

**L  
A  
M  
P  
I  
R  
A  
N**

## INTERVIEW GUIDE

Untuk mendapatkan data berupa informasi dari berbagai narasumber penelitian, maka peneliti memutuskan untuk melakukan wawancara dengan mengajukan pertanyaan terbuka. Pertanyaan terbuka adalah pertanyaan yang jawabannya bersifat luas dan memberikan kebebasan kepada subjek untuk mengemukakan banyak informasi yang mendalam (Herdiansyah, 2015: 101). Berikut merupakan pertanyaan yang telah disusun sebagai pedoman utama dalam wawancara:

### A. INTERVIEW GUIDE SUPERVISOR NAKAMURA PANDEGA

1. Bagaimana cara Nakamura The Healing Touch Pandega melakukan analisis situasi sebelum melakukan strategi promosi?
2. Bagaimana Nakamura The Healing Touch Pandega melakukan identifikasi target sasaran dari kegiatan promosi yang dilakukan?
3. Apa tujuan promosi yang dilakukan oleh Nakamura The Healing Touch Pandega?
4. Bagaimana Nakamura The Healing Touch Pandega merancang pesan promosi yang efektif?
5. Bagaimana cara Nakamura The Healing Touch Pandega memilih saluran komunikasi yang efisien?
6. Berapa banyak anggaran yang dilakukan Nakamura The Healing Touch Pandega dalam melakukan kegiatan promosi?
7. Bagaimana cara Nakamura The Healing Touch Pandega memutuskan bauran promosi?
8. Apakah Nakamura The Healing Touch Pandega melakukan promosi melalui media periklanan?

9. Apa saja media periklanan yang digunakan Nakamura The Healing Touch Pandega?
10. Apakah Nakamura The Healing Touch Pandega melakukan promosi melalui pemasaran langsung?
11. Bagaimana cara Nakamura The Healing Touch Pandega melakukan promosi pemasaran langsung?
12. Apakah Nakamura The Healing Touch Pandega melakukan promosi melalui promosi penjualan?
13. Bagaimanakah cara Nakamura The Healing Touch Pandega melakukan promosi penjualan?
14. Apakah Nakamura The Healing Touch Pandega melakukan promosi melalui hubungan masyarakat dan publisitas?
15. Bagaimana cara Nakamura The Healing Touch Pandega melakukan promosi melalui hubungan masyarakat dan publisitas?
16. Apakah Nakamura The Healing Touch Pandega melakukan promosi melalui penjualan personal?
17. Bagaimana cara Nakamura The Healing Touch Pandega melakukan penjualan personal?
18. Apakah Nakamura The Healing Touch Pandega melakukan promosi melalui pemasaran dari mulut ke mulut?
19. Bagaimana cara Nakamura The Healing Touch Pandega melakukan pemasaran dari mulut ke mulut?

20. Apakah Nakamura The Healing Touch Pandega melakukan promosi melalui acara?
21. Bagaimana cara Nakamura The Healing Touch Pandega melakukan acara-acara?
22. Apakah Nakamura The Healing Touch Pandega melakukan implementasi kegiatan promosi yang dilakukan?
23. Bagaimana aktivitas implementasi promosi yang dilakukan oleh Nakamura The Healing Touch Pandega?
24. Siapakah yang bertanggungjawab atas pelaksanaan promosi yang dilakukan Nakamura The Healing Touch Pandega?
25. Kapan waktu dan dimanakah lokasi pelaksanaan promosi Nakamura The Healing Touch Pandega dilakukan?
26. Bagaimanakah cara Nakamura The Healing Touch Pandega mengukur keberhasilan promosi yang telah dilakukan?
27. Bagaimanakah hasil evaluasi dari kegiatan yang telah dilakukan oleh Nakamura The Healing Touch Pandega?
28. Bagaimana rencana tindak lanjut Nakamura The Healing Touch Pandega setelah melakukan kegiatan promosi?

#### B. INTERVIEW GUIDE CUSTOMER

1. Bagaimana Anda mendapatkan informasi tentang Nakamura The Healing Touch Pandega?
2. Bagaimana tanggapan Anda mengenai promosi yang dilakukan Nakamura The Healing Touch Pandega?

3. Apakah menurut Anda Nakamura The Healing Touch Pandega melakukan kegiatan promosi yang dapat menarik minat Anda?
4. Mengapa Anda lebih memilih Nakamura The Healing Touch Pandega daripada tempat pijat terapi lainnya?

## TRANSKRIP WAWANCARA

Informan: Sri Kuncoro

(*Supervisor Nakamura The Healing Touch Pandega*, hasil wawancara pada tanggal 5

Oktober 2017)

1. Bapak sendiri sudah bekerja disini berapa lama?
  - *Saya disini sudah dari 2015*
2. Di Nakamura *The Healing Touch* Pandega ada berapa terapis?
  - *Ada 15 terapis dan 2 kasir.*
3. Bagaimana cara Nakamura *The Healing Touch* Pandega melakukan analisis situasi sebelum melakukan strategi promosi?
  - *Maksudnya seperti apa yaa.*
4. Apa saja kekuatan yang dimiliki oleh Nakamura *The Healing Touch* Pandega?
  - *Kalau kekuatan Nakamura The Healing Touch itu dari penghargaannya dimana Nakamura The Healing Touch sudah masuk 10 besar TOP franchise di Indonesia. Cabang Nakamura The Healing Touch sudah tersebar hampir di seluruh Indonesia.*
5. Apa saja kekurangan yang dimiliki oleh Nakamura *The Healing Touch* Pandega?
  - *Kurangnya itu di sistem aja sih, kadang ada customer yang datang dari luar Yogyakarta terus datang kesini reward point-nya itu belum masuk, soalnya kan kalau mitra itu kan punya sistemnya sendiri. Sama kalau untuk fasilitas ruangan khusus seperti VIP dan Executive itu kan seharusnya ada bantalan listriknya, tapi kalau di Nakamura The Healing Touch Pandega belum ada. Kadang kan customer juga tanya, kalau Nakamura The Healing Touch yang di Solo sudah ada bantalan listriknya, kok disini belum ada. Jadi bantalan listrik ini sebagai tambahan fasilitas, tapi Nakamura The Healing Touch Pandega belum ada.*
6. Apa saja ancaman yang mempengaruhi keberhasilan Nakamura *The Healing Touch* Pandega?
  - *Mungkin dari segi persaingan harga, pernah kan survei di sekitaran Jalan Kaliurang sini, mungkin harga yang ditawarkan kompetitor itu kan mereka berani, jauh lebih mudah dari Nakamura The Healing Touch Pandega.*
7. Apa saja peluang yang dapat mempengaruhi pencapaian keberhasilan Nakamura *The Healing Touch* Pandega?
  - *Peluangnya ada. style-nya Nakamura The Healing Touch Pandega sama kompetitor-kompetitor diluar kan nggak ada yang sama, jadi kan kalau kata orang-orang ka nada harga ada rupa, nah disitu Nakamura The Healing Touch Pandega memiliki peluang disitu. Jadi memang Nakamura The Healing Touch Pandega harganya agak tinggi tapi untuk kualitas terapinya berbeda. Soalnya kan dari pusat itu kan soal harga nggak boleh terlalu*

- rendah, nanti kalau terlalu rendah kan Nakamura The Healing Touch Pandega dikiranya kan sama saja kayak tempat-tempat pijat lainnya.*
8. Bagaimana Nakamura *The Healing Touch* Pandega melakukan identifikasi target sasaran dari kegiatan promosi yang dilakukan?
    - *Sebenarnya untuk target market Nakamura The Healing Touch Pandega sendiri untuk masyarakat menengah ke atas.*
  9. Bagaimana cara Nakamura *The Healing Touch* Pandega melakukan identifikasi target sasaran berdasarkan geografisnya?
    - *Kalau kita lebih ke perumahan-perumahan dibelakang sini.*
  10. Bagaimana cara Nakamura *The Healing Touch* Pandega melakukan identifikasi target sasaran berdasarkan demografisnya?
    - *Kalau target sesuai usia, mau itu tua atau muda, semua bisa menjadi konsumen Nakamura. Di Nakamura sebenarnya tidak membatasi dari segi umurnya, semua bisa terapi di Nakamura. Untuk target audiens dari jenis kelamin, Nakamura menargetkan 50% laki-laki dan 50% perempuan.*
  11. Bagaimana cara Nakamura *The Healing Touch* Pandega melakukan identifikasi target sasaran berdasarkan psikografis?
    - *Orang-orang kantor sih, soalnya kan setiap itu kan Nakamura The Healing Touch Pandega*
  12. Apa tujuan promosi yang dilakukan oleh Nakamura *The Healing Touch* Pandega?
    - *Tujuan Nakamura melakukan promosi adalah mengenalkan Nakamura kepada masyarakat yang lebih luas lagi. Tujuan utamanya sih agar mereka mau mencoba terapi di Nakamura, jadi mereka tahu bagaimana rasanya terapi pijat di Nakamura seperti apa. Kemudian tujuan lainnya adalah untuk mengingatkan masyarakat akan hidup sehat dengan Nakamura.*
  13. Bagaimana cara Nakamura *The Healing Touch* Pandega merancang pesan promosi yang efektif?
    - *Kita pakai kata-kata khusus seperti diskon sih buat lebih menarik minat konsumen, soalnya kan nggak cuma dicantumin artikel tentang kesehatannya aja. Kalau promosi lewat broadcast WhatsApp itu nanti kata-kata broadcastnya nggak panjang-panjang.*
  14. Bagaimana cara Nakamura *The Healing Touch* Pandega memilih saluran komunikasi yang efektif?
    - *Kalau instagram kita ada, tapi sudah nggak aktif lagi. Untuk saluran komunikasi pribadi kami pakainya voucher, aplikasi WhatsApp dan telepon. Sedangkan untuk komunikasi non pribadi kami memilih papan reklame, brosur dan juga event sponsorship.*
  15. Berapa banyak anggaran yang dilakukan Nakamura *The Healing Touch* Pandega dalam melakukan kegiatan promosi?
    - *Sesuai kebutuhan sih kalau untuk budget. Budget itu dikeluarkan jika Nakamura The Healing Touch Pandega ingin membuat voucher atau brosur, kemudian jika Nakamura harus menghadiri event sponsorship itu pengeluaran budgetnya ada di transportnya. Jadi tergantung kebutuhan Nakamura saja seperti apa baru budget akan dikeluarkan sesuai dengan kebutuhan. Jadi yang penting dulu mana, itu yang baru dikerjakan. Yang penting kalau kita mau mengadakan kegiatan promosi seperti apa itu*

*ngomong dulu sama ownernya, jadi nanti ada pengeluaran promosi itu kan jadi tau.*

16. Bagaimana cara Nakamura *The Healing Touch* Pandega memutuskan bauran promosi?
  - *Nanti diadakan rembukan. Soalnya kalau nanti nggak ada rembukan kan desainnya itu kadang salah. Jadi misalkan bulan ini mau mengeluarkan voucher yang seperti ini itu kira-kira bagaimana, nanti pusat dan owner biasanya akan memberikan saran. Jadi kalau Nakamura ingin membuat brosur atau voucher biasanya saya akan mengajukan ke pusat via email. Sehingga dari situ kan pusat tahu kalau voucher atau brosur tersebut benar-benar dari Nakamura Pandega.*
17. Apakah Nakamura *The Healing Touch* Pandega melakukan kegiatan promosi melalui media periklanan koran?
  - *Tidak, dulu pernah promosi lewat koran tapi sekarang sudah tidak lagi.*
18. Apakah Nakamura *The Healing Touch* Pandega melakukan periklanan yang lainnya?
  - *Melalui papan reklame yang ada didepan situ dan juga ada brosur.*
19. Bagaimana cara Nakamura *The Healing Touch* Pandega melakukan periklanan melalui pemasangan papan reklame tersebut?
  - *Yang mengurus pemasangan hingga kontrak pemasangan reklame itu sebenarnya dari pusat. Jadi kami hanya membayar saja setiap bulannya sebesar 2 juta lebih kepada perpajakan.*
20. Bagaimana cara Nakamura *The Healing Touch* Pandega melakukan kegiatan promosi melalui brosur tersebut?
  - *Jadi brosur nanti sistemnya akan dibagikan langsung oleh kami kepada masyarakat dan juga menyebarkan brosur-brosur tersebut kepada instansi-instansi terkait kerjasama dengan sistem saling menitip brosur, mereka titip brosur Nakamura Pandega dan kami juga menitipkan brosur kami kepada mereka. Untuk desain brosurnya sendiri itu sebenarnya dari pusat, jadi pusat yang mengatur desain brosurnya seperti apa, karena kan kita franchise dan membawa nama Nakamura, jadi biasanya pusat yang mendesain kemudian kami mencetaknya dan menyebarkanluaskannya.*
21. Apakah Nakamura *The Healing Touch* Pandega melakukan kegiatan promosi melalui pemasaran langsung?
  - *Ya. Lewat WhatsApp dan telepon langsung.*
22. Bagaimana cara Nakamura *The Healing Touch* Pandega melakukan promosi pemasaran langsung?
  - *Jadi kita ada interaksi langsung dengan customer lewat WhatsApp, caranya broadcast tentang promo yang sedang berlangsung ditunjukkan kepada customer lama maupun customer yang baru kurang lebih ada 100 orang yang di broadcast. Tapi perlu diperhatikan waktu broadcastnya juga, biasanya kami broadcast itu pas siang jam-jam istirahat, soalnya kan kalau pagi kan biasanya kurang ada respon, biasanya Cuma dibaca aja, kan fokusnya customer masih pada aktivitasnya kalau pagi. Jadi biasanya kita broadcast saat jam 1 kurang seperempat. Biasanya kami broadcast 1 minggu itu 1 kali. Selain broadcast lewat WhatsApp, biasanya kami juga melakukan interaksi langsung melalui telepon dengan customer yang berulang tahun.*

*Tujuannya agar ada interaksi langsung dengan customer yang berulang tahun tersebut yang diharapkan membuat pikiran mereka tentang Nakamura adalah kalau Nakamura ternyata perhatian juga dengan customernya sampai tahu ulang tahunnya yang keberapa. Biasanya customer yang berulang tahun kami kasih diskon 50% dimana diskon berlaku hingga 3 hari setelah customer berulang tahun. Tapi dengan syarat diskon yang berlaku hanya untuk sekali terapi dalam waktu 3 hari. Kalau Nakamura berulang tahun, biasanya ngelakuin broadcast juga, broadcast promo diskon 50% jika pada hari ulang tahun Nakamura. Jadi sehari sebelum hari ulang tahunnya Nakamura itu broadcast baru dikirim, karena kalau sudah di broadcast jauh-jauh hari itu biasanya customer sudah booking dahulu dan itu nanti takutnya membludak.*

23. Apakah Nakamura *The Healing Touch* Pandega melakukan kegiatan promosi penjualan?

– *Ya. Kami ada voucher juga ada member.*

24. Bagaimana cara Nakamura *The Healing Touch* Pandega melakukan promosi penjualan?

– *Untuk promosi penjualan biasanya kita sistemnya menjual voucher paket hemat. Voucher yang ditawarkan Nakamura itu adalah voucher beli 10 kali treatment bonus 3 kali treatment. Untuk harganya tergantung treatmentnya, soalnya kan harganya beda-beda. Jika customer pilih menggunakan voucher dengan treatment yang dipilih, maka 13 kali itu pula customer dapat menggunakan voucher itu untuk treatment yang dipilih. Untuk voucher paket hemat beli 5 gratis 1 itu masa berlakunya hanya 6 bulan saja, kalau voucher paket hemat beli 10 gratis 3 itu masa berlakunya sampai 1 tahun. Kalau vouchernya dipakai hanya beberapa kali dalam waktu kadaluarsa yang berlaku, maka voucher tersebut dianggap tidak berlaku lagi atau hangus. Jadi tujuan voucher ini adalah customer itu tidak bisa kabur atau istilahnya tetap berlanggan di Nakamura, jadi kan mereka punya tanggung jawab di Nakamura. Kalau member biasanya customer harus melakukan administrasi 100 ribu dulu. Keuntungan customer ketika jadi member itu customer bisa dapat diskon sampai 20% sekali kedatangan dan bisa berlaku maksimal 2x terapi. Jadi misalnya 2 orang dalam 1 member bisa dipakai. Keuntungan lain selain diskon lebih, customer yang mempunyai member juga dapat keuntungan lain seperti voucher free terapi melalui pengumpulan cap pada reward member. Semakin banyak cap di member customer, maka semakin banyak pula customer dapat voucher free terapi. Untuk 10 cap biasanya free terapi 1 jam, untuk 20 cap free terapi 2 jam, untuk 30 cap dapat voucher terapi dan untuk 40 cap dapat 4 voucher terapi. Jika customer ingin memperpanjang member maka hanya dikenakan biaya administrasi hanya 50 ribu. Member Nakamura ini masa berlakunya untuk 1 tahun. Selain itu ada voucher potongan harga yang akan diberikan kepada para customer instansi terkait, vouchernya macam-macam, ada voucher potongan harga 20 ribu, 30 ribu dan 50 ribu. Ada juga voucher gift, voucher gift itu hanya diberikan kepada kepala atau orang yang memiliki jabatan tinggi di instansi yang terkait kerjasama. Jadi kalau voucher potongan harga bisa kami berikan 400*

- lembar untuk setiap instansi, tetapi kalau voucher gift itu hanya diberikan 1 atau 2 voucher saja untuk kepala instansinya.*
25. Apakah Nakamura *The Healing Touch* Pandega melakukan kegiatan promosi *personal selling*?
    - Ya.
  26. Bagaimana cara Nakamura *The Healing Touch* Pandega melakukan promosi *personal selling*?
    - *Lewat brosur tadi. Jadi kan ada brosur yang kami sebarikan sendiri tidak menitipkannya kepada instansi yang terkait kerjasama. Tapi kita tidak hanya melakukan pemberian brosur aja kepada masyarakat, tetapi juga melakukan personal selling juga. Tujuannya agar mereka tahu tentang Nakamura lebih dalam seperti apa dan juga agar membujuk atau menarik mereka untuk datang ke Nakamura.*
  27. Apakah Nakamura *The Healing Touch* Pandega melakukan kegiatan promosi acara?
    - Ya, lewat event sponsorship.
  28. Bagaimana cara Nakamura *The Healing Touch* Pandega melakukan event sponsorship tersebut?
    - *Jadi sebelumnya itu instansi terkait akan memberikan informasi bahwa nanti disana ada acara. Nah nanti di acara tersebut kami jadi event sponsorshippnya, jadi logo kami dimasukkan kedalam brosur acara kemudian ketika pas acara berlangsung itu kami datang dan melakukan open-bed. Open-bed sendiri itu misalkan kita jadi event sponsorship di acara-acara yang diselenggarakan oleh instansi terkait, kemudian kami melakukan persiapan-persiapan mulai dari tenaga maupun perlengkapan yang akan dilakukan, jadi open-bed itu adalah penggelaran kasur-kasur untuk dilakukannya terapi pijat gratis dengan jangka waktu kurang lebih 10 menit.*
  29. Apakah Nakamura *The Healing Touch* Pandega melakukan implementasi kegiatan promosi?
    - Ya.
  30. Siapakah yang bertanggungjawab atas pelaksanaan kegiatan promosi dilakukan?
    - *Saya sendiri.*
  31. Kapan waktu dan dimanakah lokasi pelaksanaan promosi dilakukan?
    - *Untuk open-bed sendiri itu sesuai dengan jadwalnya kapan dan dimana, jadi Nakamura akan mempersiapkan diri untuk memindahkan perlengkapan-perengkapan untuk melakukan open-bednya itu sendiri.*
  32. Bagaimana cara Nakamura *The Healing Touch* Pandega mengukur keberhasilan promosi yang telah dilakukan?
    - *Jadi untuk mengukur keberhasilan promosi yang dilakukan Nakamura, biasanya kami melihat grafik yang ada di sistem komputer berapa banyak customer yang datang ke Nakamura setiap tahunnya, setiap bulannya bahkan setiap harinya juga bisa dilihat. Jadi nanti dari promo yang seperti apa nanti itu yang masuk ada berapa, nanti itu ada perhitungannya sendiri.*
  33. Bagaimanakah hasil evaluasi dari kegiatan yang telah dilakukan?
    - *Untuk hasil evaluasi sendiri sebenarnya Nakamura Pandega menurut saya masih belum sesuai dengan target yang ingin dicapai.*

34. Bagaimana rencana tindak lanjut Nakamura *The Healing Touch* Pandega setelah melaksanakan kegiatan promosi?
- *Rencana tindak lanjut dari Nakamura Pandega sendiri ingin memberikan keuntungan untuk customer agar mereka mau datang lagi bahkan berlangganan menggunakan jasa Nakamura.*
35. Bagaimana rencana tindak lanjut Nakamura *The Healing Touch* Pandega setelah melaksanakan kegiatan promosi?
- *Rencana tindak lanjut dari Nakamura Pandega sendiri ingin memberikan keuntungan untuk customer agar mereka mau datang lagi bahkan berlangganan menggunakan jasa Nakamura.*
36. Instansi apa saja yang terkait dengan kerjasama?
- *Ada Rama Tour, ACE Hardware, Hanbingo, Jolie, Informa, Mie Pasar Baru Jakarta, Simply Home.*
37. Bagaimana sistem kerjasama dengan Rama Tour?
- *Jadi dengan Rama Tour, kami memberikan diskon khusus untuk para customernya Rama Tour yang datang ke Nakamura, diskonnya sebesar 20%. Adapun kerjasama yang sudah dilakukan selama 6 bulan.*
38. Bagaimana sistem kerjasama dengan ACE Hardware?
- *Untuk kerjasama dengan ACE Hardware yang mengatur itu pusat, kerjasama sudah dilakukan dari tahun 2010 atau 2011. Sistemnya kita jadi event sponsorship mereka kemudian melakukan open-bed.*
39. Lalu bagaimana kerjasama antara Nakamura *The Healing Touch* Pandega dengan Jolie?
- *Jadi para member Jolie yang datang ke Nakamura akan mendapatkan diskon 10%, begitupun sebaliknya, jika member Nakamura ke Jolie akan mendapatkan diskon 10% juga. Kerjasama sudah dilakukan selama 8 bulan. Kemudian ada juga voucher- voucher yang kami berikan kepada Jolie yang kemudian dibagikan kepada para customernya jika memenuhi ketentuan belanja dari Jolie. Selain itu juga kami menitipkan brosur Nakamura kepada Jolie sebagai salah satu usaha promosi lainnya.*
40. Kemudian untuk kerjasama dengan *Simply Fresh* itu bagaimana sistemnya?
- *Kerjasama dengan *Simply Fresh* itu sudah dilakukan dari tahun 2014. Waktu itu Nakamura dengan *Simply Fresh* sama-sama dapat penghargaan sebagai salah satu TOP Franchise Indonesia, dan setelah itu kami putuskan untuk melakukan kerjasama dengan *Simply Fresh*. Jadi sistemnya kami menitipkan brosur kepada mereka, begitupun sebaliknya, kemudian kami juga memberikan voucher untuk para customer mereka.*
41. Dan bagaimana kerjasama dengan Mie Pasar Baru Jakarta?
- *Kerjasama dengan Mie Pasar Baru Jakarta itu sudah dari tahun 2012. Jadi sistemnya itu kami memberikan voucher juga untuk para customer Mie Pasar Baru maupun Pringsewu. Kemudian kami juga menitipkan brosur Nakamura kepada mereka. Selain itu juga kami memberikan diskon khusus untuk member Mie Pasar Baru Jakarta atau Pringsewu yang datang ke Nakamura, diskonnya itu 10%.*
42. Terakhir terkait kerjasama, bagaimana sistem kerjasama Nakamura *The Healing Touch* Pandega dengan Hanbingo?

- *Jadi kerjasama dengan Hanbingo ini baru, itu sekitar bulan Juni 2017 kemarin. Kami menitipkan brosur kepada Hanbingo, dan juga Hanbingo menitipkan brosur kepada kami. Kemudian jika ada member Hanbingo yang datang ke Nakamura, maka akan kami kasih diskon 10% untuk mereka.*

## TRANSKRIP WAWANCARA

Informan: Agnes Nindia

(*Member Nakamura The Healing Touch Pandega*, hasil wawancara pada tanggal 10 Oktober 2017)

1. Bagaimana Anda mendapatkan informasi tentang Nakamura *The Healing Touch* Pandega?
  - *Dapat informasi nggak dari mana-mana yaa, liat aja papan reklame.*
2. Bagaimana tanggapan Anda mengenai promosi yang dilakukan oleh Nakamura *The Healing Touch* Pandega?
  - *Bagus, dari situ kan saya jadi tahu kalau disini itu ada tempat refleksi.*
3. Apakah menurut Anda Nakamura *The Healing Touch* Pandega melakukan kegiatan promosi yang dapat menarik minat Anda?
  - *Ya, cukup menarik minat.*
4. Mengapa Anda lebih memilih Nakamura *The Healing Touch* Pandega daripada tempat terapi pijat lainnya?
  - *Karena saya kan hobby refleksi, terus nyobain kok enak, jadi cocok aja sama Nakamura. Dan kebetulan dekat juga sama rumah, rumah saya ada di Jombor.*

## TRANSKRIP WAWANCARA

Informan: Karjiyo

(Pelanggan Nakamura *The Healing Touch* Pandega, hasil wawancara pada tanggal 10 Oktober 2017)

1. Bagaimana Anda mendapatkan informasi tentang Nakamura *The Healing Touch* Pandega?
  - *Ada reklame.*
2. Bagaimana tanggapan Anda mengenai promosi yang dilakukan oleh Nakamura *The Healing Touch* Pandega?
  - *Saya jadi tau kalau disini ada Rumah Sehat Alami.*
3. Apakah menurut Anda Nakamura *The Healing Touch* Pandega melakukan kegiatan promosi yang dapat menarik minat Anda?
  - *Ya.*
4. Mengapa Anda lebih memilih Nakamura *The Healing Touch* Pandega daripada tempat terapi pijat lainnya?
  - *Karena saya menderita syaraf kejepit, sehingga harus memerlukan dengan bantuan terapi seminggu sekali. Ini juga masih dalam penyembuhan, hanya berkurang belum sembuh 100%.*

## TRANSKRIP WAWANCARA

Informan: Sofia

(*Member Nakamura The Healing Touch Pandega*, hasil wawancara pada tanggal 11 Oktober 2017)

1. Bagaimana Anda mendapatkan informasi tentang Nakamura *The Healing Touch* Pandega?
  - *Saya awalnya dulu pernah dapat voucher Nakamura dari mall. Kurang lebih saya dapat voucher Nakamura itu lebih dari 5 voucher potongan harga.*
2. Bagaimana tanggapan Anda mengenai promosi yang dilakukan oleh Nakamura *The Healing Touch* Pandega?
  - *Bagus.*
3. Apakah menurut Anda Nakamura *The Healing Touch* Pandega melakukan kegiatan promosi yang dapat menarik minat Anda?
  - *Ya.*
4. Mengapa Anda lebih memilih Nakamura *The Healing Touch* Pandega daripada tempat terapi pijat lainnya?
  - *Saya cocok aja terus udah ngerasa enak kesini. Misal leher kaku atau pundak beku itu kalau datang kesini sembuh.*

## CATATAN OBSERVASI

Observasi dilakukan selama 1 bulan, terhitung sejak tanggal 5 Oktober 2017 hingga 31 Oktober 2017. Selama 1 bulan tersebut, peneliti melihat secara langsung strategi promosi yang dilakukan oleh Nakamura *The Healing Touch* Pandega. Berikut laporan selama observasi penulis sebagai berikut:

No	Hari/tanggal	Hasil observasi
1.	Selasa, 17 Oktober 2017-Rabu, 18 Oktober 2017	Nakamura <i>The Healing Touch</i> Pandega berulang tahun pada tanggal 18 Oktober 2017 yang ke-9. Sehari sebelum Nakamura <i>The Healing Touch</i> Pandega berulang tahun yakni tanggal 17 Oktober 2017, kasir melakukan persiapan <i>broadcast</i> promo lewat WhatsApp. Materi <i>broadcast</i> disiapkan oleh Sri Kuncoro selaku <i>supervisor</i> Nakamura <i>The Healing Touch</i> Pandega, lalu kemudian yang melakukan penyebaran <i>broadcast</i> WhatsApp adalah kasir. Kasir akan memberitahukan kepada seluruh <i>customer</i> Nakamura <i>The Healing Touch</i> Pandega yang pernah datang dan meninggalkan nomor WhatsApp bahwa ada diskon 50% yang berlaku pada tanggal 18 Oktober 2017. Waktu <i>broadcast</i> adalah pukul 16.00 WIB dimana waktu tersebut dipilih karena untuk meminimalisir <i>booking</i> yang membludak. Pada tanggal

		<p>18 Oktober 2017, ada sekitar 19 orang yang datang ke Nakamura <i>The Healing Touch</i> Pandega. Namun sedikit sekali yang datang karena diberitahukan melalui <i>broadcast</i> WhatsApp, hanya ada sekitar 4 orang saja, sisanya datang karena ingin refleksi saja. Namun hal ini tidak menjadi pembeda untuk pemberian diskon, siapapun bisa dapat diskon 50% jika datang ke Nakamura <i>The Healing Touch</i> Pandega atau bisa reservasi terlebih dahulu. Bagi yang belum mengetahui adanya diskon, kasir akan menjelaskan bahwa khusus untuk hari ini ada diskon 50% untuk seluruh terapi dan seluruh ruangan. Kemudian mereka bertanya mengapa ada diskon, dan kasir pun menjawab bahwa Nakamura <i>The Healing Touch</i> Pandega hari ini berulang tahun. Tanggapan seluruh <i>customer</i> yang datang ke Nakamura <i>The Healing Touch</i> Pandega kemudian dapat diskon adalah seluruhnya senang ada diskon 50%. Setelah <i>customer</i> melakukan terapi pijat dan membayar, kasir menyediakan <i>memo</i> temple yang bertujuan agar setiap <i>customer</i> yang datang berkeinginan menulis sesuatu di hari ulang tahunnya Nakamura <i>The Healing Touch</i> Pandega. Setelah <i>customer</i> menulis, <i>customer</i> tersebut diminta untuk menempelkannya di papan. Namun</p>
--	--	---

		hanya sebagian saja yang mau menuliskan ucapannya, sebagiannya lagi enggan karena waktu.
2.	Sabtu, 28 Oktober 2017- Minggu, 29 Oktober 2017	Pada tanggal 29 Oktober 2017, Nakamura <i>The Healing Touch</i> Pandega menjadi <i>event sponsorship</i> di acara lomba mewarnai yang diadakan oleh Mie Pasar Baru Jakarta. Sebelumnya pada tanggal 28 Oktober 2017, Nakamura <i>The Healing Touch</i> Pandega mempersiapkan diri untuk melakukan <i>open-bed</i> . Dengan menyiapkan 2 kasur beserta perlengkapan lainnya, Nakamura <i>The Healing Touch</i> Pandega menyewa mobil <i>pick up</i> untuk dibawa ke lokasi diadakannya <i>open-bed</i> . Setelah seluruh perlengkapan sampai di lokasi, Sri Kuncoro selaku <i>supervisor</i> Nakamura <i>The Healing Touch</i> Pandega melakukan koordinasi mengenai lokasi <i>open-bed</i> Nakamura <i>The Healing Touch</i> Pandega, dan lokasi <i>open-bed</i> Nakamura <i>The Healing Touch</i> Pandega adalah di salah satu pendopo yang ada di Mie Pasar Baru Jakarta berukuran 3x3. Pada tanggal 29 Oktober 2017 pukul 09.00 WIB acara sudah dimulai, hampir seluruh peserta sudah datang ke Mie Pasar Baru Jakarta dengan membawa perlengkapan mewarnai, peserta datang dengan didampingi orang tuanya. Pada pukul 09.30, Sri

		<p>Kuncoro datang bersama 3 terapis lainnya yang langsung mempersiapkan diri untuk memberikan terapi gratis kepada orang tua yang datang. Sebelum acara dimulai, pembawa acara memperkenalkan <i>sponsorship</i> mereka, salah satunya Nakamura <i>The Healing Touch</i> Pandega, kemudian pembawa acara tersebut memberitahukan bahwa orang tua bisa datang ke <i>stand-stand sponsorship</i> sambil menunggu anak-anaknya lomba. Saat orang tua anak-anak tersebut memilih untuk datang ke Nakamura <i>The Healing Touch</i> Pandega, pihak Nakamura <i>The Healing Touch</i> Pandega kurang melakukan persiapan yang matang, karena tidak adanya <i>banner</i> untuk lebih menarik minat serta kurangnya koordinasi yang dilakukan oleh Nakamura <i>The Healing Touch</i> Pandega dalam mencatat siapa dahulu yang bisa terapi gratis di Nakamura <i>The Healing Touch</i> Pandega. Namun <i>open-bed</i> tersebut berjalan dengan baik. Setelah orang tua peserta melakukan terapi gratis di <i>stand</i> Nakamura <i>The Healing Touch</i> Pandega, Sri Kuncoro melakukan pemberian brosur yang berisikan diskon 50%. Pemberian brosur tersebut disertai tanya jawab antara Sri Kuncoro dengan para orang tua peserta. Setelah</p>
--	--	---

		<p>melakukan tanya jawab, Sri Kuncoro mengingatkan bahwa brosur tersebut jangan sampai hilang jika ingin diskon 50% tersebut berlaku. Setelah para orang tua peserta melakukan terapi gratis dan berinteraksi dengan Sri Kuncoro, kemudian orang tua peserta kembali lagi melihat anak-anaknya berlomba. Sekitar 14 orang yang datang ke <i>stand open-bed Nakamura The Healing Touch Pandega</i>, tanggapan orang tua peserta yang melakukan pijat gratis positif karena selain mendapatkan pijat gratis, ternyata mereka juga mendapatkan brosur diskon 50%. Setelah acara selesai dan seluruh peserta dan orang tuanya pulang, Sri Kuncoro melakukan perbincangan dengan pihak Mie Pasar Baru Jakarta sembari mempersiapkan diri untuk kembali ke <i>Nakamura The Healing Touch Pandega</i>. Setelah semua perlengkapan sudah dibereskan, <i>Nakamura The Healing Touch Pandega</i> pamit dengan koordinator acara dan langsung pulang.</p>
--	--	--

## LAMPIRAN FOTO



Acara *open-bed* di Mie Pasar Baru Jakarta



Peneliti dengan Sri Kuncoro (kiri) dan Rama (kanan)



Ucapan *customer* dan karyawan Nakamura *The Healing Touch* Pandega



Suasana acara di Mie Pasar Baru Jakarta



Foto Ibu Sofia, *customer* Nakamura *The Healing Touch* Pandega



Prosesi menempel memo ucapan oleh *customer* Nakamura *The Healing Touch* Pandega



Prosesi menempel memo ucapan oleh terapis Nakamura *The Healing Touch* Pandega



Foto Bapak Karjiyo, *customer* Nakamura *The Healing Touch* Pandega