

A. Transkrip Wawancara

TRANSKRIP WAWANCARA

Narasumber 1

Nama : Sigit Asmodiwongso

Jabatan : Kepala Roemah Martha Tilaar

1. Mengidentifikasi khalayak sasaran

- a. Siapa saja target audiens dari strategi promosi Roemah Martha Tilaar?

Jawab : Banyak, sesuai program ya. Itu segmentasi kan ya? Pertama segmentasi masyarakat lokal karena mereka menjadi sasaran utama dari program-program kita. Kalau untuk museum ya kita umum aja, dan bisa selain masyarakat lokal. Karena gak sedikit juga ternyata pengunjung yang datang dari luar daerah.

- b. Mengapa Roemah Martha Tilaar memilih target market tersebut?

Jawab : Karena ya itu yang pertama masyarakat lokal kan jadi sasaran utama dari program-program yang dijalankan. Sedangkan yang umum ya karena ini kan museum yang notabene jadi rumah jadi siapa saja bisa kesini dari semua kalangan.

- c. Bagaimana segmentasi pasar yang dilakukan berdasarkan faktor demografis/geografis/psikologis/keperilakuan?

Jawab : Kalau secara demografis seperti jenis kelamin, agama, dan lainnya ya itu kita umum kita terbuka untuk siapa saja dari semua kalangan, kecuali untuk program biasanya ada pengelompokkan masing-masing seperti

misalnya Serambi Belajar itu kan hanya untuk anak-anak usia sekolah dari PAUD-SMA. Dari geografis juga jelas yaitu tentunya masyarakat lokal Gombang-Kebumen dan juga masyarakat dari luar daerah.

2. Menentukan tujuan komunikasi

- a. Apa tujuan dari Roemah Martha Tilaar melakukan strategi promosi tersebut?

Jawab : Jadi tujuan promosinya yang pertama jelas untuk mengenalkan kalau Roemah Martha Tilaar ini ada di Gombang sebagai museum sekaligus rumah komunitas dan pemberdayaan masyarakat, kemudian yang kedua kita kan punya program sama layanan yaa tentunya kita ingin mereka ikut gabung gitu dan itu jadinya kan juga bisa memperluas jaringan RMT.

3. Merancang Pesan

- a. Bagaimana proses perancangan pesan yang ingin disampaikan oleh Roemah Martha Tilaar?

Jawab : Kalau perancangan pesan gitu intinya ingin menginformasikan kalau RMT ini ada sebagai museum sekaligus rumah komunitas.

- b. Apa pesan yang ingin disampaikan?

Jawab : Iya itu tadi yaa kita sebagai museum sekaligus rumah komunitas terbuka untuk siapa saja dan yaa kita menawarkan sebuah ruang kolaborasi juga.

- c. Bagaimana struktur pesan tersebut?

Jawab : Kita menyampaikan tentang sejarah singkat rumah ini sebagai museum terus ya itu keunggulan yang kita miliki karena memiliki banyak program dan layanan.

d. Siapa yang harus menyampaikan pesan tersebut?

Jawab : Iya dari kita semua disini utamanya berempat sih ada saya, Mbak Alona, Mbak Nisa, sama Mas Toni. Semua wajib melakukan karena kita masih sedikit SDM-nya disini.

4. Menyeleksi saluran komunikasi

a. Apa saluran komunikasi yang digunakan?

Jawab : Oh iya kalau itu kita pakai keduanya ya personal dan non personal. Ya tentunya untuk menjangkau pengunjung maupun peserta program.

b. Media apa saja yang digunakan oleh Roemah Martha Tilaar dalam melakukan kegiatan promosi?

Jawab : Kalau personal kita ini sih kunjungan ke UPT sekolah promosi untuk Serambi Belajar. Non personal media gitu ya? Kita ada brosur, poster *event*, media cetak juga banyak *release*-nya, dulu awal-awal tahun 2015 kita sering pakai radio lokal dan TV lokal RatihTV waktu itu promosi tentang RMT dan program awal kita untuk mengenalkan ke masyarakat lokal. Tahun 2018 kemarin kita ada dimajalah milik Garuda Indonesia juga.

c. Mengapa memilih media tersebut?

Jawab : Ya karena kita ingin menjangkau lebih banyak pengunjung sih sebenarnya sekaligus buat itu tadi memperkuat jaringan RMT.

- d. Suasana/lingkungan seperti apa yang dirancang agar dapat mendorong calon pengunjung datang ke Roemah Martha Tilaar?

Jawab : Suasana yang adem nyaman seperti rumah sendiri.

- e. Adakah peristiwa/program yang dirancang untuk mengkomunikasikan pesan kepada khalayak mengenai Roemah Martha Tilaar?

Jawab : Ada, kita kalau program untuk menarik pengunjung kita ada perpustakaan. Jadi pengunjung bisa membaca buku atau diskusi jadi rumah ini tetap ada sisi edukatifnya tetep berprinsip *beauty education*.

5. Menentukan anggaran promosi

- a. Apakah ada anggaran khusus untuk kegiatan promosi Roemah Martha Tilaar?

Jawab : Sampai saat ini kita belum ada anggaran khusus untuk kegiatan promosi.

- b. Bagaimana alokasi anggaran untuk setiap kegiatan / aktivitas promosi?

Jawab : Jadi anggarannya ya kita pakai dana pengeluaran bulanan. Dan tergantung kebutuhan kalau mau promosi ya pasti nanti ada lah anggaran yang disediakan. Ya intinya belum ada anggaran yang dikhususkan untuk promosi.

6. Menentukan bauran promosi

- a. Bauran promosi apa saja yang digunakan oleh Roemah Martha Tilaar?

Jawab : Kita pakai iklan kecil-kecilan yaa sama iklan internet, jalin relasi dengan instansi dan badan terkait yaa humas ya, promosi langsung kesekolah itu sama *gethok tular* tentunya.

b. Mengapa memilih bauran promosi tersebut?

Jawab : Tentunya karena biaya tidak terlalu banyak sih dengan harapan bisa menjangkau pengunjung luar daerah juga.

c. Bagaimana bentuk promosi dari tiap bauran promosi?

Jawab : Yang iklan ya itu kecil-kecilan melalui brosur, poster *event*, kita juga punya katalog layanan sama kemarin iklan majalah milik Garuda Indonesia. Majalah itu juga jadi salah satu strategi kita buat menarik pengunjung yang dari luar daerah. Kalau promosi yang langsung ya presentasi kunjungan ke UPT sekolah promosi Serambi Belajar sama ikut *event* kita pernah juga, *stand* ya. Sama yang lain ya jalin relasi sama *gethok tular* itu yaa biasa kita kerjasama jadi biasanya ada tamu gitu nanti diantar kesini, itu sering sih apalagi yang pengen tahu tentang sejarah Gombong. Oh iya kalau ada banyak anggota rombongan kita ada potongan harga juga.

d. Apa promosi yang paling efektif?

Jawab : *Gethok tular* atau dari mulut ke mulut kalau lokal, kalau yang luar daerah ya medsos.

e. Apa saja *event* yang pernah diikuti?

Jawab : Kita pernah ikut di Jakarta Fashion Week 2017 dan United Nations Global Compact Network, tahun 2018 kita ikut FiFest 2018 sama Pameran Pasar Tempel Kedungampel. Kalau dulu awal-awal juga pernah ikut *event* Pameran Museum Nasional juga kita ada *booth*. Bentuknya kita

menjelaskan tentang RMT ini seperti apa juga dengan menampilkan beberapa UMKM binaan kita yaa produk lokal.

7. Mengukur hasil promosi

- a. Bagaimana Roemah Martha Tilaar mengukur keberhasilan promosi?

Jawab : Intinya kita melakukan pengukuran hasil promosi dan evaluasi yaa perbulan dan yang cukup mendalam per-semester. Bentuknya pertama kita melihat kuantitas dan kualitas respon. Kalo medsos kan ada *insight*-nya ya terus juga kita bisa melihat dari jumlah pengunjung dan jumlah peserta yang datang di *event*/program kita nanti dibandingkan dengan tahun lalu, kalo terjadi peningkatan faktor apa yang mempengaruhi begitu juga sebaliknya. Kebanyakan memang yang kuantitatif karena mudah dihitung kan ya, kualitatifnya adalah kita membaca respon pengunjung, jadi kita punya buku tamu lalu dari medsos juga.

8. Mengelola dan mengkoordinasi proses komunikasi pemasaran

- a. Apakah Roemah Martha Tilaar sudah memiliki tim/divisi khusus untuk melakukan kegiatan promosi?

Jawab : Belum, ya meskipun Mbak Alona adalah Markomnya RMT tapi untuk pelaksanaan promosinya kita masih bareng-bareng.

- b. Apa faktor pendukung dan penghambat promosi Roemah Martha Tilaar?

Jawab : Faktor pendukung yang pertama kita terbantu dari *brand* induk yang cukup populer. Yang kedua jejaring *networking* yang sangat membantu, contohnya ya jadi kita bisa *open booth* di Global Compact Network tahun 2017. Kemudian komunitas itu penting banget kita sangat

terbantu dengan teman-teman komunitas. Untuk penghambat ya karena belum adanya strategi *budgeting* yang terencana dengan baik, itu yang jelas. Dan juga SDM jadi kita belum ada divisi khusus promosi.

- c. Bagaimana evaluasi strategi promosi yang dilakukan oleh Roemah Martha Tilaar?

Jawab : Ya itu tadi ya kita ada evaluasi dan pengukuran hasil promosi. Kalau tidak target tidak tercapai ya kita evaluasi dengan cara kita melakukan *assessment* untuk mencari faktor-faktor yang memengaruhi dan membuat rekomendasi perbaikan. Jika rekomendasi tidak dilaksanakan dengan baik tentu memengaruhi pertimbangan dalam pemberian *reward* atau perpanjangan kontrak program atau *event*.

TRANSKRIP WAWANCARA

Narasumber 2

Nama : Alona

Jabatan : Marketing dan Komunikasi Roemah Martha Tilaar

1. Mengidentifikasi khalayak sasaran

- a. Siapa saja target audiens dari strategi promosi Roemah Martha Tilaar?

Jawab : Kalau sasaran promosinya sebenarnya kita bagi jadi dua, sasaran pengunjung museum sama peserta program, kita punya banyak program dan masing-masing kalangan usia itu ada sih.

- b. Mengapa Roemah Martha Tilaar memilih target market tersebut?

Jawab : Pengelompokkan itu karena ya program kita bervariasi buat masing-masing kalangan usia, nah kalau sebagai museum sih kita masih umum ya, umum banget jadi siapa aja silahkan kesini.

- c. Bagaimana segmentasi pasar yang dilakukan berdasarkan faktor demografis/geografis/psikologis/keperilakuan?

Jawab : Kalau geografis awal-awal dulu 2014-2015 itu masih di Gombong-Kebumen minimal orang-orang sini itu tau kalau kita ada, tapi mulai dari 2018 dan kedepannya kita nargetin luar daerah. Justru jadi kayak Jogja, Jakarta yaa itu mulai ganti luar daerah. Karena kan yang namanya tempat-tempat wisata dan komunitas tapi kalau komunitas kita terus menerus meningkat sih cuma kalau untuk tempat wisata kadang kan ada kejenuhan gitu orang-orang sini “oh udah pernah” yaa akhirnya kita targetin ke luar

daerah. Kalau demografis seperti usia, pekerjaan, dan lainnya nanti kan menyesuaikan programnya apa gitu contohnya kayak buat temen-temen komunitas. Tapi kalau museum sih umum yaa dari semua usia semua kalangan, bener-bener umum. Nah kalau karakteristik wisatawan biasanya yang ke rumah ini ya orang-orang atau komunitas pecinta *heritage* atau peninggalan budaya.

2. Menentukan tujuan komunikasi

- a. Apa tujuan dari Roemah Martha Tilaar melakukan strategi promosi tersebut?

Jawab : Yaa untuk meningkatkan pengunjung dan peserta program selain itu juga untuk mengenalkan kembali semangatnya Bu Martha ya perbanyak jaringan, dan balik lagi ke visi sih ingin memberikan manfaat/perbedaan yang lebih baik untuk Gombong dan sekitarnya.

3. Merancang Pesan

- a. Apa pesan yang ingin disampaikan?

Jawab : Ya jelas tentang rumah ini ya, terus selain itu disini juga ada sisi edukatif dan apa yaa intinya kan *museum, creative hub* sama *learning center*. Kemudian prinsip program nanti diempat pilar *Beauty green, beauty culture, beauty education* sama *empowering woman*.

- b. Bagaimana struktur pesan tersebut?

Jawab : Iya walaupun kadang kita promosi program atau layanan tapi tetep sih kita pasti jelasin dulu apa sih Roemah Martha Tilaar ini dan apa aja yang ada didalamnya

c. Bagaimana format pesan yang ingin disampaikan?

Jawab : Promosi di media cetak kayak desain brosur, poster sama di internet hampir sama sih, yaa kita konsisten pakai warna-warna hangat seperti kuning, *orange*, coklat, *pink*, *maroon* yaa sesuai logo karena sekaligus buat strategi *branding*.

d. Siapa yang harus menyampaikan pesan tersebut?

Jawab : Karena kita terbatas SDM jadi ya belum ada divisi khusus untuk promosi. Jadi, meskipun secara struktur organisasi kita sudah ada Marketing dan Komunikasi, tapi pelaksanaan promosi ya semuanya yang ada disini.

4. Menyeleksi saluran komunikasi

a. Apa saluran komunikasi yang digunakan?

Jawab : Oh kalau personal sama non personal kayaknya kita pakai keduanya yaa. Jadi, kalau tahun 2018, promosi lewat media gitu kita pakai media cetak, elektronik sama internet. Kalau langsung gitu kita pernah ikut event terus mendirikan *stand* juga sama paling yaa presentasi ke UPT.

b. Media apa saja yang digunakan oleh Roemah Martha Tilaar dalam melakukan kegiatan promosi?

Jawab : Iya itu tadi ya cetak, elektronik sama internet. Sama *gethok tular* juga utamanya ya karena kita rumah komunitas.

c. Mengapa memilih media tersebut?

Jawab : Sebenarnya ya harapannya bisa menjangkau pengunjung lebih banyak. Kalau untuk media-media yang dipilih juga karena pertimbangan

biaya juga yang dikeluarkan. Ya kita pilih yang dapat menjangkau sasaran tapi biaya yang dikeluarkan juga gak banyak.

- d. Suasana/lingkungan seperti apa yang dirancang agar dapat mendorong calon pengunjung datang ke Roemah Martha Tilaar?

Jawab : Suasana rumah yang nyaman, coba perhatikan disini ada kamera CCTV nggak? Engga ada kan, karena memang waktu itu kita pengen kasih tapi ternyata Ibu Martha bilang kalau dikasih CCTV dimana kesan rumahnya karena pengunjung merasa diperhatikan.

- e. Adakah peristiwa/program yang dirancang untuk mengkomunikasikan pesan kepada khalayak mengenai Roemah Martha Tilaar?

Jawab : Kalau itu kayaknya baru perpus aja sih itupun buku sebenarnya masih sedikit, tapi udah ada lah pengunjung yang memanfaatkan.

5. Menentukan anggaran promosi

- a. Apakah ada anggaran khusus untuk kegiatan promosi Roemah Martha Tilaar?

Jawab : Kita belum ada sih kalo anggaran khusus promosi.

- b. Bagaimana alokasi anggaran untuk setiap kegiatan / aktivitas promosi?

Jawab : Dari pengeluaran bulanan aja karena memang belum ada anggaran khusus buat promosi. Kalo promosi *event* nanti ada masuk ke anggaran event.

6. Menentukan bauran promosi

- a. Bauran promosi apa saja yang digunakan oleh Roemah Martha Tilaar?

Jawab : Kalau iklan itu kita ada lewat internet ya medsos sama website. Beberapa ada lah yang media cetak kayak brosur, poster, catalog, majalah Colours Garuda Indonesia kita juga pernah pakai. Yang lain gitu ya itu tadi presentasi sama ikut *event*, publisitas media juga kita pasti ada dan banyak jalin relasi aja. Sama ini sih *gethok tular*. Kalau ditanya yang paling efektif kita sih *gethok tular* itu sama internet.

b. Mengapa memilih bauran promosi tersebut?

Jawab : Ya kita pilih yang bisa menjangkau masyarakat tetapi biaya yang dikeluarkan tidak terlalu banyak karena yaa terbatas lah anggaran kita.

c. Apa kegiatan promosi yang sering dilakukan?

Jawab : Selama ini kalau promosi kita lebih banyak lewat internet sih kayak media sosial, *website* juga kita punya, karena kan internet bisa menjangkau masyarakat luas selain itu juga biaya tidak keluar banyak.

d. Seperti yang disebutkan diatas, adakah bentuk periklanan dengan brosur?

Jawab : Ada, tapi kalau brosur lebih ke brosur layanan sih. Biasanya kita taruh di hotel dan resto sekitar, sama kirim file jpg atau png ke *travel agent* biasanya dari luar soalnya, terus kita *fotocopy* juga buat dikirim ke koran gitu sama ada beberapa disini juga.

e. Adakah bentuk periklanan yang lain seperti apa?

Jawab : Iya tadi ya ada poster, poster *event* biasanya. Itu kayak misal Poster Festival Dolanan Tradisional. Kalau untuk penempatannya yaa kita tergantung nanti *event*-nya apa gitu yaa menyesuaikan target market. Kemudian X-Banner biasanya buat stand kalau ikut event. Catalog ada juga

nih hampir sama kayak brosur. Itu terakhir tahun ini ada advertorial Majalah Colors-nya Garuda Indonesia ngangkat tentang Heritage Trail ya rumah ini sebagai museum lah.

f. Bagaimana bentuk promosi menggunakan *personal selling*?

Jawab : Kalau langsung gitu kita pernah ikut event terus mendirikan *stand* kalau 2018 event kayaknya cuma FiFest sama di Pasar Tempel. Terus presentasi ke UPT sekolah promosi Serambi Belajar tahun kemarin kalau nggak salah bulan November kita ke UPT.

g. Apakah ada potongan harga / bentuk *sales promotion*?

Jawab : Ada, kadang biasanya ya yang rombongan kesini nanti kita kasih potongan harga.

h. Apakah ada bentuk promosi melalui public relations / humas / publisitas?

Jawab : Oh iya publisitas media ada kalau koran kita kan biasanya mengadakan kegiatan terus nanti kita *release* ke koran tapi kalau misal ada *event* besar seringnya sih wartawan yang datang kesini. Sebenarnya kalau media lumayan banyak sih kayak koran lokal Kebumen, Banyumas, Kedu gitu Kompas juga itu sama kompas.com. Tapi kalau TV seringnya ya TV lokal RatihTV Kebumen. Tahun kemarin malah ada jurnalis dari KAI kesini meliput untuk dijadikan video buat diputar diTV gerbong kereta.

i. Kalau relasi dengan dunia usaha atau instansi itu seperti apa?

Jawab : Relasi, yaa itu tadi kita beruntung punya banyak relasi. Kayak misal komunitas, instansi lembaga, hotel, restoran, *travel agent* itu yaa

membantu sekali ya disamping untuk meningkatkan jumlah pengunjung juga bisa untuk membantu berjalannya program-program kita.

7. Mengukur hasil promosi

- a. Bagaimana Roemah Martha Tilaar mengukur keberhasilan promosi?

Jawab : Ya tentunya dari banyaknya jumlah pengunjung dan jumlah peserta program yaa kalo sampe saat ini sih baru gitu. Jadi misal program ada target sekian kita bisa atau engga mencapai peserta sebanyak itu. Tapi kalau pengunjung museum memang kita ga ada target sih belum menargetkan kayak program.

8. Mengelola dan mengkoordinasi proses komunikasi pemasaran

- a. Apakah Roemah Martha Tilaar sudah memiliki tim/divisi khusus untuk melakukan kegiatan promosi?

Jawab : Untuk divisi khusus promosi kita belum ada karena memang terbatas SDM, jadi belum ada. Yaa kita semua disini ikut promosi.

- b. Apa faktor pendukung dan penghambat promosi Roemah Martha Tilaar?

Jawab : Pendukungnya ya karena kita banyak relasi sama komunitas, instansi dan badan usaha lainnya. Kalau untuk penghambat ya itu belum ada divisi jadi salah satu kendala juga sih selain kita juga belum ada strategi *budgeting* yang terencana dengan baik.

- c. Bagaimana evaluasi strategi promosi yang dilakukan oleh Roemah Martha Tilaar?

Jawab : Hampir sama kaya pengukuran promosi sih tapi kalau evaluasi ya nanti kita lihat misal kaya media yang digunakan dulu kita sering promosi

lewat radio tapi ternyata hasilnya ya nggak terlalu keliatan dipeningkatan pengunjung. Jadi kita juga sempet ganti ke media lain waktu itu pilihan kita medsos.

d. Kapan melakukan evaluasi tersebut?

Jawab : Ada biasanya sekalian pas meeting bulanan sih atau semester.

e. Nantinya hasil evaluasi tersebut untuk apa?

Jawab : Nah, hasil evaluasi jelas buat acuan program promosi dan program berikutnya. Kalau untuk bahan evaluasinya sendiri kita laporkan perbulan juga biasanya.

TRANSKRIP WAWANCARA

Narasumber 3

Nama : Nisa Qurani

Jabatan : Bidang Keuangan / Bendahara Roemah Martha Tilaar

1. Apa tujuan Roemah Martha Tilaar melakukan kegiatan promosi?

Jawab : Oh kalo itu kan memang tujuannya dulu rumah ini untuk pemberdayaan masyarakat. Jadi tujuannya untuk menginformasikan ke orang-orang kalo rumah ini itu selain museum juga rumah komunitas dan pemberdayaan masyarakat. Terus juga memperluas jaringan dengan banyaknya program kita.

2. Siapa saja target sasaran kegiatan promosi?

Jawab : Kalau sasaran promosi ya umum kita punya banyak program dan itu masing-masing kalangan usia itu ada sih. Kalau museum paling keluarga, tapi enggak juga tetep umum sih siapa aja bisa kesini.

3. Apa pesan yang disampaikan dalam berpromosi?

Jawab : Iya intinya rumah yang ramah rumah komunitas dan pemberdayaan masyarakat sekaligus museum tempat sejarah dan budaya. Secara singkat seperti tagline RMT.

4. Apa saluran komunikasi yang digunakan?

Jawab : Kalau personal kaya *email marketing* sama *telemarketing* itu enggak, tapi kalau personal kayak yang langsung gitu ya itu *ndiriin booth* sama apa yaa

paling presentasi kunjungan ke UPT sekolah. Jadi memang kita utamanya dimedsos sama mulut ke mulut yaa non personal juga

5. Media apa saja yang digunakan oleh Roemah Martha Tilaar dalam melakukan kegiatan promosi?

Jawab : Oh iya kita ada kalau koran kita biasanya kirim relase apalagi kalau ada event. Korannya sih ya koran lokal Kebumen, Banyumas, area Kedu sih tapi nasional juga ada kalau gak salah itu Kompas. Dulu awal-awal pernah pakai radio lokal juga tapi sekarang udah enggak, paling kalau elektronik cuma RatihTV sekarang, dan internet yang jelas ya masih *update* kalau lewat medsos

6. Suasana/lingkungan seperti apa yang dirancang agar dapat mendorong calon pengunjung datang ke Roemah Martha Tilaar?

Jawab : Yaa tenang sih, disini tenang. Terus adem kan, nyaman, ramah maksudnya nggak kaku. Kayak misalnya masuk ke museum apa gitu kan kadang ada jalurnya misalnya dari sini nanti kesini gitu. Tapi kalau disini kayak lebih ya udah masuk aja, terus mau duduk-duduk dibelakang juga silakan. Jadi lebih akomodatif lah.

7. Apakah ada anggaran khusus untuk kegiatan promosi Roemah Martha Tilaar?

Jawab : Belum, masih pakai anggaran bulanan belum ada anggaran khusus

8. Bagaimana alokasi anggaran untuk setiap kegiatan / aktivitas promosi?

Jawab : Untuk promosi karena sejauh ini kita mengandalkan medsos sama dari mulut ke mulut jadi tidak terlalu banyak anggarannya. Anggarannya tetap dari pengeluaran bulanan, jadi belum ada anggaran khusus. Jadi kalau ada promosi apa gitu ya kita anggarin.

9. Bauran promosi apa saja yang digunakan oleh Roemah Martha Tilaar?

Jawab : Oh yang pasti yaitu tadi ya promosi lewat medsos sama mulut ke mulut, cetak, elektronik, terus apa yaa ikut event itu presentasi masuk apa ya itu? Sama ya promosi kerjasama gitu sama instansi atau bidang usaha. Misalnya kerjasama sama hotel nanti kalau ada tamu diajak kesini gitu. Selama ini kayaknya baru itu.

10. Kalau promosi dalam bentuk potongan harga ada tidak?

Jawab : Oh iya itu karena disini konsepnya kekeluargaan jadi yaa pasti ada potongan harga kalau banyak rombongan yang ikut kesini. Kita sih nggak pernah memberikan *inserting* berupa *fresh money* gitu sebisa mungkin kita memberikan potongan daripada *fresh money* kayak gitu

11. Bagaimana Roemah Martha Tilaar mengukur keberhasilan promosi?

Jawab : Kalau program ya biasanya kita lihat dari jumlah peserta dan kalau museum ya dari pengunjung. Untuk program biasanya kita targetin dulu nanti mencapai target atau enggak, cuma kalau untuk pengunjung museum kita memang enggak ada target sih

12. Apakah Roemah Martha Tilaar sudah memiliki tim/divisi khusus untuk melakukan kegiatan promosi?

Jawab : Belum ada, kita masih bareng-bareng kalau promosi ya meskipun Mbak Alona dibagian Markom tapi kalau untuk promosi ya kita masih semuanya karena SDM-nya terbatas

13. Apa faktor pendukung dan penghambat promosi Roemah Martha Tilaar?

Jawab : Kalau faktor pendukung ya relasi tadi sama komunitas, badan usaha misalnya kerjasama sama hotel itu, dulu juga awal-awal kita pernah kerjasama dengan Toko Berkah Baru Teknik. Mereka kan ada kegiatan ada mobil keliling gitu. Jadi bentuk sponsor mereka itu minjemin mobil itu buat promosi nyebarin flayer sambil naik mobil itu kan ada toanya. Kalau faktor penghambatnya menurut saya dana promosi sih.

14. Bagaimana evaluasi strategi promosi yang dilakukan oleh Roemah Martha Tilaar?

Jawab : Kalau evaluasi biasanya nanti di meeting bulanan, yaa hampir sama sih kayak ngukur hasil jadi dilihat dari jumlah pengunjung atau peserta program/event kalau misal ga tercapai target nanti kenapa apa faktornya gitu sih.

TRANSKRIP WAWANCARA

Narasumber 4

Nama : Lilis (Mahasiswi)

Keterangan : Pengunjung Roemah Martha Tilaar

1. Apa yang anda ketahui tentang Roemah Martha Tilaar?

Jawab : Ya tempat wisata ya mbak tapi bentuknya rumah, bagus ih karena bangunannya kan tua bagus buat foto-foto.

2. Darimana anda mengetahui tentang Roemah Martha Tilaar?

Jawab : Tau dari media sosial mbak

3. Kapan anda mulai mengetahui tentang Roemah Martha Tilaar?

Jawab : Tau Roemah Martha Tilaar ini udah lama sih sebenarnya. Aku taunya lewat medsos itu kan dulu dari instagram kalau gak salah, tapi saya baru sempet kesini jadi ini pertama kali ke sini

4. Bagaimana pandangan anda tentang Roemah Martha Tilaar?

Jawab : Ya unik ya mbak karena kayaknya cuman ini yang ada di Gombong. Ya bagus lah pokoknya buat foto-foto vintage karena bangunannya yang udah tua tapi terawat.

5. Apa yang membuat anda tertarik dengan Roemah Martha Tilaar?

Jawab : Itu karena saya penasaran mbak sama rumah ini dalemnya seperti apa karena kan selama ini saya tau cuman dari jalan depan doang dan ya bagus terawat tertata. Sebenarnya temen-temen saya juga sering ngajak cuman saya belum tertarik tapi ini malah jadi penasaran trus dateng kesini.

6. Apakah berkunjung ke Roemah Martha Tilaar memuaskan?

Jawab : Iya puas sih, soalnya rapi banget terus beneran kayak dirumah.
Suasananya juga enak adem banyak pohon.

7. Apakah anda akan kembali lagi untuk berkunjung ke Roemah Martha Tilaar?

Jawab : Ya kalau ada kesempatan mungkin kesini lagi kalau ada temen juga mbak

8. Apakah anda mengetahui program / layanan yang ada di Roemah Martha Tilaar?

Jawab : Engga tau, taunya cuma rumah aja rumah yang bangunan tua gitu.
Mungkin karena baru pertama kali juga kesini dan belum cek lagi di medsos jadi belum tau.

TRANSKRIP WAWANCARA

Narasumber 5

Nama : Istinganah (Umum)

Keterangan : Pengunjung Roemah Martha Tilaar

1. Apa yang anda ketahui tentang Roemah Martha Tilaar?

Jawab : Rumah budaya sama tempat wisata untuk jalan-jalan sambil belajar, buat foto-foto juga bagus mbak soalnya bangunan tua tapi terawat gitu

2. Darimana anda mengetahui tentang Roemah Martha Tilaar?

Jawab : Tau dari sosmed mbak instagram terus abis itu tanya-tanya sama temen yang udah pernah kesini juga

3. Kapan anda mulai mengetahui tentang Roemah Martha Tilaar?

Jawab : Kalau nggak salah tahun 2015-an mbak mulai tau dari sosmed itu

4. Seberapa sering anda berkunjung ke Roemah Martha Tilaar?

Jawab : Baru dua kali ini mbak. Dulu pertama kayaknya tahun 2016-an ini kedua kalinya nemenin temen kesini karena dia pertama kesini.

5. Bagaimana pandangan anda tentang Roemah Martha Tilaar?

Jawab : Bagus mbak, jadi gak cuma wisata aja disini juga buat edukasi. Yaa intinya ga cuma rumah tua tapi ada fungsinya juga.

6. Apa yang membuat anda tertarik dengan Roemah Martha Tilaar?

Jawab : Bagus buat spot foto vintage. Disini juga sering buat prewed setau saya, dan ya memang bagus kalau mau tema-tema jaman dulu.

7. Apakah berkunjung ke Roemah Martha Tilaar memuaskan?

Jawab : Iya memuaskan, gak ada keluhan apa-apa sih tempatnya juga nyaman, adem, bersih, tertata juga

8. Apakah anda akan kembali lagi berkunjung ke Roemah Martha Tilaar?

Jawab : Iya kalau ada yang ngajak saya mau aja mbak dateng kesini lagi

9. Apakah anda mengetahui layanan yang ada di RMT seperti perpustakaan dan lainnya?

Jawab : Sekarang baru tau, pas pertama kali kesini belum tau atau memang belum ada, tapi ini juga belum ke perpustakaan tadi lewat aja dan baru tau kalo ada perpustakaan mini gitu

TRANSKRIP WAWANCARA

Narasumber 6

Nama : Ibu Mutia (Anggota Forum UKM Online)

Keterangan : Pengunjung Roemah Martha Tilaar

1. Apa yang anda ketahui tentang Roemah Martha Tilaar?

Jawab : Yang pasti sih taunya ini rumahnya Ibu Martha yang sekarang jadi wisata museum dan rumah yang sering membantu komunitas-komunitas di Kebumen.

2. Darimana anda mengetahui tentang Roemah Martha Tilaar?

Jawab : Kalau tau Roemah Martha Tilaar sih saya tau dari forum mbak karena saya ikut komunitas UKM *online* terus dari temen-temen awalnya ada kerjasama sama Roemah Martha Tilaar dan banyak yang ngomongin tentang rumah ini

3. Kapan anda mulai mengetahui tentang Roemah Martha Tilaar?

Jawab : Kalau saya kalau gak salah tahun 2016 dulu juga ya karna ikut *event* nya RMT ini Pesta Kriya waktu itu kan saya anggota forum UKM online yang ikut acara tersebut.

4. Seberapa sering anda berkunjung ke Roemah Martha Tilaar?

Jawab : Ya karena saya jauh di Kebumen ya ga terlalu sering tapi kalau ada *event* atau acara biasanya saya sempetin kesini.

5. Bagaimana pandangan anda tentang Roemah Martha Tilaar?

Jawab : Bagus sih sebenarnya, banyak *event* yang mengandung sisi edukasi sama kegiatan sosialnya juga bagus. Dan rumah ini juga merawat budaya leluhur sini. Kalau dari segi komunitas ya memang sangat menggandeng komunitas-komunitas lokal disini.

6. Apa yang membuat anda tertarik dengan Roemah Martha Tilaar?

Jawab : Utamanya ya itu tadi karena rumah ini sering jadi markasnya anak-anak komunitas, jadi kalau saya sendiri ya memang karena ada kegiatan-kegiatan itu.

7. Apakah berkunjung ke Roemah Martha Tilaar memuaskan?

Jawab : Iya jelas, kadang sampai lupa waktu disini kadang kan ngobrol sama orang-orang yang ada di RMT sama Pak Sigit, Mbak Alona, Mbak Nisa dan lainnya.

8. Apakah anda akan kembali lagi berkunjung ke Roemah Martha Tilaar?

Jawab : Iya jelas mbak karena bagus sih menggandeng sekali komunitas-komunitas selain itu tempatnya dan orang-orangnya juga enak

9. Apakah anda mengetahui layanan yang ada di RMT seperti perpustakaan dan lainnya?

Jawab : Perpustakaan mini saya tau ada disini tapi saya sendiri belum memanfaatkan adanya perpustakaan itu karena kalo kesini ya cuma berkunjung aja disini selain karena komunitas juga kadang saya tanya-tanya tentang sejarah Gombang sama Pak Sigit.

TRANSKRIP WAWANCARA

Narasumber 7

Nama : Ibu Marini (Anggota Forum UKM Online)

Keterangan : Pengunjung Roemah Martha Tilaar

1. Apa yang anda ketahui tentang Roemah Martha Tilaar?

Jawab : Yang saya ketahui tentang rumah ini yaa rumah budaya apa yaa kategori wisata museum sejarah gitu tapi didalamnya diisi kegiatan-kegiatan.

2. Darimana anda mengetahui tentang Roemah Martha Tilaar?

Jawab : Taunya dari temen-temen komunitas juga karena dulu pertama ikut event expo-nya Pesta Kriya tahun 2015 mbak kalau gak salah.

3. Kapan anda mulai mengetahui tentang Roemah Martha Tilaar?

Jawab : Iya tahun 2015 waktu expo Pesta Kriya pertama diselenggarakan

4. Seberapa sering anda berkunjung ke Roemah Martha Tilaar?

Jawab : Sering banget mbak mau ada event atau engga juga biasanya saya dolan kesini karena ya suasananya enak kaya dirumah sendiri, orang-orang sini juga terbuka sama siapa saja

5. Bagaimana pandangan anda tentang Roemah Martha Tilaar?

Jawab : Pandangan saya tentang rumah ini ya bagus mbak rumah budaya ini dimanfaatkan sesuai sama keinginan bu Martha yaa, karena ada sisi edukasi dan ya itu menggandeng sekali komunitas-komunitas lokal disini. Intinya rumah ini memberikan manfaat yang baik

6. Apa yang membuat anda tertarik dengan Roemah Martha Tilaar?

Jawab : Sebenarnya yang menarik dari rumah ini karena muatan cerita tentang Kota Gombong itu ada disini, selain itu karena rumahnya yaa ini kan bangunan lama tetapi masih terawat hingga akhirnya rumah ini ternyata juga berhasil menggandeng komunitas-komunitas lokal disini. Itu sih kalau menurut saya

7. Apakah berkunjung ke Roemah Martha Tilaar memuaskan?

Jawab : Jelas memuaskan. Apalagi kalau dari sisi komunitas, rumah ini sangat menggandeng, jadi misalnya ada komunitas yang mau mengadakan acara atau apa gitu dan butuh ruang, rumah ini sangat terbuka dan mau membantu soal ruang yang dibutuhkan asalkan kita ada omongan dulu sama orang sini, pasti digandeng.

8. Apakah anda akan kembali lagi berkunjung ke Roemah Martha Tilaar?

Jawab : Iya kalau itu pasti karena sudah seperti rumah sendiri disini

9. Apakah anda mengetahui layanan yang ada di RMT seperti perpustakaan dan lainnya?

Jawab : Ya bagus mbak ada perpustakaan jadi kan ada sisi edukatifnya jadi lebih terlihat, tapi mungkin untuk koleksi bukunya masih kurang karena kebanyakan masih buku soal sejarah, *heritage* sama pengembangan bisnis Ibu Martha saja, jadi ya mungkin pengunjung ada yang tertarik ada yang enggak

B. Foto



Keterangan : Wawancara dengan Bapak Sigit Asmodiwongso



Keterangan : Wawancara dengan Mbak Nisa Qurani



Keterangan : Wawancara dengan pengunjung