**FGD JOGJA LEBIH BIKE – INFLUENCER**

**FGD 1: INFLUENCER JLB Campaign (Senin, 15 November 2021)**

**Peserta:**

1. **(BV)**
2. **(Ho)**
3. **(Kar)**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **TOPIK** |  | **JAWABAN** | **SIMPULAN** |
| KNOWLEDGE |  | BV: kalo dari aku dulu, tapi aku lupa ya bu ina waktu itu pernah denger kaya kalo ke kantor itu misalnya di hari, satu hari dalma jam kantor gitu ada yang datengnya menggunakan sepeda, tapi aku lupa itu darimana tapi “ada” mendengar. Jadi karyawannya satu hari dalam lima hari kerja itu mereka menggunakan sepeda ke kantor, tapi untuk yang kaya emang detail banget jogjalebihbike ada kampanye gitu aku baru denger nya yang ini. | Pengetahuan tentang polusi:   1. Bike to work 2. Mematikan listrik untuk hemat energy (earth hour) 3. Komunitas bersih2 pantai |
|  |  | Ho: kalo saya sendiri belum pernah yang bener-bener polusi gitu. Mungkin kalo yang bener-bener kampanye mungkin ada tapi lebih ke gerakan di media sosial kaya yang gerakan nasional dan internasional yang kaya di tanggal ini, di jam ini harus matiin seluruh yang berhubungan dengan listrik. iya, oh iya itu namanya earth hour, itu sih bu ada di medsos. |
|  |  | BV: mungkin banyak tapi gak tau sih kalo aku ikut komunitas, namanya aku lupa. Pokoknya kita tuh ada dalam satu minggu komunitasnya kita ke pantai, jadi refreshing sekaligus kita mungut sampah bersih-bersih. Kalo gak salah resik pantai apa yah namanya.  Ho: lebih ke program pemerintah sih Bu, jadi pas semester ada kewirausahaan, pokoknya sekitar awal tahun pemerintah semarang membuat sebuah program gimana para UMKM sebisa mungkin jangan jualan pake plastik atau mengurangi plastik yang bening gitu loh Bu. Kaya beli gorengan atau apa kan dikasihnya plastik yang bening nahkaya gitu. |
| RECOMMENDATION |  | BV: kalo aku dari Arganita itu emang langsung gitu ya Bu untuk pure ngebantu kampanye. Tapi setelah aku ngeliat brief dari Arganita, yang aku tangkep jogjalebihbike itu adalah mengurangi polusi dengan berseped. Sepeda juga lagi rame bangetkan apalagi di masa pandemi banyak banget yang gunain dan menurut aku ketika jogjalebihbike itu menarik banget. Cuma posisi aku waktu itu lagi di Nangapinoh gitu Bu, jadi ketika aku ingin turut mensukseskan kok jadi nangapinohlebihbike gitu. Tapi aku ngerasa ketika aku support dengan foto aja udah mewakili banget dengan suara aku “yuk kita kurangi polusi dengan bersepeda” gitu kalo kita males jalan kaki. | Barriers untuk ikut challenge:  1. lokasi tidak di Jogja. Sebaiknya kalau ada online campaign, jgn dibatasi kotanya. |
| RECOMMENDATION |  | Ho: sama Bu kaya ci virgi. Aku juga pertama di kontak sama nita kan terus diminta boleh gak kali misalnya aku kan lagi ada project nih bareng sama jogjalebihbike bisa gak kaya menyuarakan kalo yang saya tangkep lebih ya gitu bu. Menyuarakan kalo sekarang tuh polusi udara udah makin bertambah jadi masalah besar jadi kita tuh sebisa mungkin bisa mempersuasi orang lah untuk membiasakan pake sepeda. Terus kaya yaudah boleh gapapa. Tapi kan di materi publikasinya kita disuruh upload feeds dengan foto naik sepeda, awalnya pertama miki “ hmm punya nya sepeda kecil” jadi aku aku bingung. Terus aku tanya sama kak nita kalo fotonya bener-bener kan itu udah ada twibbon nya gitu, kalo Cuma foo doang pake twibbon boleh ga, tarus katanya gak bisa, sebisa mungkin pake sepedanya jadi kaya lagi naik sepeda yaudah deh Bu langsung ke rumah temen. Kalo yang story Cuma ke campaign hadiah-hadiahnya gitu, bukan bener-bener yang ayo naik sepeda versi story tuh gak ada. |  |
|  |  | BV: iya, foto dengan sepeda terus agak ala-ala keringetan biar keliatan lagi sepedaan nih. Tapi emang lagi sepedaan sih Bu waktu balik ke kampung itu karena lagi gencar untuk olahraga naik sepeda jadi diminta posting sama sepeda aku oke-oke aja. |  |
|  |  | BV: kalo aku story sih bu, karena keliatan ektika orannng ngetap gitu kan, aku lupa berapa yang ngetap tapi ada dibanding gunain feeds. Feeds itu bisa ngeliatnya dari segi vomment, tapi waktu itu kayanya gak terlalu banyak deh jadi menurut aku untuk hal apapun paling efektif di story untuk reminder terus gitu. Tapi kalo untuk, ingin mempertahankan kan kalo story Cuma 24 jam gitu ya kalo feeds itu bisa sampe berapa hari, nah jadi feeds itu gunanya untuk remind orang dalam waktu lama tapi kalo untuk feedback lebih bagus di story. | Instagram:   1. story lebih efektif untuk reminder 2. feeds efektif untuk nyari komen/insight 3. lebih menjual visual dan keindahan feeds/content |
|  |  | Ho: kalo aku lebih ke feeds sih, soalnya di feeds jatohnya lebih ke visual nya kan kita nih sosok lagi naik sepeda nih. Jadi kesannya pas orang mungkin gak sempet di hari h posting tapi besoknya dateng ke akun kita kaya “wah apa nih beda sendiri” kaya beda dari satu kotak gitu ada twibbonnya gitu. Menurut ku lebih ke feeds sih Bu, tapi aku baru inget aku juga ngeshare di tiktok kalo gak salah terus tapi kalo di tiktok lebi ke ngoceh gitu sih bu. Lebih ke ngomong depan camera, kalo gak salah kemarin itu Cuma dapet 158 likes doang 9 comments. Kalo yang di feeds aku nyampe 13 comments sama likes nya 695. |  |
|  |  | Ho: sebenernya kebanyakan orang tiktok jadinya media yang fun, jadi ketika orang buka gak diajak mikir, nah biasanya tuh konten paling menurut saya paling oke kalo gak joget terus satunya lagi dibikin kaya drama jadi kaya ada story yang diselepin di akhir atau tengah. Jangan diawal karena menurut ku gak masuk, jatohnya di tiktok itu semakin panjang durasi nya semakin riskan untuk tidak di publikasi dan gak disebar. | Tiktok:   1. Konten challenge joged2/drama, baru diselipin message tentang polusi udara di akhir. 2. durasi jangan terlalu panjang supaya orang tidak bosan (15-30 detik aja) 3. Tiktok random sehinnga tidak bisa ditebak mana yg bisa viral/engga 4. Bikin 2 part: part 1 utk bkn penasaran, part 2 jawabannya   Youtube   1. video singkat   Twitter:  1. informasi2 penting/serius |
| SOCIAL MEDIA |  | BV: produksi sih bu tapi gak sefokus hosea lah. Kalo hosea kan udah punya massa kalo aku Cuma post ya post kalo mau share yaudah share. Cuma aku mau nambahin aja, emang bener kat hosea tiktok itu kadang malah random banget konten yang bermanfaat bisa jadi viral kadang engga juga. Jadi tapi emang bener kalo untuk wkatu singkat emang itu menjadi point utama, karena orang capek banget untuk ngeliat lama-lama gitu. |
|  |  | BV: jadi kalo semakin lama semakin bosen, jadi mislanya 15 detik atau 30 detik tapi membuat rasa penasaran mereka untuk mengunjungi campaign tersebut. kan ada tuh biasanya yang kaya part dua nah gitu. |  |
|  |  | Ho: sama sih Bu tapi mungkin kalo yang ketiga menggantikan twitter sih Bu nomor tiga youtube. Kalo twitter ko temen-temen ku jarang ada yang pake gitu. |  |
|  |  | BV: kalo aku twitter, sebenernya aku juga jarang menggunakan tapi sebagian besar temenku itu pada tau infromasi yang viral justru dari twitter jadi meerka mendapatkan jalur utama info dari twitter. Makanya aku bilang twitter masih banyak digunakan karena info-info update itu banyak di twitter. |  |
|  |  | BV: menurut aku dulu yah Bu, di tiktok bisa lebih receh bu dibandingkan di Instagram. Kaya misal di tiktok nih aku mau upload apapun joget-joget sepuas hati disitu, tapi kalo upload di instagram aku bakal mikir ulang lagi pantes gak yah, akan rusak feeds aku gak yah. Kalo di story sering, tapi kalo do feeds instagram menurut aku untuk disimpan jangka panjang di feeds kurang sesuai dari target penonton aku yang mungkin kurang suka konten joget-joget. Tapi dalam campaign sendiri misalnya dalam jogjalebihbike menurut aku harus dibedakan kaya hose bilang. Di tiktok dia lebih ke cerita ke followersnya tapi kalo di ig feeds lebih ke visual yang dijual. Jadi harus ada pembeda supaya targetnya kan juga beda, orang yang di tiktok sukanya berbeda dengan orang yang di ig. Kalo di tiktok bisa lebih luwes lah kita membuat karya atau ide. |  |
|  |  | Ho: setuju bu setuju, jatuhnya kesannya kalo konten yang di tiktok dimasukkan ke ig banyak orang belum bisa menerima mungkin karena tiktok lebih ekpresi video nya lebih felskibel. Kalo di ig jatohnya pasarnya lebih ke formal kaku gitu gak boleh main-main. Menurutku harus tetep dibedain soalnya, tapi kalo andaikan nih sekarang kan ig udah punya instagram reels yang bentuknya mirip-mirip tiktok bisa nyebar kemana-mana. Tapi kalo dari pengalaman yang saya liat konten tiktok yang dimauskkan ke ig reels gak bisa se viral di tiktok karena audience nya berbeda. |  |
|  |  | Ho: iya jadi bukan yang, banyakan yang gak bisa menerima terpaan konten yang mirip-mirip tiktok. Kalo ig reels iitu biasanya yang berpuluh-puluh berratus-ratus k itu yang estetik-estetik , jadi kaya yang bukan yang ngomong tapi lebih ke foto video langit gitu. |  |
|  |  | Ho: bu aku mau nambahin sedikit, kadang di tiktok orang lebih suka apresiasi content creator. Kaya konten semudah itu viral dan menjangkau banyak orang tuh kadang munculnya di tiktok, makanya orang seneng buat konten di tiktok karena apresiasinya lebih gede, gak bully lah istilahnya. Kaya temen aku, dia berapa lama gitu kontennya di ig tapi sekalinya dia coba tiktok keberuntungannya disitu kaya orang menanggapi, mengapersiasi karya nya, sampe berdampak pada konten-koontennya juga. Jadi tiktok lebih punya peluang besar untuk menjangkau banyak orang. |  |
|  |  | BV: bu satu lagi, tadi aku juga baru ngomongin sam akak raras tentang lalita, jadikan konten-kontennya dia itu lagi “alay-alay” nya lah istilahnya dan dia mengakui uga konten aku tuh alay banget tapi itu yang orang suka dan orang pengen. Kaya ngeprank lah, atau konten sama pacarnya itu justru orang suka. Jadi emang random banget untuk konten ig tuh. |  |
| EXPERIENCE |  | BV: kalo aku di pinoh kebetulan emang jalan kaki iya ke toko dan sepeda sore-sore, tapi ketika aku sampe di jogja perilaku itu ilang, karena kantornya jauh kan bu mau jalan kaki males, terus gak punya sepeda disini jadi ya begitulah naiknya grab, gojek gitu. | Hal-hal yang menghalangi perilaku mengurangi polusi udara:   1. males, lebih mudah naik gojek   Kemungkinan untuk mempraktekkan:   1. lagi selow banget |
|  |  | Ho: ini konteksnya kalo pergi keluar ya bu ya? Kalo selama ini aku lebih ke nebeng temen sih bu. Jadi kalo misla pergi kemana gitu nah aku lebih prefer aku yang jemput temen atau temen yang jemput aku daripaad dua motor gitu sih. Kalo sepeda gak mungkin sih bu soalnya sepeda ku kan kecil. Tapi kalo yang ebner-bener jalan mungkin sesekali pernah kalo deket-deket aja. Kalo aku malah tipenya seneg jalan bukan naik motor.  BV: aku dari kampus 3 ke mirota bu pulang pergi, terus kampus 3 masih ke kosan lagi. |  |
|  |  | Ho: aku di deket tambak bayan itu kan ada kopi apa itu, nah itu ada yamie yamie apa itu. Dari afui kesana lagi. |  |
|  |  | BV: tergantung jam nya, kalo aku lagi pengen selow banget, yaudah jalan biasa aja gitu aku bakal milih TJ karena lebih murh juga. Tapi kalo waktu aku dikit banget lebih baik aku naik gocar atau gojek gitu. Karena simple juga mereka jemput ke rumah gitu istilahnya gak perlu ke terminal. |  |
|  |  | Ho: kalo yang naik angkutan umum bus pernah itu di jogja, pas awal-awal maba kan kepo malioboro kaya gimana, terus akhirnya aku bareng sama temen-temen. Mungkin karena konteksnya rame jadi naik bus, tapi kalo mislanya pergi kemana sendiri gitu lebih prefer ke ojol tapi milih yang tipe motor, soalnya kalo mobil mahal terus kaya slot nya 4 tapi Cuma aku yang naik. |  |
| RECOMMENDATION |  | BV: di 7 harinya bu kayanya. Kadang orang males feeds nya harus rusak karena 7 postingan dengan tema sepeda gitu. Males aja harus 7 hari, emnding dibuat satu karya misal reels, yaudah reels aja gitu. Eh apa ini harus 7 hari yah Bu? Sorry | Rekomendasi untuk campaign Jogjalebihbike:   1. sulit karena challenge harus 7 hari/30 hari 2. takut merusak visual di IG 3. lebih baik membuat konten yang bisa instan, langsung bisa diupload 4. hadiahnya terlalu olahraga/sepeda: mendingan cash 5. font twibbon kurang menarik. 6. Steps nya ribet 7. Bisa buat campaign: a day in my life versi video. |
|  |  | BV: atau mungkin ya itu bisa jadi karena malesnya gitu untuk ngetag yah harus 7 hari gitu. Kalo aku dulu pernah ikut juga lomba sepeda virtual sepeda gitu Bu, orang lebih tertarik satu kali posting dan yaudah satu hari aja dia rekam aktivitas nya gitu. Atau malah gak dibatasi ya semua dia sekreatov dia, menurut ku disitu orang udah capek dulu ngedenger 7 hari ngerekamnya gitu. |
|  |  | Ho: sama si Bu, kalo aku dapet lomba kaya gini rasanya males gitu bu, pengennya produksi yang instan satu karya gitu. Sama untuk syarat dan ketentuannya kan ada domisili yogyakarta, nah apa mungkin itu ya bu slaah satu faktornya. Kaya aku sama ci virgi post kan yang dimana orang-orang tau kita gak di jogja jadi kesannya kaya agak wating time buat orang ngeliat ini, karena ternyata Cuma buat yang di jogja jadi gak bisa ikut. Sama lebih ke hadiah nya sih Bu, kaya mungkin buat sebagian orang suka, tapi kalo aku pribadi kurang suka karena konteksnya lagi pandemi tapi hadiahnya staycation gitu justru. |
|  |  | Ho: iya uang tunai atau gak barang gitu. Soalnya di fisip nya visualnya kaya voucher gitu. Mungkin kalo memang mau staycation bisa di kasih gambar lokasinya biar orang kepikrian kaya gimana tempatnya. |  |
|  |  | BV: jadi satu ini campaign nya menyulitkan, sebenernya ini memang jadi concern kami sih, kompilasi kegiatan selama 7 hari tuh susah gitu yah, minimal 3 bentuk kegiatan karena tiba-tiba PPKM, kemudian di atau tapi mungkin orang-orang bingung bikinnya “jadi ini harus 7 hari berkegiatan” ko gak minimal 3 kegiatan aja sih?” gitu. Aku paham point nya terkait tadi ada pembatasan daerah dan kurang appealing untuk yang ini gitu. Mungkin kalo ini kan campaign media sosial, makanya harusnya bisa applicable dimana aja, aku lagi di luar jogja pun aku tetep bisa. |  |
|  |  | Ho: kalo saya sebeernya rada kurang suka twibbonnya designya, apalagi font nya. Fontnya pesannya terlalu ribet gitu. Terus seputar itu aja, terus kita jga kan boleh ngajak teemn-temen yang nyari sertifikat pengabdian tapi bebas gitu kan, tapi ya susah karena mereka gak mau. |  |
|  |  | BV: 7 days in my life sepeda. Kan biasanya a day in my life, mungkin bisa 7 hari dengan sepeda tapi gak Cuma sepeda satu video isinya sepeda terus tuh engga. Jadi a day dia buat a day Cuma diselipin sepeda dia mau kemana dia naik sepeda, jadi terselubung campaign sepedanya. |  |
|  |  | Ho: iya bu sama, kalo menurut ku tiktok setia punya akun punya branding nya masing-masing dan punya segmen nya masing-masing karena kan tiktok nanti kalo ngepublish videonya, sebelum mau bikin account kan ditanya what your interest ada banyak tuh, nah itu kan pasti bakal milih konten preference nya. Kalo kampanye nya mau di tiktok liat KOL nya dulu. KOL nya sebisa mungkin kalo menurut ku jangan yag pilih sama, mungkin ada yang satu dnce, latihan ssiaran ngebahas sepeda, terus satunya ke drama dia cosplay jadi kaya ngobrol tentang sepeda. Nah tapi bener kata ci virgi jadi jangan secara eksplisit, kalo yang dari aku liat mungkin caption juga berpengaruh gitu. Kalo dia udah ngeliat campaign atau apa apa apa pasti swipe. Menurutku diselipin di video aja kaya caption diganti “siapa nih yang pernah ngerasain gini?” pastikan orang kepo. | KOL di Tiktok:   1. pilih KOL yang variatif, missal 1 di dance, siaran, sepeda, drama, cosplay – gn smua sepeda. 2. Caption jangan eksplisit. Harus diselipkan. Bikin orang kepo. |
|  |  | Kar: ketentuan, sebentar bu. Sebeenernya gak ribet, Cuma kalo ketentuannya kaya gini pasti yang ikut pasti yang pesepeda banget. Kalo untuk orang awam kalo targetnya menumbuhkan awareness yang orang gak nyepeda itu juga kaya lebih aware untuk nyepeda, pasti gak kepegang. Karena unggah fotonya aja harus bersepeda, terus nanti pun setelah unggah foto harus ikut webinar yang dimana topik nya tetepa sepeda juga. Jadi kalo mau orang awam kaya “oh beda” gitu pasti gak kepegang. Tapi kalo misalnya mau ngumpulin orang-orang yang suka sepeda dikumpulin ini gak ribet sih buapalagi hadiahnya juga lumayan. |  |
| SOCIAL MEDIA |  | Kar: karena beda intensitas nya untuk di story sempet beberapa kali sedangkan di feeds Cuma sekali. Cuma kalo dari views lebih banyak do story karena itu bentuknya video dan lebih menarik editnya. |  |
|  |  | Kar: kayanya pertama tergantung campaignya, kalo campaignnya lagi sesuai sama orang-orang gitu mislanya kalo campaign sepeda kan ada pasarnay sendiri. Gak semua orang suka sepeda, itu kyanya lebih susah materi bawanya makanya videonya lebih effort yang orang penasran. Tapi kalo campaignnya mudah untuk dibawa misal interest nya itu sendiri emang luas pasarnya itu kayanya juga maish bisa. |  |
|  |  | Kar: sebenernya saya juga pernah punya campaign sendiri bu digital campaign itu bikin ig sendiri terkait teroris dan itu susah bawanya sih bu. Tapi kalo campaign terkait kesehatan yang sering diliat di tikok yang mudah-mudah itu pakai video nunjuk-nunjuk aja orang udah banyak. Tapi kalo video ninda sendiri pun belakangan ini aktif di campaign masalah hukum. Itupun random kalo di tiktok tergantung posting jam berapa, yang di tampakkin apa, kalo tiktok campaign ninda sneidiri ngeliatnya itu random yah hoki-hokian bu fyp nya iya apa engga. Karena kadang di materi yang sama pun beda hasil insightnya di ig juga gitu. |  |
|  |  | Kar: kayanya kalo dari startegi kemarin kan diselingin story dulu kemarin tuh, story berapa kali dulu di hari h nya post. Jadi kalo mislanya dalam kasus kemariin ini idelanya mix storynya di perbanyak dulu karena masyarakat gak kaget gitu kaya “ini jogjalebihbike” gitu. Jadi emang di story bertahap diperkenalkan, dibikin biasa dulu dengan jogjalebihbike baru di post gitu. | Membuat konten IG:   1. diselingin story dulu utk bangun awareness 2. baru kemudian diberikan post 3. membangun kelanjutan dr awareness tingkat awal dilanjutkan di sini 4. ide: narasi tentang orang bersepeda (engga harus dy). Lalu bs ambl foto orang di jalan raya utk diceritakan.   Tiktok:   1. bisa untuk edukasi ringan 2. awareness tingkat awal |
|  |  | Kar: untuk membangun awareness tetep ig bu karena kalo tiktok tuh lebih ke edukasi yang ringan gak sampe membangun awareness. Aklo di ig sendiri lebih pas konsistensi nya aja bu. Karena tiktok pasarnya kan fyp, kalo ig kan lebih stuck di followersnya. Jadi kalo di ig pun ada viewers yang emang follow gitu jadi lebih ke ig. Ig juga lebih banyak fiturnya, bisa live, di story pun bisa QnA, bisa macem-macem di ig. Post nya pun bisa IGTV, IGREELS, jadi menurut ku kalo untuk awarness yang jangka panjang lebih ke ig. |  |
|  |  | Kar: penting karena hashtag, hashtag penting banget untuk menjangkau viewrs yang gak do followers dan masuk ke explore juga guna nya. |  |
|  |  | Kar: kalo dari saya sih ini tulisan, kebanyakan tulisan. Jadi kalo orang yang di ig lagi nyari sesuatu hal pasti skip sih bu menurut saya. Ketentuan gitu |  |
|  |  | Kar: mungkin post juga tapi gak post dia harus bersepeda, tapi sesimple dia ngeliat orang sepeda misal car free day di jogja gitu bu, terus narasikan apa yang menari value nya dari itu. Misal ada pak becak lagi nyepeda terus dia bikin narasi yang menarik. Atau orang lagi jualan jamu misalnya lagi naik sepeda gitu karena biar nyenggol berbudaya nya juga gitu sih bu. Kalo kaya gitu-gitu kan gak harus dari kita, dan gak harus nyari sepeda karena orang awam gak semua punya sepeda. Tapi kalo kita ngepost yang penting ada sepeda nya terus challenge nya menarasikan orang itu dengan sepedanya apa hubungannya dengan kota jogja. Maksud saya tuh akan lebih mudah. |  |
|  |  | Kar: kalo saya pribadi nominal bu, karena saya sendiri wlaaupun smartwatch, earbuds gitu tapi saya sendiri aja gak tertarik sih bu walaupun mungkin mahal ya, karena saya gak butuh aja gitu bu. Jadi mungkin lebih tertarik ovo atau apa yang bisa saya gunakan sendiri, terserah saya mau dipake buat apa juga. |  |