

# LAMPIRAN

## **Pedoman Wawancara**

### **A. Profil Pengelola Kalibiru**

1. Bagaimana struktur organisasi kepengelolaan?
2. Bagaimana sejarah berkembangnya destinasi wisata Kalibiru?
3. Bagaimana deskripsi geografis objek wisata kalibiru?
4. Bagaimana perkembangan objek wisata Kalibiru sejak pertama dibuka?
5. Berapa rata-rata jumlah kunjungan per bulan dan per tahun?
6. Apakah pengelola Kalibiru memanfaatkan instagram sebagai media promosi sejak pertama kali Kalibiru dibuka?

### **B. Perencanaan Promosi Online melalui Instagram**

1. Mengidentifikasi target audiens
  - a. Sebelum membuat program promosi apakah pengelola terlebih dahulu mengidentifikasi siapa target audiens yang akan menjadi sasaran promosi?
  - b. Bagaimana metode identifikasi tersebut?
2. Menentukan tujuan aktivitas promosi
  - a. Apa tujuan dari program promosi Kalibiru yang dilakukan dengan memanfaatkan media Instagram?
  - b. Apa saja faktor-faktor yang melatarbelakangi tujuan promosi tersebut?

3. Mengembangkan perencanaan media

- a. Mengapa pengelola Kalibiru menggunakan Instagram sebagai salah satu media promosi?
- b. Apa saja kelebihan media sosial Instagram yang dapat dimanfaatkan pengelola kalibiru dalam penggunaan Instagram sebagai media promosi?  
Bagaimana proses pengelolaan akun @wisatakalibiru sebagai alat promosi?

4. Merancang pesan

Bagaimana pesan yang selama ini telah dirancang dan disampaikan kepada audiens?

5. Pelaksanaan promosi

- a. Bagaimana proses pelaksanaan aktivitas promosi yang selama ini telah berjalan?
- b. Bagaimana proses pengelolaan akun @wisatakalibiru sebagai alat promosi?

6. Proses evaluasi

- a. Apakah Kalibiru pernah melakukan survey tentang efektifitas program promosi yang selama ini telah dijalankan?
- b. Bagaimana proses pengukuran atau evaluasi hasil pelaksanaan promosi?
- c. Apa saja kendala yang dihadapi selama pelaksanaan promosi?

- d. Apakah hasil penggunaan Instagram sebagai media promosi telah memberikan hasil yang signifikan?
- e. Apakah hasil yang dicapai sesuai dengan target atau harapan pengelola kalibiru?

### **C. Pemanfaatan fitur-fitur yang tersedia di Instagram**

- a) *Followers* (pengikut): Berapa Jumlah *follower* akun resmi Kalibiru?
- b) *Upload* foto (mengunggah foto): Bagaimana strategi pengelola Kalibiru dalam mengunggah foto?
- c) Kamera: Apakah pengelola Kalibiru juga memanfaatkan fitur kamera yang disediakan Instagram?
- d) Efek Foto: Apakah fitur efek foto yang disediakan Instagram memberikan manfaat yang dibutuhkan?
- e) *Arroba*: Bagaimana strategi pengelola dalam memanfaatkan fitur *arroba*?
- f) *Geotagging*: Bagaimana pemanfaatan fitur Geotag yang selama ini dilakukan?
- g) Jejaring Sosial: Bagaimana strategi pengelola Kalibiru menyebarkan konten promosi kepada khalayak media sosial lain seperti Facebook atau Twitter?
- h) Tanda suka (*like*): Berapa rata-rata jumlah like yang didapat akun IG Kalibiru setiap kali konten promosi diunggah?

**Transkrip wawancara dengan pengelola Wisata Alam Kalibiru:**

- 1) Sebelum membuat program promosi apakah pengelola terlebih dahulu mengidentifikasi siapa target audiens yang akan menjadi sasaran promosi?**

*Kalau upload itu yang penting dilihat banyak orang aja, belum ada menentukan siapa yang ditargetkan seperti itu.*

- 2) Apa tujuan dari program promosi Kalibiru yang dilakukan dengan memanfaatkan media Instagram?**

*Untuk membantu mempromosikan mba karena mereka masing-masing pegang akun Instagram, mungkin mereka berkunjung dan mereka memosting foto mereka di tempat yang mereka kunjungi seperti itu mereka ikut mempromosikan, kan kalau pengunjung upload foto di tempat yang belum pernah mereka kunjungi menjadi suatu kebanggaan tersendiri bagi mereka.*

- 3) Mengapa pengelola Kalibiru menggunakan Instagram sebagai salah satu media promosi?**

*Soalnya waktu itu Instagram lagi booming*

**4) Bagaimana strategi Bapak supaya Kalibiru atau postingan Kalibiru di IG jadi viral?**

*Kita juga pernah menerapkan strategi setiap karyawan diminta untuk posting, kan masing-masing punya Instagram, sehari posting satu gitu. Memang tidak ada perencanaan harus begini gitu tidak, dan mereka respon.*

**5) Apa bapak pernah menggunakan *paid promote*?**

*Belum mba, belum pernah.*

**6) Apa bapak pernah memanfaatkan atau bekerjasama dengan akun yang memiliki banyak *follower*?**

*Belum juga.*

**7) Bagaimana pesan yang selama ini telah dirancang dan disampaikan kepada audiens?**

*Ya kalau pas lagi mau posting, edit foto pakai efek Instagram terus upload gitu aja.*

**8) Apakah semua postingan menggunakan *caption* dan *hashtag*?**

*Ya gak semua mba, gak selalu pakai, tapi ya sering pakai juga.*

**9) Bagaimana proses pelaksanaan aktivitas promosi yang selama ini telah berjalan?**

*Ya kalau pas lagi malas ya gak upload mba, kalau pas lagi mau upload ya upload.*

**10) Kalibiru pernah melakukan survei tentang efektifitas program promosi yang selama ini telah dijalankan?**

*Belum, belum pernah mba.*

**11) Bagaimana proses pengukuran atau evaluasi hasil pelaksanaan promosi?**

*Selama ini belum ada evaluasi khusus mba.*

**12) Apa saja kendala yang dihadapi selama pelaksanaan promosi?**

*Kita disini SDM nya masih kurang mba, masih terbatas, ya maklum orang desa mba.*