

LAMPIRAN

LAMPIRAN

Daftar Pertanyaan dan Jawaban Wawancara

Nama : BN

Usia : 39 Tahun

Jabatan : Manajer

No	Pertanyaan	Jawaban
1.	Bisa anda ceritakan apa saja aktivitas kehumasan PT Nasmoco Surakarta ?	Untuk tahun ini sudah banyak sekali yang aktivitas humas yang kami lakukan seperti membuat konten berupa gambar dan video setiap kami memberikan promo potongan harga dengan pembelajaran tertentu, memberikan diskon. Terus press release juga udah beberapa kali kamu lakukan dan diunggah di media sosial dan web, dan setiap ada program dan kebijakan baru kami undang wartawan untuk melakukan customer gathering di mana customer akan diundang ke dealer untuk menyaksikan launching produk baru
2.	Bagaimana cara mengoptimalkan media relations di PT Nasmoco Surakarta ?	Kami menggunakan beberapa metode untuk mengenalkan produk baru, biasanya kami bikin konten kemudian kami unggah ke media sosial, selain itu kami menjelaskan secara langsung kepada pelanggan tetap. Kami juga memanggil wartawan untuk meliput sehingga bisa dimasukkan ke media cetak. Udah itu aja sih
3.	Media apa saja yang digunakan dalam mengenalkan produk baru?	Ada tiga cara ya yang kami lakukan setiap kali kami ingin mengenalkan produk baru, yang pertama adalah dengan cara memanggil teman-teman media untuk meliput produk baru yang kami miliki, terus yang kedua dengan cara menghubungi klien kami yang sudah menjadi langganan dan menjelaskan secara langsung mengenai produk kami, terkadang juga kami Cuma menginfokan melalui telepon. Terus yang terakhir itu kami menggunakan media sosial, jadi kami memiliki beberapa media sosial seperti instagram, nah setiap ada produk baru kami minta admin kami untuk mempostingnya di sana

4.	Apakah kegiatan tersebut direncanakan ?	Kami biasanya melakukan meeting, nah di meeting itu nanti setiap orang akan memberikan masukan dan ide, dari ide dan masukan itu nanti dicatat kemudian dieksekusi oleh masing-masing tim. Misal mau membuat konten, nah itu nanti dibicarakan berapa sekali dalam sebulan atau ingin mengundang wartawan nah itu nanti dibicarakan budget dan untuk acara apa
5.	Seberapa sering aktivitas kehumasan tersebut dilaksanakan?	Saya tidak bisa jawab dengan angka pasti, cuman aktivitas humas kami itu lumayan sering, itu tergantung dari informasi yang harus diberikan. Misalnya bulan ini ada banyak produk baru atau ada event mungkin, nah kalau kayak gitu udah pasti akan sering, mungkin terjadi beberapa kali dalam satu bulan, apalagi sosial media kami begitu aktif
4.	Bagaimana pendekatan kehumasan PT Nasmoco Surakarta kepada media dan publik ?	Ya sekitar dua hari sekali setiap bulannya. Oh tentu tidak, dalam melakukan promosi kita juga tentu akan melakukan aktivitas humas dengan cara memberikan informasi terkait produk yang kita miliki ke pelanggan, baik itu secara langsung ataupun melalui media sosial dan telfon
5.	Bagaimana bentuk komunikasi yang dilakukan oleh PT Nasmoco Surakarta kepada public ?	Kalau itu kami PT Nasmoco selalu berusaha mengadakan event ya di media sosial, kami juga berusaha untuk selalu berinteraksi dengan masyarakat seperti menjawab pertanyaan mereka melalui media sosial, membalas komentar mereka di akun media sosial kami, selain itu kami juga berusaha untuk melakukan pendekatan secara langsung ke pelanggan yang sering melakukan transaksi seperti kami berikan info promo atau ketika ada produk baru. Kalau untuk media sendiri kami selalu berusaha bekerja sama dengan teman-teman wartawan untuk datang meliput ketika kami mengadakan acara seperti gathering, launching produk baru, bahkan kalau kami mengadakan event secara offline itu wartawan juga kami undang

6.	Apakah PT Nasmoco Surakarta menggunakan media relations dalam menjalankan kegiatan kehumasan ?	Kami selalu menampilkan produk kami di berbagai media cetak seperti surat kabar, tapi sebelum itu kami meminta wartawan dan memberikan upah agar wartawan mau memasukkan produk kami ke surat kabar dan memberikan ulasan terkait produk atau program yang sedang kami lakukan. Selain itu, kami juga mencetak baliho dan banner dan dipasang di tempat umum jadi orang-orang bisa lihat. Kami juga terkadang melakukan press release dan kami unggah ke web pribadi kami. Namun kalau kami melakukan promo atau menjalankan program yang penting nah biasanya kami pasang iklan tuh di banner iklan yang disedian di tempat umum
7.	Dalam pandangan manajemen, apakah kegiatan tersebut berdampak dan dinilai efektif ?	Tentunya sangat berdampak sekali, orang-orang kan jadi tahu nasmoco tuh spesialisasinya apa aja, ditambah pengetahuan masyarakat terkait Nasmoco juga meningkat jadinya setiap kami membuat program baru atau event orang-orang jadi langsung tahu, belum lagi nasmoco jadi terkenal, jadinya setiap ada yang mau beli mobil atau memperbaiki mobilnya kan langsung mereka rekomendasiin ke nasmoco karena udah banyak yang tahu
8.	Apakah ada kegiatan media relations seperti press conference atau press release di PT Nasmoco Surakarta ?	kalau untuk press conference, kita kemaren melakukan di Atrium The Park Mall Solobaru. Disitu kita menginformasikan bahwa akhir tahun dan awal tahun PT Nasmoco banyak memberikan promo. Disana kita juga memajang beberapa mobil untuk memberikan contoh kepada pelanggan dan kita juga menyediakan test drive untuk pelanggan yang berminat dan ingin mencoba salah satu produk kami. Selain menginformasikan promo, kita juga bagi-bagi mobil SUV gratis buat pelanggan yang beruntung. Nah disitu kita otomatis mengundang wartawan untuk meliput kegiatan apa saja yang kita lakukan di press conference

9.	Bagaimana untuk kegiatan press releasenya ?	press release biasanya kita membuat konten terus kita upload ke website, Instagram dan kadang juga kita up ke media lainnya. Di situ biasanya kita menginformasikan promo-promo yang sedang kita adakan contohnya seperti diskon, cashback atau hadiah yang di undi
----	---	---

Daftar Pertanyaan dan Jawaban Wawancara

Nama : BR
 Usia : 31 Tahun
 Jabatan : Sales Supervisor

1.	Seberapa sering aktivitas kehumasan tersebut dilaksanakan ? BR	Oh kalau itu lumayan sering ya, misalnya sebulan sekali itu kami kadang memanggil customer datang ke dealer untuk melakukan customer gathering, terus tim kami juga rutin untuk mengupload konten ke media sosial kami entah itu konten promo, konten launching produk baru, ataupun konten yang berisi program baru kami
2.	Bagaimana cara mengoptimalkan media relations di PT Nasmoco Surakarta ?	Kami menggunakan banyak media ya, tapi yang paling gencar itu di media sosial yaitu instagram dan facebook. Terus kami juga rutin memasang iklan di media cetak, nanti kerja sama dengan wartawan. Kami juga melakukan iklan di baliho dan banner. Kami juga sering mengadakan acara yang melibatkan wartawan seperti contohnya event di dealer kami atau event outdoor nanti ada media yang meliput
3.	Media apa saja yang digunakan dalam mengenalkan produk baru ?	Oh itu sudah banyak sekali ya, konten di media sosial dan web kami itu udah banyak sekali, entah itu informasi produk, informasi diskon, informasi produk baru atau informasi terkait program baru. Kami juga rutin mengadakan acara offline lalu kami undang wartawan dan pelanggan, belum lagi iklan kami di media cetak itu udah banyak banget ya
4.	Apakah kegiatan tersebut direncanakan ?	Kalau itu sudah jelas direncanakan ya, kami rutin mengadakan pertemuan internal untuk membahas konten yang ingin disajikan, terus acara yang dibuat juga itu hasil kordinasi bersama, iklan yang akan dibuat juga direncanakan dan disusun sedemikian rupa, belum lagi acara yang akan kami buat itu disusun dulu sedetail mungkin, ditambah wartawan yang ingin diundang untuk meliput itu dianggarkan dulu budgetnya dan dicari tahu wartawan yang benar-bener kredibel.

Daftar Pertanyaan dan Jawaban Wawancara

Nama : BA
 Usia : 26 Tahun
 Jabatan : Salesman

1.	Bagaimana pendekatan kehumasan PT Nasmoco Surakarta kepada media dan publik ? BA	Banyak media pengenalannya, mulai dari media sosial, web kami, ngehubungi pelanggan tetap, ngebuat acara di kantor terus ngundang media dan customer, belum lagi iklan-iklan yang dilakuin. Itu sih yang sering dilakuin buat ngenalin produk baru
2.	Bagaimana cara mengoptimalkan media relations di PT Nasmoco Surakarta ?	Kami rutin upload konten di web dan media sosial, belum lagi sales itu sering bagiin brosur, terus kadang kita jelasin secara langsung kepada pelanggan, kalau kami adain acara di kantor dan program itu kami biasanya mengundang pelanggan buat terlibat, kami juga manggil wartawan sih
3.	Apakah kegiatan tersebut direncanakan ?	Itu direncanain sih, kita sering dibriefing setiap ada pertemuan, terus ngelakuin riset abis itu ngerancang konten apa yang mau dibuat, terus ngedesain iklan yang akan dipasang, terus diuji keefektivasannya, setelah itu baru dieksekusi, jadi lumayan panjang ya prosesnya gak langsung jadi
4.	Dalam pandangan manajemen, apakah kegiatan tersebut berdampak dan dinilai efektif ?	Nasmoco bisa segede sekarang ya karena promosi yang terus dilakuin, gencar naikin konten ke media sosial dan web, gencar ngefollow up pelanggan, belum lagi sering diulas di media cetak oleh wartawan, jadinya relasi semakin luas dan jangkauan kami juga semakin luas jadinya mudah untuk ngejual produk gitu

Foto Dokumentasi

