

Daftar Pustaka

- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. 2019. *Manajemen Pemasaran*. PT Rajawali Pers: Depok.
- Alma, Buchari. 2009. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta: Bandung.
- Anggraeni, TC. dan Panjaitan, T. W. S. 2017. *Pemasaran Jasa*. Jakad Media Publishing: Indonesia.
- Andy, Sernovitz. 2010. *Word Of Mouth Marketing : How Smart Companies Get People Talking (Revised Edition)*. Kaplan Publishing: New York.
- Atmoko, Bambang Dwi. 2012. *Instagram Handbook*. Media Kita: Jakarta.
- Basu Swasta DH dan Irawan, 1990. *Manajemen Pemasaran Materi*, Edisi Kedua, Liberty: Yogyakarta.
- Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Kencana: Jakarta.
- Burhanuddin, Safri. Ahmad, Dan liebner, Horst. 2006. *Wisata Bahari Makassar (MARINE TOURISM OF MAKASSAR)*. Ara Sinergi Optima: Jakarta, Indonesia.
- Cangara, Hafied. 2015. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Rajawali Pers: Jakarta.
- , 2017. *Perencanaan Dan Strategi Komunikasi*. PT RajaGrafindo Persada: Jakarta.
- Daryanto dan Muljo Rahardjo. 2016. *Teori Komunikasi*, Gava Media: Yogyakarta.
- Deddy, Mulyana. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Ilmu Sosial Lainnya*. PT Remaja Rosdakarya Bandung.
- , 2015. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. PT Remaja Rosdakarya: Bandung.
- Firmansyah, Anang. 2020. *Komunikasi Pemasaran*. CV Penerbit Qiara Media: Pasuruan, Jawa Timur.

- Hasan, Ali. 2010. *Marketing dari Mulut ke Mulut*. Media Pressindo: Yogyakarta.
- Helambang, Susatyo. 2014. *Basic Marketing (Dasar-Dasar Pemasaran) Cara Mudah Memahami Ilmu Pemasaran*. Gosyen Publishing: Yogyakarta.
- Indiwan dan Wibowo. 2013. *Semiotika Komunikasi: Aplikasi Praktis Bagi Penelitian Dan Skripsi Komunikasi*. Mitra Wacana Media: Jakarta.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 1997. *Dasar-Dasar Pemasaran (Principles Of Marketing 7e)*. Jilid 1. Prenhallindo: Jakarta.
- Kotler, Philip dan Keller, LK. 2007. *Manajemen Pemasaran*, edisi ke 12 jilid 1&2. PT Indeks: Jakarta.
- Lupiyodi, Rambat dan Hamdhani, A. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi 2*. Salemba Empat: Jakarta.
- M. Romli, A.S. 2012. *Jurnalistik Online (Panduan Mengelola Media Online)*. Nuansa Cendekia: Bandung.
- Mamik. 2015. *Metodologi Kualitatif*. Zifatama Publisher: Sidoarjo.
- Mar'at. 2001. *Sikap Manusia: Perubahan serta Pengukurannya*. Ghalia Indonesia: Bandung.
- Mile, M.B. dan Huberman. 1992. *Analisis Data Kualitatif, penerjemah Trepjep Rohendi*. Cet.III, UI Press: Jakarta.
- Morissan. 2013. *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jilid I. Kencana: Jakarta.
- Panuju, Redi. 2019. *Komunikasi Pemasaran (Pemasaran Sebagai Komunikasi, Komunikasi sebagai Strategi Pemasaran)*. Prenadamedia Group: Jakarta.
- Prasetyo, Bambang D, dkk. 2018. *Komunikasi Pemasaran Terpadu (Pendekatan Tradisional Hingga Era Media Baru)*. UB Press: Malang, Indonesia.
- Sangadji, Mamang dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen (Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian)*. CV Andi Offset: Yogyakarta.
- Sofjan, Assauri. 2014. *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi*. PT RajaGrafindo Persada: Jakarta.

- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. C.V Andi Offset: Yogyakarta.
- Sugiono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta: Bandung.
- Tasnim, dkk. 2021. *Komunikasi Pemasaran*. Yayasan Kita menulis: Medan.
- Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI. 2014. *Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementerian Perdagangan RI*. Pusat Hubungan Masyarakat: Jakarta
- Zuhri, S dkk. 2020. *Teori Komunikasi Massa dan Perubahan Masyarakat* (Vol. 5). Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang bekerjasama dengan Inteligencia Media (Intrans Publishing Group).

Internet

- Aladin, Bakri. 2, Juni, 2012. *Pa'becak dan Papalimbang sebagai Pelayan Wisata*. *Tribunnews.com*.
<https://makassar.tribunnews.com/2012/06/02/pabecak-dan-Papalimbang-sbagai-pelayan-wisata>. diakses 18 Maret 2021.
- Ambar. 2017. *4 Pengaruh Media Sosial dalam Komunikasi dan Penjelasan Lengkap*. (Online). <https://pakarkomunikasi.com/pengaruh-media-sosial>. diakses 22 Maret 2021.
- Anugerah, Ayu. S. 2020. *10 Manfaat Media Sosial Untuk Bisnis*. (Online). <https://hot.liputan6.com/read/4347879/10-manfaat-media-sosial-untuk-bisnis-bantu-tingkatkan-reputasi>. diakses 22 Maret 2021.
- Asfihan, Akbar. 2021. *Instagram Adalah : Sejarah, Fungsi dan Keistimewaan Instagram*. (Online) <https://adalah.co.id/Instagram/> . diakses 22 Maret 2021.
- Dwi. Andi Riyanto. 2020. *Hootsuite (We Are Social) :Indonesia Digital Report 2020*. (Online) <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020/#>. Diakses 24 Maret 2021.
- Emiscara. 2016. *Kelemahan Jualan Online di Facebook*. (Online) <http://emiscara.com/4-kelemahan-jualan-online-di-Facebook-wajib-kamu-tahu/>. Diakses 25 Maret 2021.
- Anonim.2019. *Pengertian, Karakteristik, dan jenis-jenis Media Online*.(Online).
<https://www.komunikasipraktis.com/2019/02/pengertian-ciri-jenis-media-online.html> . diakses 24 Maret 2021.

- Latjindung, Rizki. 2020. dkk. *Dampak Pandemi di Pesisir Makassar: Potret Pulau Lae-Lae, Lesunya Perdagangan Ikan Hingga Sepinyah Papalimbang (Bagian 2)*.
<https://www.mongabay.co.id/2020/09/15/dampak-pandemi-di-pesisir-makassar-potret-pulau-lae-lae-lesunya-perdagangan-ikan-hingga-sepinya-Papalimbang-bagian-2/>. Diakses 14 Maret 2021.
- Makplus. 2015. *Defenisi Pengertian Pemanfaatan*. (Online)
<http://www.definisi-pengertian.com/2015/07/definisi-pengertian-pemanfaatan.html>, diakses 22 Maret 2021.
- Pane, Merry Dame Cristy. Virus Corona. <https://www.alodokter.com/virus-corona>. diakses 20 Maret 2021.
- Robith, Muhammad Dhani. 2020. *Pengaruh Media Sosial dan Manfaat Untuk Bisnis*. <https://www.sekawanmedia.co.id/media-sosial-untuk-bisnis/>. Diakses 22 Maret 2021.

Jurnal

- Anis, A. 2018. Komunikasi di Media Sosial. *El-Hamra*, (Online). Vol 3. No 1: 17-24.
<http://ejournal.el-hamra.id/index.php/el/article/view/104/73>.diakses 22 Maret 2021.
- Augustinah, F. 2019. Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Promosi Makanan Ringan Kripik Singkong di Kabupaten Sampang. *Jurnal Dialektika*. (Online). Vol 4 No 2.
<http://www.ejournal.uniramalang.ac.id/index.php/dialektika/article/view/345/250>. diakses 22 Maret 2021.
- Cahyono, Anang Sugeng. 2016. Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia. *Jurnal Publiciana*. (Online). Vol 9. No. 1.
<https://journal.unita.ac.id/index.php/publiciana/article/view/79/73>. diakses 20 Maret 2021.
- Hamzah, D., & Nadjib, M. 2016. Pemanfaatan internet sebagai media promosi pemasaran produk lokal oleh kalangan usaha di Kota Makassar. *KAREBA: Jurnal Ilmu Komunikasi*. (Online). Vol 2. No 1, 30-40.
<http://journal-old.unhas.ac.id/index.php/kareba/article/view/346>. diakses 22 Maret 2021)
- Herna, Mandemasya. 2015. Pemaknaan Khalayak Tentang Media Online Instagram. *Wacana Jurnal*. (Online). Vol 14. No 1.

<https://journal.moestopo.ac.id/index.php/wacana/article/view/72/30>.
Diakses 22 Maret 2021.

Kurniawan, Puguh. 2017. Pemanfaatan Media Sosial *Instagram* Sebagai Komunikasi Pemasaran Modern Pada Batik Burneh. *Jurnal Kompetensi*. (Online). Vol 11. No. 12:219-220.
<https://journal.trunojoyo.ac.id/kompetensi/article/view/3533>. Diakses 24 Maret 2021.

Maoyan et al. 2014. Consumer Purchase Intention Research Based on Social Media Marketing” . *International Journal of Business and Social Science*. (Online). Vol. 5 No.1, p.92-97.
http://ijbssnet.com/journals/Vol_5_No_10_1_September_2014/12.pdf.
diakses 22 Maret 2021.

Miladiah, A. F., & Riyanto, S. 2020. Pemanfaatan Media Sosial *Instagram* Dalam Pemasaran Sayuran Oleh Sayurkita. mlg Saat Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*. (Online). Vol 1. No. 3:172-179. <http://jiss.publikasiindonesia.id/index.php/jiss/article/view/24/63>.
diakses 24 Maret 2021.

Mulawarman, dan Nurfitri, A. D. 2017. Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perseptif Psikologi Sosial Terapan. *Jurnal UGM*. (Online). Vol 25. No 1:36-44.
<https://jurnal.ugm.ac.id/buletinpsikologi>. diakses pada 28 Maret 2021.

Puspitaraini, D. S dan Nuraeni, Reni. 2019. Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common*. (Online). Vol 3. No.1:73.
<https://search.unikom.ac.id/index.php/common/article/view/1950>.
diakses 24 Maret 2021.

Setiadi, A. 2016. Pemanfaatan media sosial untuk efektifitas komunikasi. *Cakrawala-Jurnal Humaniora*. (Online). Vol 16. No. 2.
<https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/cakrawala/article/view/128>.
diakses 21 Maret 2021.

Suriani, J. 2018. Difusi Inovasi dan Sistem Adopsi Program Siasi (Studi Aplikasi Siasi Pada Pelayanan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau). *Komunikasiana: Journal of Communication Studies*. (Online). Vol 1. No. 1.
<http://ejournal.uinsuska.ac.id/index.php/komunikasiana/article/view/6287/3438>. Diakses 24 Maret 2021.

- Suryani, I. 2014. Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Pemasaran Produk dan Potensi Indonesia dalam Upaya Mendukung ASEAN Community 2015.(Studi Social Media Marketing Pada Twitter Kemenparekraf RI dan *Facebook* Disparbud Provinsi Jawa Barat). *Komunikasiana: Journal of Communication Studies*. Vol 8. No 2:123-138. <https://journal.uii.ac.id/jurnal-komunikasi/article/view/6471>. diakses 24 Maret 2021.
- Babin, Barry, 2015. Modelling Consumer Satisfaction and Word Of Mouth: Restaurant Patronage In Korea, *The Journal Of Service Marketing*. Vol 19 No.3:133.

LAMPIRAN

PROFIL PENELITI

Nama : Sarwana Illahi
NIM : E022192006
Tempat, Tanggal Lahir : Ujung Pandang, 04 Mei 1997
No. HP : 0812 4317 7454
Alamat : Pulau Lae-Lae
Nama Ayah : Syahrul Syam
Nama Ibu : Hj. Wati Naba

Riwayat Pendidikan:

1. SD Islamiyah 4 Kota Ternate
2. SMP Negeri 1 Kota Ternate
3. SMA Negeri 1 Kota Ternate
4. S1 Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar

PEDOMAN WAWANCARA

PEMANFAATAN MEDIA *ONLINE* SEBAGAI AKTIVITAS PEMASARAN *PAPALIMBANG* PADA MASA PANDEMI DI PULAU LAE-LAE

Pertanyaan berikut akan ditunjukkan kepada *Papalimbang*

A. Bagaimana Pemanfaatan Media Online Sebagai Aktivitas Pemasaran *Papalimbang* Pada Masa Pandemi di Pulau Lae-Lae ?

1. Media online apa saja yang digunakan untuk memasarkan jasa penyeberangan ?
2. Bagaimana cara anda memperkenalkan akun (*Instagram* dan *Facebook*) kepada pengguna jasa penyeberangan?
3. Apakah pandemi covid-19 berdampak pada penurunan pengguna jasa penyeberangan ?
4. Bagaimana cara anda menarik perhatian pengguna jasa penyeberangan agar tidak beralih ke akun *Papalimbang* lain?
5. Berapakah biaya yang dibutuhkan untuk menggunakan jasa penyeberangan ?

a. Pemanfaatan *Instagram* Sebagai Aktivitas Pemasaran *Papalimbang*

1. Apakah menggunakan akun pribadi atau membuat akun khusus perahu dalam memasarkan jasa penyeberangan ?
2. Siapa yang merekomendasikan *instagram* untuk memasarkan jasa penyeberangan ?

3. Sejak kapan menggunakan *Instagram* sebagai media pemasaran jasa penyeberangan ?
4. Berapa follower akun anda saat ini ?
5. Apa yang menjadi alasan anda memilih *Instagram* untuk memasarkan jasa penyeberangan ?
6. Bagaimana cara mempromosikan jasa penyeberangan lewat *Instagram* ?
7. Untuk menarik perhatian masyarakat, informasi apa saja yang di posting pada akun *Instagram* anda ?
8. Apa saja fitur-fitur pada *Instagram* yang digunakan ?
9. Dari semua fitur-fitur yang ada di *Instagram* lebih sering memanfaatkan fitur yang mana ?
10. Apakah unggahan Foto di *Instagram* diambil sendiri atau hanya menggunggah foto pengguna jasa penyeberangan dengan menggunakan app repost ?
11. Apakah dengan menggunakan repost foto customer merupakan strategi pemasaran yang efektif dalam meningkatkan jumlah pengguna jasa penyeberangan ?
12. Apakah ada jadwal tertentu untuk menggunggah foto atau video ke *Instagram* ?

13. Apa kelebihan dan kekurangan yang dimiliki oleh *Instagram* sehingga dipilih sebagai aktivitas pemasaran dari pada media yang lain ?

b. Pemanfaatan *Facebook* Sebagai Aktivitas Pemasaran *Papalimbang*

1. Apakah menggunakan akun pribadi atau membuat akun khusus perahu dalam memasarkan jasa penyeberangan ?
2. Bagaimana cara mempromosikan jasa penyeberangan lewat *Facebook* ?
3. Sejak kapan menggunakan *Facebook* sebagai aktivitas pemasaran jasa penyeberangan ?
4. Darimana mengetahui bahwa dengan menggunakan *Facebook* dapat memasarkan jasa penyeberangan ?
5. Apa saja fitur-fitur pada *Facebook* yang digunakan ?
6. Dari semua fitur-fitur yang ada di *Facebook* lebih sering memanfaatkan fitur yang mana ?
7. Apa kelebihan dan kekurangan *facebook* dalam memasarkan jasa penyeberangan ?

B. Apakah Ada Kendala Yang dihadapi *Papalimbang* Dalam Memanfaatkan Media Online Sebagai Aktivitas Pemasaran Pada Masa Pandemi di Pulau Lae-Lae ?

1. Apakah ada perubahan dalam peningkatan jumlah pengguna jasa penyeberangan antar pulau sebelum dan sesudah menggunakan (*Instagram* dan *Facebook*) sebagai aktivitas pemasaran ?
2. Bagaimana cara mempertahankan pengguna jasa penyeberangan ?
3. Adakah kendala yang anda hadapi dalam memanfaatkan media online sebagai aktivitas pemasaran ? kalau ada, kendala seperti apa?
4. Bagaimana cara mengatasi kendala tersebut ?

TRANSKRIP HASIL WAWANCARA

Sesi wawancara ke-1 berasama informan Nasran pemilik akun @Perahu_kambara dan Banteng pemilik akun @Samalonaboat

Hari : Jumat 30 Juli 2021

Jam : 11:48

Lokasi : Di Pulau Lae-Lae

S : Peneliti

N dan B : Informan

S : Apa itu Papalimbang ?

B : Papalimbang itu sebenarnya banyak, Papalimbang itu penyeberangan.

Papalimbang berasal dari bahasa Makassar, Papalimbang nda selalu menuju ke perahu, papalimbng juga kayak becak, kapal.

S : Bagaimana cara Papalimbang berkomunikasi dengan pelanggan ?

B : saya dengan tatap muka bisa lewat sosial media

S : kalo dalam sosial media, pake media sosial apa ?

B : Instagram, Facebook, dan Whatsaap

S : pada media sosial Instagram, menggunakan akun pribadi atau dibuatkan akun khusus perahu ?

B : akun khusus perahu penyeberangan

S : kenapa ki memilih untuk menggunakan Instagram kenapa nda menggunakan akun media sosial lain ?

B : sebenarnya banyak yang saya gunakan, saya ada halaman di facebook, lg,

S : dari mana mengetahui media sosial, siapa yang merekomendasikan untuk menggunakan lg sebagai aktivitas pemasaran ?

B : dari kakaku ini, jadi saya berinisiatif juga bikin

N : kalau berawal dari saya, akhirnya saya bikin komunitas seperti saya, banteng dan randhi saya panggil dan rangkul semua anak-anak supaya bisa ki makin maju tidak ketinggalan ki seperti papalimbang yang manual yang memburu penumpang, kita kan sekarang di zaman teknologi bagaimana kita bisa mengembangkan ini teknologi itu, bisa menjadi penghasilan seperti mi ini sosial media. Kan di mayoritas ta di pulau lae-lae Cuma dua kegunaan hp kalau bukan game, yang lain. kalau saya alihkan ki saya gunakan ini hp untuk menghasilkan bukan mengeluarkan seperti apa, seperti ini mi mulai dari posting di lg masuk ke sosial media fb akhirnya kita bisa kembangkan penghasilan masyarakat di samalona, Pulau lae-lae, Pulau Lanjukang, dan Pulau Kodingareng Keke kita bisa bantu masyarakat dengan cara mendatangkan tamu wisatawan kita bikin

kan viral sebagaimana pun agar tempat wisata Sulawesi Selatan bisa naik kita perkenalkan ki semua.

S : jadi awalnya semua dari perahu kambara di ?

N dan B : Iye

S : jadi sejak kapan menggunakan Instagram ?

N : kalau saya mulai dari tahun 2014 berkembang di tahun 2018 akhirnya naik di 2021

B : saya 2019

N : Jadi sebelumnya ini kak, hanya satu media yang disamai untuk digunakan, tapi saya bilang lebih bagus kalo banyak media, akhirnya makin banyak orang yang menggunakan media tapi salah dalam menggunakan media seperti, menjatuhkan masalah harga, pelayanan. Kita kan mengutamakan pelayanan masalah harga itu dibelakang karena walaupun harga tinggi tapi pelayanan kurang bagus samaji, jadi kami utamakan pelayanan dulu biar nama kita bagus. Akhirnya sekarang terpecah belah mi masing-masing punya perahu toh setidaknya kayak Banteng pemilik @Samalonaboat, randhi @Perahu_Bahari ada tapi kita masing-masing punya cara tersendiri untuk kembangkan media ta, yang penting saya sudah ajarkan cara menggunakan sosial media untuk

menghasilkan selebihnya terserah. Tapi kalo awal-awal belajar media dari saya, karena mereka kan awalnya game ji semua menghabiskan ji uang, kalo saya kugunakan ki seperti awal-awal sebelum jadi Papalimbang kan saya jadi tukang grab 4 tahun mulai tahun 2015-2019.

S : jadi kita darimana tahu bahwa Instagram bisa mempromosikan jasa penyeberangan ?

N : seperti begini, di saat seperti begini mi, saya gunakan sosial media kan dari tahun 2012 main Facebook belum viral pi Instagram, tapi semenjak saya lihat perkembangan nya bali, Lombok, Sumbawa masa mereka bisa berkembang masa kita tidak bisa, itupun mereka kapal perusahaan kita ini kapal pribadi masa nda bisa berkembang akhirnya saya kembangkan anak-anak saya buka pikirannya anak-anak, bagi anak-anak yang mau mengikuti silakan, bagi yang nda mau juga silakan kan saya tidak rugi ja, kita bisa liat fakta nya sampai saat ini walapun saya mau tidak keluar rumah karena mau menikah perahu ku tetap jalan, tapi itu tommy namanya usahakan kita berusaha.

S : berapa Followers Instagram ta ?

N : kalau saya, begini kak masalah followers perkembangan media bukan masalah followers di sini masalah pelayanan ji, jadi walaupun punya masing-masing media dan followers tapi orang kan punya masing-masing

pelayanan. Tapi kan penilaian tergantung pelayanannya, bisa kita lihat di lapangan siapa pelayanan nya paling bagus. Alhamdulillah masih peringkat di atas, seperti saya punya muatan 2 sekoci masa saya semua kan saya Cuma punya satu sekoci, saya panggil mi tim ku seperti Banteng, om Andi walaupun dia tidak punya media (Instagram atau Facebook) tapi saya tetap arahkan ki, masalahnya begini biar bagaimna tetap ji bagaimana bisa saya kembangkan masyarakat kah di sini seperti om andi kan “om andri ada muatan di sini jalan maki cepat ke sini”, supaya ini perahu sama-sama ki berkembang begitu e Cuma di sisi lain ada Papalimbang yang menolak ada yang tidak.

B : ada pro kontranya lah

N : bahasanya seperti ini kita kan milineal waktunya menggunakan sosial media kalau di era orang tua ta kan ketinggalan ki media, jadi saya ini gunakan ki media untuk teman-teman agar bisa ki berkembang gantikan ki posisi orang tua kan orang tua sudah tua mi, kita ini anak muda bagaimna kita bisa gantikan posisi orang tua .

S : maksudnya disini mungkin supaya Papalimbang yang sudah tua tidak lagi menunggu di pinggir jalan untuk mendapatkan penumpang ?

N : iya begitu, sekarang begini walaupun kita duduk di sini muatan yang telepon ki bukan mi kita yang memburu, sekarang muatan kah tidak mau

mi di buru, sekarang muatan kah mau mami ma pesan, datang langsung di antar tidak perlu lagi negosiasi harga, minta panjar segala macam.

S : bagaimna cara memperkenalkan akun kepada pengguna jasa ?

N : kalau saya pribadi mulai dari teman ke teman, tamu ke tamu yang saya antar itu semua kembali lagi tergantung pelayanan ji, walaupun istilahnya kita punya perahu kalau pelayanan tidak bagus tetap jangan mako pake itu, banyak ji yang lain itu walaupun ada juga Papalimbang yang memberikan harga murah tapi pelayanan nya tidak bagus tidak mau juga orang, orang walaupun mahal ki kalau pelayanan bagus tetap kin a ambil, jadi itu sisi lain toh 50/50 seperti masalah pembayaran kita walaupun pembayaran tinggi tapi pelayanan ta tetap bagus, ada orang harga nya murah tapi na drop tamu nya pulang mi, kita tidak kita menawarkan snorkeling menawarkan ini itu dari situ kita bisa menghasilkan juga

S : jadi selain jasa penyeberangan ada penyewaan lain yang di tawarkan ?

N : iya, seperti kita di Pulau Samalona punya alat kita tawarkan alat supaya warga Pulau Samalona juga lancarki pendapatannya, dari menawarkan alat itu juga kita dapat tip mulai dari menawarkan tangga, mulai dari uang alat berapa set dia pakai kita tetap dapat uang tip dari situ, jadi kita sebagai istilahnya Guide kita tawarkan kepada tamu kalau tamunya tidak mau yang nda apa-apa yang penting kami sudah tawarkan bilang di sana

ada alat diving, jet ski, dan banana boat di saat dia pesan kita adakan. Seperti saat mau ikan bakar, nasi dan cumi bakar kita siapkan sisa pembayaran ji.

S : jadi target pemasaran dalam memasarkan jasa penyeberangan itu umum ?

N : umum ji, tapi secara pribadi saya punya visi misi untuk satu ji media di samai, tapi itumi ada pro kontra jadi sekarang saya berdiri pribadi ma, yang lain terserah mi, ada yang pakai media ada yang tidak, saya walaupun medianya Banteng jalan ada 4 sekoci yang diperlukan tetap kah sama tetap saya yang na panggil begitupun sebaliknya karena nda mungkin na antar sendiri masa mau pulang bale, tamu kan mau cepat mau sirurungan sampainya sama-sama juga pulang, jadi nda mungkin hanya satu sekoci yang muat 4 kali pulang bale.

S : jadi ada pro kontra mengenai ini di ?

N : kalau saya punya visi misi tetap ji merangkul sesama

S : karena kita yang paling banyak followers ta di ?

N : saya Cuma begini ji kak, mengarahkan mulai dari mengedit dan main media

S : iye saya perhatikan setiap postingan itu ada watermark nya seperti akun milikny Banteng @Samalonaboat

N : iye termasuk mi itu saya bikin kan ki logo, tema ada tamu yang mau dibikinkan vlog saya bagian ku itu, foto mengedit bikin video

S : itu tetap di bayar atau nda?

N : tetap di bayar, seperti saya punya go pro, saya tawarkan sama tamu ku “mauki snorkeling sewa maki alat saya kasih free hotspot nya atau tempat snorklingnya itu bahasanya ji supaya tamu tertarik untuk sewa alat” jadi dapat kah tip dari situ juga paling tidak uang rokok, tetap ji terbayar minyak ku jadi saya antarkan ke destinasinya saya tawarkan mi go pro ku “mauki sewa go pro 100 ribu ini go pro ku bisa dokumentasikan sampe selesai foto video “ istilah nya pulang ki ada momenta dari sini, kalau nda mau saya simpan ji

S : yang penting kutawarkan maki saja

N : iye, yang penting saya tawarkan maki saja kalau nda mau ki sudahmi, kan ada juga masalah pelayanan, kalau nda mauki 100, 50 mo kalau nda mau kusimpan mi yang penting saya sudah lakukan yang terbaik, kan nda mungkin saya turun basah-basah sedangkan kita nda anu kah, mending saya di ataskah. Jadi masalah pelayanan ku itu begitu ji tergantung ji dari prabayar kah juga. Kalau prabayar nya bagus pelayanan

ta juga lebih bagus. Istilahnya lebih dari 100%nya toh lebih dari pada itu lagi. Yang tadinya nda bisa nupergi kita yang bawako kesitu, ku bawako diving, biasa tamu awalnya datang ji pergi liburan pergi ji nikmati pantai karena penawaranta bagus ikut mi kita mi yang kendalikan ini tamu bukan tamu yang kendalikan ki, kita yang arahkan ki.

S : jadi kalau tamunya Diving kita juga ikut ?

N : iye saya tetap ikut diving bisa ikut bisa nda karena ada pemandu juga di Pulau Samalona, jadi itu mi guna nya kita ini menawarkan, semakin kita pintar menawarkan semakin kita dapat penghasilan juga kan, seperti penyewaaan alat diving tetap ada tip nya karena tamu ku, jangankan sewa alat duduk di gazebo saja kalau mauki na kasih yang punya gazebo nakasihki, paling tidak minum atau makan kopi atau teh, kah kita yang datangkan tamu . Alhamdulillah bisa kita liat fakta nya semenjak sosial media berkembang pendapatan dan penghasilan masyarakat di Pulau Samalona bagiamna Alhamdulillah akhirnya kita ini sebagai Papalimbang anak muda di layani juga dengan baik oleh masyraakat di sana karena kita mi ini yang datangkan tamu

S : karena tanpa kita nda bisa menyeberang tamu

N : iya, viral mi segala macam, sampe saat ini banyak mi yang punya sosial media tapi cara menggunakannya orang berbeda-beda, walaupun orang

punya media tapi kalau nda aktif ngapain. Kita kan butuh respon cepat, siapa yang dapat respon cepat rezekinya itu

S : iya, karena tamu sekali DM lama na tunggu balasan nya pasti cari perahu yang lain

N : iye, kalau untuk saat ini kak bisa kita liat fakta nya bisa sampe 2 atau 3 kali kah keluar bawa tamu dalam sehari, kalau dulunya kan satu kali sehari belum tentu, ini justru hebat mi kalau ada orang keluar satu kali hebat mi dalam sehari ya. Sekarang fakta nya apa kita bisa mi liat. Saya begini punya kah akun media sosial @perahu_Kambara datang tamu ku akhirnya Papalimbang yang nda punya media, bohong-bohong mi nabilang “ samaji anu nya ji kambara ini itu mi pro kontra nya seperti itu “ saya juga biasanya biarkan ji lolos begitu kah sudah adami dpnya istilah nya sudah mi tf reservasi sebelum keberangkatan jadi kalau datang ki nda *gea ma* sama papalimbang lain, saya nda jadi masalah ji. Jadi saya biasa dari papalimbanga mami kalau mau nuntut biasa na kasih kah tip biasa tidak dari dia mami. Yang penting saya sudah jalan mi. yang penting na taumi bilang itu tamu punya nya perahu kambara, jadi saya Tanya mami kalau mauki kita bawaki perbaiki pelayana ta karena pasti jelek reputasi @perahu_kambara kalau jelek pelayana ta. Jadi kalau pulang mi tiba-tiba bertaya ki “kak kenapa ini lain pelayanan nya perahu kambara” saya bilang mi yang tadi itu antarki bukan perahu kambara sebenarnya karena

kita yang bersikeras mau ikut sama kapalnya saya lepaskan maki. Yang penting saya sudah tunjukkan ki kapalku ini warna nya ini turun nya di sini kalau nda mau sudah mi salah naik kapal baru sama mako di yang punya kapal, masa saya mau kasih naikko di kapalku na kau sudah duduk mi di kapalnya orang, berkelahi mami orang jadi masalah seng lagi, baru kita kan orangnya nda suka bikin masalah, jadi rata-rata bisa ki kita liat Papalimbang a di sana, dibilang maki kasih turun harga fakta nya kalau saya kasih turun harga nda mungkin mi naambil papalimbang kah muatan ku kalau saya harga ku di bawah. Saya bisa kita Tanya anak-anak tidak ada harga ku di bawah 500, itupun harga 300 an 1 atau 2 orang ji. Kalau ada kukasihkan Papalimbang na nda mau berarti nda na sukuri itu yang kukasihkan ki, kalau nda mau na bawa adaji sekoci ku yang bawa ki.

S : jadi harga jasa penyeberangan ini berbeda-beda di setiap pulau di ?

N : iye

B : iye, setiap pulau itu beda ki

N : karena jarak

S : jadi harga nya itu tergantung tempat dan jarak nya ?

N : iye, seperti Pulau Samalona dan Pulau Lae-Lae bedahki harga nya

S : berapa kapasitas orang yang bisa kita antar dalam satu perahu?

N : saya kapasitas nya 6-8 orang tapi kalau ada yang lebih bisa 10 orang, bisa juga 12 orang kukasih lari ji tapi itupun masalah pembayaran nya ji jugaa. Saya kan punya abk paling tidak satu kali antar 50 ribu tergantung jarak, kayak ke Samalona 50k kalau 4 kali mengantar tetap saya kasih 200 pembayarannya karena saya hargai tenaga nya, kalau ke Pulau Kodingareng Keke 100 ribu. Sekarang ini anak-anak muda yang nda mau ikut sama saya terserah mi, yang pertama kau nda buruh mako muatan langsung mami ko duduk di kapal bawaki kalau nda mau ko bawaki saya yang bawaki

S : setidaknya di tawarkan pekerjaan

N : tidak mauka bawaki kukasih Om andi, nabawaki dapat ja uang. Itumi bagusnya sosial media

S : ada nda postingan mengenai promo ke pulau ?

N : untuk saat ini belum pi bisa ki kembangkan masalah promo karena harga tidak bisa paki kendalikan seperti. Inipun kita masih melayani sistem carter belumpi perorang, itu masalah perorang belum tahu caranya biar lancar ki susah dikendalikan, kayak ke Samalona pembayaran harus carter memang karena setidaknya satu kali jalan, kecuali kalau tamunya mau ji pembayaran nya sesuai dengan tarif ke Samalona bagus ji. Kayak umpama 2 orang ji mau berangkat trus kita bikin loket 100 ribu 1 orang

kalau 2 orang jii berarti 200 ribu jii rugi jaki, baru masa mau di suruh tamu menunggu lama-lama nanti menunggu mi 2 jam baru belumpi ada orang yang mau berangkat masa kita bilang maaf bos nda bisa berangkat ini, baru kalau tetap diberangkatkan nanti rugi di bensin jaki jadi serba salah. Tapi nanti tetap ki berkembang tapi ada waktunya tapi ya kalau mau dikembangkan paling tidak kita harus berkorban, paling tidak siapa yang mau ikut paling tidak tertutupi bahan bakarnya.

S : bagaimana pendapatan semenjak pandemi ini ?

B : Alhamdulillah banyak ji yang ke pulau untuk weekend

N : saya Alhamdulillah bersyukur karena semenjak pandemi, justru lancar ke pulau karena wisata yang di kota di tutup, kaya bantimurung, malino orang lari nya ke mana sampe pulau Lanjukang. Kalau ke lanjukang itu kemarin saya 2 jam lebih karena sya baru ke sana nda kutahu jalur nya Cuma modal nekat dan kepercayaan.

S : jadi Pp ki itu ke situ ?

N : nginap kah juga, saya kan punya persiapan di kapal kayak tenda, kalau lapar mancing dapat bakar ki, adaji juga air minum. Saya kemarin nda percayaki saya berangkat ke lanjukang saya simpan hp ku di kak akbar, saya bilang ka akbar ini hp ku kita pegang mi media ku, karena di lanjukang nda ada jaringan, jadi kalau ada tamu mau berangkat kita antar

mi pokonya layani mi siapa yang telpon ki mauki antar ki antar mi karena biar ku bawa hp ku nda jalani ji media ku karena nda ada jaringan di sana, jadi saya simpan mi hp ku saya jalan mi ke sana pass kah pulang na kasih ma tip 350 saya bilang kenapa kah di kasih uang nabilang ini kah kemarin bawa kah muatan 4 kali dapatkah lagi dari sini padahal saya simpan ji hp ku, nabilang kemarin 2 kali ke samalona 2 kali ke kodingareng keke. Tetap saya ambil uang nya karena memang dari media ku toh tetap saya simpan pertama mauka gunakan ki untuk beli kuota, gunakan beli kebutuhan ku sehari-hari paling tidak untuk kembangkan ki media ku paling tidak untuk promosi, karena promosi butuh pembayaran.

S : dimana ki sering promosi ?

N : saya kalau untuk promosi ku melalui Instagram dan Facebook pembayarn itu via transfer teragantung kita mau promosi nya dari mana, seperti mauki pake selebgram, tribun timur, Koran fajar boleh tergantung pembayaran.

S : jadi kita pernah pakai selebgram untuk promosi ?

N : pernah tapi saya nda pernah bayar selebgram karena teman-teman ku kebanyakan selebgram seperti (Valey lostin) biasanya kayak tamu tiba-tiba ihh boss bikin ki story nah jangan lupa tag @perahu_Kambara, akhirnya itumi dari teman ke teman akhirnya sampe sekarang. Kayak nabilang pake maki perahu ini bagus tawa anak muda ji yang bawah

kalau orang tua terlalu tegang itu mi saya kenapa rangkul anak muda karena kalau orang tua nda sopan ki toh supaya juga nda nabilangiki terlalu pintar toh, kalau orang tua mau di ajar susah di atur bertolak belakang ki jadi itu kenapa saya lebih suka arahkan anak muda kalau pale nda na suka yang penting saya sudah arahkan ko begini mau berkembang sama-sama kalau nda mau ya sudah. Akhirnya masing-masing mi saya juga tidak merasa tersaingi justru bersyukur kah supaya bisa berkembang perahu nya bapak mu masing-masing bahasa nah “karaeng ata allah ji yang ngaseng I reski ya toh “ tapi tergantung usaha ta cara ta berusaha semakin ki keras berusaha semakin bagus ki hasil ta. Seperti om andi kan nda punya media karena beliau baik sama saya tetap saya panggil, biar bagaimana orang ku panggil sama ji lebih baik saya kasih lingkaran ku saja yang mengerti kah. Jadi kalau dia juga ada na dapat pasti na kasih juga kah. Yang mengerti saja bahasa ku setidaknya paling tidak na antar kin a hargai ki lah, ada orang yang di kasih nda tahu diri mengeluh mi sudah namuat mi ini saya bilang jangan maki kasih kah saya nda berharap ji yang penting kita layani tamua baek saya nda minta ji tip. Pelayanan nya ji harus bagus supaya tamu-tamu juga menilai bagus.

S : jadi setiap orang yang gunakan jasa ta selalu ki minta tolong untuk tag akun ta kalau buat ki story ?

N : iye, seperti kita kan pertama kalau mau ki berkembang harus ki banyak-banyak ngobrol sama tamu, seperti kalau Papalimbang tua kan mengantar ji saja sudah mengantar mengantar ji pulang, seperti saya beda-beda juga cara pelayanan ku kak. Seperti saya kalau bahasa, kalau saya tau mi tamua bukan dari Makassar kulayani sebaik-baik mungkin. Karena apa karena pasti akan keluar ki keteman-teman nya apa na tag segala macam akhirnya na percaya, orang-orang dari Surabaya, bali sampe teman ke teman alhamduillah ada pembayaran nya yang banyak, ada juga orang na pandang sebelah mata jaki dia nda tahu kita ini jalan seperti apa. Tapi saya nda peduli ji a mau berkoar bagaimana yang penting tenna nu patabai a lima jalan ja. Akhirnya sampe saat ini Alhamdulillah jalan.

S : jadi promosi ta itu pake Selebgram ji ?

N : pake media Koran,

B : kalau saya sampe wawan MKS yang 6 juta subscriber

N : sampe kita promosikan ke Bali, Lombok, promo Makassar tergantung berapa mau di bayar, perkembangan nya seperti ini bukan mi kita yang cari muatan, muatan mi yang cariki

B : ada feedback nya

N : sistem pembayaran nya juga kita ada 2 mau tunai atau transfer jadi tamu juga nda bingung, kayak bilang ki “boss bagaimana ini krang uang tunai ku “ transfer mi boss adaji atm ku atau saya temani ki kea tm yang penting jangan ki kasih bermalam ki kapan ki bermalam lain mi itu cerita nya, paling tidak resiko nya tanggung sendiri

S : memang pernah ada yang nakal nda bayar ?

N : nda pernah pi, tapi kalau saya masalah pembayaran tegas kah juga ia sebelum berangkat ada dp dlu masa mau dilayani baru nda ada dp, kita kan Papalimbang butuh kepastian ada orang sudah janji di tunggu baru kapal nya ji orang na pake

B : ia betul sering ki begitu

N : saya nda percayaki, saya tunggu di benteng baru tiba-tiba adami di samalona saya chat ki tanyakan boss di mana maki, nabilang boss saya pake perahu kambara ini

B : berarti kadang ada Papalimbang yang berbohong ?

N : iye, itu mi saya bilang pro kontra semenjak saya main media begini banyak tapi saya nda rugi ja, nabilang sini maki sama ji ini tapi saya tetap jalan ji tapi kalau pulang mi kutanya mi “ saya nda pernah kah kurangajar sama kita tapi kita mi yang ajarkah kurang ajar ini saya nabilang orang tua

ku yang penting nda kurang ajar sama orang kulawan ki” kutanya ki, kah nda enak di rasa kita yang tunggu baru kau yang bawaki , baru lucunya kau bilang perahu mu perahu kambara sama ji, kita ini lamata mo main media baru kau kasih sama-sama kan ji. Sekarang begini banyak yang bilang jangan mako pake itu lambat ki perahu nya, ok sekarang ini memang lambat perahu ku tapi lancar ki muatan nya daripada bagus perahu baru nda jalan ji sama ji. Kalau hancur hancur di pake bagus ji, daripada hancur hancur di simpan ji ngapain

B: iye

N : prinsip ku ituji, tamu ku bilang saya masalah perahu nda masalah ji yang penting masalah pelayanan ji. Kayak pembayaran nya ke samalona na kasih kah lebih berarti pelayaann ku juga ku lebihkan ki. Kuperkenalkan mi ini samalona itu kodiangreng keke, di sini ada spot diving di sini spot mincing, jadi setelah itu kan pengetahuan nya bertambah mi kalau pulang

S : jadi kalau mau mancing na panggil maki

N : iye na panggil maki, ini kontak ku ouh iya nanti kasih kontak ke teman-teman dari Jakarta kalau liburan suruh kabari saja perahu kambara, kan semejak main media ini kak jalan perahu ku jalan juga mobil ku. Seperti tamu-tamu dari luar kayak di swiss bell mau di jemput ngegrab kah, kutawari mauki liburan ke pulau, trus bertanya mi kalau ke laut apa saja.

Trus bilang mi saya mau ke samalona punya perahu bilang ma punya pa, saya ajak mi ke benteng saya kasih liat perahu baru kasih tahu begini pak pulaunya di sana, saya perlihatkan foto-foto samalona.

S : jadi di akun lg ta selain postingan pulau kita posting juga repost dari tamu ta ?

N : iye kita repost ji, kita juga sebelum jalan menawarkan bilang “ kak sebelum jalan kita bikin story di, kalau bikin ki story kita tag @perahu_Kambara. Storykan samalona kodingareng keke baru tag akun ku, akhirnya semenjak di tag tag begitu makin banyak orang liat ki makin viral ki, akhirnya makin penasaran ki orang untuk ke situ. Akhirnya setiap dia buka bertanya ki pake apa ki ini di perahu yang mana akhirnya na liat adaji akun perahu na tag kan, akhirnya dia buka mi na Tanya teman nya dimana ko kemarin pesan perahu disini perahu kambara, bagaimana pelayanan nya bagus tawwa akhirnya berkembang mi sampe saat ini .

B : kita tag baru repost, pada dasarnya semua dari teman-ke teman ji pertama

N : kita dari teman ke teman ngobrol dlu sampai kita ke tamu-tamu takut nya salah bicara, nda nyambung sama tamu itu kita harus sesuaikan ki juga. Kayak kalau terlalu capila, banyak gerak juga nda suka tamu kan itu butuh penilaian dari tamu ada juga tamu yang suka ada juga tamu nda suka.

Jadi alangkah bagus nya kalau diam kit toh ditemani paki bicara baru bicara ki

B : kalau terlalu banyak gerak-gerak ta terkadang tamu risihki merasa terganggu

N : istilah nya cukup kamu punya perahu layani turun selasai, jangan mako berlebihan paling tidak pelayanan mu penawaran saja. Jangan mako masalah apa kah, kayak orang mau makan, saya bilang di teman-teman kalau tamu mu mau makan tinggalkan ki, kalau punya uang pribadi beli

S : soalnya nda enak kalau makan baru di liat-liat

N : iya, naliat ko juga sementara makan nda enak juga, mauko na panggil anu sedikit-sedikit juga serbah salah. Jadi saya itu kuajar anak-anak jangan terlalu anu, tapi kadang juga ada yng merasa terlalu tahu mi lah jadi bagaiman toh terserah mi

S : jadi fitur-fitur Instagram yang digunakan apa”saja ?

N : kalau saat ini media sosialnya Cuma lg dan facebook, di setiap postingan saya pake hastag tergantung dari ekplornya apa yang paling banyak orang sukai seperti hastag #like

B : kalau untuk fitur kak semua ji kita pake

N : iye semua ji kita pake

B : kayak fitur hastag, postingan foto, reels, instastory kita semua pake ji ig tv

N : kembali lagi terjadi pra kontrak, jadi yang betul-betul kita bisa rangkul ini milineal ji, tidak bisa merangkul orang-orang tua susah ki, paling tidak ya nda bisa di ajar

B : bukan nda bisa di ajar tapi dia nda mau di ajar sama anak kecil begitui bahasanya

N: jadi kita ini, kita mo deh sesama ta mo deh paling tidak jangan mako orang tua nya

S : pantasan rata-rata pemilik akun IG yang saya liat itu yang punya anak-anak muda semua yang punya

N : itupun ada anak muda yang bertolak belakang

S : maksudnya bertolak belakang bagaimana ?

N : jadi saya itu lingkaran ku betul-betul yang biasaka sama, siapa yang aktif didekatku ituji lingkaran ku. Selebihnya itu terserah mi, mauko tambah pengetahuan mu kalau kau malu nda mau berbicara nda mau bergabung susah ko berkembang, karena begini istilah paling tidak harus ki masa kau mau di tegur secara langsung. Kita ini dalam tim kalau mauko bergabung paling tidak bicara lah, kita ini mauki berkembang sama-sama walaupun kita media ta bertolak belakang ki dan masing-masing punya

media tapi di saat tamu mu pesan 4 kapal mauko bagaimana pelayanan mu mauko satu kapal ji kau pake kan tidak mungkin. Jadi saya biasa @samalonaboat @perahu_kambara sama ji semua adekku ji ini satu media ja semua ini, cuman bagaimana bisa kembangkan ini media ku untuk membantu orang tua agar jalan ki terus ini anua, walaupun ada kah biasa di Samalona, dimana ko Banteng “adakah di Benteng. Adai itu di sana muatan cepat ko lari ko ke sana massa mauka lagi kembali di sini yak an kan sudah stay mi tapi saya kasihki ini (sambil menunjuk Banteng) masalah waktu juga masalah pelayanan nan.

B : itumi manfaatnya bekerjasama

N : itumi saya saling merangkul kah, saya ini punyakah visi misi kak P toh, 1 ji media dia mi yang atur ki masalah keuangan nya, kita kan ini di tahun 2022 punyaki tujuan paket, maksudnya itu 1 kapal sudah adami ikan bakar nya ini nya ini nya tapi belum kita bisa jalankan itu karena belum ada yang mengiyakan, tim masak nya siapa, tim dawa-dawa nya siapa, tim kepasarnya siapa, kalau kepasar sudah adami dilapangan di pasar ia saya punya teman di Paotere penjual ikan, cumi, udang sisa pesan. Jadi kalau ada tamu langsung mami nabawakan ki ke Benteng, pokoknya tidak kurang tidak banyak juga bagus ki anu nya baru sistem anu ta lebih bagus lagi kalau ada yang paket seperti itu karena lebih cepat datang tamu setidaknya kan lengkap mi untuk holiday, holiday kan itu butuh ki biaya

nda bisaki hitung-hitungan. Kalau mauko holiday baru pas-pas an, ada tamu biasa yang begini “ kak begini ji uang ku “ jangan ko pergi liburan sampe di sana susah ko itu iyakan, kalau mauko yg pas-pas kah Pulau Lae-Lae saya bakal kucarikan ko yang terbaik “ begini bro sini maki tetap jaki saya antar tapi paling tidak gusung atau lae-lae supaya ada sisa nya uang ta jadi bisa kita gunakan untuk makan, sewa gazebo” karena di sana itu seperti kalau mauki masuk Wc itu di sana nda ada air bersih nya

B : rata-rata di sana nda ada water closet bantuan dari pemerintah semua milik pribadi, yang tanggung masyarakat jadi otomastis mahal biaya nya

N : coba maki piker kenapa pemerintah tidak mau memperbaiki dermaga nya karena tidak ada pajaknya, pemerintah kan mauji na kerja kalau ada pajak nya

S : jadi dari semua fitur-fitur di IG kita paling sering gunakan fitur-fitur yang mana ?

B : kalau saya ada dua postingan foto dan cerita (Instastory), walaupun tidak keluar harus tetap ada Instasotry

N : kalau mauki paling aktif itu Instastory karena tamu kan butuh ki yang ON bukan yang OFF, mereka butuh respon jadi walaupun kita nda jalan harus tetap ada Instasory ta paling tidak kasih no tlp perlihatkan tamu-tamu

yang pernah kita antar, masalah review atau kayak @perahu_kambara mantap segala macam apalah.

S : saya liat di setiap postingan ta gunakan fitur Hastag

B&N : iya

N : itu Hastag membantu ji sebenarnya, adapun orang yang nda pake Hastag kalau nama nya bagus tetap ji bagus, kayak hastga pribadi seperti #perahukambara atau #samalonaboat

S : kalau setiap unggahan di IG itu kita ambil sendiri atau hanya repost foto orang yang tag akun ta ?

B : ambil pribadi atau minta foto ke tamu seperti “kak minta kirim foto ta di “ lebih keren cara foto nya

N : kan mereka pake iphone 12 , kita kan belum punya paki seperti itu paling tidak kita ini gopro ji sama kamera

S : jadi foto-foto yang kita unggah semua itu di ambil sendiri di

N : iye “kak ini kita foto ta saya unggah

B : tapi sebelum kita unggah kita minta izin dulu

N : harus ada penyampaian ta dulu, siapa tahu fotonya jelek na rasa dan nda na terimah ki baru di posting, pasti rusak nama ta bermasalah ki juga,

seperti tamu nya snorkeling tamu nya nda mau divideo berarti jangan. Minta tolong untuk naik ke perahu tapi karena nda mau sewa tangga jadi naiknya juga susah ki, jadi kita penawaran tetap ada, “kak kalau mau ki snorkeling memang harus sewa tangga” tapi kalau nda mau juga sudah mi, jadi nanti kita pellihatkan cara nya naik dan turun siksa ki memang

B : bayangkan maki rumah atas kalau nda ada tangga nya

N : kayak tamu ku orang agak berisi semua trus nda mau sewa tangga terpaksa ku renreng semua naik di pulau karena saya juga nda bisa tarik l, “kak saya minta maaf di ku ikat ki dlu semua di samping perahu baru saya bawa ki naik ke pulau “saya sudah arahkan ki bukan ji saya mau ambil uang ta demi kebaikan ta ji juga supaya nda susah ki naik ke perahu nabilng “iyo di “ setelah sudah mi mandi, saya Tanya lagi “ kak bagaimana mau pulang jam berapa” tetap harus ada penyampaian karena kapan kita nda tegur tamu biar sampe jam 10 malam nda pulang ki, jadi harus ada penyampaian “ kak sudah mau pulang “ nabilng mi “tunggu ya 10 menit lagi “. Saya bilang mi iye silakan kak biar 30 menit nikmati mi dlu pantai nya. Tetap kita kasih lebih pelayanan nya tadi dia minta 10 menit kita kasih 30 menit.

B : karena biasa ada oknum yang memaksa tamu nya pulang cepat, jadi itu yang merusak pariwisata ta

N : seperti kayak begini, “boss ayo pulang cepat besar ombak”, kalau besar ombak suruh tunggu dulu redah ombaknya baru kita pulang massa kita mau bawa tamu di saat besar ombak pasti mi muntah-muntah tamu a kalau di atas kapal. Coba maki pikirki kalau istri ta di bawah pas besar-besarnya ombak kah bagaimana perasaannya begitu juga mi penumpang kah jadi harus ki piker keselamatannya penumpang kah, nanti trauma l basah-basah ki nanti bilang ki ke yng lain “jangan mi ke Samalona besar ombak”. Walaupun besar ombak harus tetap kita tanyakan “tidak ji kak tenang maki, rileks nda ji ini” harus di kasih bahasa agar tamunya nyaman bagaimna bisa tenang walaupun itu ombak besar ki, dia tidak malahan tambah na kasih panic jadi itu ibu-ibu yang awalnya ke Samalona nda maumi trauma ki kah terancam nyawa nah apa. Tapi ada Papalimbang separuh juga yang baru pi nda lama pi baru 2 jam nasuruh mi pulang “waktunya sudah habis bede” ini bukan masalah waktu

B : dan ada biasa yang berkelahi sama tamunya yeee, itumi yang bisa merusak citranya Papalimbang, masalahnya bukan hanya dia yang dapat pasti semua Papalimbang

S : jadi untuk unggahan foto ada jadwalnya ?

N : tidak ji

B : bebas ji, kan kita ji yang punya setiap hari

N : setiap hari ji, sekarang begini e “apakah bahan saat ini untuk posting seperti nda ada saat ini, video dulu deh cari-cari view sunset atau apa la, paling tidak bangun pagi liat sunrise, buat mi Instastory good morning selamat pagi kata-kata pembuka “

B : walaupun sudah kita posting foto kita buat kan lagi Story

N : setiap hari pasti ada liat ki

S : adakah cara-cara ta untuk pertahankan ki penumpang ta, supaya kayak mau lagi ke pulau kita ji lagi na hubungi ?

N : dengan pelayanan yang baik, itumi saya bilang kenapa kita harus perbaiki pelayanan karena dari situ mi semua seperti yang tadi nya 10 orang yang kita antar “ 1 nya punya ki teman ribuan orang, 1 nya punya ki teman puluhan orang kan dari teman ke teman ji “ dari mulut ke mulut ji

B : saya biasa punya penumpang banyak mi yang pernah muat ki tapi tetap ki ke saya, ada beberapa mi yang muat tapi tetap dia telepon saya tetap kita na cari karena pelayanan ta

N : kayak saya, ada lagi chat kah nda percaya ki gara-gara lagu ji dia mau pake perahu ku lagi, saya kan suka kah main gitar disana, lagu-lagu nya Samalona, lagu-lagunya bapaknyaa Banteng banyak karya-karya nya na

dengar tamu “ih bagus ini boss” disuruh ma gabung, saat di panggil gabung baru paki ke situ hibu-hibur kalau nda di panggil jga na ada apa-apa ji karena kita juga punya media sendiri ji untuk hibur diri

B : ada yang sering menyeberang laganan maki, kemarin yang saya bawa itu selebgram

N : seperti tempat peristirahatan Hammuk ada meja untuk makan, kayak Banteng kan ada kakaknya di sana Lilian, kita sudah setting mi memang kalau ada tamu kita bawa ke lilian kita bilang ke tamu “ini yang punya samalona di bagian pelayanan di pulaunya”

S : apalagi pintar bahasa inggrisnya jannah di ?

B : iye, jadi kapan kita bawa bule dia yang tangani

N : jadi kita punya sekarang ini lingkaran kak toh, yang itumi yang mau di bikin paket, siapa-siapa orang nya yang bisa kita rangkul siapa-siapa bisa kita temani ngobrol, yang bisa pegang ki ini media nya tapi nanti liat siapa-siapa yang nanti bisa kendalikan ki itu karena yang bakal kendalikan ki itu bukan orang sembarang juga karena harus media nya aktif terus nomornya aktif terus kerja nya haruski on terus harus di perhatikan. Jadi kalau kita mau bikin tim seperti itu yang paling tidak diliat dulu siapa-siapa orang nya diliat juga orang nya seperti apa mau ji bekerja atau tidak, orang mau ji bergerak atau tidak, nda mau na tahu

perkembangan visi misi kedepan nya bagaimana, apa yang kita butuhkan setelah ini apa yang harus kita bangun agar gara-gara ini tim ta bisa ki bikin dermaga kah apakah. Paling tidak bisa memperbaiki lah

S : ada kendala selama kita gunakan Instagram untuk promosikan perahu ta ?

N : tidak ada ji kak

S : kalau untuk media facebook ada akun khusus perahu ta atau kita promosikan perahu menggunakan akun pribadi ?

B : saya ada

N : ada, ada halaman pribadinya memang bisa disambungkan dengan facebook pribadi ta

S : terhubung di ?

N : iye, jadi dia terbagi ki ada halaman pribadi, dari halaman pribadi ta juga kita bisa kembangkan seperti postingan , pembayaran sama reputasi itu ji 3 yang harus kita perhatikan reputasi nya , itu juga harus ada review seperti tamu-tamu kasih testimoni, “kak tabe kak kan sudah maki naik perahu_kambara minta tolong sebelum ki pulang saya fotoki dulu di “

B : jadi testimony itu di sorot ki nantinya

N : kalau na liat akun @samalona boat “ih tawwa bagus ki ini kah anak muda ji yang bawah “ anak mudah ji ini bisa jaki istilah nya nda na kunci ji omongan nya , kalau orang tua kan malu-malu l bicara, ada ego nya.

B : agak risih kalau na liat ki banyak penumpang ta

N : tapi saya bilang ke teman-teman kalau mau berkembang jangan mi pedulikan omongan nya orang, tetap maki saling merangkul, kapan kita terpecah bela susah ki itu berkembang. Saya kalau turun mi lagi ini sekoci ku satu a nda tahu mi anak-anak mau ikut apa tidak saya tidak ji, saya mauka berkembang terserah kau mauko brkembang apa tidak saya ia maukah berkembang paling tidak mau kah kembangkan usaha nya orang tua ku, orang tua ku sudah tuami mauka gantikan ki posisi orang tua ku begitu ji saya. Kutanya juga banteng, kalau pergaulan terus nu ikuti susah ko berkembang kau itu laki-laki ko besok lusa mauko menikah apa-apa itu nu boli-boli uang panai itu yang paling penting

S : terimah kasih banyak nah atas kesediaan nya untuk di wawancarai

N&B : sama-sama kak, kalau ada yang perlu kita tanyakan lagi, bagaimana bisa DM kah.

S : jadi semenjak pandemi nda ada ji kendala nya ?

N : justru bersyukur kah semenjak pandemi ini awal-awal covid meningkat penumpang

B : tapi pas mi masuk covid di Makassar mati semua mi tempat wisata

N : mati semua tempat wisata bantimurung, malino, mall semua tutup

B : tapi terbuka ji penyeberangan akhirnya pergi semua kepulau, itumi saya kuharap semoga ada media yang bisa handle semua ini Papalimbang

S : kayak slogan nya Banteng di IG nya "you trip will be fun"

B : Alhamdulillah bisa sedikit editing

N : jadi kita memang harusnya punya tim bagian edit dan pengambilan gambar bagian dapur jadi enakk. Jadi satu ji media saya harapan ku seperti itu tapi nda tahu siapa besok nanti yang kelola ki toh, kalau ada yang bisa imbangi dan bisa ki sejahterahkan masyarakat di sini alhamdulillah, justru bersyukur kah lagi karena berkembang mi ini Papalimbang kan lah bisa mi penghasilan masyarakat bertambah paling tidak pendidikan anak-anak berkembang bukan Cuma menggunakan hp nya game game paling tidak bisa na bantu bapaknya posting perahu nya lah apalah dari pada gunakan kuota nya untuk game tik tok begitu ji itu.

Sesi wawancara ke-2 bersama informan Randhi
pemilik akun @Perahu_bahari

Hari : Jumat 1 Oktober 2021

Jam : 19:36

Lokasi : Di Pulau Lae-Lae

P : Peneliti

R : Informan

P: Yang pertama pertanyaan ku itu “sudah berapa lama maki jadi papalimbang?”

Randy: Kalo saya 5 tahun

P: Oh 5 tahun mi di', lama mi. jadi bagaimana carata itu memasarkan ki jasa penyebrangan ta?

Randy: Kalo saya berbasis online.

P: Online? Jadi tidak menunggu jaki kayak di kayu bangkoa?

Randy: Awalnya sih begitu menunggu lurang cuman kan semakin ke depan itu semakin modern mengikuti zaman kan jadi saya beralih ke online mi sekarang.

P: Jadi sejak kapan ki menggunakan media online? Media sosial instagram sama facebook atau instagram ji?

Randy: Instagram sama facebook

P: Jadi darimana ki tau bahwa ternyata instagram sama facebook itu bisa memasarkan jasa penyebrangan?

Randy: Kalo saya kemarin sih ambil patokan sama teman-teman ji yang sudah lebih dahulu daripada saya makanya juga belajar-belajar.

P: Siapa teman-teman itu yang kasih tau ki?

Randy: Kalo saya Nasran awalnya sih.

P: Oh Nasran itu yang pemilik perahu kambara di'?

Randy: Iya betul-betul

P: Jadi followers ta itu ada lebih 200 an mi, bagaimana carata itu promosi kan ig ta?

Randy: Kalo saya setiap sebelum atau setelah kita muat penumpang di kasih tau bilang jangan lupa tag akun perahunya kalo mau mengupload sesuatu di instagram atau facebook.

P: Soalnya saya liat selalu instastory ta itu dari kayak rekomendasi nya orang seperti "follow ini kalo mau ke pulau" begitu selalu na tag akun ta itu berarti kita yang minta tolong.

Randy: Iye, harus begitu kan karna dipasarkan ki biar semua orang tau kita toh. Akhirnya Alhamdulillah sampai sekarang berjalan lancar terus.

P: Berarti ada perubahan setelah menggunakan instagram dalam memasarkan jasa ta.

Randy: Banyak perubahan

P: Kayak lebih meningkat ki penggunanya

Randy: Itumi tidak seperti yang dulu, kayak yang awalnya dulu diburu dan ini akhirnya duduk-duduk mami ki tinggal mengupload apa segala macam.

P: Ini berarti jadi papalimbang ki karna orang tua ta atau kita sendiri ji yang mau?

Randy: Kalo saya keinginan sendiri

P: Karna mungkin “ada ku dapat uang belanja” begitu

Randy: Yang penting tidak merepotkan orang tua

P: Berarti orang tua ta juga papalimbang ji juga di?

Randy: Iye sama ji

P: Jadi yang kulihat di ig ta itu apa postingan ta itu apa isi-isinya

Randy: Kalo saya ya semacam begitu caption-caption kalo sementara jalan apa atau video video

P: Apa fitur fitur yang sering digunakan di instagram? Kan itu ada banyak, ada hashtag, caption, instastory

Randy: Kalo saya hashtag

P: Paling sering digunakan itu hashtag?

Randy: Sama instastory, dua-duanya

P: Kita gunakan instastory setiap hari atau ada jadwal tertentu nya kayak “hari minggu pi deh baru upload ka lagi instastory

Randy: Seharusnya Instastory setiap hari juga biar itu instagram nya tidak mati

P: Iya untuk mengingatkan lagi kembali.

Randy: Iya betul

P: Jadi yang paling sering digunakan itu instastory

Randy: Iye instastory

P: Jadi ini selama digunakan ini instagram ta ada nda kendala bilang “ternyata instagram ini banyak sekali kendalanya misal butuhki beli kuota atau ada kendala jaringan” ndaji?

Randy: Kalo saya juga kendala nya juga di jaringan sih karna kalo kita ke pulau-pulau jauh itu biasa terhalang ki oleh jaringan dan harus paki dekat-dekat dari kota baru adapi jaringan.

P: Berarti kendala nya itu kayak jaringan di'?

Randy: Iye jaringan

P: Jadi ini instastory tidak adaji jadwal tertentu? Jadi setiap hari jaki upload?

Randy: Iye harus memang setiap hari dari pagi ada juga siangnya, jadi dalam setiap hari itu 3 kali ki.

P: Setiap hari 3 kali ki posting?

Randy: Iye 3 kali instastory

P: Itu instastory ta isi apa postingannya?

Randy: Yang kayak di perjalanan ki begitu yang kalo setiap naik mi penumpang difoto baru kita instastory juga.

P: Karna kalo kuliat di akun ta itu fitur-fitur yang selalu kita gunakan itu caption, hashtag, ada juga sorotan yang feed.

Randy: Kalo saya belum saya kembangkan ke sorotan kan masih baru. Ya kira-kira followers 500 ke atas lah.

P: Oiya di' supaya lebih banyak kenangan-kenangannya lagi

Randy: Iye betul

Sesi wawancara ke-3 bersama informan Iwan
pemilik akun @sewakapalmakassar

Hari : Selasa 26 Oktober 2021

Jam : 18:55

Lokasi : Di Pulau Lae-Lae

P : Peneliti

I : Informan

P: Bagaimana carata memasarkan jasa penyeberangan ta ?

I : memasaran itu dari teman ke teman dengan followers lalu minta endorse tapi endorsenya nda bayar kah teman ji, teman yang banyak followers nya.

P : jadi kita memasarkan jasa penyeberangan lewat media ji ? nda seperti Papalimbang lain yang harus menunggu di bahu jalan menawarkan jasa penyeberangan ?

I : tidak, kenapa mau menunggu di bahu jalan, sekarang kita kan mainnya media, media sosial itu tempatnya orang dimana kita bisa mengetahui informasi di media sosial.

P : sejak kapan ki menggunakan Instagram untuk promosikan jasa penyeberangan ta ?

I : saya buat itu tahun 2019, dan saya perbaharui itu ganti nama nya di 2020
saya perbaiki semua sistem nya, saya ganti nama nya yang awalnya
@makassar beautyfull island saya ganti jadi @sewakapalmakassar jadi di
pencaharian media sosial itu gampang

P : jadi kalau nanti searching mengenai perahu pasti muncul di?

I : iye betul

P : karena dari pengamatan yang saya liat akun media sosial itu yang paling
banyak followers nya dari akun Papalimbang lain, bagaimana carata itu
pasarkan ki

I : caranya itu yang dari teman ke teman yang banyak followers nya saya
minta endors di dia tanpa ada bayaran itumi gunanya banyak teman

P : jadi selain menggunakan Instagram kita gunakan media sosial apa lagi
untuk promosikan jasa ta ?

I : saya ada beberapa media sosial, yang pertama Instagram tentunya, yang
kedua Facebook, dan yang ketiga tik tok. Kalau yang paling banyak
followers nya itu di tik tok 19k awalnya hanya konten-konten biasa tapi
saya ubah jadi sewa kapal, kemarin sempat fyp beberapa kali karena
konten game tapi setelah saya ganti jadi @sewakapalmakassar view nya
turun, karena mungkin orang juga nda tertarik toh untuk nonton

P : kalau di Facebook kita juga sering aktif ?

I : kalau di Facebook cuman menata foto-foto nya saya edit foto di Instagram tapi saya hubungkan dari Instagram ke Facebook, jadi nda terlalu focus di Facebook sekali-sekali buka cuman cek pesan habis itu keluar lagi dan mainnya di Instagram

P : kenapa ki memilih Instagram untuk memasarkan jasa penyeberangan ta, ada nda alasan nya ?

I : akun pertama yang saya bikin itu Instagram, karena Instagram itu rate nya mulai dari umur 16-29 tahun itu kebanyakan menggunakan Instagram, karena banyak pengguna nya, terus yang kedua di facebook itu rata-rata orang tua yang chat, kalau anak-anak milenial itu sekerang di Instagram karena media promosinya juga enak

P : trus darimana atau siapa yang rekomendasikan ki untuk gunakan Instagram sebagai tempat untuk promosikan jasa ta ?

I : yang pertama iseng-iseng ji cuman kan awalnya @makassarbeautyfullisland ambil foto di lae-lae ambil foto cekrek-cekrek upload trus jalan-jalan ke Samalona foto-foto upload, akhirnya ada yang tanyakan harga untuk ke pulau berapa akhirnya saya berpikir bahwa ini bisa menjadi peluang besar. Jadi saya ganti dari @makassarbeautyfullisland jadi @sewakapalmakassar

P : di Instagram kan kak banyak fitur-fitur kayak caption, hastag, Instastory, kalau pada akun ta fitur-fitur apa yang paling sering kita gunakan ?

I : cuman postingan foto dan sorotan pilih-pilih yang mana yang paling bagus dari pelanggan jadi saya buat sorotan khusus rate dari pelanggan rate nya untuk @sewakapalmakassar saya posting di sorotan jadi ketika ada orang yang ingin melihat Instagram saya pasti yang pertama di lihat itu sorotan trus dia liat rate nya dari beberapa orang yang sudah pakai jasa saya bahwasanya pake jasa saya itu bagus kayak testimony

P : untuk postingan foto di Instagram ta itu kita foto sendiri atau repost dari pengguna jasa ta ?

I : biasanya saya juga ambil foto sendiri minta izin bahwa sanya “ kak saya boleh minta fotonya atau saya foto terus sih pelanggan bilang iya bisa” atau kalau nda ada kesempatan untuk foto saya minta langsung ke pelanggan tapi dengan izinnya untuk upload di media saya.

P : jadi kita pernah nda minta untuk di tag akun ta sama pengguna jasa ta ?

I : tidak, saya jaga privasinya orang trus saya juga cari kenyamanannya, saya minta feedback itu sama orang-orang yang saya kenal, ketika dia order sama saya pasti saya minta untuk di tag di Instastory nya tapi untuk orang yang tidak saya kenal tidak.

P : kalau fitur Instastory kita sering gunakan ?

I : kalau fitur Instastory saya hanya gunakan habis posting foto trus saya repost kembali

P : berarti nda terlalu sering ji menggunakan fitur Instastory di ?

I : iya, tidak

P : kalau untuk fitur caption kita sering gunakan nda ?

I : iya, di setiap postingan

P : menurut kita penting nda sih menggunakan caption di setiap postingan ?

I : iya penting, bahwasanya yang nama nya foto itu di ibaratkan kuah ya kayak sayur ketika ada caption yang kita tambahkan itu bagaikan garam jadi nikmat di lihatnya

P : berarti nda ada jadwal tertentu untuk kita posting foto ?

I : iya nda ada

P : jadi di saat ada pi yang gunakan jasa ta baru kita post foto ?

I : iya, kadang juga ketika lagi bagus angel foto nya saya langsung ambil gambar langsung saya Insta Story

P : Sudah berapa lama maki Jadi Papalimbang ?

I : 2019 nda terlalu focus di situ awalnya kan kuliah Cuma iseng-iseng akhirnya besar ada dorongan juga dari teman dan keluarga bahwa sanya, ada dari teman bagian editing kayak seumpama ucapan-ucapan selamat dia yang edit akhirnya ada timba balik juga dari dia ke saya dan saya ke dia pasti adalah. Ucapan-ucapan kayak kemerdekaan, ucapan mauled, selamat tahun baru islam semacam itu

P : tapi tetap akun ta kita yang pegang ?

I : iya saya yang handel ki, saya kasih arahan harus nya seperti ini trus teman yang edit

P : jadi selama kita gunakan Instagram dan Facebook ada kendala nya nda ?

I : seperti apa itu ?

P : seperti kayak, contohnya Randhi bilang ada kendala jaringan saat berada jauh di Pulau

I : tidak ada

I : ini sudah ada beberapa yang booking untuk hari Kamis, Jumat, Sabtu dia masing-masing semua sudah DP, iya tadi siang dia sudah DP kayak ke samalona

P : menurut kita ada nda kelebihan Instagram dan facebook selama kita gunakan untuk promosikan jasa ?

I : kelebihan nya banyak sekali jangkauan nya luas untuk kekurangan instagram aman ji nda ada

P : kalau untuk biaya ke Pulau apakah sama ?

I : beda kak, tergantung jarak nya kan kayak Samalona, Kodiangreng Keke, Lanjukang kan beda jaraknya jadi ada harga tertentu yang di tawarkan, beda juga harga jika bermalam

P : di setiap Postingan ada Hastag yang kita pakai ?

I : ada Hastag, ada beberapa Hastag yang saya gunakan tapi Hastag itu berulang di setiap postingan, saya Cuma copy paste satu kali bikin hastag tapi untuk semua postingan

P : memang harus berulang agar supaya setiap orang mencari hastag itu muncul akun ta kak, terimah kasih banyak pale kak atas kesediaan ta untuk di wawancara

I : Sama-sama

KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan:

1. Nama : Sarwana Illahi
2. Tempat/ Tanggal Lahir : Ujung Pandang/ 04 Mei 1997
3. Judul Penelitian : Pemanfaatan Media Online Sebagai Aktivitas Pemasaran *Papalimbang* Pada Masa Pandemi Di Pulau Lae-Lae.

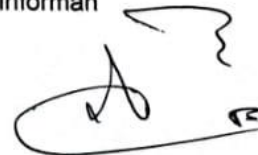
Penelitian tersebut benar telah mengadakan wawancara dengan saya.

1. Nama Informan : *Iwan Lambali Baharuddin .*
2. Umur : *25 Tahun.*
3. Pekerjaan : *Papalimbang*
4. Pendidikan Terakhir : *SMA*
5. Nama Akun Media Online
 - Instagram : *@Sewa kapal makassar .*
 - Facebook : *@ Sewa perahu makassar .*

Demikian keterangan wawancara ini saya berikan untuk digunakan sebagaimana perlunya.

Makassar, 26 Oktober 2021

Informan



Iwan Lambali Baharuddin.

KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan:

1. Nama : Sarwana Illahi
2. Tempat/ Tanggal Lahir : Ujung Pandang/ 04 Mei 1997
3. Judul Penelitian : Pemanfaatan Media Online Sebagai Aktivitas Pemasaran
Papalimbang Pada Masa Pandemi Di Pulau Lae-Lae.

Penelitian tersebut benar telah mengadakan wawancara dengan saya.

1. Nama Informan : *REWANTO*
2. Umur : *17*
3. Pekerjaan : *PAPALIMBANG*
4. Pendidikan Terakhir : *"SMA"*
5. Nama Akun Media Online : *@samdonabat*

Demikian keterangan wawancara ini saya berikan untuk digunakan sebagaimana perlunya.

Makassar, Juni 2021
Informan

()

KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan:

1. Nama : Sarwana Illahi
2. Tempat/ Tanggal Lahir : Ujung Pandang/ 04 Mei 1997
3. Judul Penelitian : Pemanfaatan Media Online Sebagai Aktivitas Pemasaran *Papalimbang* Pada Masa Pandemi Di Pulau Lae-Lae.

Penelitian tersebut benar telah mengadakan wawancara dengan saya.

1. Nama Informan : IG/NASRAN
2. Umur : 22 tahun
3. Pekerjaan : PAPALIMBANG
4. Pendidikan Terakhir : JMA
5. Nama Akun Media Online : @Perahu_Kambaya

Demikian keterangan wawancara ini saya berikan untuk digunakan sebagaimana perlunya.

Makassar, Juni 2021

Informan



(NASRAN)

DOKUMENTASI



Lokasi Dermaga Kayu Bangkoa



Lokasi Dermaga Kayu Bangkoa

Dokumentasi Bersama Para Narasumber

Pemilik Akun @Perahu_Kambara, @sewakapalmakassar, @samalonaboat, dan @perahu_Bahari



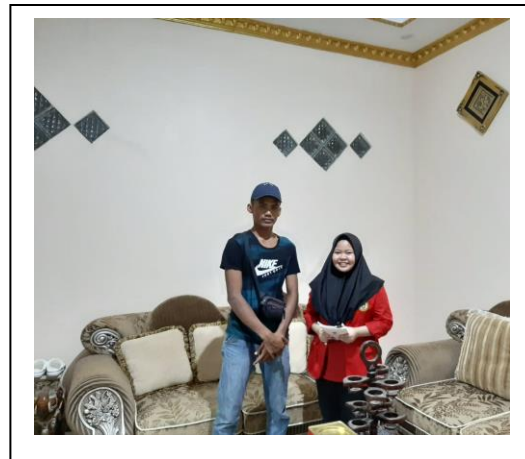
Wawancara Nasran @perahu_kambara



Wawancara Iwan @sewakapalmakassar



Wawancara Banteng @Samalonaboat



Wawancara Randhi @perahu_bahari

**DERMAGA ANTAR PULAU
ROTTERDAM**

**VISIT
SPERMONDE!**

*Beautiful
Island*

for fishing, snorkeling, diving, and enjoy the
uniqueness of Shark Point, Turtle Point, Aquarium Point

KAPOPOSANG
(Snorkeling,
Diving, & Fishing)
*Shark Point, Turtle Point,
and Aquarium Point
are spotted here!*

LANJUKANG
(Fishing & Diving)

SAMALONA
(Snorkeling, Diving, &
Banana Boat)

KODINGARENG KEKE
(Snorkeling, Diving, &
White Sand)

Pulau Spermonde

TENTANG PULAU 12 mg

Pulau Panambungan adalah pulau wisata yang tak berpenghuni. Pulau ini memiliki fasilitas wisata bahari yang cukup memadai dan dikelola oleh pihak swasta, jarak yang ditempuh sekitan 1 jam dari dermaga kayu bangkoa makassar.

Sumber : samalonaboat_

TENTANG PULAU 12 mg

Pulau Lanjukang adalah pulau terluar Makassar yang masuk dalam gugusan Kepulauan Spermonde, Lanjukang dihuni 23 Kepala Keluarga, dengan total penduduk tak lebih dari 70 orang. Saya cukup prihatin dengan fakta bahwa pulau ini tidak mewadahi fasilitas pendidikan sehingga sebagian anak-anak disana merantau untuk tidak sekolah dan Warga Lanjukang juga punya ciri fisiknya yang unik, meliputi badan "Kerdil", punggung bungkuk, dan rambut jarang.

Sumber : travelingyuk.com

SAMALONABOAT

Informasi Pulau Spermonde menurut Akun @samalonaboat

TENTANG PULAU 9 mg

PULAU GUSUNG TALLANG merupakan pulau yang tak berpenghuni. Namun karena semakin ramai dikunjungi, pada akhirnya ada beberapa masyarakat yang tinggal di sini. Meski begitu, tempat ini tetap bersih dan cantik!

TENTANG PULAU 14 mg

Pulau samalona adalah sebuah pulau kecil di Selat Makassar, tepatnya di sebelah barat daya pantai barat Sulawesi Selatan. Secara administratif, pulau ini termasuk wilayah Kota Makassar, Sulawesi Selatan.

SAMALONABOAT

1/13/2019 Pa'becak dan Pappalimbang sbagai Pelayan Wisata - Tribun Timur

Sulsel Sulbar Makassar Gowa Maros Pangkajene Parangasene Pinrang Sidrap Toraja Wajo Soppeng Bone Bantaeng Luwu Bukalumba Palopo Lahrya

Pa'becak dan Pappalimbang sbagai Pelayan Wisata

Sabtu, 2 Juni 2012 10:44



CITIZEN REPORTER
Bakri Aladin, pemerhati wisata Sulsel melaporkan dari Makassar

TANGGAL 2-3 Juni 2012, Disbudpar Sulawesi Selatan bekerjasama dengan CV BITH Syah menyelenggarakan "Pelatihan Pa'becak dan Pappalimbang Wisata Kota Makassar" di Hotel SAS Makassar. Pjt Kabid pengembangan destinasi wisata Disbudpar Sulsel diwakili oleh Takdir, M.Si membuka acara ini dengan resmi.

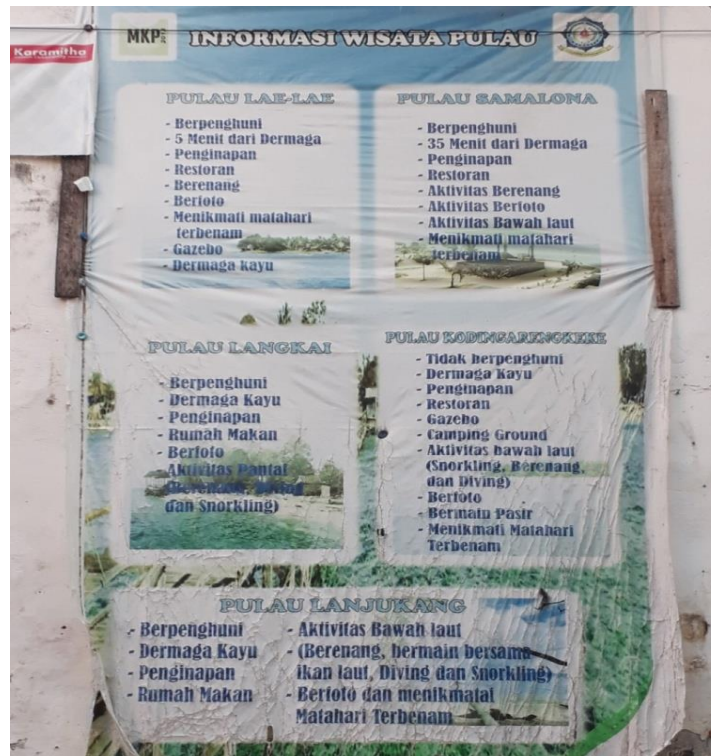
Sebanyak 60 peserta yang terdiri dari komunitas pabecak dan pappalimbang akan mengikuti pelatihan wisata ini.

Menurut Takdir, adalah menjadi kebanggaan bagi kita, para pa'becak atau pappalimbang dianggap sebagai pelaku penting dan langsung. Terkait "Sapta Pesona" bukan hanya aman, bersih, dan nyaman nama kita pula bertanggung jawab untuk memberikan kenangan baik bagi wisatawan.

<http://makassar.tribunnews.com/2012/06/02/pabecak-dan-pappalimbang-sbagai-pelayan-wisata>

1/2

Berita Mengenai *Papalimbang* di Media Massa



Spanduk Informasi Wisata Pulau