

## LAMPIRAN

Wawancara dengan Latifa 24 dan Hafidz Akbar 31 Januari 2019

1. **Konsep seperti apa yang ditawarkan Genpi jogja/**

Konsep destinasi digital sebenarnya ada 3 macam, nah di kaki langit kita mengusung budaya dan alamnya. Dengan mengusung tagline cerita kehangatan di pasar kaki langit. Jadi kaki langit melangkapi destinasi sekitarnya (mangunan) jadi kita memperkenalkan semua wisata yang terletak di mangunan. Namun karena yang terdekat wisata kaki langit ya jadi kita sekalian

2. **Mengapa Genpi Jogja menggunakan Instagram dan Twitter sebagai media promosi?**

Yang pertama ig itu sekarang banyak di pakai oleh masyarakat indonesia, dan fitur fitur dari ig itu sudah memudahkan kita dalam melakukan promosi tentunya, dari kita bisa melihat seberapa jangkauan postingan kita, range usia follower kita, dan juga tentu murah biayanya. Kalo twitter sendiri itu yang kita maksimalkan fitur tranding topiknya, itu berguna bgt itu, terus di twitter itu real time, bisa buat diskusi, dan juga kita bisa melihat impresi aktifitas pengguna twitter yang sedang kepoin kita, mendiskusikan kita dan yang mengklik taggar di tranding. Sama seperti ig, biayanya murah, tidak memakan banyak waktu serta bisa dimana aja.

3. **Bagaimana langkah yang dilakukan oleh Genpi Jogja dalam menentukan strategi promosi untuk meningkatkan kunjungan wisatawan?**

Tranding twitter setiap minggu, memviralkan lewat Ig, mengajak masyarakat sekitar untuk ikut mempromosikan/memviralkan. Dengan membuat group dgn warga. Misal kita punya flayer, jadi kita tinggal ngasih kemereka supaya di posting ke akun media sosial mereka, namun

warga malah berinisiatif dengan memfoto jajanana yang ada di sana dan mengunggahnya di ig. Web. Jadi tmn tmn blogger, selain menulis di web resmi genpi mereka juga menulis di blognya masing masing karena mereka sudah memiliki penggemar/ pembaca setianya. Kalo di ig kita sering bikin video seperti testimoni pengunjung dan tokoh penting/artis seperti menteri pariwisata dan ada beberapa artis lokal yang lumayan tenar.untuk kedepanya kita akan mencontoh/ meniru seperti pln, ttng pemberitahuan pemadaman listrik. Kita pengen membuat informasi semacam itu, yg bisa di broadcast di group wa, line ig, dllini sebuah konsep yang simpel.dan untuk kedepanya lagi kita akan bikin wes seris di pasar kakilangit.

4. **Seberapa penting dan efektif peran Instagram dan Twitter dalam mempromosikan?** efektif, kita pernah survei. Namun untuk data pengunjung, misal mereka tahu tempat ini dari mana kita belum survei sejauh itu, baru sebatas mengirakira melihat range umur pengunjung yang datang saja. Menurut kita, banyak yang kepo akan hastag yang sering tranding di twitter terus mereka mention temannya untuk menanyakan tentng hastag tersebut. Pernah tanya tanya ke beberapa pengunjung yang datang, bisa tahu tempat ini dari mana ? kebanyaka tahu tempat ini dari medsos IG. namun semenjak kita tranding di twitter dan viral di ig kita juga masuk ke media maistrem, diliput di media tv. Karena sering tranding setiap minggu di twitter dulu pernah diliput oleh indosiar dan net tv. Jadi pelanggan yang bisa dibilang sudah tua itu mereka tahu dari tv, namun kalo yang mudamuda itu mereka tahu dari ig. Menurut kita efektif namun untuk membuktikannya secara nyata harus melalui survei yang mendalam, namun kita meyakini bahwa itu efektif karena kita lihat dari jumlah pengunjung yang ada di awal tahun 2018 hingga pertengahan tahun itu dulu fluktuatif dikisaran angka 1500-2000 an pengunjung setiap bulannya, namun saat ini grafiknya sudah naik terus. memiliki jangkauan luas.

5. **Bagaimana proses pemasaran melalui Instagram dan Twitter yang dilakukan oleh Genpi Jogja?** Untuk promosi ya kita kayak yang sudah saya bilang, jadi ya kita coba terus menginformasikan destinasi itu, melalui twitter ig, fb, blog. Kita bikin konten semenarikmungkin supaya orang di medsos itu ya tertarik untuk datang ketempat ini.
6. **Bagaimana soal targeting, Apakah ada target dari kalangan tertentu?** Untuk promosi yang kita lakukan targeting ke generasi milenial yang memakai sosmed karena memang kita nyasarinya di media sosial..
7. **Mengapa Genpi Jogja memilih target sasaran tersebut?** karena sesuai dengan pemanfaatan media sosial atas arahan bapak menteri, dan yang paling banyak yang menggunakan medsos ini ya anak-anak muda, walaupun tidak dipungkiri banayak juga orang tuannya.
8. **Bagaimana upaya dari Genpi Jogja/ untuk merealisasikan tujuan tersebut.** Ya kita coba merealisasikan targeting ini dengan melihat trend yang menarik/ supaya orang berkunjung kesana itu berkesan, ya kita mencoba menghadirkan wahana spot foto foto selfi gitu. Kita buat unik lah untuk pasarnya.
9. **kenapa menggunakan twitter dan apaManfaat Tranding topik twitter ?**  
 bisa dilihat orang banyak, berdasar arahan tim koordinator genpi jogja dulu, tranding topik twttr bisa mempengaruhi opini pembaca/ pengguna, konten bisa mudah di cari. Maksudnya misal dia tranding, jadi audiens biasanya kepo karena banyak orang membicarakan konten tersebut, nah hal ini berdampak pada orang yang semula kepo akan menjadi semakin kepo dan akan membuat orang ingin ke sana (kakilangit). Pada intinya manfaat tranding twitter dapat menggiring opini publik pengguna twitter. Pada saat ini banyak media tv pada mencari berita di sosmed nah salah satunya dari tranding tweet.
10. **Adakah anggaran khusus dari Genpi Jogja terkait dengan upaya promosi Desa Wisata?** Untuk danya selama ini kita sukarela, karena ya

kita beli paketan internet ya beli sendiri. Karena ya kerja kita membantu mempromosikan lewat genggaman(hp) saja, paling ya hanya butuh koneksi internet. Dan sedikit waktu luang.

11. **Bagaimana cara Genpi Jogja membuat konten yang akan di upload di IG maupun Twitter ?** ada kriteria konten yang mesti di perhatikan untuk bahan promosinya. Jadi ya kita memang ada kurasi dahulu, misal untuk foto kita sebisa mungkin menampilkan keramaian, keseruan yang ada di pasar itu, masa iya foto sepi mau di tampilkan untuk promosi, ya kita gimana caranya orang melihat itu jadi penasaran, tertarik. Nah gitu perlunya kurasi, yang mengkurasi ya kordinator masing masing jodesk, kalo foto yan koor foto, narasi ya koor narasi, kita juga memperhatikan tema storytelling dalam membuat konten promosi ini. Misal di minggu pertama kita angkat tema makanan, jadi itu kita nonjolin foto foto makanan yang ada di situ. Minggu depannya lagi angel dari pedagangnya, jadi setiap minggunya ada temanya sendiri sendiri.
12. **Dalam pembuatan konten apakah memperhatikan *Feedback* yang ditimbulkan ?** iya, pasti kita mencari interaksi, mencari konten yang membuat penasaran yang ada di media sosial
13. **Dalam memposting konten, apakah memperhatikan waktu pemostingan ? misal terjadwal atau bagaimana.** dulu Di twitter setiap minggu selalu trending topic, kalo di ig setiap hari satu uploadan konten di ig. Nah dan setiap 2 minggu sekali ada konten video yang di unggah
14. **Jika iya, mengapa perlu memperhatikan waktu memposting konten.** Untuk postingan Ig dan Twitter kita menggunakan waktu golden hour kita menyebutnya. Biasanya kita posting itu kalo ngga jam pagi jam 8-9, siang jam istirahat, dan sore/ malam jam jam 6 sore sampai am 9. Itu menurut mentor kami itu waktu yang efektif untuk memposting di medsos.
15. **Berapa konten yang di unggah pada Instagram dalam satu hari? untuk targetnya dan yang disarankan.** Target dari kita ya sehari 1 kali sih, namun yang terjadi di lapangan yaa kita update postingan

menjelang hari sabtu dan minggu gitu, misal hari kamis, jumat dan minggu.

**16. Apa saja isi konten yang digunakan untuk melakukan promosi di**

**Instagram?** Untuk kontennya ya kita biasanya foto foto situasi pasar, aneka jajanan yang ada di sana dan pengunjung juga sering kita jadikan sebagai konten bahan uploadan. Biasanya di foto tersebut di edit di kasih tulisan tulisan gitu, kayak ajakan, jam hari tanggal dan tempat gitu.

**17. Tools apa saja yang anda gunakan pada instagram? Semisal**

**instagram tv atau yang lainnya?** Kita menggunakan fitur bisnis, sekarang Ig sudah semakin mendukung untuk pengembangan bisnis. Jadi di profile model bisnis ini kita bisa mengetahui seberapa jauh jangkauan postingan kita. Range usia foloowr dan domisilinya. Kalo ig tv kita pernah pake, tapi belum di maksimalkan, kita baru sebatas menggunakan ig story dan postingan

**18. Apakah Genpi Jogja melakukan kegiatan beriklan dalam**

**mempromosikan produknya? Kapan biasanya melakukan kegiatan beriklan? Mengapa memilih beriklan dalam melakukan kegiatan promosi?** Yang jelas untuk promosi di Ig maupun Twitter itu tidak ada yang berbayar, kita murni memanfaatkan keberadaan pengguna medsos yang lumayan banyak.

**19. Apa Hambatan yang dihadapi selama melakukan kegiatan**

**promosi?** Ya namanya saja kita komunitas, dan anggotanya beragam usia, dari sma sampai yang sudah kerja, mereka mempunyai kesibukan sendiri sendiri, nah untuk menyatuakan waktu yang pas ini yang lumayan susah, tapi kalo sejauh ini sudah ada solusi untuk masalah masalah ini. Belum ada basecamp juga, sering binggung buat ngadain kumpul rapat

**20. Apakah sudah efektif kegiatan promosi yang dilakukan?** Se jauh ini

ya sukses menurut kita, sudah efektif, walaupun kita belum melakukan survei mendalam tentang datas pengunjung, merka tau tempat ini dari mana segala macamnya, tapi untuk di media sosialnya kita bisa

melihatnya dari kita bisa menangkapnya dari impresi di twitter, lalu kalo di ig kita bisa lihat insight. tap kalo kesukseanya ki menggiring untuk kesana kita belum mempunyai data yang komplit, namun bisa di lihat dari jumlah pengunjung .

21. **Apakah ada pemasaran mulut ke mulut yang dilakukan oleh Genpi jogja?** Mengapa? Kalo itu ya kita sebatas cerita ke teman teman saja sih, tidak langsung promosi, namun untuk di media sosial banyak yang saling mention ke temannya, tinggal bagai mana kita lebih aktif saja dalam menanggapi netizen dan juga bagaimana kita membuat caption semenarik/ interaktif gitu.

22. **Terkait dengan promosi yang sudah dilakukan, adakah evaluasi mengenai promosi tersebut?**ya ada tapi Cuma sebatas kita rapat saja, misal kayak yang seharusnya memposting setiap hari namun hanya di posting menjelang hari h kamis jumat. Dan ada lagi kita juga sering melihat/evaluasi follower ig maupun twitter kiata analisis apakah ada penambahan foloowers atau pun malah kurang followernya, nah itu kita juga sering memperhatikan hal tersebut untuk bahan evaluasi setiap minggunya.

Untuk upaya menambah followrs upaya yang kita lakukan dengan konsisten dalam memposting, dan memperhatikan waktu pemosting(golden hour),

23. **Bagaimana cara Genpi jogja mengukur hasil promosi yang telah dilakukan?** Belum kami ukur mendalam, hanya sebatas pengamatan di lapangan, dan beberpakali sempat berbincang bincang dengan pengunjung

Wawancara / data yang di temui dilapang selama mengikuti aktifitas Genpi Jogja

Kita di twitter memaksimalkan fitur tranding topic, dan di ig menggunakan posting dan insta story

1. Pengelolaan medsos oleh genpi, supaya menyebar luas/ tranding ? Kita mengadakan kela kelas media sosail gimana caranya supaya tranding karena itu ada rumusnya, tidak sembarangan, nah jadi kita ada tim yang namanya buzzer. Tim nantik akan di koordinatori sya sndiri, nahh supaya bisa tranding kita menentukan kesepakatan diawal dhulu, misa kita mau trandingkan konten jamberapa. Kita harus kompak itu. Jadi misal jam 4 sore nih kita mau trandingkan sesuatu, sebelum jam 4 itu tidak ada yang boleh memakai hastag/ ngetweet menggunakan hastag yang akankita trandingkan. Jadi memang harus serentak bareng bareng sesudah jam 4 ngetweet dengan hastag tersebut dan sebelumnya koordinator sudah mempersiapkan bahan bahan/ konten yang akan di viralkan dan di share ke group buzzer.
2. Nah untuk ig. Kita nyebut ada namanya itu golden hour. Jadi admin kalau meng upload konten harus di jam jam golden tersebut misal pagi dari jam 7-8, jam makan siang, dan sore mulai dari jam 6 sore sampai jam 9. Lalu kita juga memaksimalkan fitur

wawancara terhadap pengunjung.

Amri dan widya

1. Apa alasan Anda berkunjung Dewi KL? Kita penasaran aja, kemarin lihat di ig, kok ada pasar kayak yang di papringan temanggung/ di ajak amri
2. Bagaimanakah menurut Anda promosi yang dilakukan Genpi Jogja/ Dewi KL, menarik/ bagaimana? Kalo yg saya lihat sih ya lumayan bagus mas, tp monoton
3. Dari media apakah Anda tau keberadaan Dewi KL? Dari instagram
4. Menurut Anda apakah yang paling berkesan dalam kunjungan ke Dewi KL? Konsep tempatnya mas
5. Menurut Anda apakah yang perlu ditingkatkan dalam promosi wisata Dewi KL oleh genpi di media sosial? Udah bagus sih mas, pertahankan aja postinganya di feed ig juga menarik kok.

Ahsan dan yeni

1. Apa alasan Anda berkunjung Dewi KL? Mampir mas, sarapan kita sebelum kepinus
2. Bagaimanakah menurut Anda promosi yang dilakukan Genpi Jogja, menarik/ bagaimana? No komen. Nggak paham saya mas.
3. Dari media apakah Anda tau keberadaan Dewi KL? Kalo kesini yg sekarang ini emg mau kepinus mamoir sini dulu mas, tapi aku pernah liat ini di instagram
4. Menurut Anda apakah yang paling berkesan dalam kunjungan ke Dewi KL? Gudeg manggarnya enak mas
5. Menurut Anda apakah yang perlu ditingkatkan dalam promosi wisata Dewi KL oleh genpi di media sosial ? apa ya.. lumayan lah. Eh tapi nggak paham saya mas hahaha

Indri, indah, ..., bety

1. Apa alasan Anda berkunjung Dewi KL? Mau penelitian mas/ ngikut/diajak
2. Bagaimanakah menurut Anda promosi yang dilakukan Genpi Jogja/ Dewi KL, menarik/ bagaimana? Sudah bagus mas, tinggal sering sering upload aja mungkin mas
3. Dari media apakah Anda tau keberadaan Dewi KL? Kemarin saya di kasih tau tmn, terus saya buka instagramnya mas/instagram/baru tau/
4. Menurut Anda apakah yang paling berkesan dalam kunjungan ke Dewi KL? Suasannya mas kayak di jaman dulu seting lokasinya
5. Menurut Anda apakah yang perlu ditingkatkan dalam promosi wisata Dewi KL oleh genpi di media sosial? Ditingkatkan promosinya mungkin biar semakin rami aja, di pertahankan saja keajegannya (konsisten)/no coment

Dewi dan irwan

1. Apa alasan Anda berkunjung Dewi KL? Memang mau kesini di kasih tau tmn, kmrn di DM sm temenlewat IG
2. Bagaimanakah menurut Anda promosi yang dilakukan Genpi Jogja/, menarik/ bagaimana? Yaa menarik sih, tapi aku orang bantu kok nggk tau ya hahaha
3. Dari media apakah Anda tau keberadaan Dewi KL? Saya malah di kasih tau tmn saya yang ada di surabaya, dia tau dari IG terus di kirim ke saya. Saya disuruh cek . yaudah saya kesini
4. Menurut Anda apakah yang paling berkesan dalam kunjungan ke Dewi KL? Kesederhanaannya tempat ini, orangnya ramah, jajan pakai uang koin ini keren menurut saya
5. Menurut Anda apakah yang perlu ditingkatkan dalam promosi wisata Dewi KL oleh genpi di media sosial? kalo tak kepoin kemarin sih lumayan komplit informasinya, ya semoga bisa di pertahankan aja mas,