

**AKTIVITAS PROMOSI “SARANG CILOK YOGYAKARTA” DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN SELAMA PERIODE 2016-2017**

Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas
Muhammadiyah Yogyakarta

Untuk memenuhi syarat memperoleh derajat Sarjana Strata 1



Oleh:

Inggil Pangarep Yustiar

20140530151

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU

POLITIK UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2018

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Inggil Pangarep Yustiar
NIM : 20140530151
Konsentrasi : Advertising
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Aktivitas Promosi Sarang Cilok Yogyakarta dalam Meningkatkan Penjualan Periode 2016-2017” adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah dinyatakan dengan benar. Apabila di kemudian hari skripsi saya ini terbukti merupakan hasil plagiat dari karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi dari perbuatan tersebut.

Yogyakarta, 30 Agustus 2018

METERAI
TEMPEL
B842FAFF237089743
6000
ENAM RIBU RUPIAH
nyataan
Inggil Pangarep Yustiar

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa puji syukur yang sangat dalam atas karunia Allah SWT beserta semesta dan seisinya, saya persembahkan skripsi ini untuk:

1. Kedua orangtua saya yang selalu mendukung serta mendokan segala kelancaran terhadap segala kegiatan yang saya lakukan selama menjalani dunia akademik
2. Kepada kedua kakak kandung saya serta satu kakak ipar, dan ketiga keponakan saya, yang tidak pernah lelah memberi saya semangat dalam menjalani dunia perkuliahan serta yang selalu ada disaat saya sedang membutuhkan dana lebih untuk keperluan-keperluan aktivitas serta tugas-tugas kuliah saya
3. Kepada seluruh anggota KOMAKOM khususnya angkatan 2014 yang walaupun berbeda jurusan namun selalu memberi saya nasihat serta saran dan masukan dalam menegerjakan skripsi
4. Kepada anggota *Cloudybrain* yang selalu mendukung dengan candaan serta kelakar yang diberikan agar saya tidak selalu pusing serta lelah dalam mengerjakan skripsi
5. Tidak lupa juga kepada teman-teman angkatan 2014, khususnya kepada keluarga *Advertising* 2014 walaupun kita tidak bisa lulus bareng namun bersama kalian saya menghargai setiap proses yang diberikan.

KATA PENGANTAR

Assalammualaikum Wr. Wb

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT, atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “**Aktivitas Promosi Sarang Cilok Yogyakarta dalam Meningkatkan Penjualan Periode 2016-2017**”. Hal ini untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan studi untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan Strata Satu pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada kedua orangtua dan kakak-kakak saya yang selalu mendoakan dan mendukung tanpa lelah, serta memberi nasihat dan saran untuk menyelesaikan skripsi saya, tidak lupa penulis juga mengucapkan terima kasih kepada:

1. Rektor, Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Kepala Jurusan Departemen Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Bapak Zeiin Mufarrih Muktaf, S.IP., M.Ikom selaku dosen pembimbing yang selalu sabar dan memberikan masukan serta saran tidak lupa juga atas waktu yang selalu beliau berikan untuk membantu menyelesaikan skripsi saya.
3. Bapak Zuhdan Aziz, S.IP., S.Sn., M.Sn. dan Ibu Dr. Suciati, S.Sos., M Si selaku dosen penguji yang telah bersedia meluangkan waktu untuk menguji dan juga memberikan saran serta masukan untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Ilmu Komunikasi yang telah memberikan banya sekali ilmu serta pengalaman, tidak lupa juga para Staf Karyawan Jurusan Ilmu Komunikasi Yang telah banyak membantu selama ini.
5. Kepada Ramadhani Fachmawati selaku pemilik usaha Sarang Cilok, Wedar Rahika selaku Marketing Sarang Cilok, tidak lupa juga kepada seluruh karyawan Sarang Cilok, serta para Konsumen Sarang Cilok atas waktunya memberikan informasi dan data yang penulis butuhkan untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Kepada teman penulis disini Asep, Kokom, Aldi, Nana, Rizky Juanda, Zaki, Yusuf, Nada, Zulek atas saran masukan serta obrolan canda tawa yang membuat penulis lupa akan lelahnya skripsi hingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.

Akhir Kata Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh sebab itu, penulis memohon saran dan kritik demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi semua yang membacanya, khususnya mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi dan yang lainnya

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 6 September 2018

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENEKESAHAN	ii
HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR BAGAN, GAMBAR DAN TABEL	x
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	10
1. Manfaat Teoritis	10
2. Manfaat Praktis	10
E. Kerangka Teori	10
1. Bauran Pemasaran	10
F. Metode Penelitian	37
1. Jenis Penelitian	37
2. Lokasi dan Waktu Penelitian	37
3. Obyek Penelitian	37
4. Informan Penelitian	38
5. Teknik Pengumpulan Data	38
6. Validitas Penelitian	41
7. Sistematika Penulisan	43

BAB II DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN

A. Sejarah Sarang Cilok.....	45
B. Lokasi Sarang Cilok.....	47
C. Logo Sarang Cilok.....	48

D. Struktur Organisasi Sarang Cilok	49
---	----

BAB III SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN

A. Sajian Data	51
1. Segmentasi Target Promosi Sarang Cilok	51
2. Tujuan Promosi Sarang Cilok	53
3. Bauran Pemasaran Sarang Cilok	54
4. Faktor Pendukung dan Penghambat	73
5. Tanggapan Konsumen	75
B. Pembahasan	78
1. Segmentasi	78
2. Tujuan Promosi	79
3. Bauran Marketing	80
4. Faktor Penghambat dan Pendukung	95

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan	96
B. Saran	99

DAFTAR BAGAN, GAMBAR DAN TABEL

Bagan

Bagan1. Struktur Organisasi	49
-----------------------------------	----

Gambar

Gambar 1. Produk Sarang Cilok	4
Gambar 2. Kemasan Produk Sarang Cilok.....	4
Gambar 3. Lokasi Sarang Cilok.....	47
Gambar 4. Logo Sarang Cilok	48
Gambar 5. Poster Sarang Cilok.....	56
Gambar 6. Sarang Cilok Foto Bersama BestFm.....	57
Gambar 7. Akun Instagram Sarang Cilok	58
Gambar 8. Halaman Facebook Sarang Cilok	59
Gambar 9. Konten Postingan Instagram Sarang Cilok	61
Gambar 10. Komentar dan Testimoni pada Instagram Sarang Cilok	62
Gambar 11. Postingan Halaman Facebook Sarang Cilok	64
Gambar 12. Stand Sarang Cilok Saat Mengikuti Event	65
Gambar 13. Brosur Kontes Sarang Cilok.....	68
Gambar 14. Foto Sarang Cilok Bersama Artis Indonesia	69
Gambar 15. Foto Pengunjung Sarang Cilok.....	70

Tabel

Tabel 1. Pendapatan Sarang Cilok	6
Tabel 1. Data <i>Event</i> yang Diikuti Sarang Cilok	70

LAMPIRAN

Informan 1

Produsen Sarang Cilok Yogyakarta

Ramadhani

A. Profile Sarang Cilok Yogyakarta

1. Sejak kapan anda memulai usaha Sarang Cilok?

“Udah jalan mau ke lima tahun sih ya Sarang Cilok ini, udah dari tahun 2014 kalau bulannya sih saya lupa tapi yang jelas setelah bulan Ramadhan, jadi saat itu memang saya iseng membuat cilok buat ayahnya pulang kerja, waktu itu juga hujan jadi cocok, masih seadanya banget karena bahannya juga cuma adanya itu tepung kanji sama sisa daging ayam waktu masak opor, ternyata komentar ayahnya bilang enak tetangga pun juga bilang gitu” **Wawancara Ramadhani 20 desember 2017.**

2. Apa yang membedakan Sarang Cilok dengan cilok lainnya?

“Hmmm kalau cilok biasa kan itu isinya cuma satu varian doang, nah kalau punya Sarang Cilok itu di tambahkan beberapa adonan tambahan kayak cabe,keju, kornet, terus juga dari saos nya sama kemasan pun Sarang Cilok ada banyak pilihan biar orang-orang pada gak bosan gitu” **Wawancara Ramadhani 20 desember 2017**

3. Ada berapa pegawai Sarang Cilok?

“dulu sih waktu masih awal-awal Cuma dikit bertiga aja, tapi pas udah banyak peanggan gini saya tambah pegawai ya berbagi rejeki lah sama orang, total keseluruhan sampai sekarang sih ada delapan pegawai lah” **Wawancara Ramadhani 20 desember 2017**

4. Terus Pembagian tugas dari pegawai Sarang Cilok sendiri bagaimana?

“Ya jadi dari delapan orang itu saya bagi-bagi ada yang tugasnya bikin cilok, terus ada yang tugasnya bagian promosi, sama ada yang tugasnya khusus buat ada *event* gitu” **Wawancara Ramadhani 20 desember 2017**

5. Kalau dari filosofi logo Sarang Cilok sendiri bagaimana?

“Wah Logo ya, jadi dari atas sampai bawah itu ada maknanya sendiri, jadi ada gambar antena itu fungsinya kayak pemikat konsumen, terus ada topi koki jadi ala-ala gitu kalau sarang cilok ini yang bikin bukan sembarang orang, terus itu gambar lebah senyum jadi sarang cilok tuh enak bisa bikin banyak orang senang sama rasanya, terus ada asapnya juga maksudnya kalau sarang cilok ini selalu fresh bukan olahan

produk lama, ada juga piring sama sama jempol itu masudnya kemasan kita beda jadi kita pengen cilok itu jadi makanany yang elegan kalau jempol ya soal rasanya yang enak” **Wawancara Ramadhani 20 desember 2017**

6. Apakah ada target penjualan dari sarang cilok sendiri?

“ kalau target penjualan tiap bulannya sih, pribadi saya sendiri tidak mematok harus tinggi rejeki kan sudah ada yang ngatur, yang penting bisa balik modal, kasih gaji pegawai juga hehehe kalau diitung sih empat juta itu angka aman buat satu bulannya, itu angka bersih ya” **Wawancara Ramadhani 20 desember 2017**

7. Lalu bagaimana pendapatan sarang cilok selama satu tahun belakang?

“ ya alhamdulillah sih mas cenderung naik tiap bulannya, walaupun turun juga gak banyak jadi bisa dibilang cenderung naik sih tiap bulannya, yang penting usaha dan doa aja jangan pernah lepas mas hehehe” **Wawancara Ramadhani 20 desember 2017**

INFORMAN 2 BAGIAN MARKETING SARANG CILOK WEDAR RAHIKA dan RAMADHANI

A. Tahap Perencanaan

1. Bagaimana pembagian segmentasi dari Sarang Cilok?

“Sarang cilok itu kan cilok yang bisa dikonsumsi oleh siapa aja, jadi dari kita enggak mematok adanya target yang kita ambil, kalau yang beli sarang cilok

itu kebanyakan dari remaja sih, ya enggak jarang pula kalau ada orang tua yang beliin buat anaknya gitu,” **wawancara Wedar, 28 April 2018.**

2. Apakah ada pembagian lebih spesifik seperti wilayah, apa ada kelas tertentu?

“Kalau kelas sih juga dari harga kita ya mas, jadi kita sasarannya juga lebih ke kelas menengah-atas sih, takut aja nanti dibidang kemahalan juga sama masyarakat” **wawancara Wedar, 28 April 2018.**

3. Apakah ada tahapan awal dari Sarang Cilok untuk mencari tahu pasar konsumen?

“Sebelum mulai usaha ini, kita cari tahu dulu seberapa banyak sih masyarakat Jogja itu suka jajan kuliner, ternyata banyak apalagi saat itu cilok gajahan juga sedang naik-naiknya, nah sarang cilok hadir untuk alternatif masyarakat pengen coba cilok yang berbeda” **wawancara Wedar, 20 februari 2018**

4. Apa pesan awal dari tujuan promosi yang dilakukan oleh Sarang Cilok?

“tujuan awal dulu itu, kita pengen kasih tau sama masyarakat kalau ada variasi dari cilok yang bisa kita olah, dulu kan masyarakat sukanya masih cilok gajahan, nah kita berusaha mendoktrin masyarakat kalau sarang cilok itu inovasi baru dari cilok” **wawancara Wedar, 20 April 2018.**

5. Bagaimana cara Sarang Cilok dalam menciptakan sebuah pendekatan brand kepada masyarakat?

“Kita juga dulu kasih tester gratis sama masyarakat sekitar perumahan terus perumahan lainnya, juga pernah dulu kita bagikan ke masyarakat gitu yang sedang nongkrong di alun-alun, kafe, sama di jalanan gitu, selain produknya kita juga kasih stiker Sarang Cilok sebagai pengenalan *brand*” **wawancara Wedar, 20 April 2018.**

6. Kemudian bagaimana tujuan promosi Sarang Cilok saat ini?

“Kalau sekarang sih, alhamdulillah kita juga udah ada pelanggan sama sudah dikenal banyak masyarakat, promosi yang kita berikan itu berupa info promo-promo, dan juga informasi soal event yang kita ikuti, atau bisa juga info rasa baru dari sarang cilok, tujuannya sih untuk mengikat pelanggan lebih kuat lagi” **wawancara Wedar, 20 April 2018**

B. Tahap Implementasi

1. Apa saja bentuk bauran promosi yang dilakukan oleh Sarang Cilok?

“hmm banyak sih mas, ada promosi online sama promosi offline sih, ya kita pakai segala bentuk promosi yang masih bisa kita jangkau, apalagi kan dari sarang cilok tidak nyewa jasa iklan jadi murni semua saya yang lakuin sama tim yang lain” **wawancara Wedar, 20 April 2018**

“ada berbagai macam media yang kita gunakan untuk promosi, seperti media digital, lalu ada juga media cetak, bikin iklan dimana-mana yang bisa kita pajang, poster juga kita tempel-tempel di mading gitu” **Wawancara. Wedar 20 April 2018.**

2. Apa saja sih bentuk iklan yang digunakan oleh Sarang Cilok?

“kita juga iklannya pakai jasa di radio-radio lokal Jogja, terus juga kadang biar informasinya menyebar luas ke masyarakat, di internet sendiri juga kita memanfaatkan buat kasih gambar-gambar sama video gitu, dulu dari sarang cilok juga pernah diluput sama website kuliner Jogja, tujuannya sih biar iklannya bisa terus ada aja bisa disimpan jadikan data dari kami juga” **Wawancara, Wedar 20 April 2018.**

“bikin poster yang ditempel di mading-mading lingkungan sekitar sama masjid kadang juga sekolah, terus juga saat ada acara bazar gitu juga nyebar flyer promo-promo yang kita tawarkan, ya biar masyarakat tau sama produk kita” **Wawancara, Wedar 20 April 2018.**

3. Media sosial apa saja yang dipakai Sarang Cilok untuk promosi?

“iya kalau Sarang Cilok, media sosial yang kita gunakan itu ada Instagram sama Facebook aja, buat kita kenalin ke masyarakat luas tujuan utama nya sih biar ada yang beli, konten yang saya buat itu seperti foto ciloknya terus saya upload saya kasih penjelasan rasa sama harganya biar masyarakat langsung tahu jadi, kadang juga testimoni gitu penting saya upload soalnya biar masyarakat awam yang gak tahu gak takut sama varian rasa ciloknya, kenapa kita memasarkan melalui media sosial sih ya saya pengen sarang cilok dikenal masyarakat dengan begitu pendapatan sarang cilok akan meningkat.” **Wawancara Wedar 20 April 2018.**

4. Mengapa memilih kedua media sosial tersebut?

“Kita pertama pakai instagram, kebetulan juga pengikut kita udah lumayan banyak disana dari anak kecil sampai orang dewasa, banyak yang pada kasih komentar sama testimoni positif hingga kasih saran buat kedepannya jadi instagram Sarang Cilok bener-bener terbuka buat siapa aja” **Wawancara Wedar 20 April 2018.**

“kalau di facebook itu sih juga sama kayak instagram, kita juga aktif kasih informasi Cuma bedanya itu kalau facebook kan sekarang yang makai lebih banyak orang dewasa jadi sasaran kita kesana, postingannya langsung to the point aja kayak testimoni atau video sarang cilok” **Wawancara Wedar 20 April 2018.**

5. Lalu apa isi konten dari kedua sosial media tersebut?

“Instagram itu kita kasih konten-konten yang menarik dan enak dilihat oleh banyak orang, sekalian kita kasih banyak tagar aja yang umum gitu biar masyarakat tau kalau ini cilok kuliner yan beda ada juga kita kasih kayak gambar cilok, lalu ada foto bareng artis, sama informasi kita sedang ikut acara apa gitu” **Wawancara Wedar 20 April 2018.**

6. Bagaimana dampak dari promosi melalu kedua media sosial tersebut?

“Alhamdulillahnya juga lewat instagram banyak yang order cilok kita, dari orang Jogja, sampai orang luar kota, mereka pada pesen order gitu lewat pesan di Instagram atau lewat komentar di postingan sarang cilok” **Wawancara Wedar 20 April 2018.**

“masih dikit sih buat *followers* kita di Instagram, tapi mereka semua pada aktif, sering tanya dan ada yang order juga lewat DM, alhamdulillah sih kalau dikira-kira tiap harinya ada 70 pesan yang masuk buat order produk kita” **Wawancara Wedar 15 Mei 2018.**

7. Bagaiman promosi yang dilakukan oleh Sarang Cilok melalui sebuah *event*?

“Jadi Sarang Cilok sendiri itu juga kita sering ikut acara dari kampus apa luar gitu, jadi kayak bikin Stand Bazaar makanan, nah disitu kita jual semua produk Sarang Cilok, sama kita juga jualan minuman dingin yang pasti ada yang beli” **Wawancara Ramadhani 20 April 2018.**

“Lewat acara kuliner ini sih harapannya selain dapat untung dari penjualan, juga lebih sarang cilok agar dikenal banyak masyarakat, cara kita juga nyebarin brosur gitu tentang penjelasan sarang cilok, kalau cilok itu bukan cilok kayak biasanya tapi ada banyak rasa” **Wawancara Ramadhani 20 April 2018.**

8. Bagaimana cara Sarang Cilok agar pengunjung mengunjungi stand Sarang Cilok sendiri?

“waktu acara pameran kuliner gitu kita juga sering ngadain promosi berupa kontes foto gitu sama pengunjung nanti ada hadiahnya, ya biar pengunjung tertarik untuk datang ke booth kita, juga kan itu bisa jadi media promosi kita sendiri” **Wawancara Ramadhani 20 April 2018.**

“terus kita juga minta para pengunjung yang datang buat kita foto sedang beli produk sarang cilok, apalagi kalau ada artis kan bisa kita foto juga, tujuannya sih supaya sarang cilok itu bisa diterima dengan baik sama khalayak dengan begitu kan produk kita bisa semakin dikenal baik sama masyarakat” **Wawancara Ramadhani 20 April 2018.**

9. Apa saja faktor pertimbangan Sarang Cilok mengikuti sebuah *event*?

“Sebelum join di acara kulineran itu, kita juga lihat dulu mas faktor-faktornya, itu eventnya siapa sih, terus juga dari tanggal sama waktunya pas gak tanggal tua atau tanggal muda gitu, isi dari event tuh apa ada bintang tamu atau enggak, kita juga lihat dulu biaya sewanya kemahalan atau enggak, jadi kita juga gak sembarang ikut acara kuliner diluar” **Wawancara Ramadhani 20 April 2018.**

“beberapa faktor pertimbangan itu kita perhatikan, supaya resikonya juga enggak besar, ya kan kita udah bayar tapi kalau dari acara itu sendiri gak bisa menghadirkan pengunjung banyak kita juga rugi, ya ruginya bisa dari penjualan sama nanti enggak ada yang kenal sarang cilok, sia-sia dong” **Wawancara Ramadhani 20 April 2018.**

10. Apa ada kegiatan promosi langsung tatap muka pada Sarang Cilok sendiri?

“waktu *event* itu kita juga langsung terjun nawarin produk kita ke pengunjung, kita jelasin kalau sarang cilok itu beda dari cilok lainnya, disitu kita kasih brosur produk kita, sekalian kita kasih *tester* dari sarang cilok, dengan begitu pengunjung yang tertarik bisa langsung beli produk kita” **Wawancara Ramadhani 20 April 2018.**

11. Bagaimana dengan bentuk promosi dalam pemasaran langsung? Media apa saja yang digunakan?

“Iya sekarang ini kan orang itu pengennya serba praktis dan cepet ya, apalagi sekarang udah gampang banget soal komunikasi lewat internet semua bisa dijangkau dengan mudah, kita gak pengen juga bikin ribet pelanggan” **Wawancara Wedar 20 April 2018.**

“Pemilihan target konsumen yang ingin kita dekati lewat media internet ini mereka yang suka jajanan kuliner unik gitu, lebih efektif dan lebih dapet aja sih efeknya juga positif sama penjualan” **Wawancara Wedar 20 April 2018.**

C. Faktor Pendukung dan Penghambat

1. Apa saja faktor-faktor pendukung dari promosi Sarang Cilok?

“Pertama sih karena teknologi tuh udah maju banget yah, di internet kita bisa tahu apa isu-isu apa saja yang sedang menarik, apa yang diinginkan oleh

konsumen lewat pesan di internet pun juga kita bisa tahu, beda aja kalau kita buka usahanya sepuluh tahun lalu pasti susah banget dapat informasi konsumen” **Wawancara Ramadhani 20 April 2018.**

“ Terus dari pesaing kita sih apalagi di Kota Jogja enggak banyak yang sama kayak Sarang Cilok, jadi produk kita terus berinovasi dari situ kan bisa bikin penasaran sama calon konsumen kita” **Wawancara Ramadhani 20 April 2018.**

“Sekarang ini juga banyak banget masyarakat yang suka jajanan unik dan kekinian, jadi di Sarang Cilok kita terus update dari informasi masyarakat” **Wawancara Ramadhani 20 April 2018.**

2. Kemudian apa saja faktor penghambat dari Sarang Cilok?

“ Faktor penghambat sih dari kita itu enggak ada yang sekolah marketing dulunya jadi masih ototidak , masih belajar juga gimana sih cara marketing yang baik, namanya juga usaha baru jalan tiga tahun kita masih terus menemukan rumus yang pas” **Wawancara Wedar 20 April 2018.**

Informan 3

Tanggapan Konsumen

Pelanggan Tetap

1. Sudah berapa lama anda mengerahui atau menjadi pelanggan Sarang Cilok?

“Sudah lama saya tahu produk sarang cilok, ya kurang lebih satu tahun yang lalu lah, ciloknya beda dari yang lain rasanya bermacam-macam jadi gak bikin bosan sama cilok yang rasanya itu-itu saja” **Wawancara Yusuf Harfi 3 Mei 2018.**

“Yang punya Sarang Cilok itu teman baik saya dari kecil, waktu tahu dia buka usaha langsung saya jadi pelanggannya jadi udah berapa tahun ya kurang lebih

dari awal buka lah hampir lima tahun jadi pelanggan tetap Sarang Cilok”
Wawancara Suryo Ilham 3 Mei 2018.

“Dulu awal kenal Sarang Cilok itu pertengahan tahun 2015 jadi udah tiga tahun saya rutin beli ciloknya, rasanya itu beda dan unik jadi sekalian saya jual juga dirumah per bulannya saya bisa beli sekitar 500 *packaging* Sarang Cilok untuk dijual kembali” **Wawancara Yusrida 3 Mei 2018.**

2. Darimana anda mendapatkan informasi tentang Sarang Cilok?

“waktu itu sih tahu informasi sarang cilok dari poster-poster yang ditempel di mading perumahan, brosur-brosurnya juga kadang ada di pos satpam gitu”
Wawancara Galih Kamukti 2 Mei 2018.

“ada dari lihat Instagram, aku kan suka buka instagram nih apalagi soal kuliner, terus waktu buka pake tagar kuliner jogja gitu keluar Sarang Cilok dari gambarnya udah menarik jadi langsung aku beli penasaran juga”
Wawancara Rilis 5 Mei 2018

“kalau saya sih ya mas dari radio kebetulan temen saya juga penyiar radio kan nah pas itu ada semacam iklan makanan cilok, pikiran saya tumben aja ada iklan cilok di radio penasaran terus saya buka Instagramnya ternyata udah ngetren juga ya, langsung tak beli juga pas itu” **Wawancara Yusrida 3 Mei 2018**

3. Apakah konten promosi Sarang Cilok sudah menarik?

“Kontennya itu sudah bagus, dari gambarnya yang menarik terus captionnya juga, jadi bisa menarik masyarakat buat tertarik lihat postingan itu”
Wawancara Suryo Ilham 3 Mei 2018.

“Poster sama brosurnya itu simpel gak banyak gambar dan tulisan, tapi pesannya langsung dapet dan desainnya menarik bikin orang langsung penasaran, jadi menurut saya sih udah efektif dari penyampaian pesannya”
Wawancara Galih Kamukti 2 Mei 2018.

“jadi tadi saya lihat ada stand bazar yang menawarkan kontes foto sama produknya terus dapet hadiah, selain itu juga ada promosi beli dua dapet satu, ya bikin menarik buat beli sih, siapa tahu nanti saya dapat hadiahnya”
Wawancara Sekar 30 April 2018.

“Pas baca promonya lewat brosur itu jadi penasaran sama produknya ditambah ada temen yang udah nyobain duluan, ya udah saya beli ciloknya dapet promo juga pas aja buat mahasiswa kayak saya yang pengen kenyang tapi murah”
Wawancara Raka 30 April 2018.

4. Apa anda tahu media apa saja yang digunakan Sarang Cilok?

“iya tahu mas ada Instagram sama Facebook kebetulan juga saya mengikuti akunnya, terus sering juga lewat radio sama pasang beberap poster gitu”
Wawancara Galih Kamukti 2 Mei 2018.

“sejauh ini sih tahunya Cuma lewat Instagram doang soalnya saya Cuma main Instagram udah jarang main sosial media yang lain” **Wawancara Raka Kamukti 2 Mei 2018.**

“ada dari Instagram sih sama sering ikut *event* juga kan jadi ya darisitu tahunya promosi Sarang Cilok” **Wawancara Yusuf Harfi 3 Mei 2018.**

5. Menurut anda apa sih yang membuat konten promosi Sarang Cilok menarik?

“hmm apa ya mas dari gambar sih udah menarik terus juga tiap hari pasti ada promo menarik sama kadang hadiah juga, kalau promosi yang online sih ada video sama testimoni jadi itu yang bikin saya yakin buat beli” **Wawancara Galih Kamukti 2 Mei 2018.**

Lembar Interview Guide

Panduan Wawancara

Aktivitas Promosi Sarang Cilok dalam Meningkatkan Penjualan Selama Periode 2016-2017

Pertanyaan yang akan diajukan kepada narasumber adalah sebagai berikut, dan juga akan ada pertanyaan lanjutan atau dikembangkan lebih dalam lagi saat memulai wawancara langsung.

No	Kategori	Pertanyaan
1	Profile Sarang Cilok	<ol style="list-style-type: none">1. Sejak kapan anda memulai usaha Sarang Cilok?2. Apa yang membedakan Sarang Cilok dengan cilok lainnya?3. Apa Makna logo Sarang Cilok?4. Ada berapa pegawai Sarang Cilok?5. Pembagian tugas apa saja pegawai tersebut?
2	Aktivitas Promosi Sarang Cilok	<ol style="list-style-type: none">1. Bagaimana cara Sarang Cilok dalam melakukan promosi?2. Bagaimana cara Sarang Cilok memberitahu khalayak bahwa Sarang Cilok berbeda dari yang lain?

		<ol style="list-style-type: none"> 3. Media apa saja yang digunakan Sarang Cilok dalam melakukan promosi? 4. Informasi apa saja yang diberikan kepada calon pelanggan? 5. Apa saja isi konten promosi sosial media Sarang Cilok? 6. Strategi apa yang digunakan ketika melakukan postingan konten promosi Sarang Cilok? 7. Bagaimana langkah yang dilakukan Sarang Cilok dalam meningkatkan penjualan tiap bulannya?
3	Target Konsumen Sarang Cilok	<ol style="list-style-type: none"> 1. Siapa saja target konsumen Sarang Cilok? 2. Bagaimana anda mengelompokkan target Sarang Cilok? 3. Bagaimana cara anda agar tetap berhubungan baik dengan pelanggan anda?
4	Tahap Evaluasi Promosi Sarang Cilok	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apa saja faktor penghambat dan pendukung pada aktivitas Promosi Sarang Cilok? 2. Bagaimana cara anda mengevaluasi aktivitas promosi Sarang Cilok? Apakah ada saat-saat tertentu? 3. Langkah-langkah apa saja yang dilakukan dalam memperbaiki evaluasi tersebut?

Pertanyaan Bagi Pengunjung Sarang Cilok

1. Darimana anda dapat informasi tentang Sarang Cilok?
2. Apa yang membuat Sarang Cilok berbeda dari yang lain?
3. Apakah isi konten informasi Sarang Cilok sudah menarik?
4. Sudah sejak kapan anda menjadi pelanggan Sarang Cilok?
5. Apakah Promosi yang diberikan oleh Sarang Cilok sudah menarik?
6. Menurut anda apa yang membuat Sarang Cilok beda dari cilok lainnya?

