

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Arikunto, Suharsimi. (2013). *Metode praktis Penelitian Deskriptif Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta hal.3
- Babbie, E. (2016). *The Basics of Social Research*. Cengage Learning. USA : Greg Hubit Bookworks
- Bambang D. Prasetyo, Nuflan S.Febriani. (2020). *Strategi Branding*,Malang: UB press
- Firli Mustar, Tengku, 2021, *Manajemen Produk dan Merek*, Bandung: Media Sains Indonesia, hlm 194
- Holt, D. B. (2004). *How Brands Become Icons: The Principles of cultural branding*. Havard Business School
- I Made Adi, dkk, (2023), *Customer Experience dan Brand Image Untuk Membangun Kepuasan Konsumen dan Repurchased*, Jawatengah: Lakeisha
- Kotler, K. (2009). *Manajemen Pemasaran 1*. Edisi ketiga belas. Jakarta: Erlangga
- Moleong, j, Lexy. (2006). *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- _____. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT. remaja Rosdakarya. Hal.6
- Mujib Fathul, Saptiningsih, *School Branding*, 2020, Jakarta: Bumi Aksara hlm.12 Cet-1
- Muktar. (2013). *Metode Praktis Penelitian Deskripti Kualitatif*. Jakarta: GP press Group. Hal.29
- Pawito. (2008). *Penelitian komunikasi kualitatif*. Lembaga Kajian Islam dan Sosial (LKIS).
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran, Terjemah: Benyamin Molan, Edisi 13*. Jakarta: PT. Indeks

- Qomariah Nurul. (2020). Pentingnya Kepuasan dan Loyalitas Pengunjung,
Jawatimur: Pustaka abadi
- Salim dan Syahrur, *Metode Penelitian Kualitatif, Konsep dan Aplikasi dalam Ilmu Sosial,Keagamaan dan Pendidikan*, Bandung: Citapustaka Media. Hlm 119
- Sugiono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta,2012,hal.225
- _____.*Peranan Buku Pembantu Sebagai Rincian dari Buku Besar Dalam Menentukan Harga Pokok Produksi (Studi pada Percetakan Andromedia Malang)*. Akuntansi Bisnis & Manajemen (ABM), 22(2), 75-83

JURNAL

- Ajike.,E. (2016). “Corporate branding as a strategic tool in a competitive market”.
(May 2015)
- Andriani, T., & Pratama, R. (2019). *Peran Media Sosial dalam Meningkatkan Animo Masyarakat terhadap Pariwisata Budaya*. *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia*, 13(2), 201-209.
- Ardinsyah Luthfi. (2021). *Persepsi Abang None Jakarta Terhadap Fenomena Ondel-ondel ngamen di Jakarta*. vol 5, No 1.
- Arifin,I. (2016). “Eksplorasi Masalah Pemahaman Masyarakat Terhadap Adat dan Budaya Betawi”
- Bambang Supiyarto, dkk. (2015). *Pembuatan Media Pembelajaran Keterampilan Komputer dan Pengelolaan Informasi Pada Sekolah Menengah Kejuruan Muhammadiyah 01 Boyolali*. *IJNS – Indonesian Journal on Networking and Security – Vol.4 No3*
- Batubara, Juliana. (2017). *Paradigma Kualitatif dan Filsafat Ilmu pengetahuan dalam Konseling*,*Jurnal fokus konseling* Vol.3 No.2
- Catur Wijayanto,Tyas dkk. “Pengaruh brand image, brand reputation dan service quality terhadap customer loyalty atas produk oli endurodi spbu coco penggaron Semarang”. *Journal of management*, Vol . 1 No. 1, 2015. Hlm,4
- Dayanti,Jutri. (2019). *Manajemen Sarana dan Prasarana Penjasorkes SD Negeri di Kota Bengkulu*. Universitas Negeri Yogyakarta Hlm.58

Deddy Mulyana, Solatun Muhammad Djamil dkk” *Metode penelitian Komunikasi Contoh-contoh Penelitian Kualitatif Dengan Pendekatan Praktis*”, 2008, hal 451

Ivanovich Agusta. (2003), *Teknik Pengumpulan dan Analisi Data Kualitatif. Pusat Penelitian Sosial Ekonomi. Litbang Pertanian, Bogor*, 27(10)

Rianne Appel-Meulenbroek, dkk., *Corporate Branding: An Exploration of the Influence of CRE. Jurnal Corporate Real Estate. Vol. 12, No. 1, 2010. 47-59. h, 48.*

Rosyadi Putri, Amelia. (2021). *Event Sebagai Media Branding Institusi. Vol7 No.1*
Rianne Appel-Meulenbroek, dkk., *Corporate Branding: An Exploration of the Influence of CRE. Jurnal Corporate Real Estate. Vol 12, No. 1, 2010. 47-59. h, 48.*

Shiddiq Sugiono dan Maria Puspitasari. (2020). *Corporate Branding Organisasi Sektor Publik: Studi pada Technology Business Incubation Center Puspiptek. Jurnal Manajemen Teknologi Vol.19 No.3*

WEBSITE

Dinas Kebudayaan. (2023). <https://dinaskebudayaan.jakarta.go.id/sejarah-singkat>. (diakses pada tanggal 30 Maret, 2023)

Disparekraf <https://disparekraf.jakarta.go.id/> (diakses pada 15 mei 2023)

Iskandar, Uray. 04/08/2016. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Diakses dari <https://urayiskandar.com/2016/08/analisis-data-penelitian-kualitatif.html> pada 19 MEI 2023

Shanies Tri Pinasthi (2019). *Bergesernya Gaya Betawi Masa Kini*. Diakses tanggal 10 april 2023, <https://validnews.id/nasional/Bergesernya-Gaya-Betawi-Masa-Kini-> ---SQR

Pedoman dan Transkrip wawancara

Key Informan Anita Novianti (Brand culture,brand image,brand association)

Brand Culture

Peneliti : Selamat pagi bu, assalamualaikum wr.wb

Anita Novianti : iyaa pagi juga. Waalaikumsalam

Peneliti : Terima kasih bu Anita atas waktunya untuk saya wawancara

Anita Novianti : iya sama-sama

Peneliti : saya ada beberapa pertanyaan tentang strategi branding disparekraf bu terhadap program abang none

Anita Novianti : ohh iya boleh

Peneliti : jadi pertanyaan pertama ini, kenapa disparekraf tertarik memperkenalkan budaya betawi lewat abnon ini?

Anita Novianti : *karena kami ingin budaya betawi ini sebagai identitas Jakarta. Kami ingin supaya orang-orang lokal maupun asing mendengar jakarta itu dengan budaya betawinya gitu seperti kuliner nya,budaya, bahasa dan tradisi. Jadi ingin memperkenalkan budaya betawi supaya menarik wisatawan untuk datang dan mengenal lebih dekat budaya betawi. melalui abang none ini bisa mendapatkan identitas yang kuat dan menggambarkan kebudayaan lokal yang ada di indonesia khususnya Jakarta*

Peneliti : apa sih bu visi dan misi disparekraf pada program abnon ini?

Anita Novianti : *untuk visi abang none ini yaitu secara continue gitu .mencari generasi-generasi muda di usia 18-25 tahun untuk dijadikan sebagai abang none Jakarta yang akan menjadi duta pariwisata , budaya dan ekonomi kreatif yaa maksudnya hal yang dilakukan secara continue gitu yaa sebagai wadah pengembangan generasi muda Jakarta dan lalu misi nya sendiri kami menyiapkan putra-putri terbaik yang berprestasi yang bisa jadi duta muda jakarta dalam hal mempromosikan parekraf dan juga menyiapkan putra-putri terbaik jakarta.*

Peneliti : ada ga si bu strategi disparekraf dalam memperkenalkan budaya betawi pada program abnon ini?

Anita Novianti : *adanya program ini strategi kami memperkenalkan budaya betawi dengan cara seperti menyediakan festival Kuliner kuliner budaya betawi, menyediakan*

gambang kromong dan mewajibkan para keluarga finalis memakai pakaian-pakaian khas budaya betawi dan secara ga langsung ini mempelajari tentang kebudayaan, kekayaan betawi. Dan kami mengundang para pakar adat budaya sebagai juri supaya para peserta dan para keluarga finalis abang none memiliki pengetahuan luas budaya betawi dan juga agar pelaksanaan abang none tersebut dalam penilainya lebih spesifik dengan dinilai oleh para ahli di bidang tersebut khususnya betawi



Pedoman dan Transkrip wawancara

Key Informan Anita Novianti (Brand culture,brand image,brand association)

Brand Image

Peneliti : Bagaimana disparekraf mengenalkan abnon ke masyarakat?

Anita Novianti : *memperkenalkan nya ya dengan cara terus membangun awaraness kepada masyarakat dan generasi-generasi muda dengan cara aktif di media sosial dan mempromosikan beberapa aktivitas dari juara atau finalis abang none pada tahun-tahun sebelumnya dalam waktu satu tahun. Dan pasca mereka terpilih jadi finalis ditingkat kota atau provinsi ada program masa pemberdayaan satu tahun kedepan. Jadi tugas nya apasih mereka yang jadi pemenang atau jadi finalis pada masa perberdayaan ini? Nah disitu kami membangun awareness untuk tetap selalu tau ada abang none yang sudah menjadi bagian dari representasi dari pemerintah untuk bisa mengembangkan program-program pemerintah dan kegiatan mereka itu kita kemas dengan konten konten menarik yang kita tugaskan di media sosial, dan sebelum ajang pemilihan kita sering roadshow-roadshow ke kampus dan juga ke tempat public area seperti car free day gitu dan berpromosi atau bercerita abang none itu apa dan juga itu lebih ke awaraness nya kalo abang none ini masih ada*

Peneliti : hal apa yang paling sering ditonjolkan disparekraf pada branding abnon ini?

Anita Novianti : *Jadi hal yang ditonjolkan abang none ini yaa ga terlepas dari mempertahankan kebudayaan dan melestarikan melalui abang none ini. Yaa contoh nya seperti beberapa finalis tingkat daerah atau provinsi disetiap kegiatan mereka diberi kesempatan dan kegiatan bertugas dan sebagian besarnya diharuskan memakai baju tradisional khas dari betawi gitu ya. dengan adanya cara memakai baju tradisional ini kan merupakan salah satu mempertahankan budaya betawi.. dan yang ditonjolkan dari program nya misal tampil di depan umum dengan kesenian tari, lenong, teater. Mungkin banyak orang yang belum tau finalis abang none mempunyai public speaking yang sangat bagus dan kemampuan berbicara mereka menjadi resprentasi pemerintah.*

Peneliti : apakah dari adanya abnon ini memberikan citra yang kuat bagi jakarta sebagai tujuan wisata?

Anita Novianti : *yaa tentu saja yaa.. kan memang abang none ini yang terpilih menjadi finalis tingkat daerah dan provinsi itu kita tugaskan selalu aktif di media sosial yaa.. karena tujuannya untuk memperkuat citra jakarta sebagai tujuan wisata seperti mereka-mereka ini sering membagikan konten-konten yang menarik tentang jakarta seperti foto atau video. Selain itu juga menampilkan keindahan, kegiatan ,atraksi yang ada di jakarta secara konsisten seperti budaya,kuliner nya gituu si..Terus kami tugaskan Mengunggah konten semenarik mungkin dan berkualitas supaya citra jakarta sebagai destinasi wisata dapat diperkuat*

Peneliti : Ada ga bu kendala selama ini disparekraf pada program abnon ini?

Anita Novianti : *tapi sih sejauh ini alhamdulillah sampai tahun ini berjalan terus menerus yaa , kecuali 2 tahun terakhir yaa karena ada pandemi covid-19 jadi APBD ini dialihkan dan diprioritaskan ke kesehatan penanganan pandemi*



Pedoman dan Transkrip wawancara

Key Informan Anita Novianti (Brand culture,brand image,brand association)

Brand Association

Peneliti : Tujuan brand asosiasi dalam membangun branding disparekraf pada program abnon ini?

Anita Novinati : *tujuannya sih ada bervariasi ya.. yang pasti itu untuk meningkatkan kesadaran masyarakat . Dengan membangun sebuah brand yang kuat ini kan supaya program abang none ini menjadi banyak dikenal banyak orang gitu dan lebih dikenal luas oleh masyarakat luas khususnya jakarta gitu yaa dan kedua kami selalu membangun citra yang positif. Kami ingin abang none ini dapat memberikan banyak manfaat positif bagi finalis-finalis kami dan masyarakat khususnya*

Peneliti : bagaimana bentuk dukungan pemerintah dalam program abnon ini?

Anita Novianti : *yaa pasti pemerintah sangat mendukung banget adanya program ini. Kan juga Pemerintah yang membuat adanya program abang none ini. Pemerintah juga yang mendanai program ini. Program ini tidak berjalan kalau tidak adanya anggaran dari pemerintah. Maka dari itu anggaran program abang none ini dari APBD. Pemerintah juga memberikan dukungan dengan infrastrukturnya dan fasilitas yang diperlukan saat program abang none berjalan seperti menyediakan tempat-tempat untuk pelaksanaan acara seperti di tempat-tempat publik, sarana transportasi dan lain-lain, bahkan pas malam finalis pemerintah pusat DKI Jakarta yaitu Gubernur kemarin yaa Pak Anies Baswedan berperan ikut serta menjadi juri pemilihan puncak Abang none kemarin yaa tahun 2022*

Peneliti : dampak yang dihasilkan dari dukungan pemerintah?

Anita Novianti : *Dampak yang dihasilkan yaa mungkin dari segi sosial dan ekonomi dengan melibatkan pemuda pemudi dalam program ini,pemerintah dapat menciptakan perubahan yang sangat positif dalam masyarakat. Para finalis dapat menjadi agen perubahan, menginspirasi dan memotivasi pemuda-pemuda lain agar ikut dalam kegiatan dan hal-hal yang positif . Selain itu dari sisi ekonomi melalui pengembangan anak muda, program ini dapat berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi dengan menciptakan lapangan kerja dan peluang bisnis bisnis baru*

Peneliti : ada ga bu peningkatan calon peserta dari tahun ke tahun?

Anita Novianti : *jujur sih 10 tahun terakhir kami meningkatkan peserta agak kesulitan yaa, karena kan ada kompetisi yang sejenis dan ajang pemilihan serupa sudah banyak sekali yaa, terus kan jadi program ini terbentuk nya dari tahun 68 yaa, kami memanfaatkan para alumni terdahulu dan alumni-alumni ini membikin suatu organisasi dan mereka ini menjadi partner kami di program abang none. Dulu orang mau terkenal dan ingin banyak diketahui orang ya dengan menjadi finalis-finalis abang none, seperti alumni abang none yang terkenal seperti Maudy Koesnaedi yang berperan menjadi jaenab ya di film di doel anak betawi , maka dari itu kami memanfaatkan para-para alumni ini dengan ketenaran mempromosikan abang none di media sosialnya dan juga supaya ada peningkatan peserta dari tahun ke tahun kami sebagai penyelenggara akan kasih reward dan penghargaan yang sangat menjanjikan seperti hadiah ratusan juta, mobil, motor dan pergi keluar negeri sehingga dari hadiah dan penghargaan ini mampu memberikan motivasi bagi anak muda supaya tertarik dan berpartisipasi dan ikut daftar dalam program abang none Jakarta ini*

Peneliti : usaha disparekraf dalam meningkatkan peserta abang none?

Anita Novianti : *untuk meningkatkan peserta ini dengan cara banyak seperti kami selalu ingatkan dan tugaskan kepada finalis-finalis dari perwakilan daerah tersebut ,harus selalu aktif di media sosial, mempromosikan abang none ini melewati para finalis dengan share konten kegiatan-kegiatan nya perihal abang none ini. Roadshow-roadshow ke sekolah atau ke kampus bahkan ke tempat umum juga.*

Peneliti : Apakah ada Disparekraf menjalin kolaborasi dengan pihak lain untuk mendukung dan memperluas program Abang None ini?

Anita Novianti : *ohh iyaa Disparekraf juga berkolaborasi dengan banyak media sosial kok seperti tiktok live juga dan bekerja sama ke radio-radio yaa seperti radio 88.4 FM, vradiofm dan mnctrijayafm supaya abang none ini dikenal, ddengar dan ditonton banyak orang melalui media sosial. Dan juga bekerja sama dalam hal keahlian seperti make up ,fashion maka dari itu kami didukung oleh Wardah, Kahf, Skin+. Dari kolaborasi ini dapat membantu kami memperkuat dan memperluas jejaring sosial di program abang none ini*

Pedoman dan Transkrip wawancara Via Zoom

Saif Ali syah Informan Pokok 1

Brand Reputation

Peneliti : Halo abang saif selamat siang, saya fadil

Saif ali : Haii siang juga fadil

Peneliti : makasih banget ya sudah mau saya wawancara abang guna melanjutkan skripsi saya

Saif ali : iya sama-sama

Peneliti : ada beberapa pertanyaan sih bang tentang abang none 2022 kemarin

Saif ali : Boleh silahkan

Peneliti : apa perasaan abang sebagai finalis atau juara yang terpilih sebagai perwakilan daerah?

Saif ali : *Tentunya sangat senang dan bangga. Pertama kali ketika mendaftar, saya justru tidak pernah mengincar juara. Bagi saya, menjadi bagian dari keluarga Abang None Jakarta Pusat saja sudah cukup. Namun, setelah melewati rangkaian kegiatan karantina dan malam final, justru saya terpilih menjadi Abang Jakarta Pusat. Pada saat itu, rasanya perasaan saya campur aduk. Senang ketika menjadi juara, sekaligus khawatir tidak bisa memberikan yang terbaik di kancah provinsi. Walau demikian, ternyata tuhan maha baik. Saya diberikan juara Wakil I Abang Jakarta di tahun 2022*

Peneliti : apa dampak dari program abnon pada diri abang saif sendiri?

Saif ali : *dampak yang dihasilkan bagi dirinya dengan Sangat banyak tentunya manfaat yang telah saya dapatkan ketika ikut Abang None. Pertama, wawasan dan pengetahuan yang begitu banyak didapatkan, terlebih hampir setiap hari akan melalui karantina selama kurang lebih satu bulan. Kedua, relasi dan pertemanan yang luas. Di Abang None, setiap orang bahkan sudah dianggap seperti keluarga sendiri. Kami saling membantu satu sama lain, terutama ketika ada yang mengalami kesulitan. Ketiga, Abang None adalah wadah kontribusi yang paling tepat untuk siapapun yang ingin berkontribusi bagi Jakarta. Apapun kontribusinya, Abang None memiliki akses yang mudah untuk memberikan aspirasi maupun kontribusi*

Peneliti : bagaimana abang saif mendefinisikan abnon ini?

Saif ali : *Abang dan None merupakan duta pariwisata Jakarta yang pemilihannya sudah diselenggarakan sejak tahun 1968. Bagi saya, seorang Abang maupun None adalah sosok pemuda yang bisa menjadi percontohan bagi masyarakat Jakarta. Abang dan None tidak hanya sekedar pemanis Jakarta saja, namun justru menjadi spokesperson di kalangan generasi muda*

Peneliti : Perasaan orang tua abang ketika menjadi juara wakil 1 gimana?

Saif ali : : *Senang , bahkan sampai sujud syukur. Mereka tidak pernah akan menyangka, bahwa anaknya tersebut akan menjadi juara di Abang None. Orang tua saya merasa bahwa usaha dan dedikasi yang telah diberikan dalam mendidik saya berbuah hasil dan mereka sangat terharu dan bersemangat melihat potensi saya dan kemampuan saya dikenal banyak orang dan dihargai pas waktu dimalam final itu yaa*

Peneliti : Sebagai finalis atau juara abnon hal apa yang anda berikan kepada masyarakat?

Saif ali : *Sebagai duta pariwisata Jakarta, tentu saya tidak akan pernah bosan untuk mempromosikan wisata dan menginfluence masyarakat Jakarta agar berwisata di Jakarta. Tak hanya itu, berbagai program, project, hingga penugasan yang diberikan oleh dinas selalu dilaksanakan dengan baik. Kedepannya, siapapun yang menjadi abang dan none akan punya kesempatan yang lebih untuk bisa memberikan yang terbaik kepada masyarakat Jakarta*

Peneliti : Apa tantangan terbesar abang dalam menjaga dan meningkatkan reputasi sebagai finalis atau juara abang none dalam branding disparekraf?

Saif Ali : *Tantangan terbesar dalam menjaga reputasi yaitu dengan tanggung jawabnya. Karena yaa sebagai duta pariwisata kami memiliki tanggung jawab yang sangat besar dalam mempromosikan pariwisata yang ada di jakarta dengan integritas. Dan juga menjaga reputasi baik memerlukan adanya kesadaran akan tanggung jawab yang diemban dan berkomitmen bertindak dengan etika dan profesionalism*

Pedoman dan Transkrip wawancara Via Zoom

Stephanie Sondakh Informan Pokok 2

Brand Reputation

Peneliti : Halo ka selamat malam, saya fadil

Stephanie : iya fadil, malam

Peneliti : makasih banget ya sudah mau saya wawancara ka guna melanjutkan skripsi saya

Stephanie: iya fadil

Peneliti : ada beberapa pertanyaan sih bang tentang abang none 2022 kemarin

Stephanie: Boleh fadil

Peneliti : apa perasaan kaka sebagai finalis atau juara yang terpilih sebagai perwakilan daerah?

Stephanie: *Bangga karena dipercaya untuk mengemban amanah mewakili masyarakat daerah khususnya Jakarta Pusat untuk dapat meningkatkan kota Jakarta Pusat. Tidak hanya dari segi pariwisata, tetapi juga menjadi jembatan bagi masyarakat Jakarta Pusat untuk menyampaikan aspirasi mereka kepada pihak-pihak yang berdampak di kota Jakarta Pusat*

Peneliti : apa dampak dari program abnon pada diri kaka sendiri?

Saif ali : *Saya merasa ada banyak peningkatan dalam diri saya. Sebelum mengikuti ajang Abang dan None, saya merupakan orang yang tidak percaya diri dan mudah menyerah. Saya juga merupakan pribadi yang tidak biasa untuk menyapa dan ramah terhadap orang sekitar. Skill komunikasi saya sebelum mengikuti ajang Abang dan None tidak terlalu tertata. Namun, semenjak mengikuti ajang Abang dan None, saya jadi lebih percaya diri karena saya lebih mengenali diri saya sendiri. Komunikasi dan tata bahasa saya juga semakin meningkat berkat mengikuti Abang dan None Jakarta. Saya juga belajar untuk selalu ramah dan menyapa masyarakat*

Peneliti : bagaimana ka mendefinisikan abnon ini?

Stephanie: *Abang dan None pada dasarnya yaa yaitu merupakan duta pariwisata Jakarta. Namun, seiring berkembangnya waktu, Abang dan None menjadi wakil masyarakat untuk meningkatkan kualitas kota Jakarta dari*

berbagai aspek. Abang dan None merupakan sosok yang tangguh, mengayomi, hangat, dan berintegritas. Setiap tindakan dari seorang Abang dan None sekiranya merupakan cerminan masyarakat yang ramah, intelek, dan berkepribadian baik

Peneliti : Perasaan orang tua kak ketika menjadi finalis jakarta pusat?

Stephanie: *tuanya sangat bangga menjadi bagian dari abang dan None. Abang None merupakan salah satu kegiatan non-akademik yang saya ikuti. Tidak banyak prestasi saya di bidang non-akademik sehingga ketika saya menjuarai ajang Abang None Jakarta Pusat, tentu perasaan bangga tersebut muncul dalam diri orang tua saya*

Peneliti : Sebagai finalis atau juara abnon hal apa yang anda berikan kepada masyarakat?

Stephanie : *Secara umum, saya akan berusaha semaksimal mungkin untuk menjembatani aspirasi masyarakat terhadap pihak-pihak pemerintah karena Abang dan None erat juga kaitannya dengan bidang pemerintahan. Aspirasi-aspirasi masyarakat dapat saya kumpulkan untuk kemudian disampaikan kepada pemerintah. Saya juga akan membantu secara langsung masyarakat yang memang membutuhkan bantuan sesuai dengan kemampuan saya*

Peneliti : Apa tantangan terbesar abang dalam menjaga dan meningkatkan reputasi sebagai finalis atau juara abang none dalam branding disparekraf?

Stephanie : *tantangan terbesar ini yaitu pengembangan dirinya... aku sebelum jadi finalis kurang tahu adanya budaya dan pariwisata yang ada di Jakarta. Jadi pas masuk ajang abang none ini kami terus diasah supaya meningkatkan pengetahuan saya tentang budaya Jakarta dan pariwisata Jakarta agar dapat memberikan pengalaman yang berkualitas kepada para wisatawan*

Pedoman dan Transkrip wawancara

Enjel Mauli Informan Pokok 3

Animo Masyarakat

Peneliti : Halo ka selamat siang mohon maaf ganggu waktunya sebentar boleh?

Enjel: Iya boleh

Peneliti : iya jadi kami ingin wawancarai masyarakat sekitar kantor disparekraf si ka untuk bahan skripsi saya tentang ajang abang none ,apa kaka berkenan mau saya wawancara?

Enjel: oala,baik boleh

Peneliti: Menurut kaka pendapat adanya program abnon diselenggarakan disparekraf gimana?

Enjel: *pendapat saya sih saya sangat apresiasi banget adanya program ini, program ini memberikan dampak yang sangat positif karena memberikan platform bagi generasi-generasi muda jaman sekarang untuk mempelajari, melestarikan dan untuk mempromosikan budaya yang ada di Jakarta.*

Peneliti : pandangan anda ka sebagai masyarakat pada program abnon ini?

Enjel: *menurut pandangan saya sih program ini sangat-sangat positif khususnya generasi z sekarang yaa, kan banyak anak muda jaman sekarang pada bergaul seks sangat bebas ,narkoba dan lain-lain*

Peneliti : seberapa penting apa ka program abnon ini?

Enjel: *menurut saya benar-benar sangat penting yaa, karena supaya para masyarakat bisa mengenal dan melestarikan budaya betawi agar tidak kehilangan dengan zaman*

Peneliti : sebelumnya kaka tau kalau disparekraf ini menyelenggarakan ajang abnon?

Enjel: *oh saya mengetahui program ini dari sosial media dan juga kebetulan zaman dia masih sekolah kaka kelas nya pernah menjadi finalis abang none mewakili daerah jakarta selatan “ yaa saya melihat program abang none dari internet seperti instagram yaa kalo diartikan yaa kaya fyp gitu*

Pedoman dan Transkrip wawancara

Bagas Hanafi Informan Pokok 4

Animo Masyarakat

Peneliti : Halo mas selamat siang mohon maaf ganggu waktunya sebentar boleh?

Bagas: Iya boleh

Peneliti : iya jadi kami ingin wawancarai masyarakat sekitar kantor disparekraf si mas untuk bahan skripsi saya tentang ajang abang none ,apa mas berkenan mau saya wawancara?

Bagas: oh boleh-boleh

Peneliti: Menurut mas pendapat adanya program abnon diselenggarakan disparekraf gimana?

Bagas: *pendapat saya sih saya sangat apresiasi banget adanya program ini, program ini memberikan dampak yang sangat positif karena memberikan platform bagi generasi-generasi muda jaman sekarang untuk mempelajari, melestarikan dan untuk mempromosikan budaya yang ada di Jakarta.*

Peneliti : pandangan anda sebagai masyarakat pada program abnon ini?

Bagas: *dari adanya program ini sih sangat membantu untuk anak muda sekarang dan memperkuat kepribadian positif dan keterampilan nya sehingga pergaulan-pergaulan yang bebas itu bisa ditinggalkan dan dijauhkan. Juga menurut saya sih program ini salah satu cara yang efektif sih untuk memperkenalkan pariwisata-pariwisata yang ada di indonesia khususnya Jakarta jadi kaya untuk menarik para wisatawan untuk datang ke sini*

Peneliti : seberapa penting apa sih mas program abnon ini?

Bagas: *program dari abang none ini juga memberikan wadah dan manfaat bagi anak muda zaman sekarang supaya berkontribusi dalam membentuk masa depan yang lebih baik*

Peneliti : sebelumnya kaka tau kalau disparekraf ini menyelenggarakan ajang abnon?

Bagas: *tau abang none ini dari zaman saya masih sekolah dulu, kan saya sering main bareng dengan kaka kelas kebetulan kaka kelas saya perempuan mewakili abang none jakarta selatan, maka dari itu saya jadi tahu kalo ada program abang none ini*

Lampiran Dokumentasi *Key Informan*



Lampiran Dokumentasi wawancara Via Zoom Informan Pokok 1 (Finalis abnon2022)



Lampiran Dokumentasi wawancara Via Zoom
Informan Pokok 2 (Finalis abnon2022)



Lampiran Dokumentasi wawancarainforman pokok 3 (masyarakat)



**Lampiran Dokumentasi wawancara
informan pokok 4 (masyarakat)**



tahap 1

ORIGINALITY REPORT

24%	23%	6%	%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	ejournal.undiksha.ac.id Internet Source	2%
2	jakarta-tourism.picsidev.com Internet Source	2%
3	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	2%
4	docplayer.info Internet Source	1%
5	ejournal.unitomo.ac.id Internet Source	1%
6	info.populix.co Internet Source	1%
7	jurnalfebi.uinsby.ac.id Internet Source	1%
8	www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id Internet Source	1%
9	www.iaisyarifuddin.ac.id Internet Source	1%

BIODATA PENULIS



Nama Lengkap : Fadillah Ahmad
Jenis Kelamin : Laki-laki
Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 13 Februari 2001
Alamat : Jl. Pengadegan Timur 1 Rt 01 Rw 05
Kec. Pancoran Kel. Pengadegan , Jakarta Selatan
Agama : Islam
No. Handphone : 085893462665
Email : ahmdfadil18@gmail.com
Riwayat Pendidikan :

1.	2006-2007	TK Al-madinah
2.	2007-2013	SDN 01 Pengadegan
3.	2013-2016	SMPN 154 Jakarta
4.	2016-2019	SMAN 79 Jakarta