

BAB III

TEMUAN PENELITIAN

Setelah melakukan penelitian, peneliti mendapatkan hasil data dengan teknik wawancara yang dilakukan secara langsung kepada narasumber. Dalam penelitian ini narasumber dipilih berdasarkan pada ketentuan yaitu subyek yang menguasai permasalahan dan bersedia memberikan informasi. Pemilihan narasumber menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu mengambil sample dengan pertimbangan yang erfokus pada tujuan tertentu. Wawancara dilakukan dengan cara mendalam kepada narasumber untuk mengetahui bagaimana persepsi milenial terhadap diluncurkannya mobile drama sebagai strategi pemasaran Line find alumni.

Dalam penelitian ini narasumber dipilih berdasarkan beberapa kriteria, yaitu:

- a. Memiliki gadget yang terhubung dengan internet.
- b. Mengakses internet minimal 6 jam/hari.
- c. Menggunakan aplikasi chating Line.
- d. Usia 15-25 tahun.

Adapun narasumber pada penelitian ini berjumlah 8 orang yang berasal dari 3 kelompok milenial yang berbeda yaitu kaum milenial kampung cyber Tamansari, Desa Donokerto, dan siswa siswi SMA Negeri 6 Yogyakarta. Berikut adalah tabel nama, usia, dan pekerjaan narasumber yang peneliti lakukan untuk wawancara:

Narasumber	Nama	Usia	Jenis Kelamin	Pekerjaan
1	Dimas Novandra Utomo	22	Laki-laki	Karyawan
2	Dewi Astriani	24	Perempuan	Karyawan Toko
3	Berry Indar Saputra	20	Laki-laki	

Tabel 6

Narasumber Kampung Cyber Tamansari

Narasumber	Nama	Usia	Jenis Kelamin	Pekerjaan
1	Budi Tritanto	21	Laki-laki	Karyawan Toko
2	Tyas Apriani	24	Perempuan	Karyawan Toko

Tabel 7
Narasumber Desa Donokerto, Turi, Sleman

Narasumber	Nama	Usia	Jenis Kelamin	Pekerjaan
1	Melania Intan Titisana	17	Perempuan	Pelajar
2	Dinda Putria. P	17	Perempuan	Pelajar
3	Raden Bagus Suryo	17	Laki-laki	Pelajar

Tabel 8
Narasumber SMA Negeri 6 Yogyakarta

A. Profil Narasumber

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan teknik pengambilan data wawancara dengan 7 narasumber yaitu 3 siswa SMA Negeri 6 Yogyakarta, 2 warga desa Donokerto, dan 2 warga kampung cyber. Ketujuh narasumber tersebut adalah Intan, Dinda, Suryo, Budi, Tyas, Dimas, dan Dewi. Para narasumber akan menjawab beberapa pertanyaan yang diberikan oleh peneliti tentang persepsi mengenai diluncurkannya *mobile drama* sebagai strategi pemasaran Line.

1. Kampung Cyber, Tamansari

a. Dimas Novandra Utomo

Dimas lahir di Banyumas, 17 November 22 tahun yang lalu. Dimas merupakan warga Taman KT I/436, RT 036/009, Patehan , Kraton, Yogyakarta. karena ketertarikannya pada dunia gadget dan computer, saat ini ia bekerja menjadi karyawan di salah satu apple store di jln. Affandi. Sebelumnya ia mengaku bekerja menjadi admin di YogYes.com, salah satu website yang menyediakan informasi tentang pariwisata, hotel atau penginapan, rental alat transportasi, serta info mengenai kuliner di Yogyakarta.

Saat ini Dimas menggunakan smartphone yang terhubung dengan jaringan internet, yang biasanya ia gunakan untuk bekerja, berkomunikasi, dan mengakses internet secara mobile. Ia mengaku lebih lama menghabiskan waktu untuk mengakses internet daripada untuk bermain smartphone. *“Nggak keitung kalo itu, bisa nyampe 8 jam apalagi kalo pas kerja. Kalo pegang hape nggak terlalu, itu bisa keitung rata-rata 2 jam.”* (Dimas, 26 Maret 2017).

b. Dewita Astriani

Dewita Astriani atau sering dipanggil Dewi, merupakan warga Kampung Cyber, Patehan, Kraton, Yogyakarta. Perempuan kelahiran Wonogiri ini bekerja sebagai karyawan toko jilbab di salah satu pusat perbelanjaan di Yogyakarta. Dewi merupakan warga asal Kismantoro, Wonogiri, namun sejak ia menikah dengan suaminya 2 tahun yang lalu ia tinggal bersama mertua dan suaminya di Kampung Cyber.

Dewi menggunakan smartphone karena alasan mempermudah dalam berkomunikasi *“Kan lebih mudah buat komunikasi, ngikutin jaman juga”* (Dewi, 24 Maret 2017). Dalam sehari Dewi menghabiskan waktu bermain smartphone sekitar 8-9 jam, sedangkan untuk mengakses internet sekitar 4-5 jam dalam sehari.

c. Berry Indar Saputra

Berry merupakan alumni SMA Bopkri 2 Yogyakarta yang berdomisili di Taman KT I/ 432, RT 036/009, Patehan , Kraton, Yogyakarta. Pria berusia 19 tahun itu tengah mempersiapkan diri untuk mengikuti tes ujian masuk perguruan tinggi di Yogyakarta.

ketika disinggung mengenai gadget, ia mengaku bahwa ia bukan tipe orang yang gadget freak, karena ia lebih menyukai music daripada teknologi. Terkadang ia membantu mengurus studio music milik kakaknya.

Dalam sehari Berry menghabiskan waktu kurang lebih sekitar 8 jam untuk bermain smartphone, “*Paling dari siang sampe jam 7*” (Berry, 18 Maret 2017). Ia biasanya mengakses internet untuk, browsing, bermain media sosial seperti Instagram dan facebook, serta berkomunikasi melalui aplikasi chatting seperti Line dan Whatsapp.

2. Desa Donokerto, Turi, Sleman

a. Budi Tritanto

Budi merupakan warga desa Kembang Arum, dusun XIV, Ngemplak, Donokerto, Turi, Sleman. Budi lahir di Sleman, 14 Januari 1997. Budi merupakan alumni SMP Negeri 1 Turi dan SMK 2 Turi jurusan Audio Video yang saat ini bekerja menjadi karyawan toko di salah satu supermarket di Desa Donokerto.

Budi menggunakan *smartphone* yang terhubung dengan jaringan internet, yang biasanya digunakan untuk berkomunikasi, bermain game serta mengakses media sosial. Ketika ditanya mengenai jangka waktu mengakses internet dalam sehari, ia tidak dapat menyebutkan secara jelas namun untuk bermain game ia bisa menghabiskan waktu sampai 2 jam dalam sehari. “*Ya tergantung sih mbak. Kalo buat game 2 sampai 3 jam bisa.*” (Budi, 26 November 2016).

b. Tyas Apriani

Tyas lahir di Sleman, 28 Oktober 1994, yang merupakan warga Desa Donoasih, Donokerto, Turi, Sleman. Tyas merupakan alumni SMP Negeri 4 Sleman dan SMK 1 Tempel. Sudah selama setahun Tyas bekerja sebagai karyawan dan admin di Toko Omah Klambi Kembang Arum.

Tyas mengiyakan bahwa *smartphone* yang saat ini ia gunakan terhubung dengan jaringan internet karena itu merupakan suatu kebutuhan. Ia sendiri tidak dapat

mengatakan secara rinci berapa lama ia mengakses internet dalam sehari,. “*Nggak pasti sih mbak, kira-kira hampir 70% lah.*” (Tyas, 26 November 2016).

3. SMA Negeri 6 Yogyakarta

a. Melania Intan Titisana

Melania Intan Titisana atau yang kerap dipanggil Intan lahir di Sleman pada tanggal 25 Juni 1998. Intan merupakan siswi kelas XII di salah satu SMA di kota Yogyakarta yaitu SMA Negeri 6 Yogyakarta. Di sekolah Intan mengikuti ekstra kulikuler basket dan telah beberapa kali mengikuti lomba mewakili sekolahnya. Di sekolah Intan juga sering menjadi panitia dalam acara sekolah seperti dalam acara English Day, Festband, Artday dan Namche Basketball Championship.

Saat ditanya mengenai smartphone dan internet, Intan mengaku smartphone yang ia miliki terhubung dengan jaringan internet selama sehari penuh namun ia mengakses internet secara intens selama kurang lebih 5-8 jam sehari untuk hiburan, browsing dan bermain social media seperti Instagram, facebook, twitter, path dan ask.fm, serta untuk berkomunikasi dengan teman dan keluarga melalui aplikasi chatting.

b. Dinda Putria P

Dinda lahir di Sleman, 22 Oktober 1998, Dinda sendiri tinggal di Desa Banyuraden, Gamping, Sleman. Saat ini Dinda sedang menempuh pendidikan di kelas XII IPA SMA Negeri 6 Yogyakarta. Di sekolah Dinda tidak terlalu aktif mengikuti kegiatan ekstrakurikuler.

Dinda mulai menggunakan smartphone sejak kelas IX, dan ia mengaku cukup aktif di media sosial. Sama seperti Intan, Dinda memiliki smartphone yang terhubung dengan jaringan internet. Selama sehari Dinda mengakses internet secara intens selama kurang lebih 6-10 jam yang digunakan untuk browsing, mengakses youtube, bermain media sosial, serta berkomunikasi dengan teman dan orang-orang terdekatnya.

c. Raden Bagus Suryo

Raden Bagus Suryo atau yang biasa di panggil Suryo merupakan salah satu murid di kelas XII IPA SMA Negeri 6 Yogyakarta. Pria kelahiran Lampung ini cukup aktif dalam kegiatan sekolah, dan menjadi anggota OSIS SMA Negeri 6 Yogyakarta.

Ketika ditanya, Suryo mengaku bahwa *smartphone* yang ia miliki saat ini terhubung dengan jaringan internet, namun ia tidak terlalu intens dalam mengakses internet. Selama sehari biasanya Suryo mengakses internet kurang lebih 4-5 jam, karena ia tidak terlalu aktif dalam berbagai media sosial.

B. Praktek Konsumsi Line menggunakan Smartphone

Di era globalisasi seperti sekarang, hampir semua masyarakat mengetahui dan menggunakan *smartphone* sebagai media untuk berkomunikasi. *Smartphone* sendiri telah dilengkapi berbagai macam fitur yang tentunya sangat memudahkan penggunanya dalam melakukan aktifitas, tidak hanya untuk berkomunikasi tetapi sebagai media hiburan, mengakses internet, transaksi bisnis dan masih banyak manfaat yang didapat dari *smartphone*.

Untuk masalah komunikasi via *smartphone* kita telah disuguhkan berbagai macam aplikasi *chatting* seperti Whatsapp, Blackberry Messenger, Line, We Chat, Kakao Talk dll. Salah satu aplikasi *chatting* yaitu Line dirilis pada tahun 2011 yang dikembangkan oleh perusahaan asal Jepang bernama NHN Corporation. Line tidak hanya menyediakan fitur *chatting* saja, Line juga menyediakan fitur *voice call* dan *video call*. Yang membedakan Line dari aplikasi *chatting* lainnya adalah adanya berbagai macam fitur tambahan seperti disediakan berbagai macam *sticker* Line, Line Today yang berisi berita hari ini dan beberapa fitur hiburan seperti Line Webtoon, Line Games, dan Mobile Drama.

Dari penelitian yang telah dilakukan kepada 8 narasumber dari 3 kelompok milenial yang berbeda, didapat temuan mengenai praktek konsumsi Line menggunakan *smartphone*.

1. Kampung Cyber, Tamansari

Terdapat berbagai macam alasan narasumber dalam memakai *smartphone*, namun jawaban yang paling umum adalah untuk memudahkan dalam berkomunikasi. Seperti yang disampaikan oleh beberapa narasumber berikut. “*ya buat ngubungin temen-temen*” (Berry,

18 Maret 2017). “yang pertama kerjaan, yang kedua temen, yang ketiga akses internet *mobile*” (Dimas, 26 Maret 2017). “*kan lebih mudah komunikasi, sama ngikutin jaman juga sih*” (Dewi, 24 Maret 2017).

Dikarenakan adanya kemudahan akses internet yang dimiliki oleh ketiga narasumber dari kampung cyber, membuat mereka menghabiskan waktu menggunakan internet sekitar 5-8 jam sehari. “*dirumah pake wifi kalau diluar pake data. Kalau dirumah terus ya pake wifi terus, kalo mainan hape ya paling dari siang sampai jam 7 malem*” (Berry, 18 Maret 2017). “*ada, kaya kuota gitu. Biar lebih mudah aja akses informasi. Biasanya kalo ada sela waktu aku internetan, sehari bisa aduh banyak kalo dihitung, bisa 4 sampai 5 jam. Biasanya buka Instagram, BBM, Facebook, Line juga. Kalo mainan hape sendiri sih bisa 8 sampai 9 jam*” (Dewi, 24 Maret 2017).

“*kalo lagi keluar gitu itu sih yang dibutuhin, kalo dirumah pake wifi. Nggak keitung bisa sampe 8 jam apalagi kalo kerja, tapi kalo mainan hape ya paling Cuma 2 jam. Sebenarnya nggak terlalu suka pake smartphone, bukan nggak suka sih, ngindarin banget untuk pake itu*” (Dimas, 26 Maret 2017).

Ketiga narasumber dari kampung cyber mengungkapkan alasan mereka menggunakan Line. “*buat ngehubungin temen-temen, grup sekolah, alumni-alumni, grup main, grup acara*” (Berry, 18 Maret 2017). “*enak aja sih mbak, enak pake Line. Kirim foto jernih, bbisa video call, ada panggilan gratis juga. Kalo belanja online shop lebih enak pake Line juga*” (Dewi, 24 Maret 2017). “*karena jualan, kadang kalo jual di kaskus kan orang-orang lebih prefer ngehubungin lewat Line dibanding WhatsApp. Kalo WhatsApp biasanya orang-orang kerja kalo nggak kampung disini*” (Dimas, 26 Maret 2017).

Aplikasi Line memiliki dampak positif dan negative, dampak negatif dari Line salah satunya adalah mengurangi intensitas berkomunikasi secara tatap muka dan banyaknya berita hoax seperti yang disampaikan oleh narasumber berikut. “*Pernah paling kalo cuma nanyain ada perlu ini sama nanyain koneksi. Tapi biasanya kalo perlu banget ya ditanyain langsung ke rumahnya*” (Dimas, 26 Maret 2017). Dimas juga menuturkan bahwa salah satu dampak negatif Line adalah banyaknya Hoax. “*kalo negatifnya kalo sekarang ya paling banyak hoax gitu gampang kesebar, yang dipengaruhi jadi lebih banyak apalagi akunya udah terkenal, audiencenya banyak*” (Dimas, 26 Maret 2017).

Dampak negatif dari Line tentunya memudahkan narasumber dalam berkomunikasi, sebagai media hiburan dan informasi. *“dampak positifnya ya itu dia untuk jualan, trus kita bikin semacam gimana ya official akun itu kan ngeblock gitu kan kita jadi kayak bisa ngeshare artikel lewat situ”* (Dimas, 26 Maret 2017). Hal tersebut juga termasuk salah satu dampak positif dari Line. *“Ya jadi gampang buat ngabarin temen kalo mau kumpul”* (Berry, 18 Maret 2017). *“aku ngikutin Info Jogja, Pecinta Kucing kan aku suka kucing, ada resep masakan. Kalo dampak negative selama aku pake kayaknya belum ada deh mbak, positifnya sama aja kayak tadi sih mbak lebih mudah komunikasi, mau belanja online shop lebih mudah, ada video call, panggilan gratis”* (Dewi, 24 Maret 2017).



Foto 6
Official Akun Line yang Diikuti oleh Dimas
Sumber: screenshot dari akun Line salah satu narasumber

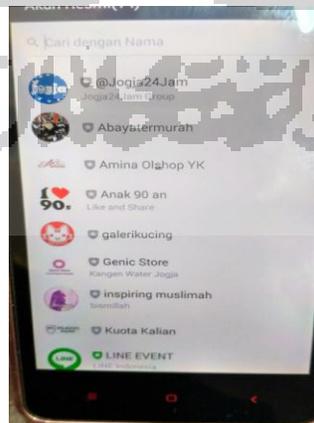


Foto 7

Official Akun yang Diikuti Oleh Dewi
Sumber: screenshot dari akun Line salah satu narasumber

2. Desa Donokerto, Turi, Sleman

Dalam kehidupan sehari-hari, masyarakat terutama kaum milenial sangat bergantung pada *smartphone*, hampir di setiap saat mereka menggunakan *smartphone* untuk berkomunikasi dan mengakses internet maupun media sosial. Pengguna *smartphone* dapat menghabiskan waktu sampai berjam-jam dalam sehari untuk memainkan *smartphone*. Terdapat berbagai macam jawaban yang diungkapkan oleh narasumber terkait alasan narasumber memiliki akses internet di *smartphone* dan berapa lama narasumber menggunakan *smartphone* serta mengakses internet melalui *smartphone*. Seperti yang diutarakan oleh kedua narasumber dari Desa Donokerto berikut. *“buat main game sama komunikasi sama temen-temen”* (Budi, 26 November 2016). *“Pake akses internet karna kebutuhan juga sih. Sehari biasanya berapa ya, nggak pasti sih mbak hampir 70%, ya ada lah 8 jam lebih”* (Tyas, 26 November 2016).

Smartphone tidak hanya digunakan sebagai sarana komunikasi dan mengakses internet serta media sosial saja tetapi juga untuk bermain game seperti Budi yang mengaku bermain game kurang lebih 2 jam dalam sehari. *“Kalo nggak pake (akses internet) gimana mau berhubungan sama temen-temen. Ya tergantung sih, kalo buat game 2 sampe 3 jam bisa”* (Budi, 26 November 2016).

Kedua narasumber mengungkapkan alasan mereka menggunakan aplikasi Line. *“karena bisa video call, enak pake itu”* (Budi, 26 November 2016). *“lebih mudah aja, selain itu buat kirim data lebih enak”* (Tyas, 26 November 2016).

3. SMA Negeri 6 Yogyakarta

Ketiga narasumber dari SMA Negeri 6 Yogyakarta memiliki alasan yang sama dalam menggunakan *smartphone* yaitu untuk memudahkan dalam berkomunikasi. *“ya buat sarana komunikasi sama buat cari informasi”* (Dinda, 04 Agustus 2016). *“karena di SMA kan sekarang pada kaya punya grup Line, tugas-tugas semua dishare disanaterus guru-guru juga disuruh bikin grup. Karena aku awal masuk SMA itu pake hape biasa tapi jadi ketinggalan info, makanya jadi pake smartphone terus pake Line juga”* (Suryo, 04 Agustus

2016). Selain untuk media komunikasi narasumber mengatakan alasan mereka menggunakan smartphone adalah sebagai hiburan seperti yang disampaikan oleh Intan dan Budi. *“ya untuk hiburan, main game, buat browsing ngerjain tugas dari sekolah”* (Intan, 04 Agustus 2016).

Ketergantungan terhadap smartphone membuat kaum milenial seakan tidak bisa lepas dari smartphone, hampir setiap saat mereka menggunakan *smartphone* untuk berkomunikasi atau sekedar menghabiskan waktu. *“ya biasanya untuk keperluan pelajaran kayak cari data gitu sama paling browsing-browsing. Berapa ya, mungkin kurang lebih 2 jam”* (Dinda, 04 Agustus 2016). *“tergantung sih, sebenarnya aku 24 jam full aku hidupin, tapi kalo aksesnya sekitar 4 jam-an mungkin. Soalnya saya jarang buka-buka yang gimana, cumin kalo buka lama gitu terus berhenti, sisanya belajar.”* (Suryo, 04 Agustus 2016). Akses internet juga digunakan sebagai hiburan dengan bermain *social media* oleh narasumber, seperti yang diungkapkan oleh salah satu narasumber berikut. *“internet untuk main social media sama cari informasi. Kalo akses internet 5 sampai 8 jam tergantung situasi”* (Intan, 04 Agustus 2016).

Ketiga narasumber memiliki alasan yang sama dalam memilih menggunakan aplikasi *chatting* Line, yaitu adanya grup kelas yang menggunakan aplikasi tersebut. *“soalnya temen-temen sama keluarga pake Line, gampang juga kalo mau komunikasi. Grup kelas pakenya Line juga”* (Intan, 04 Agustus 2016). *“soalnya grup kelas sama grup belajar yang lain pake Line kalo mau komunikasi trus kalo ada info juga di share di grup Line”* (Dinda, 04 Agustus 2016). *“ya karna itu tadi ada grup di Line”* (Suryo, 04 Agustus 2016).

Aplikasi Line sendiri tentunya memberikan dampak positif dan negative. Hal positif yang dirasakan pengguna Line adalah memudahkan dalam berkomunikasi. Dengan adanya Line kita tidak perlu menghabiskan banyak pulsa seperti sms, Line juga lebih praktis daripada sms. Dengan modal smartphone yang telah terhubung dengan jaringan internet, kita sudah dapat menikmati berbagai macam fitur yang ditawarkan oleh Line. Line juga tidak hanya sebagai media berkomunikasi saja, tetapi juga sebagai sumber informasi dan hiburan. Namun ada juga dampak negatif yang ditimbulkan Line, salah satunya adalah menjadikan penggunaannya menjadi seseorang yang kecanduan *chatting*, seperti yang dialami

oleh Intan “*Kadang sering ngobrol pake Line walaupun jaraknya deketan, kayak misalnya kalo lagi di kantin kadang suka di Line temen nitip jajan*” (Intan, 04 Agustus 2016).

Line bukan hanya memberikan kemudahan komunikasi dan hiburan saja, kita juga dapat menemukan dan memberikan sebuah informasi yang di butuhkan oleh pengguna Line lainnya, seperti Suryo yang mengikuti official akun yang memberikan informasi salah satunya adalah @Jogja24jam yang berisi info seputar Jogja. “*Aku ngikutin macem-macem, kayak artis-artis gitu aku ngikutin. Tapi yang paling ngasih aku info sih Jogja24 jam, biasanya banyak info tentang even-even di jogja sama kadang ada info tentang klitih gitu jadi kita tau mana daerah yang rawan*” (Suryo, 04 Agustus 2016).

C. Pengetahuan tentang Mobile Drama Line dan Fitur Line Find Alumni

Beberapa waktu lalu Line meluncurkan kampanye dengan konsep *mobile drama* berjudul ‘AADC’. Line *mobile drama* ‘AADC’ adalah sebuah drama pendek yang menceritakan tentang kelanjutan film AADC yang populer pada tahun 2002. Tujuan dikeluarkannya *mobile drama* AADC tersebut adalah untuk memperkenalkan fitur *Line Find Alumni*. Mobile drama AADC sendiri menceritakan tentang kisah Rangga dan Cinta yang kembali menjalin komunikasi dan akhirnya bertemu karena secara tidak sengaja menemukan kontak masing-masing melalui fitur Line Find Alumni. Dengan dibuatnya mini drama ini menunjukkan bahwa Line memahami peran pelanggannya, peran pelanggan tidak boleh diabaikan dalam keputusan akhir untuk memulai meluncurkan konsep baru karena mereka adalah pelaku utama keberhasilan dalam setiap produk dan fitur yang dimiliki Line.

“*Kalo aku jujur suka, cerita yang sebenarnya panjang disingkat dalam beberapa scene dan itu dapet isi ceritanya apa aja, menurut aku bagus, komunikatif juga. Sebelumnya baru Line yang kayak gitu ya, uniknya ya itu tadi, drama yang dibuat mobile drama itu gak tau kenapa bisa komunikatif sekali jadi gak bertele-tele tapi langsung dapet ceritanya kayak gini dan orang tetep bisa merasakan suguhan dramanya*” (Suryo, 04 Agustus 2016).

Berbeda dengan Suryo, Intan tidak begitu familiar dengan *Line mobile drama*. Ia mengaku sebelumnya belum pernah menonton *mobile drama* tersebut, namun setelah diperlihatkan *mobile drama* tersebut ia mengaku tertarik dengan drama tersebut. “*Bagus, unik untuk yang baru pertama kali nonton. Menarik juga buat promosi film AADC sekaligus fitur*

terbaru Line, apalagi disitu kan jelas banget kalau itu buat promosi Line” (Intan, 04 Agustus 2016).

Sama halnya dengan intan, dinda juga baru pertama kali mengetahui tentang *mobile drama* tersebut. “Iya baru nonton sekarang ini. Menurut aku menarik sih soalnya dia ngasih tau tentang fitur baru dari Line, jadi dia ngasih tau ke publik kalau Line punya kelebihan akses daripada aplikasi lain” (Dinda, 04 Agustus 2016). “Dramanya bagus, baper, menyentuh. Menariknya karna udah lama nggak ketemu dari SMA sekarang udah dewasa gitu sekarang bisa komunikasi karna fitur dan aplikasi itu” (Dewi, 24 Maret 2017). “Bagus sih, intinya komunikasi itu bisa ngehubungin orang yang udah lama nggak ditemuin terus secara nggak sengaja bisa ketemu lagi, Line id nya bisa langsung ketemu” (Dimas, 26 Maret 2017).

Tidak seperti kelima narasumber diatas yang tertarik dengan *mobile drama* tersebut, dua narasumber asal desa Donokerto tidak terlalu tertarik dengan *mobile drama* dari Line ini “Kalau cerita dramanya sih lumayan bagus, ngena banget ceritanya tapi menurutku selain itu gak ada yang menarik, ya biasa aja gitu” (Budi, 26 November 2016). “Kalo saya sih agak nggak suka yang terlalu romantis ya, lebih suka yang komedi sih jadi ya biasa aja. Karna dasarnya udah nggak suka jadi ya biasa aja nggak ada yang unik atau menarik” (Tyas, 26 November 2016).

Bahkan setelah mengetahui tentang *mobile drama* keduanya tetap merasa tidak tertarik untuk menggunakan fitur find alumni. “enggak, masih banyak yang berhubungan sama temen-temen lama soalnya jadi ya gak perlu pake itu” (Budi, 26 November 2016). Tyas juga mengungkapkan pendapat yang serupa “enggak sih mbak, nggak terlalu” (Tyas, 26 November 2016). Strategi pemasaran yang unik dan menarik diharapkan dapat meningkatkan rasa keingintahuan milenial sehingga memberikan kemungkinan bahwa kaum milenial akan memakai fitur tersebut. Hal tersebut senada dengan pendapat beberapa narasumber. “iya aku sempet nyobain soalnya ada beberapa teman yang udah lost contact” (Dinda, 04 Agustus 2016).

Tidak semua narasumber merespon baik terhadap strategi yang dilakukan oleh Line tersebut, hal itu terbukti dari pengakuan beberapa narasumber yang tidak tertarik untuk memakai fitur Line Find Alumni. seperti halnya yang diungkapkan oleh Berry “udah tau dari lama sih tapi belum pake dan nggak ada rencana juga soalnya udh ada grup sendiri” (Berry, 18 Maret 2017). Sama halnya dengan Berry, beberapa narasumber juga tidak begitu tertarik dengan fitur alumni. “nggak tertarik sih soalnya dulu sekolahnya pindah-pindah jadi agak ribet kayaknya” (Dimas,

26 Maret 2017). *"kalo Line udah instal dari dulu tapi kalo Find Alumni kayaknya enggak (tertarik) deh"* (Intan, 04 Agustus 2016). *"nggak soalnya untuk cari siapa. Nggak berkesan, dulu SMP nya suram"* (Suryo, 04 Agustus 2016). *"kayaknya enggak deh, soalnya temen-temen udah banyak yang ilang kontak ketemunya malah di facebook. Soalnya temen-temennya ada yang pake Line ada yang enggak, kebanyakan nggak pake Line jadi malah susah to"* (Dewi, 24 Maret 2017).

Meskipun terdapat perbedaan pendapat dari narasumber terhadap ketertarikan mereka terhadap mobile drama dan fitur find alumni, namun semua narasumber memiliki pendapat yang sama terkait aplikasi Line itu sendiri, dimana semua narasumber memiliki tanggapan positif terhadap aplikasi Line. *"enak buat kirim data lebih praktis dari pada email. Kalo find alumni menurut aku biasa aja nggak yang pengen tau banget gitu, tapi kalo Line ya tertarik, bagus, udah pake dari dulu"* (Tyas, 26 November 2016). Pendapat serupa juga disampaikan oleh Berry *"delivnya cepet, telfon juga nggak macet-macet, ngirim foto nggak pecah, enak sih mbak nggak lemot. Nggak kaya BBM kadang suka lemot terus suka nge-close sendiri"* (Berry, 18 Maret 2017). *"bagus, fitur nya lebih lengkap, banyak sticker juga. Cuman kurangnya Line itu ngumpulin junk-nya banyak banget, misal sekali instal dipake seminggu aja ukurannya udah berapa"* (Suryo, 04 Agustus 2016). *"nginstal Line karena dulu sih ikut-ikutan aja mbak, terus kalo sekarang komunikasinya lebih sering pake Line karena ya itu lebih gampang, lebih cepet, ada panggilan gratis"* (Dewi, 24 Maret 2017). *"kalo Line itu awal banget karena temen sih"* (Dimas, 26 Maret 2017).

D. Persepsi tentang Peluncuran Mobile Drama sebagai Strategi Pemasaran Line Find Alumni

Setelah melakukan penelitian terhadap 8 narasumber yang merupakan siswa SMA Negeri 6 Yogyakarta, warga desa Donokerto, dan warga kampung cyber didapatkan ada perbedaan persepsi. Narasumber memberikan persepsi mengenai mobile drama sebagai strategi pemasaran fitur Line find alumni. Sebagian narasumber mengaku tidak mengetahui bahwa *mobile drama* AADC merupakan strategi pemasaran fitur Line find alumni. Beberapa narasumber yaitu Dewi, Dimas, Budi dan Tyas hanya mengetahui fitur find alumni dari Line itu sendiri, sedangkan narasumber yang lain mengetahui hal tersebut dari media sosial lain seperti, youtube, facebook, maupun mesin pencari web. *"Udah tau sih sebelum ada iklan itu, nyari-nyari sendiri searching*

gitu jadi gak sengaja ketemu” (Suryo, 04 Agustus 2016). “Ya dari Line sama di youtube kan suka ada iklan-iklan itu” (Berry, 18 Maret 2017).

Ketika disinggung mengenai strategi komunikasi dari Line, narasumber memberikan jawaban yang berbeda-beda. *“Ya pinter sih mbak, jadi mudah nyari temen-temen lama, otomatis” (Berry, 18 Maret 2017).* Namun ketika ditanya mengenai keefektifan strategi tersebut Berry berpendapat bahwa strategi tersebut tidak terlalu efektif. *“Kalo itu kurang sih mbak, soalnya kan aku belum pake. Nggak ada rencana buat download juga soalnya memorinya penuh” (Berry, 18 Maret 2017).* Hal serupa juga dituturkan oleh narasumber lain. *“Agak banyak pemberitahuan baru, udah bagus sih. Kalo saya sih yang find alumni itu nggak terlalu tertarik jadi biasa aja sih. Kalau pemasarannya sih udah bagus tapi saya kurang tertarik aja pake itu” (Tyas, 26 November 2016). “Belum (efektif), karena menurut aku kaya kurang populer. Aku sendiri kurang dapet informasi tentang find alumni ini” (Intan, 04 Agustus 2016).* Suryo dan Dimas juga berpendapat bahwa strategi tersebut tidak cukup efektif.

“Kalo find alumni aku bingung sih soalnya udah lama terus agak jarang yang pake. Mungkin daripada bikin find alumni mending dibikin Line@ aja ya untuk sekolah tertentu, itu sama aja kayak fanpage facebook gitu kan. Sebenarnya find alumni itu tujuannya kayak niruin facebook gitu, cuma untuk ngepromote lagi sekarang susah. Jadi menurut aku nggak efektif sama sekali” (Dimas, 26 Maret 2017).

“Mungkin bagus tapi gimana ya karna kalo drama itu mungkin yang liat gak semua orang, hanya beberapa jadi kalo menurut aku kurang sih. Kalo hanya untuk penghibur yang make Line it's okay sih sekalian iklan, tapi kalo untuk fitur tersendiri untuk membuat orang tertarik nggak efektif karna targetnya nggak nyampe ke semua kalangan masyarakat” (Suryo, 04 Agustus 2016).

Hal berbeda dikemukakan oleh Dewi dan Dinda yang merasa strategi tersebut cukup efektif. *“Pinter aja dia timingnya tepat, yang nonton jadi penasaran, strateginya bagus. Kalo efektif iya tapi agak kurang sih kan nggak semua orang nonton. Yang nonton filmnya tau, kalo yang nggak nonton kan nggak tau” (Dewi, 24 Maret 2017). “Bagus sih, soalnya penyampaian ke masyarakat tergolong unik. Menurut aku juga udah efektif, buktinya setelah ada fitur find alumni banyak temen-temen yang ikut gabung” (Dinda, 04 Agustus 2016).*

E. Pengetahuan tentang m-commerce

Dari hasil wawancara menunjukkan bahwa hampir semua narasumber tidak mengetahui apa itu m-commerce. Peneliti menemukan beberapa pendapat mengenai m-commerce sebagai

salah satu strategi komunikasi dan keefektifan m-commerce sebagai salah satu cara pemasaran. “daripada iklan lewat media kayak TV, Koran gitu kan kayaknya lebih efektif kalo iklan lewat media seperti internet” (Tyas, 26 November 2016). Dua narasumber dari kampung cyber juga memberikan pendapat serupa, “Bagus sih soalnya itu pertama ada iklan begitu. Iya efektif, gak sengaja jadi penasaran terus ngeliat jadi tertarik” (Dimas, 26 Maret 2017). “Bagus ya, lebih mudah dan pemasarannya juga lebih luas. Apalagi kalau punya gadget kan lebih mudah, mau transaksi juga lebih gampang. Jadi ya efektif sih menurut aku” (Dewi, 24 Maret 2017). “Efektif sih, simple, praktis, soalnya bisa dilakuin dimana aja asalkan ada gadget sama internet ya” (Intan, 04 Agustus 2016). Dinda juga memberikan tanggapan yang serupa dengan narasumber lainnya. “Cukup menarik ya karna menampilkan iklan secara unik. Efektif juga sih soalnya bisa meningkatkan pengetahuan masyarakat jadi tertarik dan penasaran sama aplikasi itu” (Dinda, 04 Agustus 2016).

“Nyambung-nyambung aja sih karna dia kaya ngiklanin di dianya sendiri, kalo drama kan di Line nya, misal cewek-cewek gitu nonton eh bagus nih ada drama jadi ngasih tau ke temen-temennya. Karna itu di internet jadi penyebarannya gampang banget dan semua orang bisa liat meskipun nggak semua orang tertarik tapi semua orang bisa liat jadi efektif sih menurut aku” (Suryo, 04 Agustus 2016).

No	Nama	Kelompok Narasumber	Usia	Mobile Drama	Aplikasi Line	Fitur Line Find Alumni	Alasan
1	Dimas	Kampung Cyber	22	Tertarik	Pakai	Tidak pakai	<ul style="list-style-type: none"> - Sering pindah sekolah - Lebih suka facebook
2	Berry		20	Tidak tertarik	Pakai	Tidak pakai	<ul style="list-style-type: none"> - Sudah ada grup sendiri

3	Dewi		24	Tertarik	Pakai	Tidak pakai	<ul style="list-style-type: none"> - Mencari teman lama menggunakan facebook - Tidak semua teman memakai Line
4	Tyas	Desa Donokerto	24	Tidak tertarik	Pakai	Tidak pakai	- Ribet
5	Budi		21	Tidak tertarik	Pakai	Tidak pakai	- Masih berhubungan dengan teman lama
6	Melania Intan	SMA N 6 Yogyakarta	17	Tertarik	Pakai	Tidak pakai	- Masih mempunyai contact teman lama
7	Dinda		17	Tertarik	Pakai	Pakai	- Menghubungi beberapa teman yang sudah lost contact
8	Suryo		17	Tertarik	Pakai	Tidak pakai	- Tidak ingin berkomunikasi dengan teman lama

Tabel 9

Temuan Ketertarikan terhadap Mobile Drama, dan Pemakaian Aplikasi Line dan Fitur Find Alumni pada Responden