

COLLAB “*STAYCATION*” MELALUI AKUN INSTAGRAM

@RATIHSUKMARESI

(Strategi @RatihSukmaresi melalui Instagram dalam program staycation untuk mempromosikan penginapan di Yogyakarta tahun 2020)

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Strata-1 Jurusan Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Bagas Wahyu Indarto

20170530004

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2020**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Bagas Wahyu Indarto
NIM : 20170530213
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (ISIPOL)

Menyatakan dengan sebenarnya karya yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya sendiri. Sumber informasi yang berasal atau dikutip sumber lain telah disebutkan dalam teks menggunakan aturan berlaku. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi atau karya ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi atau perbuatan tersebut.

Yogyakarta, 23 Juli 2022

Penulis



Bagas Wahyu Indarto

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, atas segala nikmat dan rahmatnya dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi saya dengan segala kekurangannya. Terimakasih kepada orang-orang disekeliling saya yang selalu memberi semangat dan doa, sehingga skripsi saya ini dapat terselesaikan.

- Terima kasih kepada keluarga saya

Karya skripsi ini saya persembahkan kepada keluarga besar saya sebagai rasa wujud syukur dan terima kasih atas jerih payah kalian sehingga saya dapat menyelesaikan Pendidikan S-1. Terima kasih juga kepada orang tua yang sudah memberikan dukungan kepada saya. Terima kasih juga kepada kakak saya Ozzie Ega Ashar, Eca Yasandra.

- Terima kasih kepada Ayu Amalia , S.Sos., M.Si

Selaku pembimbing skripsi yang selalu memberi masukan juga telah sabar dan telaten menuntun saya dalam proses pengerjaan skripsi. Semoga ilmu dan kasih sayang yang diberikan oleh ibu dalam proses pengerjaan skripsi menjadi ladang amal.

- Terima kasih kepada teman-teman

Teruntuk orang terdekat penulis dan teman-teman semua yang tidak bisa disebutkan satu persatu tanpa kalian mungkin masa-masa kuliah saya akan menjadi biasa-biasa saja, maaf jika banyak salah dan sesuatu yang tidak berkenan di hati dengan maaf yang tak terucap.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbi'alaamiin, puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang senantiasa selalu memberikan rahmat-Nya serta nikmat-Nya baik itu nikmat kesehatan, nikmat kesempatan, dan nikmat iman sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Penuh rasa syukur penulis ucapkan karena telah menyelesaikan skripsi dengan judul *COLLABS STAYCATION MELALUI AKUN INSTAGRAM @RATIHSUKMARESI* (Strategi @Ratihsukmaresi Melalui Instagram Dalam Program Staycation untuk Mempromosikan Penginapan di Yogyakarta Tahun 2020)

Dengan pengajuan skripsi ini ditujukan sebagai pemenuhan beberapa ketentuan kelulusan pada jenjang perkuliahan Strata 1 Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Skripsi ini disusun sebagaimana mestinya sebuah tugas yang akan dipertanggungjawabkan isi dan hasil penelitiannya. Lewat penyusunan skripsi ini tentunya penulis mengalami beberapa hambatan, tantangan, namun karena binaan dan dukungan dari beberapa pihak, akhirnya semua hambatan tersebut dapat teratasi. Penulis berharap, bahwa kedepannya skripsi ini dapat dijadikan sumber referensi penelitian lainnya dan dapat bermanfaat bagi siapa saja yang membaca dan membutuhkannya.



Bagas Wahyu Indarto

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
MOTTO	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	13
1.5 Kajian Teori	14
1.6 Metode Penelitian	28
BAB II GAMBARAN OBJEK PENELITIAN.....	34
2.1 Profil dan Sejarah.....	34
2.2 Influencer di Media Sosial	36
BAB III SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN	42
3.1 Sosial Media Marketing	43
3.2 Staycation Melalui Instagram	64
3.3 Flowchart	82
3.4 Faktor Pendukung dan Penghambat.....	83
BAB IV PENUTUP	86
4.1 Kesimpulan	87
4.2 Saran	88
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN.....	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Pengguna Instagram	5
Gambar 1.2 Akun Instagram @RatihSukmaresi	8
Gambar 1.3 Villa Padi Cangkringan	9
Gambar 2.1 Profil Instagram @RatihSukmaresi	34
Gambar 2.2 Profil Akun Instagram @Pradhaya.photo	35
Gambar 2.3 Profil Akun Instagram @YogyakartaLocalGuides	35
Gambar 2.4 Profil Akun Instagram @GoogleLocalGuides	34
Gambar 2.5 Collaboration Dengan Berbagai Influencers	38
Gambar 2.6 Profil Akun Instagram @Backpackertampan	39
Gambar 2.7 Profil Akun TikTok @Jejak	40
Gambar 3.1 @RatihSukmaresi Menyesuaikan Gaya Saat Staycation	44
Gambar 3.2 Interaksi Pada Postingan @RatihSukmaresi	45
Gambar 3.3 Komentar Di Akun @RatihSukmaresi	54
Gambar 3.4 Analytic Posting Time @RatihSukmaresi	56
Gambar 3.5 Analytic Average Post @RatihSukmaresi	57
Gambar 3.6 Analytic Number Of Hashtags @RatihSukmaresi	58
Gambar 3.7 Analytic Hashtags Variation @RatihSukmaresi	59
Gambar 3.8 Daftar Hashtags Yang Digunakan @RatihSukmaresi	60
Gambar 3.9 Analytic Content @RatihSukmaresi	60
Gambar 3.10 Analytic Most Engaging Content Type	61
Gambar 3.11 Post Performance @RatihSukmaresi	62
Gambar 3.12 Engagement Tertinggi @RatihSukmaresi	63
Gambar 3.13 Konten Berbayar @RatihSukmaresi	65
Gambar 3.14 Konten Tidak Berbayar @RatihSukmaresi	65
Gambar 3.15 Likes Followers @RatihSukmaresi	67
Gambar 3.16 Comments Followers @RatihSukmaresi	68
Gambar 3.17 Hashtags Postingan @RatihSukmaresi	69
Gambar 3.18 Mentions Tempat Staycation @RatihSukmaresi	70
Gambar 3.19 Tag Location @RatihSukmaresi	72
Gambar 3.20 Instagram Story @RatihSukmaresi	73
Gambar 3.21 Ambience Staycation @RatihSukmaresi	76
Gambar 3.22 Detail Tempat Postingan @RatihSukmaresi	77
Gambar 3.23 Detail Lokasi Postingan @RatihSukmaresi	78
Gambar 3.24 Cover Postingan @RatihSukmaresi	79
Gambar 3.25 Caption Pada Postingan @RatihSukmaresi	80

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Akun Instagram Kompetitor	10
Tabel 3.1 Postingan Konten @Ratihukmaresi	50

LAMPIRAN

Interview Guide pemilik akun *@Ratihsumkaresi*

1. Siapa pemilik akun *@ratihsumkaresi* ?
2. Kapan akun *@ratihsumkaresi* dibuat ?
3. Bagaimana proses terbentuknya akun *@ratihsumkaresi* ?
4. Bagaimana *@ratihsumkaresi* dalam membuat konten agar berbeda dari kompetitor lain ?
5. Bagaimana *@ratihsumkaresi* membuat strategi pemasaran dalam melakukan *staycation* ?
6. Bagaimana *@ratihsumkaresi* menilai keberhasilan dalam setiap postingan ?
7. Bagaimana cara mengemas sebuah pesan sesuai dengan tempat/ lokasi *staycation* yang dilakukan *@ratihsumkaresi* ?
8. Bagaimana tahapan dalam melakukan proses perencanaan strategi pemasaran suatu tempat yang dilakukan *@ratihsumkaresi* agar menarik minat *audience* dari postingan konten ?
9. Bagaimana cara *@ratihsumkaresi* untuk mempertahankan eksistensi diantara akun yang lain ?
10. Bagaimana cara berkomunikasi *@ratihsumkaresi* kepada *followers* dan *audience* ?
11. Siapakah target *audience* dari *@ratihsumkaresi* ?
12. Dari segi segmen apa saja yang menjadi target *@ratihsumkaresi* ?
13. Bagaimana upaya *@ratihsumkaresi* dalam bersaing dengan kompetitor ?
14. Apa tujuan dari *staycation* oleh akun *@ratihsumkaresi* ?
15. Bagaimana bentuk promosi *online* melalui *staycation* yang dilakukan *@ratihsumkaresi* dalam mempromosikan suatu tempat penginapan ?
16. Adakah faktor penghambat dan pendukung dari strategi promosi *online* melalui *staycation* oleh *@ratihsumkaresi* ? kalau ada apa saja ?
17. Bagaimana cara mempertahankan agar suatu konten menjadi menarik dan dapat memikat perhatian *audiens* ?
18. Apakah promosi *online* tempat penginapan melalui *staycation* efektif ? apa kelebihan metode yang digunakan ?

19. Berapa kali postingan pembuatan konten oleh *@ratihukmaresi* ?
20. Bagaimana bentuk dari konten yang disajikan melalui Instagram oleh *@ratihukmaresi* ?
21. Siapa yang bertanggung jawab dalam akun *@ratihukmaresi* ?
22. Bagaimana cara yang dilakukan *@ratihukmaresi* agar diikuti oleh banyak orang ?
23. Bagaimana pendapat *@ratihukmaresi* dalam menggunakan *platform* Instagram sebagai media untuk memposting konten *staycation* ?
24. Mengapa *@ratihukmaresi* memilih platform Instagram sebagai media promosi online penginapan melalui *staycation* ?
25. Bagaimana cara pembuatan *caption* menarik yang dilakukan oleh *@ratihukmaresi* ?
26. Menurut *@ratihukmaresi*, apakah teknik pengambilan gambar/visual yang baik menjadi sebuah hal penting untuk menjadi seorang konten kreator ?
27. Menurut *@ratihukmaresi*, mengapa seseorang membutuhkan informasi mengenai seputar tempat penginapan melalui sosial media ?
28. *Tools* Instagram apa saja yang digunakan oleh *@ratihukmaresi* untuk membuat konten *staycation* ?
29. Bagaimana cara *@ratihukmaresi* membentuk interaksi dengan *audiens* ?
30. Apakah *@ratihukmaresi* selalu memantau *insight* untuk melihat tingkat ketertarikan *audiens* terhadap konten yang dibuat ?
31. Apa faktor penghambat dalam kegiatan *staycation* ?
32. Apa faktor pendukung dalam kegiatan *Staycation* ?
33. Apakah *@ratihukmaresi* memiliki konten berbayar dan tidak berbayar ?
34. Menurut *@ratihukmaresi* mengapa konten *review* yang anda bagikan melalui Instagram berpengaruh dalam promosi tempat penginapan ?
35. Adakah kritik dan saran dari audiens yang diterima melalui akun Instagram *@ratihukmaresi* ?
36. Mengapa *@Ratihukmaresi* memilih *platform* sosial media Instagram ?

**Interview Guide dengan *Followers* sekaligus *customer* tempat penginapan dari
rekomendasi @Ratihukmaresi**

- 1. Dari mana anda mengenal @ratihukmaresi ?**
- 2. Sudah berapa lama anda mengenal @ratihukmaresi ?**
- 3. Seberapa sering anda melihat postingan @ratihukmaresi ?**
- 4. Apa saja hal yang anda ketahui tentang @ratihukmaresi ?**
- 5. Seberapa sering anda mengikuti *staycation* bersama @ratihukmaresi ?**
- 6. Bagaimana pendapat anda ketika mengikuti *staycation* bersama @ratihukmaresi ?**
- 7. Bagaimana pendapat anda tentang konten *staycation* yang dibuat oleh @ratihukmaresi ?**
- 8. Apa yang membuat anda tertarik mengikuti *staycation* bersama @ratihukmaresi ?**
- 9. Bagaimana pendapat anda tentang postingan dari @ratihukmaresi ?**
- 10. Apa kelebihan dan kekurangan dari @ratihukmaresi ?**
- 11. Adakah ciri khas dari @ratihukmaresi ?**

Transkrip Wawancara Pemilik Akun *@RatihSukmaresi*

Nama : RatihSukmaresi

Umur : 26 Tahun

Tanggal Wawancara : 1 September 2021

1. Siapa pemilik akun *@ratihSukmaresi* ?

“Saya sendiri, Ratih”

2. Kapan akun *@ratihSukmaresi* dibuat ?

“Sekitar tahun 2014”

3. Bagaimana proses terbentuknya akun *@ratihSukmaresi* ?

“Pada awalnya sih hanya untuk iseng aja, kebutuhan pribadi sama hobi, lalu ketika mulai mendapatkan beberapa pengikut, kemudian mencoba untuk diseriusin.”

4. Bagaimana *@ratihSukmaresi* dalam membuat konten agar berbeda dari kompetitor lain ?

“Kalau untuk masalah konten, sebenarnya sih hampir mirip, untuk konten *staycation* biasanya sih saya juga ajakin teman saya untuk menginap bareng biar rame aja gitu buat nambah konten nya biar banyak”

5. Bagaimana *@ratihSukmaresi* membuat strategi pemasaran dalam melakukan *staycation* ?

“Dalam melakukan penyampaian pesan, misalkan dari judul yang menarik, detail informasi yang biasanya ditulis di caption, terus dari kualitas visualnya, berupa foto maupun video.”

6. Bagaimana *@ratihSukmaresi* menilai keberhasilan dalam setiap postingan ?

“Biasanya sih melalui interaksi *followers* atau audiens terhadap konten yang saya buat di Instagram, berupa jumlah *like* dan *comment*”

7. Bagaimana cara mengemas sebuah pesan sesuai dengan tempat/ lokasi *staycation* yang dilakukan *@ratihSukmaresi* ?

“Banyak yang dapat dijual dari sebuah tempat penginapan, misalnya nih mulai dari ambience, fasilitas, pelayanan, dan spot foto dapat dikemas menjadi sebuah pesan/caption. Lalu posting pada saat jam aktif.”

8. Bagaimana tahapan dalam melakukan proses perencanaan strategi pemasaran suatu tempat yang dilakukan @ratihsumkaresi agar menarik minat audience dari postingan konten ?

“Mencari sudut berbeda dalam penyampaian pesan, mulai dari membuat *thumbnail* judul yang menarik *audience*, pembuatan *caption*, kualitas foto & video yang baik, posting di jam aktif”

9. Bagaimana cara @ratihsumkaresi untuk mempertahankan eksistensi diantara akun yang lain ?

“Konsisten tetap posting konten, berinteraksi dengan *followers* melalui kolom komentar lalu menjaga kualitas konten”

10. Bagaimana cara berkomunikasi @ratihsumkaresi kepada followers dan audience ?

“Melalui kolom komentar”

11. Siapakah target audience dari @ratihsumkaresi ?

“Masyarakat luar maupun dalam Jogja, rentang umur 18-50 tahun.”

12. Dari segi segmen apa saja yang menjadi target @ratihsumkaresi ?

“Wisatawan, mahasiswa, pekerja kantoran, *traveler* maupun *enterprenur*.”

13. Bagaimana upaya @ratihsumkaresi dalam bersaing dengan kompetitor ?

“Konsisten dalam membikin konten, Menjawab interaksi dari *followers*, Riset konten”

14. Apa tujuan dari staycation oleh akun @ratihsumkaresi ?

“Untuk *have fun* bersama teman, mempromosikan tempat *staycation* melalui konten, menjadi referensi bagi *followers* untuk mencari tempat *staycation* yang menarik.”

15. Bagaimana bentuk promosi online melalui staycation yang dilakukan @ratihsumkaresi dalam mempromosikan suatu tempat penginapan ?

“Bentuknya berupa posting foto, video, dan *instastory* melalui akun @Ratihsumkaresi”

16. Adakah faktor penghambat dan pendukung dari strategi promosi online melalui staycation oleh @ratihsumkaresi ? kalau ada apa saja ?

“Faktor penghambat biasanya pada saat jadwal bentrok dengan yang lain, untuk faktor pendukung biasanya alat untuk membuat konten yang memadai terus faktor kualitas cahaya menentukan kualitas foto dan video yang dihasilkan.”

17. Bagaimana cara mempertahankan agar suatu konten menjadi menarik dan dapat memikat perhatian *audiens* ?

“Membuat konten yang berkualitas dan pemberian informasi yang lengkap”

18. Apakah promosi *online* tempat penginapan melalui *staycation* efektif ? apa kelebihan metode yang digunakan ?

“Efektif ketika sesuai dengan target pasar melalui Instagram, karena target pasar mencari informasi melalui Instagram”

19. Berapa kali postingan pembuatan konten oleh *@ratih sukmaresi* ?

“Tidak menentu, kadang seminggu 2-3 kali”

20. Bagaimana bentuk dari konten yang disajikan melalui Instagram oleh *@ratih sukmaresi* ?

“Bentuk dari konten berupa foto, video, *caption* dan *instastory*”

21. Siapa yang bertanggung jawab dalam akun *@ratih sukmaresi* ?

“Saya sendiri”

22. Bagaimana cara yang dilakukan *@ratih sukmaresi* agar diikuti oleh banyak orang ?

“Dengan cara mengemas/membuat konten yang menarik sesuai karakteristik diri sendiri”

23. Bagaimana pendapat *@ratih sukmaresi* dalam menggunakan *platform* Instagram sebagai media untuk memposting konten *staycation* ?

“Menggunakan platform Instagram dalam pembuatan konten cukup efektif dengan memanfaatkan *tools* yang Instagram miliki”

24. Mengapa *@ratih sukmaresi* memilih platform Instagram sebagai media promosi online penginapan melalui *staycation* ?

“Karena dari awal sudah cukup lama bermain dan menggunakan platform Instagram, *tools* yang digunakan juga mudah”

25. Bagaimana cara pembuatan *caption* menarik yang dilakukan oleh *@ratih sukmaresi* ?

“Sesuai dengan informasi yang tersedia dan dikemas dengan Bahasa yang mudah dipahami”

26. Menurut *@ratih sukmaresi*, apakah teknik pengambilan gambar/visual yang baik menjadi sebuah hal penting untuk menjadi seorang konten kreator ?

“Penting sih, karena dengan *visual* yang baik akan mendukung kualitas konten, terlebih kepada tujuan kita untuk membuat konten agar lebih menyita perhatian *audience*/mendapatkan *engagement*”

27. Menurut @ratihsukmaresi, mengapa seseorang membutuhkan informasi mengenai seputar tempat penginapan melalui sosial media ?

“Karena pada saat ini, penggunaan sosial media mulai banyak digunakan dan mudah untuk diakses, jadi mencari informasi melalui sosial media lebih mudah diakses”

28. Tools Instagram apa saja yang digunakan oleh @ratihsukmaresi untuk membuat konten staycation ?

“Tools yang digunakan berupa postingan di *feed*, *insta story* dan penggunaan *hashtag*”

29. Bagaimana cara @ratihsukmaresi membentuk interaksi dengan audiens ?

“Membentuk interaksi dengan saling balas melalui kolom komentar”

30. Apakah @ratihsukmaresi selalu memantau *insight* untuk melihat tingkat ketertarikan audiens terhadap konten yang dibuat ?

“Yaa... tapi tidak terlalu sering, kadang memantau untuk melihat perkembangan *traffic* akun dan juga memastikan sudah berapa akun yang dijangkau, dan juga tidak ada target harus mencapai berapa jumlah *insight*”

31. Apa faktor penghambat dalam melakukan kegiatan staycation ?

“Faktor penghambat biasanya faktor waktu dan cuaca, terkadang ketika mendapat cuaca yang kurang bagus jadi kurang bisa *explore* tempat yang berupa *outdoor*, terus kadang pemberian edukasi kepada pihak penginapan tentang konten promosi”

32. Apa faktor pendukung dalam melakukan kegiatan staycation ?

“Kalo faktor pendukung sih karena hobi jadi semangat deh untuk ke tempat yang menarik dan baru terus beberapa tempat penginapan juga meminta untuk diberikan *review* tentang tempat penginapannya”

33. Apakah @Ratihsukamresi memiliki konten berbayar dan tidak berbayar ?

“Yaa... ada konten berbayar dan tidak berbayar, perbedaannya kalo konten berbayar biasanya konten tentang *campaign* bisnis tempat penginapan atau suatu perusahaan, lalu kalau konten yang tidak berbayar yaa konten buat senang-senang aja, misal lagi di liburan di suatu tempat terus bikin konten deh di situ”.

34. Menurut @ratihukmaresi mengapa konten *review* yang anda bagikan melalui Instagram berpengaruh dalam promosi tempat penginapan ?

“Melalui Instagram, kita dapat membagikan visual dari suatu tempat penginapan entah berupa fasilitas,*ambience*, sudut ruangan, ramah tamah dll. Itu dapat memberikan gambaran bagi *followers*, *audience*, calon konsumen untuk memilih tempat penginapan dengan mudah”

35. Adakah kritik dan saran dari audiens yang diterima melalui akun Instagram @ratihukmaresi ?

“Biasanya sih melalui kolom komentar

36. Mengapa @Ratihukmaresi memilih *platform* sosial media Instagram ?

“Ya...karena user interface nya menarik nggak ribet, fitur yang ditawarkan *up to date*, menarik dan mudah untuk digunakan, *platformnya* berbasis foto & video, dan sudah bermain/menggunakan Instagram cukup lama”

**Transkrip Wawancara 1 *Follower* sekaligus *customer* tempat penginapan dari
rekomendasi @RatihSukmaresi**

Nama : Adityawardhana

Usia : 28 tahun

Pekerjaan : *Content creator*

Tanggal wawancara : 28 September 2021

1. Dari mana anda mengenal @ratihSukmaresi ?

“Berawal dari Instagram”

2. Sudah berapa lama anda mengenal @ratihSukmaresi ?

“Sekitar 5 tahun”

3. Seberapa sering anda melihat postingan konten dari @ratihSukmaresi ?

“Sering muncul di *timeline* ketika lagi buka Instagram”

4. Apa saja hal yang anda ketahui tentang @ratihSukmaresi ?

“Membuat konten macam” terutama *staycation*, tapis selain itu juga ada kayak promosi produk”

5. Seberapa sering anda mengikuti *staycation* bersama @ratihSukmaresi ?

“Gak pasti, tergantung kalau pas diajak aja sama jadwalnya pas bisa ikut”

6. Bagaimana pendapat anda ketika mengikuti *staycation* bersama @ratihSukmaresi ?

“Seru sih, sekalian liburan sama nongki bareng”

7. Bagaimana pendapat anda tentang konten *staycation* yang dibuat oleh @ratihSukmaresi ?

“Menarik sih kontennya, jadi enak aja gitu diliat pas di posting di Instagram, sama kalo pas *staycation* pasti bareng-bareng ngajakin yang lain juga”

8. Apa yang membuat anda tertarik mengikuti *staycation* bersama @ratihSukmaresi ?

“Mendapatkan pengalaman baru sekalian *refreshing*, belajar cara mengemas konten, orang nya juga asik, jadi ya seru aja *staycation* bareng”

9. Bagaimana pendapat anda tentang postingan dari @ratihSukmaresi ?

“Pengambilan gambar nya bagus dan jelas”

10. Apa kelebihan dan kekurangan dari @ratihukmaresi ?

Kelebihan : Orang nya asik dan ceria, dalam membuat konten juga detail dan bagus, punya pembawaan sendiri.

11. Adakah ciri khas dari @Ratihukmaresi ?

“Orangnya santai sih dan asik, pengambilan gambar juga bagus dan penulisan di *caption* dapat menarik perhatian *audiens*”.

**Transkrip Wawancara 2 *Follower* sekaligus *customer* tempat penginapan dari
rekomendasi @RatihSukmaresi**

Nama : Dewangga

Usia : 30 tahun

Pekerjaan : Entrepreneur

Tanggal wawancara : 2 Oktober 2021

1. Dari mana anda mengenal @RatihSukmaresi ?

“Awalnya sih.. dari saling *follow* di Instagram”

2. Sudah berapa lama anda mengenal @ratihSukmaresi ?

“Sekitar 3 tahun”

3. Seberapa sering anda melihat postingan konten dari @ratihSukmaresi ?

“kisaran adalah 2 kali muncul di *timeline* dalam seminggu”

4. Apa saja hal yang anda ketahui tentang @ratihSukmaresi ?

“Salah satu *influencer*, sering membuat konten di Instagram, terutama *staycation*”

5. Seberapa sering anda mengikuti *staycation* bersama @ratihSukmaresi ?

“Gak terlalu sering ikut, soalnya nyesuaian jadwal saya juga”

6. Bagaimana pendapat anda ketika mengikuti *staycation* bersama @ratihSukmaresi ?

“Asik sih, bisa nyobain tempat baru yang menarik”

7. Bagaimana pendapat anda tentang konten *staycation* yang dibuat oleh @ratihSukmaresi ?

“Bagus kontennya, pengambilan *visual* nya enak untuk diliat, dia juga sering ngajak orang jadi nggak sendirian saat *staycation*”

8. Apa yang membuat anda tertarik mengikuti *staycation* bersama @ratihSukmaresi ?

“Tempat yang dikunjungi asik-asik, orang nya juga asik, jadi seru aja ikut *staycation* bareng”

9. Bagaimana pendapat anda tentang postingan dari @ratihSukmaresi ?

“Keren, diliatnya bagus jadi kayak pengen nyobain kesana gitu”

10. Apa kelebihan dan kekurangan dari @ratihukmaresi ?

Kelebihan : Orang nya asik gak sombong, dalam membuat konten sudut pengambilan nya juga bagus.

Kekurangan : Kadang kalau pas bikin *instastory* suara nya agak kekecilan

11. Adakah ciri khas dari @Ratihukmaresi ?

“Kemasan kontennya simpel, informasi yang didapat juga jelas, pengambilan gambar yang menarik, referensi tempat yang diambil juga menarik”.

**Transkrip Wawancara 3 *Follower* sekaligus *customer* tempat penginapan dari
rekomendasi @RatihSukmaresi**

Nama : Chelli Fitriana

Usia : 24 tahun

Pekerjaan : Traveler

Tanggal wawancara : 4 Oktober 2021

1. Dari mana anda mengenal @RatihSukmaresi ?

“Dari saling *follow* di Instagram”

2. Sudah berapa lama anda mengenal @ratihSukmaresi ?

“Sekitar 4 tahun”

3. Seberapa sering anda melihat postingan konten dari @ratihSukmaresi ?

“kadang kalau pas buka Instagram sering muncul di *timeline*”

4. Apa saja hal yang anda ketahui tentang @ratihSukmaresi ?

“Salah satu *influencer*, orang nya lucu, pembawaannya ceria, *content creator*”

5. Seberapa sering anda mengikuti *staycation* bersama @ratihSukmaresi ?

“Tergantung kalo pas ada waktu sama diajak ikut gabung”

6. Bagaimana pendapat anda ketika mengikuti *staycation* bersama @ratihSukmaresi ?

“Asik sih, bisa main bareng-bareng”

7. Bagaimana pendapat anda tentang konten *staycation* yang dibuat oleh @ratihSukmaresi ?

“Bagus kontennya, lengkap, kadang juga di bikin *instastory* selain di *feed* Instagram, sama sering ngajak orang lain juga”

8. Apa yang membuat anda tertarik mengikuti *staycation* bersama @ratihSukmaresi ?

“Tempat yang dikunjungi asik-asik, orang nya juga asik, jadi seru aja ikut *staycation* bareng”

9. Bagaimana pendapat anda tentang postingan dari @ratihSukmaresi ?

“Keren, diliatnya bagus jadi kayak pengen nyobain kesana gitu”

10. Apa kelebihan dan kekurangan dari @ratihukmaresi ?

Kelebihan : Orang nya asik gak sombong, dalam membuat konten sudut pengambilan nya juga bagus.

Kekurangan : Kadang kalau pas bikin *instastory* suara nya agak kekecilan

11. Adakah ciri khas dari @Ratihukmaresi ?

“Kontennya bagus, penulisan *caption* yang menarik dan bisa dipercaya, lokasi *staycation* yang menarik, orangnya juga asik dan *humble*”.

@Ratihukmaresi

