

## Interview guide

### I. Profil Marinyayi

1. Jelaskan profil Marinyayi ?

- Marinyayi adalah sebuah portal website lagu anak yang berisi lagu anak-anak dimana masyarakat bisa mendownload secara gratis dan dapat merquest sebuah lagu yang tentunya gratis pula dan kita adalah komunitas yang ikut berjuang untuk mengentaskan krisis lagu anak yang terjadi dalam dekade ini

2. Apa arti nama Marinyayi ?

Mari Nyayi , artinya kita ajak nyayi simpelnya kaya gitu jadi kita kasih nama Marinyayi

3. Sejak kapan marinyayi berdiri ?

4. 4 tahun yang lalu ya tepatnya di tahun 2010 , Djito kasilo ngajak diskusi anak-anak jebolan pinastika award dan mulai membahas terhadap isu krisis lagu pada anak. dari diskusi tersebut akhirnya muncul gagasan bikin komunitas Marinyayi.

5. Apa visi misi marinyayi ?

- Visi
- Saluran alternatif penyedia sarana pendidikan anak melalui lagu dan serangkaian agenda interaktif.
- Misi
- Mendukung dan memfasilitasi sarana pengajaran nilai kehidupan dan materi kurikulum pelajaran
- Menjadi refrensi pada orang tua dalam berinteraksi sambil belajar bersama buah hati.

6. Apa arti logo dari Marinyayi ?

- Nama Marinyayi berfilosofi mengajak untuk bernyayi bersama dengan desain yang simple untuk di ingat anak-anak berwarna kuning dan mempunyai efek *bubble* di pinggir *font* serta tangga nada yang memperkuat marinyayi yang terkonsen pada bidang musik

7. Jelaskan / struktur organisasi apa saja yang ada didalam komunitas marinyayi ?

8. Ikon apa saja yang ada di marinyayi ? jelaskan!

Kita nyebutnya keluarga Marinyayi disitu ada Ayah , ada bubu ada sisi ada koko masing-masing punya arti lho bulat , segitiga dan kotak ya biar mudah di ingat anak-anak aja

9. Program apa saja yang pernah dilakukan marinyayi selama 2012-2013?

Untuk offline

- Roadshow ayo mengajar
- Workshop guru tk
- Berbagi CD
- Mini concert anak
- Liburan musical

Untuk online

- Kita masih pake media sosial yang ada tapi kadang kita mainan hastag ditwitter kaya pernah kita bikin #dramaanak

10. Hingga sekarang berapa lagu yang sudah marinyayi ciptakan ?

- Sudah banyak sekali mas 500 ada kayaknya

11. Berapa total jumlah pengunjung marinyayi ?

- Coba dicek diwebsite itu ada counting nya

12. Sudah berapa award atau achievement yang pernah didapat marinyanyi selama terbentuk ?

## II. Strategi Promosi

1. Berapa lama waktu yang diperlukan marinyanyi.com dalam merancang strategi promosi kampanye ini ?

- Juli 2011 kita kumpul , waktu itu saya , pungkas , utie , dika dan nindi. Kita ngbrolin tentang marinyayi segala macam buat ngegodok promosinya...terus...kita ngerasa kalo cuman segini marinyayi nggak bakal jalan kita butuh temen-temen yang memang expert dibidangnya sesuai skill masing masing individu akhirnya banyak temen temen yang ikut dan jadi team solid pada waktu itu. Okteber itu kita running ngelarin buat launching desember tapi kita komplit kumpul di bulan november 2011, setelah launching kita baru bener bener godok buat aktivitas dibulan januari 2012 kita mau ngapain nih abis ini ? kita punya rapat kerja ,

kita harus memikirkan tidak hanya sekedar..eh ini aku ada lagu , ini aku punya lagu buat kamu , akhirnya di february karena molor waktu kita jalan road show disekolah TK dijogja.

2. Tahap-tahap seperti apa yang dilakukan marinyayi.com dalam membuat perencanaan strategi promosi ?

Kita banyak brainstorm sampai malem , awalnya kita analisis situasi kemudian buang isu sosial yang telah kita analisis di forum lalu kita olah , terus kita mengidentifikasi target audience kita juga bagi segmentasinya kemudian kita mulai menentukan tujuan pesan yang bakal kita sampaikan hingga kita mulai menentukan waktu program kita mau apa saja. Berikutnya ini yang ngga kalah penting yaitu kita bikin tahapan strateginya lalu kita planningin taktik yang jitu yang seperti apa setelah itu ya kita evaluasi sebelum kita eksekusi hingga mencapai kesepakatan aktivitas apa yang kita mau angkat. Kemudian kita hubungin ngelobby ke beberapa TK , nggak gampang dalam ngelobby itu karena beberapa TK juga punya aktivitas lain. Setelah itu banyak media yang meliput gerakan kita.

3. Seperti apa proses strategi promosi yang terjadi di Marinyayi ?

Kita berpromosi pertama dengan mengajak media untuk meliput , itu waktu launching setelah profil ke angkat *rating* kita di *website* dan sosial media naik nah *above the line* kita itu. Tapi lewat media aja nggak cukup kita buat aktivitas *offline* seperti kita ngajar di TK-TK namanya ayo mengajar , kemudian kita ajak liburan bareng di Benteng Vredebrug nama aktivitasnya Liburan Musikal terus kita bikin mini konser ngundang anak TK se Jogjakarta dan ketika kita offline kita juga bagi bagi kartu nama bagi cd ditempat dan beberapa brosur. Kita ada yang namanya berbagi CD itu untuk daerah daerah indonesia yang belum melek internet kita bagi ke pelosok indonesia gitu dana kita menggalang dana diberbagai event yang disana terdapat banyak orang seperti di ngayogjazz dan dijazz mben senin dan dikonversikan menjadi CD , lalu ada kita ikut buka stand semacam event buat *start up* baru kita buka stand disana. Dionline kita buka forum bagi guru TK dan orang tua untuk ngobrol bareng tukar informasi kemudian kita sempat bikin gerakan ditwitter #dramatwitter berisi tentang drama cerita anak-

- Tujuan utama dari Marinyayi adalah menjadi teman anak. Kita ingin menjadi *tools of education* untuk para guru dan orang tua untuk mendidik anaknya lewat lagu. Tujuan promosi kita adalah mengangkat gerakan sosial ini sehingga banyak yang *aware* dengan Marinyayi ketika semua orang telah *aware* anak-anak di Indonesia dapat mempunyai lagunya sendiri dan kita menjadi sebuah gerakan yang memecah masalah dan menjadi solusi untuk orang-orang di Indonesia kemudian dari tujuan itu orang akan mengingat bahwa ada lho sebuah gerakan sosial yang mensupport lagu-lagu anak
- 5. Apa yang dilakukan marinyayi ketika menganalisis situasi sebelum melangkah ke tahap-tahap berikutnya ?
  - Ya terlebih dahulu kita analisis situasi isu sosial apa yang berkembang dimasyarakat seperti apa, munculnya Marinyayi berawal dari ketakutan ayah Djito terhadap musik yang diterima anak-anak lalu kami bisa berkumpul di bulan Juli 2011. Namun awal kita terbentuk hanya beberapa orang saja dan kita kekurangan SDM kemudian kita merekrut teman-teman kita yang *expert* dalam bidang tersebut itu yang kami alami di awal terbentuknya Marinyayi. Dan ketika kita membuat aktivitas didalam komunitas ini berawal dari analisis situasi dan isu yang berkembang lalu kita *brainstroming* dan menemukan sebuah aktivitas tersebut itu analisis situasi kami untuk mengembangkan Marinyayi
- 6. Bagaimana proses identifikasi target audience marinyayi ?
  - Proses identifikasi kita lakukan biar kita tau aja target yang bakal kita sasar siapa aja karena *problem* sudah ada ya kita buat itu untuk identifikasi *target audience*. Hal mengidentifikasi itu sangat penting dalam menyusun sebuah perencanaan kalo kita nggak ngeidentifikasi kita nggak bakal tahu seberapa efektifnya promosi yang kita kerjain. Prosesnya biasa dari problem turun ke target yang disasar kemudian dibikin spesifik lagi segmentasi geografisnya, demografisnya, psikografis dan perilaku apa aja target yang mau kita sasar, kalo kita bikin secara spesifik kan jadi enak ngaturnya contohnya kaya berbagi CD yang kita buat kan kasusnya dari keterbatasan internet didaerah pelosok Indonesia akhirnya kita kirim CD lagu anak ke penjuru pelosok daerah Indonesia target kita kaum urban yang peduli dengan gerakan ini kita buka donasi nah sasarannya ya guru-guru yang ada dipelosok yang belum ada internet.

Ya itu , hey orang tua sadar nggak sih lagu yang mempengaruhi anakmu ? anakmu akan dewasa lebih cepat lho dia akan terpengaruh dengan lirik lirik yang senonoh dan akan mempengaruhi mentalnya lho sebenarnya anakmu bisa belajar dari lagu bukan malah lagu merusak anakmu , hey guru TK database lagu mu tu kuno banget , masa ya masih nyayi kring-kring pak pos , sekarang pak pos aja nggak ada yang pake sepeda. Sebenarnya kita sudah kasih solusi tinggal mau atau tidak ?

8. Bagaimana marinyayi merancang pesan yang dikomunikasikan lewat lagu ?

Lagunya sudah kita rancang se friendly mungkin untuk anak anak , dan ini akan memudahkan sesuatu untuk anak anak seperti makan sayur , cium tangan , makan pakai tangan kanan , sebenarnya lagu kita simpel banget tinggal mereka mau download atau nggak.

9. Pesan apa yang ingin disampaikan marinyayi kepada pendengarnya ?

Ya bagaimana anak anak ter edukasi oleh lagu yang kita buat agar orang tua ikut mengajarkan pesan kita ke anaknya.

10. Tujuan marinyayi kedepan akan seperti apa ?

Marinyayi itu mimpinya banyak sekali kita pernah punya mimpi jadi sociopreneur , disini kita bermimpi untuk menjadi teman anak. Socioprenur disini adalah kita membuat seperti taman bermain , radio khusus anak , komik untuk anak , buku gambar bahkan kita berencana punya program anak di televisi waktu itu kita sudah ngobrol sama kompas tv dan itu mau , kita bahkan sudah mendesain panggung dan menentukan hostnya siapa , dan ada juga investor yang ingin ikut terlibat. Tapi tujuan kita kedepan belum sempat terwujud

11. Apakah marinyayi menyusun waktu pelaksanaan program dengan baik dan tertata ?

Dulu sih iya kita mempunyai pelaksanaan program tertata, dari awal biasanya kita jadwalkan mau ngapain aja ni selama tahun ini sebisa mungkin kita bikin acara dengan moment tertentu agar momentable gitu lho. seperti awal kita launching itu kita memang sengaja tepat di hari ibu , lalu pas berbagi CD kita tepat di Hari anak nasional pergerakan yang gede biasanya kita bakal bikin momentum yang spesial karena biar banyak orang juga inget tapi kalo seperti ngajar di TK-TK atau bikin event seperti mini concert , liburan musical

12. Bagaimana tahap penyusunan strateginya ?

Tahapan pertama pastinya kita melihat situasi terkini ya seperti sekarang krisis lagu anak kemudian kita membuat lagu anak dan kita *upload* di *website* setelah itu

lakukan seperti event apa yang akan kita buat serta kami juga membuat beberapa kartu nama yang unik agar menarik itu upaya kita menarik orang atau investor kemudian dari *advertising online* maupun *offline* kita buat tidak lupa juga kita mengajak orang-orang untuk menjadi *volunteer* entah dari teman kita sendiri ataupun orang lain kita ajak dan kita buka *requitment*, dan kita mengadakan media *gathering* semua media meliput kita karena ini isu yang sangat menarik dan mereka juga sebenarnya sudah resah dengan keadaan seperti ini , di *online* juga kita *upload* lagu setiap bulan pasti ada lagu baru dan itu kami *share* ke media sosial yang lain agar memperlebar jangkauan kita. Aktivitas *below the line* kita adakan agar masyarakat *aware* dengan marinyayi lalu kita pikirin mau bikin apa lagi untuk terus bisa menjaga eksistensi kita kemudian menyusun untuk bikin gerakan sosial *offline* awalnya satu event kita hajar lalu kita tambah lagi seperti ayo mengajar , mini concert , berbagi cd , liburan musikal dan workshop. Tiap kita adain aktifitas *offline* kaya bikin event gitu kita kadang ngabarin media ya mereka ngeliput karena ini berita bagus kekuatan kita ya paling utama dari media yang ngeliput kita. Setiap aktivitas itu berawal dari isu sosial kemudian kita *brainstroming* menjadi ide lalu direalisasikan

13. Bagaimana perencanaan taktik yang dilakukan Marinyayi ?

- Hal pertama adalah membuat suatu ikon yang gampang diingat orang aja Marinyayi membuat ikon unik untuk menarik anak-anak maupun orangtua namanya Bubu , Sisi , Koko itu singkatan dari bulat , segitiga dan kotak ikon dapat membantu dalam meningkatkan *awareness* juga lho. Ketika media sudah meliput kita maka banyak yang penasaran dan akhirnya mengunjungi website dan sosial media kita juga menerima *request* membuatkan lagu secara Cuma-cuma setelah itu ketika kita mengupload kita juga memposting di beberapa media sosial kita saat itu juga banyak yang meretweet dan memposting ulang di *account* facebook masing-masing dari situ terjadi viral. taktik *offlinenya* kita memakai kartu nama yang unik dan desain yang lucu ketika pameran kita juga buat boneka BUSIKO untuk menarik pengunjung , kemudian kita juga ngelobby radio-radio di Jogja untuk ngasih waktu kita ngobrolin Marinyayi sehingga citra kita kuat dimasyarkat

14. Contoh viral seperti apa yang digunakan marinyayi dalam mengangkat pamor ?buzzer media konvensional ? atau gerakan seperti di twitter ?

- Waktu dulu kita awal awal minta GNFI untuk ikut mempromosikan, lalu ada komunitas lain juga kita suruh mempromosikan, kadang kalo ada aktivitas offair kita ngasih tahu temen temen yang lain lewat nge post di sosial media dan ngirim ngirim email.
15. Setelah banyak yang membicarakan itu menjadi viral yang meluas, apakah berpengaruh terhadap tingkat jumlah pengunduh dan jumlah pengunjung? atau hanya meningkatkan awareness?
- Oh itu jelas dua duanya meningkat walaupun tidak signifikan pasti rate kita naik kok setelah ada aktivitas promosi:
16. Setelah semua disusun melakukan evaluasi juga terhadap perencanaan strategi promosinya?
- Ya pasti kita melakukan evaluasi, Evaluasi sangat penting didalam tubuh organisasi komunitas kita. Perencanaan strategi promosi yang kerangkanya telah kita buat kita evaluasi lagi agar memperkuat perencanaan yang telah dibuat agar ketika melakukan implementasi akan lebih matang. Marinyayi juga mengevaluasi dari pembuatan lirik lagu sampe aransemen musik akan kami evaluasi. evaluasi internal juga mengevaluasinya dari tim inti sampai ke *volunteer*. Evaluasi internal kita mengevaluasinya setelah kita melakukan aktifitas yang bakal kita lakukan hal itu kita evaluasi bagaimana respon dari masyarakat lalu dari rating pengunjung kedepan di *website*, *follower* di twitter dan *fans page* di facebook. Tidak hanya itu namun Marinyayi akan menampung segala kritikan saran dari semua masyarakat entah dari *target audience* maupun elemen masyarakat yang lain. Untuk evaluasi external Marinyayi akan memantau bagaimana antusias masyarakat tentang gerakan ini kemudian evaluasi terhadap respon masyarakat mengenai event-event yang nantinya kita akan garap kemudian memantau bagaimana grafik pengunjung mendatang, pengunduh lagu yang akan mengunduh lagu. Hal ini dilakukan untuk mengetahui evaluasi perencanaan dan seberapa efektifkah kinerja kita kedepan dari situ kan kita bisa telaah baik-baik

### III. Bauran Promosi

1. Menggunakan apa saja marinyayi melakukan aktivitas promosi?

Kita menggunakan PR dan publisitas, advertising, Direct marketing, dan Personal selling. Kita pakai semua bauran promosi kecuali sales promotion karena ngga ada yang kita jual disitu.

Yang pertama itu pas launching kita pake media gathering sama media conference kita sebar press release ; terus yang kedua banyak ngundang media terus tanya ada spot nggak untuk kita cerita biasanya sih kita sebar good news karena kalo ada isu yang melanda media pun menerima dengan senang hati isu ini intinya itu sih kita press release sama minta spot diradio untuk kita cerita.

3. Apakah marinyayi sering melakukan press conference ?

Kita jarang sih cuman di awal aja , kita biasanya sebar press release aja.

4. Apakah tiap lagu atau aktivitas sosial yang diciptakan di marinyayi akan di publis kemasyarakat umum ?

Pasti kita publis kok. tiap aktivitas apa yang kita mau kerjakan , kita juga banyak diliput media nasional dari tv , koran sampai radio itu publisitas dari kita. Bisa dilihat di video yang pernah kita release itu ada beberapa list media yang pernah ngeliput kita

5. Apakah marinyayi sering melobby kerjasama dengan pihak lain ?apa saja yang berhasil kerjasama dengan marinyayi ?

Kita biasanya melobby ke sekolah untuk mengajar , kita lobby radio untuk minta spot cerita, dulu kita mau bikin liburan musikal di kebun binatang kita udah ngelobby ke gembira loka zoo tapi nggak jadi padahal pihak gembira loka sudah sangat senang sekali pernah juga kita ngelobby ke kementrian ekonomi kreatif tapi nggak ada kabar sampai sekarang

6. Apakah divisi PR sering meminta pendapat atau saran kepada manajemen. mengenai marinyayi sendiri untuk memperlancar aktivitas PR ?

Pastinya untuk intropeksi kita kedepan

7. Efektifkah cara public relation marinyayi dalam meningkatkan ketertarikan terhadap marinyayi ?

O sangat efektif tiap kita masuk media pengunjung di web pasti naik , puncaknya di kick andy server murahan kita sampai jebol.

8. Apakah marinyayi melakukan iklan dalam promosi kampanye ini ? jenis iklan apa saja yang digunakan ?

- Above the line : kita tidak beriklan karena akan memakan banyak sekali biaya. Kita lebih seneng menjalin kerjasama dengan media. Seperti kemarin kita minta spot diradio-radio ternama diJogja kemudian kita sempat diajak kerjasama dengan komunitas iklan bohlam *advertising* untuk dibikinkan iklan radio dan ditayangkan

di di ... kita juga memanfaatkan facebook , twitter , dan youtube



biasanya kalo di media sosial bentuk iklanya hanya seperti gambar desain saja , kalo youtube kita kadang bikin video terus upload aja (Andin Rahmana)

- Above the line : Dari media cetak kami sangat terbantu walaupun tidak signifikan seperti media elektronik tetapi dari media cetak se enggaknya bisa merimender masyarakat. Kalo media cetak kita kebanyakan juga diliput oleh media cetak seperti koran dan majalah , tapi sempet ya kita dapat spot gratis pasang iklan di My magz tahun 2012 yang basicnya di Jogjakarta itu sangat membantu untuk merambah kalangan anak muda karena majalah tersebut juga *target audiencenya* remaja tapi memang dampak langsungnya kurang keliatan (Fenny rosilawati)
- Below the line : ya kalo media *above the line* kurang merangkul kita masuk ke bawah *below the line* , kita terjun langsung ke masyarakat biar pada tahu Marinyayi dan mengenalkan apa sih itu Marinyayi, turunya ya ke TK-TK tempat ramai umum kaya benteng vredrebeg disitu kita bagi kaya brosur , kartu nama dan Cd disetiap kita bikin acara kita juga pasang banner agar orang tahu kalo kita diacara TK kita pasti juga pasang Banner disitu

9. Pesan apa yang disampaikan di dalam iklan tersebut ? dan kenapa memilih pesan tersebut ?

Kita macem macem ya tergantung isu apa yang kita mau angkat dan lebih seperti thematic

10. Bagaimana proses mengarahkan target audience ?

- Kita sih biasanya lewat media dan itu membuat orang tertarik dan ingin mengetahui apa itu Marinyayi. Kemudian kita *requitment volunteer* kita sebarin info di media sosial lalu kita kasih formulir yang bisa *download* itu untuk *volunteer* itu inereka ternyata *exited* aja tiba-tiba ada yang datang ke kantor dan kita nggak kenal ternyata *open requitment* kita berhasil mengajak masyarakat umum yang mau memperbaiki masalah ini. Kemudian *request* gratis lagu anak itu menjadi magnet ya buat orangtua dan guru TK untuk bergabung mereka bebas memilih tema lagu anak yang ingin dibuat masyarakat merequest kami yang garap dan lagu kita *uptodate* dengan perkembangan. ketika ada beberapa acara di Jogja pun kita meminta waktu sebentar untuk galang dana untuk berbagi CD kita bungkus kotak sumbanganya dengan poster unik kemarin kita bergerilia di jazz mben senin..

11. Apakah request lagu marinyayi bisa menarik anggota baru untuk ikut juga merequest atau ikut membantu gerakan ini ?

itu sangat membantu karena ketika orang bisa membuat untuk dirinya sendiri itu akan

itu sangat membantu karena ketika orang bisa membuat untuk dirinya sendiri itu akan

marinyayi , ada guru di kulon progo itu yang masih rajin request dan beliau memburn sendiri dan membagikan ke tk tk disana.

12. Lagu up to date seperti apa yang dibuat Marinyayi ?

ya , ayah sampai membuat lagu agnes monica , smash , cherrybele makan sayur , ada unsur unsur populer yang dibawa disana yang pasti kita membuat seiring perkembangan jaman seperti lagu jaman dahulu ngomongin pak pos itu kan udah puluhan tahun yang lalu kita rubah dari lagu yang kita ciptakan.

13. Bagaimana mengajak atau merequit anggota baru secara personal untuk bergabung ?

- Kita sih sering ngobrol ya biasanya kalo ada orang tanya tentang kegiatan marinyayi gitu kita jelasin ya akhirnya mereka juga tertarik dengan apa yang kita lakuin dan kita bikin kartu nama unik juga lho ketika kita ketemu orang yang penting kita kasih kartu nama kita. Kita juga buat semacam *open requitmen* untuk umum dan kita upload formulirnya lalu mereka boleh mengunduh secara gratis dan kemudian setelah itu kita ada *interview* ngejelasin dan kita tanya-tanya aja terus mereka bergabung deh

14. Setelah masuk menjadi anggota ,apakah hubungan mereka hanya sebatas anggota atau berhenti setelah aktivitas yang dilakukan marinyayi sudah tidak ada lagi ?

- mereka dateng kalo ada aktivitas aja yang bakal kita adain setelah itu *volunteer* jadi pasif tapi terkadang kita masih *keep* kontak.

15. Apakah Marinyayi mengajak sodara atau teman terdekat untuk ikut bergabung ?

- Iya dong , Nggak hanya dari masyarakat umum juga tapi kadang kita ajak temen-temen terdekat untuk ikut jadi *volunteer* jadi memang sebenarnya marinyayi membutuhkan orang banyak dan itu pinter-pinter kita aja merekrut dan mau bergabung dalam gerakan ini.

#### IV. Brand Awareness

1. Bagaimana cara Marinyayi meningkatkan awareness kemasyarakat umum ?

- Ya itu tadi kita pilih media yang ngeliput , radio kita minta spot cerita , masih kurang kita turun ke akar rumput kita datengin ke TK-TK kadang anak-anak bregudug ke Tk untuk memperkenalkan diri dari situ yang tadinya mereka nggak kenal kita sama sekali kemudian tahu dan mereka sampai sekarang masih suka download dan merequest lagu buat murid-muridnya , dan alternatifnya kita turun bikin aktivitas bagi bagi kartu nama , katalog , berbagi CD.

Kita masih suka ngepost di facebook aja kita pinter pinter mengelola anggota yang ada di facebook

3. Upaya apa saja yang dilakukan marinyayi untuk menarik mempengaruhi masyarakat untuk mengenal Marinyayi dan memilih Marinyayi untuk dipakai konten-kontennya ?

- Masyarakat mengenal Marinyayi memang rata-rata dari televisi itu pun kita belum mengecek apakah benar semua dari televisi buktinya sih waktu kita masuk kick andy sampai server kita down berarti kan mereka antusias karena setelah melihat tayangan itu waktu itu kita sedihnya server kita nggak mau bener , takutnya setelah mereka tonton tayangan kick andy ngecek website besoknya lupa lagi sama kita. Setelah mereka tertarik dengan tayangan di televisi yang meliput kita biasanya mereka mencari tahu sendiri ya buktinya banyak yang ngecek di website dan tidak hanya dari media televisi tapi anggota kita semacam menjadi viral kita ajak temen-temen kemudian mereka cerita ke temen lainnya lagi lalu seperti guru TK dan orang tua kita buka acara di situ terus dari situ guru dan orang tua ngomong ke orang lain lagi sehingga nama kita pun terangkat mereka pun akhirnya mengunjungi website dan menjadi anggota di media sosial. Aktivitas promosi kita pun terbantu dalam mempengaruhi masyarakat untuk tahu dan mengenal aktivitas gerakan ini. Seperti kita berbagi CD nusantara dimana masyarakat yang tidak mengenal internet bisa dapat cd kita dan mengenal kita dari CD tersebut hal-hal ini cara kita mempengaruhi

4. Apakah marinyayi pernah melakukan identifikasi proses masyarakat umum yang tidak aware dengan marinyayi kemudian menjadi aware ? seperti apa prosesnya ?

Kalo itu sih kita cuman ngbrolin aja ya , pertama kan kita launching banyak yang ngeliput itu jadi banyak yang aware walaupun kurang melebar lagi terus kita pikir siapa lagi nih , oh para onliner kita gencarin disitu kalo masih belum lagi kita dateng ke TK-TK jadi dari situ kan bisa melihat yang belum tahu jadi tahu.

5. Apakah masyarakat mengetahui marinyayi secara individual ?

Iya mereka rata-rata tau dari media kita kemarin masuk 9-11 , wideshot , kick andy , net tv lalu banyak yang mencari tahu sendiri setelah dari media tersebut.

6. Apakah karena lingkungan sehingga masyarakat menjadi aware dengan marinyayi ?

Biasanya sih itu dari guru a nyalur ke guru yang lain , atau volunteer ke teman volunteer lain tapi itu pengaruhnya kurang begitu besar , masih besar lewat media kemudian ke individu

7. Apakah karena strategi promosi marinyayi masyarakat umum menjadi aware marinyayi ?

Iya , karena kita banyak diliput media , kita punya banyak aktivitas didalamnya sehingga masyarakat jadi aware , sebenarnya belum menyeluruh seluruh indonesia , banyak daerah

kirim kirim CD ke daerah pelosok , info pun didapat dari guru guru yang mem posting di facebook, itu salah satu cara kita agar daerah plosok pun aware marinyayi

### **Pertanyaan untuk guru TK di jogja mengenai brand awareness**

1. Apakah anda tahu mengenai gerakan sosial yang bergerak dalam membuat lagu-lagu anak Indonesia ?
  - Budi Mulia dua (bu Uus) : iya mas itu ya Marinyayi kalo nggak salah ya ?
  - TK Rumah Cita (bu Linda) : tau mas Marinyayi ya ?
  - TK Dharma Bakti (bu Aninda) : dulu pernah request lagunya tapi saya lupa namanya
  - TK aba Tegalmulyo (bu Ariana) : tahu mas ini masih ada CD kadang orang tua ada yang minta juga di copyin
  - TK aba Singosaren ( bu Tiwi) : nggak tahu mas
  - TK komimo playschool (bu Irine) : tahu mas dulu kan orang-orangnya pernah main
  - TK aba Ngampilan ( bu Istiqomah) : dulu pernah download dikasih link gitu tapi lupa mas
  - TK kansius Wirobrajan (bu Siska) : anak atmajaya itu ya mas yang bikin ? itu ada tetangga saya disitu
  - TK Budi Asih (bu Indah) : tau mas saya sering make konten lagu-lagunya buat ngajar
  - Tk Mawar (bu Aisyah) : kurang tau mas
2. Apakah anda tahu marinyayi.com ?
  - TK Dharma Bakti (bu Aninda) : ya mas itu mas Marinyayi

- TK aba Singosaren ( bu Tiwi ) : itu apa sih mas ?
  - TK aba Ngampilan ( bu Istiqomah ) : oh Marinyayi iyaya baru inget
  - Tk Mawar ( bu Asih ) : niku website apa ya mas ? karaoke gitu ?
3. Anda tahu dari mana marinyayi.com ? mencari tahu sendiri ?
- TK Dharma Bakti ( bu Aninda ) : dulu liat di tv terus nyari sendiri deh tp udah taun lalu jarang pake lagi mas jadi lupa
4. Apakah anda tahu marinyayi.com dari lingkungan anda ?
- Budi Mulia dua ( bu Uus ) : iya itu kemarin ada guru yang ngasih CD gitu ternyata lagunya enak buat belajar anak
  - TK Rumah Cita ( bu Linda ) : iya kemarin malah tau dari temen guru TK sekolah lain mas
  - TK aba Tegalmulyo ( bu Ariana ) : dulu ada guru yang ngasih CD katanya dari Marinyayi langsung
  - TK komimo playschool ( bu Irine ) : iya mas guru ada yang pernah ngundang
  - TK aba Ngampilan ( bu Istiqomah ) : itu tau dari temen guru yang ngasih link mas
  - TK kansius Wirobrajan ( bu siska ) : pertama tau dari guru lalu liat liputan di tv ternyata tetangga saya yang bikin si natal namanya
  - TK Budi Asih ( bu Indah ) : dulu pernah ikut workshopnya di Semarang mas
5. Apakah anda mengetahui marinyayi.com dari kegiatan promosinya ?

#### **Pertanyaan untuk Orang tua murid di jogja mengenai brand awareness**

1. Apakah anda tahu mengenai gerakan sosial yang bergerak dalam membuat lagu-lagu anak Indonesia ?
- Budi Mulia dua ( bu Riska ) : Marinyayi ya ? marinyayi itu tempatnya di Jogja ?
  - TK Rumah Cita ( bu Erika ) : emmm kaya kalo ga salah Marinyayi ?
  - TK Dharma Bakti ( bu Leni ) : Nggak tahu tuh mas
  - TK aba Tegalmulyo ( bu Ariana ) : kurang ngerti saya
  - TK aba Singosaren ( bu Ela ) : emang ada gitu mas ?
  - TK aba Tegalmulyo ( bu Tika ) : kurang tau mas biasanya saya ambil dari internet aja jarang tahu komunitas gitu
  - TK komimo playschool ( bu Natasha ) : tahu-tahu mas yang bisa download sama request gitu to

- TK Kansius Wirobrajan (bu Wulan) : yaya saya tahu dan saya kadang suka download
  - TK Budi Asih (bu Retno) : Maaf mas ngga tahu , emang ada ya ?
  - Tk Mawar (bu Aini) : malah baru denger ada gerkan gitu
2. Apakah anda tahu marinyayi.com ?
3. Anda tahu dari mana marinyayi.com ? mencari tahu sendiri ?
- Budi Mulia dua (bu Riska) : iya mas tahu dari Tv pernah liat talk shownya dimana gitu saya lupa
  - TK Rumah Cita (bu Erika) : dari TV sama majalah abis itu penasaran juga sih akhirnya ya cari tahu sendiri
  - TK komimo playschool (bu Natasha) : nek aku liat TV sama Koran lokal terus ada linknya ya tak buka ternyata tema lagunya bagus-bagus og mas bisa buat ngajari anakku
4. Apakah anda tahu marinyayi.com dari lingkungan anda ?
- TK Kansius Wirobrajan (bu Tiara) : dulu tau dari temen kerja gitu mas , lagunya lumayan bagus untuk ngajarin anak-anak kan anak saya dua yang pertama sekolah di sini dan yang terakhir umur sekitar 3 tahun
- . . . . . dari lingkungan marinyayi ?