

Lampiran

Transkrip Wawancara

Survei Pra Penelitian

Narasumber: Rudi Rochmansyah selaku Race Director Event Rinjani 100

Waktu: Jumat, 22 Juni 2018 pukul 14.00 – 15.00

Tempat: Wawancara Via Telepon

Keterangan:

P : adalah pertanyaan yang disampaikan oleh peneliti

J : adalah jawaban yang disampaikan oleh narasumber

P : Pertama saya ucapkan terimakasih atas waktunya pak, sudah bersedia untuk saya wawancarai. Perkenalkan pak, nama saya Annisa Rizkia mahasiswi Ilmu Komunikasi UMY konsentrasi Public Relations angkatan 2013. Kebetulan saya sekarang sedang mengerjakan skripsi dan saya tertarik untuk menggunakan event Rinjani 100 untuk menjadi objek penelitian saya, karenanya saya perlu wawancara dengan bapak mengenai penelitian saya ini. Untuk mempersingkat waktu, langsung saja ya pak, saya sampaikan pertanyaan saya, mungkin pertama bapak bisa perkenalkan diri bapak dulu.

J : Oh iya, perkenalkan saya Rudy Rochmansyah, saya adalah pengurus salah satu pengurus FOneSport Indonesia yang bertanggung jawab untuk event Rinjani 100. Saya telah menjadi penanggungjawab event Rinjani 100 sejak tahun 2016.

P : Bisakah dijelaskan apa itu event Rinjani 100?

J : Rinjani 100 merupakan sebuah event balap lari lintas alam atau yang lebih dikenal dengan sebutan ultra-trail. Event ultra-trail sendiri dalam bahasa gampangnya itu adalah lari marathon lintas alam, tetapi dengan lintasan yang ekstrem seperti di gunung dan di gurun.

P : Apa tujuan diadakannya event Rinjani 100?

J : Tujuan dadakannya event Rinjani 100 ini adalah untuk mengenalkan olahraga ultra-trail kepada masyarakat Indonesia, karena olahraga ultra-trail ini sendiri merupakan sebuah olahraga yang masih jarang diketahui oleh masyarakat Indonesia. Selain itu event Rinjani 100 ini diadakan juga untuk lebih mengenalkan alam Indonesia khususnya Gunung Rinjani kepada masyarakat mancanegara.

P : Sudah berapa kali event Rinjani 100 diadakan?

J : Event Rinjani 100 sendiri sudah mulai diadakan dari tahun 2013, namun pada awalnya event ini bernama Mount Rinjani Ultra. Yang lalu pada tahun 2016 berganti nama menjadi Rinjani 100 dan juga berganti kepengurusan.

P : Apa saja syarat untuk mengikuti event Rinjani 100?

J : Syarat untuk mengikuti event Rinjani 100 yang paling penting adalah sehat jasmani dan rohani, selain itu juga telah mempunyai pengalaman dalam olahraga marathon sebelumnya. Selain itu peserta juga diwajibkan telah berumur minimal 18 tahun dan maksimal 60 tahun.

P : Berapa jumlah peserta yang mengikuti event Rinjani 100 tahun 2018?

J : Pada tahun 2018 jumlah peserta event Rinjani 100 sebanyak 1.165 orang peserta. Jumlah ini meningkat sekitar 50% dari pada tahun sebelumnya yang hanya 505 orang peserta

P : Siapa penyelenggara event Rinjani 100? Dan bagaimana cara pembentukan panitia kepengurusan event Rinjani 100?

J : Penyelenggara event Rinjani 100 adalah FOneSport Indonesia yang merupakan sebuah perusahaan berbadan hukum PT yang didirikan oleh Hendra Wijaya, yang merupakan seorang atlit ultra-trail. Pembentukan panitia event Rinjani 100 dilakukan oleh Pak Hendra Wijaya selaku pengagas event dan juga

memilih saya sebagai anggota dari FOneSport Indonesia sebagai penanggungjawab event dan menyerahkan kepanitian kepada saya. Panitia yang saya pilih lebih banyak berdomisili di Lombok karena hal ini dapat memudahkan panitia untuk melakukan koordinasi kepada pemerintah daerah dan masyarakat.

P : Dalam pelaksanaan promosinya, media apa saja yang digunakan oleh FOneSport Indonesia untuk mempromosikan event Rinjani 100?

J : Media promosi yang kami gunakan itu banyak dan bervariasi ya, diantaranya ada baliho, pamphlet, umbul-umbul, vidiotron, jumpa pers, lalu ada juga promosi yang dilakukan lewat sosial media seperti Facebook, Instagram, Youtube, dan Twitter.

P : Bagaimana cara menentukan media promosi dan cara pengelolaannya?

J : Cara kita menentukan media promosi sebenarnya hanya melihat dari trend saja, misalnya promosi menggunakan sosial media itu, kan sekarang banyak yang menggunakan sosial media untuk mencari informasi jadilah kita buat juga. Sedangkan untuk yang baliho, pamphlet, umbul-umbul, vidiotron dan jumpa pers itu kita didukung oleh pemerintah daerah, khususnya Dinas Pariwisata Provinsi NTB, jadi mereka yang menyediakan.

P : Apa ada dampak dari event Rinjani 100 untuk peningkatan kunjungan ke Lombok, khususnya Gunung Rinjani?

J : Kalau untuk peningkatan kunjungan pasti ada ya, melihat jumlah peserta event tahun ini yang mencapai angka seribu orang lebih.

P : Efektifkah event ini dengan tujuan yang diharapkan?

J : Kalau menurut saya udah efektif karena kan tujan diadakannya event Rinjani 100 ini adalah untuk mengenalkan olahraga ultra-trail kepada masyarakat Indonesia dan jumlah peserta yang berasal dari Indonesia saja berjumlah 578 orang peserta, dan sisanya adalah peserta mancanegara.

Transkrip Wawancara

Penelitian

Narasumber: Hendra Wijaya selaku Pengagas Event Rinjani 100

Waktu: Selasa, 03 Juli 2018 pukul 10.00 – 11.00

Tempat: Wawancara Via Telepon

Keterangan:

P : adalah pertanyaan yang disampaikan oleh peneliti

J : adalah jawaban yang disampaikan oleh narasumber

P : Pertama saya ucapkan terimakasih atas waktunya pak, sudah bersedia untuk saya wawancarai. Perkenalkan pak, nama saya Annisa Rizkia mahasiswi Ilmu Komunikasi UMY konsentrasi Public Relations angkatan 2013. Kebetulan saya sekarang sedang mengerjakan skripsi dengan judul Strategi Promosi Event Rinjani 100 Tahun 2018 Melalui Media Sosial Instagram, karenanya saya perlu wawancara dengan bapak mengenai penelitian saya ini. Untuk mempersingkat waktu, langsung saja ya pak, saya sampaikan pertanyaan saya, mungkin pertama bapak bisa perkenalkan diri bapak dulu.

J : Baik, perkenalkan saya Hendra Wijaya, saya adalah pengagas event Rinjani 100 dan juga pendiri FOneSport Indonesia. Saya adalah seorang atlit ultra trail.

P : Bagaimana awal terbentuk dan terselenggaranya event Rinjani 100?

J : Awal terbentuknya event Rinjani 100 ini adalah ketika saya dulu sempat jatuh dan mengalami patah tulang di tangan, lalu untuk menjaga kebugaran saya melakukan olahraga lari, jadi lama-kelamaan saya jadi kecanduan berlari sehingga saya jadi sering mengikuti marathon dan ultra-trail di luar negeri. Setelah itu saya kepikiran kenapa tidak membuat saja event ultra-trail di dalam negeri, toh keadaan alam di Indonesia juga termasuk kedalam alam ekstrim yang dimana sangat cocok untuk event ultra-trail. Maka dari itulah saya mulai membuat event ultra-trail, salah satunya adalah event Rinjani 100 ini.

P : Siapa target sasaran event Rinjani 100?

J : Target sasaran untuk event Rinjani 100 adalah masyarakat Indonesia dan mancanegara yang berusia minimal 18 tahun dan maksimal 60 tahun, yang memiliki kesiapan dan kesehatan fisik dan mental yang baik.

P : Apa tujuan FOneSport Indonesia melakukan promosi event Rinjani 100?

J : Tujuan promosi untuk event Rinjani 100 adalah ingin lebih mengenalkan olahraga ultra-trail kepada masyarakat Indonesia, karena olahraga ini merupakan sebuah olahraga yang asing bagi masyarakat Indonesia. Dan juga

kami bertujuan untuk mengenalkan keindahan alam dengan cara yang berdeda Indonesia khususnya Gunung Rinjani kepada masyarakat mancanegara.

P : Bagaimanakah cara yang digunakan FOneSport Indonesia dalam menarik minat target sasaran?

J : Cara yang kami gunakan untuk menarik minat target sasaran adalah dengan menggunakan periklanan, melakukan potongan harga untuk biaya mengikuti event, dan juga melakukan komunikasi yang baik dengan target sasaran melalui media sosial.

P : Media apa saja yang digunakan dalam melakukan promosi event Rinjani 100?

J : Kita sekarang sedang focus untuk menggunakan media sosial sebagai media promosi utama, selain itu kita juga tetap menggunakan media tradisional seperti baliho, pamphlet, umbul-umbul, vidiotron, pers realese dan sebagainya.

P : Apa alasan FOneSport Indonesia menggunakan platform media sosial sebagai media promosi?

J : Karena media sosial saat ini sedang banyak digunakan oleh masyarakat, bahkan sekarang tidak ada yang tidak punya media sosial kan, ole karena itu kita juga memanfaatkannya sebagai media promosi utama.

P : Media sosial apa saja yang digunakan untuk melakukan promosi event Rinjani 100?

J : Untuk media sosial kita hamper semua punya ya, Facebook, Instagram, Youtube, Twitter semua kita punya. Cuman sekarang ini kita lebih memfokuskan promosi di Instagram, karena sekarang orang-orang kebanyakan pakai Instagram sebagai media sosial utamanya.

P : Mengapa memilih instagram sebagai media promosi?

J : Ya, seperti yang saya jelaskan tadi, karena Instagram sekarang ini banyak penggunanya, dan dijadikan media sosial utama. Jadi kita melihat peluang yang lebih besar kalau melakukan promosi melalui Instagram

P : Bagaimana bentuk promosi yang dilakukan melalui media sosial instagram?

J : Bentuk promosi kita itu macam-macam ya, kalau di Instagram itu kita pakainya akun Instagram Bisnis yang dimana memudahkan kita untuk melakukan promosi, nanti Instagram yang atur mana nih posting-an kita yang berpotensi besar dilihat oleh target sasaran kita, maka itu yang kita pilih untuk promosi. Selain mudah, Instagram juga termasuk murah dalam biaya promosinya.

P : Bagaimana cara memanfaatkan instagram sebagai media promosi event Rinjani 100?

J : Cara memanfaatkannya dengan itu tadi kita melakukan iklan dengan postingan yang disaranka oleh Instagram, selain itu kita juga mengadakan

kontes foto yang berhadiah tiket entri untuk rute mana saja yang diinginkan pemenang. Kontes foto ini juga diadakan untuk meningkatkan “lalu lintas” postingan kita di akun-akun Instagram yang tertarik dengan olahraga ultra-trail ataupun dengan gunung, khususnya gunung Rinjani.

P : Sejauh mana kemampuan interaktif marketing atau admin akun instagram dalam mempromosikan event Rinjani 100?

J : Untuk interaksi yang ada sih sudah cukup baik ya, kita berusaha semaksimal mungkin untuk menjawab pertanyaan yang diajukan di Instagram kita dan juga kita berusaha untuk selalu memberikan informasi yang update kepada target sasaran.

P : Seberapa penting komunikasi di setiap caption atau komentar target sasaran di instagram? Bagaimana bentuk komunikasi dengan target sasaran di instagram?

J : Sangat penting ya, dikarenakan caption di Instagram itu juga menentukan bagaimana diskusi di kolom komentar dimulai. Tapi karena kita belum memiliki admin khusus untuk membuat caption yang sangat menarik dan mengurus akun Instagram secara penuh, jadinya kita berusaha semaksimal mungkin sesuai dengan kemampuan kita saja. Bentuk komunikasi yang kita lakukan sih sebisa mungkin dua arah ya, yang dimana seperti yang saya

jelaskan tadi kita berusaha untuk menjawab pertanyaan yang diajukan oleh followers kita.

P : Bagaimana peran target sasaran dalam membantu FOneSport Indonesia dalam mempromosikan event Rinjani 100 melalui sosial media? Apa saja bentuk peranan itu?

J : Sangat berperan penting ya, dikarenakan Instagram itu media interaktif ya, jadi kita sebisa mungkin meningkatkan minat followers untuk men-share postingan kita dan kita berusaha juga agar target sasaran dapat menandai akun instagram Rinjani 100 agar “lalu lintas” nya tadi dapat tersebar dengan lebih luas.

P : Apakah ada peningkatan jumlah peserta event setelah menggunakan instagram sebagai media promosi?

J : Ada. Sangat ada malahan. Karena kita baru mulai buat akun Instagram itu tahun 2017 ya, dan mulai melakukan promosi di Instagram itu untuk event Rinjani 100 tahun 2018, dan lihat sendiri hasilnya, jumlah peserta event Rinjani 100 tahun 2018 itu meningkat sekitar kurang lebih 50% dari tahun sebelumnya.

P : Apakah promosi yang selama ini dijalankan sesuai dengan target yang ingin dicapai dalam melakukan kegiatan promosi?

J : Untuk sekarang sih saya rasa sudah sesuai ya. Karena kita target sasarannya adalah masyarakat luas jadi Instagram itu sangat membantu untuk melakuakn promosi yang dapat menjangkau seluruh dunia dengan cepat.

P : Berapa besar anggaran FOneSport Indonesia untuk mempromosikan event Rinjani 100?

J : Untuk anggara promosi itu kita tidak tentu ya setiap tahunnya. Jadi saya tidak bisa menyebutkan angka secara pastinya berapa. Yang jelas kita mengikuti kebutuhan aja setiap tahunnya.

P : Apakah dengan anggaran promosi tersebut sudah mencapai target yang diharapkan?

J : Sejauh ini sih saya rasa sudah bisa mencapai targetnya ya, dilihat dari peningkatan jumlah peserta yang signifikan dari tahun lalu sebelum kita melakukan promosi di Instagram.

P : Apa saja hambatan yang terjadi dalam kegiatan promosi yang dilakukan?

J : Sejauh ini sih belum ada hambatan apapun ya, kita masih merasakan manfaat dari kegiatan promosi melalui Instagram.

P : Bagaimana evaluasi yang dilakukan oleh FOneSport Indonesia dalam kegiatan promosi?

J : Untuk evaluasi kita belum ada evaluasi khusus untuk promosi, paling kita hanya evaluasi secara menyeluruh saja seluruh kegiatan event nya. Karena untuk evaluasi khusus untuk promosi kita sering terhalang jarak dan waktu, karena sebagian besar panitia event Rinjani 100 adalah orang kantoran yang juga sibuk, selain itu penanggung jawab event Rnjani 100 juga berdomisili di Jakarta sehingga sulit untuk evaluasi promosi secar khusus.

Transkrip Wawancara

Penelitian

Narasumber: Mia Mayanti selaku Peserta Event Rinjani 100

Waktu: Selasa, 20 Juni 2018 pukul 15.00 – 15.45

Tempat: Wawancara Via Telepon

Keterangan:

P : adalah pertanyaan yang disampaikan oleh peneliti

J : adalah jawaban yang disampaikan oleh narasumber

P : Pertama-tama, perkenalkan saya Annisa Rizkia mahasiswi Ilmu Komunikasi UMY angkatan 2013, terimakasih mba Mia telah bersedia untuk saya wawancarai sebagai narasumber ya. Jadi begini, saya sedang mengerjakan skripsi saya yang berjudul Strategi Promosi *Event Rinjani 100 Tahun 2018* Melalui Media Sosial Instagram. Nah kebetulan saya melihat posting an mba Mia di Instagram yang menandai akun Instagram event Rinjani 100, oleh karena itu saya ingin mewawancarai mba Mia sebagai narasumber saya.

J : Oiya mba, saya memang sempat ikut berpartisipasi di event Rinjani 100 tahun 2018 dan sempat posting foto juga di IG. Iya mba, sama-sama, jadi gimana mba?

P : Saya langsung Tanya-tanya aja ya mba Mia, jadi awalnya itu bagaimana sih sampai mba Mia bisa tahu tentang event Rinjani 100 ini?

J : Awalnya itu tahu dari komunitas sih ya, karnakan saya tergabung dalam komunitas Runjani yang merupakan komunitas pelari marathon yang ada di Lombok, jadi dapet informasi event Rinjani 100 dari sana mba.

P : Obegitu mba, terus dapet informasi apa saja mba dari komunitas Runjani tersebut soal event Rinjani 100 ini?

J : Ya, informasi biasa mba, kaya kapan waktu pelaksanaannya, tempat pendaftaranya, rutenya ada berapa aja, ya kaya gitu-gitu sih mba.

P : Terus setelah tahu soal event Rinjani 100 ini, mba Mia mulai cari tau lebih lanjut ga tentang eventnya, cari informasi selain dari komunitas?

J : Oiya mba kalau itu, saya juga mulai cari-cari sosial medianya Rinjani 100, kaya IG sama FB nya gitu-gitu, karna kan sekarang paling mudah cari informasi apa-apa itu lewat IG sama FB ya, jadi saya caranya langsung ke dua sosial media itu.

P : Setelah cari tahu tentang dan ketemu sosial medianya, mba Mia langsung mem-follow akun sosial media tersebut?

J : Iya mba, langsung saya follow, soalnya kan biasanya kalau event-event begitu update nya ya lewat sosmed jadi saya follow biar ga ketinggalan info.

P : Nah, setelah itu mba Mia dapat informasi tambahan tidak soal event Rinjani 100 ini?

J : Ada beberapa informasi tambahan yang langsung saya dapet, kaya informasi perubahan rute yang 60Km sama 100Km itu, itu kan penting banget ya kalau misalkan mau ikutan event-event kaya gini, biar ga salah-salah juga nanti pas hari H nya.

P : Terus bagaimana menurut mba Mia tentang sosial media yang dimiliki oleh event Rinjani 100 ini, terutama Instagramnya?

J : Kalau untuk sosial media yang dimiliki sih sudah cukup oke ya, cukup update untuk meberikan informasi. Tapi sayangnya setelah event kemarin sosmednya Rinjani 100 tu jadi jarang update lagi ya, kaya mati suri gitu, ramanya pas eventnya aja. Jadinya kadang susah juga kalau mau nyari info-info terbaru, apalagi kan eventnya tiap tahun itu ga selalu sama bulan pelaksanaanya, jadi harus rajin-rajin diliat IGnya biar ga ketinggalan.

P : Ogitu ya mba, kalau untuk konten foto yang diunggah ke akun Instagram event Rinjani 100 sendiri menurut mba gimana?

J : Kalau untuk postingan kaya foto-foto gitu sudah cukup menarik ya, cuman ya kaya kurang kreatif aja, karna yang dipost kadang temanya itu-itu aja, kaya yang postingannya cuman yang finish pertama dan cuman di garis finish aja, padahal kalau posting foto peserta yang pas di rutenya atau di puncak Rinjani juga bagus, ya kaya kurang variasilah.

P : Terus menurut mba Mia, bagaimana sih interaksi antara panitia event Rinjani 100 dengan followers nya di Instagram?

J : Kalau untuk interaksi sih menurut saya masih kurang ya, kaya mereka itu jarang buka akun IG nya, kaya yang abis posting terus ditinggal gitu aja, kadang ada yang nanya juga jawabnya suka lama gitu.