peralatan produksi
- 2) Melaksanakan berbagai bentuk rencana produksi yang telah ditetapkan.⁶
- 3) Membangun dan mempertahankan budaya kerja yang positif dan produktif.

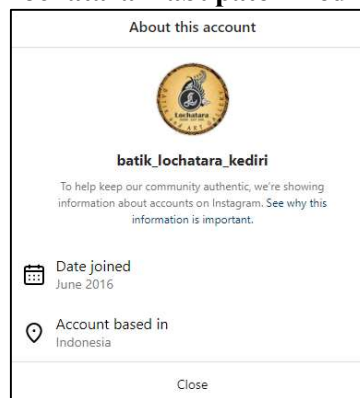
⁶ Sih Panganti, Pemilik Usaha di *Batik and Art Gallery* Lochatara Kecamatan Wates Kabupaten Kediri Pada 15 Februari 2024

5. Informasi Akun Media Sosial *Instagram* Milik *Batik and Art Gallery*

Lochatara Kabupaten Kediri

Berikut ini informasi akun media sosial milik *Batik and Art Gallery* Lochatara Kabupaten Kediri:

Gambar 4.2
Informasi Akun Media Sosial *Instagram* Milik *Batik and Art Gallery* Lochatara Kabupaten Kediri



Sumber : Media Sosial *Instagram* *Batik and Art Gallery* Lochatara⁷

Berdasarkan gambar tersebut, maka bisa diketahui bahwa akun media sosial milik *Batik and Art Gallery* Lochatara Kabupaten Kediri sudah bergabung di *Instagram* sejak bulan Juni 2016. Adapun berikut ini informasi lengkap mengenai akun media sosial milik *Batik and Art Gallery* Lochatara:

Gambar 4.3
Profil Media Sosial *Instagram* Milik *Batik and Art Gallery* Lochatara



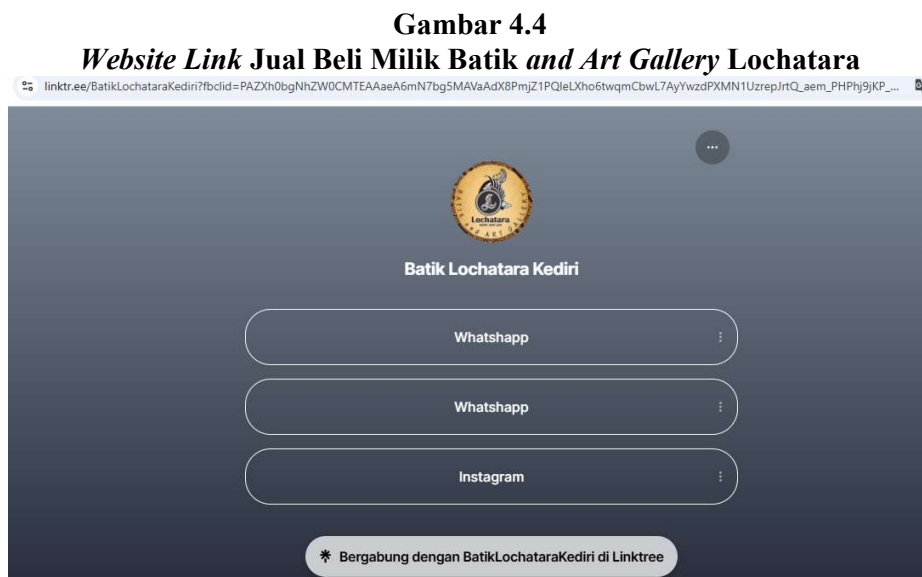
Sumber : Media Sosial *Instagram* *Batik and Art Gallery* Lochatara⁸

⁷Diakses di https://www.instagram.com/batik_lochatara_kediri/, Pada Tanggal 09 Januari 2025.

⁸Diakses di https://www.instagram.com/batik_lochatara_kediri/, Pada Tanggal 09 Januari 2025.

Pada gambar tersebut terlihat bahwa *Instagram* dengan nama akun @batik_lochatara_kediri merupakan akun resmi dari usaha Batik Lochatara Kediri. Akun ini memiliki 4.562 kiriman, 17,6 ribu pengikut, dan mengikuti 266 akun. Dalam bio-nya tertulis bahwa Batik Lochatara adalah produk dari CV Bumi Panji, dengan alamat Jl. Kenanga 07/02 Jajar Wates, Kediri 64174.

Batik *and Art Gallery* Lochatara Kediri juga mencantumkan beberapa akun lain yang terkait, seperti akun busana, sahabat, pusat oleh-oleh, dan penyewaan kostum Lochatara yang semuanya juga milik usaha Batik *and Art Gallery* Lochatara Kabupaten Kediri. Tersedia juga *link* yang mengarah ke tautan *Linktree* untuk informasi lebih lanjut, adapu berikut ini gambar dari *link* tersebut:



Sumber : *Website Link* Jual Beli Batik *and Art Gallery* Lochatara⁹

⁹

Diakses di

https://linktr.ee/BatikLochataraKediri?fbclid=PAZXh0bgNhZW0CMTEAAaeA6mN7bg5MAVaAdX8PmjZ1PQleLXho6twqmCbwL7AyYwzdPXMN1UzrepJrtQ_aem_PHPHj9jKP_v6kWBu7b9xlw, Pada Tanggal 09 Januari 2025.

B. Paparan Data

1. Strategi Penggunaan *Selebgram Endorsment* yang Digunakan Batik *and Art Gallery Lochatara* dalam Memasarkan Batik Melalui Media Sosial *Instagram*

Selebgram atau orang terkenal di media sosial *Instagram* punya pengaruh besar dalam membantu menaikkan penjualan lewat media sosial, khususnya *Instagram*. Mereka bisa membuat merek jadi lebih dikenal, meningkatkan pembelian, dan ikut mempengaruhi tren yang sedang populer. Karena itu, pemilik Batik *and Art Gallery Lochatara* Kediri sangatlah memperhatikan peran *selebgram endorsement* untuk menarik calon pembeli.

a. *Visibility* (Kemungkinan Dilihat)

Indikator *visibility* menekankan pada seberapa populer atau dikenal seorang *selebgram*, termasuk jumlah pengikut (*followers*), jangkauan akun media sosial, dan keterlibatan audiens (*like*, komentar). Adapun hasil penelitian yang diperoleh peneliti yakni Batik *and Art Gallery Lochatara* Kabupaten Kediri sangat mempertimbangkan aspek ini dalam memilih *selebgram* untuk *endorse* produk mereka.

Adapun hal ini dikarenakan *selebgram* atau orang terkenal di *Instagram* memiliki peran penting dalam membantu penjualan melalui media sosial, terutama karena mereka bisa membuat sebuah merek jadi lebih dikenal, menarik minat beli, dan ikut membentuk tren. Oleh karena itu, pemilik Batik *and Art Gallery Lochatara* yakni Ibu Sih Panganti, sangat memperhatikan kerja sama dengan *selebgram* untuk promosi

produknya. Namun, sebelum memilih *selebgram* untuk diajak kerja sama, beliau selalu menilai dulu apakah orang tersebut punya integritas, yaitu kejujuran, sikap yang bisa dipercaya, dan kesesuaian antara perkataan dengan tindakannya, karena hal ini sangat memengaruhi kepercayaan calon pembeli.

Adapun pihak Batik *and Art Gallery* Lochatara Kediri memilih *selebgram* yang jujur dan tidak melebih-lebihkan produk agar konsumen tidak merasa tertipu. Hal tersebut seperti yang dijelaskan oleh Sih Panganti selaku Pemilik Usaha Batik *and Art Gallery* Lochatara Kediri:

“Kami di Batik *and Art Gallery* Lochatara selalu menekankan pentingnya integritas *selebgram* sebelum melakukan *endorsement*. Artinya, kami mencari *selebgram* yang bisa dipercaya, tidak berlebihan dalam promosi, dan tidak memanipulasi informasi. Kami ingin konsumen melihat bahwa produk kami benar-benar sesuai dengan yang ditampilkan, bukan sekadar strategi pemasaran. Kalau dari pengalaman saya, konsumen sekarang sangat kritis ya mbak. Mereka bisa tahu kalau *selebgram* cuma 'jualan omongan' aja. Jadi penting banget *selebgram* itu jujur saat *mereview* produk. Kalau dia terlalu melebih-lebihkan, nanti bisa bikin konsumen kecewa dan nggak percaya lagi sama galeri kita.”¹⁰

Jadi, dalam aspek *visibility* dilihat dari seberapa besar peluang konten promosi dapat dilihat dan dijangkau oleh banyak orang. Indikator yang digunakan antara lain jumlah pengikut (*followers*), jumlah tayangan (*views*), jangkauan cerita (*story reach*), dan tingkat keterlibatan audiens melalui like serta komentar. Dalam kerja sama promosi Batik *and Art Gallery* Lochatara Kediri, beberapa *selebgram* utama yang dipilih memiliki tingkat keterlihatan yang baik, sebagai berikut:

¹⁰ Sih Panganti, Pemilik Usaha di Batik *and Art Gallery* Lochatara Kecamatan Wates Kabupaten Kediri Pada 15 Februari 2024

- 1) Ade Auliya Rahma memiliki 29,4 ribu pengikut. Dalam salah satu unggahan promosi batik Lochatara, ia memperoleh 268 *likes* dan 44 komentar. Maka, *engagement rate (ER)*-nya adalah:

$$ER = (268 + 44) \div 29.400 \times 100 = \pm 1,06\% \rightarrow \text{tergolong moderat}$$

- 2) Firsta Yufi Amarta Putri dengan 21,2 ribu pengikut, unggahannya tentang Batik Lochatara peroleh 1.848 *likes* dan 29 komentar. Maka:

$$ER = (1.848 + 29) \div 21.200 \times 100 = \pm 8,86\% \rightarrow \text{tergolong tinggi}$$

- 3) Arwi Maheswara dengan 18,1 ribu pengikut, unggahan promosi batiknya mendapat 308 *likes* dan 6 komentar:

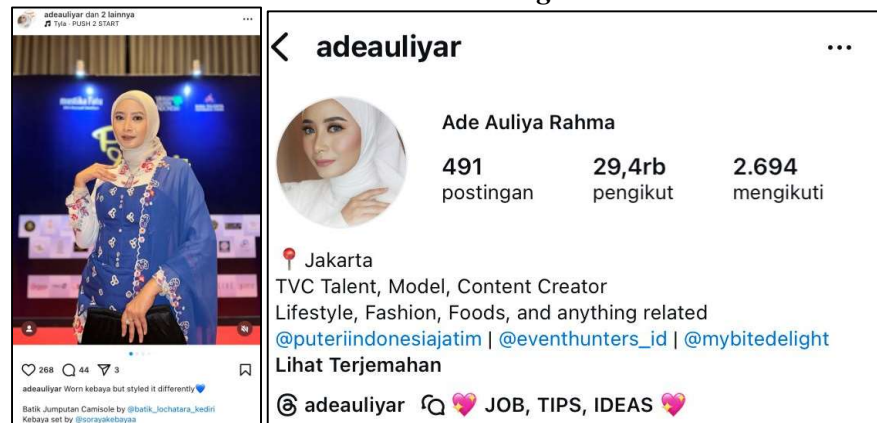
$$ER = (308 + 6) \div 18.100 \times 100 = \pm 6,42\% \rightarrow \text{tergolong moderat}$$

Jadi, angka di atas menunjukkan bahwa konten yang diunggah oleh *selebgram* tersebut memang mendapat perhatian dari audiens mereka. Bukan hanya jumlah pengikut yang dilihat, tapi seberapa aktif pengikut mereka merespons juga menjadi pertimbangan penting bagi Batik Lochatara. Selain data ER, pihak Batik *and Art Gallery* Lochatara juga memperhatikan seberapa luas jangkauan cerita (*story reach*) dan tayangan konten. Konten *selebgram* seperti Firsta dan Ade Auliya terbukti meningkatkan kunjungan ke akun *Instagram* milik Batik *and Art Gallery* Lochatara Kediri dan memperluas keterlihatan produk secara signifikan.

Adapun bukti penerapan indikator *visibility* oleh Batik *and Art Gallery* Lochatara Kabupaten Kediri yakni misalnya, dalam kerja samanya dengan *selebgram* Ade Auliya Rahma yang mana memiliki

lebih dari 29,4 ribu pengikut di *Instagram*, keterlibatannya cukup tinggi dengan unggahan foto mengenakan baju jumptan camisole dari Batik Lochatara yang memperoleh 268 suka dan 44 komentar. Berikut bukti dari profil *selebgram* Ade Auliya Rahma yang menjadi *TV Talent, Model, Content Creator (Lifestyle, Fashion, and anything related)* yakni:

Gambar 4.5
Batik Lochatara And Art Gallery Kabupaten Kediri Bekerja Sama dengan *Selebgram* Ade Auliya Rahma untuk Promosi Produk Lewat Media Sosial *Instagram*

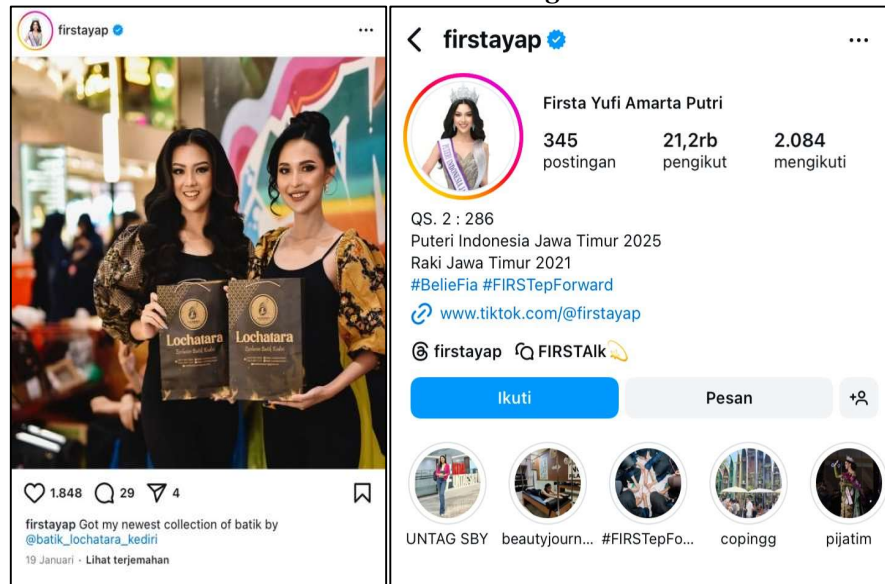


Sumber : Akun *Instagram* Milik Ade Auliya Rahma¹¹

Begitu pula kerja sama Batik Lochatara *and Art Gallery* Kediri dengan *selebgram* Firsta Yufi Amarta Putri, yang merupakan Puteri Indonesia Jawa Timur 2025 dan memiliki lebih dari 21,2 ribu pengikut, menghasilkan unggahan dengan 1.848 suka dan 29 komentar. Jumlah pengikut dan respons ini menunjukkan tingginya *visibility* dari *selebgram* yang terlibat, jadi memungkinkan pesan promosi menjangkau audiens yang lebih luas. Berikut profil *selebgram* Firsta Yufi Amarta Putri yang menjadi Puteri Indonesia Jawa Timur 2025 serta Raki Jawa Timur 2021:

¹¹ Di akses di <https://www.instagram.com/adeauliyar/>. Pada tanggal 13 Januari 2025.

Gambar 4.6
Batik Lochatara And Art Gallery Kediri Bekerja Sama dengan
Selebgram Firsta Yufi Amarta Putri untuk Promosi Produk Lewat
Media Sosial Instagram



Sumber : Akun *Instagram* Milik Firsta Yufi Amarta Putri¹²

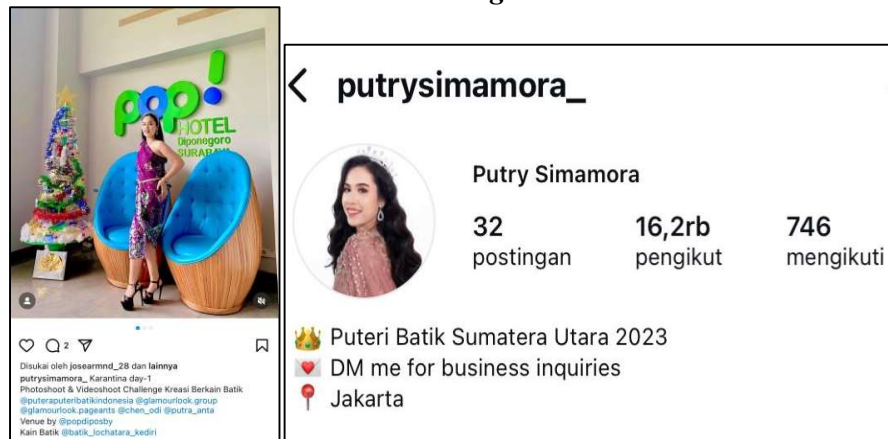
Kerja sama Batik Lochatara *and Art Gallery* dengan *selebgram* Putry Simamora (16,2 ribu pengikut), Desar Galuh Majakirana (10,7 ribu pengikut), dan Frinsisca Cristy Octaviane D. P. (2.365 pengikut) juga mendukung indikator ini, walaupun skalanya lebih kecil. Namun tetap menunjukkan strategi pemanfaatan figur publik dengan jangkauan audiens yang bervariasi, menyesuaikan segmen pasar yang dituju.

Adapun berikut bukti dari profil *selebgram* Putry Simamora yang pernah menjadi Puteri Batik Sumatera Utara 2023 dan Desar Galuh Majakirana yang pernah menjadi Bintang Iklan Cilik 2019/2020, *Favorite* dan 8 *Best* Nyanyian Anak Negeri TVRI, Juara Umum Tari Tenun Indonesia 2023, Juara 1 FTKN Nasional 2023, dan Frinsisca

¹² Di akses di <https://www.instagram.com/firstayap/>. Pada tanggal 13 Januari 2025.

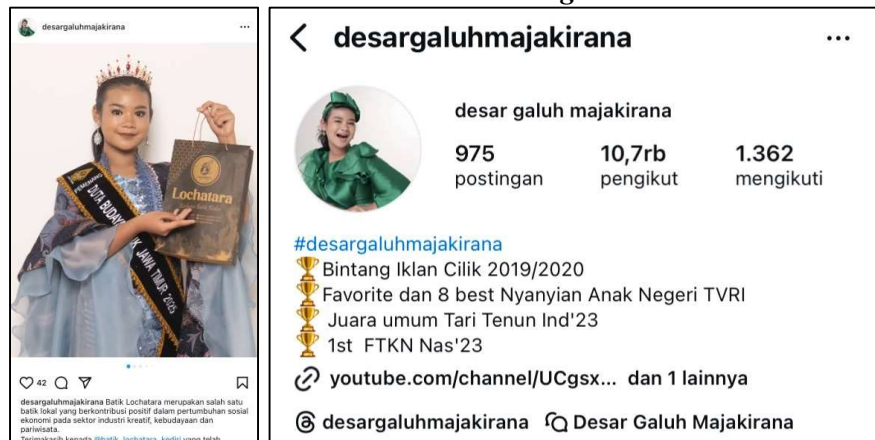
Cristy Octaviane D. P yang pernah menjadi Puteri Wastra Indonesia 2022, *Miss Beauty Jatim Culture* 2022, dan Yuk Inspiratif Kabupaten Mojokerto 2021.

Gambar 4.7
Batik Lochatara *And Art Gallery* Kediri Bekerja Sama dengan *Selebgram* Putry Simamora untuk Promosi Produk Lewat Media Sosial *Instagram*



Sumber : Akun *Instagram* Milik Putry Simamora ¹³

Gambar 4.8
Batik Lochatara *And Art Gallery* Kabupaten Kediri Bekerja Sama dengan *Selebgram* Desar Galuh Majakirana untuk Promosi Produk Lewat Media Sosial *Instagram*

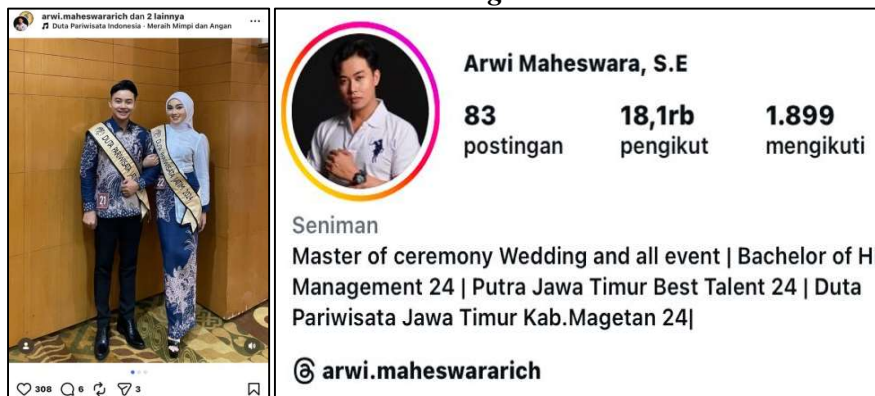


Sumber : Akun *Instagram* Milik Desar Galuh Majakirana ¹⁴

¹³ Di akses di https://www.instagram.com/putrysimamora_/. Pada tanggal 13 Januari 2025.

¹⁴ Di akses di <https://www.instagram.com/desargaluhmajakirana/>. Pada tanggal 13 Januari 2025.

Gambar 4.9
Batik Lochatara *And Art Gallery* Kediri Bekerja Sama dengan
***Selebgram* Arwi Maheswara untuk Promosi Produk Lewat Media**
Sosial *Instagram*



Sumber : Akun *Instagram* Milik Arwi Maheswara¹⁵

Terakhir yakni kerja sama antara Batik *Lochatara and Art Gallery* Kabupaten Kediri dengan *selebgram* yang bernama Arwi Maheswara untuk melakukan strategi promosi melalui media sosial *Instagram* termasuk kedalam indikator *visibility* atau kemungkinan dilihat. Hal ini dikarenakan Arwi Maheswara memiliki jumlah pengikut yang sangat banyak, yaitu 18,1 ribu orang, serta pernah menjadi Putra Jawa Timur *Best Talent 24*. Jadi dengan popularitas dan prestasi yang dimilikinya, Arwi Maheswara sangat dikenal oleh masyarakat dan punya peluang besar untuk membuat produk yang ia promosikan lebih mudah dilihat dan dikenali oleh banyak orang.

Dengan demikian, seluruh *selebgram* yang dipilih oleh Batik *Lochatara and Art Gallery* Kabupaten Kediri karena telah memenuhi unsur *visibility* yang mana cukup signifikan untuk meningkatkan keterlihatan produk Batik *Lochatara and Art Gallery* Kabupaten Kediri

¹⁵ Di akses di <https://www.instagram.com/arwi.maheswara/>. Pada tanggal 13 Januari 2025.

melalui media sosial *Instagram*. Adapun berikut ini, hasil wawancara peneliti dengan para *selebgram endorser* Batik *Lochatara and Art Gallery* Kabupaten Kediri mengenai respon *followers* gimana setelah unggahan *endorsement* produk Batik *Lochatara and Art Gallery* yang telah dilakukan sebagai berikut:

“Alhamdulillah respon para *followers* positif ya, Mbak. Banyak yang bilang *look*-nya keren, dan malah ada yang bilang jadi pengen coba pakai batik juga. Jadi efeknya memang ada dan nyata.”¹⁶

“Positif banget Mbak. Banyak yang bilang inspiratif. Jadi saya senang banget, karena merasa pesan saya sampai.”¹⁷

“Saya memilih melakukan *endorsement* yang benar-benar relevan dengan produk yang dipromosikan, khususnya yang memiliki nilai budaya dan kualitas yang baik. Hal ini penting agar promosi yang dilakukan dapat menarik minat konsumen secara lebih luas. Selain itu, saya juga memastikan produk tersebut layak dipasarkan sehingga dapat membantu meningkatkan penjualan secara maksimal.”¹⁸

Adapun berikut ini bukti dari hasil wawancara peneliti dengan para *followers* yang juga termasuk konsumen di Batik *and Art Gallery* *Lochatara* Kediri terkait faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam menyukai *selebgram*. Pertama yakni Laili selaku salah satu konsumen di Batik *and Art Gallery* *Lochatara* Kediri mengungkapkan bahwa dirinya lebih percaya pada *selebgram* yang memberikan ulasan jujur dan tidak berlebihan, berikut penjelasannya:

“Kalau saya sih suka sama *selebgram* yang jujur ya mbak. Maksudnya, kalau dia *review* produk tuh nggak lebay, ngomong apa adanya. Jadi kita yang lihat juga percaya dan yakin buat beli.

¹⁶ Iqbal Hamaki, *Selebgram Endorser Batik Lochatara and Art Gallery* Kabupaten Kediri. Pada Tanggal 15 Juni 2025.

¹⁷ Desar Galuh Majakirana, *Selebgram Endorser Batik Lochatara and Art Gallery* Kabupaten Kediri. Pada Tanggal 15 Juni 2025.

¹⁸ Putry Simamora, *Selebgram Endorser Batik Lochatara and Art Gallery* Kabupaten Kediri. Pada Tanggal 15 Juni 2025.