

## Lampiran

## Interview Result

Nama : Sobah Mahdi

Jabatan: Manajer & Marketing Rinjani Trekker *tour & travel*

Waktu Interview: 30 April 2018

Lokasi : Basecamp Lombok

### **1. Mengapa Rinjani Trekker memilih Instagram sebagai media promosinya?**

“Waktu awal kita berdiri, Instagram ini baru tenar-tenarnya dikalangan para pemakai media sosial, jadi disini kita melihat peluang pasar pada instagram, karena media-media sosial ini kan bisa menjangkau secara global. Selain itu di Instagram orang-orang itu mudah mendapatkan eksistensi, nah... disini juga kita mencoba merebut eksistensi itu dengan konten-konten yang kita ciptakan pada instagram.

### **2. Selain Instagram media apa saja yang digunakan dalam melakukan promosi?**

“Selain Instagram kita juga disini memakai Twitter dan Facebook, namun fokus kita untuk melakukan promosi itu di Instagram, Twitter dan Facebook kita gunakan untuk mengupload konten-konten berita atau apa saja lah yang berhubungan dengan gunung Rinjani, dan terkadang Lombok secara umum”.

### **3. Bagaimana Menentukan Tema Promosi dalam Instagram?**

“Kami disini sejak awal berdiri sudah mempunyai tema yaitu sebagai penyedia informasi dan menjadi partner dalam melakukan pendakian. Tema ini lah yang kita jadikan acuan dalam melakukan promosi di media sosial, kita menarik perhatian orang-orang yang ada di Instagram dengan memberikan mereka Informasi-informasi tentang gunung Rinjani. selain itu kita menguatkan promosi pada pemilihan program pendakian atau paket yang berbeda dari pesaing. Kita membuka program pendakian yang bersifat Open Trip, dimana jadwal pendakian kita yang tentukan dan nantinya konsumen akan mengikuti jadwal pendakian sesuai waktu luang mereka. Hal ini kita maksudkan untuk menarik konsumen yang tidak memiliki teman dalam melakukan pendakian. Jadi nantinya peserta yang sudah mendaftar kita akan gabungkan dengan peserta yang lainnya sesuai jadwal yang sudah di tentukan, dan mereka akan sama-sama melakukan pendakian.

### **4. Bagaimana cara mengidentifikasi target audiens?**

““kan target konsumen kita itu, orang-orang atau pendaki yang membutuhkan partner dalam melakukan pendakian ke gunung Rinjani. Awal ceritanya kan dulu saya sama teman-teman disini serining mengantarkan tamu-tamu lokal, bule juga sering. Dari situ teman-teman

disini berinisiatif bagaimana kalau kita buka TO (Trekking Orgenaizer) saja, nah dari situ kita mulai memikirkan konsep-konsepnya sehingga menjadi seperti ini. Dalam Promosi yang kita lakukan di sosial media itu kita mengidentifikasi audiens dengan cara memberikan informasi-informasi yang terkait dengan gunung Rinjani, selain itu kita juga menyaring followers kita, soalnya akun kita itu kan Private, jadi kita bisa nebak lah mana akun yang *fake* dan yang tidak.

**5. Bagaimana Rinjani Trekker menentukan Tujuan Komunikasinya?**

“Tujuan komunikasi kita itu sebenarnya adalah untuk memeberikan informasi-informasi mengenai gunung rinjani, baik itu informasi tentang kejadian yang sedang terjadi, maupun persiapan-persiapan apa yang harus di lakukan ketika melakukan pendakian ke gunung rinjani. Hal ini nantinya kita harapkan suapaya orang-orang yang ada di instagram bisa menjadi *followers* kita.

**6. Bagaimana merancang pesan untuk kegiatan promosi yang dilakukan?**

“ Untuk merancang pesan dalam promosi yang kita lakukan, jujur saja ya... sebenarnya saya juga masih belajar, jadi apa yang kita sampaikan dalam konten-konten yang kita upload menurut naluri saya saja atau bisa dibilang kondisional, jadi dokumentasi-dokumentasi yang di ambil sama teman-teman waktu pendakian, nantinya itu bekal kita untuk dijadikan konten-konten promosi kita”

“dokumentasi yang saya maksud adalah foto ataupun video pada saat melakukan pendakian, baik itu saat di jalan dengan spot-spot tertentu, atau waktu mereka istirahat dan lainnya....”

**7. Bagaimana anda menyeleksi saluran Komunikasi dalam Berpromosi?**

“ Sejak awal kita berdiri kan dulunya memang sudah memakai instagram untuk mediana, jadi lewat instagramlah kita melakukan komunikasi dengan para konsumen. Banyak dari *followers* kita juga yang bertanya tentang informasi menggunakan DM (*direct message*) juga, ada juga yang melakukan pemesanan, tapi kita selalu mengarahkan menggunakan WhatsApp agar kita juga bisa lebih cepat melakukan balasan, karena untuk melakukan chating kan lebih mudah menggunakan WhatsApp.

**8. Bagaimana anda menentukan anggaran promosi?**

“ Untuk anggaran Promosi kita disini tidak terlalu memfokkuskannya, soalnya ya kalo dihitung sangat sedikit sekali yang di habiskan, kita hanya perlu untuk bayar kuota internet, disini kan kita pake speedy, jadi palingan kita hanya bayar untuk kuota speedy saja.....

**Untuk membuat Poster?**

“untuk pembuatan poster kan disini saya yang ngedesign sendiri , saya pake photoshop dan coreldraw, duduk-duduk sambil ngopi disini.

**9. Bagaimana menentukan bauran promosi?**

“ media promosi yang kita pakai ya cuma Instagram, Twitter dan facebook saja, itupun sejak awal kita sudah melakukan hal itu, lewat media sosial tersebut kita mencoba menarik perhatian konsumen dengan foto, video dan foster promosi dari jasa kita. Tentu dulu kita sepakat sama teman-teman disini kita melakukan promosi menggunakan Instagram, karena kita melihat penggunaan Instagram, dan media sosial lainnya sangat merajalela saat ini, sampai anak SD pun udah punya akun Facebook sendiri, selain itu kita juga menargetkan konsumen secara global, jadi jalan satu-satunya yang termurah saat itu ya media sosial.

**10. Bagaimana Rinjani Trekker mengukur hasil promosi?**

“ kita melakukannya dengna simpel ya, disini kita hanya melihat sebagaimana perkembangan aktivitas seperti komentar dan like serta *followers* yang kita dapatkan, semakin banyak *followers* yang kita dapatkan tentunya bisa dibilang apa yang kita lakukan menarik perhatian mereka, soalnya akun kita itu personal tidak memakai akun bisnis, kalau akun bisnis kita bisa mendapatkan grafik persentase aktifitas like, komen dan followers. tapi kalo akun personal ya tidak bisa.

**kenapa tidak memakai akun bisnis?**

“biar kita beda dari yang lain. alasan kita tidak memakai akun bisnis itu karena kita benar-benar ingin mendapatkan followers yang benar-benar mereka ingin mendapatkan informasi dari kita, jadi kita juga bisa menyaring siapa yang menjadi followers kita.

**11. Bagaimana Evaluasi Promosi yang di lakukan pihak Rinjani Trekker?**

“Untuk evaluasi Promosi kita belum terlalu banyak melakukannya palingan untuk evaluasi bentuk poster promosi saja, kita selalu update refrensi desian-desain poster baru supaya tidak ketinggalan zaman dan selalu fresh karena tiap kali ada open trip baru, desain poster kita selalu berbeda dan itu kita buat semenarik mungkin, sejauh ini kita masih tetap dengan apa yang kita lakukan, dengan gaya promosi kita, menurut kita sih apa promosi yang kita lakukan selama ini cukup membantu, malah semakin semakin banyak konsumen yang kita dapatkan, Evaluasi yang kita tekankan adalah bagaimana servis kita ke tamu, agar bisa lebih baik lagi.

**12. Bagai mana mengelola dan mengkoordianasi proses komunikasi?**

“di instagram kita memanfaatkan fitur Komentar dan DM untuk melakukan komunikasi dengan followers kita, jika ada yang memang benar-benar memerlukan informasi kita selalu menyarankan untuk menggunakan WhatsApp biar lebih relatime, biar proses chattingnya cepat. untuk Komentar kita sengaja mengupload foto-foto konsumen kita dan kita tag instagram mereka supaya nantinya mereka bisa saling komen disana.

**13. Bagaimana keuntungan dan kekurangan yang didapatkan selama melakukan promosi di media online ini?**

“berpromosi di media online ini banyak memberikan kita kemudahan seperti dalam menjangkau audiens, kita dapat terhubung dengan orang-orang dari seluruh dunia walaupun kita di tempat yang berbeda, dengan media online ini banyak sekali informasi-informasi yang ingin kita cari bisa tersedia disini. Kami disini memanfaatkan itu melalui sosial dengan cara kita menyebarkan informasi sembari mempromosikan jasa kita, di Instagram misalnya kita bisa mengetahui siapa saja yang melihat dan atau dengan siapa saja kita bisa terhubung, juga seberapa orang yang melihat postingan kita, dan siapa saja yang menanggapi postingan kita. ada banyak fitur-fitur yang yang bisa memberikan kita kemudahan dalam melakukan promosi di internet, di Instagram fitur yang paling saya suka adalah fitur share to, atau postingan kita yang ada di Instagram kita bisa bagikan ke media sosial lainnya seperti Facebook dan Twitter, dengan satu klik informasi yang kita sebar di Instagram juga bisa di bagikan ke akun facebook dan twitter kami. ini tentu sangat membantu kita, karena tanpa harus membuka akun Facebook dan Twitter yang kita miliki sudah bisa membagikan informasi.

“Untuk kekurangannya dalam melakukan Promosi di media sosial ini selama ini kita belum banyak menemui kesulitannya, soalnya kita enjoy-enjoy aja dalam melakukan promosi, mungkin kekurangan yang sedikit kita dapatkan dari stok-stok foto dan video kita, soalnya kita harus tetap upload foto atau video setiap harinya, memang ada banyak foto yang didapatkan teman-teman pas melakukan pendakian, tapi kita juga pilih-pilih mana yang sekiranya menarik untuk kita upload. Kita tidak mau memakai foto atau video yang kita ambil sembarangan dari google, soalnya itu memang sudah menjadi ciri khas kita, jadi tiap *guid* itu kita wajibkan untuk mengambil foto sebanyak-banyak, kadang juga kalo ada kesempatan saya ikut melakukan pendakian untuk sekedar nambah-nambah stok foto atau video yang nantinya kita pakai sebagai bahan promosi kita.

**14. Bagaimana bentuk Promosi yang dilakukan Rinjani Trekker pada Instagram?**

“seperti yang kamu lihat di sana terdapat foto dan video yang kita kreasikan sedemikian rupa sehingga dapat menarik untuk dilihat, disitu kami kreasikan dengan dokumentasi pada saat perjalanan, kita foto, kita rekam aktivitas itu dan nantinya hasil foto atau rekaman tersebut kita kreasikan sehingga menjadikannya konten yang menarik untuk di lihat oleh para followers kita, serta informasi-informasi tentang kejadian-kejadian yang ada di gunung Rinjani kita share sebagai berita.

**15. Bagaimana anda memanfaatkan fitur-fitur yang ada di Instagram dalam melakukan promosi?**

“dari fitur-fitur yang di instagram kita juga bisa terhubung dengan menggunakan fitur DM (*delivery message*) misalnya, kita dapat

melakukan *chatting*, disana banyak dari *followers* kita itu menanyakan suatu informasi secara personal, yang lebih sering itu mereka menanyakan tentang jalur-jalur di gunung Rinjani, dan banyak juga dari konsumen kita itu melakukan pemesanan, tapi untuk itu (pemesanan) kita mengarahkan mereka untuk menggunakan WA (WhatsApp) saja agar komunikasi yang kita lakukan bisa lebih cepat, kan dari situ juga mereka bisa melakukan telepon langsung.

“Kami juga memanfaatkan *Hastag* (#) dalam menandai setiap postingan kita, seperti #rinjanitrekkernews untuk konten berita, #rinjanitrekkerINFO untuk konten Informasi, #rinjanitrekkerpackage, #rinjanitrekkerJoinTrip untuk konten-konten dokumentasi perjalanan, dan setiap postingan kami mempunyai *Hastag* utama dalam setiap postingan yaitu #rinjanitrekker #rinjani #lombok.

**16. Bagaimana anda memanfaatkan fitur Unggahan foto dan story dalam promosi anda?**

“untuk fitur *story* sebenarnya sama saja dengan konten di postingan utama, tapi kita hanya menyesuaikan saja dari segi durasi maupun ukuran framenya, poster pun kami sehari sekali itu kami selalu menguploadnya di *story*, sedangkan untuk fitur unggahan yang mana ini adalah fitur utama dimana segala bentuk postingan kita upload disini, mulai dari poster promosi yaitu kita upload 3 kali dalam satu minggu dan sisanya konten informasi dan foto-foto ataupun video dokumentasi peserta *open trip*

**17. Bagaimana menentukan foto dan video beserta caption yang akan di upload?**

“Untuk menarik perhatian para *followers* kita selalu menggunakan foto ataupun video dimana foto-foto tersebut kita ambil pada spot-spot yang menarik, kita disini juga sejak awal tidak mau menggunakan foto orang lain, walaupun ada itu foto milik konsumen kita yang tentunya kita meminta izin dulu jika ingin merepost foto tersebut, nah untuk foto-foto group per trip itu sengaja juga kita upload dan kita tag akun Instagram peserta yang ada di foto tersebut jadi mereka saling mengomentari disana sehingga ada terjadi obrolan-obrolan sekalian menyambung talisilaturahmi, sedangkan untuk caption-captionnya gk perlu panjang-panjang lah yang penting intinya dapat tersampaikan

**18. Bagaimana efektifitas promosi melalui Instagram menurut anda?**

“Untuk melakukan promosi menggunakan Instagram saat ini sangat efektif, karena seperti yang kita ketahui, Instagram adalah salah satu sosmed yang paling banyak digunakan saat ini, karena itulah dulu pas pertama-tama kita memilih Instagram sebagai media promosi kita. Di Instagram kita bisa mempengaruhi orang-orang secara visual, melalui visual kita bisa mempengaruhi orang secara bersamaan dan itu sangat efektif menurut saya.

Nama : Rosa Apriansyah  
Jabatan: Konsumen Rinjani Trekker  
Waktu Interview: 30 April 2018  
Lokasi : Basecamp Lombok

**1. Bagaimana anda mengetahui Rinjani Trekker?**

“Pertama mengetahui Rinjani Trekker itu dari Instagram, waktu itu seingat saya ada teman yang lagi buka-buka ig di dekat saya, di tuh lagi ngeliat salah satu postingan Rinjani Trekker, tapi saya lupa, mungkin postingan apa yang dilihat, jadi saya juga kepoin tuh instagramnya, dan saya langsung ngefollow deh.”

**2. Bagaimana Tanggapan anda melihat promosi yang di lakukan di Instagram Rinjani Trekker?**

“ya kalau promosinya sih cukup menarik ya, selain foto-foto yang digunakan juga cukup menarik, soalnya foto-foto itu gk mainstream yang nggk asal comot di google, selain itu promosi di akun Rinjani Trekker kan banyak tuh info-info yang di kasi, ya jadinya saya jadi lebih tau lagi tentang gunung Rinjani, kalau saya sih ketertarikan saya itu melihat foto-foto para peserta, pikir saya sih asik juga ya ngikutin open trip yang kayak gini, bisa bertemu dengan teman baru. ya itu aja sih”

**3. Bagaimana Postingan Rinjani Trekker di Instagram tentang informasi pendakian gunung Rinjani?**

“ya itu juga yang saya sukai, kan banyak tuh info-info yang ada di instagram Rinjani Trekker, saya bisa jadi tau tentang kejadian-kejadian yang ada di gunung Rinjani, sama saya jadi tau persiapan yang harus saya siapkan juga kalo mau ngedaki ke gunung Rinjani, pokoknya itu sangat bermanfaat buat saya dan mungkin buat banyak orang juga.

**4. Bagaimana Ketertarikan anda melihat konten-konten yang ada di Instagram Rinjani Trekker?**

“tentunya saya sangat tertarik, makanya saya sampai mau make jasa Rinjani Trekker.... ya tapi jujur aja ya saya sangat tertarik, seperti yang saya katakan tadi, saya tertarik sama Open Trip yang kayak gini, soalnya kan nggk saling kenal tuh, tapi kita di gabungkan jadi satu team buat melakukan pendakian, jadi kalau menurut saya sih cukup seru ya, siapa tau dapet jodoh juga kan.... itu menurut saya ya, tapi ada juga loh orang yang maunya private gk mau banyak orang, ya jadi tergantung kitanya juga sih.... untuk foto-foto dan video yang digunakan juga cukup menarik, namun tentunya untuk video perlu di variasiin lagi supaya nggk monoton kayak gitu, sekali-kali di pakein drone gitu biar kekinian. tapi untuk foto yang make foto sendiri itu sih saya sangat setuju dan keren juga sih foto-fotonya.

**5. Bagaimana anda bisa tertarik menggunakan jasa Rinjani Trekker dan mengapa?**

“mungkin karena emang udah jodohnya ya..... soalnya saya itu suka dengan konsep open trip yang digunakan, di Open trip ini saya bisa menemukan teman baru, sama kalo mamakai jasa seperti Rinjani Trekker ini kita lebih leluasa bertanya tentang tempat yang kita datangi jadi bisa nambah

wawasan gitu. dan kalo ketertarikan saya Instagramnya sih, jujur saja ya saya tertarik dengan foto-foto ataupun video yang digunakan, mereka bisa menggambarkan keseruan kalo lagi di jalan, dan kayaknya orang-orangnya seru-seru juga sih. ya mungkin itu aja.

Nama: Denny Aryadi

Jabatan: Followers Instagram Rinjani Trekker

Waktu Interview: 1 Juli 2018

Lokasi: Kediaman Narasumber

**1. Bagaimana anda mengetahui Instagram Rinjani Trekker?**

“kurang ingat ya kapan tepatnya, soalnya udah lama saya jadi *follower*-nya.

**2. Bagaimana tanggapan anda melihat promosi yang dilakukan di Instagram Rinjani Trekker?**

“cukup menarik ya, di instagramnya itu saya tidak melihat promosi yang lebay seperti promosi-promosi yang pada umumnya, malahan instagramnya itu kaya akun-akun Instagram yang ngepost photo aktivitas trekking, kan banyak tuh akun akun yang kayak akun pendaki cantik kalau gk salah sih itu namanya. intinya foster-foster promosinya itu jarang di tampilin. sama informasi-informasi yang di kasi di share itu cukup bermanfaat ya

**3. Bagaimana postingan Rinjani Trekker di Instagram tentang Informasi pendakian gunung Rinjani?**

“seperti yang saya bilang tadi informasi yang di share itu cukup bermanfaat, saya jadi tau kejadian-kejadian apa yang sedang terjadi di Rinjani, dan saya rasa cukup update untuk penyebaran informasinya.

**4. Bagaimana Ketertarikan anda melihat konten-konten yang ada di instagram Rinjani Trekker?**

“konten-konten yang ada di instagramnya itu banyak yang menarik perhatian saya, mereka selalu memakai foto dokumentasi asli punya mereka sendiri, foto-foto atau videonya cukup menarik, disana kita nggak Cuma disuguhi oleh foto-foto pemandangan gunung rinjani tapi kita juga mendapatkan berbagai informasi dari sana.

**5. Apakah anda tahu Rinjani Trekker Juga mempunyai Media sosial lainnya?**

“ada sih yang saya tau itu di twitter nama akunya juga Rinjani Trekker, tapi kayaknya konten-konten yang ada sama saja dengan apa yang ada di instagramnya, malahan lebih update instagramnya.