

## BAB IV

### PENUTUP

#### 4.1 Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini merupakan jawaban dari rumusan masalah yaitu mengenai bagaimana Koko Cici Jogja memanfaatkan akun media sosial (*Youtube* dan *Instagram*) untuk melestarikan budaya Tionghoa. Lebih spesifiknya, kesimpulan akan terbagi menjadi tiga bagian yaitu deskripsi isi pesan dalam akun media sosial Koko Cici Jogja, deskripsi pemanfaatan akun media sosial Koko Cici Jogja, dan identifikasi fungsi akun media sosial Koko Cici Jogja dalam melestarikan budaya Tionghoa. Melalui hasil penelitian yang dilakukan terdapat delapan aspek pesan yang disampaikan oleh Koko Cici Jogja dalam kaitannya dengan pelestarian budaya Tionghoa, yaitu bahasa Mandarin, hari-hari raya besar Tionghoa, permainan khas Tionghoa seperti barongsai, liong, dan diabolo, ucapan hari raya nasional, ritual dan tradisi hari-hari raya besar Tionghoa, Pakaian cheongsam, qipao, dan batik peranakan Tionghoa, keluarga JCACC & paguyuban Tionghoa, dan yang terakhir ialah pemilihan Koko Cici Jogja. Delapan unsur pesan yang didapatkan dari hasil penelitian merupakan wujud dari pelestarian budaya Tionghoa yang dilakukan dengan akun media sosial yaitu *Instagram* @kokocicijogja dan *Youtube* Koko Cici Jogja.

Selanjutnya, melalui media sosial *Instagram* dan *Youtube* kedelapan unsur pesan disampaikan kepada *followers* atau *subscribers* dengan memanfaatkan fitur-fitur media sosial *Instagram* dan *Youtube*. Pada *Instagram* melalui hasil penelitian Koko Cici Jogja menggunakan fitur-fitur yaitu foto/video, caption, hashtag,

*Instagram highlights*, kolom komentar, pesan, *Instagram live*, dan *Instagram story*. Sedangkan pada *Youtube* menggunakan fitur-fitur sebagai berikut, yaitu upload video, caption, hashtag, pengaturan penjadwalan postingan, dan kolom komentar. Koko Cici Jogja menghasilkan konten-konten yang beragam bentuk serta mengusung ide-ide kreatif, menarik, kekinian, dan inovatif. Tujuannya ialah agar pesan dapat tersampaikan dengan baik kepada audiens yang rata-rata merupakan anak muda, sehingga diperlukan cara-cara yang selalu baru dan tidak membosankan. Oleh sebab itu dengan bantuan media sosial dan fitur-fitur yang disediakannya sangat membantu Koko Cici Jogja dalam mempublikasikan atau mengunggah suatu konten yang menarik.

Media sosial Koko Cici Jogja tidak hanya digunakan sebagai media komunikasi saja. Namun berdasarkan hasil penelitian media sosial Koko Cici Jogja berfungsi sebagai tempat edukasi terkait kebudayaan Tionghoa, sebagai wadah membangun identitas yaitu duta budaya Tionghoa, duta pariwisata DIY, dan duta sosial, berfungsi sebagai tempat berbagi foto, video, gambar berkaitan dengan pelestaria budaya Tionghoa, berfungsi sebagai tempat untuk membangun citra dengan menerapkan nilai-nilai yang dipegang teguh dalam kebudayaan Tionghoa, yaitu kekeluargaan, pekerja keras, disiplin, kreatif, dan sebagainya, sebagai tempat membangun hubungan atau relasi sekaligus sebagai media percakapan dengan *followers* dan *subscribers*, berfungsi sebagai pembentuk reputasi yang menunjukkan Koko Cici Jogja, yaitu anak-anak muda yang kreatif dan memiliki ide-ide yang luar biasa yang tertuang dalam konten-konten yang diunggah, dan terakhir ialah berfungsi sebagai tempat untuk menemukan komunitas yang

memiliki tujuan atau visi misi yang sama dalam melestarikan budaya Tionghoa. Fungsi-fungsi ini dilakukan oleh Koko Cici Jogja untuk melakukan pelestarian budaya Tionghoa melalui akun media sosialnya.

Media sosial di era 4.0 ini sangat membantu para penggunanya dengan memberikan kemudahan salah satunya untuk melakukan pelestarian budaya Tionghoa. Fitur-fitur yang dimiliki sangat mudah untuk digunakan dan fitur-fitur tersebut terus berkembang dari waktu ke waktu sehingga dapat membantu untuk penyampaian pesan yang lebih interaktif, dan menarik perhatian audines. Pada akhirnya, selama masa pandemi dalam kurun waktu Maret 2020 sampai Maret 2022, pemanfaatan media sosial Koko Cici Jogja yaitu *Instagram* dan *Youtube* ialah untuk mengedukasi *followers* atau *subscribers* terkait pelestarian budaya Tionghoa yang beragam dan masih terjaga dengan baik saat ini. Sebagai generasi muda yang memiliki ide-ide kreatif, Koko Cici Jogja bergerak maju dengan menghasilkan konten-konten yang edukatif dan informatif melalui media sosialnya untuk melestarikan budaya Tionghoa di Indonesia.

#### **4.2 Saran**

Berdasarkan pemaparan hasil temuan data dan analisis data yang dilakukan, diperlukan adanya penelitian lebih lanjut dari dampak pelestarian dari media sosial secara lebih komprehensif. Selain itu, Koko Cici Jogja perlu bersikap adaptif terhadap perubahan atau pembaharuan fitur-fitur media sosial. Tujuan ialah agar penyampaian pesan atau konten dapat tersampaikan dengan baik. Pada era saat ini, pesan yang monoton atau membosankan akan tidak disenangi oleh audiens, namun sebaliknya pesan yang menarik perhatian akan menimbulkan rasa ingin tahu dan

sikap untuk mau membaca atau melihat pesan tersebut. Selain itu juga pada media sosial *Youtube*, Koko Cici Jogja dalam mengeksplor lebih jauh terkait fitur-fitur yang sudah banyak berkembang saat ini. Dengan memanfaatkan fitur yang disediakan akan membantu proses pelestarian budaya Tionghoa yang dilakukan di era digital saat ini. Selanjutnya, setiap tahunnya Koko Cici Jogja melakukan program kerja yang sama sehingga menimbulkan kebudayaan Tionghoa yang dilestarikan tidak berubah. Sedangkan masih terdapat kebudayaan Tionghoa yang beragam yang belum tersampaikan oleh Koko Cici Jogja. Oleh karena itu dapat menjadi saran bahwa kedepannya Koko Cici Jogja dapat membuat program kerja yang berbeda setiap tahunnya dengan mengangkat kebudayaan Tionghoa yang lebih beragam agar pelestarian budaya Tionghoa dapat lebih maksimal dan pengetahuan akan budaya Tionghoa dapat tersebar dan dikenal oleh banyak masyarakat.

Penelitian serupa dapat kembali dilakukan oleh peneliti selanjutnya dengan harapan dapat mengembangkan penelitian ini melalui metode penelitian dan subjek penelitian yang berbeda.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abriyanti, E. (2019). *Lunturnya Budaya Tradisional di Era Digital*. BhirawaOnline. <https://www.harianbhirawa.co.id/lunturnya-budaya-tradisional-di-era-digital/>
- Adinda, S. (2019). *Pengaruh Media Sosial Instagram@ exploremalang terhadap Minat Berkunjung Followers ke Suatu Destinasi (Survey Pada Pengunjung Kampung Warna-Warni Jodipan)*. Universitas Brawijaya.
- Adit. (2021). *PBTY Virtual Kuatkan Pilar Kota Yogyakarta Sebagai Kota Budaya*. <https://pariwisata.jogjakota.go.id/detail/index/643>
- Aditya. (2019). *PBTY 2019 Resmi Dibuka, Walikota Berharap PBTY Tingkatkan Kepariwisata Kota Yogya*. <https://warta.jogjakota.go.id/detail/index/6666>
- Anton. (2021). *Media Sosial Adalah: Contoh hingga Manfaatnya bagi Pebisnis*. populix. <https://www.info.populix.co/articles/media-sosial-adalah>
- Ardiansah, I., & Maharani, A. (2020). *OPTIMALISASI INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA MARKETING: Potret Penggunaan Instagram sebagai Media Pemasaran Online pada Industri UKM*. CV Cendekia Press.
- Arini, D. (2020). *Penyuluhan Dampak Positif dan Negatif Media Sosial Terhadap Kalangan Remaja Di Desa Way Heling Kecamatan Lengkiti Kabupaten Ogan Komering Ulu*. *Abdimas Universal*, 2(1), 49–53. <https://doi.org/10.36277/abdimasuniversal.v2i1.38>
- Authorz. (2020). *Koko Cici Jogja, Belajar dan Melestarikan Budaya Tionghoa*. MyMagz.net.
- Bayu. (2019). *JCACC Siap Gelar Pekan Budaya Tionghoa Yogyakarta*. <https://www.starjogja.com/2019/02/02/jcacc-siap-gelar-pbty/>
- Christian, S. A. (2017). *Identitas Budaya Orang Tionghoa Indonesia*. *Jurnal Cakrawala Mandarin*, 1(1), 11–22. <https://doi.org/10.36279/apsmi.v1i1.11>
- David, E. R., Sondakh, M., & Harilama, S. (2017). *Pengaruh konten vlog dalam Youtube terhadap pembentukan sikap mahasiswa ilmu komunikasi fakultas ilmu sosial dan politik universitas sam ratulangi*. *Acta Diurna Komunikasi*, 6(1).
- Eriyanto. (2021). *Analisis Jaringan Media Sosial*. Penerbit Kencana.
- Fitrah, M. (2018). *Metodologi penelitian: penelitian kualitatif, tindakan kelas & studi kasus*. CV Jejak (Jejak Publisher).

- Halim, F., & Sherly & Sudirman, A. (2020). *Marketing dan Media Sosial. Bandung: Media Sains Indonesia.*
- Hanggara, A. (2019). *RESPON TERHADAP MERK KARENA PENGARUH GANGGUAN PENAYANGAN IKLAN DI YOUTUBE.* Jakad Media Publishing. [https://books.google.co.id/books?id=t7\\_ZDwAAQBAJ](https://books.google.co.id/books?id=t7_ZDwAAQBAJ)
- Hanif, M., & Hartono, Y. (2018). *Panduan Pelaksanaan Model Nampe, Menginternalisasi Nilai Kesenian Dongkreng Guna Meningkatkan Ketahanan Budaya Siswa SMA.* Deepublish.
- Haq, M. A. Al. (2021). *Masyarakat Digital dan Kebudayaan Nasional: Mampukah Mereka Berbagi Tempat?* digitaldapat.id. <https://digitaldapat.id/artikel/masyarakat-digital-dan-kebudayaan-nasional-mampukah-mereka-berbagi-tempat-xMK1M>
- Hayati, L., Saputra, P. P., Yulia, Y., & Ramadhani, T. (2022). Pemanfaatan Media Sosial dalam Melestarikan Budaya Lokal Bangka Belitung. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(4), 948–953. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v6i4.4733>
- Ikatan Koko Cici Jogja. (2017a). *Anggaran Dasar Ikatan Koko Cici Jogja.*
- Ikatan Koko Cici Jogja. (2017b). *Anggaran Rumah Tangga Ikatan Koko Cici Jogja.*
- Ikatan Koko Cici Jogja. (2017c). *Booklet Ikatan Koko Cici Jogja.*
- Ikatan Koko Cici Jogja. (2017d). *Pedoman Ikatan Koko Cici Jogja.*
- Ikatan Koko Cici Jogja. (2017e). *Profil Ikatan Koko Cici Jogja.*
- Innova, E. I. (2016). Motif dan kepuasan pengguna *Instagram* di komunitas instameet Indonesia. *Jurnal E-Komunikasi*, 4(2).
- Irfannuddin. (2019). *CARA SISTEMATIS BERLATIH MENELITI: Merangkai Sistematika Penelitian Kedokteran dan Kesehatan.* PT. Rayyana Komunikasindo.
- Koentjaraningrat. (1974). *Pengantar Antropologi.* Aksara Baru.
- Koswara, I., & Ilham, G. (2019). *Komunikasi dalam Media Digital.* Buku Litera Yogyakarta.
- Kurniawan, H. (2014, Oktober 10). Yogyakarta dalam Silang Budaya Jawa-Tionghoa. *Tribun Jogja.*



- Kusumo, H. J. (2020). *Koko Cici Jogja Beri Semangat Lewat Lagu*. jogjapolitan.harianjogja.com. <https://ekbis.harianjogja.com/read/2020/06/03/502/1040850/koko-cici-jogja-beri-semangat-lewat-lagu>.
- Kusumo, H. J. (2021). *Cheng Beng di Makam Gunung Sempu Wujud Penghormatan pada Leluhur*. jogjapolitan.harianjogja.com.
- Kusumohamidjojo, B. (2000). *Kebhinekaan Masyarakat di Indonesia: Suatu Problema Filsafat Kebudayaan*. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Mamik. (2014). *Metodologi Kualitatif*. Zifatama.
- Maulana, R. (2015). Memperingati Tahun Baru Cina sambil Melestarikan Warisan: Pengalaman Komunitas Cina di Yogyakarta. *Jurnal Lektur Keagamaan*, 13(1), 183–202.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook*. sage.
- Nugroho, R. S. (2022). *Sejarah Etnis Tionghoa di Indonesia*. kompas.com. <https://www.kompas.com/tren/read/2022/01/29/154500765/sejarah-etnis-Tionghoa-di-indonesia?page=all>
- Oktaria, F. D., Idris, M., & Suriadi, A. (2021). *Tinjauan Historis Akulturasi Budaya Dalam Kuliner Palembang Sebagai Sumber Pembelajaran Sejarah*. Penerbit Lakeisha.
- Olivia. (2020). *Ringkasan Umum Kebudayaan Masyarakat Tionghoa di Indonesia*. PT Kanisius.
- Prasetyo, P. S. (2020). *Budaya Digital: Membangun atau Mendestruksi?* unpar.ac.id. <https://unpar.ac.id/budaya-digital-membangun-atau-mendestruksi/>
- Priatmojo, G. (2020). *Yuk Kenali Lebih Dekat, Indahnya Akulturasi Budaya di Kampung Ketandan*. suarajogja.id. <https://jogja.suara.com/read/2020/01/28/094141/yuk-kenali-lebih-dekat-indahnya-akulturasi-budaya-di-kampung-ketandan?page=all>
- Purbohastuti, A. W. (2017). Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Ekonomika*, 12(2), 212–231.
- Qomah, K. I. (2016). *TIONGHOA JOGJA : JCACC Fokus Terhadap Pelestarian dan Pengembangan Budaya*. <https://jogjapolitan.harianjogja.com/read/2016/07/21/510/738768/Tionghoa-jogja-jcacc-fokus-terhadap-pelestarian-dan-pengembangan-budaya>

- Rini, E., & Imran, A. (2017). Pengaruh Terpaan Tayangan Traveling Channel Di *Youtube* Terhadap Minat Berwisata *Subscribers* Di Indonesia (Studi Pada *Subscribers* Traveling Channel *Youtube* Ponti Ramanta). *eProceedings of Management*, 4(1).
- Rohmah, N. N. (2020). Media Sosial Sebagai Media Alternatif Manfaat dan Pemuas Kebutuhan Informasi Masa Pandemi Global Covid 19. *Al-I'lam: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 4(1), 1–16.
- Romadhan, M. I., Puspaningtyas, A., & Rahmadanik, D. (2018). Strategi Komunikasi Dalam Pelestarian Budaya Saronen Kepada Generasi Muda Di Kabupaten Sumenep. *representamen*, 4(02).
- Rusqiyati, E. A. (2020). *Ragam Acara Pekan Budaya Tionghoa Yogyakarta "PBTY" 2020 Bertambah*. <https://jogja.antaranews.com/berita/408743/ragam-acara-pekan-budaya-tionghoa-yogyakarta-pbty-2020-bertambah>
- Setyowati, A. (2021). *Masa Depan Kebudayaan Nusantara dalam Genggaman Generasi Muda*. *kompas.com*. <https://www.kompas.com/tren/read/2021/09/08/093626465/masa-depan-kebudayaan-nusantara-dalam-genggaman-generasi-muda?page=all>
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar metodologi penelitian*. literasi media publishing.
- Social, we are. (2022). *The Global State Of Digital In October 2022*. *wearesocial.com*. <https://wearesocial.com/ca-en/blog/2022/10/the-global-state-of-digital-in-october-2022/>
- Sparks, M. (2020). *How Social Media Can Be an Asset for the Preservation of Intangible Heritage*. *medium.com*. <https://medium.com/thoughts-on-world-heritage/how-social-media-can-be-an-asset-for-the-preservation-of-intangible-heritage-666a7e3d7546>
- Sugarda, Y. B. (2020). *Panduan Praktis Pelaksanaan Focus Group Discussion sebagai Metode Riset Kualitatif*. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono, D. (2015). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sulianta, F. (2015). *Keajaiban sosial media*. Elex Media Komputindo.
- Sulistiyabudi, N. (2017). Peran Media Sosial dalam Pelestarian Budaya Daerah. *JANTRA: Jurnal sejarah dan budaya*, 12(1), 55–63. <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20487259>



- Sulistiyawan. (2021). *Wacinwa merupakan wayang kulit ciptaan seniman Gan Thwan Sing pada tahun 1925 yang terinspirasi dari pagelaran Wayang Purwa*. <https://www.brilio.net/creator/wacinwa-simbol-akulturasi-budaya-cina-jawa--cb2d55.html>
- Supriyanto, H. (2019). *Lunturnya Budaya Tradisional di Era Digital*. BhirawaOnline. <https://www.harianbhirawa.co.id/lunturnya-budaya-tradisional-di-era-digital/>
- Suratmi, N. (2016). *Multikultural: Karya Pelestarian Kearifan lokal kesenian Barongsai*. MNC Publishing.
- Syakhrani, A. W., & Kamil, M. L. (2022). Budaya Dan Kebudayaan: Tinjauan Dari Berbagai Pakar, Wujud-Wujud Kebudayaan, 7 Unsur Kebudayaan Yang Bersifat Universal. *Cross-border*, 5(1), 782–791.
- Tania, A. S. R., Fitria, A., Damayanti, L., Fajarudin, M. N., Damayanti, A., Mahadib, A. F., Arlianti, D. N., Rizki, E., & Hidayat, F. (2020). *Media Sosial, Identitas, Transformasi, dan Tantangannya*. Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang bekerjasama dengan Inteligensia Media (Intrans Publishing Group). <https://books.google.co.id/books?id=q4HsDwAAQBAJ>
- Tanomi, E. (2015). Akulturasi Budaya Tionghoa dan Jawa dalam Pertunjukan Liong Batik dan Wacinwa di Pekan Budaya Tionghoa Yogyakarta tahun 2015. *Jurnal Century*, 108–122.
- Wibowo, H. S. (2021). *SEO Youtube Untuk Youtuber Pemula* (W. Anita (ed.); Pertama). Tiramedia. [https://www.google.co.id/books/edition/SEO\\_Youtube\\_untuk\\_Youtuber\\_Pemula/uUUpEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=seo+Youtube+untuk+Youtuber+pemula&pg=PA7&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/SEO_Youtube_untuk_Youtuber_Pemula/uUUpEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=seo+Youtube+untuk+Youtuber+pemula&pg=PA7&printsec=frontcover)
- Yadika, B. (2017). *Mencicip Kuliner Akulturasi Jawa-Tionghoa di Kota Pahlawan*. <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2017/05/31/mencicip-kuliner-akulturasi-jawa-Tionghoa-di-kota-pahlawan>
- Yin, R. K. (2003). *Case Study Research: Design and Methods* (berilustra). SAGE Publications. [https://books.google.co.id/books?id=BWea\\_9ZGQMwC](https://books.google.co.id/books?id=BWea_9ZGQMwC)
- Yuniar, R., & Fajri, T. R. N. (2022). Fungsi Pembelajaran Media Sosial *Youtube* dalam Mencerdaskan Kehidupan Bangsa. *Warta ISKI*, 5(1), 100–112. <https://doi.org/10.25008/wartaiski.v5i1.163>
- Zulfan, I dan Gumilar, G. (2014). Potensi Media Sosial Sebagai Sarana Pelestarian Budaya Lokal. *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi*, IV(II), 77–86.

## LAMPIRAN

### *INTERVIEW GUIDE*

No	Teori	Konsep	<i>Interview Guide</i>
1.	Pelestarian Budaya	Budaya Tionghoa	Apa saja kegiatan atau tugas yang dilakukan oleh Koko Cici Jogja selama menjabat?
2.	Pelestarian Budaya	Budaya Tionghoa	Apa saja contoh atau bentuk pelestarian budaya Tionghoa yang dilakukan oleh Koko Cici Jogja di masa pandemi?
3.	Pelestarian Budaya	Budaya Tionghoa	Pesan atau makna apa yang terkandung dari setiap wujud pelestarian budaya Tionghoa yang dilestarikan oleh Koko Cici Jogja?
4.	Pelestarian Budaya	Budaya Tionghoa	Apa tujuan dari pelestarian budaya Tionghoa yang hingga saat ini masih terus dilakukan?
5.	Pelestarian Budaya	Budaya Tionghoa	Bentuk pelestarian budaya Tionghoa yang seperti apa yang dilakukan oleh Koko Cici Jogja untuk mengedukasi target audiensnya? Alasan mengapa memilih cara tersebut?
6.	Pelestarian Budaya	Budaya Tionghoa	Bagaimana proses atau mekanisme yang dilakukan oleh Koko Cici Jogja dalam berkoordinasi untuk melaksanakan atau menjalankan suatu program kerja?

7.	Pelestarian Budaya	Budaya Tionghoa	Hambatan atau kesulitan apa yang dialami dalam proses pelestarian budaya Tionghoa di masa pandemi?
8.	Pelestarian Budaya	Budaya Tionghoa	Bagaimana tanggapan Anda mengenai pelestarian budaya Tionghoa khususnya di Yogyakarta pada era digital saat ini? Bagaimana kontribusi Koko Cici Jogja dalam pelestarian budaya Tionghoa di era digital?
9.	Pelestarian Budaya	Budaya Tionghoa	Bagaimana tanggapan Anda mengenai peran generasi muda dalam membantu pelestarian budaya Indonesia?
10.	Pelestarian Budaya	Budaya Tionghoa	Bagaimana harapan Anda untuk pelestarian budaya Tionghoa di era digital saat ini?
11.	Media Sosial	Fitur Media Sosial	Media sosial apa yang digunakan oleh Koko Cici Jogja untuk pelestarian budaya Tionghoa? Apakah terdapat alasan tersendiri dari pemilihan media sosial tersebut?
12.	Media Sosial	Fitur Media Sosial	Bagaimana proses dalam pengemasan suatu konten atau pesan di media sosial Koko Cici Jogja? Siapa saja orang yang terlibat di dalamnya serta peran mereka sebagai apa?

13.	Media Sosial	Fitur Media Sosial	Hambatan atau kesulitan apa yang sering terjadi dalam melakukan pengemasan pesan di media sosial Koko Cici Jogja?
14.	Media Sosial	Fitur Media Sosial	Apakah terdapat cara tertentu yang menjadi ciri khas dari Koko Cici Jogja dalam membentuk pesan di media sosialnya?
15.	Media Sosial	Fitur Media Sosial	Dalam mempublikasikan suatu konten di media sosial Koko Cici Jogja, hal-hal apa saja yang biasanya diperhatikan untuk menghasilkan suatu konten yang dapat menarik perhatian para <i>followers</i> ?
16.	Media Sosial	Fitur Media Sosial	Fitur-fitur media sosial apa saja yang digunakan oleh Koko Cici Jogja dalam menghasilkan suatu konten atau pesan?
17.	Media Sosial	Fungsi Media Sosial	Menurut Anda, media sosial Koko Cici Jogja berfungsi seperti apa untuk menjalankan tugas sebagai duta budaya Tionghoa?
18.	Media Sosial	Fungsi Media Sosial	Bagaimana menurut Anda, peran media sosial Koko Cici Jogja dalam membantu pelestarian budaya Tionghoa di masa pandemi pada era digital saat ini?

19.	Media Sosial	Fungsi Media Sosial	Bagaimana cara Koko Cici Jogja dalam menjalin hubungan atau relasi dengan para <i>followers</i> -nya?
20.	Media Sosial	Fungsi Media Sosial	Menurut Anda, apakah pemanfaatan media sosial Koko Cici Jogja sudah berjalan dengan baik sebagai wadah edukasi mengenai budaya Tionghoa di era digital saat ini?
21.	Media Sosial	Fungsi Media Sosial	Menurut Anda, apa yang perlu ditingkatkan atau diperbaiki dari Koko Cici Jogja dalam melakukan pelestarian budaya Tionghoa di era digital menggunakan akun media sosialnya?

## Coding Sheet Penelitian

### Pemanfaatan Media Sosial Koko Cici Jogja

#### dalam Melestarikan Budaya Tionghoa di Era Digital

Instruksi 1: Isilah data-data di bawah ini

Lokasi pesan dimuat :

Target pesan :

Nama pengkoding :

Instruksi 2: Pada bagian ini anda diminta untuk memberikan jawaban atas setiap pernyataan dengan memberikan tanda silang (x) pada bagian yang telah disediakan

No	Pertanyaan	Ya	Tidak
1.	<p>a. Terdapat pesan atau konten pelestarian budaya Tionghoa dalam bentuk foto atau video di <i>Instagram</i> @kokocicijogja</p> <p>b. Koko Cici Jogja menggunakan fitur komentar untuk menjalin hubungan yang baik dengan para pengikut atau <i>followers</i>-nya dalam postingan konten di <i>Instagram</i> @kokocicijogja</p> <p>c. Koko Cici Jogja menggunakan fitur <i>hashtag</i> yang memudahkan pengikut mencari konten pelestarian budaya Tionghoa di <i>Instagram</i> @kokocicijogja</p>		



	<p>d. Koko Cici Jogja menggunakan fitur <i>direct message</i> untuk menjawab pertanyaan para pengikut yang bertanya tentang pelestarian budaya Tionghoa</p> <p>e. Koko Cici Jogja memberikan keleluasaan bagi para pengikutnya untuk dapat berkomentar terkait konten yang dipublikasikan di <i>Instagram @kokocicijogja</i></p> <p>f. Koko Cici Jogja menggunakan fitur <i>instastories</i> yang untuk mempublikasikan konten pelestarian budaya Tionghoa</p> <p>g. Koko Cici Jogja menggunakan fitur <i>Instagram highlights</i> untuk mengklasifikasikan atau mengelompokkan pelestarian budaya Tionghoa yang telah dilakukan agar pengikut dapat dengan mudah menemukan bentuk pelestarian tersebut</p> <p>h. Koko Cici Jogja menggunakan fitur <i>Instagram live</i> untuk memberikan edukasi terkait pelestarian budaya Tionghoa serta guna membangun hubungan dengan para pengikutnya</p> <p>i. Koko Cici Jogja menggunakan fitur <i>caption</i> atau penjelasan dalam postingan terkait pelestarian budaya Tionghoa yang dipublikasikan di <i>Instagram @kokocicijogja</i></p>		
2.	<p>a. Dalam mempublikasikan video, Koko Cici Jogja menggunakan fitur search atau menggunakan kata kunci yang mudah ditemukan pada kolom pencarian <i>Youtube</i></p>		

	<p>b. Koko Cici Jogja menggunakan fitur kolom komentar untuk menjalin hubungan yang baik dengan para pengikut atau <i>followers</i>-nya dalam unggahan video <i>Youtube</i> Koko Cici Jogja</p> <p>c. Koko Cici Jogja menggunakan fitur <i>trending</i> agar video yang diunggah melalui <i>Youtube</i> Koko Cici Jogja masuk dalam video <i>trending</i> atau terpopuler pada waktu tertentu</p> <p>d. Koko Cici Jogja menginformasikan kepada para pengikutnya untuk menggunakan fitur <i>subscribe</i> agar mendapatkan video terkini atau terbaru di <i>Youtube</i> Koko Cici Jogja</p> <p>e. Koko Cici Jogja menggunakan fitur <i>home</i> dan <i>recommended</i> pada <i>Youtube</i> Koko Cici Jogja</p> <p>f. Koko Cici Jogja memanfaatkan fitur <i>caption</i> atau penjelasan terkait pelestarian budaya Tionghoa dalam video yang diunggah di <i>Youtube</i> Koko Cici Jogja</p>		
--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

## Lampiran Transkrip *Focus Group Discussion*

Identitas:

NS1: Ketua Ikatan Koko Cici Jogja 2022

NS2: Ketua Divisi Multimedia dan Sosial Media 2022

NS3: Ketua Pelaksana Pemilihan Koko Cici Jogja 2022

NS4: Ketua Pelaksana Kue Bulan Koko Cici Jogja 2022

NS5: Ketua Pelaksana Fate Webseries Koko Cici Jogja 2021

P: Pewawancara

Keterangan:

Hari, tanggal : Jumat, 2 Desember 2022

Waktu : 20.00 WIB

Lokasi : Zoom Meeting

	<b>Transkrip</b>
P	Oke. Untuk pertanyaan yang pertama mari kita mulai, yang pertama apa saja kegiatan atau tugas yang dilakukan oleh koko cici Jogja selama menjabat?
NS1	Oke, baik terima kasih atas kesempatannya. Jadi tugas koko cici Jogja itu yang pertama itu pastinya aktif dalam 3 sektor yaitu, pelestarian budaya tionghoa, promosi pariwisata, sama terjun dalam kegiatan sosial. Kemudian yang kedua itu seringkali kita juga menghadiri undangan penugasan dari Forum Duta Keistimewaan Yogyakarta, instansi pemerintahan, ataupun dari Jogja Chinese Art and Culture Center. Terus yang ketiga adalah perwujudan dari pelestarian budaya tionghoa itu kita gunakan media sosial yaitu nanti kita membuat konten kreatif seputar budaya tionghoa dan pariwisata, seringkali itu di Instagram dan Youtube. Walaupun ga hanya konten tentang budaya Tionghoa ada juga konten pariwisata tapi mayoritas konten kita tentang pelestarian budaya Tionghoa
NS2	Setuju sekali, benar bahwa tugas Koko Cici Jogja adalah melestarikan budaya Tionghoa, bergerak di bidang pariwisata DIY, dan sebagai duta sosial

NS3	Yes, betul kita bergerak dalam tiga bidang itu ci cath budaya tionghoa, pariwisata DIY, dan sebagai duta sosial
NS4	Betul jawaban saya sama dengan yang lain
NS5	Yaps aku juga
P	Oke, terima kasih semuanya sangatlah lengkap. Lanjut ke pertanyaan kedua, mungkin tadi sudah sedikit di singgung di pertanyaan pertama mungkin ini lebih ke dalam apa saja sih bentuk pelestarian budaya tionghoanya yang dilakukan oleh koko cici Jogja selama masa pandemi? Apakah ada perbedaan dengan sebelum pandemi dan sesudah pandemi?
NS1	Oke jadi sebelum pandemi mungkin kegiatan kita lebih banyak terpusat dan mengikuti dari JCACC, tapi selama masa pandemi kan juga JCACC mereka juga banyak yang <i>terhold</i> ya acaranya jadi kita banyakan via media sosial. Kita berada di bawah naungan JCACC dan di JCACC ada 14 paguyuban lagi yang mana kita semua ini bergerak untuk pelestarian budaya Tionghoa, nah jadi kita sering banget melakukan tugas ini kolaborasi konteksnya. JCACC ada acara, koko cici bantu dan berpartisipasi disana, contohnya Pehcun 2022 kita berpartisipasi dalam acara jadi MC, acara, perlengkapan, dan lain-lainnya. Paling besar acaranya PBTY itu juga sama kita bantu dari segi acara, publikasi, sponsorship dan lain-lainnya. Nah balik lagi selama pandemi itu konten – kontennya apa aja itu bisa disaksikan melalui Youtube dan juga Instagram, itu ada konten virtual, kemudian ada video resep kuliner budaya tionghoa ada bakpau, ada ronde, ada bacang. Terus ada video <i>KociTalk Chinese Year Edition</i> itu juga kita kemas bentuknya seperti <i>game</i> , jadi memang bisa lebih menarik generasi muda. Kemudian selama masa pandemi 2020 itu kan kita <i>full online</i> , 2021 itu kita sudah mulai <i>hybrid</i> nah 2021 ini kita berpartisipasi dalam pekan budaya tionghoa Jogjakarta, kemudian ada Pehcun di pantai parangtritis dan juga Zhongqiu bersama JCACC yang baru – baru ini terlaksana di Klenteng Poncowinatan seperti itu.

NS2	Setuju banget jadi yang utama ada imlek, chengbeng, pehcun, cap go meh, festival kue bulan, festival dong zhi, nah itulah yang kita informasikan mau pandemi ga pandemi tetap sama
NS3	Iyaa setuju juga, nambahin aja kalau ada proker tambahan kita biasanya itu tumpahan dari JCACC kalau yang utama hanya itu
NS4	Yes betul jadi ya setiap tahun proker tetapnya ya itu yang sudah disebutkan tadi
NS5	Yaps betul setuju saja sudah lengkap semuanya
P	Oke, <i>next</i> pesan atau makna apa yang terkandung dari setiap wujud pelestarian budaya tionghoa yang dilestarikan oleh koko cici Jogja? Nah mungkin dari setiap kaya 'imlek itu artinya apa?' mungkin kamu jelasinnya engga usah yang kaya panjang – panjang banget sih Ci Jes, nanti aku bisa nambahin kalau secara filosofisnya.
NS1	Oke mungkin ini secara keseluruhan aja boleh ya?
P	Boleh.
NS1	Jadi secara keseluruhan itu sebenarnya maknanya cuma ada tiga sih kebersamaan, persatuan dan gotong royong. Jadi itu terwujud dari dalam setiap kegiatan itu kita bener – bener ngerjainnya itu bareng – bareng dan dinikmati juga bareng – bareng kaya gitu. Itu juga mencerminkan banget dari budaya tionghoa itu sendiri dari kebersamaan, persatuan dan gotong royong itu.
NS3	Yes jadi disetiap pelestarian yang kita lakukan itu sebenarnya punya cerita dan maknanya tapi kayaknya kalo kita floor disini sesi ini ga cukup ya nanti aku coba kasih buku panduan koci ya yang udah merangkum itu tapi basically nilai-nilai yang tertanam adalah itu menciptakan kekeluargaan, rasa kasih, pengorbanan, disiplin
NS2	Betul banget banyak banget karena tionghoa itu filosofis ya jadi memang ada cerita dan pelajaran yang dipetik. Tapi aku setuju dengan secara keseluruhan nilai-nilai baik itu yang ditanamkan
NS5	Oke betul aku juga setuju
NS4	Me too

P	Oke, nah pertanyaan selanjutnya apa tujuan dari pelestarian budaya tionghoa yang hingga saat ini masih terus dilakukan? Nah kalau dari Ci Jes sendiri sebagai ketua ikatan nih, koko cici Jogja tuh kenapa sih masih ada sampai sekarang gitu loh?
NS1	Mungkin gini, mungkin di beberapa daerah di Indonesia yang banyak masyarakat tionghoanya itu terasa kentel. Tapi di Jogja sendiri kan, memang kita memiliki Pekan Budaya Tionghoa Yogyakarta tapi budayanya itu tidak sekental di daerah – daerah yang lain jadi memang harus di lestarikan karena ada rasa kerinduan dengan budaya tionghoa yang memang tidak terlalu menonjol di Yogyakarta. Tapi hal positifnya di Yogyakarta itu ada akulturasi budaya, itu juga yang perlu di lestarikan karena itu yang jadi jalur masuk kita untuk bisa lebih dikenal oleh hal layak ramai engga cuma oleh masyarakat tionghoa aja begitu. Dan lagi – lagi yang wariskan itu bukan cuma sekedar budaya atau tradisinya aja, tapi justru maknanya yang tadi udah aku sebutin ada gotong royong, ada persatuan, ada kebersamaan. Itu sih yang harus kita lestarikan supaya kita engga jadi masyarakat yang terkotak – kotak kaya gitu, jadi kita tetep bisa bersatu dan melebur dengan semua lapisan masyarakat.. seperti itu Ci.
NS5	Basically yak arena kita punya kepedulian untuk melestarikan budaya Tionghoa. Apalagi kita anak-anak muda punya kreatifitas tinggi yang bisa untuk menciptakan cara-cara baru untuk melakukan itu
NS4	Yes setuju budaya Tionghoa, budaya yang mengajarkan banyak hal positif dan banyak hal yang bisa dikembangkan dan patut dijaga
NS3	Aku setuju itu tugas generasi muda lah untuk jaga dan melestarikan
NS2	Yes setuju sama semua jawabannya
P	Oke koci, <i>thank you</i> . Kalau kalian secara personal kan kalian sudah tergabung nih di koko cici Jogja, nah apa sih yang membuat kalian bisa <i>interest</i> untuk <i>joint</i> ke koko cici Jogja sehingga kalian pada akhirnya ikut untuk melestarikan budaya tionghoa itu sendiri? Mungkin dari Ci Anin atau Ci Livia duluan yang mau jawab.. Ah Ci Livia.



NS3	<p>Oke terima kasih untuk kesempatannya, mungkin aku mau jawab ya apa yang membuat aku <i>interest</i> untuk <i>joint</i> ke koko cici Jogja ya. pertama karna memang benar kaya yang seperti Ci Jessi tadi udah ceritain, kalo misalkan di Jogja sendiri itu budaya tionghoa itu masih cukup.. apa ya.. belum sekental di daerah – daerah lain. Mungkin kalau misalnya kita lihat di Kalimantan, dimana tuh lebih kental.. lebih orang tuh udah.. bahasa mandarin dan lain sebagainya tuh udah lebih lancar dibanding kita – kita ini yang istilahnya sebenarnya kita ini turunan tionghoa, tinggal di Jawa tapi banyak budaya yang kita udah mulai lupakan apalagi di generasi yang generasi – generasi kita ini. Generasi yang anak muda zaman sekarang. Nah kenapa aku pengen <i>joint</i> koko cici Jogja waktu itu karena yang pertama aku juga pengen di koko cici Jogja ini bisa belajar budaya tionghoa lebih tau lagi dan lewat koko cici Jogja ini juga bisa <i>sharing</i> dan memperkenalkan budaya tionghoa itu sendiri. Teruskan koko cici Jogja juga engga berjalan cuma budaya tionghoa aja, tapi ada sosial dan pariwisatanya juga. Nah kota Yogyakarta sendiri kan sebenarnya kita kota pariwisata juga ya, disitu juga aku pengen sih lewat koko cici Jogja ini juga bisa membantu memajukan pariwisata Jogja dengan cara kita meng<i>audiance</i>.. kaya apa ya.. menyebarkan, memberi tahu orang diluar sana kalau misalnya Jogja ini juga salah satu wisata di Indonesia yang bagus untuk di kunjungi kaya gitu. Nah di koko cici Jogja ini kaya aku merasa bisa menemukan wadah untuk bekegiatan sosial seperti itu kalau dari aku. Selain itu juga medsosnya menjual banget si, kita juga posting promosi untuk pemkoci lewat ig kita jadi kta buat konten-konten yang bisa memikat lah supaya banyak yang daftar dan ikut pemkoci. Jadi desainnya, captionnya, itu semua diperhatikan untuk menarik perhatian audiensnya. Media sosial jadi media informasi juga kayak tanggal-tanggal penting, apa aja yang perlu dipersiapkan, acar-acara dilakukan dimana semua informasi lewat instagram semua.</p>
P	Oke, <i>thank you</i> Ci Liv. Next ke Ci Anin.
NS2	Ini suara aku udah masuk ya?
P	Sudah.

NS2	Baik, pertanyaannya tadi kenapa mau <i>joint</i> ke koko cici Jogja. Nah seperti yang kita ketahui bersama bahwa koko cici Jogja merupakan sebagai duta budaya tionghoa, duta pariwisata dan juga duta sosial. Kenapa saya ingin masuk ke Koko Cici Jogja seperti pada umumnya kita sebagai generasi muda tidak terlepas dari budaya – budaya yang kita miliki salah satunya yaitu budaya tionghoa, lebih spesifik budaya tionghoa kita sebagai koko cici. Namun didalamnya kita semua menjadi satu kesatuan yaitu sebagai bhineka tunggal ika. Dan sebagai generasi muda layaknya kita untuk meneruskan apapun yang sudah di laksanakan dan ditugaskan secara tradisi orang – orang pada zaman dahulu. Dari budaya tionghoa itu sendiri banyak sekali nilai – nilai dan budaya – budaya artefak seperti yang kita lihat di Yogyakarta ini itu ada ketandan, ada pelestariannya seperti PBTY dan adapun dengan nilai luhur yang terkandung salah satunya sebagai etos kerja kita yang sangat tinggi. Di koko cici Jogja itu sendiri saya sangat mengharapkan SOP atau peraturan – peraturan yang sangat – sangat ketat seperti yang kita ketahui bersama seperti itu.
P	Oke dilanjut
NS1	Oke kalau aku gampang si kenapa mau gabung yak arena aku punya kepedulian ya di bidang budaya Tionghoa sekaligus aku cari pengalaman yang bisa mengembangkan skill skill yang aku punya
NS5	Karena sudah diturun temurunkan dari keluarga dan hidup dijeluarga tionghoa jadi aku merasa punya andil untuk ikut melestarikan dan beruntungnya ketemu dengan keluarga koko cici yang punya visi misi yang sama
NS4	Setuju sih dengan ko albert aku sama soalnya
P	Oke, <i>thank you</i> ko ci .
P	Lanjut pertanyaan selanjutnya ya, dulu pas kalian mau <i>joint</i> koko cici Jogja itu memangnya media sosial itu berperan sebesar apa sih yang memikat kalian mau joint di koko cici Joga? Mungkin dari Ci Anin duluan yang jawab.
NS2	Nah kebetulan sekali pada saat pemilihan angkatan ku kita tuh <i>by online</i> yang kemudian dilanjutkan <i>offline</i> tapi tidak terlalu banyak. Jadi kebanyakan memang di <i>online</i> . Yang membuat aku tertarik masuk dengan keluarga besar

	<p>koko cici Jogja itu yaitu karena dari pengemasan media sosialnya itu sangat – sangat lucu dan unik. Jadi penjelasannya semua itu <i>tercover</i> dibalur dengan sangat bagus dan sangat <i>prepare</i>. <i>Well prepared</i> banget gitu, jadi dari pemilihan warna, kemudian dari emoji, pemilihan kalimat, serta lagu. Semua elemen – elemen yang terkandung di dalamnya itu sangat – sangat membuat kita sebagai <i>audience</i> yang umum waktu itu belum masuk ke koko cici Jogja itu sangat tertarik gitu <i>eye catching</i> banget.</p>
P	<p>Oke, <i>thank you</i> Ci Anin padahal kamu sekarang yang memegang. <i>Next</i> Ci Livia.</p>
NS3	<p>Kalau aku pribadi, aku udah angkatan sebelum Ci Anin ya jadi udah dua tahun sebelum Ci Anin. Nah media sosial sendiri sebenarnya aku pertama mau <i>joint</i> kan diajakin sama koko cici angkatan sebelumnya, terus pastilah setelah itu kita buka Instagram atau media sosialnya koko cici dulu ya. Kalau menurut aku perannya media sosial di koko cici itu informasinya di media sosial koko cici udah menjelaskan banget, jadi ketika aku diajakin aku juga pertama belum tau ‘koko cici tuh sebenarnya ngapain sih?’ tapi dengan buka media sosialnya koko cici aku jadi tau ‘oh ternyata kegiatannya koko cici tuh kaya gini... apa aja..’ terus ada foto – fotonya, gambaran jadi kita dapet gambaran dan lebih tau kedepannya tuh kita ketika <i>joint</i>, ketika kita gabung apa yang kita lakukan, apa yang bisa kita berikan, gimana cara melestarikannya lewat media sosial dari koko cici itu sendiri gitu buat aku.</p>
P	<p>Oke, terima kasih Ci Livia <i>next</i> ke Ci Emima.</p>
NS2	<p>Oke Ci, kalau dari aku sendiri setuju sama Ci Anin ya. Yang pertama itu <i>eye catching</i> banget, pengemasannya menarik. Mungkin bisa dilihat dari warnaya, dari gambar – gambarnya, terus biasanya ada lagu – lagunya juga ya itu kaya kalau gambar sama audio di jadi satu tuh kok menarik gitu. Itu yang mungkin membuat orang – orang tuh bisa perhatiannya tertarik, terus infonya juga lengkap jadi bukan hanya di konten yang ditampilkan tapi captionnya tuh juga lengkap. Terus kemudian engga yang begitu formal, jadi bisa dibilang kaya menyesuaikan kalo saat ini kan generasi muda. Nah terus kemudian kalau aku lihat updatenya rutin ya, mungkin kan diwaktu – waktu tertentu sudah</p>

	dijadwalkan 'oh harus' atau harus memperhatikan terus media sosial dari koko cici Jogja, mungkin itu sih Ci dari aku.
P	Oke terima kasih Ci Emima, <i>next</i> Ci Jessy.
NS1	Karena aku juga masuknya angkatan sebelum angkatan ini ya dan motivasi ku engga pertama tau dari medsos sih sebenarnya. Tapi kalau boleh menilai medsos sebelum tahun 2020 itu menurut aku itu engga secanggih sekarang. Sebenarnya tidak bermaksud menyalahkan angkatan pada saat itu, karena mereka juga bukan angkatan pandemi ya. Jadi memang kegiatan mereka banyakan kegiatan <i>on site</i> , jadi untuk pengelolaan medsosnya belum terfokus setelah pandemi ini. Kemudian juga dari segi teknologinya Instagram kan juga setelah pandemi ini kan yang baru ada <i>reels</i> lah, ada yang gabung musik dan foto, itu kan baru – baru ini banget. Jadi memang pada waktu itu pemanfaatan medsosnya itu belum terlalu bagus sih, tapi menurut aku makin kesini koko cici Jogja itu adaptif banget ketika Instagram ada apa yang baru kita langsung pake gitu. Menurutku itu hal yang bagus sih.
P	Oke terima kasih Ci Jes. Nah secara kan memang media sosial koko cici Jogja apalagi di masa pandemi ini ketika semua kegiatan kita itu harusnya secara langsung <i>on site</i> tapi kan harus berganti ke <i>online</i> mau engga mau. Nah menurut kalian ini sebagai anggota koko cici Jogja yang memperhatikan pergerakan media sosial koko cici Jogja, bentuk pelestarian budaya tionghoa seperti apa yang dibuat oleh koko cici Jogja di media sosialnya? Mungkin apakah mengedukasi <i>followers</i> makanya ada konten – konten yang berbaur bercerita, atau juga <i>fun</i> , atau gimana? Nah menurut kalian gimana? Dimulai dari Ci Jessy.
NS1	Oke, iya bener sih intinya kita itu mengedukasi dan memperkenalkan. Targetnya koko cici kan sebenarnya kalau mau dibilang melestarikan budaya tionghoa itu bukan cuma koko cici, JCACC juga. Tapi kan kita beda generasi ya, kita generasi yang sangat milenial dan semua berbasis media sosial jadinya pengemasan koko cici juga disesuaikan dengan target kita yaitu anak muda. Nah jadi cara kita edukasi adalah dengan konten – konten yang menarik, yang

	<p><i>designnya</i> bagus dan <i>modern</i>, terus juga kita pernah bikin video <i>mini series</i> di Youtube, terus kita juga pernah bikin yang <i>KociTalk Chinese Year Edition</i> itu yang khas anak muda banget. Jadi memang kita sesuaikan sih dengan <i>tastinya</i> anak muda.</p>
P	Oke mantap, next ke Ci Emima.
NS4	<p>Oke Ci, jadi kalau mengedukasi yang aku ingat itu benar kata Ci Jessy setiap mungkin ada acara kebudayaan akan di <i>upload</i> ya seperti konten video atau foto dan itu pun misalnya kalo video itu kontennya engga selalu sama jadi pasti konsepnya selalu berbeda. Itu yang membuat orang – orang itu jadi penasaran, terus mungkin engga bosan ya kalo ngeliat konten video. Ga hanya soal permainan Tionghoa aja, tapi kita juga pernah nih pas lagi covid-covid itu kita bikin video tutorial masak masakan Tionghoa kayak bikin onde, bakpao, dan terakhir itu bikin kue bulan. Ada juga konten ucapan video gitu biasanya untuk memberikan selamat ke koko cici provinsi atas terlaksananya pemilihan dan terpilihnya koko cici provinsi yag baru. Nah bentuk-bentuk kayak gini juga menurut aku bentuk pelestarian tionghoa ya jadi followers kita bisa tau masakan tionghoa seperti apa dan bahkan ada yang sampe buat juga karena ternyata caranya mudah. Kita buat versi video di posting di Instagram dan Youtube ya dengan kemasan yang menarik dan tidak membosankan pastinya ya. Biasanya kan kalau orang ngeliat video kayanya orang agak bosan, nah ini karna pengemasannya menarik terus singkat, padat dan jelas bisa membuat orang tuh melihat dari awal sampai akhir. Terus kemudian kalau ada acara – acara kebudayaan misalnya secara <i>on site</i> itu selalu di publikasikan juga, entah itu dalam story atau mungkin postingan di <i>feed</i> Instagram. Jadi selain di upload foto atau videonya itu di berikan penjelasan atau captionnya, mungkin itu sih media edukasinya.</p>
P	Oke <i>thank you</i> Ci Emima, <i>next</i> Ci Livia.
NS3	<p>Oke, bener kata yang Ci Emima dan Ci Jessy sebelumnya kontennya koko cici itu pasti yang nomor 1 itu mengedukasi karena balik lagi kita kan pengen ngasih tau nih budaya tionghoa itu seperti apa dan kebanyakan masyarakat belum tau. Jadi lewat postingan – postingan baik itu feed bergambar atau video yang waktu itu pernah dibuat yang kaya animasi, atau maupun yang kaya buat</p>

	<p>vlog atau apapun itu kita juga pasti memberikan pesan – pesan pembelajaran tentang budaya. Pembawaannya juga sering kali kita buat <i>fun</i>, karena benar kata Ci Jessy tadi yang tadi udah disebutin juga kalau misalnya kita targetnya adalah anak muda generasi milenial yang kaya udah baca informasi itu kalau cuma kaya gitu – gitu aja pasti bosan lah. Jadi makanya kita sisipi dengan cara yang fun, kaya kemarin sempet Ci Emima, Ci Anin juga dan anak – anak Koci 2022 itu bikin vlog tentang makanan khas Jogja dan lain sebagainya itu dibuat fun kaya gitu supaya apa yang kita generasi milenial ini tonton engga bosan kaya gitu sih. Tapi yang pasti kita pengen mengedukasi, kaya gitu. Selain hari raya, ada juga kebudayaan tionghoa yang terkenal ya bahkan di Yogyakarta itu contohnya barongsai dan liong. Saat pemilihan kocijog pasti kita datangkan narasumber untuk menceritakan sejarah dan cerita dari barongsai dan liong. Kebetulan juga kita dekat dengan paguyuban Hoo Hap Hwee yang secara langsung berkecimpung di dunia barongsai dan liong jadi kita bisa punya wadah ga hanya sekedar tahu tapi kita juga mencoba untuk belajar bermain barongsai dan liong. Nah ilmu yang kita pelajari ini yang kita bawa ke followers kita juga</p>
P	Oke terima kasih Ci Liv, next Ci Anin.
NS2	Oke sepertinya sudah dijawab semua ya, kurang lebih sama Cici kita ini. Jadi lewat media sosial iya kita mengedukasi, pengetahuan yang kita bagikan di media sosial rata-rata berisi hari-hari raya orang Tionghoa yang didalamnya punya cerita dan makna tersendiri disetiap hari raya. Terus kalau di orang tionghoa itu ada dikenal tentang shio nah itu kita juga bagikan dalam bentuk video game yang sifatnya fun tapi didalamnya kita bermain sambil belajar gitu, dan itu kita posting di Instagram dan Youtube Kocijog
P	Oke terima kasih Ci Anin, next Ko Albert
NS5	Iya aku setuju kalau soal edukasi pengetahuan kita banyak infoin ke followers tentang hari-hari besar orang Tionghoa kayak proker yang selalu kita jalanin contohnya Imlek, Cap Go Meh, Pehcu / Festival Perahu Naga, Chengbeng, Tiongciu / Kue bulan, Dongzhi/ Hari Ibu. Nah kalau di budaya Tionghoa itu



	<p>sangat filosofis, jadi selalu ada cerita yang mengandung pengorbanan, perjuangan, kisah cinta, dan lain-lain dan tentunya juga ada makna yang terkandung di dalamnya. Banyak dari followers kita kan yang ga tau cerita dan maknanya, nah hal itu lah yang kita edukasi ke followers tapi dengan cara yang unik dan tidak membosankan</p>
P	<p>Oke terima kasih Ci Anin, nah <i>next</i> jadi kan di koko cici Jogja biasanya itu kan kita membentuk suatu program kerja nah disetiap angkatan itu kan pasti berbeda koordinasinya bagaimana kalian menentukan ketua atau gimana gitulah. Coba dong tolong di ceritakan mungkin ci Jessy, Ci Livia dari angkatan 2020 pada saat itu bagaimana kalian berkoordinasi untuk melaksanakan atau menjalankan suatu program kerja nanti ke tahun 2022 oleh Ci Anin dan juga ke Ci Emima? Mungkin dari Ci Livia dulu.</p>
NS3	<p>Ini dijelaskan dari pembentukan, pembagian <i>job desk</i> dan sebagainya?</p>
P	<p>Terserah ci sesuai yang kamu alami aja</p>
NS3	<p>Jadi kalau di angkatan 2020 sih biasanya tadi bener kita pilih kapten dulu yang pertama, kaptennya biasanya terdiri dari 1 koko dan 1 cici. Habis itu setelah kaptennya sudah terpilih nanti kita bagi istilahnya kaya divisi kalo misalnya di program kerja, masing – masing dengan <i>job desk</i>nya gimana. Misalnya kita tentuin program kerja kita A nih, mau di adain konsepnya gimana dan lain sebagainya, tanggalnya dan lain sebagainya kita udah diskusiin dulu. Nanti kalau kita udah dapet kaya gitunya, kita bakal adain rapat sama ikatan biasanya. Nanti di rapat ikatan itu kita apa yang udah kita dapetin selama kita diskusi di Koci 2020 nya. Terus nanti tukar pikiranlah sama ikatan, dapat masukan dan sebagainya. Terus nanti kalau udah fix nanti kita sounding ke JCACC. Koko cici dan JCACC ini kayak anak sama bapaknya, Jadi dalam satu komunitas sering kita diundang makan, ngobrol bersama dengan 14 paguyuban Tionghoa yang ada di Jogja ada PSMTI, PITI, Bhakti Putera, PASTI, Hakka, Bhakti Loka, Hoo Hap Hwee, Fi Qing, Hin An Hwee Koan, Perwacy, PUKJ, INTI, Pamitra, dan YPMJ. Nanti kalau misalnya udah oke, mulailah kita terus dijalan deh kaya gitu.</p>
P	<p>Oke, Ci Jessy aman atau ada yang mau ditambahkan?</p>
NS3	<p>Mungkin Ci Jessy mau menambahkan.</p>

NS1	<p>Iya mungkin aku cuma menitik beratkan di peran koor angkatan dan koordinasi sama ikatan sih. Jadi <i>thanks god</i> diangkatan ku, koor angkatannya Ci Livia ya sangat bisa diandalkan sekali. Meskipun ada kapten dan segala macam tetep kalau misalnya ada satu kepala lagi diatas kita bisa membantu kita berkoordinasi itu membantu banget. Dan Ci Livia telah menjalankan tugasnya dengan baik. Dan juga karna kita punya koor angkatan yang oke, koordinasi kita dengan ikatan juga sangat lancar seperti itu. Jadi apapun yang kita kerjakan selama itu tidak bertentangan dengan Visi Misi Koci itu didukung banget sih.</p>
P	<p><i>Thank you</i> Ci Jes, nah sekarang ke angkatan 2022 nih mulai dari Ci Anin dulu yang mau jawab nanti baru ditambahin sama Ci Emima ya.</p>
NS2	<p>Oke kurang lebih sebenarnya sama karna kita juga di instruksikan dari awal, dari ikatan Koci 20 bagaimana manajemen untuk menjalankan suatu proker itu. Kalau di angkatan Koci 22 itu tetap memilih kapten yang didalamnya ada koko dan cici yang masing – masing satu. Dan kami memiliki proker itu satu bulan sekali, nah baik koko dan cici yang menjadi kapten beliau berdua akan merancang proker mereka di bulan itu, kemudian mengadakan rapat Koci 22 kita membuat panitia kecil terus di <i>approve</i>. Kemudian mengirimkan proposal ke ikatan jika di acc kita lanjut. Kurang lebih seperti itu, Ci Emima mau menambahkan?</p>
NS4	<p>Mungkin saya mau menambahin aja, tadi benar memilih kapten, menentukan konsep, terus kemudian isi acara, terus kemudian melaporkan ke ikatan ‘oh konsepnya seperti ini’. Terus kemudian si acaranya divisi yang dibentuk itu ada ini.. ini.. ini.. lalu kemudian ketika kita menceritakan konsep itu bisa secara langsung atau bisa via <i>whatsaap</i> jadi mungkin dibaca oleh ikatan. Lalu kemudian sesi eksekusi terus kemudian koordinasi itu sampai publikasi. Jadi benar – benar ikatan itu akan cek mana sih yang perlu kemudian tujuannya apa biar ini semua berjalan dengan baik, terus dengan lancar, teratur sesuai <i>time line</i> dan sesuai nilai – nilai Koci Jogja kayak etos kerja tinggi dan profesionalitas si juga sangat ditanamkan di koko cici jogja, yang mana dua nilai ini juga merupakan ciri-ciri orang Tionghoa banget. Di koko cici bener-bener dilatih untuk bisa bekerja</p>

	dengan professional walaupun para anggota lainnya pastinya punya kesibukannya masing-masing
P	Oke mantap. Sekarang pertanyaan selanjutnya ini juga Ko Albert belum ikut bagian dalam ini ya karena dia memang tidaklah angkatan pandemi. Jadi pertanyaan ini hanya akan dijawab oleh Ci Jessy, Ci Livia, Ci Emima dan Ci Anin kaya tadi. Nah hambatan apa sih yang kalian rasakan dari pelaksanaan tugas kalian sebagai koko cici Jogja di masa pandemi? Kita ke Ci Emima dulu dari angkatan 2022.
NS4	Kalau masa pandemi itu keterbatasannya mungkin kita engga bisa sering ketemu, terus misalnya kasusnya naik kan juga dibatasi ya ketemunya. Nah kemudian otomatis kita harus koordinasinya lewat <i>online</i> , tentu kalo <i>online</i> sulitnya adalah mungkin lebih jelas ya kalau kita koordinasinya secara langsung. Lalu keterbatasannya juga jaringan, kemudian bisa juga mungkin kalau kaya konfirmasi – konfirmasi langsung. Mungkin kadang kan punya kesibukan masing – masing atau mungkin ada kendala – kendala tertentu mungkin itu sih dari aku. Lalu mungkin ngefollow up ya jadi memastikan semua anggota itu bisa bergabung secara <i>online</i> keterbatasannya.
P	Oke, kalau Ci Anin ada yang mau ditambahkan?
NS2	Boleh Ci, kurang lebih sudah sama seperti yang dikatakan Ci Emima bahwa kalau kita terbatas terkait melakukan interaksi secara <i>offline</i> bertemu langsung. Juga jaringan ada yang terkendala jika kita <i>online</i> , kemudian mungkin antara kecocokan waktu semisal mungkin ada beberapa koci yang ada dibagian barat, timur sama tengah. Kemudian sehingga itu menjadi kurang efektif dan kurang dapat di <i>explore</i> sih.
P	Nah kalau dari angkatan 20 kalau Ci Jes hambatannya apa?
NS1	Design, waktu itu ya kita pernah dapat tugas untuk mendesign konten itu hambatan banget sih. Beruntungnya kelompok ku dibantu sama ada satu koko, ko Ivan ya jadi oke. Gitu aja sih.
P	Ci Livia?
NS4	Kita sekelompok Ci Jess. Bener sih kaya kalo hambatannya pandemi itu yang pertama ya bener sih kaya kita harus lebih kreatif dan lebih memaksimalkan

	<p>media sosial kita kan. Yang tadi Ci Jess udah sebutkan juga sebelumnya kaya angkatannya kita pas mau masuk koko cici itu sebenarnya kaya instagramnya masih belum gimana banget kan. Bukannya gimana – gimana tapi emang dibandingkan sekarang kita udah lebih bisa memanfaatkan media sosial dengan lebih maksimal kaya gitu. tapi memang nilai <i>plusnya</i> dengan adanya pandemi mau engga mau kita harus bisa mengembangkan itu, memaksimalkan itu. Terus yang udah disebut sama Ci Emima dan Ci Anin kita juga ngalamin sih gimana susahnya komunikasi, apalagi kita waktu itu bener – bener baru awal – awal pandemi banget yang kaya ya semua serba kaya tiba – tiba harus <i>online</i> semua kaya gitu. Jadi emang komunikasinya agak terhambat gitu sih.</p>
P	<p>Oke, bagaimana pendapat kalian mengenai pelestarian budaya tionghoa yang sudah dilakukan di Yogyakarta di era digital ini? Yang pertama adalah Cici Anin.</p>
NS2	<p>Untuk pelestarian budaya tionghoa khususnya di daerah istimewa itu sendiri di era digital saat ini kian menuju dengan perkembangan industri 4.0 ya, kemudian seperti yang kita ketahui bersama bahwa revolusi industri 4.0 ini merupakan upaya – upaya yang tepat yaa.. Nah tentunya yang seperti kita lihat bersama bahwa, di <i>channel</i> youtubanya juga yang dikemas dalam bentuk pesan – pesan, pembelajarannya tipis – tipis, mengedukasi tentang budaya tionghoa itu sendiri contohnya ya kita belajar secara langsung di Hoo Hap Hwee, di sana kami anggota Koko Cici Jogja memiliki kesempatan untuk bisa mempelajari permainan barongsai dan liong. Jadi kami punya basic tentang kesenian Tionghoa karena secara tidak langsung kami adalah duta budaya Tionghoa jadi belajar dengan cara yang asik deh</p>
P	<p>Oke next ke Ci Jessy.</p>
NS1	<p>Kalau kelestarian budaya tionghoa di era digital ya kebetulan instagram yang aku <i>follow</i> di Jogja doang deh kayanya. Jadi yang aku tau memang hanya Koci yang melaksanakan fungsi pelestarian kebudayaan tionghoa via digital sih. Dan menurut aku so far sudah cukup bagus kita udah melakukan sebaik yang kita bisa, cuma masih bisa di <i>explore</i> lebih jauh lagi supaya <i>posting</i> konten itu lebih</p>

	<p>konsisten dan lebih relevan lagi. Nah kalau tadi udah disampaikan sebelumnya memang benar apa yang diposting di media sosial kita benar-benar belajar dulu, sehingga ketika kita keluar ke masyarakat kita juga bisa mempraktekkan dan bahkan mengajari mereka. Selain barongsai dan liong, di media sosial kita juga banyak menggunakan lagu-lagu chinese diposting story jadi ini juga sebagai wujud pelestarian budaya Tionghoa yang kita lakukan jadi para followers yang mendengar itu bisa tau tentang nyanyian chinese seperti apa</p>
NS3	<p>Oke, bener sih yang udah dibilangin Ci Jessy dan Ci Anin sebelumnya. Kalau misalnya kita juga udah memanfaatkan media sosial kita itu dengan baik untuk melestarikan budaya, kita kan juga udah bahas nih sebelum – sebelumnya tadi kalau misalkan kita juga setiap ada <i>event – event</i> atau apa kita pasti <i>posting</i> edukasi ya tentang budaya, tentang pariwisata, tentang sosial yang kita bisa <i>share</i> lah buat orang orang supaya orang – orang juga bisa lihat dan bisa lebih enak bacanya engga bosan dan disitu kita kaya ya memanfaatkan dengan apa yang kita bisa gitu. Waktu tahun 2020 ga bisa nih menjalankan tugas secara onsite, kita buat video akhirnya kayak berisi wish gitu untuk tahun 2021. Nah di video yang dikemas dengan bertema wish itu kita sisipkan juga tentang permainan tiongkok yaitu diabolo. Nah di video itu kita menceritakan permainan diabolo seperti apa, dan gimana cara bermainnya, bahkan kita mengajak juga jia ada followers yang ingin belajar bersama bisa banget</p>
P	<p>Oke, ke Ci Emima.</p>
NS4	<p>Kalau aku setuju ya sama yang sudah disampaikan jadi kalau misal pelestariannya lewat digital itu tetep ada <i>point</i> positifnya ya. Yang pertama itu bisa di akses kapan saja maksudnya bisa di lihat, bisa dipelajari oleh semua orang dan dipelajari kapan pun juga gitu. Terus kemudian dengan adanya lewat digital itu bisa memberikan <i>announce</i> lah ‘oh ternyata tanggal segini tuh ada kebudayaan ini’ terus kemudian mungkin kalau digital itu juga bisa memberikan info yang mungkin lebih lengkap. Mungkin ada info yang terlewat tapi kalau secara <i>vibanya</i> mungkin lebih asik secara <i>on site</i> ya, tetapi mungkin ada orang yang seperti bisa mengikuti secara <i>online</i>. Nah ya mungkin ini secara</p>

	digital, lewat media sosial atau <i>live streaming</i> dan lain sebagainya mungkin itu sih.
P	Oke, thank you Ci Em. Next ke Ko Albert.
NS5	Ini jawabannya harus jawaban bagus atau boleh jawaban jujur?
P	Jawabannya jujur aja, engga usah bagus – bagus.
NS5	<p>Kalau menurut ku sih sebenarnya tadi bener sih ya kata Ci Jessy, kalau <i>so far</i> sih baru Koci Jogja. Ya bukan cuma Kocijog lah kalau kita bicara di skala Indonesia ya berarti Koci lah, kaya gitu salah satu wadah yang sebenarnya oke gitu untuk pelestarian budaya tionghoa di era digital gini. Cuma kalau dibiling kita sudah melakukan, kita sudah melakukan. Tapi menurut ku masih sangat – sangat kurang dan sangat masih bisa digali lagi dan di <i>explore</i>. Jadi gini mungkin kalau untuk hari – hari raya, untuk pengetahuan – pengetahuan itu mungkin secara engga langsung orang yang <i>joint</i> di Koci itu <i>at least</i> akan <i>aware</i>, <i>at least</i> akan tau. Tapi kan mangsa pasar – pasar kita untuk pelestarian budaya itu masyarakat luas, dimana mereka adalah orang – orang yang follower kita atau bahkan bukan follower kita juga gitu. Tapi itu kita belum bisa menjangkau pasarnya kesitu, apalagi sejak pandemi memang kita semua <i>go online</i>, <i>go to digital</i> tapi karena kita semua <i>go online</i>, <i>go to digital</i> jadinya persaingan di era digital itu tuh bertumbuhnya makin cepet banget gitu loh. Maksudnya kalau kita bisa lihat dari awal dulu yang tiktok isinya cuma joget – joget, nari – nari sekarang itu tiktok jadi platform yang sangat amat luas. Ya maksudnya itu bisa <i>share tips</i>, bisa <i>share tutorial</i>, bisa <i>share podcast</i>, bisa <i>share film</i>, macem – macem kaya gitu. Nah tentu kita kalau kurangnya disitu gitu, kalau menurut ku yang bisa dikembangin kedepan itu kalau mau melestarikan budaya tionghoa apalagi kan mangsa – mangsa pasar kita anak – anak muda itu harus gimana caranya kita bisa mengemas edukasinya itu, atau informasi tentang budaya tionghoa itu yang harus kita lestarikan tapi bisa relate dengan <i>trend dan hype</i> anak muda zaman sekarang. Kaya gitu soalnya kalau cuma sekedar informasi kan orang – orang pasti males kaya gitu jujur aja kita sekarang kita setiap hari <i>scroll tiktok</i>, <i>scroll reels</i> cuma kaya tiga detik</p>



	<p>pertama, bosan <i>skip</i>. Jadi mau engga mau persaingan era digitalnya yang ketat sih. Jadi intinya kaya kita ini sudah, tapi masih sangat banyak ruang yang belum kita <i>explore</i>.</p>
P	<p>Oke nah ini juga menyangkut ke pertanyaan selanjutnya, gimanasih menurut kalian seharusnya peran generasi muda dalam membantu pelestarian budaya tionghoa di Yogyakarta? Nah ke Koh Albert lagi.</p>
NS5	<p>Jadi kalau emang kita mau bener – bener ke arah pelestarian budaya atau <i>at least</i> memberitahu info – info awareness tentang budaya tionghoa ya itu tadi. Kalau era digital yang pertama tadi itu, gimana kita bisa mengemas dengan konsep yang <i>hype – hype</i> anak muda zaman sekarang. Tapi itu tuh informatis, soalnya kalau sekarang kita liat kaya influencer -influencer itu cara – caranya menarik ya walaupun memang penjelasannya tidak detail. Tapi <i>at least</i> itu bisa kasih <i>awareness</i> dulu gitu, walaupun cuma kaya video.. apa ya.. aku engga bisa jelasin disini sih intinya itu kaya yang <i>trend – trend</i> itu tapi sebenarnya itu kalau kita bisa manfaatin itu tuh kita bisa selipin nilai – nilai budayanya tuh disini. Kaya pada kepo nanti baru kita bisa bikin next video part, kaya penjelasannya lebih detailnya atau kaya cek caption dibawah ya buat penjelasannya. Kalau sekarang kan yang ngetrend yang kaya gitu – gitu, itu kalau secara digitalnya. Terus secara in sitenya mau engga mau kita harus hadir gitu diperayaan hari raya, abis itu dokumentasi dan juga kita share hasil dokumentasinya kita itu ke <i>platform</i> media sosial. Karena kan media sosial <i>powerfull</i> banget ya kaya gitu. Jadi tuh kadang – kadang, walaupun mungkin kaya instagram atau temen – temen kita tuh mungkin udah sering lihat kaya postingan – postingan kita. Tapi kaya sekarang – sekarang ini tuh kaya makin – makin gitu loh, jadi walaupun orang misalkanlah contoh temen – temen ku udah sering liat walaupun udah tau aku tuh koko cici Jogja bahkan dari tahun 2018 tapi kalau tiap aku update yang tentang koko cici atau yang kaya Zhongqiu atau apa itu selalu ada aja temen – temen ku yang <i>reply</i> ‘oh ternyata ada ya acara Klenteng Poncowinatan’ ‘oh ternyata ada ya kaya Pehcun di pantai’ kaya gitu. jadi tuh kaya untung – untungan siapa yang lihat dan siapa</p>



	yang itu kita engga ada yang tau jadi mau engga mau kita harus tetap konsisten buat update di sosial medianya dan kita juga harus berperan aktif di acara – acaranya itu juga sih.
P	<i>Thank you</i> Ko Albert, <i>next</i> ke Ci Livia.
NS3	Setuju sama Ko Albert, tapi yang jelas perannya kita sebagai anak muda zaman sekarang tuh yang pertama kalau kita mau melestarikan budaya pasti harus dimulai dari diri kita sendiri dulu. Jadi menurut ku kalau misalnya kaya gini ya kita harus dari diri kita sendiri dulu yang artinya yang kaya tadi Ko Albert bilang, kaya kita ikut acara – acara, event – event budaya dan sebagainya. Nah dari situ ketika kita sudah aktif kita bisa mengajak teman – teman kita, mulai dari yang terdekat dulu lah pelan – pelan kaya gitu. Terus nanti kalau misalnya udah kita sebar ke media sosial, kaya sebar ke yang lebih luas lagi – lebih luas lagi. Dan dari situ kita bisa berperan buat istilahnya kita ngenalin ‘ini loh ada budaya kaya gini yang sebenarnya juga engga kalah asik kalau misalnya kita ikutin’ kaya gitu. Jadi yang terpenting adalah ya dari diri kita sendiri.
P	Oke <i>thank you</i> Ci Livia, <i>next</i> kita lanjut ke Ci Emima dulu ya.
NS4	Mungkin tadi sempet nyambung ke Ko Albert ya, jadi gimana sih peran generasi muda yang aku soroti apa, minimal kalau mungkin kita tidak bisa bergabung untuk merayakannya kita taulah. Ini tuh maksudnya kebudayaan apa sih, mungkin info – info lengkapnya, mungkin apa yang dilakukan dan lain sebagainya. Terus kemudian kalau bisa kita juga bisa melakukannya atau menghadiri gitu sebagai bentuk aksi nyata. Karena masyarakat tentu akan lebih tertarik ya dengan tindakan kita, aksi nyata kita. Jadi bukan hanya sekedar konten informatif yang tidak kita lakukan. Kemudian benar kata Ko Albert, kita harus kreatif. Karena memang sekarang persaingannya ketat ya, jadi kalau misalnya kita tidak memberikan kalau di era digital mungkin konten ya. Kemudian kontennya engga kreatif dan tidak menarik, orang mungkin akan memilih konten lain gitu. Jadi kalau misalnya kita ingin menarik perhatian masyarakat apalagi di era digital, kita harus kreatif kemudian melakukan inovasi – inovasi yang lain yang mungkin konsep barulah istilahnya. Terus

	<p>kemudian kalau bisa tidak hanya menarik perhatian untuk masyarakat itu untuk menonton tapi juga menghadiri acara – acara yang di lakukan. Karena kan kita ada beberapa acara yang mungkin dilakukan secara on site, juga secara umum dan masyarakat itu bisa menghadiri itu. Terus yang terakhir memang publikasi sih karena publikasi itu sangat penting jadi mungkin kalau ada masyarakat yang engga bisa hadir kita juga bisa lihat nih ‘oh ternyata kemarin tuh ada kegiatan ini.. ini.. ini..’ terus kemudian mereka bisa mengikuti atau menontonnya dari awal sampai akhir. Mungkin seperti itu.</p>
P	<p>Oke terima kasih Ci Emi, <i>next</i> Ci Jessy.</p>
NS1	<p>Kalau dari aku sih aku juga setuju sama Ko Albert, cuma yang mau aku <i>highlight</i> adalah kita harus adaptif berarti. Berarti kalau ada <i>trend</i> apa ya kita harus cepet, jangan sampe keburu <i>trendnya</i> udah basi ya kita udah engga bisa pake <i>hypenya</i> nanti. Gitu aja sih, lebih ke itu dari kesadaran dan hati nurani anggota masing – masing ya untuk ketika ada kesempatan ya kita ambil gitu jangan menunda – nunda.</p>
P	<p>Oke terima kasih Ci Jessy, <i>next</i> Ci Anin.</p>
NS2	<p>Baik terima kasih, mungkin aku secara aja ya general karena udah disampaikan oleh Ko Albert, Ci Emima, Ci Livia dan Ci Jessy. Sama seperti yang kita tau peran generasi muda apalagi kita sebagai koko cici yaitu sebagai <i>enabler</i>. <i>Enabler</i> yaitu membantu pelaksanaan berjalan yaitu untuk melakukan promosi, mendorong, dan sebagai representatif kita sebagai duta sosial, duta budaya tionghoa dan juga duta pariwisata. Nah sebagai generasi penerus bangsa Indonesia kita tentu harus memiliki rasa kebanggaan tersendiri yang multi keberagaman seni dan budayanya. Jadi semua itu kembali ke diri kita sebagaimana kita generasi muda yang ingin mengeksplor dan memperkenalkan juga dan untuk melestarikan dari diri kita sendiri itu. Kemudian maka dari itu kita generasi muda ini kita harus bisa melestarikan baik seni maupun budayanya, seperti kaya dilingkup kita Daerah Istimewa juga boleh dibilang seperti Indonesia mini. Karena dari DIY sendiri kita sudah memiliki banyak keaneka ragaman yaitu seperti budaya tionghoanya, sebagai kota pelajar juga</p>

	yang dimana terdapat budaya – budaya atau yang tergabung disini sebagai kita gitu.
P	Oke terima kasih Ci Anin. Nah setelah ini ada beberapa pertanyaan yang lebih spesifik ke media sosial dan itu juga soal teknisnya. Nah ini nanti akan di jawab oleh Ko Albert dan Ci Anin tapi kalau ada yang mau menambahkan silahkan yak arena ko albert dan ci anin terkhusus bekerja di koci untuk mulmed dan sosmed yang mengatur konten. Nah untuk pertanyaan ini dijawab oleh Ko Albert duluan, pada awalnya itu pemilihannya kan Instagram dan Youtube apakah ada alasan tersendiri dari pemilihan media sosial itu? Nah sekarang kan juga ada tiktok, apakah koko cici Jogja akan merambah dunia tiktok juga?
NS5	Itukan kita cuma ngikutin dari angkatan yang sebelumnya, kalau Youtube itu baru mulai di tahun ku karena dari ikatannya itu setelah pemilihan selesai mereka langsung <i>upload</i> yang video <i>profile</i> finalis sama video koreo <i>opening dance</i> ke Youtube koko cici. Nah jadi intinya waktu kita mulai langsung menjabat itu kaya diserahkan terimakan yang Instagram sama Youtube. Jadi yaudah kita waktu itu kan awal – awal kita ngikut doang kan, gitu jadi yaudah. Intinya kita maksimalkan di dua platform tersebut. Dan waktu itu juga memang cuman.. waktu itu kan tahun 2018 berarti yang memang lagi <i>up</i> kan instagram sama youtube. Waktu itu juga belum ada tiktok kan, terus baru <i>hype</i> nya instagram <i>story</i> kan jadi kita fokusnya kesitu. Nah barulah tahun 2020 karena efek pandemi juga jadi semua orang main tiktok. Kalau untuk merambah ke tiktok atau engga tergantu mulmed yang sekarang sih sebenarnya. Kalau bisa sih oke sebenarnya karena kalau aku lihat, sebenarnya 11 12 cuma gatau gimana algoritmanya cuma kalo tiktok tuh kalo kamu sekali viral oh kamu bisa viral banget gitu loh. Tapi kalau reels viral tuh mentok ya paling viral ya kaya jadi 20K, berapa K, tapi kalau tiktok kan sekalinya viral yang viral banget tuh bisa sampai jutaan gitu loh. Jadi sebenarnya ya lumayan menarik kaya gitu. Dan bahkan kan maksud ku kebanyakan influencer dan konten kreator pun walaupun mereka punya <i>reels</i> sama tiktok ke kontennya juga kurang lebih sama. Jadi sebenarnya sama aja tinggal di upload ke reelsnya Kocijog sama ke

	tiktoknya Kocijog kalau misalkan ada tiktok. Sebenarnya itu menarik cuma emang energinya itu.
P	Oke thanks Ko Albert, Ci Anin ada yang mau ditambahkan?
NS2	Kayanya udah sih, sebenarnya aku juga sempet bertanya – tanya kenapa sih kita engga buka tiktok, soalnya kan dari Koci Jakarta ya aku sempet lihat di FYP ku gitu ‘loh kok ada, menarik nih’ cuman mulmed ya nah ini kan mulmed lagi nih.
NS2	Sekiranya mungkin kaya seperti yang kita tau kalau aku pun juga kalau <i>stress</i> , sebagai hiburan sih tiktok itu. Cuma lebih <i>over all</i> kebanyakan dan lebih resminya itu di Instagram gitu. Kalau tiktok cuma sekedar konten – konten yang.. ya ada sih beberapa pejabat negara kaya Pak Ganjar ya emang buat tiktok. Tapi itu sebagai menurutku karna kita ini menjelang mau pemilihan presiden kali ya. Tapi <i>over all</i> aku lebih setuju sama instagram sama youtube aja gitu.
P	Oke, <i>next</i> nah gimana sih selama kalian tergabung di divisi multimedia dan sosial media? Gimana sih proses pengemasan konten di media sosial koko cici Jogja dan biasanya tuh apa aja sih, siapa aja yang terlibat dan mereka punya <i>job desk</i> apa aja? Ci Anin dulu ya.
NS2	Oke baik. Biasanya kalau untuk pengemasan suatu konten itu dari angkatan ku ya Ci karena angkatan ku jadi Koci penugasan pada saat ini gitu. Nah kalau dari kami sendiri seperti yang sudah pernah aku singgung jadi itu kita membuat kaptennya 1 koko 1 cici, kemudian kita rapat Koci internal 22.
P	Sorry, btw ini untuk pembagian di media sosial doang, di mulmed doang.
NS5	Oh di mulmednya doang, oke. Kalau untuk media sosial di koko cici Jogja itu sendiri dari angkatan ku kita terbagi dari 2. Jadi yang pertama ada Koci editing yaitu koko cici yang akan mengedit segala sesuatu yang buat konten – konten seperti itu, kemudian ada koko cici yang bagian kreatif. Nah tim kreatif ini kebetulan aku sendiri yang pegang sama Ko dewa, juga Ci Gaby. Jadi tugas kami adalah selain untuk menunggu postingan dan editan dari koko cici itu,

	kita membuat caption, buat story dihias-hias pake gift, pakai emoticon, pakai gambar, pakai lagu supaya menarik perhatian deh
P	Oke terima kasih Ci Anin, nah ini mungkin dari bapak Albert udah bertahun – tahun ya.
NS5	Ini berarti aku jawabnya gimana? Tahun ku atau gimana nih?
P	Yang ini aja yang pandemi.
NS5	Oh pandemi, berarti apa? pembagian tugasnya atau gimana?
P	Iya misalnya nih waktu kamu kan juga bagian sosial media tuh, nah bagaimana kamu proses pembuatan pesan media sosialnya itu. Apakah kamu membagi tugas ke orang – orang yang memiliki tugas masing – masing?
NS5	Oke berarti waktu khusus yang di imlek 2021 ya, jadi waktu itu kan ngide tuh karna kaya <i>for the first time</i> . Karena kan kita biasanya kalau konten imlek kan kita cuma salam abis itu isinya 01.01.31 setiap tahun gitu, jadi itukan 2021 kaya <i>for the first time</i> kita harus ada konten imlek. Jadinya gitu karna engga ada pemilihan ya kaya gitu. kadi kaya waktu itu ‘mau bikin apa?’ ‘mau bikin apa?’ endingnya yaudahlah jadi mau bikin itu. Kalau pembagian itu dulu secara engga langsung aku itu dulu jadi kepalanya, abis itu aku bagi sama.. nah itu kan prosesnya kan terlepas dari mulmed yang sudah ada jadi aku langsung waktu itu aku engga bisa bilang <i>handpick</i> juga sih. <i>Handpick</i> engga ya? <i>Handpick</i> sih karena aku mengajak beberapa personil yang mau terlihat di <i>project</i> ini kaya gitu. Jadi aku awalnya ajak orang – orang yang bisa diajak diskusi dulu, kaya koornya dulu, tim – tim koornya dulu. Setelah ada konsep kita baru pilih talent kaya gitu. terus barulah kita <i>reach out</i> ke <i>talent – talent</i> dari situlah kita jalan untuk pembagiannya. Dari situlah kita jalan pembagiannya itu untuk bagian designnya sendiri waktu itu aku bagi 2 antara aku sama Mei. Mei yang design untuk cover untuk di instagramnya dan aku yang edit videonya. Aku yang edit videonya terus aku juga ada tambahan Novera, yang pada saat itu dia koor mulmednya jadi intinya mau engga mau aku harus koordinasi sama dia dan dia juga yang ngurus konten KociTalk waktu itu. Jadi waktu itu kaya emang harus koordinasi supaya feednya KociTalk sama

	feednya fate itu nyambung. Kaya gitu sih kalo pembagian yang konten imlek waktu itu.
P	Oke baik, nah <i>next</i> ke hambatan. Nah hambatannya apa nih kalau kalian di divisi multimedia dan sosial media yang secara engga langsung di masa pandemi ini bekerja bagai kuda? Nah hambatannya dari Ci Anin apa?
NS2	<i>Over all</i> kalau untuk hambatannya mungkin secara general itu dari <i>human resourceny</i> ya. Jadi misalnya pembagian <i>job desk</i> dan kebetulan seperti koor – koor itu, untuk koor mulmed dari angkatan ku sempet ada perpindahan gitu jadi ada transisi perpindahan koor dan dari perpindahan koor itu dari sebelumnya juga agak gimana ya bahasanya ya.. ya begitu.
NS2	mau diperhalus cuma engga bisa ya, <i>over all</i> sebenarnya dari <i>human resourceny</i> aja sih. Bagaimana kita lebih bisa berkomunikasi lebih baik lagi gitu.
P	Ko Albert, hambatan.
NS5	Hambatannya sama sih masih selalu di SDM kaya gitu. Karena memang untuk di divisi mulmed, bedanya dengan di divisi lain kita adalah divisi yang mau engga mau kita harus ada skill. Kaya kalau di divisi eksternal, divisi internal sama humas itu kan masuknya ada divisi yang kita bisa sama – sama belajar. Tapi kalau mulmed itu sorry to say kalau kamu mau mulai dari 0 itu susah. At least kamu harus ada basic sih kaya gitu, apalagi karena standart mulmednya Kocijog kan kita kaya udah ada, udah terbangun. Jadi mau engga mau orang – orang mulmed itu harus punya skill yang mempertahankan standar itu. Jadi emang susah nya di human resource itu sama paling konsep kedepannya dan sebagainya sih paling.
P	Oke, berarti kalau untuk kaya.. gimana ya.. tadi kan kalau mau membuat pesan di sosial media di era digital kan harus mengikuti trend dan bla.. bla.. bla.. Nah menurut kalian untuk mencari referensi dan kreatifitas untuk membentuk suatu pesan yang oke itu punya kesulitan engga gitu? kalo Ko Albert.
NS5	Iyalah, kita konten biasa aja susah.
P	Oke.



NS5	<p>Sebenarnya kalau susah engga, cuma kalau kaya di divisi mulmed kita kan untuk saat ini udah lumayan full dalam artian kan setiap orang udah ada <i>job desknya</i> masing – masing. Jadi kayanya kalau kita mau ada itu kaya minimal kita harus ada satu orang satu khusus yang memang dia mikirin itu, dia yang memantau trend kaya gitu. Maksudnya kalau dengan kondisi mau di pasrahin ke orang mulmed kita lagi yang sekarang, agak repot sih. Atau ada tambahan tenaga gitu dan itu engga harus mulmed kalau cuma di yang ngikutin <i>trend</i>, bantu – bantu mikirin konsep menurut ku itu tidak harus mulmed. <i>Soft skill</i> yang aku bilang tadi itu lebih ke mengeksekusi dari konsep menjadi konten. Tapi kalau untuk secara konsepnya sendiri menurut ku itu engga harus mulmed sih.</p>
P	Oke, Ci Anin ada tambahan?
NS2	Kurang lebih cukup.
P	<p>Oke, nah sekarang pertanyaan selanjutnya masih di Ko Albert dan Ci Anin. Selama kalian di multimedia apakah ada cara tertentu yang menjadi ciri khas koko cici Jogja dalam membentuk pesan di media sosialnya? Mungkin kan dari segi mungkin mulmed <i>designnya</i> kah, kaya misalnya menyamakan warna, terus apakah dari segi <i>font</i>, atau misalnya dari segi upload di <i>story</i> ada <i>icon</i>.. kalau dulu pas imlek aku inget banget ada <i>icon</i> koko dan cici yang dibuat secara kartun. Itu jadi maksudnya itu cara – cara yang bikin orang tuh jadi inget Koci gitu. Nah kalau menurut kalian selama di multimedia gimana?</p>
NS5	Apakah boleh diulang pertanyaannya?
P	Apakah terdapat cara tertentu yang akhirnya itu menjadi ciri khas koko cici dalam membentuk suatu pesan di media sosialnya gitu? kaya yang itu dilakukan secara <i>continue</i> gitu.
NS5	Oh ini aku duluan yang jawab?
P	Iya kamu duluan yang jawab.
NS5	Oke ciri khas ya dimulai baju penugasan yang kita gunakan ya, koko menggunakan Cheongsam dan cici menggunakan Qipao. Walaupun sudah berakulturasi dengan budaya jawa di mana terdapat motif batik di baju



	<p>penugasan, namun terdapat motif Tionghoa di bagian leher baju cici dan bagian kancing baju koko. Model seperti itu sangat menunjukkan baju dengan model Chinese jadi melambangkan identitas kita. Tapi kalau dihubungkan menjadi sebuah kaya cara untuk menyampaikan pesan engga juga sih sebenarnya itu kaya lebih ke teknis kita <i>handle</i> design doang gasih sebenarnya. Maksudnya kalau cuma cara – caranya lebih ke sistem kerja engga sih? Maksudnya kalau penugasan oke, berarti kan pake <i>frame</i> penugasan tuh. Terus paling kalau cuman cara – cara yang pastinya kan kita harus menyertakan logo kita disetiap <i>design</i>. Paling itu doang, kalau untuk warna dulu sih kita untuk menentukan warna angkatan. Tapi semenjak tahun 2020 itu kan saya jadi jauh fleksibel karna kita pingin <i>explore</i>. Kalau dulu kan kita engga boleh ganti tuh dulu aturannya kaya gitu jadi waktu 2018 kita pake dikanan ini sama ini.. terus ganti itu cuma sekali waktu pemilihan. Dan itu terjadi hal yang sama di 2019 juga gitu, nah 2020 pun dulu awalnya sempet mau kaya gitu tapi karena pandemi dan sebagainya jadi mau engga mau kita coba tema <i>design</i> yang lain. Dan itu berlanjut sampai sekarang di 2022. Ada sempet warna angkatan terus ganti kan jadi kaya gitu.</p>
NS3	<p>Nambahin aja ya soal identitas dikit, selain menggunakan baju penugasan, di acara-acara tertentu juga kita mengenakan baju peranakan Tionghoa yang sudah berakulturasi dengan budaya Jawa. Jadi tetap terkesan chinese dan ditambah dengan aksen jawa. Pemilihan baju ini untuk menunjukkan identitas diri kita sebagai orang Tionghoa yang terbuka dengan budaya Jawa karena secara tidak langsung kami berada di Yogyakarta yang kental dengan budaya Jawa</p>
P	<p>Oke mantap. Nah Ci Anin ada yang mau ditambahkan?</p>
NS3	<p>Boleh, jadi kalau cara tertentu secara spesifik sih secara teknis seperti yang Ko Albert bilang. Dan over all kalau secara orang awam yang bisa lihat itu pokoknya dari semua sosial medianya koko cici itu sangat rapih.. rapih banget. Jadi kaya misal seperti penggunaan kalimatnya, terus ada emoji – emojinya, terus begitu di upload di story itu bener – bener rapih tengah, ‘ini kurang rata</p>

	<p>kiri’ ‘ini kurang rata kanan’ jadi menurut ku sebagai pemegang Ignya Koci itu bener – bener sudah tau oh iya seperti ini. Udah sih kurang lebih itu terkonsep, captionnya juga menggunakan di awal dan akhir, terus ada logonya juga, ada tag JCACC dan juga Koci yang penugasan pada saat itu. Misalnya ya di postingan Instagram kita sering menggunakan aksara dan ejaan mandarin contohnya di konten Tiongeciu kemarin di feeds dan di caption itu kita pakai aksara mandarin, ejaan bahasa mandarin, dan juga kita lengkapi sama artinya supaya followers ngerti apa yang kita posting. Selain postingan tiongeciu kemarin, sudah banyak kok postingan lainnya yang kita menggunakan aksara mandarin kayak gitu, contohnya Hari Kartini 2022, Festival Tiongeciu 2021, Festival Qi Xi 2021, Festival Peh Cun 2021, Cap Go Meh 2021, Imlek 2021, Festival Tiongeciu 2020. kita juga karena based di Indonesia dan berasaskan Pancasila jadi kita juga membuat konten-konten perayaan hari besar nasional kayak natal, idul fitri, paskah, jumat agung, waisak, dan teman-temannya. Biasanya kita buat di design feed dan story juga jadi sebagai wujud nasionalisme juga si</p>
NS1	<p>Aku mau menambahkan biasanya ada kata-kata yang sering kita gunain antar sesama koko cici atau di media sosial juga contohnya Nihao dan Xiexie itu udah jadi ciri khas kita sebagai Koko Cici Jogja. Nihao artinya halo, Xiexie artinya terimakasih, dua kata ini berasal dari bahasa Mandarin. Kita selalu gunain untuk menyapa, di chat grup juga kita selalu gunain, bahkan sampe ke medsos koci atau medsos pribadi jadi sering dibawa”</p>
P	<p>Oke, nah ini pertanyaan terakhir untu Ko Albert dan Ci Anin yang dijawab berdua. Biasanya dalam mempublikasi suatu konten hal – hal apa sih yang paling <i>crucial</i> yang harus diperhatikan untuk pada akhirnya menghasilkan suatu konten yang bisa dinikmati oleh para followers? Ci Anin.</p>
NS2	<p>Jadi sebenarnya kalau mau dilihat untuk konten yang bisa menarik perhatian itu banyak macamnya. Tapi dari koko cici sendiri itu ada di bobot kontennya. Jadi segala sesuatunya dipersiapkan betul – betul matang dari tahap produksi sampai pada produksi. Jadi orang yang membuat konten itu siapa, siapa pelaksananya, kemudian bagaimana <i>talentnya</i> itu sehingga kita bisa mengemas dengan baik dan bagus. Karena seperti yang kita ketahui bersama</p>

	bahwa netizen itu sangat jeli jadi ya kita juga engga mau kalah dalam mempersiapkan konten – konten yang sangat bagus.
P	Oke <i>thank you</i> Ci Anin, <i>next</i> Ko Albert.
NS5	Boleh agak diulang ga aku tadi agak bengong dikit pas kamu ngomong pertanyaannya?
P	Jadi kalian sebagai multimedia apa aja sih yang diperhatikan yang <i>crucial</i> gitu sehingga kalian itu bisa menghasilkan suatu konsen yang bisa dinikmati para followers?
NS5	Hal yang perlu diperhatikan, tata letak <i>lay outing</i> kalau secara teknis. Ya itu sih pertama kali konsep kaya gitu, pasti konsepnya dulu mau kaya gimana supaya kita bisa <i>deliver</i> pesannya itu mau kaya apa. terus habis itu barulah kita dari konsep itu masuk ke eksekusi ‘oke kita mau <i>design</i> nya’ atau ‘kita mau gimana’ kita mau caranya <i>publish</i> ini ke media sosial. Kaya bahasa apa yang mau kita pakai, terus caranya gimana. Maksud ku kan engga sekedar kita cuma ini, tapi kan kita sering pake <i>gimmick – gimmick</i> dulu ‘ oh kita <i>open polling</i> dulu’ ‘ <i>open vote</i> dulu’ kaya gitu. yang perlu diperhatikan sih paling kaya gitu – kaya gitu. Kalau kaya secara <i>lay outing</i> dan kawan – kawan itu teknis <i>design</i> sih gitu.
P	Nah sekarang kembali ke dua pertanyaan terakhir dijawab oleh semuanya ya. Menurut kalian apa sih yang perlu di tingkatkan atau diperbaiki dari koko cici Jogja khususnya di media sosialnya?
NS4	Kalau menurut aku sih sebenarnya udah bagus ya karena mungkin engga dari orang mulmed. Mungkin yang harus di perbaiki engga ada sih, mungkin kalau mau memikirkan inovasi – inovasi terbaru atau konten – konten yang konsepnya berbeda mungkin itu bisa sih. Misalnya lebih mengikuti perkembangan zaman yang ada. Cuma kan memang pasti ada beberapa keterbatasan tertentu kaya sumber dayanya, terus kemudian waktunya, mungkin lebih ke itu aja sih ke saran aja
P	Oke, Ci Anin.

NS2	Kalo dari aku yang ditingkatkan itu mungkin seperti mengajak kolaborasi bersama <i>audience</i> atau masyarakat untuk berperan aktif. Seperti misalnya seperti kita berkolaborasi dengan kaya seperti Pak Bobby kemarin, atau duta - duta lain. Jadi kita lebih teresponse juga dari segi media sosialnya. Kalau untuk yang diperbaiki ya itu lebih ke internal Koci ya, itu evaluasi setiap saat dari mulmed sendiri yaitu penguploadan konten yang <i>on time</i> seperti itu.
P	Oke <i>thanks</i> Ci Anin, Ci Jessy udah <i>ready</i> ?
NS1	Iya, kalau aku sih mungkin tadi karena diberi ide ya jadi kita engga boleh kalah sama Koci Jakarta tapi kembali lagi nanti karena yang melaksanakan adalah koko cici angkatan aktif. Seandainya kalau memang bisa kita merambah ke tiktok itu mungkin lebih baik.
P	Oke mantap Ci Jes, Ko Albert.
NS5	Kalau yang perlu ditingkatin sih menurut aku itu gimana cara kita membangun <i>audience</i> dan bagaimana kita bisa <i>engaged</i> lebih sama <i>audience</i> . Karena kaya kita tuh seengganya udah modal <i>followers</i> , ya aku engga tau sih semuanya aktif atau engga. Pasti kalian udah sering lah <i>follow – follow</i> influencer atau olshop – olshop, bahkan olshop sekalipun merekapun di Instagram kan kaya bisa sangat <i>engaging</i> kan. Mereka udah pasti tau kan, pasti followernya akan menunggu kaya kapan barangnya PO, kapan barangnya dijual lagi dan sebagainya. Gimana kita bisa menggunakan ‘teknik – teknik’ itu supaya kita bisa <i>engaging</i> ke <i>audience</i> . Jadi kaya ig kita tuh diluar kita bisa informatif tapi kita juga bisa menjadi bener – bener media sosial. Maksud ku kita tuh bisa berkomunikasi sama <i>followers</i> gitu itu sih menurut ku yang kurang.
P	Dan pertanyaan terakhir harapan kalian untuk pelestarian budaya tionghoa di era digital? Ko Albert lagi aja.
NS5	Harapannya itu semoga kedepan – kedepannya itu makin banyak.. maksudnya gini seberapa sering kita itu kaya tiap kita liatin sosial media atau kita lagi <i>scroll</i> dimana pun, seberapa seringkah kita lihat budaya tionghoa itu terbahas gitu. Harapanku kedepannya semoga budaya tionghoa itu bukan cuman kalo orang denger itu cuman ‘ah itu mah ngebosenin’ ‘ah itu mah cuman <i>old school</i> ’

	itu juga bisa hal yang dirasa keren loh untuk anak muda kalau kita tau tentang budaya tionghoa. Dan semoga ya makin banyak aja sih di sosial – sosial media, karena jujur kadang – kadang aku tuh ngeliat kalian – kalian itu ngepost kaya gitu atau siapapun terus ada tentang Koci. Kaya nongol di sosial media itu tuh kaya ada rasa sedikit rasa seneng sama ada rasa bangga.
P	Oke mantap, <i>thank you</i> ko Albert. <i>Next</i> ke Ci Emima.
NS4	Jadi harapannya itu sih makin banyak masyarakat yang tentunya tertarik mengenal lebih luas lagi terkait budaya tionghoa melalui era digital. Dan diharapkan dengan adanya konten – konten yang kreatif masyarakat itu tidak memandang ‘oh apasih budaya? Membosankan deh’ tapi dengan adanya inovasi – inovasi, konten – konten kreatif itu mereka malah jadi lebih tertarik, kagum, terus kemudian bisa dibilang tadi bangga juga. Terus kemudian harapannya bukan hanya satu arah, tetapi dua arah. Bukan hanya mereka melihat, tapi mereka juga ada rasa penasaran mungkin kaya tanya ke kita. Kita juga bisa komunikasi, saling sharing kaya gitu sih.
P	Oke, <i>thank you</i> Ci Emi. Ci Anin.
NS2	Harapannya ya seperti Ko Albert dan Ci Emima tadi kemudian bisa kita bisa lebih explore, kalau di era digital sekarang kan sudah banyak ya. Semakin banyak pilihan lah begitu. Kalo aku mungkin akan membahas lebih ke diri sendiri dulu karena dari pengembangan budaya tionghoa memiliki nilai – nilai luhur yang teramat sangat banyak. Jadi dari diri kita sendiri dulu untuk bisa mengelaborasi nilai luhur yang ada sehingga kita bisa memakai itu dan menjadikan etos kerja yang baik di era digital ini secara maksimal sebagai generasi muda. Hampir secara garis besar makna yang terkandung di hari-hari orang Chinese itu mengandung makna kekeluargaan. Nah nilai-nilai budaya Tionghoa ini kita storytelling di caption atau distory postingan kita supaya follower juga paham dengan budaya Tionghoa yang sangat mementingkan nilai kekeluargaan
P	Mantap, Ci Jess.
NS1	Iya kalau pelestarian budaya tionghoa engga harus melalui Ig Koci aja tapikan semua kita yang udah tergabung di koko cici Jogja itu termasuk duta budaya tionghoa ya. Apalagi angkatan aktif, jadi boleh banget tuh kita juga promosiin

	<p>budaya tionghoa lewat <i>insightment</i> kita sendiri. Contoh nyata yang aku lakukan adalah aku sering ngepost pakai bahasa mandarin. Ya dari hal – hal yang kecil kaya gitu, udah termasuk sih kalau kita ada dekat dengan budaya tionghoa. Seperti itu.</p>
P	<p>Mantap, terima kasih semuanya karena ini sudah menjadi akhir dari FGD kita. Terima kasih untuk waktunya, jawabannya, untuk satu setengah jamnya maaf mengganggu dan mengambil waktu kesibukan kalian. Aku tau kalian sibuk, <i>thank you guys</i>.</p>



## Lampiran Wawancara Mendalam Pelestarian Budaya Tionghoa Koko Cici

### Jogja

Keterangan

NS1: Ketua Ikatan Koko Cici Jogja 2022

NS2: Ketua Divisi Multimedia dan Sosial Media 2022

NS3: Ketua Pelaksana Pemilihan Koko Cici Jogja 2022

NS4: Ketua Pelaksana Kue Bulan Koko Cici Jogja 2022

NS5: Ketua Pelaksana Fate Webseries Koko Cici Jogja 2021

P: Pewawancara

### Identitas:

NS1: Ketua Ikatan Koko Cici Jogja 2022

### Keterangan Wawancara:

Hari, Tanggal : Sabtu, 3 Desember 2022

Waktu : 19.00 WIB

Lokasi : Zoom Meeting

Transkrip	
P	Halo Ci Jes, thankyou ya aebelumnya udah menyempatkan waktunya
NS1	San tai Ci Cath, yuk kita mulai aja nih wawancaranya
P	Oke kita langsung ke pertanyaan pertama aja ya ci
P	Oke pertanyaan pertama ya ci jes, dalam proses pengemasan pesan hanya dilakukan oleh tim multimedia dan sosial media atau ada anggota lain yang dapat ikut bergabung ya?
NS1	Kalau dalam proses pengemasan pesan dan publikasinya dalam Koko Cici Jogja memiliki tim tersendiri yaitu tim multimedia dan sosial media. Di tim itulah mereka menggodok konten-konten yang akan dipublikasikan dari segi teknis hingga implementasi namun kesempatan untuk memberi ide ataupun saran terbuka untuk umum. Tapi biasanya tim multimedia dan sosial media



	yang akan membahas digrupnya sendiri terus baru difloorkan ke grup yang isinya semua anggota
P	Disinikan Ci Jes sebagai ketua ikatan ya, Kontribusi Ci Jes dalam konten-konten yang diupload itu seperti apa?
NS1	Oke jadi kalau bicara kontribusi memang kontribusi aku tidak sebesar koci tim mulmed dan sosmed. Aku masuk dalam grup dan bertugas untuk memonitor jalannya proker itu dengan tepat dan sesuai timeline, namun memang disaat diskusi diperlukan pendapat aku akan mengutarakan pendapat aku, terus sekiranya koci lagi butuh bantuan buat caption atau cari ide aku juga ikut berkontribusi jika memang diperlukan. Ya jadi lebih ke monitoring aja si kalo aku.
P	Oke pertanyaan next aja ci jes, selama masa pandemi in ikan pelestarian budaya Tionghoa tetap dilaksanakan ya ci jes? kira-kira sebagai ketua ikatan gimana caranya berperan untuk tetap menjalankan proker yang ada padahal banyak ya kendalanya pas FGD kemarin
NS1	Tetap kita jalankan pastinya, jadi sebagai ketua ikatan ya pastinya aku yang mengambil langkah pertama ya untuk bisa mengingatkan kepada koci yang menjabat untuk mempersiapkan kira-kira di proker kali ini akan membuat apa selanjutnya aku tinggal menunggu progress dari mereka si kalo ada kesusahan ya aku bantu mereka pastinya
P	Wah jadi ci jess jadi yang reminder lah yaa, proker itu bentuknya akan sama atau berubah ci untuk setiap pelestarian budaya Tionghoa?
NS1	Untuk proker sama tapi kalau untuk bentuknya kita serahkan untuk dibungkus seperti apa oleh koci yang menjabat jadi mau membuat video atau kolaborasi itu terserah mereka. Aku sebagai ketua ikatan dan anggota ikatan lainnya menunggu progress dan update serta ngecek aja si kekurangannya apa dan apa yang perlu di persiapkan gitu biasanya flow nya
P	Oke ci jes, lalu untuk media sosial Koko Cici Jogja menurut ci jess sepenting itu ya peranannya dalam membantu menjalankan tugas sebagai duta budaya Tionghoa?

NS1	Selama pandemi ini jawabannya iya, medsos udah kayak jalan ninja kita untuk tetep bisa jalanin proker yang ada kayak hidup kita banget la. Target kita anak muda, dan yang bisa diakses dimana aja kapan aja sekarang medsos jadi ya bener-bener hanya itu doang yang kita punya selama masa pandemi ga bisa kemana-mana itu ya
P	Apakah konten-konten yang dipublikasikan menurut ci jes punya impact ke audiens?
NS1	Kalau impact sejujurnya aku ga bisa bilang iya dan tidak, karena posisi aku disini sebagai anggota koko cici yang mempublikasikan pesan itu ya. Tapi kalau dilihat selama pandemi ini pesan yang kita berikan ada feedback dari audiens entah dari like, komentar, dm yang diberikan. Ada ketertarikan ataupun penerimaan pesan si yang aku lihat.
P	Sejauh apa si pelestarian budaya itu dilakukan oleh Koko Cici Jogja ci jes?
NS1	Sejauh apa hmmm, memang ga semua si yang kita lakukan sampai saat ini kita melakukan yang sewajarnya dilakukan atau dirayakan di tradisi tionghoa. Namun memang harapannya kedepannya bisa lebih meluas lagi ya
P	Nah hambatannya apa si ci jes, kenapa belum berkembang dan meluas?
NS1	Hambatannya hanya 1 si menurut ku SDM nya karena SDM kita ya hanya 20 orang aktif untuk 2 tahun jabatan belum lagi 20 orang itu aka nada seleksi alam aktif dan ga aktif, jadi keterbatasan sdm kyang aman proker kita itu padat bisa dibilang
P	Oke ci jess kita lanjut ya, kalau untuk kedepannya apa si yang perlu dikembangkan untuk medsos koci?
NS1	Pastinya bisa terus berkembang ya dari segi design segi isi dan segi penyampaian ke audiens ya. Bisa memikat audiens dengan konten-konten yang edukatif dan semakin bisa adaptif untuk mengikuti perkembangan media sosial yang berkembang waktu ke waktu
P	Wah thankyou banget ci jes untuk jawaban dan waktunya juga
NS1	Sama-sama ci cath, sukses untuk skripsinya ya kalau ada yang mau ditanyakan silahkan ditanyakan aja ya digali gali kembali

P	Oke siap ci jes, thankyou aku end meet ya
---	-------------------------------------------

**Identitas:**

NS2: Ketua Divisi Multimedia dan Sosial Media 2022

**Keterangan Wawancara:**

Hari, Tanggal : Sabtu, 3 Desember 2022

Waktu : 15.30 WIB

Lokasi : Zoom Meeting

	<b>Transkrip</b>
P	Halo ci Anin, gimana kabarnya ci? Thankyou for helping me ya ci
NS2	Wah baik sekali ci cath, my pleasure ci cath
P	Oke tanpa berlama-lama lagi, kita langsung aja mulai wawancara nya ya ci nin?
NS2	Yaps boleh banget ci cath, ini pertanyaannya soal medsos kan yaa?
P	Betul banget mendalam soal medsos ya, nah kamu kan megang sosmed ya, apa si yang km lakukan dengan sosmed koci?
NS2	Yang aku lakukan ya tentunya upload konten ya ci dan membuat gimana caranya konten itu bisa catchy dimata audiens jadi over all kalau secara orang awam yang bisa lihat itu pokoknya dari semua sosial medianya koko cici itu sangat rapih rapih banget. Jadi kaya misal seperti penggunaan kalimatnya, terus ada emoji – emojinya, terus begitu di upload di story itu bener – bener rapih ‘ini kurang rata kiri’ ‘ini kurang rata kanan’ jadi menurut ku sebagai pemegang Ignya Koci itu bener – bener sudah tau oh iya seperti ini. Udah sih kurang lebih itu terkonsep, captionnya juga menggunakan Nihao di awal dan Xiexie diakhir, terus ada logonya juga, ada hastag, dan tag JCACC dan juga Koci yang penugasan pada saat itu. Ya continue seperti itu ci cath.
P	Boleh dong ci, coba explain step by stepnya apa aja yang kamu lakukan pas kamu mau upload konten di medsos koci?

NS2	Langkah pertama yang dilakuin pastinya menyesuaikan ya kontennya foto, video, atau sekarang udah ada reels. Nah biasanya untuk posting foto ya tinggal foto aja, tapi kalao video atau reels itu kita menyiapkan cover depan karena sekarang udah ada fitur cover jadi bisa lebih catchy di mata untuk tampilannya. Secara keseluruhan si kita konten di feeds itu lebih banyak bentuknya foto ya dari pada video, video itu lebih banyak di posting kalau ada event-event tertentu kayak hari raya besar Tionghoa karena video bentuknya lebih menarik dan ga membosankan jadi lebih banyak viewersnya. Kalau kita ga posting videonya di feed paling engga di story pasti ada video terkait acara itu. Nah kalau foto paling foto penugasan, ucapan hari raya kayak paskah, hari kartini, dan semacamnya gitu
NS2	Yaa setelah kontennya udah ready, tim sosial media pake fitur caption untuk menyampaikan pesan ke followers. Diawal akhir pake nihao xiexie udah pasti, terus kasih sedikit rangkuman tentang kontennya, biasanya kalo tentang hari raya gitu kita kasih caption yang mengedukasi misalnya “hari raya imlek dirayakan setiap tanggal 5 penanggalan chinese jadi orang tau nih tentang hari raya imlek”, atau informatif kayak “koko cici jogja mengadakan penugasan atau acara”. Lalu ada call to action seperti “yuk mau tau lebih lanjut? Simak postingan” kayak gitu si secara keseluruhannya
NS2	Hashtag juga pasti kita gunain si lebih ke untuk ngelompokin postingan kayak penugasan ada hashtagnya sendiri, misal event pehcun ada hashtagnya sendiri, walaupun hastagnya setiap angkatan itu berbeda-beda tapi gapapa juga si walaupun harusnya konsisten penggunaan hashtagnya
NS2	Nah fitur Instagram yang kita update terus itu instagram highlights juga, jadi setiap event atau acara atau proker kita punya highlights ya sendiri jadi kayak rekapnya gitu deh di Instagram kita. Semisal mau liat yang 1 tahun lalu itu bisa dilihat di highlights kita kayaknya smape 2 tahun lalu masih kita simpen deh dihighlights kita
NS2	Terus ya fitur komentar, untuk konten-konten tertentu itu bisa komentarnya sampe banyak banget ga hanya orang internal aja yang komen, nah disitulah

	<p>kita bangun hubungan sama mereka dengan cara kita balesin komentar mereka. Kita pakai emoji, bilang xiexie, intinya kita membangun kesan yang ramah dengan followers kita</p>
NS2	<p>Banyak juga loh ternyata followers yang pengen tau informasi tentang Koko Cici Jogja, misalnya ada event yang terbuka untuk publik nah banyak diantara mereka yang ingin tau lebih dalam terkait acaranya jadi sampe nge dm kita. Nah ini juga jadi alat untuk kita bisa memperkenalkan budaya Tionghoa ke eksternal ya, jadi kami berusaha menjawab dengan cepat, dan ramah tentunya</p>
NS2	<p>Sejujurnya kita ga fokus untuk naikin likes dan jumlah followers kita ya, kita lebih fokus untuk cari ide dan bikin konten yang bisa merealisasikan tugas kita sebagai duta budaya Tionghoa sih. Kalau fitur followers dan likes kita secara alami aja seberjalannya waktu tu akan bertambah kalau memang konten dan isi Instagram kita disenangi sama publik ya, dan untuk yang follow aja itu kita ga follback balik jadi yang di follback ada memang anggota dari Koko Cici Jogja aja</p>
	<p>Kalau Instagram live pas masa pandemi tuh kita sering live sama koci provinsi lainnya untuk bahas tentang kebudayaan Tionghoa kayak Pehcun, Tiongiu, Zhongjiu, dan semacamnya. Jadi kita kayak buat sesi QnA gitu uteris followers kita bisa join livenya dan bisa nanya juga. Pertanyaan mereka langsung kita jawab saat itu juga, antusiasnya lumayan baik pada saat itu kurang lebih 50 penonton lah yang ikut live kita</p>
	<p>Instagram story ini jadi mainan kita dan butuh banyak ide, karena kita sering pakai gimmick gitu untuk mincing followers ngikutin story kita. Kita juga pakai tambahan fitur yang disediakan story ig kayak lagu, emoji, tulisan, dan semacamnya jadi tampilan visualnya lebih menarik lah ga monoton ada ceritanya. Kalau story itu enak dalam hitungan jam kita udah bisa engage sama minimal 100-200 followers jadi kami merasa story tuh harus aktif</p>
P	<p>Waw sangat lengkap ya bunds step by stepnya, jadi memang biasanya prepare lama ya ci nin?</p>

NS2	Yes ci cath, jadi udah kita cicil si jadi ga langsung kita lakuin seabrek gitu supaya terprepare dan meminimalisir kesalahan
P	Mantaps sekali, nah kalau youtube itu kamu juga yang pegang?
NS2	Yes betul mulmed dan sosmed juga yang megang ci
P	Oke ci boleh dong kalau sekarang infoin gimana step-stepnya untuk upload konten apa aja yang dipersiapkan oleh tim mulmed dan sosmed?
NS2	Oke ci cath, pastinya pertama kita prepare judul videonya, terus captionnya juga mau ditulis apa, sama nyiapin foto cover thumbnailnya itu. Caption pastinya akan ada nihao dan xiexie ya balik lagi itu identitas kita jadi akan selalu digunakan. Dibagian caption juga kita siapin hashtag yang sesuai sama videonya untuk buat video yang diupload semakin mudah ditemukan. Untuk stepnya ga sulit si menggunakan youtube
	Biasanya divideo yang diupload ada yang komentar, nah kita tim sosmed balesin satu-satu dikolom komentar itu. Kita bales pake nihao, xiexie, terus juga yang ramah pakai emoji untuk bangun kesan yang baik di subscribers kita. Likes juga kita ya biasa biasa aja itu alami pure dari subscribers yangkasih, kita ga beli beli likes la. Paling itu aja si sebenarnya kalau yang di Youtube yang kita gunain semoga kedepannya kita bisa lebih explore lagi penggunaannya
P	Oh kalau youtube ga terlalu banyak ya ci nin?
NS2	Yes ci cath, sebenarnya y aitu kita youtube belum terlalu yang fokus untuk gunain semua fitur karena keterbatasan SDMnya jadi ya hanya untuk upload video basic basic gitu laa nonton bareng di youtubena gitu
P	Oke mantap ci nin, next nih pertanyaan terakhir ya ci nin menurut kamu medsos koci itu berfungsi sebagai apa sih?
NS2	Oke fungsi ya, ya ga cuman edukasi aja ya, media sosial nih dah jadi rumahnya koci, kalau ditanya koci itu apa bisa dilihat di instagram kita lewat konten yang ada apa si yang kita publish itu pasti dah menunjukkan identitas koci yang sebagai duta budaya Tionghoa, duta pariwisata DIY, dan duta sosial. Bener-bener jelas ko kapa yang kita posting dengan apa identitas kita



**Identitas:**

NS3: Ketua Pelaksana Pemilihan Koko Cici Jogja 2022

**Keterangan Wawancara:**

Hari, Tanggal : Sabtu, 3 Desember 2022

Waktu : 09.00 WIB

Lokasi : Zoom Meeting

<b>Transkrip</b>	
P	Halo ci livia, bertemu lagi y akita kali ini aku mau wawancara nih sama kamu
NS3	Wah boleh banget cath, tentang pemkocijog kemarin?
P	Yes betul, seputar pemkocijog kemarin
P	Oke langsung aja ke pertanyaan pertama ya ci, pada saat itu kan konten pemkocijog ini siapa yang handle dan gimana alurnya?
NS3	Oke seputar konten pemkocijog itu yang handle jelas mulmed dan sosmed, jadi awalnya kita bentuk tim baru diluar kepengurusan siapa yang mau terlibat di mulmed dan sosmed tentunya harus yang punya skill ya karekan itu design jadi ga semua koci bisa. Lalu setelah itu barulah mereka bekerja di tim itu diskusi dan mengatur konten-konten yang akan dipublikasikan
P	Jadi konten itu semua yang ada di ig hasil brain storm mulmed dan sosmed ya ci?
NS3	Yes betul cath, oh iya kita juga dibantu sama ikatan yang udah pernah ngadain pemkoci sebelumnya jadi kita dapet arahan dari mereka lah istilahnya untuk buat apa apanya
P	Kontennya itu dari tahun ke tahun sama bentuknya ci atau gimana?
NS3	Kalau bentuk berbeda tapi susuan kayak pasti ada design pendaftaran, design timeline, thankyou sponsorship nah yang kayak gitu sama pasti tapi ada juga yang dikembangkan menyesuaikan tahun ini perlu apa gitu jadi ga saklek mengikuti tahun lalu gitu engga
P	Oh I see, nah dari konten-konten yang dibuat dan diup itu ci gimana hasilnya ke jumlah pendaftaran?



NS3	Ngaruh banget, dari banyak pendapat yang aku dapat mereka memang pengen join ke koci ya karena liat medsosnya yang wow, yang keren, jadi dari situ mereka ingin ikut tertarik lah terus daftar
P	Oh sedikit balik dikit ci, kenapa si pemkoci ini dilaksanakan?
NS3	Oke, jadi kenapa pemkoci dilakukan adalah sebagai bentuk untuk melestarikan budaya tionghoa si. Lewat pemkoci kan kit acari bibit atau generasi muda yang mau bekerja dan punya kepedulian untuk melestarikan budaya Tionghoa. Jadi kalo kita ga melakukan ini ya proses kerjanya nanti akan terganggu, tapi kalo ada penambahan sdm terus menerus kan kita jadi punya banyak tenaga, ide, dan waktu juga
P	Oke mantap ci liv, jadi memang medsos ya ci yang digunakan dan jadi senjata utama
NS3	Iya bener apalagi pas kemaren covid, biasanya kita bisa promosi di kampus gitu buka stand nah in ikan covid ga bisa jadi ya hanya gunain medsos itu sendiri. Banyak upload konten foto, atau video, terus kita posting rame-rame serentak, supaya bikin penasaran orang dan bikin orang tu pengen daftar segera gitu
P	Trick nya hanya pakai konten medsos aja ci?
NS3	Keseluruhan si iya ya, tapi kita juga ada mouth to mouth jadi koci wajib bawa 2 orang untuk daftar ke pemkocijog, sama kita juga pakai ads di ig jadi jangkauannya bisa lebih luas dan jadi lebih banyak orang yang tau soal pemilihan koko cici ini
P	Nah ci liv join juga di grup mulmed dan sosmed ci?
NS3	Iya dong aku masuk juga disana, untuk tau update dan progresnya udah sampai mana
P	Nah ci liv liat ada hambatan apa ci didalamnya?
NS3	Ya balik lagi ya, kalo hambatan pasti ada dan hambatannya kalo di mulmed sosmed itu sdm karena ga semua koci bisa design dan koci yang tergabung di mulmed sosmed ini juga punya kerjaannya sendiri diluar koci jadi waktunya terbatas dan juga kebutuhan konten sangat banyak dengan jumlah orang yang sedikit memang memicu emosi atau tekanan tinggi di mulmed sosmed

P	Wah jadi memang jobdesk dan tuags mulmed sosmed banyak ya ci liv
NS3	Iya banget kalau seandainya aku bisa design aja aku bantu pasti
P	The best memang, oke deh ci liv sekian dan cukup untuk wawancara hari ini thankyou so much ya bun
NS3	Sama-sama cath, sukses dan lancar ya skripsinya
P	Amin amin, aku end ya ci
NS3	Siap byebye

**Identitas:**

NS4: Ketua Pelaksana Kue Bulan Koko Cici Jogja 2022

**Keterangan Wawancara:**

Hari, Tanggal : Sabtu, 3 Desember 2022

Waktu : 13.30 WIB

Lokasi : Zoom Meeting

<b>Transkrip</b>	
P	Hai ci yemima, thankyou untuk waktunya ya ci
NS4	Sama-sama ci cath senang bisa membantu kamu
P	Oke ci, kita langsung mulai aja ya
NS4	Siap ci cath
P	Oke ci pertanyaan pertama waktu saat kamu menjadi ketua festival kue bulan tahun 2022 itu kamu bekerja sama atau proker kocijog pribadi?
NS	Untuk festival bulan kemarin itu kebetulan kita diajak oleh JCACC jadi JCACC punya acaranya dan koci terlibat didalamnya masuk dalam divisi-divisi seperti humas, acara, publikasi, dan lain-lain
P	Kamu bertugas sebagai apa ci di proker ini?
NS4	Jadi aku memang dikoci sendiri aku udah dipilih sebagai kaptennya di proker kali ini, terus ada kegiatan dari JCACC ini jadi aku yang mengkoordinir dan jadi jembatan antara JCACC dan Koci
P	Wi mantap, apa aja ci kegiatannya untuk acar kue bulan apakah hal yang dilakukan sama dengan proker koci?

NS4	Untuk perayaannya pasti berbeda ya tapi inti dan makna dari acara ini tentu sama yaitu memperkenalkan kue bulan yang memiliki arti kekeluargaan, namun hanya dikemas dengan cara yang lebih wah aja kalo di acara kemarin karena budget yang mencukupi
P	Nah kalau untuk publikasinya ci, apakah koci juga ikut serta?
NS4	Kalau untuk publikasi kita promosikan juga di ig kokocici kalau ada acara festival kue bulan di klinteng pocowinatan jam sekian dan ada banyak acara dan perayaan sehingga bisa memikat audiens khususnya anak muda untuk ikut serta
P	Oh berarti acaranya terbuka secara umum dan gratis ya ci?
NS4	Betul gratis, jadi lewat acara ini kita bisa memperkenalkan budaya Tionghoa kepada masyarakat yang tadinya gatau jadi tau lewat acara ini. Selain itu juga didalamnya kan ada acara kayak penampilan barongsai dan liong yang jadi salah satu kebudayaan tionghoa juga
P	Acaranya dikemas dengan menarik tapi menyisipkan nilai-nilai budaya Tionghoa ya ci
NS4	Betul ci cath, jadi kan kayak gitu lebih menjual dimasa sekarang kan
P	Betul, back to konten ya ci kira-kira ada konten apa lagi yang dipublikasi di ig koci diacara itu?
NS4	Oh kita ada recap, jadi recap itu kayak video secara langsung ditempat kejadian yang dipublikasikan saat itu juga. Nah di acara ini jadi instagram koci itu update recapnya per kegiatan itu dipost dig koci sambil dikasih keterangan itu acara apa dan lagi ngapain, itu kita buat di story dan di feeds juga jadi audiens yang ga datang atau ga di jogja bisa lihat dan dapat pengetahuan baru juga
P	Wow mantap banget ya ci yem, terus sebagai ketua pelaksana nih menurut kamu hal yang sudah dilakukan sudah bisa memberikan manfaat kepada masyarakat terkait pelestarian budaya Tionghoa?
NS4	Menurut saya apa yang dilakukan sudah baik ya sebagai duta budaya Tionghoa sudah menjalankan proses pelestarian budaya Tionghoa yang ada ci namun memang tidak berhenti sampai disitu aja tapi harus dikembangkan lagi kedepannya

P	Wah sip mantap ci yem, thankyou ya ci yem untuk waktu dan juga jawabannya
NS4	Sama-sama ci cath senang bisa membantu kamu
P	Wah so thankful banget nih, oke kalau gitu aku end meeting ya ci yem bye-bye
NS4	Oke ci cath, byebye

**Identitas:**

NS5: Ketua Pelaksana Fate Webseries Koko Cici Jogja 2021

**Keterangan Wawancara:**

Hari, Tanggal : Sabtu, 3 Desember 2022

Waktu : 12.00 WIB

Lokasi : Zoom Meeting

<b>Transkrip</b>	
P	Halo Ko Albert bertemu lagi, thankyou untuk waktunya ya ko
NS5	Sama-sama ci cath, gimana gimana nih saya mau ditanya apa kali ini?
P	Pastinya seputar mulmed dan sosial media ya ko albert, langsung kita mulai aja ya?
NS5	Boleh sekali, gimana?
P	Oke ko kamu kan megang konten waktu fate web series ya, nah waktu itu gimana proses persiapannya? Khususnya bagian mulmed dan sosmed?
NS5	Jadi itukan 2021 kaya for the first time kita harus ada konten imlek. Aku mengajak beberapa personil yang mau terlihat di project ini kaya gitu. Untuk mulmednya aku bikin group sendiri karena waktunya yang mepet. Pembagiannya itu untuk bagian designnya sendiri waktu itu aku bagi 2 antara aku sama Mei. Mei yang design untuk cover untuk di instagramnya dan aku yang edit videonya. Aku yang edit videonya terus aku juga ada tambahan Novera, yang pada saat itu dia koor mulmednya jadi intinya mau engga mau aku harus koordinasi sama dia dan dia juga yang ngurus konten KociTalk waktu itu. Jadi waktu itu kaya emang harus koordinasi supaya feednya KociTalk sama feednya fate itu nyambung. Kaya gitu sih kalo pembagian yang konten imlek waktu itu.

NS5	Ya itu sih pertama kali konsep kaya gitu, pasti konsepnya dulu mau kaya gimana supaya kita bisa deliver pesannya itu mau kaya apa. terus habis itu barulah kita dari konsep itu masuk ke eksekusi ‘oke kita mau designnya’ atau ‘kita mau gimana’ kita mau caranya mempublish ini ke media sosial. Kaya bahasa apa yang mau kita pakai, terus caranya gimana. Maksud ku kan engga sekedar kita cuma ini, tapi kan kita sering pake gimmick – gimmick dulu ‘ oh kita open polling dulu’ ‘open vote dulu’ kaya gitu. yang perlu diperhatikan sih paling kaya gitu – kaya gitu. Kalau kaya secara lay outing dan kawan – kawan itu teknis design sih gitu.
P	Oke ko, nah kalau secara keseluruhan sosmed dan mulmed koci yang sekarang ini gimana ko teknisnya?
NS5	Lebih ke teknis, Jadi kalau penugasan oke, berarti kan pake frame penugasan tuh. Terus paling kalau cuman cara – cara yang pastinya kan kita harus menyertakan logo kita disetiap design. Paling itu doang, kalau untuk warna dulu sih kita untuk menentukan warna angkatan. Tapi semenjak tahun 2020 itu kan saya jadi jauh fleksibel karna kita pingin explore. Kalau dulu kan kita engga boleh ganti tuh dulu aturannya kaya gitu jadi waktu 2018 kita pake dikanan ini sama ini.. terus ganti itu cuma sekali waktu pemilihan. Dan itu terjadi hal yang sama di 2019 juga gitu, nah 2020 pun dulu awalnya sempet mau kaya gitu tapi karena pandemi dan sebagainya jadi mau engga mau kita coba tema design yang lain. Dan itu berlanjut sampai sekarang di 2022. Ada sempet warna angkatan terus ganti kan jadi kaya gitu.
P	Perbedaan penggunaan instagram dan youtube koci gimana menurut koko?
NS5	Jadi gini kita lebih banyak aktif di instagram memang segala aktifitas dan intensitas upload lebih banyak di instagram misalnya kayak video IG kita buat kayak klip pendek atau semacam rangkuman video gitu. Nah kalau di youtube kita khusus untuk upload untuk video durasi panjang itu kita upload di youtube tapi kalau video pendek yang durasi kurang dari 2 menit itu kita masih bisa upload di IG. Viewersnya dikit kalau video terlalu panjang dipost di IG, dan buat penasaran penonton juga si jadi kita bikin video klip pendek untuk mincing

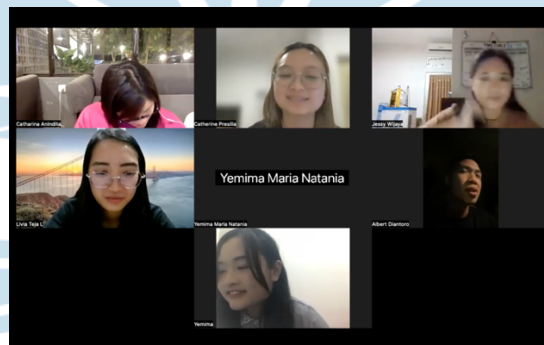
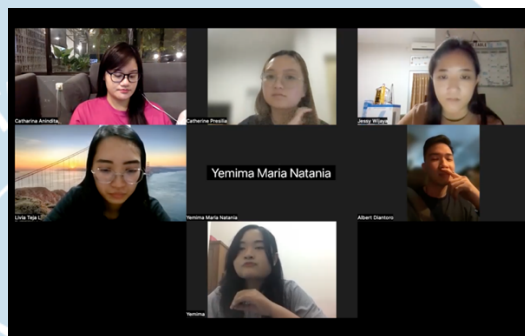
	penonton menonton video fullnya di youtube, nah itu lebih works di Instagram kita. Intinya yang ringan kita instagram yang berat kita ke youtube.
P	Oke ko, nah kalau step-step upload kontennya disosmed gimana ko?
NS5	Oke step ya pertama pastinya siapin kontennya ini mulmed yang handle, lalu upload kontennya sesuai bentuknya mau foto, video, reels, atau hanya story tok
NS5	Lalu kita siapin caption pasti akan selalu ada kita pakai, karena ya ini membantu kita menyampaikan pesan dalam bentuk kata-kata ya, walaupun followers juga kalo caption kepanjangan males baca jadi memang harus prepare caption yang singkat, tapi penyampaian pesannya terdeliver
NS5	Terus fitur yang akan selalu ada juga hashtag. Diakhir caption pasti kita masukan hashtag yang sesuai sama postingannya. Setiap angkatan pasti memiliki hashtag yang berbeda kalau di ig kokocicijogja, tapi pasti pakai hashtag untuk memudahkan orang mencari postingan dan untuk ngelompokin postingan juga
NS5	Nah pas fate web series itu banyak banget yang penasaran sama konten kita, sampe DM kapan videonya tayang sangking excitednya juga eksternal sama video kita. Jadi memang dm ini jadi tempat kita bangun hubungan yang baik juga sama followers, karena kita terbuka juga kalau mereka mau nanya-nanya lewat DM
NS5	Like sama followers itu kita pasrah aja sih, ga pernah beli, dan alami aja by the time bertambah juga. Jadi kita ga pernah fokus untuk naikim, lebih ke isi pesannya dan cara kita deliver ke followers
	Kita pernah mencoba beberapa kali untuk Instagram live pas pandemi, karena itu jadi media yang efektif juga untuk menyampaikan pesan saat itu yaa karena ga bisa kemana-kemana dan orang hanya di rumah aja
	Nah ig story pasti kita gunain untuk bantu penyampaian pesan ke followers, karena fitur-fitur story itu bantu untuk engage sama followers ya mereka bisa vote bisa menyampaikan pertanyaan kita jadi tau maunya followers itu apa. Jadi kita aktif untuk buat story, untuk menyampaikan informasi tapi dengan cara yang ga flat dibantu fitur-fitur instagram la



P	Wow memang panjang ya ko runtutannya, jadi emang harus dipersiapkan sebelum sebelumnya dan dengan matang ya ko
NS5	Betul ci cath
P	Oke next ko, kalau di youtube gimana nih ko step-stepnya
NS5	Untuk youtube juga mulmed dan sosmed yang pegang, jadi ya bagi tugasnya mulmed yang editing video dan design, terus sosmed yang upload dan bikin captionnya. Kalau di youtube kita belum terlalu explore si sebenarnya masih monoton ya untuk upload video terus tapi kedepannya si harapannya bisa berkembang bisa explore di youtube juga ya karena media ini juga media efektif untuk edukasi masyarakat
	Judul yang pertama, judul juga to the point ga aneh-aneh tapi yang gampang dicari, terus caption ya keterangan videonya mau ditulis apa mau diisi apa biasanya ya menceritakan isi videonya singkat, terus ada thumbnail foto covernya yang estetik biar videonya menjual
	Untuk upload video kita sering banget pake yang fitur premiere jadi bisa dijadwalkan penayangannya, lalu ada hitung countdown yang bisa jadi reminder subscribers kita, terus udah tayang nih kita bisa nonton barsamaan plus ada live chat nya jadi subscribers bisa komen dan bisa langsung kita balesin komennya. Pakai fitur premiere ini narik lebih banyak penonton si karena kan dibuat penasaran kan udah sih itu aja ci cath
P	Wah thankyou ko bert, nah kalo secara keseluruhan apa sih fungsinya medsos koci menurut ko bert?
NS5	Pastinya juga kita jadiin media sosial kita ini sebagai branding ya, menunjukkan siapa sih kita? Ya kita duta budaya Tionghoa makanya ada konten tentang budaya Tionghoa, selain itu kita duta pariwisata DIY makanya ada konten jalan-jalan ke destinasi wisata di Yogyakarta, dan kita juga duta sosial nih makanya kita mengadakan berbagi atau pergi ke panti asuhan. Jadi ya konten kita based nya 3 bidang itu, dan konten tersebut menunjukkan identitas kita koci
NS5	Selain itu juga kita jadiin itu alat edukasi untuk memberikan informasi terkait 3 bidang tugas kita tadi jadi ya media informasi ya iya, media branding ya iya

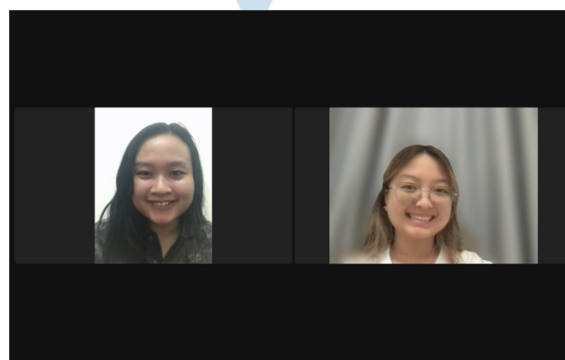
P	Wih siap ko bert, cukup si ko bert untuk wawancara siang ininya thankyou so much ya ko
NS5	Oh sudah okei ci cath, sama sama semoga bisa membantu proses skripsinya ya
P	Sangat membantu ko, aku end meeting ya ko see you

### Dokumentasi Focus Group Discussion

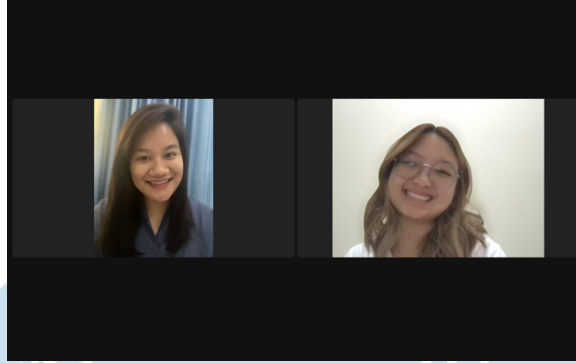


### Dokumentasi Wawancara Mendalam

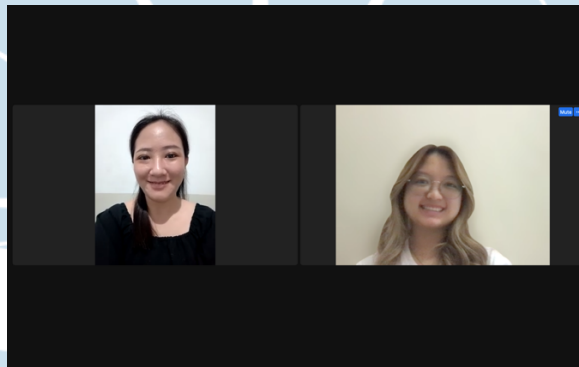
**Cici Yemima (Ketua Pelaksana Festival Kue Bulan 2022)**



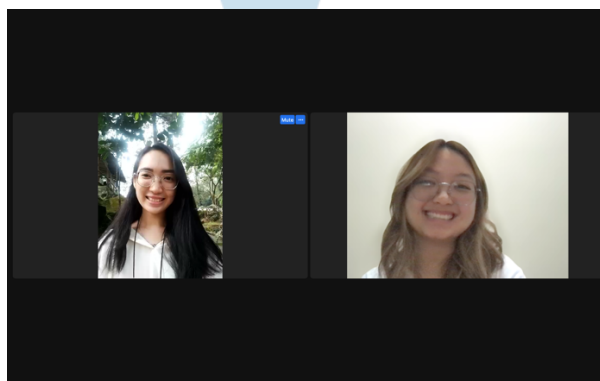
**Dokumentasi Wawancara Mendalam**  
**Cici Anin (Ketua Divisi Multimedia dan Sosial Media 2022)**



**Dokumentasi Wawancara Mendalam**  
**Cici Jessy (Ketua Ikatan Koko Cici Jogja 2022)**



**Dokumentasi Wawancara Mendalam**  
**Cici Livia (Ketua Pelaksana Koko Cici Jogja 2022)**



**Dokumentasi Wawancara Mendalam**

**Koko Albert (Ketua Pelaksana Fate Webseries 2021)**

