

## Lampiran 1: Interview Guide

### **Interview Guide**

1. Apakah New Hanggar terlebih dulu melakukan perencanaan promosi?
2. Apa tujuan komunikasi dalam kegiatan promosi New Hanggar Billiard?
3. Siapa yang menjadi target audiens dalam kegiatan promosi New Hanggar?  
Mengapa?
4. Apa pesan yang ingin disampaikan oleh New Hanggar?
5. Bagaimana New Hanggar Billiard merancang pesan tersebut?
6. Apa tujuan komunikasi dalam kegiatan promosi yang dilakukan New Hanggar?
7. Hal apa saja yang menjadi pertimbangan New Hanggar di dalam memilih saluran komunikasi?
8. Bagaimana cara New Hanggar Billiard dalam menentukan anggaran promosi??
9. Apakah kegiatan promosi yang dilakukan New Hanggar pada tahun 2015 terbilang sukses?
10. Bagaimana evaluasi yang dilakukan oleh New Hanggar?

## Lampiran 2: Transkrip Wawancara

### Wawancara 1

Nama / Jabatan : Basuki Adi Nugroho / Manager HRD  
Tempat : New Hanggar Billiard Store  
Tanggal : 26 Desember 2016

---

#### **1. Apakah New Hanggar Billiard terlebih dulu melakukan perencanaan promosi?**

*yaaa tentu mas, segala sesuatu ituu pasti di dahului dengan sebuah perencanaan yang matang dannn terarah” Kalo perencanaan promosi kita ada, Untuk rencana promosi kita lakukan dan programnya juga selalu jalan, itu memang ada promosi yang kita lakukan ada dua sisi jadi baik yang sifatnya online maupun offline. Jadi online karena memang karena sekarang ini adalah era digital dan memang kita nyiapin banyak hal persiapan seperti kita melakukan promosi via Facebook, ha’a Facebook ada jadi dari online kita punya semua media online kita ikut, jadi Instagram, Twitter, Facebook kita ada. Dengan melakukan perencanaan promosi kita tapat mengetahui informasi apa yang dibutuhkan oleh konsumen kita. kita berikan kemudian tertarik dengan informasi atau promosi yang kita berikan. Selanjutnya mereka datang, menikmati apa yang sudah kita promosikan. Dengan harapan tujuanya yang terakhir adalah dataang kembali jadi, tidak hanya datang sekali. Setelah datang,*

*mereka kita layanin dengan baik, terkesan kemudian mereka datang kembali. Jadi poinnya adalah datang kembali.*

## **2. Mengapa harus ada perencanaan promosi?**

*Yah, karena pada dasarnya ini adalah kami menyediakan jasa olahraga dan hiburan yang sifatnya umum jadi persaingan juga ketat,. Jadi promosi adalah salah satu cara memberi tau konsumen dan mendatangkan pelanggan dan memberi tahu informasi apa yang kita berikan kemudian tertarik dengan informasi atau promosi yang kita berikan....selanjutnya mereka datang...menikmati apa yang sudah kita promosiikan dengan harapan, tujuannya yang terakhir adalah datang kembali jadiiii, tidak hanya datang sekali setelah datang mereka kitaa layanin dengan baik terkesan kemudian merekaa datang kemabaliiii jadi poinnya adalah datang kembali aaa...ituuu”*

## **3. Siapa yang menjadi target audiens dalam kegiatan promosi New Hanggar Billiard?**

*Sebenarnya targetnya itu luas ya mas. Tapi kalo target potensial itu ya mahasiswa, pegawai instansi pemerintah, serta pelajar SMA yang ada di Kota Jogja. Ini kita lihat dari data identitas yang kita punya, karena setiap konsumen yang mau check in menggunakan kartu identitas semacam KTP, apa KTM, apa kartu pelajar untuk penyewaan meja billiard.*

**4. Mengapa memilih mereka sebagai target audiens?**

*“jadi...memilih itu berdasarkan adalah potensi..mereka untuk bermain...atau bersantai-santai disini..kemudian berlatih dengan harapan..kalau berlatih itu ada orang orang club, ada atlit dan lain sebagainya sesuai dengan konsepnya di rama billiar atau hanggar billiar itu adalah eee sebagai media untuk berlateh atau sport center eee olah raga billiar”*

**5. Apa pesan yang ingin disampaikan New Hanggar Billiard? Bagaimana dalam merancang pesan tersebut?**

*Dalam promosi kita ingin menyampaikan pesan pada masyarakat luas mengenai fasilitas yang kita tawarkan secara keseluruhan baik itu keunggulan-keunggulan yang dimiliki, fasilitas yang kita berikan, dan event-event yang kita selenggarakan dengan bekerjasama untuk pembinaan atlet olahraga billiard dibawa naungan KONI Kota, KONI DIY, POBSI Kota, POBSI Daerah dan PBPOBSI. “pesanya sebetulnya sama dengan apa yang disampaikan oleh pemerintah yaitu...memasyarakatkan olah raga billiar di...jogjakarta mengolahragakan masyarakat tentang billiar, menghilangkan kesan-kesan negatip di billiar karna sudah punya agenda yang jelass yaitu..pembinaan yang terencana sinergis dengan pembinaan olah raga di pemerintah. jadi new hanggar itu...di pilih oleh pemerintah sebagai icon arena billiar yang mengedepankan prihal pembinaan olah raga prestasi di*

*bidang billiar kemudian mempunyai even internasional dengan nama eee new hanggar jogja istimewa ini piala raja yang sudah kita.. gelar atau kita jalankan sudah yang ketiga tingkat internasional Sehingga harapannya kita bisa menjadi ikon arena billiard di Yogyakarta.”*

**6. Apa tujuan komunikasi dalam kegiatan promosi yang dilakukan New Hanggar Billiard?**

*Namanya perencanaan promosi tentunya nomer satu adalah mendatangkan pelanggan. Mendatangkan pelanggan itu dengan prasyarat kita harus tau informasi apa yang dibutuhkan oleh konsumen kita. kita berikan kemudian tertarik dengan informasi atau promosi yang kita berikan. Selanjutnya mereka datang, menikmati apa yang sudah kita promosikan. Dengan harapan tujuannya yang terakhir adalah dataang kembali jadi, tidak hanya datang sekali. Setelah datang, mereka kita layanin dengan baik, terkesan kemudian mereka datang kembali. Jadi poinnya adalah datang kembali.”*

**7. Media apa saja yang digunakan oleh New Hanggar Billiard dalam melakukan kegiatan promosi?**

*Saluran komunikasi nonpersonal yang kita gunakan adalah, surat kabar cetak mapun online, dll. Selain itu melalui kegiatan-kegiatan event yang diselenggarakan di New Hanggar Billiard, baik kelas pemula hingga kelas profesional yang kita selenggarakan setiap tahunnya.terus kita juga punya*

*media sosial seperti facebook, instagram, twitter dan lain sebagainya. Karena lebih tepat sasaran. Prinsipnya, di samping mudah tapi praktis dan mengena sasaran yang dituju itu. Jadi dalam satu tahun saya itu membuat program kerja. Kita akan melihat bulan pertama dan kedua sampai kedua belas itu agenda-agenda apa yang pas untuk event. Jadi disesuaikan dengan bulan, disesuaikan dengan acara. Semisal mahasiswa, tapi sebelumnya kita persiapkan dahulu adalah kita adalah rekrut klub di Hanggar. Kita itu akan membuka tempat pelatihan jadi dalam bulan pertama, kedua, ketiga itu diberi materi pelatihan-materi pelatihan dasar untuk menjadi pemain billiard yang benar, dengan cara yang benar bukan autodidak. Sehingga bisa berkembang dengan harapan menjadi atlet yang berprestasi. Kemudian baru diadakan turnamen, turnamen yang paling dekat itu istilahnya turnamen kelas pemula, kemudian turnamen kelas pratama, nonmaster, master sampai yang tingkat internasional itu. Ya jadi ada beberapa media yang pertama itu media elektronik, kalo kita menyelenggarakan event internasional media cetak seperti; KR, Tribun, Jogja TV, TVRI datang meliput ya seperti melakukan kerja sama lah. Mereka dapat berita, kita dapat dikenal ya saling menguntungkan lah. Media sosial bentuknya di facebook, instragram, kemudian di WA lingkupnya yang kecil seperti itu karna anggarannya semakin kecil tapi ini lebih efektif. Karenakan anak muda sekarang banyak yang menggunakan media sosial untuk mencari informasi.*

**8. Metode apa yang digunakan dalam melakukan penetapan anggaran promosi?**

*ada pasti dan itu sudah direncanakan. Jadi dalam satu tahun saya itu membuat program kerja, kita akan melihat bulan pertama dan kedua sampai kedua belas itu agenda-agenda apa yang pas untuk even-event, jadi disesuaikan dengan bulan.*

**9. Apakah kegiatan promosi yang dilakukan New Hanggar pada tahun 2015 terbilang sukses?**

*Ya sudah barang tentu sukses, coba bisa kita lihat secara fisik New Hanggar Billiard ini sudah berkembang menjadi makin bagus. Dengan sarana dan prasarana pendukungnya lebih komplit, kita punya event yang sechedule-nya pertahunan juga lengkap. Disamping untuk kegiatan olahraga, bisa dipake untuk aktifitas lembaga-lembaga yang lain seperti untuk PORSENI, untuk PWI, untuk Pro Ex-El. Banyak yang makai disini untuk event yang lainnya. disini cukup strategis tempatnya, sarana ini dilengkapi dengan balkon, terus dengan panggung live musik, agenda yang lainnya, ini mencerminkan dari keberhasilan promosi keberhasilan. Sehingga bisa berkembang, kalo tidak berhasil berarti kita tidak berkembang, kalo kita berkembang berarti ini tingkat keberhasilan yang lebih signifikan itu. Semuanya pasti ada, yang namanya hambatan. Cuman*

*besar kecilnya, tingkat risikonya itu relatif. Kebetulan yang di New Hanggar untuk tiga tahun berjalan ini kita tidak punya marketing, kita tidak punya EO, kita tidak punya tim yang dikhususkan untuk mengkonsep promosi. Jadi karena keterbatasan SDM yang ada makanya di maksimalkan. Apa yang ada, jadi ya kita berusaha ada SDM mungkin dari orang administrasi, kita fungsikan mungkin temen temen itu. Semuanya, seluruh karyawan di New Hanggar Billiard ini berusaha untuk menjadi seorang marketing yang pasif. Jadi setiap saat mereka ketemu dengan orang dia bercerita tentang New Hanggar Billiard itu adalah salah satu bentuk poin pertama mereka menawarkan itu namanya salah satu promosi.*

#### **10. Bagaimana evaluasi yang dilakukan oleh New Hanggar?**

*Setiap kegiatan kita, setelah ada perencanaan, pelaksanaan kita langsung buat evaluasi. Jadi kita panggil semua SDM yang terkait, kita ajak gobrol kemudian menyampaikan hasil apa yang sudah mereka kerjakan untuk mendapatkan laporan dari hasil penerapan suatu kegiatan promosi. Sesuai gak dengan tujuan kita, target yang kita harapkan. Minimal dalam kurun waktu satu minggu sudah ada evaluasi, kemudian diminggu berikutnya kita sudah ada bentuk laporan. Laporan ya proposal pertanggung jawaban setiap kegiatan ya harus ada. Dan laporan itu juga akan menjadi bahan evaluasi owner sampe sejauh mana hasil yang telah dikerjakan oleh panitia atas pelaksana event tersebut.*





## Wawancara 2

Nama / Jabatan : Anna Widya Tanti / Owner  
Tempat : New Hanggar Billiard Store  
Tanggal : 23 Desember 2016

---

### **1. Siapakah Segment dari New Hanggar Billiard?**

*Kebanyakan yang bermain billiard adalah remaja dan dewasa ya kalo kita lihat dari segi umur. Jenis kelamin-pun bisa kita lihat ya kebanyakan laki-laki yang menggemari permainan ini.*

### **2. Apa pesan yang ingin disampaikan New Hanggar Billiard dalam aktivitas Promosi?**

*Dalam promosi kita ingin menyampaikan pesan pada masyarakat luas mengenai fasilitas yang kita tawarkan secara keseluruhan baik itu keunggulan-keunggulan yang dimiliki, fasilitas yang kita berikan, dan event-event yang kita selenggarakan. “pesanya sebetulnya sama dengan apa yang disampaikan oleh pemerintah yaitu...memasyarakatkan olah raga billiar di...jogjakarta mengolahragakan masyarakat tentang billiar, menghilangkan kesan-kesan negatif di billiar karna sudah punya agenda yang jelas yaitu..pembinaan yang terencana sinergis dengan pembinaan olah raga di pemerintah. jadi new hanggar itu...di pilih oleh pemerintah sebagai icon arena billiar yang mengedepankan perihal pembinaan olah raga prestasi di bidang billiar kemudian mempunyai even internasional*

*dengan nama eee new hanggar jogja istimewa ini piala raja yang sudah kita.. gelar atau kita jalankan sudah yang ketiga tingkat internasional Sehingga harapannya kita bisa menjadi ikon arena billiard di Yogyakarta.”*

**3. Apa tujuan komunikasi dalam kegiatan promosi yang dilakukan New Hanggar?**

*Tujuan akhir dari setiap kegiatan promosi yang dilaksanakan diharapkan mampu meningkatkan jumlah pengunjung serta tindakan pembelian terhadap yang kita yang tawarkan. Untuk dapat mencapai hal tersebut kami tentu harus menawarkan produk yang dapat menarik dan mempengaruhi tindakan konsumen untuk melakukan pembelian.*

**4. Berapa anggaran yang disiapkan New Hanggar Billiard untuk kegiatan promosi?**

*“untuk anggaran sih biasanya perproject mas, misalnya ada ide apa nih buat promosi, ya nanti dibuat dulu anggarannya, pertimbangannya seperti apa gambaran kesuksesannya seperti apa. Kalo positif ya kita coba anggarin sesuai kemampuan perusahaan.*

**5. Media apa saja yang digunakan New Hanggar Billiard dalam aktivitas promosi?**

*eee, media nya ya mas... kalo dari saya ya mas, penentuan medianya itu ato saluran itu eee kalo saya jelas ya mas, seperti media online,dan*

*melalui kegiatan-kegiatan event yang diselenggarakan di New Hanggar Billiard, baik kelas pemula hingga kelas profesional yang kita selenggarakan setiap tahunnya.terus kita juga punya media sosial seperti facebook, instagram, twitter dan lain sebagainya .*

**6. Bagaimana New Hanggar Billiard mengevaluasi hasil dari promosi yang sudah dilakukan?**

*ya kita ada rapat evaluasi untuk melihat hasil atau pencapaian pelaksanaan. Nanti saat rapat tersebut masing-masing divisi kaya HRD, Supervisor, dan keuangan akan menyampaikan pendapatnya dengan argumentasi masing-masing. Apa-apa saja yang dihadapi saat pelaksanaan. Dan seterusnya akan dilanjutin dalam bentuk laporan pelaksanaan.*

Wawancara 3

Nama / Jabatan : Dian Amanah Fajari / Manager Keuangan

Tempat : New Hanggar Billiard Store

Tanggal : 28 Desember 2016

---

**1. Apa pesan yang ingin disampaikan New Hanggar Billiard?**

*mengenai fasilitas yang kita tawarkan secara keseluruhan baik itu keunggulan-keunggulan yang dimiliki, fasilitas yang kita berikan, dan event-event yang kita selenggarakan dan memasyarakatkan olah raga billiar di...jogjakarta mengolahragakan masyarakat tentang billiar, menghilangkan kesan-kesan negatip.*

**2. Berapa anggaran yang disiapkan New Hanggar Billiard untuk kegiatan promosi?**

*untuk anggaran promosi biasanya pihak manajemen membuat semacam rencana program dulu, berikut dengan anggaran yang nantinya hal ini akan kita bahas dalam rapat mengenai apakah program tersebut akan dibiayai atau seperti apa.*

**3. Media apa saja yang digunakan New Hanggar Billiard?**

*Media promosi yang kita gunakan mas, yang pasti tu adalah media sosial seperti facebook, instagram, twitter dan lain sebagainya. Karena menurut*

*kami media social itu lebih tepat sasaran. Prinsipnya, di samping mudah tapi praktis dan mengena sasaran*

**4. Apakah New Hanggar Billiard ada mengadakan event untuk promosi?**

*Ya kami pasti mengadakan even untuk promosi mas, seperti untuk even Turnamen “Jogja Memang Istimewa”, POBSI DIY “9 ball Open Turnament”, Pro Ex-El, even tersebut kami adakan selain untuk mencari bakat juga bertujuan untuk mempromosikan new hanggar billiard sebagai tempat bermain billiard yang enak dan nyaman*

**5. Bagaimana New Hanggar Billiard mengevaluasi hasil dari promosi yang sudah dilakukan?**

*Setiap kegiatan kita, setelah ada perencanaan, pelaksanaan kita langsung buat evaluasi. Kita mengadakan rapat dengan semua SDM yang terkait, dan kita bicarakan kemudian menyampaikan hasil apa yang sudah mereka kerjakan untuk mendapatkan laporan dari hasil penerapan suatu kegiatan promosi. Sesuai gak dengan tujuan kita, target yang kita harapkan. Minimal dalam kurun waktu satu minggu sudah ada evaluasi, kemudian diminggu berikutnya kita sudah ada bentuk laporan..*

# Lampiran