

INTERVIEW GUIDE

- Sumber :Alvi Wijaya& Putri Kurnia (Owner Lakone dan Manager Lakone)
1. Peneliti :Siapa target promosi lakone?
- Putri Kurnia :Kalau target khusus tidak ada, promosi Lakone dilakukan untuk semua kalangan yang akan menyelenggarakan pernikahan entah teman atau saudaranya yang akan menikah.
- Alvi Wijaya :Lakone tetap membuka tangan kepada siapapun yang ingin menggunakan jasa Lakone, tetapi mendapatkan klien yang memiliki *inner circle* yang bagus/potensial merupakan keuntungan tersendiri karena dapat menjadi calon klien yang potensial.
2. Peneliti :Media apa aja yg dipake untuk promosi?
Mengapa memilih media itu?
- Alvi Wijaya :Kita menggunakan media online dan offline, media online kami menggunakan *instagram for business* dan media offline kami menggunakan media cetak seperti Koran dan kami juga mengikuti acara pameran wedding.
3. Peneliti :Apa tujuan promosi lakone?

Alvi Wijaya :Untuk memperkenalkan Lakone kepada khalayak ramai, tidak hanya calon klien tetapi masyarakat umum juga yang mungkin dapat merekomendasikan Lakone kepada teman atau keluarga. Memperkenalkan Lakone kepada beragam vendor sehingga dapat membuka peluang kerja sama yang lebih luas dengan beragam vendor

Alvi Wijaya :Memperkenalkan Lakone bahwa Lakone tidak hanya sebagai *wedding organizer*, tetapi juga *wedding conceptor* dan *wedding consultant*, dua lingkup pekerjaan yang belum diketahui oleh masyarakat umum terutama di kota Semarang. Rata-rata masyarakat hanya mengetahui tentang *wedding organizer*

4. Peneliti :Ada anggaran untuk promosi?

Putri Kurnia :Anggaran khusus hanya pada saat pameran, untuk sewa tempat, dekor booth, mengisi materi pameran, dan penjaga pameran. Tidak ada cara khusus untuk menentukan anggaran promosi saat pameran, menyesuaikan kebutuhan saja. Untuk instagram dan Koran anggaran promosi juga sifatnya menyesuaikan

1. Peneliti :Bagaimana cara lakone melakukan personal selling?

Putri Kurnia :Personal selling dilakukan pada saat prospek klien, calon klien biasanya akan diajak bertemu langsung/ngobrol via telephon untuk mengetahui kebutuhan pernikahannya dan Lakone menjelaskan tugas dan peranya.Tidak jarang Lakone juga memberikan saran terkait kebutuhan pernikahan dari klien tersebut sehingga klien menjadi percaya dan memilih untuk menggunakan jasa Lakone

2. Peneliti :Lakone sudah membuat iklan untuk promosi dlm bentuk apa aja?

Putri Kurnia :Salah satu media yang kita pakai untuk beriklan adalah media online, sejak awal memang kita memanfaatkan media online sebagai media untuk menginformasikan berbagai macam informasi tentang Lakone. Instagram bisa dibilang alat yang paling tepat dalam melakukan kegiatan promosi kami, ketika akan mengaggendakan kegiatan pameran kita menginfokan informasi melalui instagram

3. Peneliti :Promosi penjualan yg udah dilakukan apa aja?

Ada semacam diskon, bonus atau paket penawaran
tenggat?

Putri Kurnia :Kami tidak ada standar harga pasti, hal ini didasarkan pada kebutuhan dan keinginan dari setiap klien tentunya berbeda-beda. Sebelum memberikan harga Lakone akan melakukan semacam komunikasi awal terlebih dahulu dengan klien untuk mengetahui keinginan dan kebutuhannya, baru dapat memberikan harga penawarannya. Costum lainnya adalah bahwa lakone hanya memberikan harga untuk jasa wedding consultancy hingga wedding organizer saja, dan tidak ada paket harga all service / all vendor. Lakone memberikan bantuan untuk memilih vendor sesuai kebutuhan dan budget, namun pemilihan vendor lain tetap ditangan klien sehingga klien lebih memiliki kebebasan memilih

4. Peneliti :Lakone melakukan publisitas engga?

Putri Kurnia :Kami tidak ada publisitas khusus, publisitas lebih kepada kegiatan yang diselenggarakan oleh Lakone, sehingga klien dapat mengetahui apa saja kegiatan yang sudah dilakukan oleh Lakone.

5. Peneliti :Media sosial apa saja yg dipake lakone untuk promosi?

Putri Kurnia :Adanya Instagram sangat mempermudah dalam melakukan kegiatan promosi, misalnya orang yang mencari referensi tentang wedding organizer bisa menggunakan tagar #weddingorganizer akan muncul banyak sekali tentang vendor-vendor WO.Orang-orang juga bisa menggunakan tagar #lakoneofficial untuk mencari info mengenai lakone.Saya sering mendapat direct message dari orang-orang yang sedang mencari wedding organizer untuk menanyakan seputar harga maupun seputar pernikahan

6. Peneliti :Lakone ada website?

Kalo iya, tanya materi di website nya apa aja?
Kenapa memilih website jadi media promosi.

Putri Kurnia :Lakone belum punya website sendiri maka kalau untuk internet marketing saat ini Lakone hanya menggunakan media sosial saja karena dianggap sudah cukup untuk melakukan kegiatan promosi.Untuk rencananya masih tahap rencana pengembangan untuk membuat website.

7. Peneliti :Bagaimana lakone menjalankan strategi word of mouth?

Putri Kurnia :Kami tidak ada strategi khusus, Lakone percaya jika pelayanan yang diberikan memuaskan maka klien akan menceritakan pengalamannya kepada rekan/kerabatnya. Begitu juga jika pelayanan kurang memuaskan, maka klien pasti akan menceritakan hal tersebut juga. Pada tahun 2016 ada salah satu pemilik rumah sakit hermina yang menggunakan jasa Lakone dan dari situ juga banyak teman atau rekan rekanya yang juga menggunakan jasa Lakone. Oleh karena itu kepastian pelayanan menjadi salah satu hal utama yang diperhatikan oleh Lakone. Terkadang tidak hanya klien sendiri yang bercerita, bahkan terkadang keluarga dan tamu yang merasa puas dengan pelayanan Lakone kemudian merekomendasikan kepada teman/kerabatnya

8. Peneliti :Apa lakone pernah ikut event?

Bagaimana cara lakone berpromosi saat ada event spt itu?

Putri Kurnia :Salah satu promosi yang kami lakukan adalah dengan mengadakan kegiatan event-event dimall dan mengundang tamu untuk datang/masuk kebooth

dan menanyakan keinginan tamu kemudian menjelaskan tugas dan peran Lakone sebagai salah satu vendor pernikahan”(Sumber wawancara dengan Putri Kurnia

9.Peneliti :Bagaimana cara lakone menentukan atau mengevaluasi apakah promosi yg dilakukan sudah efektif apa belum?

Alvi Wijaya :Cara Lakone mengevaluasi program dengan mengadakan rapat. Setelah kegiatan promosinya selesai dilakukan, kita semua yang terlibat dalam proses promosi akan ikut dalam rapat tersebut. Nantinya disitu akan kita lihat hasil dan juga kekurangan selama proses promosi