

LAMPIRAN

Data Pertanyaan Kuesioner

Berilah tanda silang (X) pada salah satu jawaban yang sesuai dengan diri anda.

1. Nama :
- 2.. Jenis Kelamin :
3. Umur :
 - a. 10-15 tahun
 - b. 16 - 20 tahun
 - c. 21 - 25 tahun
 - d. 26 - 30 tahun
4. Pekerjaan :
 - a. Pelajar/ Mahasiswa
 - b. Wiraswasta
 - c. PNS
 - d. Pegawai Swasta
 - e. Lainnya....
6. Domisili:
 - a. Jakarta Timur
 - b. Jakarta Utara
 - c. Jakarta Pusat
 - d. Jakarta Barat
 - e. Jakarta Selatan
7. Pengeluaran per bulan
 - a. Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000
 - b. Rp 2.000.001 – Rp 3.000.000
 - c. Rp.3.000.001 – Rp 4.000.000
 - d. >Rp 4.000.001
8. Apakah anda pernah melakukan pembelian Di Lamian Palace?
Ya Tidak



2.	Evaluasi proses	Kelengkapan informasi/ pesan yang disampaikan dalam setiap postingan				
		Produk yang dijual melalui instagram memiliki konten yang menarik dan inovatif				
		Penjual memanfaatkan fitur share di instagram untuk membagikan foto/video produknya ke media sosial lain				
		Konsumen mudah melihat katalog produk tidak hanya pada akun Instagram saja.				
		Saya memanfaatkan fitur mention/arroba pada kolom komentar				
		Saya memanfaatkan fitur direct message untuk berkomunikasi dengan pemilik akun				
		Penjual memanfaatkan fitur <i>Instagram Story</i> untuk mengupdate/menginformasikan hal-hal yang berhubungan dengan produk yang dijual di instagram				
		Penjual memanfaatkan media sosial lain seperti whatsapp dan line untuk berkomunikasi dengan konsumen secara intens				
		Saya merekomendasikan produk yang saya beli melalui instagram kepada orang lain				

Data Pertanyaan Wawancara

Berikut ini merupakan pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan dalam penelitian ini:

1. Siapa target konsumen di Lamian Palace?
2. Apa tujuan dan target anda terhadap bisnis ini?
3. Adakah anggaran yang ditetapkan untuk melakukan promosi?
4. Menurut bapak, dari skala 1-10, seberapa seriuskan Lamian Palace melakukan promosi melalui social media? Mengapa?
5. Mengapa memilih Instagram sebagai media promosi?
6. Apa saja postingan yang anda unggah di Instagram?
7. Berapa hari sekali dan berapa kali anda melihat instagram bisnis ini?
8. Apakah efektif promosi dengan menggunakan Instagram?
9. Apakah keuntungan/ kelebihan promosi menggunakan instagram?
10. Apa kekurangan/ kelemahan promosi dengan menggunakan instagram?
11. Menurut anda, apakah promosi melalui instagram adalah sesuatu yang wajib dilakukan oleh setiap restoran?

Hasil Wawancara

Pewawancara : selamat siang boleh dengan bapak siapa

Rahman : dengan saya rahman sebagai supervisor lamian palace

Pewawancara : selamat sore ya pak, jadi saya sedang melakukan tugas akhir dengan judul Efektifitas penggunaan media sosial instagram sebagai media promosi dalam perkembangan di restoran lamian palace.

Rahman : iya

Pewawancara : kalau boleh tau untuk lamian palace sendiri target konsumen siapa ya?

Rahman : untuk target konsumen kita lebih condong ke bisa menengah ke atas ataupun ke bawah, karena kita untuk semua kalangan pun masuk, dan untuk penggunaan media sosialnya pun kita banyak, dari kita kan pernah ada yg namanya suatu promo dimana untuk setiap orang yang bisa posting gambar pertama dia follow instagram dia posting gambar kita akan memberikan suatu hadiah untuk mini snow ice dimana itu untuk dessertnya saja untuk pengguna instagram, jadi bagi yang tau lamian palace itu pasti sudah menggunakan instagram dan memfollow kita juga.

Pewawancara : baik, terimakasih ya pak, yang kedua apa tujuan dan target anda terhadap bisnis kuliner ini?

Rahman : kalau tujuan kita itu mengenalkan lamian, lamian itu artinya mi tarik dari Chinese food, dan kita punya banyak bentuk mi, kita ada 7, kita ada flying noodle, regular, white noodle, thin noodle, sliced noodle, trus sama rough noodle juga ada. Jadi kita banyak varian, bentuknya sih kalau lamian itu, karena untuk lamian palace ini lebih condong ke lamiannya sih, siapa yang tau lamian palace pasti dia kenal oh ini pasti tentang mi

Pewawancara : kalau untuk anggarannya, untuk melakukan promosi itu ada tidak anggaran yang ditetapkan?

Rahman : kalau untuk anggaran media promosi itu kita tidak berkaitan dengan orang outlet terutama saya, kalau kita disini hanya menyampaikan apa yang sudah dibuat tentang promosi dari team marketing. Jadi kita disini hanya memberikan bisa via sounding ataupun via media seperti ini karena kita tidak membuat anggarannya, itu langsung dari team marketing kita

Pewawancara : kalau menurut bapak sendiri, dari skala 1-10 seberapa seriuskah lamian palace melakukan promosi melalui sosial media?

Rahman : mungkin kalau untuk zaman sekarang terutama zaman media sosial itu lebih aktif itu mungkin bisa di nomor 9 kita, karena sekarang lebih banyak mempromosikan lewat media sosial terutama juga aplikasi (boleh sebut nama?) terutama kita sudah bisa bekerja sama dengan traveloka itu kita menjual voucher, jd id, fave juga ada, tokopedia juga ada, terutama seperti fave dan traveloka ini perannya lebih banyak untuk penjualannya, kita juga melakukan semua media promosi kayak untuk aplikasi juga ada seperti gojek dan grab kita lebih banyak menggunakan aplikasi untuk saat ini, untuk media yang tertera sekarang sudah jarang.

Pewawancara : tetapi untuk promosi kan sekarang orang lebih banyak menggunakan instagram, terus lamian palace kan sudah ada instagramnya, kenapa lamian palace memilih instagram sebagai media promosi?

Rahman : untuk media promosi instagram, mungkin instagram itu bisa lebih keseharian orang, kita bisa bikin story dan mencari informasi lebih simpel sih instagram, jadi semua orang lebih banyak ke instagram juga, seperti tag people juga kalau kita upload foto tag people nya ke lamian palace, itu harus menggunakan instagram, lebih condong ke instagram.

Pewawancara : terus misalkan untuk di instagram biasanya postingan apa lamian palace posting?

Rahman : kalau untuk di lamian palace itu, jadi gini, untuk kita pribadi, kita posting menu-menu tertentu yang membuat orang lebih tertarik dan kita juga posting kembali postingan-postingan customer kita yang sudah di upload di instagram yang sudah di tag people ke kita. Jadi, kita juga ada dari team marketing, jadi postingan terbaik, gambar terbaik itu akan kita pilih, nantinya pemenangnya kita akan di dm. Jadi ini media kita, customer kita yang menang ataupun yang terpilih dengan postingan terbaik itu akan di dm langsung oleh team marketing kita lewat instagram

Pewawancara : biasanya kalau untuk postingan itu berapa hari sekali dan berapa kali untuk posting instagram?

Rahman : kalau dari team marketing kita atau dari costumer mungkin, kalo costumer itu bisa setiap hari ya, sebelumnya kita bisa setiap hari, sebelumnya kita ada yang tadi saya bilang ada mini snow ice, tapi karena memang mungkin semua orang sudah tau lamian, jadi untuk yang promo itu kita stop, dan kita ganti dengan promo ini, dan promo ini mungkin terpilihnya setiap hari, cuman memang hanya sebagian kecil saja untuk kita pilih sebagai pemenang

Pewawancara : jadi kalau menurut bapak sendiri, melakukan promosi melalui sosial media instagram itu efektif atau tidak?

Rahman : jauh lebih efektif, karena instagram ini kan memang aplikasi keseharian orang, beda dengan aplikasi yang tadi sebelumnya saya sebutkan aplikasi untuk pembayaran, tidak semua orang tiap hari buka ini, karena kan kalau instagram ya seperti mbak mungkin setiap hari buka instagram pasti, lebih efektif itu memang menggunakan instagram karena sebagai aplikasi keseharian zaman sekarang

Pewawancara : kalau boleh tau keuntungan dan kekurangan melakukan promosi melalui instagram?

Rahman : kalau keuntungannya mungkin kita tidak terlalu menggunakan terlalu banyak budget untuk menggunakan instagram karena selain itu kita tidak ada pembayaran pajak ataupun yang lainnya, tapi kekurangannya adalah ketika instagram itu dibuka sebelum kita update tag n share, jadi bisa saja kamu melihat promo sebelumnya dengan tag n share yang berbeda, tapi kita kan sudah ada update-annya mungkin kekurangannya disitu saja

Pewawancara : menurut bapak apakah promosi melalui instagram itu sesuatu yang wajib dilakukan oleh setiap restoran apa tidak?

Rahman : kalau untuk restoran yang sudah mengenal tentang promosi yang efektif pasti menggunakan instagram, tetapi kalau restoran yang (maaf) terbelakang media ini sepertinya tidak penting, mungkin bisa menggunakan brosur, tapi kalau orang yang sudah mengikuti alur zamannya seperti sekarang, dia berpikir dengan menggunakan instagram ini tidak menggunakan budget yang cukup banyak tetapi hanya memberikan postingan-postingan gambar yang menarik

Pewawancara: terimakasih pak rahman atas waktunya.

Rahman : baik, sama-sama

