

LAMPIRAN

1. Transkrip Wawancara Mendalam (*In-Depth Interview*) dengan *Community Officer* Komunitas Good Side

Durasi: 41:48

Waktu: 23/02/2022, Pukul 12:52

Narasumber: Dessy Astuti

Lokasi Penelitian: *Google Meet Conference Meeting*

No	Identitas	Data Wawancara
1	Peneliti	Selamat Siang Kak Dessy, terima kasih sudah hadir di sini untuk wawancara terkait penelitian tugas akhir begitu. Nah, ebelumnya mau ngucapin terima kasih juga buat kesediaan Kak Dessy untuk diwawancarai sebagai salah satu narasumber. Kak Dessy di sini posisinya sebagai <i>Community Officer</i> ya?
	Narasumber	Ya, <i>Community Officer</i> betul.
2	Peneliti	Oke..., pertama-tama ini kak aku mau tanya nih seputar apa yang mendasari perubahan nama dari Komunitas Good Side? Karena seperti yang diketahui bahwa Komunitas Good Side ini kan dulunya Komunitas Kawan GNFI begitu.
	Narasumber	Ya, oke... jadi yang mendasari adalah sebenarnya kalau Kawan GNFI itu fokusnya kita ke penulisan ya sebelumnya, dari Kawan GNFI sendiri. Jadi aku pengen ngebangun audiens kita sendiri. Nah, eee... apalagi sebelumnya di tahun 2000 berapa ya kalau gak salah... tahun 2020 deh waktu aku masih magang, itu Kawan GNFI yaudah cuma nulis aja. Gak ada yang penjelasannya lebih spesifik, kayak misalnya SOP nya Kawan GNFI tulisannya harus gimana terus kegiatannya

	<p>apa aja, itu gak ada. Sampai akhirnya awalnya Kak Della terus ada aku magang terus disitu eee... mulai deh ada acara. Terus kita mulai bikin media sosialnya Kawan GNFI untuk umm... mensosialisasikan kalau misalnya GNFI itu ada UGC lho... <i>User Generated Content</i> yang mana kalian bisa nulis di GNFI. Nah, kalian nanti akan jadi Kawan GNFI. Apa yang mendasari perubahan kita? Kita merasa Kawan GNFI tuh eee... semakin kesini tuh udah, udah jadi bagian komunitas dari GNFI nya itu sendiri. Dan kita merasa, kita punya audiensnya sendiri. Karena dari GNFI dan Komunitas Kawan GNFI nya sendiri beda gitu kan, kalau dari GNFI kan secara universal gitu... eee... apa namanya... audiensnya kalau misalkan Kawan GNFI itu audiensnya kita yang anak muda, yang remaja, yang masih ya sekitaran 18 sampai 35 tahun gitu ya. Remaja menuju dewasa begitu ya.</p> <p>Terus kita setelah merasa punya audiens sendiri, terus media sosial kita punya sendiri, kita bisa mengelola sendiri sampai akhirnya kita memutuskan untuk. Oh ya, gimana kalau misalkan kita eee... bikin apa ya... website baru, komunitas... eee... bukan komunitas baru tapi transformasi dari Kawan GNFI ke Good Side. Dengan kayak gitu kita jadi punya audiens kita sendiri nih buat bikin ngebentuk website kita UGC sendiri.</p> <p>Makanya kita sekarang berubah jadi Good Side yang mana itu beda sama Kawan GNFI. Kalau Kawan GNFI kan tulisannya lebih kayak ke tentang Indonesia, terus humaniora gitu kan. Kalau misalkan Good Side itu lebih ke ngebahas tentang anak muda yang <i>self-development</i>, terus ngebahas tentang karier. Yang mana itu berhubungan sama, dibutuhkan sama anak muda sekarang gitu. Jadi</p>
--	---

		perubahannya itu sih karena kita pengen ngebentuk UGC dan juga kita ngerasa kita punya audiens sendiri.
3	Peneliti	Oke, nah terus dari perubahan yang cukup banyak bisa dibilang, 100% berbeda begitu, apakah ini mengubah visi misi dari Komunitas Good Side yang awalnya Kawan GNFI Kak?
	Narasumber	<p>Ya, jadi kalau misal awalnya itu <i>community</i> itu sebenarnya gak jelas ya, maksudnya visi misinya itu masih ngikut dari GNFI gitu kan. Visi misinya... tapi ya itu kan bikin “Makin Tahu Indonesia” begitupun dengan tulisan-tulisannya gitu. Jadi tulisan-tulisan dari Kawan GNFI itu gak boleh melenceng ke tulisan yang kayak ke misalnya tulisan tentang <i>self-development</i>, karier... itu gak bisa. Karena yang kayak gitu-gitu itu kan gak bisa main kan di GNFI.</p> <p>Kalau misalkan Celine baca, pasti GNFI tulisannya humaniora, teknologi, terus yang berhubungan dengan Indonesia begitu kan. Tapi banyak kan penulis, kontributornya Kawan GNFI ini yang nulisnya tentang karier, <i>self-development</i> terus misalkan <i>food and travel</i>... kayak gitu-gitu. Dan itu gak bisa naik di Kawan GNFI.</p> <p>Akhirnya kita bingung, kayak gimana caranya mereka-mereka ini yang punya keinginan untuk menulis, mereka tetep punya wadahnya begitu. Makanya kita mau adain lewat Good Side ini Visi misinya sekarang kita berubah, kalau dulu visi misinya masih ikut GNFI “Makin Tahu Indonesia”, kalau sekarang kita visinya “<i>Never Too Young To Grow</i>”. Kayak semuanya itu kita itu tumbuh bareng-bareng. Yang tua, yang muda semuanya itu kita bisa tumbuh dan belajar bareng di Good Side.</p>

4	Peneliti	Oh I see... berarti awal mulanya juga dari dorongan bahwa, berari konten yang berkaitan dengan anak muda dan karier itu dulunya lebih banya kak dari yang humaniora?
	Narasumber	<p>Iya...eee iya betul. Jadi dulu misalnya kan aku <i>Community Editor</i>-nya ya, aku yang ngedit tulisan-tulisan dari Kawan GNFI. Itu kebanyakan tulisannya yang <i>self-development</i> terus sampai sekarang mereka menulis tentang apa ya... contohnya, misalnya tokoh publik yang berprestasi di Indonesia. Kan kalau gitu kan belum tentu bisa masuk ke GNFI kan. Harus dilihat dulu kalau GNFI kan harus yang positif tentang Indonesia gitu ngebahasnya.</p> <p>Kalau Kawan GNFI itu banyak, ada yang bahas tentang kesehatan dan itu belum tentu kan bisa masuk di GNFI. Karena kanal kesehatan di GNFI kan belum ada, maksudnya gak ada gitu jadi kayak bingung gitu. Akhirnya yaudah kita bikin kanal-kanal yang mereka butuhkan mulai dari karier, <i>self-development</i>, kesehatan, lingkungan bahkan tapi tetap tulisan-tulisan yang ada di Good Side itu <i>in a good way</i>. Jadi tete pada positifnya juga gitu.</p>
5	Peneliti	<p>Elemen positifnya tetap harus ditonjolkan juga di sini ya.</p> <p>Oke paham, nah terus kalau buat di Komunitas Good Side sendiri Kak yang memegang divisi <i>Public Relations</i> itu ada berapa orang sih?</p>
	Narasumber	Yang apa?
6	Peneliti	Yang memegang posisi <i>Public Relations</i> itu.
	Narasumber	Oh jadi ada 2 sih sebenarnya, aku sama Kak Della. Jadi kalau Kak Della selaku manajernya, kalau aku sebagai officernya begitu.
7	Peneliti	Jadi tektokannya sama Kak Della langsung begitu ya. Oke, nah terus buat strukturnya sendiri Kak, Komunitas Good Side ini dengan GNFI itu letaknya dimana sih? Jadi bisa kelihatan, oh... hubungannya GNFI dengan Good Side ternyata disini sebagai komunitas.

	Narasumber	<p>Jadi itu kemarin sebenarnya baru ada ini sih, baru ada apa... perubahan struktur begitu kan karena juga ada divisi baru. Kalau sekarang dari yang aku tahu sih yang pasti <i>community</i> itu di bawahnya GNFI. Kalau dulu kan GNFI, terus habis itu kita di bawah si eee... Kawan GNFI ini di bawah <i>Public Relations</i>. Jadi <i>Public Relations</i> itu menaungi si Kawan GNFI sebagai komunitas. Kalau sekarang engga kita langsung di bawah oleh GNFI. Jadi GNFI itu punya beberapa produk dan salah satu produknya adalah Good Side. Ada Good Side, ada Good Stats, ada I'm Good, ada umm... satu lagi Rekam Indonesia. Kita ada satu lagi agensi yang namanya Media Kita.</p> <p>Jadi kayak GNFI itu ada beberapa produk dan salah satu produknya itu Good Side, kita langsung dibawah oleh GNFI.</p>
8	Peneliti	<p>Oh I see, oke. Nah masuk nih kak ke yang kompleksnya yaitu adalah fungsi dan tanggung jawab <i>Public Relations</i> itu yang utama apa sih Kak di Komunitas Good Side ini?</p>
	Narasumber	<p>Oke kalau di Good Side yang utama pasti kita, karena pertama Good Side masih baru ya dan orang pun misalnya buka kayak, "Kawan GNFI itu kemana". Itu masih banyak banget yang tanya, "Kawan GNFI kemana? Kok berubah jadi Good Side?" Yang pasti yang pertama fungsi dan tanggung jawab aku dan Kak Della selaku PR gitu ya di komunitas ini adalah kita harus menyebarkan <i>awareness</i>, <i>brand awareness</i> dari Good Side sebaik mungkin. Karena dengan adanya <i>brand awareness</i> ini eee... audiens jadi tahu gitu kalau misalnya oh... ada Good Side, Good Side itu apa, sebelumnya Good Side itu Kawan GNFI. Jadi fungsi utamanya itu sih.</p> <p>Kita di Q1 ini ya... di Q1 ini kalau misalkan kita pengen menyebarkan <i>awareness</i> dulu terkait dengan Good Side.</p>

9	Peneliti	Oke, nah terus tadi kan Kak Della... eh Kak Dessy mohon maaf itu sempet nyebutin nih hahaha itu target internalnya gitu kan, yang dibilang yaitu anak muda umur 18-35 tahun, Nah aku juga mau tanya nih lebih lanjut soal target public sasarannya eee... kan ada internalnya kalau untuk eksternalnya sendiri ada gak sih Kak dari Komunitas Good Side?
	Narasumber	Oke, jadi kalau misal untuk target audiens ya, target audiensnya pasti tadi remaja usia 18-35 tahun. Kalau target eksternalnya, kita pengen menargetkan ini sih untuk partner-partner, kita pengen bekerjasama gitu. Karena kita komunitas jadi kita pengen menjalin kerjasama sebanyak mungkin dan engga cuma itu, kalau komunitas kan tidak bisa berjalan sendiri ya tanpa adanya kerjasama dan bantuan dari pihak-pihak lain gitu. Dan kita pengen banget, gimana sih bisa bekerja sama dengan berbagai macam lembaga, komunitas ataupun eee... pemerintahan atau apapun itu organisasi eee... itu jadi tujuan kita sih. Bahkan kita udah punya OKR sendiri gitu, kita pengen bisa, umm... apa ya deal sama kayak suatu organisasi tapi gak cuma organisasi aja, komunitas juga, lembaga apapun itu sih eee... untuk eksternalnya gitu.
10	Peneliti	Oke, kalau organisasi itu sendiri spesifiknya ke misalnya organisasi pemuda atau mungkin HIMA begitu kak?
11	Narasumber	Umm... engga, untuk spesifiknya kita engga ada sih. Engga ada spesifiknya kayak harus gimana gimana... tapi pasti masih berhubungan kayak kita misalnya komunitas kepenulisan, komunitas kepemudaan terus juga komunitas lingkungan, komunitas kesehatan. Jadi kalau misalnya kalau Good Side sendiri ya kalau kita ngelakuin apa-apa itu kita sendiri punya <i>content pillar</i> . <i>Content pillar</i> kita itu ada 10 yang sesuai dengan kanal yang ada di Good Side. Ada <i>self-development</i> , ada kesehatan juga, lingkungan juga terus

		karier juga. Jadi benar-bener hal yang dibutuhin sama anak muda tuh di Good Side ada.
12	Peneliti	Oke berarti memang, apa namanya... akarnya itu di <i>content pillar</i> -nya itu ya. Baik, nah terus kalau dari Kak Dessy kan secara khusus kan officer yang ke kontennya langsung begitu ya, perencanaan konten juga di Komunitas Good Side. Nah itu strateginya apa sih kak sebagai <i>public relations</i> yang secara langsung <i>handle</i> konten di Komunitas Good Side ini?
13	Narasumber	Oke, jadi kalau untuk strateginya... sebenarnya strateginya engga yang kayak saklek harus yang kayak pakai 1 strategi gitu, engga sih, Cel. Jadi kayak aku dan juga tim mencoba banyak, banyak strategi begitu. Karena kita gak pernah tahu kan apa yang audiens butuhkan. Jadi kita coba berbagai cara, kayak misalnya strateginya kita bikin <i>event</i> gitu kan, manajemen <i>event</i> . Kita itu diuji juga dengan cara kita bikin program-program yang dibutuhkan. Kita bikin kelas kepenulisan, kelas <i>self-development</i> . Itu yang pertama, kita bikin program. Terus yang kedua, kita bikin optimalisasi di media sosial gitu. Optimalisasi di media sosial gunanya untuk apa, itu nanti buat narik eee... audiens kita itu untuk datang ke website yang udah kita bangun gitu. Dengan cara disana mereka berkunjung, mereka baca terlebihnya mereka bisa nulis gitu. Jadi gapapa kita engga yang kayak, "ayo nulis di Good Side!". Kita engga yang kayak gitu dulu, kita yang kayak ngajak mereka buat datang dulu. Mereka tertarik dulu, mereka baca dulu gitu sama apa yang ada di Good Side. Jadi kalau untuk strateginya sebenarnya gak cuma 1 strategi sih, jadi ada beberapa itu tadi yang kita bikin program, terus kita optimalisasi media sosial dan juga yang paling penting adalah menjalin kerjasama dengan para partner.

14	Peneliti	Oke, nah kalau untuk bagian untuk partnership itu sendiri Kak. Biasanya ada yang, apa namanya <i>partnership</i> yang dia itu eee... misalkan oh... kerjasama biasa gitu sama yang <i>paid</i> . Nah, itu kalau di Good Side sendiri itu apakah keduanya atau... atau mungkin ada salah satu tipe partnership yang dijalankan oleh Good Side?
15	Narasumber	Oke, jadi kalau untuk saat ini ya, jadi untuk saat ini itu kita masih yang <i>as media partner</i> aja atau yang kayak kolaborasi konten gitu. Jadi belum yang kayak <i>paid</i> gitu belum, tapi kita akan melaksanakan itu gitu. Jadi itu sudah ada, jadi bagian apa ya... jadi bagian tugas kita bersama di tahun ini kita bakal ngelaksanain itu karena kita juga bakal ada apa ya... akan ada bagian sendiri <i>partnership</i> sendiri di Good Side ini. Karena <i>partnership</i> aku yang pegang juga ya. Aku pegang juga <i>partnership</i> , di tahun lalu itu kita berhasil <i>deal</i> sama 126 partner. Itu mulai dari pemerintahan ada, lembaga ada, organisasi, komunitas, LPM, BEM. Itu banyak itu sekitar 126 dan 126 itu sih rata-rata semuanya media partner sama kolaborasi konten aja sih. Jadi belum ada yang kayak <i>paid</i> juga karena itu tadi, kita belum eee... kayak spesifik namanya aja Kawan GNFI itu masih ngikut ke GNFI kan. Karena udah berubah nama jadi Good Side, kita udah bisa desain jalan sendiri gitu.
16	Peneliti	I see... oke. Nah terus kak, kalau aku lihat nih dari media sosial yang digunakan Komunitas Good Side. Itu kan ada beberapa ya seperti Instagram, Facebook, Telegram dan TikTok, itu kenapa sih kak kok fokusnya ke beberapa media sosial ini?
17	Narasumber	Oke jadi sebenarnya media sosial itu juga punya fokusnya masing-masing sih, Cel. Jadi misalkan Facebook, Facebook itu kita engga bikin konten disana tapi kita sebarin link-link artikel kita eee... tujuannya buat apa, jadi misalnya Facebook itu... aku gatahu ya, Celine masih main Facebook

		<p>atau engga tapi kalau aku sudah engga main Facebook kan. Tapi ternyata setelah kita lihat audiens dan fokus followersnya si Facebooknya Good Side ini yang dulunya Facebooknya GNFI itu masih ada audiensnya yang ngebaca gitu. Jadi mereka itu rata-rata ngeklik eee... artikel kita itu dari Facebook juga makanya setiap hari gitu kita 2 jam sekali itu naikin artikel di Facebook. Itu yang pertama buat naikin mereka dateng ke website kita.</p> <p>Terus yang kedua, Instagram. Kalau Instagram itu tujuannya buat... Instagram dan Twitter ya... Instagram dan Twitter itu tujuannya untuk <i>brand awareness</i> sih sebenarnya. Kayak lewat dari konten-konten kita kalau di Instagram, lewat dari Reels kita gitu yang mana adalah Reels kita itu apa ya... memang kayak pengennya Reelsnya serius, kita pengen tonenya itu yang eee... Reelsnya kita itu tonenya yang fun gitu supaya eee... karena audiens kita anak muda ya. Anak muda itu harus yang fun, yang komedi gitu kan, kita pengen menysar ke situ. Kalau Twitter itu juga sama <i>brand awareness</i> juga dengan lewat apa, lewat thread yang kita bikin. Kayak misalnya “cara belajar yang tepat untuk mahasiswa” terus di akhir thread itu kita bakal kasih link dari tulisan tentang “cara belajar yang tepat untuk mahasiswa” gitu. Jadi sama aja meningkatkan <i>brand awareness</i> itu jadi apa ya, jadi <i>call to action</i> ke website kita.</p> <p>Terus kalau untuk TikTok, kita sebenarnya masih baru banget sih dan itu kita masih... masih apa ya... masih ngeraba-raba kira-kira audiensnya TikTok itu kayak gimana. Karena kalau TikTok kan gak bisa ditebak ya kayak jam postingnya jam berapa, fypnya kayak gatau gitu kan. Jadi kita bener-bener masih belajar banget sih kalau di TikTok. Kalau untuk Telegram, itu biasanya kita untuk</p>
--	--	--

		komunikasi menyebarkan informasi kayak misalnya cara atau artikel itu di Telegram duluan gitu lho.
18	Peneliti	Oke... nah apa kak, kebanyakan kan untuk media sosial yang digunakan kan ini kan eee... jalannya kan secara online. Nah apakah fokus strategi ini masih eee.. di media sosial secara online atau ada aktivasi secara offlinenya Kak?
19	Narasumber	Oke jadi eee... untuk Good Side sekarang ya, untuk Good Side sekarang kita masih secara online aktivasinya kenapa... karena mengingat kan sekarang masih pandemi ya, pun kalau misalnya gak pandemi pasti kita udah bikin acaranya online sebanyak mungkin karena sekarang masa pandemi. Tapi waktu Kawan GNFI kemarin itu kita sempet ada aktivasi offline tapi gak ketemu secara langsung. Jadi pas awal-awal pandemi itu tahun 2020 itu kita bikin acara eee... Kawan GNFI bagi-bagi masker. Jadi kita open eee... apa ya kita bikin form yang mana form itu tuh nanti untuk komunitas maupun individu yang akan ngebagiin masker tersebut. Waktu itu kita ada di hamper 34 provinsi. Jadi kayak misalnya Celine di Palembang misalnya, berarti Celine ngebagiin 150 masker ke eee... daerah Celine yang ada di Palembang itu. Terus aku di Bekasi yaudah aku ngebagiin 150 masker di Bekasi. Waktu itu acaranya secara offline... sebenarnya hybrid sih secara online juga pendaftarannya tapi pelaksanaan dari mereka langsung secara offline. Baru itu aja sih kayaknya.
20	Peneliti	Oke... jadi termasuk salah satu strateginya itu juga <i>campaign</i> nya itu ya kak ya. Kalau untuk <i>online</i> sendiri apakah ada rencana <i>campaign</i> begitu juga kak atau sekarang fokusnya masih konten dan event untuk ngepushnya?
21	Narasumber	Oke kalau untuk di semester ini sih, di semester 1 ini ya sampai Juni nanti. Kita belum ada rencana untuk <i>offline</i> karena mengingat juga dari GNFI sendiri kita <i>full WFH</i> . Jadi ke kantor itu kalau memang ada hal yang penting aja.

		<p>Dan kalau untuk acara kita belum berani untuk bikin acara <i>offline</i> karena kan pemerintah belum ngasih anjuran yah untuk bikin acara secara <i>offline</i> gitu. Jadi kita itu sekarang bener-bener <i>online</i> aja dan lebih fokus ke konten-konten yang kita bikin sih untuk ningkatin <i>brand awareness</i> dan bikin <i>call to action</i> ke website kita.</p> <p>Jadi kita pengen ningkatin dulu nih UGC nya.</p>
22	Peneliti	<p>Oke, nah kalau aku lihat kak di Instagram itu kan ada beberapa event ya yang diselenggarakan oleh Good Side. Nah itu apa aja sih kak event yang biasanya rutin di <i>weekly</i> atau <i>monthly</i> gitu?</p>
23	Narasumber	<p>Oke... kalau aku dari Kawan GNFI dulu ya. Karena kalau dari Good Side kita baru ada... di Good Side ya. Kita baru ada dua gak bisa dibilang dua sih... satu acara yaitu Good Mentors. Nah Good Mentors itu rencananya akan ada setiap bulan. Good Mentors itu sama aja kayak Kelas GNFI nya Kawan GNFI gitu. Jadi kalau Kelas GNFI itu sudah ada dari tahun 2019. Kelas GNFI itu emang waktu itu belum Pandemi tapi kita udah pake di Zoom gitu. Nah Kelas GNFI itu sebulan sekali, pas Pandemi akhirnya kita bikin jadi dua minggu sekali jadi sebulan itu dua sampai tiga kali gitu.</p> <p>Terus buat di Good Side sendiri, Good Mentors juga sama kayak gitu. Kita pengen bikinnya sebulan sekali sih. Waktu sebelum jadi Good Side kita punya beberapa acara sih di Kawan GNFI sih, Itu ada Ruang Belajar terus itu tuh program untuk <i>mentoring</i> secara topik misalnya kepenulisan nanti dibagi kelompok. Terus ada <i>writing challenge</i>, terus ada apalagi ya eee... yang rutin itu sih <i>writing challenge</i> sama Ruang Belajar. Kalau Ruang Belajar per bulan, kalau <i>writing challenge</i> itu per 3 bulan sekali. Dan pasti di Good Side nanti akan ada <i>writing challenge</i> kan itu buat narik audiens buat ke websitenya kita juga kan. Kemarin juga <i>writing challenge</i> udah pernah</p>

		<p>dilaksanakan. Tapi waktu itu sama partner jadi kalau eee... <i>collab</i> gitu lho sama <i>strategic partnership</i>-nya Mbak Selvie, Mbak Selvie punya <i>client</i> gitu. Jadi mau bikin lomba nulis terus yaudah <i>tap in</i> aja sama Good Side gitu. Akhirnya nulis juga di websitenya Good Side. Waktu itu sempet sama Wantiknas.</p>
24	Peneliti	<p>Oke... nah tadi kan eee... apa namanya dari berbagai strategi itu kak. Nah in ikan kalau untuk <i>community</i> sebuah komunitas itu kan pasti ingin menciptakan <i>community engagement</i> begitu ya. Untuk bisa <i>maintain</i> tiap membrnya begitu, nah terus eee... gimana sih eee... sebagai <i>Public Relations</i> di Komunitas Good Side itu dalam mendukung terciptanya <i>community engagement</i> begitu. Dulu kan di Kawan GNFI kan kelihatan kalau membrnya bisa langsung berinteraksi lewat Ruang Belajar itu kak, nah nanti kira-kira akan ada lagi gak sih kak seperti itu?</p>
25	Narasumber	<p>Iya, jadi kalau untuk eee... aplikasinya gitu ya kita akan di Good Mentors juga gitu sih. Cuma kalau di Good Mentors yang sekarang baru dilaksanain itu bentuknya masih webinarnya gitu jadinya belum mentoring. Nah nantinya itu kita berharap itu di bulan depan kita sudah bisa menciptakan, bikin Good Mentors yang ada pelatihannya juga. Dan dari Good Mentors biasanya kita akan ada grup-grup yang biasanya aktif banget. Kayak mereka nanya "gimana sih caranya nulis di Good Side? Aku bingung". Terus nanya satu-satu dari mereka... pokoknya ada interaksilah di grup itu jadi setiap kali ada Ruang Belajar ataupun Good Mentors itu kita bikin grup dan disitu mereka bisa tanya jawab sih sama mereka. Dan gimana buat ngepantau <i>member-member</i>-nya sebenarnya kita belum punya yang <i>member</i> yang sangklek ya... yang oh elo membrnya Good Side gitu. Itu belum ada sih sebenarnya. Jadi karena kita masih baru ya eee... jadi belum ada grup,</p>

		jadi masih memaksimalkan yang ada di Telegram aja gitu. Dan umm... masih ngajak-ngajakin gitu jadi untuk member itu sejauh ini belum ada sih sejauh ini.
26	Peneliti	Okay, nah buat CTA ke grup Telegram sendiri itu ada gak sih kak supaya... apa namanya kelihatan nih membernya yang selalu ngikutin kita ada di situ?
27	Narasumber	Ummm... kalau aku ya karena aku sebagai admin. Jadi aku kayak hafal sendiri nama-nama orang yang oh... dia sering banget nih ikutan acaranya Kawan GNFI sampai Good Side sekarang. Kayak dia sering muncul kayak kelihatan aja gitu. Aku jadi hafal sendiri sama anak-anaknya. Karena kan kalau misalnya orang-orang yang sering ngebales terus sering ngasih jawaban atau ngechat apapun pasti kayak ketahuan gak sih. Jadi aku mengingat orang-orang itu kayak misalnya ada yang namanya Nando Rifky, di aitu penulis di Kawan GNFI yang nulisnya itu bagus. Kadang itu dia nulisnya yang kayak aku bilang sesuai sama yang ada di Kawan GNFI, akhirnya sekarang udah ada Good Side kan. Nah dia lanjut nulis nih di Good Side. Jadi kayak gak ada yang spesifik gimana-gimana gitu gak ada. Cuma kalau misalnya kalau gimana cara ngingetnya kayak yang Celine bilang, aku tuh simpen nomor orang-orang yang eee... yang aktif gitu sama Nando tadi. Aku save secara sendiri kayak gitu sih.
28	Peneliti	Oke... bahkan itu ada yang dari Kawan GNFI pun sampai sekarang masih aktif nulis di Good Side juga ya kak?
29	Narasumber	Iya, iya... ada, ada.
30	Peneliti	Oke, nah terus kalau di website sendiri kak itu sistemnya gimana sih kak supaya <i>maintain</i> penulis-penulis untuk selalu nyumbang tulisannya gitu.
31	Narasumber	Oke, jadi kalau di... bedanya di Kawan GNFI sama di Good Side. Kalau di Kawan GNFI, buat orang yang nulis yaudah nulis aja tapi elo gak dapet apa-apa gitu. Kita cuma

		dapat ucapan terima kasih doang dari Kawan GNFI. Dan paling penulis... penulis rutin kayak Nanda tadi kita pernah kirim dia <i>merchandise</i> terus kita kayak mintain testimoni di... di media sosial gitu... *batuk sebentar* sori... terus untuk di Good Side sendiri <i>merchandise-merchandisenya</i> sendiri kita sudah ada <i>badge</i> . Misalnya kayak Celine bikin akun di Good Side, nah Celine bakal dapet <i>Community Badge</i> terus Celine udah nulis full tulisan misalnya terus nanti <i>badgenya</i> Celine bakal bertambah terus setelah nulis tulisan bakal bertambah. Dan ada kategorinya gitu, di setiap kategori itu nanti akan ada hadiahnya misal mulai dari vouchernya <i>I'm Good</i> umm... merchandisenya GNFI terus misal kalau sudah nulis sampai 600 itu dapet <i>merchandise</i> apa... terus nanti bakal dapetin <i>e-wallet</i> . Jadi setiap kenaikan <i>badge</i> itu ada <i>rewardnya</i> gitu.
32	Peneliti	Oh... jadi kalau sekarang itu bisa daftar ya kak ya di websitenya ya. <i>I see... okay...</i> sekarang udah ada berapa itu kak yang ada di website penulisnya?
33	Narasumber	Untuk datanya itu aku gak yang spesifik banget cek-in gitu sih. Karena kita masih baru ya... jadi itu Cel di Good Side ini websitenya baru launching Desember... akhir Desember deh. Dan baru bisa UGC tuh di bulan umm... Februari awal deh kalau gak salah. Bulan ini kan... karena gara-garanya waktu itu ada WANTIKNAS tuh dia <i>tap in</i> kan. Jadi baru ada yang nulis jadi baru berapa... kalau buat yang nulis yah... kalau buat yang nulis tuh belum ada 10 orang sih. Karena kebanyakan baru ada yang regist akun aja.
34	Peneliti	Oh I see... oke, oke, oke. Nah terus dari semua strategi tadi sebenarnya strategi <i>public relations</i> itu sudah berjalan efektif belum sih?
35	Narasumber	Kalau dari strategi yang dibikin ya mulai dari media sosial gitu ya. Sejauh ini karena tujuan kita UGC ya... efektif atau engganya kita belum bisa lihat karena eee... strategi ini kita

		<p>terapin untuk memenuhi misalnya untuk OKR Q1 dulu. Q1 belum selesai kan, kita belum tahu nih efektif atau engganya. Tapi kalau misalnya dari program sendiri, jadi kita di... besok... besok tuh kita ada Good Mentors. Terus tuh kita gak pernah nge ads buat poster acara. Sebenarnya itu kebanyakan organik. Jadi dibilang efektif atau gaknya itu menurut aku efektif karena... dengan cara itu tadi kita melakukan email blast, kita ngelakuin WA blast, broadcast di semua media sosial kita, kita optimalisasi media sosial kita lewat konten-konten. Efektif atau gaknya menurut aku efektif karena umm... meningkatkan orang-orang buat datang dan daftar gitu. Kalau misalnya eee... buat datengnya itu kita gak tahu karena baru besok kan acaranya jadi aku belum bisa bilang itu berjalan atau gaknya. Tapi kalau buat pendaftaran misalnya ya itu efektif sih menurut aku karena kita gak ngeads aja yang daftar tuh udah... sekarang ya udah 150 lebih. Sekarang kalau dari Kawan GNFI sendiri kita gak pernah nge ads sama sekali jadi kan udah ada yang pernah wawancara aku kayak Celine gitu. Terus dia tanya eee... strategi apa saja yang digunain di media sosialnya gitu. Terus aku gak sebutin ads... terus dia tanya kok gaada ads. Kita gak pernah ngeads gitu. Semuanya itu benar-benar organik, jadi kuncinya semua itu ada di konten sih Cel. Konten-konten yang kita bikin, gimana caranya <i>call to action</i> ke program kita dan mau daftar mereka.</p>
36	Peneliti	<p>Kalau untuk di eee... akunya GNFI gitu ada juga gak sih kak? Eee... poster acaranya dari Good Side ini jadi kayak kerjasama gitu?</p>
37	Narasumber	<p>Gaada, gaada. Jadi paling cuma di IG Story aja. Karena itu tadi ngerasa kalau misalnya Good Side itu gak in line sama GNFI. Jadi gaada posternya gitu, gitu. Paling cuma nyebar-nyebar di IG Story iya tapi kalau di Feeds engga.</p>

38	Peneliti	<p><i>I see...</i> berarti memang benar-bener followers yang ada di Good Side itu dia pengguna aktif gitu ya dan benar-bener <i>compact</i> ya.. <i>I see</i>. Oke, oke oke... nah terus kak mau tanya lagi nih jadi ada lagi gak sih strategi lain yang mau di bangun di Komunitas Good Side ini supaya <i>Community Engagement</i> ini bisa terus <i>maintain</i> ke depannya?</p>
39	Narasumber	<p>Ya, yang pertama itu eee.. itu tadi sih kita itu mengharapkan dengan adanya <i>badge-badge</i> yang kita bikin. Dan dengan <i>reward</i> yang kita bikin itu nanti bisa ummm... bisa meningkatkan penulis yang ada di Good Side... di websitenya Good Side. Nah dari situ kita pengen bikin grup yang dimana grup itu buat nge <i>maintain</i> mereka itu udah nulis atau belum. Terus ada kendala gak saat menulis, terus nanti mereka bakal kita bikin kelas khusus untuk member yang udah daftar sebagai <i>community</i> di Good Side sebagai eee... member di Good Side.</p> <p>Itu yang pertama, terus yang kedua kita pengen banget sih bisa <i>partnership</i> yang kayak di awal-awal <i>partnership</i> dengan partner-partner yang potensial. Gak cuma yang media partner aja tapi juga yang <i>paid promote</i>... eh <i>paid partnership</i> karena dengan kayak gitu ummm... Good Side jadi punya apa ya... jadi punya <i>revenue</i> sendiri gitu kan. Karena sebelumnya kita <i>revenue</i>nya masih dengan GNFI kan. Nah kalau sekarang itu kita pengen banget bisa menghasilkan <i>revenue</i> kita sendiri gitu melalui <i>partnership</i>.</p>
40	Peneliti	<p>Oke, nah terus kan kalau di <i>Public Relations</i> itu kan ada semacam manajemen <i>community relations</i> begitu ya kak. Eee... mulai dari riset, terus implementasinya, terus belum lagi evaluasi juga. Nah kalau di Komunitas Good Side itu eee... gimana sih tahapan ini berjalan begitu kak?</p>
41	Narasumber	<p>Oke, jadi kalau dari tahapannya awalnya sebelum ada Good Side ya. Itu eee... yang pasti kita ngelakuin riset dulu, kita riset dulu kalau misalnya bikin UGC itu nanti komunitasnya</p>

		<p>akan seperti apa sih. Eeee... waktu itu kita benchmarknya banyak sih. Benchmarknya contohnya IDN Times Community, kalau Amanda Celine tahu IDN Times itu kan mereka juga punya komunitas. Ada IDN Time Community, ada Your Say punya eee... BeritaSatu eee... Suara.com sori. Pokoknya website-website yang memang menjurusnya ke anak muda. Kita melakukan riset yang pasti terus yang kedua kita umm... susun tim. Jadi mulai dibagi di bagian <i>content writernya</i> siapa, di bagian ini siapa. Semua disusun dulu timnya karena tim utamanya cuma bertiga. Aku selaku <i>Community Officer</i>, terus Kak Dela selaku <i>Community Manager</i> terus satu lagi Ardan, dia desain grafisnya kita. Jadi seluruh social media & tulisan itu aku yang pegang. Kak Della itu yang menyusun... Kak Della itu lebih ke yang pemikirnya, aku sama Ardan itu yang kayak eksekutornya gitu lho.</p> <p>Jadi yang pertama riset terus menyusun tim. Akhirnya karena tim kita berkurang, kita ada anak magang setiap tiga bulan sekali <i>open internship</i>. Yang pertama tadi riset, kedua menyusun tim terus yang ketiga kita susun strategi kira-kira kita mau ngapain aja sih. Misal selama tiga bulan anggeplah karena ada anak magang kita mau ngapain aja itu kita nyusun strateginya. Mulai dari... strategi yang kita bikin itu ujung-ujungnya itu pasti ke UGC sih begitu juga dengan konten-konten yang kita bikin.</p> <p>Susun strategi... implementasi kita jalankan strategi-strategi tadi terus yang terakhir kita evaluasi.</p> <p>Jadi misalkan buat di Good Side ini kita ada yang namanya <i>daily scrum</i>, Amanda. Jadi <i>daily scrum</i> itu rapat setiap hari tapi gak setiap hari tapi rapatnya ada di awal dan di akhir minggu itu buat keseluruhan tim. Sama di setiap hari itu ada misal di hari Senin itu ada <i>community development</i>, kita bahas tentang program-program apa aja yang mau kita</p>
--	--	---

		<p>bikin. Terus di hari Selasa ada Social Media Development, terus disitu kita ngebahas tentang konten. Di hari Rabu ada <i>Content Writer</i> itu kita ngebahas mereka mau nulis apa aja sih dan <i>align</i> apa gak sih sama Good Side. Hari Kamis, <i>Creative</i> eee... butuh elemen apa aja nih kalau misalnya bikin konten gitu. Misalkan mereka mau ngeributin soal filter Instagram misalnya, mereka butuh kayak semacam animasi dan segala macam. Terus di hari Jumat biasanya kita ada evaluasi per minggu gitu. Minggu ini tuh sudah ngelakuin apa aja, berjalan atau gak, kalau misalkan gak berjalan kira-kira kenapa kit acari solusinya bareng-bareng. Terus evaluasi itu kita gak cuma dilakuin pas akhir bulan tapi kalau ada evaluasi mingguan dilakukan per minggu.</p>
42	Peneliti	<p>I see... berarti barusan aku mau bilang itu juga evaluasinya bener-bener mingguan banget gitu ya dan selalu di track ya. Biasanya kan untuk beberapa hal kan evaluasi hanya setelah program misalkan event berjalan, evaluasi gitu. Tapi untuk weekly ada gitu kan kak, oke.</p>
43	Narasumber	<p>Iya, jadi kita weekly sama kalau programnya sudah berjalan, di hari itu juga kayak besok nih Kamis. Kita langsung evaluasi tapi evaluasinya gak yang keesokan hari tapi hari itu juga.</p>
44	Peneliti	<p>Oke, menarik. Nah terus misalkan nih kak kalau di setiap strategi yang kita lakukan itu kan biasanya eee.... ada yang beberapa gak mencapai target gitu. Nah, apa sih yang dilakukan oleh Kak Dessy dan Kak Della sebagai <i>Public Relations</i> Komunitas Good Side dalam menyikapi kegagalan strategi gitu?</p>
45	Narasumber	<p>Umm... bentar aku mikir. Gak, aku mikir kalau gagal apa ya. Soalnya sejauh ini alhamdulillahnya strategi yang kita lakuin kayak cukup efektif gitu lho, Cel. Tapi gak memungkiri kayak selalu sukses itu gak. Mungkin dari... karena mungkin dari kita sudah terbiasa evaluasi mingguan</p>

		<p>dan bulanan ya jadi semuanya di akhir bulan itu gak... jadi menurut aku jadi lebih gampang untuk menyusun eee... untuk mengevaluasi kerjaan-kerjaan, tugas-tugas yang gak selesai dan tercapai. Karena mingguan itu tadi kayak lebih cepat terselesaikan. Caranya gimana bisa terselesaikan dengan baik, yang pasti kita pertama evaluasi sih kenapa kemarin gak bisa tercapai dengan baik gitu. Umm... kita pointering misalnya gini deh... program besok misalkan Good Mentors kita ada target seratus.... Kita ada target seratus audiens gitu kan. Tapi ternyata gak bisa mencapai seratus audiens gitu. Terus kita mikir kayak kenapa gabisa mencapai seratus audiens? Apakah <i>email blast</i> yang udah kita lakuin itu ke sepuluh ribu <i>user</i> kita gak <i>work</i>? Terus apakah konten kita kurang relate? Itu dijabarin gitu lho satu-satu, kenapa-kenapanya... whynya itu selalu jadi tanda tanya besar. Terus yang kedua, kita coba strategi baru yang belum pernah kita coba misalnya nge-ads kan kita belum pernah tuh. Itu bisa jadi salah satu solusi juga. Oh misalnya dengan ads kan kita cobain aja ads buat poster Good Mentors. Terus yang ketiga, mungkin kita kurang publikasinya... yaudah kita bikin aja LIVE IG sama eee... yang berhubungan sama temanya. Misalnya tentang <i>self-development</i>, yaudah cari <i>influencer</i> yang <i>self-development</i> terus kita LIVE IG sembari promosiin acara kita. Jadi kayak eee... kerjanya di Good Side itu kayak <i>fast pace</i> gitu cepat gitu lho bisa dibilang. Evaluasinya aja mingguan kan gak cuma bulanan, jadi kayak lebih cepet evaluasinya terus eksekusinya juga lebih cepet. Dan itu kayaknya jauh lebih efektif sih, Cel.</p>
46	Peneliti	Oke, berarti kalau yang terkait KOL itu pernah dilakukan juga ya kak?
47	Narasumber	Pernah, dan itu aku juga yang lakuin. Jadi di Good Side itu... kalau dari Kawan GNFI kita itu LIVE IG seminggu

		<p>sekali. LIVE IG itu sama <i>influencer</i>. Jadi <i>influencernya</i> itu bener-bener semuanya gak ada yang kita bayar. Kita cuma kasih mereka merchandise I'm Good dan mereka juga mau. Umm... yang lakuin itu biasanya aku ngelist dulu <i>influencer</i> mana nih yang potensial dengan Kawan GNFI atau Good Side ini. Yang pasti <i>influencer</i> yang gak bermasalah, gak punya masalah apapun ya. Konten-kontennya positif terus mengedukasi, menghibur juga karena kita kan pengen eee... yang kita tampilin itu semuanya bener-bener <i>in a good way</i> gitu. Kalau biasanya sih KOL nya sendiri udah pernah kita lakuin dari dulu, dari tahun 2020 itu sudah pernah.</p>
48	Peneliti	<p>Oke, nah ini dua pertanyaan terakhir kak. Tadi kan... haha... gak terasa ya. Tadi kan aku juga denger kalau ada respon bahwa "Oh Kawan GNFI ada dimana nih? Kok jadi Komunitas Good Side." Nah, respon seperti itu tuh ditemui apakah lewat Instagram atau mungkin media sosial lainnya? Apa sih yang dilakukan Kak Dessy sebagai <i>Public Relations</i> dalam menanggapi hal itu?</p>
49	Narasumber	<p>Ya, jadi waktu awal-awal tuh sebenarnya umm... di Instagram dulu karena kan perubahan pertama kali di media sosial ya di Instagram & Twitter yang kita langsung ganti kontennya. Pasti orang-orang masih bertanya-tanya juga. Biasanya juga ada yang tanya "Ini Kawan GNFI ya?", "Ini komunitasnya GNFI bukan ya?". Ada juga yang nanya di Telegram, di Whatsapp ada juga di Whatsappnya si Minka ini. Terus ada yang nanya di Twitter segala macam. Nah aku tinggal jawab aja sih, tinggal jawab misal "halo kak, halo kak amanda terima kasih ya sudah... sudah memperhatikan kami dengan baik.", "Kami masih sama", aku bilang gitu. "Kami masih jadi bagian dari GNFI. Kami bertransformasi aja nih kak. Kami bertransformasi menjadi Good Side untuk memenuhi-memenuhi kebutuhan yang</p>

		Kak Amanda inginkan. Kak Amanda misalkan Kak Amanda Sukanya di bidang karier.” Nah, kau ngejelasin gitu lho supaya mereka ujung-ujungnya tahu kita ada Good Side. “Kakak bisa kunjungi di website ini ya. Kakak juga bisa ngecek konten-konten kita yang masih berhubungan dengan anak muda, yang masih berhubungan dengan karier dan <i>self-development</i> .” Kayak gitu sih.
50	Peneliti	Wow, bener-bener <i>direct by one, by one</i> berarti ya.
51	Narasumber	Iya, tapi kita juga ini sih pas lagi... pas lagi bertransformasi itu kita juga bikin konten. Kita bikin konten di Reels terus semua desain kita berubah, terus nama akun kita berubah juga konten-konten kita berubah. Dari kontennya yang berhubungan sama GNFI misalnya kita bahas tentang lima pahlawan yang lima pahlawan muda asal Indonesia misalkan. Sekarang kita udah gak bahas yang kayak gitu-gitu lagi. Kita ngebahas sepuluh kanan yang ada di website tadi.
52	Peneliti	Oke nah, oke kak nah terus kan Good Side itu dibawah naungan Good News From Indonesia begitu kan. Nah terus eee... apa sih, ada gak sih hubungan eee... antara Good News From Indonesia dengan Komunitas Good Side ini dalam mendukung penerapan strategi <i>community engagement</i> ? Misalkan seperti tadi ada eee... hubungannya dengan <i>strategic partnership</i> . Nah itu ada divisi lainnya gak sih yang berhubungan?
53	Narasumber	Divisi yang lain.... Ada sih pasti. Yang pertama pasti <i>strategic partnership</i> ya, karena semuanya pasti lewat pintu masuknya dari dia dulu. Eh, dari mereka dulu baru ke kita. Terus yang kedua itu I’m Good. Jadi I’m Good ini adalah <i>official merchandise</i> dari GNFI yang mana dia itu <i>support</i> apa ya... kalau untuk Good Side ya dia itu <i>support</i> mulai dari <i>merchandise</i> -nya Good Side waktu ada <i>event</i> . Terus kalau misalkan kita ada <i>giveaway</i> , kita pakai produk-produk

		<p>mereka misal <i>tumblr</i> segala macam jadi kita saling kerjasama. Kayak misalnya kalau ada <i>giveaway follow</i> Good Side, <i>follow I'm Good</i> gitu terus nanti mereka yang menang akan dapat produk dari I'm Good.</p> <p>Terus kalau untuk divisi lain eee... sosmed sih paling. Otomatis sosmed sih karena kita gak bisa naik ke Feeds jadi kita biasanya naik ke IG Story eee... biasanya itu seminggu dua sampai empat kali IG Story konten-konten kita dinaikkan kan. Mereka juga kayak pilih-pilih kontennya gak kayak semua konten dinaikkan gitu lho. Jadi mereka juga milih-milih kayak misalnya di Reels kontennya berhubungan misalnya lima... lima website yang berhubungan dengan vektor gitu. Yaudah nanti mereka <i>repost</i>, pokoknya berhubungan dengan konten-konten positif yang menurut mereka bagus dan gak keluar dari jalurnya GNFI itu nanti mereka <i>repost</i>. Jadi gak kayak kita ngajuin, "kak, ini nanti <i>direpost</i> ya di sosmednya GNFI." Itu gak, jadi mereka yang mandiri. Terus apalagi ya... <i>strategic partnership</i>... kalau misalnya HR berhubungan sih pastilah ya. Apalagi kalau misalnya <i>internship</i> gitu, pasti semuanya berhubungan sih Cel.</p>
54	Peneliti	Oke, berarti kalau GNFI sendiri eee... akun media sosialnya butuh ke sosmed juga ya. Tapi kalau untuk sosmed ini Kak Dessy dan Kak Della yang <i>handle</i> untuk Komunitas Good Side?
55	Narasumber	Ya, kalau Good Side kita yang <i>handle</i> .
56	Peneliti	Ah, oke oke oke. QC juga sama ya Kak Dessy sama Kak Della ya?
57	Narasumber	QC juga... buat konten UGC juga. Semuanya masih kita karena kita cuma bertiga. Tapi dibantu sama anak magang.
58	Peneliti	Heem, heem kalau website itu kalau gak salah ada IT juga ya kak ya?

59	Narasumber	Nah, oh ya satu lagi lupa... IT! Itu yang paling penting banget karena kayaknya hampir tiap hari deh aku berhubungan... komunikasi sama IT. Karena website kita masih baru ya jadi masih kayak, masih suka ada errornya, masih suka ada bugnya gitu, gitu. Sama IT tuh sampe bikin grup sendiri dan itu tuh bener-bener grup buat huru-hara website gitu lho sama IT. Thank you udah diingetin.
60	Peneliti	Haha... iya aku dapet dari wawancaranya Kak Della sih. Nah kalau sama IT itu berarti kayak mengatasi errornya aja itu ya kak? Contohnya?
61	Narasumber	Iya terus juga misalnya mau nge- <i>develop</i> badge study atau badge community atau reward itu juga pasti sama IT. Pokoknya yang berhubungan sama website semuanya pasti sama IT.
62	Peneliti	I see... okay, okay kak ini sudah gak terasa hampir empat puluh lima menit ya wawancara begitu. Terima kasih Kak Dessy buat eee... masukannya dan juga wawancaranya. Jadi dapat banyak insight ini tentang Komunitas Good Side.

2. Transkrip Wawancara Mendalam (*In-Depth Interview*) dengan *Community Manager* Komunitas Good Side

Durasi: 41:48

Waktu: 23/02/2022, Pukul 12:52

Narasumber: Della Aniswara

Lokasi Penelitian: *Google Meet Conference Meeting*

No	Identitas	Data Wawancara
1.	Peneliti	Selamat pagi Kak Della, terimakasih buat hadir di wawancara kali ini, jadi saya akan mengajukan beberapa pertanyaan ke Kak Della sebagai narasumber. Jadi disini yang pertama tama nih kak mau bertanya terkait profil Komunitas Good Side. Apa sih yang mendasari perubahan dari nama Komunitas Good Side yang awalnya adalah kawan GNFI?
	Narasumber	Kawan GNFI berganti nama jadi Good Side begitu?
2.	Peneliti	Iya betul.
	Narasumber	Iya jadi memang awalnya kawan GNFI itu kan ada embel embelnya Good News From Indonesia gitu dan terbatas informasinya di GNFI aja gitu ya. Nah sedangkan kita ngerasa kawan GNFI ini punya target yang besar sekali gak cuman mungkin temen temen di Indonesia saja atau terbatas lingkup informasi di Indonesia saja karena temen temen yang mungkin jadi apa yaaa... followersnya Kawan GNFI dan pembaca GNFI waktu itu adalah temen temen yang usia muda. Bisa dibilang Millenial atau Gen Z begitu. Terus kita merasa dengan adanya Kawan GNFI ini kita merasa mungkin lingkupnya sempit gitu ya dan kita ngerasa butuh ekspansi bisa mendapatkan banyak informasi, banyak memberikan sumber dari berbagai bahasan dan topik gitu ya baik dari Indonesia maupun dari kancah internasional. Nah itu yang awalnya mendasari hal tersebut, nah selain itu

		<p>kita juga ingin apa bisa dibilang ingin eksplor diri lagi gitu ya kalau misalnya kemarin Kawan GNFI masih di level A, sekarang kita pengen juga upgrade level lagi nih dan juga di sini Good Side punya website sendiri sekarang. Terus social medianya juga punya sendiri. Jadi emang kita pengen lebih serius agar Good Side biar banyak <i>good news</i> yang disampaikan untuk versi anak muda. Kayak <i>good news</i> versi lingkungan untuk anak muda, <i>self-development</i> dan lain lain kira kira begitu.</p>
3.	Peneliti	<p>Oke baik, nah dari perubahan nama ini kak apakah kemudian mengubah visi misi yang awal mulanya itu dari Kawan GNFI ke Komunitas Good Side?</p>
	Narasumber	<p>Yak, betul pasti merubah ya visi misinya. Karena sebetulnya gini ya dari segi end goalnya sama ya sama-sama memberikan kabar baik dan kabar positif gitu ya ke temen-temen yang masih muda. Cuma dari visi misinya tentu ada sebuah perubahan gitu ya bagaimana cara kita menjalankan itu ada sebuah perubahan yang mungkin berbagai kanal, berbagai kekuatan baru yang kita punya dan berbagai inovasi yang kita juga punya di sini. Tapi tentu sebetulnya yang merubah dari segi nama dan visi misi itu ya... tapi kalau dari segi kegiatan sebetulnya kita tidak terlalu banyak berubah-ubah banget. Tapi lebih ke arah penyesuaian penamaan aja seperti kegiatan, penamaan kelas-kelas kita terus dari segi mungkin <i>guest speaker</i> yang kita undang. Ya mungkin ada sedikit <i>adjustment</i> aja sih dari kegiatan mungkin atau beberapa konten-konten yang kita sajikan ke temen-temen, mungkin gitu sih.</p>
4	Peneliti	<p>Oke, baik. Nah ini kan terkait eee... strategi <i>public relations</i> begitu ya kak eee... nah itu mau tanya nih eee... fungsi atau peranan <i>public relations</i> ini dijalankan oleh siapa sih? Maksudnya ada berapa orang sih yang menjalankan ini di Komunitas Good Side?</p>

	Narasumber	Oke sebenarnya kalau untuk fungsi tersebut dijalankan oleh aku dan rekanku, Dessy. Karena juga di Good Side sendiri begitu ya dari segi <i>public relations</i> -nya kita lebih ke <i>media relations</i> , <i>community relations</i> ke temen-temen komunitas dan lain sebagainya. Dan mungkin perencanaan kegiatan, perencanaan campaign, aktivasi dan lain sebagainya. Nah mungkin ada di sana ya jadi begitu.
5	Peneliti	Oke, baik Kak. Nah eee... kalau dari strukturnya sendiri kak antara Komunitas Good Side dengan GNFI itu letaknya dimana sih?
	Narasumber	Umm... kita <i>under</i> CEO nya langsung gitu ya. Kita ada eee... mungkin <i>under</i> apa ya mungkin... bukan tim bisnis sih, tapi lebih ke arah rumpun tim bisnis. Kan ada rumpun redaksi begitu ya atau rumpun konten. Nah kita masuk ke rumpun di sebelahnya begitu ya eee... ke rumpun yang langsung <i>direct under</i> CEO nya begitu.
6	Peneliti	Oh begitu, kalau gak salah saya kemarin kan wawancara Kak Selvie juga begitu. Katanya komunitas itu <i>under</i> eee... pemred ya atau berbeda?
	Narasumber	Eee... engga sih sebenarnya komunitas engga <i>under</i> pemred ya. Komunitas tetep di <i>under</i> nya CEO cuma tentu pasti karena kita punya <i>website</i> juga di Good Side, nah pemred ini juga ikut memberikan masukan atau <i>input</i> dan biasanya kita dikasih <i>brainstorming</i> kayak ketika kita mau tanya seputar keredaksian biasanya nanyanya ke pemred. Sebetulnya, <i>under</i> siapa sebetulnya fleksibel ya. Gak ada yang <i>stuck</i> ... mungkin apa ya harus sesuai <i>structure</i> aja gitu. Sebenarnya kita sangat fleksibel sih begitu.
7	Peneliti	Oke baik, oke kak jadi ini langsung ke pertanyaan utamanya yaitu yang menjadi fungsi dan tanggung jawab <i>public relations</i> dalam Komunitas Good Side itu apa sih?
	Narasumber	Gimana, gimana sori Manda boleh diulang pertanyaannya?

8	Peneliti	Heem... jadi apa yang menjadi fungsi dan tanggung jawab <i>public relations</i> yang beroperasi di Komunitas Good Side ini?
	Narasumber	Eee... seperti yang tadi kita... aku sempet mention ya. Kita melakukan <i>community relations</i> dengan teman-teman atau organisasi yang menjadi partner kita. Terus juga kita melakukan mungkin lebih ke event gitu ya, terus building relations yang ke arah sana begitu ya yang kita lakukan dari segi strateginya. Terus kita juga mungkin berkomunikasi gitu ya mungkin lewat berbagai artikel atau berbagai bentuk kegiatan lalu <i>invite</i> peserta – dari internal komunitas maupun publik eksternal- dan lain-lain sih. Mungkin dari sana ya dari segi PR-nya.
9	Peneliti	Oke, baik. Oke apa namanya... Komunitas Good Side sendiri pastinya punya publik sasaran begitu Kak, nah siapa sih yang jadi target publik sasaran Komunitas Good Side baik secara internal maupun eksternal?
	Narasumber	Umm... sebenarnya Good Side ini kalau misalkan dibidang gitu ya, sebenarnya bukan <i>as a community</i> -nya sendiri begitu maksudnya. Good Side ini adalah sebuah platform yang menaungi – alias bekerja sama dengan - banyak komunitas begitu ya umm... mungkin di sini ada kalau Manda sudah lihat begitu ya di Good Side kita punya <i>User-Generated Content</i> atau UGC dimana temen-temen bisa nulis dan kita bisa informasiin kegiatan temen-temen di website kita di Ruang Komunitas dan Ruang Kampus yang sangat <i>segmented</i> buat temen temen yang mau publikasi <i>event</i> acara-acaranya gitu ya. Kalau misal ditanya siapa targetnya, targetnya itu sudah sempet aku <i>mention</i> juga yaitu Gen Z dan teman-teman Millenials yang usianya delapan belas sampai dua puluh lima bahkan tiga puluhan itu masih masuk sih di target pasar atau di segmen audiens kita kira-kira kayak gitu.

10	Peneliti	Oke, nah kalau tadi Kak Della <i>mention</i> terkait komunitas-komunitas yang Komunitas Good Side ini menaungi beberapa komunitas. Nah komunitas seperti apa sih kak yang dinaungi?
	Narasumber	Sebenarnya bukan menaungi ya tapi lebih ke bekerja sama lebih ke event, terus kerja sama mempublikasikan artikel, terus eee... bekerja sama atau berkolaborasi dan saling support ke kegiatan masing-masing. Komunitasnya tentu banyak sih... maksudnya sebenarnya sama-sama komunitasnya atau organisasinya bisa apa aja. Yang penting temen-temen itu punya segmen atau target audiensnya juga sama kayak BEM kampus terus komunitas kepemudaan, mungkin di sana sih.
11	Peneliti	Oke baik, nah kalau bicara soal public relations pasti bicara soal strateginya begitu kak. Nah apa yang jadi strategi yang diterapkan public relations di Komunitas Good Side ini?
	Narasumber	Umm... kalau dari kami sih ini ya eee... gimana caranya temen-temen yang mungkin bisa dibilang tahu atau mungkin gimana caranya temen-temen yang eee sori... gimana caranya temen-temen yang belum tahu soal Good Side itu bisa terpapar sama eee... konten-konten yang kita publikasikan dan informasi yang kita sajikan. Kita lebih ke untuk saat ini strateginya masih di level awareness sih... kita masih ke apa ya masih dibilang... karena Good Side masih baru ya, masih berdiri sendiri dan akhirnya kita memutuskan untuk strateginya lebih ke publikasi dan pengenalan atau awarenessnya. Lalu cari temen-temen yang bisa dibilang sesuai dengan target segmennya kita, masih kerjasama dengan banyak pihak dan masih mengenalkan si Good Side ini sendiri.
12	Peneliti	Oke, berarti tahapannya masih <i>brand awareness</i> begitu ya. Nah kalau kemarin aku juga dapat insights kak dari Kak Dessy bahwa kalau terkait publikasi itu memang

		<p>kebanyakan itu dari publikasi media sosialnya Good Side sendiri kalau misalkan ada event atau strategi lainnya. Sementara jarang banget nih pakai yang semacam paid ads dan lain sebagainya. Dan juga sekarang fokusnya buat partnership bukan yang paid begitu ya kak ya?</p>
	Narasumber	<p>Iya betul. Kita memang bisa dibilang saat ini masih banyak bergerak di organik begitu ya. Untuk publikasinya kita betul di sosmed begitu ya. Cuma memang kita memang eee... baru mulai nge-ads sejak baru mulai kayak apa ya... kemarin kita baru target di TikTok Ads ya. Nah untuk kegiatan-kegiatan atau orang-orang yang jadi partner kita memang kita bisa dibilang saat ini begitu ya... bukan yang belum yang mungkin ke arah yang paid atau gimana engga. Cuma untuk partner-partnernya yang kita support, kita kan masih memberikan eee... masih memberikan publikasi secara gratis. Nah disitu juga berharap teman-teman yang mengadakan kegiatan ya, kita mengadakan publikasi secara gratis sehingga audiens kita bisa ikutan.</p>
13	Peneliti	<p>Oke baik, nah eee... lalu pertanyaan selanjutnya yaitu adalah kalau aku lihat kan media sosial Good Side kan beragam begitu. Mengapa kok fokusnya itu eee... di media sosial Instagram, Facebook, Telegram dan TikTok kak? Juga termasuk Twitter juga sih. Sebenarnya kenapa sih fokusnya ke media sosial banget strateginya?</p>
	Narasumber	<p>Eee... ya iya, karena tadi target segmen marketnya aja anak muda dan anak muda adanya di sana begitu. Kalau kita gak di sana kita dimana lagi begitu sih.</p>
14	Peneliti	<p>Ada pertimbangan khusus gak kak saat memilih media sosial yang tadi aku sebutkan gitu?</p>
	Narasumber	<p>Eeee... engga sih. Maksudnya kita engga ada pertimbangan yang gimana-gimana. Memang dari audiens kita yang targetnya seperti itu makanya kita kesana. <i>Grab</i> segmennya di sana sih.</p>

15	Peneliti	Oke baik, nah kalau buat strategi ini sejauh ini apakah hanya diterapkan secara online saja kak?
	Narasumber	Umm... strateginya secara online itu gimana maksudnya Manda?
16	Peneliti	Eee... maksudnya hanya aktivasi secara online, apakah ada aktivasi secara offline juga?
	Narasumber	Di Good Side saat ini semuanya masih secara online. Kita belum ada aktivasi-aktivasi <i>offline</i> yang kita bikin ya. Karena memang bisa dibilang dengan situasi seperti ini kita masih belum memberanikan diri untuk... oke kita mau mengadakan kegiatan secara offline begitu sih.
17	Peneliti	Oke baik, selanjutnya nih kak eee.... apa sih... gimana peranan eee... <i>public relations</i> gitu dalam mendukung terciptanya <i>community engagement</i> di Komunitas Good Side ini?
	Narasumber	Eee... kalau misalkan di kita sendiri gitu ya, kayak yang tadi aku bilang kita ada <i>community relations</i> dan <i>media relations</i> -nya. Nah biasanya itu kita memang mengundang secara berkala nih teman-teman yang jadi partner kita baik yang sudah pernah berkolaborasi atau bekerja sama dengan kita. Nah kita itu biasanya ajak temen-temen gitu buat ikut kelas kita, dateng ke event kita. Nah kita juga bantu <i>support</i> mereka untuk kegiatan-kegiatannya yang berlangsung misalnya ada kebutuhan untuk publikasi atau kebutuhan untuk narasumber dan lain-lain. Biasanya kita juga bantu di sana begitu.
18	Peneliti	Oke, nah dari seluruh strategi yang dijalankan itu sudah berjalan secara efektif belum sih kak sejauh ini?
	Narasumber	Umm... sudah berjalan cukup efektif sih sejauh ini. Karena memang bisa dibilang saat ini di tahap yang baru atau di tahap awal begitu ya kita eee... melihat begitu ya... growthnya terasa. Maksudnya bisa dibilang adalah dari segi temen-temen yang aware soal website Good Side, lalu

		aware soal apa itu Good Side dan kenal soal produknya sendiri begitu.
19	Peneliti	Oke, nah eee... lalu ada gak sih rencana atau strategi lainnya yang dijalankan oleh Kak Della nih buat mewujudkan <i>community engagement</i> di masa depan buat Komunitas Good Side ini?
	Narasumber	Ummm... pasti ada banyak maksudnya ada banyak kegiatan, aktivasi-aktivasi seperti campaign begitu ya yang bakalan kita rencanakan insyallah ya. Eeee... terus bakalan ada kegiatan-kegiatan offline yang akan diadakan. Terus pengembangan dari strategi digital marketing itu kira-kira ada di sana sih untuk eee... apa yang bakal kita lakukan ke depannya.
20	Peneliti	Oke, kalau apa namanya melihat ke yang sudah pernah dilakukan sebelumnya kak contoh dari beberapa event atau mungkin <i>campaign</i> yang sudah pernah dilakuin itu apa sih kak yang sudah dijalankan?
	Narasumber	Yang sudah dijalankan kalau untuk Good Side sendiri, kita belum menjalankan campaign yang eee... secara langsung ya. Tapi kalau untuk Kawan GNFI sendiri kita tentu sudah menjalankan beberapa <i>campaign</i> gitu ya. Tapi as a Good Side sendiri nih karena kita baru ya Amanda ya. Kemarin kita baru Januari ya <i>start go to public</i> -nya, nah karena kita baru dua bulanan memang kita belum ada <i>campaign</i> yang gimana-gimana. Emang baru ada kegiatan doang, Good Mentors dan baru bener-bener di tahap <i>awareness</i> buat ngenalin Good Sidenya sendiri. Belum ada campaign yang sifatnya <i>direct</i> atau gimana gitu, belum ada sih Manda.
21	Peneliti	Oke, nah kemudian kak eee... gimana sih itu tahapan dalam menerapkan manajemen <i>community relations</i> ini dalam anggota komunitas yang diterapkan oleh Komunitas Good Side?

	Narasumber	Umm... kalau untuk kita sendiri biasanya ini ya... untuk misalnya kalau kita mau jalin relasi dengan partner kita gitu ya dengan siapapun, kita tentu ngobrol ya. Kira-kira bentuk kerjasama yang mau kita lakukan seperti apa terus <i>win-win solution</i> -nya kayak gimana untuk sama-sama saling simbiosis mutualisme. Kami tuh saling memegang teguh untuk gimana ya... eee kami percaya gitu kalau kita partner-an dengan orang lain itu harus saling bantu misalnya partner itu gak merasa dia untung sendiri atau yang paling tinggi sendiri. Itu gak bisa, jadi memang kita yang pertama itu ya kita tadi penjajakan sama partner kira-kira gimana cocok atau gak terus kita nawarin bentuk kerja samanya. Nah terus kira-kira dari bentuk kerja sama yang sudah dipahami kita bisa dibilang <i>win-win solution</i> atau engga. Biasanya memang cukup saling menguntungkan kedua belah pihak atau gak atau jangan-jangan malah hanya menguntungkan satu pihak. Nah biasanya kita eee... pengennya sebuah kerja sama itu bentuknya cukup <i>balance</i> begitu ya.
22	Peneliti	Oke, itu juga termasuk ke dalam ketika ummm... membuat <i>event</i> begitu ya kak jadi harus riset dulu nih mau seperti apa temanya lalu narasumbernya begitu ya?
	Narasumber	Nah, betul-betul.
23	Peneliti	Nah, kalau pasca strategi begitu... setelah strategi tersebut dilakukan apakah ada evaluasi kak?
	Narasumber	Heem, tentu kita pasti ada evaluasi gitu ya. Kita di tim Good Side ini memang ada Senin itu <i>weekly briefing</i> untuk semua timnya Good Side, terus di hari Jumat itu kita selalu ada evaluasi kerja mingguan, evaluasi kegiatan serta evaluasi lain-lainnya. Pokoknya evaluasinya biasanya di hari Jumat untuk semua tim.
24	Peneliti	Oke, nah terus eee... di setiap strategi itu kan eee... kadang ada yang berhasil, kadang ada yang tidak begitu kan kak.

		Nah terus bagaimana Kak Della sebagai <i>public relations</i> itu menyikapi adanya kegagalan strategi dari target yang diharapkan?
	Narasumber	Umm... kalau misalkan kita gagal gapapa gitu ya. Sebetulnya maksudnya aku <i>as community manager</i> yang memang menjalankan berbagai peran di Good Side ini begitu ya. Nah kalau kita gagal ya sudah tinggal coba lagi sih gitu. Karena kita selalu melakukan A/B testing. Kita gak akan tahu yang mana yang berhasil atau engga kalau kita engga cobain dan dari aku akan bilang timku gagal itu gapapa asalkan jangan diulangi lagi. Udah tahu gagal jangan dicobain lagi nih pakai cara itu tinggal gitu sih. Terus kita tinggal cari cara atau mungkin cari hal baru yang bisa dilakukan. Itu berlaku juga buat semua di tim gak hanya di kita yang <i>hands</i> ke <i>media relations</i> , <i>community relations</i> dan lain-lain tapi juga teman-teman di sosmed juga maupun teman-teman di kreatif, teman-teman di <i>copywriter</i> itu semuanya eee... kayak gitu kurang lebihnya. Kita lakuin A/B <i>testing</i> kalau hasilnya gagal atau strateginya gak sesuai, itu yang penting kita dapet pelajaran dahulu gimana caranya kita bikin strategi baru dan <i>achieve</i> ke KPI yang kita mau.
25	Peneliti	Oke, sampai situ sudah cukup kak untuk menjelaskan terkait strateginya. Nah terus balik ke yang tadi gitu kan bahwa perubahan nama dari Kawan GNFI ke Good Side gitu kan baru secara umum diumumkan Januari ini begitu. Nah, ada gak sih kak respon yang di eee... dimunculkan oleh publik begitu ketika terjadi perubahan nama ini?
	Narasumber	Eeee... Cuma kayak "oh apa ini kok ganti nama?", terus kayak "oh, udah ganti". Cuma kayak gitu aja sih cumin gaada respon yang gimana-gimana kayak "oh, sekarang udah ganti nama ya." Cuma itu aja sih yang bisa aku bilang.

26	Peneliti	Oke, nah kan kak lalu ada yang <i>engage</i> ke Komunitas Good Side dengan mereka menulis nih di websitenya Good Side. Nah itu seperti apa sih kak eee... mekanismenya dari dalamnya begitu?
	Narasumber	Mekanisme didalamnya itu temen-temen tinggal bikin akun ya. Tinggal bikin akun didalam Good Side itu sendiri dan temen-temen bisa langsung menulis sebetulnya. Nah menulis itu tinggal pilih dari sepuluh kanal yang ada nih, nah itu tuh eee... tinggal dicek aja atau tinggal dipilih temen-temen mau menulisnya tentang apa. Terus nanti setelah temen-temen <i>submit</i> itu tidak langsung publikasi tulisannya karena bakal dikoreksi oleh <i>community editor</i> yaitu Dessy begitu.
27	Peneliti	Oke, nah terus kalau melihat apa namanya adanya hubungan strategis dengan divisi lainnya, sebenarnya ada gak sih kak hubungan antara divisi lain di Good News From Indonesia dengan Komunitas Good Side ini dalam mendukung penerapan <i>community engagement</i> ?
	Narasumber	Iya, kita saling bantu aja sih misalkan kalau ada kegiatan saling bantu antara produk-produk lainnya. Saling <i>support</i> antar produk-produk lainnya kalau ada kegiatan biasanya ngomong juga nih sama <i>strategic partnership</i> -nya Kawan GNFI itu ya. Kayak ada gak sih yang bisa masuk dari segi sponsor atau segi B2B partner yang mau masuk gitu ya, Terus dari segi sosmednya GNFI bantu publikasi kegiatan-kegiatan kita terus sama yang lainnya yang <i>I'm Good</i> juga kita eee... biasa <i>disupport</i> sama <i>merchandise</i> dan lain-lain ketika ada kegiatan berjalan. Kira-kira kayak gitu.
28	Peneliti	Oke baik kak, saya rasa sampai disitu saja buat wawancaranya. Jadi ini sudah cukup merangkum eee... apa namanya yang saya ingin tanyakan begitu seputar Komunitas Good Side eee... terima kasih Kak Della buat kesempatannya.



3. Transkrip Wawancara Mendalam (*In-Depth Interview*) dengan *Chief Executive Officer Good News From Indonesia*

Durasi: 41:48

Waktu: 04/03/2022, Pukul 16:28

Narasumber: Wahyu Aji

Lokasi Penelitian: *Google Meet Conference Meeting*

No	Identitas	Data Wawancara
1	Peneliti	Selamat Sore Kak Aji, terima kasih sudah berpartisipasi dalam wawancara kali ini. Jadi eee... saya langsung saja mengajukan beberapa pertanyaan begitu. Buat melihat nih kalau dari Kak Aji sebagai CEO GNFI itu seperti apa sih melihat Komunitas Good Side ini. Jadi pertama-tama itu apa sih yang menjadi cikal bakal terbentuknya Good Side begitu, yang awalnya sebenarnya adalah Kawan GNFI Kak?
	Narasumber	Yak, eee... tapi sebelumnya udah pernah ngomong sama siapa aja?
2	Peneliti	Eee... saya sudah dengan Kak Della dan Kak Dessy juga begitu.
	Narasumber	Iya, iya... oke, oke baik. Ya eee... sebenarnya cikal bakalnya Good Side itu kan dari Kawan GNFI. Nah Kawan GNFI sendiri itu kita bikin sebagai wadah bagi audiensnya GNFI yang barangkali gak puas hanya membaca atau menonton saja begitu ya eee... konten-kontennya GNFI. Mereka merasa oh... di daerahku juga ada nih yang kayak gini atau mungkin di daerah lain ada juga berita-berita bagus lalu mereka menuliskannya gitulah kurang lebih kayak gitu. Dan umm... lambat laun yang apa namanya... menulis di Kawan GNFI itu makin banyak eee... mereka daftar dulu ya di GNFI ya. Saya kurang tahu angka persisnya berapa tapi ribuan gitu ya, nah terus tapi karena

		GNFI juga apa namanya eee... ada keterbatasan tempat, wadah dan punya keterbatasan tertentu akhirnya tidak semuanya itu naik gitu. Jadi umm... banyaknya orang yang pengen nulis di GNFI itu ya... sebanding dengan wadah yang disediakan buat mereka menulis gitu ya. Itulah kita berpikir untuk oke, kita bikin media sendiri aja yang nantinya ke depan sebagian besar ditulis oleh orang lain, oleh komunitas gitu. Itu sih kenapa dari Kawan GNFI menjadi Good Side kayak gitu.
3	Peneliti	Oke, nah kalau dari sisi Kak Aji sendiri nih, mau bertanya gitu kenapa namanya menjadi Komunitas Good Side begitu kak.
	Narasumber	Sebenarnya Good Side itu belum, belum mungkin... belum ini ya belum langsung itulah sebuah nama komunitasnya tapi sebenarnya itu adalah nama wadahnya. Dimana kita ingin eee... teman-teman Kawan GNFI terutama segmen muda yaitu bisa eee... itu bisa mendapatkan informasi bagus untuk mereka sekaligus mereka juga bisa menulis di Good Side. Jadi itu adalah sebuah nama media eee... untuk apa namanya pembaca GNFI yang sebenarnya akhirnya berbeda juga segmennya dengan pembaca GNFI pada umumnya eee... kalau di Good Side ini memang bisa dibilang lebih mudalah. Kalau GNFI itu bisa dibilang orang-orang yang sudah eee... yang senior-senior. Nah sebenarnya di Good Side ini lebih isu-isunya itu bukan isu-isu berat, personal development. Jadi lebih melayani kebutuhan Komunitas GNFI yang eee..., positif gitu sih. Jadi Good Side setelah ini adalah media yang memang segmennya adalah eee... bagi apa namanya... pembaca atau audiens yang lebih muda daripada audiensnya GNFI yang sudah ada.
4	Peneliti	Oke, jadi lebih spesifik ke anak muda begitu ya kak ya.

	Narasumber	Ya, yang nantinya mereka juga justru barangkali dengan seperti itu mereka juga akan mengenal GNFI. Bisa jadi ada orang yang mengenal GNFI dari Komunitas Good Side duluan dan belum kenal GNFI nantinya jadi kenal GNFI kan.
5	Peneliti	Ah, jadi sebagai media penyambung begitu ya untuk mengenal GNFI.
	Narasumber	Karena GNFI mungkin sudah agak menua kali ya audiensnya dan kita perlu yang bukan news sifatnya. Lebih ke... kalau aku baca sih lebih ke <i>personal development</i> ya.
6	Peneliti	Oke, nah eee... sebenarnya kalau melihat perubahan Komunitas Good Side dari Kawan GNFI itu apakah mengubah visi misinya dari awal kak?
	Narasumber	Umm... gimana itu maksudnya?
7	Peneliti	Yang jadi awal visi misi dibentuknya Komunitas Kawan GNFI apakah berubah, heem?
	Narasumber	Yak, aktivitasnya aja yang sedikit bergeser. Tujuannya sih gak ini ya... kita juga sedang mencari bentuk... jadi kalau dulu Kawan GNFI itu aktivitas utamanya adalah menulis. Kita ingin mereka menulis di Kawan GNFI artinya menulis berita ya, menulis sesuatu yang sifatnya agak berat sih. Nah kalau di Good Side itu eee.... apa namanya eee... karakter tulisan atau konten atau cerita yang dibagikan di Good Side itu lebih ringan. Akhirnya lebih ke sharing ke sesama teman begitu tentang apa namanya <i>personal development</i> , <i>professional skills</i> dan lain-lain kayak gitu. Jadi agak bergesernya disitunya, tapi bahwa eee... visi misinya ini adalah sebuah masyarakat atau ekosistem atau komunitas yang positif eee.... yang suka sesuatu yang inspiratif gak berubah sih.
8	Peneliti	Oke baik, nah kalau ngelihat dari strukturnya nih kak antara Komunitas Good Side dan Kawan GNFI terutama dari

		posisinya Kak Aji sendiri. Itu sebenarnya Komunitas Good Side ada dimana sih kak?
	Narasumber	Maksudnya... letak?
9	Peneliti	Hubungannya kak...
	Narasumber	Saat ini sih eee... Good Side itu menjadi salah satu kanal kita ya, kan GNFI menjadi grup sekarang ya. Jadi bukan GNFI aja, mungkin pas Amanda dulu magang itu belum ada Good Side eee... kita juga punya Good Side mungkin kamu juga akrab dengan Seasia gitu ya. Kita punya Seasia, kita punya Good Stats sekarang, kita punya Good Side terus kita juga punya Rekam Indonesia gitu ya. Nah, itu sebenarnya keluarganya GNFI gitu ya. Jadi hubungannya mereka masih didalam bagian GNFI sebagai salah satu lini medianya yang ditujukan untuk (07:04)... jadi masih dibawah eee... jadi kalau dari struktur karena ini media itu dibawah pemred juga eee... tapi di sisi lain di sisi <i>community</i> dan lain-lain itu saya apa namanya lebih mendampingi untuk itu
10	Peneliti	Umm gitu... dalam memberikan masukan begitu ya. Nah kalau dilihat dari fungsi dan tanggung jawab <i>Public Relations</i> begitu itu bagaimana sih yang terjadi di Komunitas Good Side?
	Narasumber	Yak... ya kalau sebenarnya eee... kita unik ya, kita lebih ke eksperimental eee... apa namanya kalau eee formalnya <i>Public Relations</i> itu kan memang dalam perusahaan ada satu orang atau bagian sebagai <i>Public Relations</i> -nya GNFI gitu ya. Yang dia sebagai juru bicaranya juga dia menjalani berbagai hubungan dengan pihak-pihak eksternal diluar GNFI. Nah awalnya kita seperti itu tapi lama... eee seiring berjalannya waktu <i>Public Relations</i> disini itu tidak secara langsung berfungsi sebagai <i>Public Relations</i> seperti itu. Tetapi eee... apa namanya lebih bagaimana mengembangkan komunitas, menjaga hubungan atau

		<p> mungkin membangun komunitas yang itu sebenarnya terdiri dari orang-orang yang menjadi audiensnya GNFI atau mungkin <i>stakeholdersnya</i> GNFI atau partner-partner dari organisasi yang bekerja sama dengan GNFI. Jadi aktivitas <i>public relations</i>-nya GNFI melalui Good Side itu eee... lebih membangun komunitas, ketika sudah terbangun atau mungkin membangunnya dengan berbagai macam kegiatan ya. Seperti kelas lalu ada juga bekerja sama dengan partner kayak gitu.</p>
11	Peneliti	<p>Oke, baik kak lalu kalau dari fokus strategi <i>public relations</i>-nya sendiri dari Komunitas Good Side begitu ya apakah hanya dilakukan di media sosial secara <i>online</i> saja saat ini?</p>
	Narasumber	<p>Ya, karena Pandemi ya eee... kita hanya seratus persen kegiatan-kegiatan, <i>event-event</i> kita lebih ke <i>online</i>, kelas-kelas, talkshow. Tapi sebelum Pandemi kan kita juga sering mengadakan kelas-kelas atau <i>Community Gathering</i> itu eee... terutama di Jakarta ya eee... di... secara <i>offline</i>. Tapi saat ini kita lakukan secara <i>online</i> sebagian besar ya. Sembilan puluh persen lebih karena ini mengikuti juga umm... GNFI sekarang kan engga berkantor juga kan. Kita lebih ke <i>remote working</i>, tapi mungkin ke depan kalau COVID sudah normal kita akan juga mulai <i>offline</i> sih. Gak mungkin juga kita bertahan kayak gini terus. Walaupun eee... untuk tim GNFI eee... sekarang kebijakannya sekarang sudah <i>remote working</i>.</p>
12	Peneliti	<p>Oke, bisa bekerja darimana saja ya?</p>
	Narasumber	<p>Ya, bener semuanya sudah. Di kantor ya eee... kita pertahankan karena sebagai <i>basecamp</i> saja kalau mau kumpul-kumpul.</p>
13	Peneliti	<p>Oke, baik kak. Lalu kalau dari peranan <i>public relations</i>-nya sendiri itu sebenarnya bagaimana sih dalam mendukung terciptanya <i>community engagement</i> kak?</p>

	Narasumber	Gimana, gimana <i>sorry</i> ?
14	Peneliti	Heem, jadi kalau dari dari peranan <i>public relations</i> -nya dari Good Side sendiri itu sebenarnya bagaimana sih dalam mendukung terciptanya <i>community engagement</i> kak?
	Narasumber	Emm... ya jadi gini. Kalau di temen-temen Good Side itu kan memang fokusnya gimana cara apa namanya membuat sebanyak mungkin kegiatan. Jadi <i>engagement</i> dari GNFI itu kan macam-macam ya terutama <i>engagement</i> lewat konten ya, lewat artikel, lewat sosial media, lewat video- video itu kan ada <i>engagement</i> . Tapi <i>engagement</i> tidak hanya dari konten sosial mediana. Nah, kita ingin ada sebuah <i>engagement</i> yang eee... konkret gitu ya. Misalkan gitu ya pas kita bikin <i>event</i> banyak orang yang datang, kita bikin <i>talkshow</i> banyak yang datang, kita bikin kelas banyak yang ikutan atau mungkin waktu kita bikin kampanye sosial banyak orang yang berpartisipasi. Jadi kita inginnya seperti itu jadi orang tidak hanya <i>engage</i> dengan konten-konten yang kita kasih tapi mereka juga <i>engage</i> dengan aktivitas-aktivitas yang dibuat oleh GNFI.
15	Peneliti	Oke, kalau saya dengar dari Kak Dessy dan juga Kak Della itu cara buat apa namanya... buat <i>maintain member</i> itu juga dari dengan dia menulis di <i>website</i> begitu ya kak?
	Narasumber	Ya, ya. Jadi mereka menulis kan jadi eee... kayak tadi ya. Kalau Kawan GNFI itu ada di GNFI sekarang eee... apa temen-temen audiens itu bisa di Good Side. Tapi memang berbeda tipe tulisannya. Kalau dulu itu serius sekarang kita menyasar ke anak-anak muda yang suka <i>sharing</i> aja. Bikin tips dan lain-lain di Good Side.
16	Peneliti	Oke, nah lalu eee... apakah strategi yang sudah dijalankan <i>public relations</i> ini dari sisi Kak Aji sendiri itu sudah berjalan secara efektif kak?
	Narasumber	Eee... mungkin kalau dibilang efektif... kita terus nyoba... kita terus mengevaluasi. Apa namanya... dan kita masih

		<p>mencari formula atau format apakah ini yang paling oke begitu ya. Jadi saya belum... kalau dari sisi bikin event-event dan lain-lain barangkali nilainya cukup baiklah.</p> <p>Walaupun belum sempurna, tapi apakah ini metode yang paling tepat eee... kita terus evaluasi sih. Belum ada yang sangat sempurna begitu ya.</p>
17	Peneliti	Oke, sejauh ini masih dengan strategi itu dulu begitu ya.
	Narasumber	<p>Umm... kita perbaiki juga terus-terusan. Misalkan nih kita membuat member itu menulis. Oke, bagaimana sih eee... apakah strategi ini berjalan... apakah banyak yang berminat, terus apakah tulisannya berkualitas untuk dibaca orang dan lainnya. Atau kita pikirin event-event. Oke, apakah banyak yang ikutan terus dan lain-lain kayak gitu. Jadi, kita selalu evaluasi setiap kali kita bahas melakukan semua rencana.</p>
18	Peneliti	Oke, baik. Nah lalu eee... dari strategi yang sudah diterapkan itu adakah strategi lain yang mungkin terpikirkan begitu kak supaya dapat diimplementasikan oleh Komunitas Good Side sehingga nanti ke depannya bisa terbangun <i>community engagement</i> lagi?
	Narasumber	<p>Eeee... iya, cara-cara baru tentunya kita cari terus ya. Misalkan tahun ini kita bikin <i>calendar of event</i> yang terencana. Jadi tinggal mau ada apa, kita lihat peluangnya lalu kita bikin perencanaannya gitu ya. Kalau sekarang setahun ini kita coba bikin <i>calendar of event</i> eee... di bulan-bulan tertentu sampai akhir tahun. Diharapkan itu eee... bisa persiapannya lebih bagus sehingga eee... <i>event</i> itu bisa dibilang sebagai <i>event</i> PR bisa berjalan lebih baik lagi dan terencana. Bahkan bukan hanya lebih baik tapi bisa juga mendatangkan eee... bisnis buat GNFI misalkan eee... sponsor dan lain-lain. Gitu sih jadi biar <i>impact</i>-nya bisa lebih bagus. Misalkan oh ini acaranya jadi viral, jadi banyak orang yang tahu eee... terus jadi rujukan banyak</p>

		orang yang kayak gitu-gitu. Ketika <i>event</i> yang kita bikin bagus kan pastinya otomatis eee... reputasi kita makin baik.
19	Peneliti	Heem, kalau saya denger-denger dari Kak Selvie juga sewaktu tahun lalu ada Festival GNFI begitu kan kak. Itu juga melibatkan Komunitas Good Side juga pasti ya?
	Narasumber	Iya, pasti jadi eee... gini tim Good Side ini eee... seakan-akan menjadi tim <i>community</i> ... eee <i>community engagement</i> yang sekaligus mereka dikasih media gitu. Dikasih medianya ya <i>website</i> dan sosial media. Bukan hanya mereka kalau dulu kan Kawan GNFI... menjadi bagian kecil dari medianya GNFI. Jadi mereka punya lahan yang sangat luas. Nah tapi tugas mereka itu eee... juga masuk dalam pelaksanaan <i>event</i> . Jadi pas dari GNFI punya <i>event</i> , grup ya secara grup yang melaksanakan adalah tim Good Side. Karena Good Side lah yang punya keahlian dan kompetensi dan <i>resources</i> untuk melakukan itu.
20	Peneliti	Oke, makanya kemarin saya juga denger kalau Good Side ini mau berdiri sendiri begitu ya.
	Narasumber	Ya, dia sekarang posisinya departemen ya. Seperti departemen-departemen lainnya eee... ada departemen <i>community</i> eee... yang didalamnya alias Good Side. Sama juga kita punya departemen eee... satu media yaitu GoodStats. Tapi kalau GoodStats itu lebih ke mainnya ke media aja jadi dia gak mikirin yang lain-lain. Walaupun ke depan pasti ada juga apa namanya pembangunan komunitas untuk media itu pasti ada.
21	Peneliti	Oke, baik kak. Nah lalu tindakan apa yang dilakukan <i>public relations</i> di Komunitas Good Side nih kak kalau misalkan ada yang namanya kegagalan strategi dari target yang diharapkan?
	Narasumber	Eeee... biasanya kalau seperti itu akan ada persiapan pelaksanaan dan evaluasi. Nah eee... kalau kegagalan itu misalkan <i>event</i> begitu ya. <i>Event</i> gak berhasil itu kan tidak

		<p>bisa kita ulang. Itu sudah berlangsung tapi paling tidak kita punya pelajaran agar eee... <i>event</i> berikutnya atau pelaksanaan strategi berikutnya itu bisa lebih baik.</p> <p><i>Improvement</i> terus nih dan saya lihat tim Good Side sudah cukup baik dalam hal <i>improvement</i> yang terus menerus dalam timnya. Jadi eee... apa namanya mereka rutin banget buat <i>daily set up meeting</i>. Setiap pagi mereka selalu ada meeting walaupun sebentar... apa namanya setiap kali ada <i>event</i> selalu dipersiapkan dengan baik eee... lalu apa namanya setelah <i>event</i> juga dievaluasi gitu ya dan mencatat perbaikan-perbaikan untuk berikutnya.</p>
22	Peneliti	Oke, berarti kalau dari evaluasi sendiri Kak Aji juga masuk didalamnya untuk memberikan masukan juga ya?
	Narasumber	Umm... tergantung, jadi kalau misalnya <i>event-event</i> itu <i>event</i> yang reguler kayak kelas, <i>talkshow</i> dan lain-lain ya eee... ini mestinya cukup bisa dihandle oleh tim sendiri. Tapi kalau misalnya saya merasa apa namanya eee... ini <i>event</i> besar, saya merasa saya berpikir untuk menyampaikan langsung akan saya sampaikan. Tapi selebihnya saya percaya sih temen-temen bisa melakukan evaluasi secara mandiri sih. Itu gak harus ada saya gitu.
23	Peneliti	Oke baik, kemarin saya ikut GoodMentors juga lihat ada Kak Aji juga.
	Narasumber	Waktu itu saya sempet lihat sih eee.. GoodMentors termasuk salah satu strategi juga kan ya eee... bagaimana memberikan <i>benefit</i> bagi sebanyak mungkin audiens dan intinya kita seperti itu ya. Mungkin PR juga seperti itu jadi bagaimana membuat benefit sebanyak mungkin bagi audiens dan <i>benefit</i> kita adalah sharing sesuatu yang kita kuasai. Ya... apa itu? Misalkan keahlian-keahlian GNFI dan orang-orang didalam GNFI. Kebetulan kemarin sharing keahliannya Della kan dan saya suka melihat apa namanya... temen-temen ketika sedang punya event sih

		apalagi yang internasional sebenarnya tim sendiri saya paling suka ngamatin.
24	Peneliti	Oke, sebagai <i>observer</i> ya. Baik, Kak Aji jadi tadi pertanyaan terakhir dari wawancara ini. Terima kasih banyak Kak Aji buat waktunya



4. Transkrip Wawancara Mendalam (*In-Depth Interview*) dengan *Strategic Partnership Good News From Indonesia*

Durasi: 41:48

Waktu: 25/02/2022, Pukul 12:52

Narasumber: Selvie Amalia

Lokasi Penelitian: *Google Meet Conference Meeting*

No	Identitas	Data Wawancara
1	Peneliti	Selamat siang Kak Selvie, terima kasih sudah hadir di sini untuk mengikuti sesi wawancara untuk penelitian tugas akhir saya. Jadi eee... untuk pertanyaan wawancara berikut ini... ini... istilahnya itu berkaitan dengan hubungan <i>strategic partnership</i> dengan Komunitas Good Side itu dalam membangun <i>community engagement</i> begitu. Nah sebenarnya ingin tahu lebih dalam sih kak, jadi sebenarnya apa sih hubungan yang terjalin antara Divisi <i>Strategic Partnership</i> GNFI dengan <i>Public Relations</i> Komunitas Good Side ini, seperti apa sih hubungan yang ada?
	Narasumber	Oke baik, terima kasih Amanda. Jadi eee... Good Side itu partner dari GNFI, jadi GNFI di tahun 2022 ini mengembangkan diri menjadi GNFI Group. Sehingga kita eee... membuka platform-platform baru begitu ya eee... media-media sayap di GNFI gitu ya salah satunya adalah Good Side, komunitas yang dulu bernama Kawan GNFI kemudian kita kembangkan sehingga dia punya media sendiri. Karena memang sarannya pun target audiensnya berbeda. Target audiensnya lebih muda lagi dibandingkan target audiensnya GNFI. Jadi untuk Good Side eee... target audiensnya memang eee.. di bawah usia tiga puluh ya atau bahkan di bawah dua puluh lima seperti itu.

		<p>Jadi untuk strategic partnership karena saya sebagai strategic partnership manager eee... jadi strategic partnership itu mengelola keseluruhan kerjasama eee... di GNFI Group. Jadi bukan hanya di Good Side, bukan hanya di GNFI yang pusat, tapi juga untuk platform media lainnya seperti Good Stats, Seasia seperti itu. Kayak gitu sih... polanya adalah mereka otonom untuk mengelola medianya namun ketika ada secara grup... GNFI Group kalau misalkan ada rencana kalau ada partner, kalau ada kerjasama strategis yang itu bisa dibawa di GNFI secara keseluruhan ataupun bahkan mengerucut eee... ingin berpartner dengan komunitasnya GNFI dalam hal ini dikelola oleh Good Side... Kawan GNFI itu maka kita akan mengarahkan ke Good Side kayak gitu.</p>
2	Peneliti	Oke, kalau dari secara struktur begitu kak dari GNFI, Komunitas Good Side dan Strategic Partnership itu seperti apa sih strukturnya?
	Narasumber	Kalau dari struktur sebenarnya <i>equal</i> ya. Jadi eee... karena Good Side itu punya produk media baik itu bentuknya website maupun media sosial gitu. Sedangkan kami itu di tim bisnis, ya... strategic partnership itu langsung posisinya di bawahnya CEO sedangkan untuk eee... Good Side itu di bawahnya direktur eee... istilahnya Chief... Editor in Chief gitu ya. Dalam hal ini adalah Mas Akhyari. Jadi pemrednya... di bawah pemred, kalau kami di bawah CEO seperti itu. Tapi kalau dari sisi struktural kita <i>equal</i> , setara.
3	Peneliti	Umm... berarti ada perbedaan antara Editor in Chief dengan CEO begitu ya kak ya.
	Narasumber	Iya, betul.
4	Peneliti	Ah, oke. Berarti untuk Editor in Chief itu sendiri itu membawahi produknya itu langsung ya?
	Narasumber	Iya, produk medianya. Jadi GNFI itu punya produk media dan non media ya. Jadi eee... kalau misalnya produk

		<p>mediannya dalam hal ini adalah GNFI itu sendiri gitu ya, <i>goodnewsfromindonesia.id</i> nya. Kemudian <i>goodsid.id</i>, Good Stats eee... Seasia, juga ada Rekam Indonesia itu produk media. Lalu ada produk non media, kalau produk non media itu langsung di bawahnya CEO seperti I'm Good misalnya gitu ya dan kami juga sedang proses meluncurkan produk-produk non media lainnya. Riset seperti itu... itu di bawahnya Business Development.</p>
5	Peneliti	<p>Oke baik kak, eee... apa sih sebenarnya strategi dengan <i>public relations</i>-nya Komunitas Good Side itu yang sudah berjalan & dengan <i>Strategic Partnership</i> GNFI, contohnya?</p>
	Narasumber	<p>Oke kalau untuk eee... sebentar saya masuk ke... jadi kita bicara tentang strategi <i>public relations</i> ya. Maksudnya eee.... gini, GNFI <i>as a group</i> itu ya. Kita bicara tentang konteks saat ini ya eee.... kalau dulu Good Side eee... kan merupakan pengembangan dari Kawan GNFI. Jadi ketika kita bicara dengan partner, kita bicara tentang <i>mutual benefit</i> dan lain sebagainya maka kita saling berdampingan. Nah untuk saat ini karena kita kembangkan Good Side bukan sekedar komunitas, tapi dia juga menjadi entitas sendiri maka eee... Good Side jadi kalau kita bicara strategi corporate yah bukan hanya <i>public relations</i> yah. Mungkin saya tingkatin dulu dari atas gitu ya. Strategi korporatennya adalah GNFI ingin eee... bahwa kabar baik itu tidak hanya eee... bisa dibawakan eee.... dari sisi kalau GNFI eee... kalau Amanda baca konteksnya kan cukup serius mungkin gitu ya. Cukup berat seperti itu. Nah, Good Side itu adalah memang untuk menasar anak-anak Gen Z, gitu ya. Dimana mereka itu inginnya yang ringan-ringan tapi mereka juga ingin suatu hal yang positif, membangun, inspiratif tapi dengan gaya bahasanya mereka. Nah pembentukan Good Side ini itu untuk menasar eee... public ya public disana gitu. Jadi audiensnya GNFI itu sangat beragam mulai dari</p>

		<p>yang katakan masih sekolah bahkan SMA, bahkan SMP mungkin ya yang mereka cari informasi. Sampai saat ini yang sudah levelnya decision maker. Misalnya di atas usia empat puluh bahkan di atas usia lima puluh itu juga ada. Nah, Good Side sendiri itu untuk menysasar public yang terutama di Gen Z gitu.</p>
6	Peneliti	<p>Oke, baik. Nah kalau terkait yang seperti tadi Kak Selvie sempat menyebutkan begitu ya terkait eee... kalau ada misalkan partnership begitu dengan Komunitas Good Side akan langsung diarahkan ke Komunitas Good Sidenya. Nah itu seperti apa sih kak implementasinya yang sudah pernah dilakukan?</p>
	Narasumber	<p>Oke kalau misalnya gini eee... implementasinya adalah ketika kita... ada partner gitu ya yang <i>reach</i> kita secara <i>corporate</i> gitu kan, Artinya secara GNFI Group kemudian awalnya ketemu dengan kami dulu... dengan kami dulu. Kemudian kita cari needsnya apa setelah kita tahu needsnya mereka maka kita baru “oke, ini cocoknya dimana?”. Kalau mereka cocoknya... yang mereka sasar adalah Gen Z misalnya contohnya adalah eee... tahun lalu kita kerjasama dengan Finansialku. Finansialku itu kita memang membuat kerjasama eee.... dengan usia di bawah dua puluh lima tahun ya. Jadi dengan bahasa eee... dengan narasumber dari Finansialku yang memang usianya memang relate dengan di bawah dua puluh lima tahun. Nah, ketika kita awalnya dari strategic partnership ketemu... setelah kita ketemu kemudian eee... mereka ingin memberikan edukasi dan ketemu temanya gitu ya. Maka kita arahkan untuk eee... kerjasama langsung akan eee... dilaksanakan bersama-sama antara partner tersebut dengan Good Side. Nah posisinya strategic partnership dimana? Kita tetap mendampingi agar apa? Agar kerjasama itu berjalan eee... tetap di relnya begitu ya. Jadi ibaratnya kayak perjanjian kerjasamanya di</p>

		<p>awal itu tetap dengan kami.</p> <p>Oke, kecuali... kecuali gini... yang memang Good Side sendiri itu punya partner cukup banyak eee... misalnya kayak lembaga pers mahasiswa gitu ya, media partner yang lain, komunitas yang lain itu mereka menjalankannya sendiri. Tapi kalau untuk partner yang cukup strategis gitu ya <i>brand</i> eee... organisasi <i>profit</i> atau <i>non-profit</i> tapi memang skalanya sudah nasional itu biasanya dengan kami terlebih dahulu seperti itu. Sebenarnya kalau datangnya darimana bisa dari mana-mana. Bisa jadi dari temen-temen Good Side juga. Tapi dalam pelaksanaannya kita akan berkoordinasi seperti apa kerjasama yang <i>mutual benefit</i>. Jadi maksudnya kerjasama itu gak timpang gitu. Kerjasama itu saling sama-sama menguntungkan kayak gitu sih.</p>
7	Peneliti	Oke nah kalau dari konsep kerjasama yang pernah dilakukan begitu kak, itu eee... itu strateginya itu apakah sudah ada yang misalkan <i>paid partnership</i> atau sekedar hanya sebagai <i>media partner</i> atau contohnya apa sih kak yang sudah pernah dilakukan partnershipnya?
	Narasumber	Oke, saya nanya dulu nih ke Amanda ya eee... definisi <i>paid partnership</i> menurutmu seperti apa?
8	Peneliti	Iya jadi seperti apa namanya yang... berbasiskan bahwa <i>sponsorship</i> begitu.
	Narasumber	Oke kalau berbasiskan <i>sponsorship</i> jadi... jadi gini eee... kalau berbasiskan <i>sponsorship</i> kami itu ada di tahun lalu ada namanya Festival Negeri Kolaborasi. Nah, di Festival Negeri Kolaborasi itu eee... Good Side yang waktu itu masih eee... udah, udah, udah bernama Good Side ya. Dalam proses Good Side, mereka yang menjadi eee... <i>event organizer</i> -nya gitu. Jadi eee... apa namanya eee... pendekatannya tidak pendekatan satu per satu sebenarnya. Jadi apakah ada <i>partnership</i> di Good Side, ada tapi

		<p>bentuknya bukan yang satu per satu tapi lebih kayak secara keseluruhan seperti itu. Nah, kalau bentuknya placement apakah ada? Ada juga gitu tapi biasanya kita bentuknya package GNFI Group. Memang ada partner kalau partner yang organisasi profit gitu dia memang menyasanya eee... saya mau langsung menyasanya ke eee... komunitasnya gitu ya. Tapi rata-rata yang saat ini datang ke kami itu biasanya mereka inginnya GNFI Group, nah eee... komunitas ini part dari bagian kerjasama itu gitu ya. Jadi pelaksanaannya ada juga kegiatannya disana gitu kayak umm... contohnya kemarin itu ini... terakhir awal bulan Februari ada dengan Wantiknas ada... eh sori <i>Virtual Exhibition</i> ya. Jadi <i>Virtual Exhibition</i> itu Good Side itu berperan gitu ya sebagai platform untuk penulisan artikel dari para peserta yang hadir gitu. Kemudian disana dan memang itu tidak eee... posisinya adalah akun GNFI itu amplifikasi tapi utamanya ada di Good Side, kenapa? Karena yang disasar adalah Gen Z. Dan eee... penulisan itu akan dinaikkan di platform medianya Good Side. Bukan di platform medianya GNFI gitu ya. Jadi eee... balik lagi bentuk kerja samanya kayak gimana tergantung antara kami dan partner terutama kebutuhan dari partner tadi. Dia butuhnya apa lalu kami akan mengelola gitu ya, mengorganisasikan didalam eee... pembagian wilayah kerjalah seperti itu.</p>
9	Peneliti	<p>Umm... oke, oke paham sampai sini kak. Jadi itu tergantung dari kebutuhan partner juga yang langsung <i>approach</i> ke GNFI ingin ke komunitasnya langsung atau dari komunitasnya saat ingin untuk caranya <i>brand</i> besar itu langsungnya ke Mbak Selvie dulu begitu ya. Oke, nah terus untuk strategi yang sudah berjalan ini kak sejauh ini begitu yang sudah diimplementasikan <i>public relations</i> oleh Good Side. Itu apakah sudah berjalan secara efektif?</p>

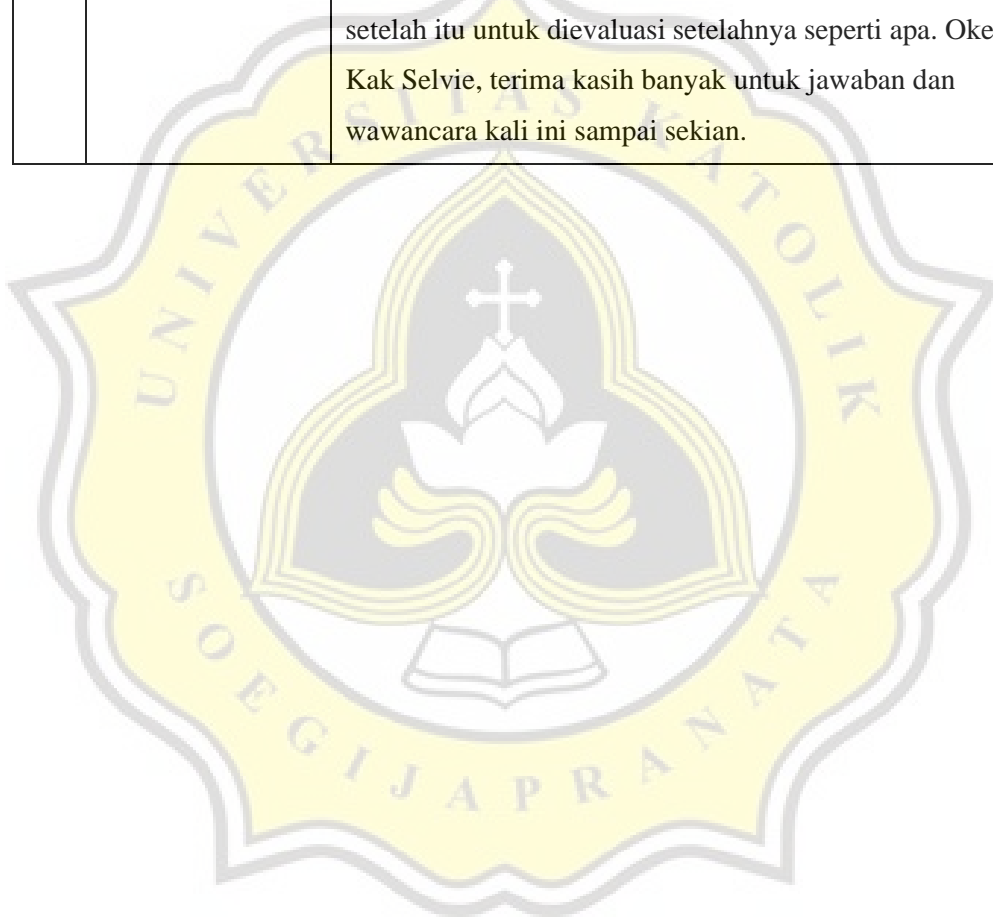
	Narasumber	Jadi tadi gimana?
10	Peneliti	Iya, jadi strategi yang sudah diimplementasikan sejauh ini sudah berjalan secara efektif belum sih?
	Narasumber	Sudah, sudah, sudah. Sudah berjalan sangat efektif dari sisi pembagian kerja termasuk koordinasi terkait <i>resources</i> ya. Bagaimana sumber daya dan hasilnya itu sangat-sangat efektif begitu. Dan Amanda juga bisa lihat bagaimana Festival Negeri Kolaborasi itu dikelola oleh <i>strategic partnerships</i> dan Good Side. Untuk GNFI nya sendiri, kita bicara soal koordinasi internal dari sisi media yaitu redaksi baik itu website maupun media sosialnya itu amplifikasi. Tapi pelaksanaan pembuatan konten itu di <i>strategic partnerships</i> dan Good Side. Jadi kalau melihat seberapa sukses, seberapa efektif segala macam antara <i>strategic partnerships</i> dan Good Side itu bisa dilihat di Festival Negeri Kolaborasi kemarin.
11	Peneliti	Oke, itu termasuk <i>highlights</i> -nya ya kak. Waktu lalu saya wawancara dengan Kak Della belum sempat disebutin sih terkait Festival Negeri Kolaborasi ini. Lebih ke arah <i>event</i> internalnya Good Side begitu seperti Good Mentors begitu sih kak.
	Narasumber	Iya, kalau itu kan memang kegiatan yang dilakukan oleh tim Good Side ya. Makanya kalau tadi pertanyaan kamu sangat spesifik ke Good Sidenya bisa langsung tanya ke Della. Karena memang detailnya ada Ruang Belajar, saat ini kita jalankan Good Mentors, <i>Writing Challenge</i> dan sebagainya. Itu banyak banget sih karena memang begitu.
12	Peneliti	Oke, nah berarti kalau untuk strategi yang dibangun antara <i>strategic partnerships</i> dan <i>public relations</i> dari Komunitas Good Side untuk sementara ini berjalannya secara <i>online</i> ya kak ya? Apakah ada yang dilakukan secara <i>offline</i> juga?
	Narasumber	Sampai saat ini kita masih dalam kondisi Pandemi ya Manda ya, makanya semuanya masih eee... online kalau

		<p>toh memang ada yang <i>offline</i> itu bentuknya dengan <i>strategic partner</i> yang kita memang perlu ketemu itu ada gitu ya untuk kita misalnya salah satunya dengan Kominfo. Itu kita bertemu dengan mereka untuk berdiskusi, sharing pengalaman itu kita lakukan gitu ya. Tapi untuk aktivitas yang menarik massa masih kita lakukan secara <i>online</i> dulu. Tapi kalau untuk <i>brainstorming</i> dengan <i>client</i> dan sebagainya sempat beberapa kali kita lakukan secara <i>offline</i> juga gitu.</p>
13	Peneliti	<p>Oke baik, nah kalau untuk ke depannya nih kak. Ada gak strategi yang mau diimplementasikan antara <i>strategic partnerships</i> dengan Komunitas Good Side nih untuk mewujudkan <i>community engagement</i> ke depannya?</p>
	Narasumber	<p>Oke, <i>community engagement</i> mungkin sudah di <i>mention</i> juga dengan Della ya kegiatannya apa aja. Mungkin Amanda boleh coba yang disampaikan Della apa aja?</p>
14	Peneliti	<p>Kalau Kak Della sama Kak Dessy kemarin sempat dikatakan bahwa ada Good Mentors, ada juga <i>campaign</i>-nya tapi waktu itu <i>campaign</i> yang bagi-bagi masker waktu itu. Terus beberapa kali juga aktivasi secara <i>online</i>. Lalu Ruang Belajar itu nantinya mau dilakukan lagi karena kan Good Mentors itu baru pertama kali di Good Side begitu sih.</p>
	Narasumber	<p>Oke, jadi kalau kita bicara strategi ke depan <i>community engagement</i>. Jadi ketika bicara <i>community engagement</i> saya bicara pada tataran GNFI Group ya. Ketika bicara tataran GNFI Group masing-masing platform media itu punya audiensnya masing-masing, punya publiknya masing-masing yang... ada yang lebar sekali seperti GNFI itu lebar gitu ya. Ada yang spesifik, sangat spesifik itu misalkan Good Side itu untuk level usia dibawah tiga puluh. Ada yang spesifik khusus untuk Kawasan Asia. Nah, kemudian ada yang spesifik untuk orang-orang mencari data eee...</p>

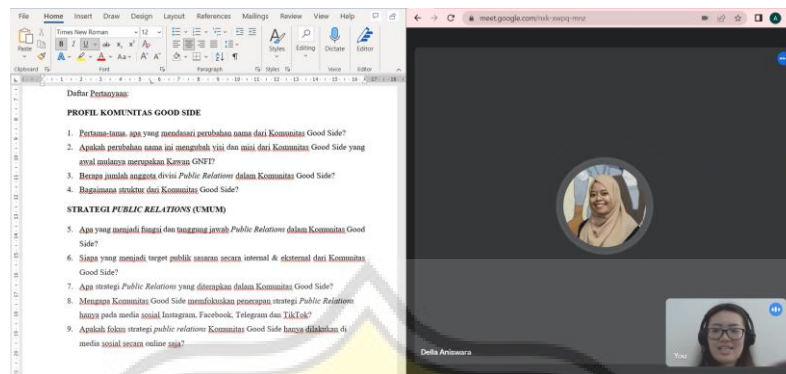
		<p>orang-orang yang cukup serius ingin tahu perkembangan itu melalui GoodStats. Nah, masing-masing komunitas itu kita lakukan aktivasi-aktivasi yang sesuai dengan audiensnya masing-masing. Sedangkan dengan Good Side sendiri cukup banyak seperti tadi disebutkan kalau <i>engagement</i> kan gini, bagaimana orang merespon dan kita merespon balik. Nah karena itu dibuat kegiatan-kegiatan yang bisa saling respon. Jadi kegiatan yang tidak hanya dua arah, tapi banyak arah. Seperti Good Mentors lalu ke depan itu akan ada kelas-kelas. Nah dimana orang setelah mereka bekerja itu mereka <i>sharing</i> juga, nah ketika mereka <i>sharing</i> maka akan ada informasi-informasi lain juga yang disebarkan oleh para peserta tadi. Kayak gitu sehingga diharapkan <i>engagement</i>nya lebih tinggi dan juga dari sisi ini... keterlibatan mereka untuk <i>join</i> di aktivitasnya Good Side. Baik aktivitas yang apa ya... <i>social media activity</i> atau aktivitas kepenulisan karena sebenarnya yang ingin kita <i>embrace</i> atau rangkul adalah orang-orang yang memang suka nulis gitu ya. Sehingga mereka bisa menulis dengan gaya bahasa mereka tanpa harus tertekan dengan, oh ini pembahasannya bisa dengan Bahasa Indonesia yang baik dan benar tapi dengan lebih semi formal lah ya. Lebih <i>casual</i> karena itu tempatnya ada di platformnya Good Side kayak gitu.</p>
15	Peneliti	<p>Oke, kak nah kemarin juga sama Kak Dessy juga sempet <i>sharing</i> terkait <i>website</i>-nya Good Side sudah punya <i>website</i> sendiri begitu. Nah itu sendiri ada gak sih kak keterlibatan <i>strategic partnerships</i> juga dalam membantu untuk <i>engage member</i> baru begitu supaya dia menulis juga ini di platformnya Good Side pada <i>website</i> barunya?</p>
	Narasumber	<p>Oke, iya jadi salah satunya tadi saya cerita. Bagaimana kita kerjasama dengan Wantiknas yang membuat <i>virtual exhibition</i> itu kemudian salah satu kegiatannya adalah</p>

		<p>menulis di Good Side. Nah itu kan akhirnya kita mengajak audiens yang tadi ada di <i>virtual</i> itu, “eh kalian kalau nulis di Good Side bisa dapet hadiah lho.” Dan itu dibiayai oleh kegiatan tersebut, itu ada <i>sponsorship</i> dan segala macam jadi kita memang selalu berusaha untuk kegiatan dan partner manapun untuk melibatkan GNFI Group. Yang sesuai tentunya ya jadi kalau misalkan gak <i>relate</i> atau gak dibutuhkan <i>client</i> itu gak bisa. Jadi karena waktu itu ada kebutuhan gimana ngerangkul orang supaya mereka bukan sekedar dateng tapi <i>review</i> juga, ngomongin juga kayak gitu.</p>
16	Peneliti	<p>Oke kak, nah ini mungkin jadi pertanyaan terakhir nih kak sebelum menutup sesi wawancara ini. Jadi kalau dari seluruh implementasi strategi yang sudah pernah dilakukan, apa sih tindakan yang dilakukan untuk menyikapi adanya kegagalan begitu dari strategi ini untuk mencapai target yang diharapkan?</p>
	Narasumber	<p>Oke, yang namanya kegagalan itu sebenarnya bukan gagal ya. Belum aja. Belum aja berhasil. Jadi kita memandang sesuatu memang... kita pasang target katakanlah seratus. Ternyata kita gak sampai target, lima puluh, tujuh lima katakanlah nah itu adalah momen kita untuk bisa evaluasi. Jadi sebenarnya apa yang kurang, apa yang bisa ditingkatkan ke depan atau target kita yang ketinggian atau segmen kita atau cara kita yang belum tepat. Jadi bagi kami sih tidak ada kegagalan karena dalam setiap target yang tercapai maupun tidak tercapai itu kita selalu evaluasi. Bahkan yang tercapai pun kita evaluasi. Kok bisa kita nyampai begini? Oke, strategi apa sih yang kita lakukan sehingga bisa tercapai dan kenapa memang yang ini tidak tercapai. Oke, strategi apa yang mungkin bisa kita duplikasi agar kegiatan ini juga targetnya tercapai. Jadi kayak gini lho, kita gak pernah melihat sesuatu ya misalkan</p>

		<p>pendaftaran gitu ya. Kok yang daftar dikit, oh oke kita evaluasi apakah waktu pendaftarannya yang terlalu singkat atau kegiatannya terlalu sulit untuk diikuti, syaratnya terlalu banyak kayak gitu ya. Jadi hal-hal seperti itu kita evaluasi dan di next event atau kegiatan berikut yang lain itu kita bisa berdasarkan hal tersebut kita bisa bikinnya lebih baik.</p>
17	Peneliti	<p>Oke, jadi menerapkan manajemen begitu ya mulai dari sebelum mengadakan acara atau <i>partnership</i> kita riset dulu setelah itu untuk dievaluasi setelahnya seperti apa. Oke baik Kak Selvie, terima kasih banyak untuk jawaban dan wawancara kali ini sampai sekian.</p>



5. Dokumentasi Wawancara Mendalam dengan Para Narasumber



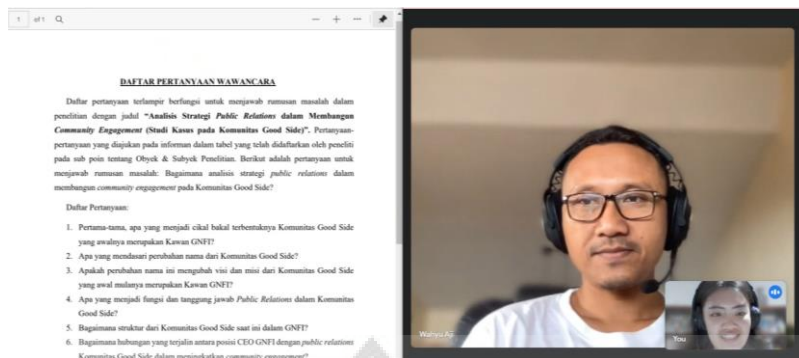
Gambar 1

Wawancara dengan Della Aniswara Selaku *Community Manager* Komunitas Good Side



Gambar 2

Wawancara dengan Dessy Astuti Selaku *Community Officer* Komunitas Good Side



Gambar 3

Wawancara dengan Wahyu Aji Selaku Chief Executive Officer Good News From Indonesia



Gambar 4

Wawancara dengan Selvie Amalia Selaku Strategic Partnerships Good News From Indonesia

PAPER NAME

TA - 17.M1.0102.docx

WORD COUNT

9105 Words

CHARACTER COUNT

59378 Characters

PAGE COUNT

56 Pages

FILE SIZE

121.0KB

SUBMISSION DATE

Sep 7, 2022 11:07 AM GMT+7

REPORT DATE

Sep 7, 2022 11:08 AM GMT+7

● 7% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 6% Internet database
- Crossref database
- 5% Submitted Works database
- 1% Publications database
- Crossref Posted Content database

● Excluded from Similarity Report

- Bibliographic material
- Cited material
- Quoted material
- Small Matches (Less than 10 words)