

LAMPIRAN

- A. Lembar Interview Guide**
- B. Lembar Transkrip Wawancara**
- C. *Screenshot diskusi Group Whatsapp “GHIBLIJKT-Volunteer”***
- D. Lembar Siaran Pers *The World Of Ghibli Jakarta***

INTERVIEW GUIDE

Pertanyaan Evaluasi Promosi

1. Apakah promosi yang telah dilaksana sesuai dengan perencanaan program promosi?
2. Jika sesuai dengan program seperti apa dan jika tidak seperti apa?
3. Apakah sesuai dengan target khalayak yang telah ditentukan sebelumnya?
4. Apakah semua program promosi yang direncanakan tercapai sesuai dengan harapan? Jika sesuai harapan seperti apa? Jika tidak seperti apa?
5. Apakah dari capaian tersebut ada rekomendasi untuk promosi selanjutnya?
6. model promosi apa yang efektif?
7. Adakah hambatan-hambatan dalam menjalankan program promosi tersebut?
8. Apabila program promosi tercapai, apakah akan menggunakan program promosi yang sama dalam pencapaian target selanjutnya?
9. Apakah kinerja program sesuai dengan pencapaian?
10. Apakah program yang dipakai mencapai tujuannya?
11. Apakah program promosi mengenai target pasar yang telah ditentukan sebelumnya?
12. Adakah perbedaan antara promosi *screening* pertama dengan *screening* kedua?
13. Apakah media promosi terdistribusikan sesuai rencana?
14. Apakah dengan menggunakan media promosi tradisional semua program tercapai?

15. Program promosi manakah yang paling efektif digunakan dalam screening film berikutnya?

LAMPIRAN HASIL WAWANCARA

Wawancara dengan Gabriella VD Manajer *The World of Ghibli Jakarta*, wawancara 14 Juni 2017 via Whatsapp.

Peneliti :selamat sore mbak Gabby, maaf mengganggu waktunya lagi..aku mau tanya-tanya untuk melengkapi data untuk skripsi, kira-kira bisa gak?

Gabriella VD:hallo dear, ohh boleh banget donk.. apanih yang bisa aku bantu lagi?Peneliti: makasih mbak.. jadi terkait promosi *The World of Ghibli Jakarta* khususnya *Spirited Away* itu sudah sesuai dengan rencana tim apa belum sih mbak? Ada perbedaan sama yang totoro gak?

Gabriella VD: maaf ya dear kalau aku balesnya lama.. jadi gini, untuk dikatakan sesuai rencana atau tidak, sesuai tidak sesuai sih menurutku..

Peneliti : sesuai tidak sesuaiinya itu seperti apa ya mbak?

Gabriella VD: Kalau screening pertama mungkin karena kita kurang persiapan dan waktu yang sangat singkat, jadi keluar dari ekspektasi awal kita bahwa promosi sudah sesuai, ternyata jauh banget..

Peneliti : Nah itukan untuk *Spirited Away*, kalau yang Totoro mbak? Pasti ada perbandingannya donk..

Gabriella VD: perbandingannya sangat terlihat ya, apalagi *Totoro* ada *merchandise*, ada audisi musik dan lomba untuk anak-anak ada Standee di setiap bioskop. Jadi itu sangat ngebantu banget sihh..

Peneliti :trus mbak, untuk kelebihan dari promosi *The World of Ghibli Jakarta* itu sendiri apa sih?

Gabriella VD: kelebihannya adalah karena kita (*The World of Ghibli Jakarta*) menggunakan media online untuk promosi maka biaya yang dikeluarkan relatif dapat kita tekan. Kekurangannya tidak semua penggemar Studio Ghibli mempunyai akun sosial media, jadi tidak semua promosi kami sampai pada audiens

Peneliti : untuk mengantisipasi penggemar yang tidak mempunyai sosmed itu gimana mbak Gab?

Gabriella VD: selain media online kami juga menggunakan media tradisional karena tidak semua orang aktif di instagram dan twitter. Kalau untuk media online itu sendiri lebih gampang karena tinggal *upload* dan biaya yang dikeluarkan relative sedikit

Peneliti : untuk sasaran iklan itu sendiri, penting gak sih mbak?

Gabriella VD: Sasaran sangat penting Dear, karena jika sasaran tersebut tidak tepat maka semua program tidak akan tercapai dan tidak efektif.

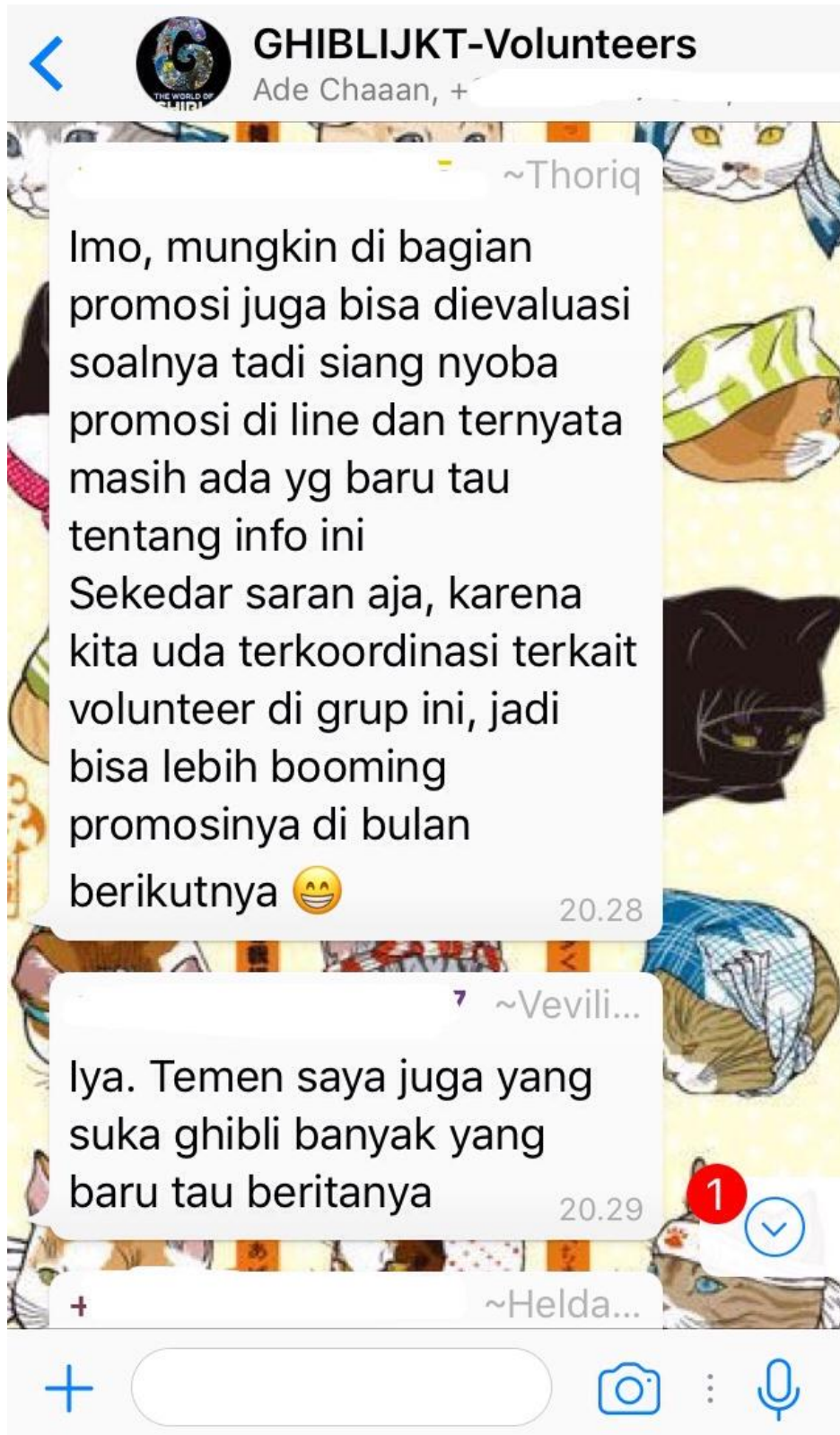
Peneliti : ohh jadi gitu..

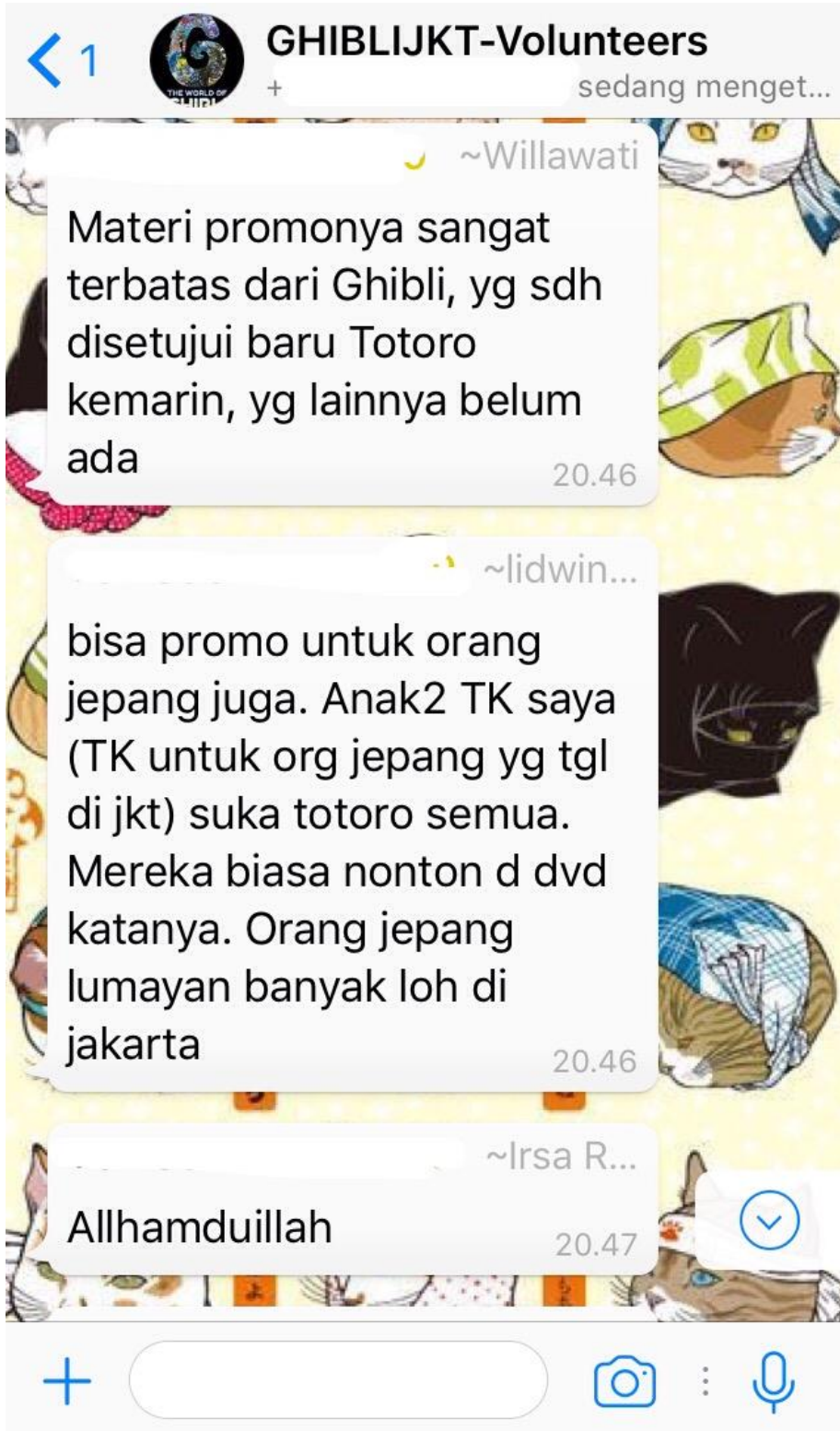
Gabriella VD: iya dear, jadi apa lagi nih yang bisa aku bantu? Kamu ikut Volunteer Eksibisi gak?

Peneliti : udah sih mbak itu aja, nanti kalau ada yang kurang aku tanya lagi hehe.. masih mikir mikir mbak soalnya jauh hehe.. terima kasih ya mbak info nya 😊

SCREENSHOOT DISKUSI GROUP WHATSAPP “GHIBLIJKT-Volunteer”







LEMBAR SIARAN *The World Of Ghibli Jakarta*