

LAMPIRAN

TRANSKRIP WAWANCARA – NARASUMBER 1

(Senior Marketing Specialist Travelio)

Lampiran 1

Nama : Raissa Grimonia
Jabatan : *Senior Marketing Specialist*
Hari / Tanggal : 12 Januari 2021
Tempat : *Via Google Meet*

T : Sebelum lanjut ke pertanyaan, perkenalkan nama saya Asri Yunita mahasiswi Universitas Bakrie tingkat akhir yang saat ini sedang melakukan penelitian tugas akhir dengan judul analisis *content marketing* melalui instagram travelioid dalam upaya menciptakan *customer engagement* dan terima kasih ka raissa sudah meluangkan waktunya dalam wawancara ini. Kita lanjut pertanyaannya ya ka, jadi gini dalam melakukan kegiatan *marketing* media sosial apa saja sih yang digunakan oleh travelioid ini?

J: Kita menggunakan instagram, twitter, facebook, youtube dan baru – baru ini kita buat tiktok dan saya juga mencakup *marketing offline* seperti radio, *billboard* dan poster.

T : Medial sosial apa saja yang paling efektif untuk melakukan kegiatan *marketing*? Dan alasannya kenapa?

J: Lebih efektif ke Instagram, karena dari instagram orang – orang bisa menceritakan experince dia selama menginap di travelio, kalau misalkan Facebook kayaknya kurang tepat karena target market tidak sesuai sama kita, kita ini lebih ke milinial dan pasaran juga dan target kita tuh cocoknya ke Instagram

T : Apakah instagram efektif untuk membangun *customer engagement* Travelio?

J: Membangun customer engagement sampai saat ini masih instagram yang memang efektif karena semua keluhan pun orang orang kalau misalkan lebih ke media sosial gitu

T: Adakah konten pilar dalam strategi marketing untuk pembuatan konten Instagram Travelio dalam setiap satu minggu?

J: Di social media Instagram travelioid ada beberapa konten pilar, di dalam konten pilar itu ada tentang edukasi, room tour, customer experience, trivia, games/giveaway dan feature apps/general info jadi menyesuaikan kategori konten pilar yang unggah serta juga kita menggunakan influencer sebagai pemearasan konten di social media kita ini

T : Bagaimana proses pembuatan konten Instagram Travelioid?

J: prosesnya mengikut yang lagi trend sekarang dan menggunakan *influencer* untuk menjadi salah satu proses pembuatan konten instagram di travelio, lalu saya kasih tau ke kasih ke anak *graphic design* buat ngedesain kontennya dan kalau sudah jadi kita post di instagram, sama aja kita bikin iklan di Instagram itu juga saya bikin kontennya saya tulis serahkan ke *graphic design* dan *graphic design* sudah bikin baru kita iklanin ke media sosial.

T: Lalu dalam proses pembuatan konten di Instagram yang dibuat Travelio untuk sudah memberikan edukasi?jelaskan?

J: Jelas sudah mengedukasi, karna kita membutuhkan yang namanya edukasi dimana travelio ini menjelaskan tentang yang ada di dalam apartemen seperti memberikan tips cara hemat terus kegunaan tinggal di apartemen dan tips memilih kitchen set untuk apartemen bagaimana, maka itulah dengan membuat konten ini audiens bisa tau dan menjadi pengetahuan baru buat mereka yang tinggal di apartemen atau sebelum menempati apartemen

T: Dalam mengemas sebuah konten apakah travelio memberikan sebuah informasi? Dan bagaimana cara travelio memberikan informasi – informasi yang dapat membuat menarik pelanggan melalui sebuah konten yang sajian?

J: Biasanya tuh kita tentuin dulu konsepnya mau seperti apa, misalnya mau bikin trend sekarang terus kita liat dulu nih apa yang sedang *happening* sekarang, baru deh kita minta kerjasama dengan *influencer* kita jadi dengan membuat iklanin yang biasa itu tuh ga cukup buat kita jadi dengan bantuan *influencer* membuat orang tertarik menginap di Travelio dan itulah salah satu trik kita juga buat ngebrand Travelio.

T: Apakah travelio memberikan konten dapat menghibur saat mengemas sebuah konten dan bagaimana cara travelio memberikan konten yang dapat membuat menghibur *customer*?

J : *Giveaway* awal – awal baru bikin sih di awal tahun baru dan udah ada pemenangnya dan caranya mungkin salah satunya melakukan survei sih di Instagram, karena instagram juga mempunyai alat untuk voting terus kayak tebak – tebak dan pilih a atau d itu kita kadang – kadang bikin kecil – kecilan gitu dan giveaway baru bikin di awal tahun kemarin dan hadiahnya menginap di apartemen ciputra dan juga pernah bikin kontes foto di instagram waktu lebaran tahun lalu gitu sih untuk meningkatkan engagement di media sosial

T: Bagaimana reaksi audiens saat Travelio mengemas sebuah pesan atau konten yang dibuat menghibur? Apakah melihat mereka itu antusias atau tidak?

J : Itu reaksinya bagus kalao ngadain *giveaway* menginap di sebuah apartemen dan banyak banget juga yang nge tag temen – temannya terus banyak yang komen juga gitu, kita kadang bikin games yang gak berhadiah biasanya mencapai 15an comment sih misalnya kayak tebak-tebakan padahal itu enggak berhadiah cuma beberapa orang yang mau ikut berpartisipasi walaupun gak seberapa yang comment

T : Apakah konten – konten yang ada pada Instagram menjadi salah satu strategi travelio untuk mempertahankan kepercayaan yang sudah ada antara *customer* dengan travelio?

J : Iya tentu saja. Karena salah satu misi dari media sosial ini bukan cuma untuk kita meningkatkan tapi bagaimana kita juga mempertahankan mereka supaya mereka tetap menggunakan travelio yaitu dengan cara promosi – promosi yang konsisten yang di adakan tiap minggunya jadi *user* itu akan menunggu lagi nih apalagi untuk minggu depan apa ada potongan atau promosi apa lagi ya dari travelio dari sana kita ngelakuin caranya dan juga untuk mempertahankan kepercayaan audiens kita menggunakan *influencer* supaya orang lain tau bisnis kita di travelio ini karena gimana pun juga *influencer* sangat turut adil dengan menciptakan trust di travelio, konten biasa aja tidak cukup tapi harus menggunakan konten dari para *influencer* karena *influencer* itu kan mempunyai *followers* dia sendiri – sendiri ya jadi itu kan semakin menyebar ke orang – orang karena gak semua orang

J : Bagaimana cara Travelio mengaplikasikan konten – konten tersebut supaya kepercayaan dan *feedback* yang terjalin antara Travelio dengan *customer* tetap ada?

T : Dimana kita harus selalu merespon *customer* ini adalah salah satu kunci untuk membangun kepercayaan dan *feedback* kami dengan *customer*. Setiap pertanyaan yang ada dari *customer*, misalkan *user* menanyakan sesuatu kita harus menjawab dengan benar dan memberikan informasi yang cukup untuk mereka ataupun mereka minta bantuan untuk kendala yang mereka punya jadi kita juga membantu mereka sampai kendala yang ada itu dapat di terselesaikan

T : Cara melihat saat konten itu dapat diterima atau menarik audiens itu darimana?

J : Postingannya dilihat dari *insightnya* terlihat dari *reach*, *impression*, *likes*, *comment*, *save* itu berapa atau bahkan nanti di *insightnya* itu ada kaya *report* seperti contoh ada 15 orang yang gak ngefollow kita tapi udah konten kita, nah itu bisa dikatakan konten kita menarik karena kita bisa orang yang gak ngefollow kita aja bisa liat konten kita.

T : Konten apa yang membuat audiens atau *followers* mau kasih tanggapan? Antara video atau foto lebih banyak yang mana?

J : Paling *the most engaging* tuh adalah konten *giveaway*, dimana mereka bisa ngelakuin *reaction*, ya mungkin menurut mereka kalo ikut konten seperti itu bakal dapet imbalannya yang berhadiah gitu, makanya mereka mau bereaksi kalo ada konten *giveaway*, dan biasanya juga kita bikin trivia kayak tentang furniture mana barang yang harus ada di apartemen, dan juga membuat konten tentang apartemen dengan harga 2 jutaan per bulan itu udah *full furnished* jadi tetap aja orang akan menanggapi konten yang kita unggah

T : Bagaimana travelio dalam mengemas pesan atau konten sehingga pada saat audiens menerima pesan tertarik untuk memberikan tanggapan serta apa indikasi bahwa konten tersebut dianggapi dengan audiens?

J : Untuk mengemasnya kita observasi dulu apa yang lagi *trending* sekarang dari akun yang lain, terus kita mulai bikin konsepnya seperti apa lalu meminta bantuan kepada *influencer* setelah itu buat kontennya yang menarik sesuai dengan *key visualnya* dan warna yang *eye catching* supaya menarik audiens dan supaya mereka mau kasih tanggapan biasanya kita untuk *ngepush* mereka biar kasih tanggapan tuh kita kasih *caption* untuk mengajak mereka untuk minta kasih jawaban dari konten seperti tebak kata yang di gambar tersebut supaya mereka mau untuk kasih respon. Indikasi konten itu diterima ya bisa dilihat dari *impression* dan *comment* mereka

T : Konten yang sajikan Travelio apakah ada audiens atau *followers* mau *share* ke *story* atau *feeds* Instagram mereka?

J : Tentu ada. Salah satunya konten *giveaway* dimana mereka mau *ngerepost* di konten pribadi dengan syarat yang sudah berlaku dan *mention* ke tiga temannya untuk mendapatkan hadiah menginap di sebuah apartemen dan juga ada audiens membuat Tiktok dimana dia kasih liat ke indahan menginap di apartemen BSD setelah *booking* melalui travelio. Hal ini mereka udah mau ngelakuin hal itu, menurut saya udah mengindikasikan kalau mereka tertarik sama konten kita

T: Konten travelio kan ada beberapa video, nah menurut anda menarik atau tidak buat *followers*?

J : Video kita ada room tour, ada yang dari influencer dan ada yang liatin unit apartemen kita tentunya orang lebih tertarik yang ada influencer ada orang ngomong untuk memperkenalkan unit apartemen jadi gak cuman liatin unit – unit kita gitu aja sih jadi sekalian melihat unit sekalian di edukasikan orang – orang cara pesannya melalui travelio gimana gitu.

T : Apakah ada komunitas dalam Travelio ini?

J : komunitas untuk sekarang ini tidak ada

T: Untuk sekarang ini upaya apa yang dilakukan dalam pemasaran konten di media sosial instagram Travelio untuk memberikan konten yang relevan bagi audiens?

J: mengikuti trend yang lagi hits apaan terus kita ikutin biar up to date, jadi orang – orang bisa lihat konten kita yang akan di bahas itu.

T: Ada ga sih strategi khusus untuk meningkatkan *engagement*? Dan untuk sekarang ini tuh lebih fokus ke tahap mana untuk membuat konten di instagram? Atau Cuma game2, give away dan yang seperti biasa aja?

J: Sekarang kita memunculkan program yang baru itu kita menyewakan rumah juga gak hanya apartemen jadi kita lebih fokus untuk memperkenalkan program baru kita ini buat orang – orang di travelio ini ga cuman apartemen saja tetapi bisa sewain rumah sekarang sih itu aja jadi kita gak mengejar buat *engagement* kita naik ya, komennya harus banyak komunikasi itu kita, yang penting orang tau kita bisnisnya apaan dan orang mau buat sewa di travelio

T: Sebagai pemasaran konten di media sosial instagram terdapat yang mana untuk jam – jam tertentu dimana *traffic* nya?

J: untuk *traffic* kita lebih rame malem hari jam 8an ke atas, karena kita kita kebanyakan yang *followers* ini kebanyakan orang – orang para pekerja jadi saat selesai jam kerja baru buka – buka travelio dan juga kalo twitter sama facebook itu bebas ga ada batasan karena tidak efektif dan tidak sesuai untuk melakukan pemasaran kontennya

T: Bagaimana cara travelio mengetahui dan mengukur *engagement* apakah ada aplikasinya atau analisa sendiri?

J: Di Instagram kita ada dimana kita bisa lihat *insight* kita disitu, sama kita punya vendor dan analisisnya pakai mereka. Vendornya itu namanya pengguna akun sih dia dari SEO dan SEM itu dia semua

T : Konten apa yang paling banyak *like*, *comment* dan *share*?

J : konten Trivia, *entertain*, testimonial, *giveaway* itu aja sih yang *engagement*nya tinggi

T : *Content marketing* yang digunakan oleh travelio ini ada gak sih dampak pada penjualan produk?

J: mungkin konten yang kita buat di iklan kali ya, apartemen mulai dari 2 jutaan per bulan jadi kita kasih tau unit – unitnya itu yang lebih menarik pengunjung

T: Apakah *Content marketing* dapat membentuk *customer engagement*? Jelaskan?

J : ummm.. iya sedikit karena sebenarnya *customer engagement*nya kalau misalnya di brand – brand itu kan *customer* ada komunikasi dua arah kayak dia nanya – nanya product kita disitu tapi konten di travelio ini sebenarnya orang – orang lebih pergunakan Instagram mereka buat komentar atau keluhan kesan tentang pengalaman mereka di travelio bukan tentang nanya – nanya edukasi tentang perusahaan kita sih

T : Apakah sejauh ini sudah puas sama *engagement* yang di dapat?

J : lumayan sih tapi belum sampai maksimal, karena masih banyak target – taget yang harus di capai terus juga masih banyak konten yang harus di tambahin dan harus di tingkatin lagi supaya lebih menarik.

T: Baik terima kasih ka raissa sudah meluangkan waktunya hari ini

J : Iya sama - sama

LAMPIRAN
TRANSKIP WAWANCARA – NARASUMBER 2
(Followers Travelio)

Lampiran 2

Nama : Neni Mariani
Jabatan : *Followers Travelio*
Hari / Tanggal : 9 Januari 2021
Tempat : *Via Voice Call*

T : Halo ka kita mulai pertanyaannya ya

J : baik

T : apakah kakak sebelumnya sudah *memfollow* akun Instagram travelio?

J: iya sudah *follow*

T: oh udah follow ya, kalau boleh tau dari mana kaka tau travelio?

J: Iklan youtube dan iklan yang ditempel di lift apartemen

T: Apa alasan kaka *follow* akun Instagram travelio?

J: karena saya ingin megetahui informasi mengenai apartemen – apartemen yang disewakan oleh travelio

T : kira – kira kaka suka gak sama konten – konten yang posting sama Instagram travelio tersebut?

J : suka, banyak memberikan informasi dan tips mengenai sewa meyewa apartemen

T : menurut kaka konten yang dibuat travelio apakah isinya sangat penting?

J : menurut saya penting karena disana ada update mengenai apartemen yang disewakan berserta dengan promosi atau diskon yang berlaku untuk sekarang ini

T : apakah sebelumnya pernah sewa apartemen melalui travelio?

J: kalau sewa belum pernah dan kalau kerjasama sudah pernah dimana saya menitipkan apartemen untuk disewakan di bandung

T: konten – konten yang di buat travelio ini lumayan berpengaruh ga ka?

J: konten yang dibuat berpengaruh, kalau kita misalnya mau sewa apartemen dan kita mau mencari alternatif apartemen yang kita mau sewa otomatis kita, karena travelio udah banyak yang dikenal banyak orang yang pasti sangat berpengaruh

T: Apakah anda sering memberikan *like* dan *comment* pada postingan Instagram Travelioid?

J : kalau like sih pernah, kalau komen ya sekali - sekali

T: untuk pertanyaan selanjutnya, pernah tidak kaka rekomendasikan akun travelio ke teman atau keluarga gitu ga?

J: kalau rekomendasi ada, kalau untuk teman yang sedang mencari apartemen untuk mereka yang sedang berpergian keluar kota seperti bandung dan di bogor itu pasti aku info ke teman – teman sih

T: kalau boleh pernah tidak kaka *posting* salah satu konten atau bisa disebut *respost* kontennya si travelio ini atau buat konten pribadi untuk travelio?

J: kalau *repost* sih belum pernah ya, paling like saja sih

T: kalau boleh tau ada ga ikut komunitas travelioid?

J: gaada ikut komunitas travelio

T: baik, ada saran gak dari kaka untuk travelio? Mungkin dari sisi kontennya?

J: saranya dibuat kontennya lebih bervariasi, promonya di perbanyak dan update untuk apartemen – apartemen yang sekarang lagi disewakan karena sekarang kan harga sewa apartemen lagi turun otomatis travelio juga mengikuti dong harga pasaran kayak gitu.

T: baik ka, terima kasih atas wawancara hari ini

J: Iya sama – sama

LAMPIRAN

TRANSKIP WAWANCARA – NARASUMBER 3

(Followers Travelio)

Lampiran 3

Nama : Intan Puspita Sari

Jabatan : *Followers Travelioid*

Hari / Tanggal : 13 Januari 2021

Tempat : *Via Voice Call*

T : halo ka intan kita mulai pertanyaannya yah?

J : Ok Baik

T : Apakah sudah mem- *follow* akun Instagram travelio?

J : Sudah

T : kalau boleh tau apa alasan kaka *follow* akun Instagram travelio ini?

J : Karena ada *giveaway staycation* apartemen mewah di jakarta

J : Dari mana anda tahu Travelio?

T : Dari Instagram

T : dari konten – konten yang dibuat travelio di Instagram kira – kira kaka suka gak sih sama konten – konten yang di post sama travelio ini? Dan alasannya kenapa?

J : Suka, karena informasi yang di post apartemennya bagus semua dan menarik

T : pendapat kaka konten yang dibuat travelio isinya penting gak sih? Apakah konten yang dibuat travelio itu mengedukasi kaka?

J : Penting, menjadi pengetahuan baru tentang apartemen kayak cara memilih apartemen, tips memilih kitchen set, tips memilih tempat tidur, dan lain – lain siapa tau nanti ada rejeki bisa beli apartement buat sendiri

T : apakah konten yang dibuat oleh travelioid di Instagram ini memberikan konten tentang edukasi? jelaskan? seperti contoh memberikan tips, penggunaan travelio, kelebihan menyewa apartemen gitu

J: Ya, tentang cara memilih apartemen, tips memilih kitchen set, tips memilih tempat tidur, dan lain – lain.

T : Kalau boleh tau sebelumnya kaka pernah tidak menyewa apartemen melalui travelio ini?

J : belum pernah tapi hanya ikutan *giveaway* travelio aja sih

T : menurut pandangan kaka konten instagram travelio relevan ga bagi kaka?

J : Lumayan sih, *relate* banget sih buat yang ingin sewa apartemen bisa tau seperti apa

T: pernah ga memberikan *like* dan komentar pada postingan Instagram Travelioid?

J : pernah bahkan setiap ada postingan travelio selalu like tapi aku jarang komen

T : pernah atau tidak kaka rekomendasikan akun travelio ke teman atau keluarga gitu?

J : belum pernah, tapi saya pernah Cuma *netag* salah konten travelio ke teman saya di Instagram

T : kalau boleh tau apakah kaka pernah ga sih *posting* di salah satu konten atau yang disebut *repost* kontennya si travelio ini di akun Instagram pribadi kaka untuk travelio? Dan alasannya kenapa?

J : pernah yang tentang *share and win* tentang *giveaway staycation* yang berhadiah menginap di apartemen mewah yang ada di jakarta dan alasannya karena pengen *staycation* gratis di apartemen karena saya belum pernah menginap di apartemen mewah seperti itu.

T: Pernah ada ikut komunitas atau forum di travelio ga?

J : belum pernah mendengarnya

T : baik kalo begitu, kira – kira adakah saran untuk travelio ini? Atau mungkin dari kontennya?

J : banyakin konten yang berhadiah dan *games* supaya banyak orang yang tertarik sama travelio.

T : baik ka, terima kasih untuk waktunya hari ini

LAMPIRAN
TRANSKRIP WAWANCARA – NARASUMBER 4
(Triangulator)

Lampiran 4

Nama : Hariyanto Chung
Jabatan : *Digital Marketing Specialist*
Hari / Tanggal : 29 Januari 2021
Tempat : *Via Google Meet*

T : Terima kasih atas waktunya saat ini saya sedang melakukan penelitian tugas akhir hari ini saya ingin wawancara mengenai topik yang saya angkat dalam skripsi saya dengan judul “Analisis *content marketing* melalui media sosial Instagram travelio dalam upaya menciptakan *customer engagement*”. Nah saya ada beberapa pertanyaan yang sudah saya siapkan.

Untuk pertanyaan pertama sebagai praktisi di media sosial atau digital marketing bagaimana pandangan anda sebagai praktisi yang paham di dunia media digital khususnya Instagram, melihat *content marketing* itu bagaimana?

J : Menurut saya, banyak orang yang masih belum mengerti mengenai konsep dari content marketing ini. Content marketing ini bukan hanya sekedar posting konten di media sosial, tapi lebih dari itu. Content marketing itu fokus pada konten, dimana konten-konten sendiri harus memiliki beragam pilar seperti edukasi, entertain, dll tergantung dari masing-masing akun Instagram. Yang terpenting dari content marketing adalah memberikan edukasi dan informasi mengenai produk kita kepada masyarakat, bukan fokus pada selling. Namanya juga marketing, artinya kita menggiring masyarakat agar TERTARIK dengan produk yang kita miliki dengan men-deliver informasi-informasi melalui konten-konten yang kita posting.

T : Bagaimana indikator kesuksesan konten itu dilihat dan saya meminjam teori dari Mcpheat yang dimana konten ini bisa mengedukasi, memberikan informasi, menghibur dan menciptakan kepercayaan. Dan saya ingin tahu dalam dunia nyata apakah hanya sebatas itu saja indikator kesuksesan dalam sebuah konten marketing itu?

J : Bisa dibilang ya memang itu indikator suksesnya sebuah konten di media sosial. Seperti yang sudah saya sebutkan sebelumnya, konten bertujuan untuk

mengedukasi dan memberikan informasi kepada para pengguna sosmed mengenai bisnis yang kita miliki. Kalau memang sebuah konten sudah edukatif dan informatif, maka hasilnya ya pertambahan followers, engagement post yang tinggi, dan lain-lain yang berdampak positif terhadap sebuah akun. Kalau terhadap bisnisnya sendiri ya berarti meningkatkan brand awareness, orang lebih trust ke bisnis.

T : Bagaimana mengukur keberhasilan indikator dalam sebuah konten marketing?

J : Setelah isi pesan yang disampaikan baik dan sesuai, tentunya customer akan melakukan reaksi/respon. Entah itu dia like atau komen, hal ini tentunya yang diharapkan oleh produk, respon customer terhadap produk mrk. Tentunya kaitannya akan sangat memengaruhi sekali

T : bagaimana menurut anda sebagai praktisi dalam melihat atau mengukur *customer engagement* yang sukses? saya meminjam teori dari Dave & Joe 2014 di dalam tahapan *customer engagement* itu ada *consumption, curation, creation, collaboration*. Apakah sudah sebatas itu saja dalam mengukur kesuksesan *customer engagement* nya?

J : Intinya sih kalau seseorang udah mau engage atau interaksi dengan akun kita ya berarti sukses. *Engage* di sini bisa *Save, Share, Comment* dan *Like* karena 4 hal itu yang jadi indikator bagus tidaknya *Engagement Rate* dari sebuah postingan

T : Lalu bagaimana menurut anda sebagai praktisi media sosial melihat hubungan antara *content marketing* dan *customer engagement* ini?

J : Strategi *Content Marketing* yang matang dan selalu update yakni mengikuti perubahan interest dari pengguna Instagram atau *followers*nya yang akan menghasilkan angka *customer engagement* yang bagus. Intinya posting apa yang diinginkan *followers*, bukan apa yang kita inginkan karena merekalah yang akan mengonsumsi postingan kita

T : Menurut anda mengenai konten dari travelio ini, kira – kira konten ini apakah sudah mengedukasi apa belum? Lalu cara untuk mengetahui konten ini sudah mengedukasi itu dari mana?

J : Menurut saya sudah, karena memang materi yang disampaikan sesuai dengan interest dari para followers akun travelioid sendiri. Untuk indikator kesuksesan bisa dicek sendiri di insight postingannya untuk melihat 4 indikator yang sudah saya jelaskan sebelumnya.

T : Dalam konten edukasi menurut anda apakah konten ini mengedukasi? Jelaskan analisa anda?

J : Menurut saya konten ini sudah cukup edukatif, karena dari insightnya juga ada beberapa yang click profile, yang artinya mereka penasaran nih sama ig travelioid sendiri setelah posting konten ini. Dari *Discovery* nya jg ada 50% lebih akun yang

bukan *followers* dari travelio sendiri. Ada penambahan followers juga dari postingan ini.

T : lalu yang terakhir apakah konten ini sudah megedukasi?Jelaskan?

J : Iya ini juga cukup mengedukasi karena orang bisa tau nih penggunaan AC yang terlalu sering jadi dengan adanya konten ini dapat menambah wawasan lebih luas dan juga disini dia kasih tau efek samping yang terjadi memakai ac terus – terusan dan membuat konten ini jadi pengetahuan baru buat mereka lebih hati – hati untuk penggunaan AC terlalu sering

T : Sekarang masuk ke konten informatif, menurut anda apakah konten ini sudah termasuk informatif belum?Jelaskan analisa anda?

J : Menurut saya konten ini sudah cukup informatif ya, karena disini mereka ngasih tau room tour apartemen tuh seperti apa jadi udah kasih tau informasi apartemen yang cocok untuk audiens seperti apa

T : Lalu bagaimana kedua konten ini, menurut anda apakah sudah termasuk konten informatif?

J : Sudah cukup informatif, karena travelioid disini sudah mengemas konten dengan baik dengan cara mereka melakukan soft selling untuk meningkatkan engagement karena orang – orang tuh lebih menyukai gambar dan video daripada tulisan, berarti kedua konten ini udah cukup informatif

T : Kita masuk konten yang menghibur, bagaimana menurut pandangan anda tentang konten yang menghibur ini, apakah termasuk konten yang menghibur?jelaskan?

J : Sudah *entertained*, bisa langsung dilihat dari insightnya sendiri yang angkanya terbilang cukup bagus.

T: Menurut anda bagaimana untuk menciptakan kepercayaan audiens?

J: Memuat konten yang sebenar – benarnya, bukan hanya janji, tapi reality. Jika ada pertanyaan dari customer langsung dijawab tanpa menunda – nunda waktu harus transparan, jujur. Kalo responnya lama yang pasti customer akan pindah ke brand yang lain dan juga harus konsisten dalam *me-upload* konten jadi misalnya dalam satu hari kita biasanya posting dua kali sehari ya itu harus tetap dilakukan, membuat pilar konten yang beragam, tetap interaktif, edukatif dan informatif. *Boost* juga dengan pelayanan *offline* yang cepat dan mudah. Lalu terakhir akun instagram itu harus proper contoh *verified account* atau ada websitenya. Jadi banyak hal yang membuat audiens itu percaya

T : Travelioid banyak menampilkan foto dan video testimonial customer saat mereka menyewa apartemen melalui travelio dan juga banyak foto menggunakan

influencer di Instagram travelio, apakah menurut anda sudah menciptakan kepercayaan audiens?Jelaskan?

J: Bisa aja sih, karena biasanya orang lebih percaya dengan omongan orang lain yg udah pernah pakai produknya. Tapi harus didorong pelayanan *offline* yang bagus juga supaya onlinenya pun nggak sia-sia

T : Pertanyaan berikutnya adalah tahapan *customer engagement* saya menggunakan teori dari Dave & Joe (2010) menurut pandangan anda apakah travelio sudah mencapai tahap *consumption* yang dimana *customer* hanya menerima informasi yang di dapatkan dari sebuah perusahaan? Jelaskan analisisnya?

J: Ya, sudah. Karna kamu juga bilang kan kalo konten trust ini *engagementnya* tinggi, jadi kalo di tanya sudah sampai tahap ini, saya bilang sudah dan juga Sebaiknya jika *customer* masih melakukan *reply*, segera dijawab

T : untuk tahap kedua yaitu tahapan adalah *curation* yang dimana *customer* sudah bisa menyeleksi dan memilih konten yang menarik perhatiannya serta sudah memberikan *feedback*, menurut anda apakah travelio sudah tahap ini belum?

J : Konten yang kamu tunjukkan sih iya bisa dikatakan travelioid sudah sampe tahap ini (*curation*). Tapi masih ada kurangnya nih audiens atau followers itu belum sampe bikin review positif yang buat orang lain juga percaya sama travelioid tapi ada bagusnya travelioid ngerespon komen dari audiens jadi ada komunikasi yang berjalan antara ke dua belah pihak dan juga yang saya lihat banyak konten – konten dia yang responnya sedikit dia harus tingkatkan lagi strateginya

T : Tahap selanjutnya *creation*, untuk ini audiensi sudah mulai membuat konten pribadi tentang travelio. Menurut anda apakah travelio sudah di tahap ini? Jelaskan?

J : Ya sudah, karena travelioid sudah bisa dikatakan telah sampai pada tahap *creation* karna audiensnya atau followersnya udah bersedia buat konten pribadi untuk travelioid. Tetapi respon terhadap kontennya ini harus lebih di maksimalkan lagi biar semua konten bisa dapet respon yang sama

T : untuk tahapan terakhir atau tahapan tertinggi dari *customer engagement* adalah *collaboration*, di travelio ini tidak melakukan *collaboration* atau komunitas menurut anda ada ga saran untuk menciptakan *collaboration* di Travelio ini?

J : Kerja sama dengan pihak - pihak lain penting di era sekarang. Sudah saatnya Travelio mulai menjangkau komunitas *travellers* yang semakin hari semakin banyak

T : Baik mas Hari, Terimakasih sudah meluangkan waktunya untuk wawancara hari ini

J: Iya sama - sama