

# LAMPIRAN

## **LAMPIRAN 1 Interview Guide Online**

**Menurut anda mengapa konten atau pesan (review) yang anda bagikan di Instagram berpengaruh dalam promosi produk kuliner?**

*Pertanyaan ini digunakan untuk mengetahui seberapa jauh eWOM yang ada di Instagram telah mampu menjadi salah satu tujuan dari bauran promosi, komunikasi pemasaran*

**Sebagai seorang expert atau pro dibidang food instagramming apa kunci sukses dalam membuat konten atau pesan (review) di Instagram yang bagus? (sebutkan komponen-komponen penting yang harus ada dalam sebuah konten atau pesan di Instagram yang anda miliki)**

*Pertanyaan ini digunakan untuk mengetahui seberapa penting pembuatan konten ewom yang ada di Instagram, serta untuk mengetahui apakah konten yang dibuat oleh food instagrammer masuk dalam enam kategori pesan atau konten eWOM*

**Menurut anda, mengapa gambar atau visual atau foto menjadi komponen yang sangat penting untuk menjadi food instagrammer professional?**

*Pertanyaan ini ditujukan untuk melihat apakah pesan ewom di Instagram yang menawarkan tampilan visual berpengaruh kepada promosi produk kuliner*

**Sebagai seseorang yang sudah pro di bidang food instagramming Yogyakarta, challenge apa saja yang dihadapi saat mempromosikan sebuah produk kuliner?**

*Pertanyaan ini ditujukan untuk melihat apakah penyebaran eWOM dibidang kuliner memiliki kesulitan tertentu*

**Sebagai seorang pro, bagaimanakah cara membuat pesan atau konten (review) yang menarik di Instagram agar bisa di “notice” pengguna lain dan menjadi viral ?**

*Pertanyaan ini ditujukan untuk melihat apakah tiga komponen utama dalam system eWOM yakni informasi yang akurat, total ulasan, dan informasi lengkap terkait komunikator memiliki pengaruh kepada penyebaran eWOM di social media Instagram.*

**Menurut anda, keahlian apa saja yang harus dimiliki seorang food instagrammer?**

*Pertanyaan ini untuk mengetahui tingkat professional yang dimiliki Food Instagrammer sebagai opinion leader, yang memiliki innovativeness, social capital, dan trust dalam penyebaran eWOM di Instagram*

**Menurut anda mengapa konsistensi diperlukan oleh seorang food instagrammer?**

*Pertanyaan ini juga dibuat untuk melihat apakah untuk menjadi seorang opinion leader dalam promosi produk kuliner harus memiliki konsistensi dalam menyebarkan eWOM di Instagram*

**Menurut anda apakah para pebisnis kuliner baik yang kecil, menengah, sangat terpengaruh atas kehadiran anda sebagai food instagrammer? Mengapa?**

*Pertanyaan ini dibuat untuk melihat apakah bisnis kuliner di Yogyakarta mendapatkan keuntungan karena penggunaan social media, Instagram yang lebih efisien dan memiliki biaya yang lebih murah.*

**Menurut pandangan anda sebagai pro dalam bidang food instagramming, mengapa penggunaan Instagram sangat penting dalam promosi produk kuliner?**

*Pertanyaan ini untuk mengetahui pandangan seorang professional terkait penggunaan social media Instagram sebagai media penyebaran eWOM*

**Menurut anda, mengapa Instagram menjadi suatu alat atau medium promosi yang tepat untuk promosi produk kuliner?**

*Pertanyaan ini untuk melihat pandangan para food instagrammer professional mengapa Instagram menjadi sebuah medium yang luar biasa dalam penyebaran produk kuliner*

## **LAMPIRAN 2 Interview Guide Offline**

### **Mengapa menjadi food instagram itu menarik?**

*Pertanyaan ini untuk mengetahui mengapa responden atau informan memulai menjadi seorang komunikator hingga opinion leader, pertanyaan ini juga diharapkan dapat mengetahui motif responden menyediakan informasi terkait kuliner.*

### **Identitas menjadi food instagram itu seperti apa?**

*Pertanyaan ini ditujukan untuk mengetahui hakikat yang dimiliki oleh seorang food instagrammer sebagai bagian dari cyberculture di social media, pertanyaan ini juga diharapkan dapat mengetahui mengapa budaya berbagi konten kuliner di instagram menjadi sangat menarik*

### **Bagiamankah interaksi yang dilakukan anda sebagai food instagrammer dengan followers yang anda miliki?**

*Pertanyaan ini ditujukan untuk mengetahui pola komunikasi yang terjadi antara food instagrammer sebagai komunikator yang menyebarkan eWOM dalam promosi produk kuliner di instagram. Pertanyaan ini juga diharapkan dapat mengetahui interaksi food instagrammer dengan perusahaan ataupun pebisnis kuliner lain dalam mempromosikan produk yang mereka miliki*

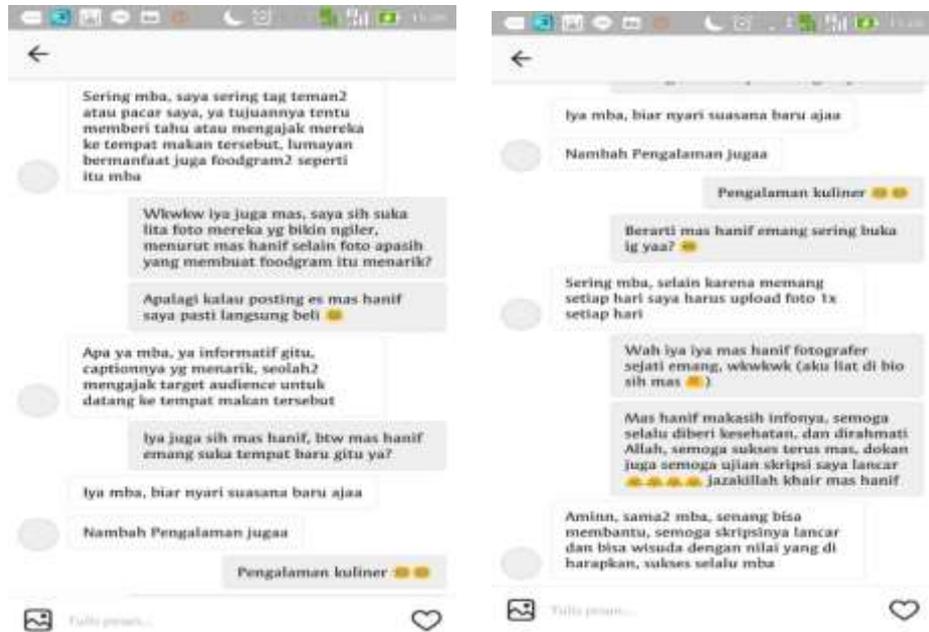
**Mengapa konten yang anda miliki bisa menjadi begitu viral?**

*Pertanyaan ini ditujukan untuk mengetahui bagaimana seorang food instagrammer membuat konten yang menarik, hingga mampu menyedot perhatian pengguna instagrammer lain, sehingga mengikuti mereka, dan menjadikan mereka sebagai opinion leader dalam ranah kuliner*

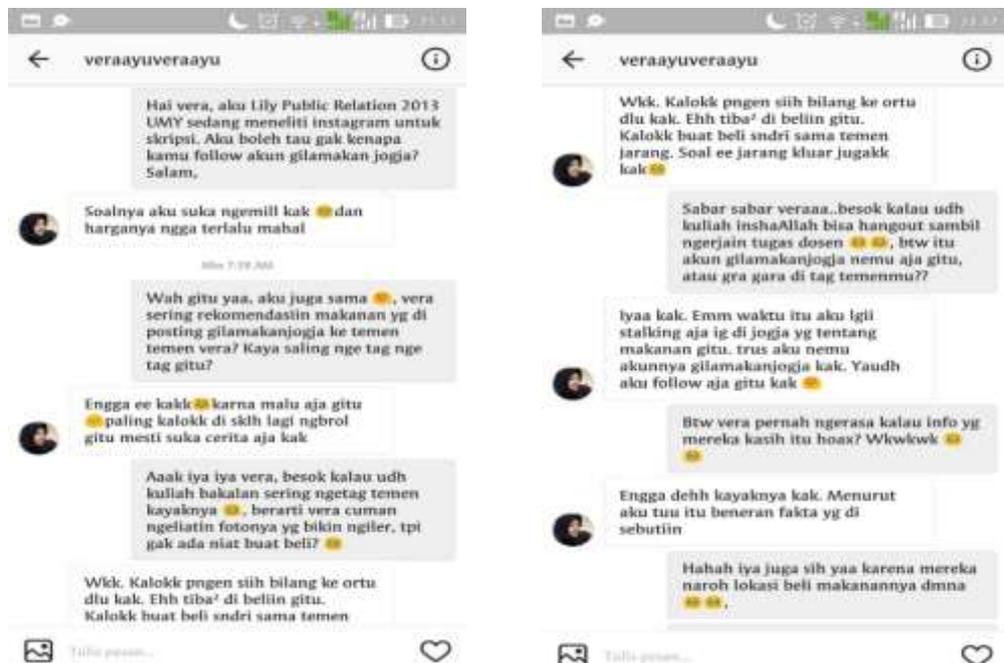
**Menurut anda mengapa seseorang membutuhkan informasi kuliner di social media?**

*Pertanyaan ini ditujukan untuk mengetahui bagaimana budaya berbagi konten kuliner hadir di social media sehingga memunculkan eWOM sebagai salah satu bentuk baru dari WOM*

### LAMPIRAN 3 Interview Online dengan followers *foodgram*



Gambar: beberapa wawancara online via Direct Messages Instagram dengan akun @Berliando.hanif (sumber: Instagram)





Gambar: wawancara online via Direct Messages Instagram dengan akun @veraayuveraayu (sumber: Instagram)



Bagian 1

Bagian 2

Gambar wawancara online via Direct Messages Instagram (sumber: Instagram)

**LAMPIRAN 4 Foto-Foto Wawancara**



*Foto saat interview offline ke-2 di Starbucks 22 Maret 2017*



*Gambar kiri Admin @gilamakanjogja sedang liputan konten kuliner Maret 2017, gambar kanan peneliti sedang melakukan food Instagramming*