

LAMPIRAN

Interview Guide

Informan 1

a. Profil *Special event* Prambanan Jazz

1. Apa latar belakang dan tujuan di selenggarakan *special event* ini?
2. Sudah berapa lama *special event* tersebut di selenggarakan?
3. Apa keunikan *event* yang anda selenggarakan jika di bandingkan dengan *special event* sejenis lainnya? Mengapa?
4. Siapa sajakah pihak-pihak yang terlibat dalam *special event* tersebut?
5. Siapakah yang menjadi target sasaran dari *special event* tersebut? Dan mengapa alasannya?
6. Mengapa alasan dipilihnya Candi Prambanan sebagai lokasi *event*?

b. Perencanaan

1. Informasi apa saja yang dibutuhkan untuk mengambil keputusan pada penyelenggaraan *event*? Mengapa alasannya?
2. Bagaimana mengkoordinasi sumberdaya manusia yang akan di butuhkan dalam menyelenggarakan *event* tersebut?
3. Bagaimana cara anda dalam memasarkan kegiatan tersebut?
4. Bagaimana anda membangun ketertarikan peserta untuk mengikuti *event* yang anda selenggarakan?

5. Berapa jumlah partisipasi peserta dalam *event* yang di selenggarakan?
6. Masalah apa saja yang ditemukan saat merencanakan *event* ini dan bagaimana cara menyelesaikannya?

c. Pelaksanaan *event*

1. Kapan *event* akan di selenggarakan? Mengapa?
2. Bagaimana kesiapan dan ketersediaan fasilitas yang dibutuhkan dalam pelaksanaa? Apa saja fasilitas yang terdapat yang terdapat di lokasi pelaksanaan?
3. Bagaimana koordinasi pihak penyelenggra dengan media yang akan meliput *event* tersebut? Media apa sajakah yang banyak meliput *event* tersebut?
4. Bagaimana memilih sponsorship *event* tersebut?
5. Bagaimana persiapan panggung yang akan digunakan untuk pelaksanaan *event* dan apa saja yang dibutuhkan?
6. Bagaimana koordinasi dari pihak ketua pelaksana dan *team* dalam pelaksanaan *event* tersebut?

d. Evaluasi

1. Kapan evaluasi *event* Prambanan Jazz dilaksanakan?
2. Bagaimana anda melakukan evaluasi terkait perencanaan dan pelaksanaan *event* yang anda lakukan?

3. Siapa sajakah pihak-pihak yang terlibat dalam evaluasi *event* tersebut?
4. Bagaimana anda menentukan indicator keberhasilan dari evaluasi yang dilakukan?

Informan 2

e. *Branding* tempat

1. Apa yang dimaksud dengan *event* ini sebagai ajang memperkuat *branding* nasional dan internasional?
2. Apa strategi atau langkah-langkah apa yang sudah dilakukan dalam upaya memperkuat pariwisata kota Yogyakarta khususnya pariwisata Candi ini?
3. Dalam memperkuat *branding* tempat ada tools-tools promosi yang diperlukan, promosi apa saja yang sudah dilakukan dalam menunjang upaya *branding* tempat ini ?
4. Apa yang menjadi kendala saat ingin mencapai tujuan memperkuat *branding* tempat melalui *event* tersebut?

f. *Event & Experience Integrated Marketing*

1. Bentuk *event marketing* seperti apa sajakah yang di gunakan PT. TWC dalam membranding pariwisata Yogyakarta khususnya Candi?
2. Apa tujuan *event marketing* yang telah dilakukan oleh PT.TWC ?

3. Apa kendala yang dihadapi saat melakukan *event marketing*?
4. Dampak apakah yang dirasakan PT.TWC setelah melakukan *event marketing*?

Informan 3

g. Pengunjung *Event Prambanan Jazz*

1. Darimana anda mengetahui *event* tersebut?
2. Sudah berapa lama anda mengikuti *event* tersebut?
3. Hal apa yang membuat anda tertarik untuk mengunjungi Prambanan Jazz?
4. Menurut anda apakah keunikan dari Prambanan Jazz?
5. Pengalaman menarik apa yang anda temukan di Prambanan Jazz?
6. Apakah saran anda untuk Prambanan Jazz kedepan?

Transkrip Wawancara Penelitian

Narasumber 1 : Tovic Raharja

Event Manager Prambanan Jazz 2017

Waktu : Kamis, 03 April 2018 Pukul 10.00 –12.00

**Tempat : Kantor PT. Rajawali Indonesia Communication (Jalan Pandega
Martha)**

P : Peneliti/Penanya

N : Narasumber

A. Profil *Special event* Prambanan Jazz

1. P : Apa latar belakang dan tujuan di selenggarakan *special event* ini?

N : Latar belakangnya dibuat *special event* ini sendiri adalah awal mulanya berangkat dari CEO Rajawali Indonesia Communication, pak Anas Syahrul Alimi yang sekaligus sebagai founder dan pencetus *event* Prambanan Jazz ini, awalnya karena pak Anas sendiri adalah seseorang penikmat musik Jazz, kemudian beliau juga seorang pembisnis, beliau melihat peluang di kota Yogyakarta ini pada tahun 2015 dan memanfaatkan ruang-ruang publik yang ada di Jogja untuk di selenggarakan venue konser musik Jazz di Yogyakarta dengan suasana yang berbeda yang digali sisi-sisi kreatif dan inovatif nya. Tujuannya sendiri selain mendatangkan keuntungan komersil, *event*

musik Prambanan Jazz juga membantu memperkuat *branding* pariwisata Candi yang ada di Yogyakarta dan juga menambah semakin banyak wisatawan yang datang ke Yogyakarta.

2. P : Sudah berapa lama *special event* tersebut di selenggarakan?

N : *Event* musik Prambanan Jazz sendiri sudah berlangsung selama 3 tahun dari tahun 2015, yang di selenggarakan di setiap tahunnya di bulan Agustus.

3. P: Apa keunikan *event* yang anda selenggarakan jika di bandingkan dengan *special event* sejenis lainnya? Mengapa?

N : Keunikannya yang pertama *event* musik prambanan Jazz sendiri menghadirkan para musisi Jazz internasional, mendatangkan artis-artis dunia, sama-sama menggabungkan dua mahakarya, semakin dimunculkan lagi keunikan di dalamnya di tahun 2017 dnegan tidak hanya menghadirkan musisi Jazz saja, kami mendatangkan musisi pop juga untuk menambah kemeriahan, keunikan yang lainnya yang tidak ada di konser-konser musik Jazz lainnya, kami membuat pasar kangen, festival jajanan tempo dulu yang selalu kami hadirkan setiap berlangsungnyafestival musik Prambanan Jazz

4. P : Siapa sajakah pihak-pihak yang terlibat dalam *special event* tersebut?

N : Yang pasti semua anggota di Rajawali Indonesia Communication semua pasti terlibat, kemudian panitia inti dari Pramaban Jazz juga sangat berpengaruh, juga para volunteer yang kami datangkan untuk membantu agar lancar acara *event* musik Prambanan Jazz ini.

5. P : Siapakah yang menjadi target sasaran dari *special event* tersebut? Dan mengapa alasannya?

N : Target sasaran dari *event* musik Prambanan Jazz ini sudah jelas adalah dari kalangan menengah ke atas, dan juga para menikmati musik dengan lifestyle. Sasaran utamanya adalah anak-anak muda yang suka dengan gaya musik Jazz yang berkelas dan juga para keluarga yang suka dengan hiburan dengan sensasi yang berbeda. Alasannya adalah selain kami sudah mempersiapkan dari harga tiket sampai perencanaan *event* konser musik prambanan Jazz ini dan juga tempat yang kami pilih, kami berusaha agar semua ini terasa amat spectacular.

6. P : Mengapa alasan dipilihnya Candi Prambanan sebagai lokasi *event*?

N : Candi Prambanan sendiri adalah situs budaya yang terkenal dan sangat indah di Yogyakarta ini, sedangkan Jazz juga adalah aliran musik yang sangat mewah dan indah, kemudian kami ingin menggabungkan kedua mahakarya indah ini menjadi satu kesatuan padu, konser musik Jazz yang spektakuler dengan latar Candi

Prambanan yang megah, itu akan menjadi daya tarik sendiri bagi orang-orang.

Perencanaan *Event*

1. P : Informasi apa saja yang dibutuhkan untuk mengambil keputusan pada penyelenggaraan *event*? Mengapa alasannya?

N : Yang pertama adalah informasi ketersediaan line-up para artis yang di data sebelumnya untuk mengisi di acara konser musik Prambanan Jazz. Kemudian dana yang harus di persiapan, susunan panitia serta koordinasinya, serta persiapan-persiapan lainnya seperti konfirmasi tempat dan persiapan di lapangan.

2. P: Bagaimana mengkoordinasi sumberdaya manusia yang akan di butuhkan dalam menyelenggarakan *event* tersebut?

N : Yang pertama adalah dengan mengadakan rapat rutin yang diadakan di setiap minggunya terhitung dari persiapan di adakan tiga bulan sebelum acara di mulai, kemudian koordinasi melalui whatsapp atau line grup, dan juga pembekalan tentang manajemen waktu dan koordinasi yang baik dengan sesama panitia yang lainnya.

3. P : Bagaimana cara anda dalam memasarkan kegiatan tersebut?

N : Pemasaran *event* melalui media sosial dan juga menyebarkannya melalui para influencer, juga pengalaman langsung orang-orang yang pernah mengikuti *event* konser Prambanan Jazz sebelumnya, mereka dengan word of mouth dapat mengajak teman-teman yang lainnya untuk mengikuti konser musik Prambanan Jazz yang berikut-berikutnya.

4. P : Bagaimana anda membangun ketertarikan peserta untuk mengikuti *event* yang anda selenggarakan?

N : Dari Line Up artis-artis yang akan bermain di konser musik Prambanan Jazz, Artis-artis inilah yang membuat orang-orang tertarik untuk mengikuti konser musik Prambanan Jazz ini, selain dari line-up artisnya, dari suasana menikmati musik Jazz yang berbeda, yaitu di depan Candi Prambanan, hal itu yang membuat mereka semakin tertarik untuk ikut.

5. P : Berapa jumlah partisipasi peserta dalam *event* yang di selenggarakan?

N : Pada setiap tahunnya pengunjung Prambanan Jazz terus meningkat dari tahun 2015 yang awalnya hanya 1000, menjadi 30.000 orang.

6. P : Masalah apa saja yang ditemukan saat merencanakan *event* ini dan bagaimana cara menyelesaikannya?

N : Tidak ada masalah yang berarti, karena kami semua disini sudah terbiasa menanggapi berbagai *event*, jadi masalah terasa sangat minim.

Pelaksanaan *Event*

1. P : Kapan *event* di selenggarakan? Mengapa?

N : Kami melangsungkan *event* musik Prambanan Jazz memilih jadwal

setiap akhir pekan, kalau di 2017, pada hari jumat, sabtu, dan minggu.

Kami memilih diberlangsungkan nya *event* ini di akhir pekan karena akhir pekan adalah waktu yang tepat untuk melaksakan *event* konser musik, selain akhir pekan adalah hari libur, akhir pekan juga sekaligus waktunya untuk bersenang-senang.

2. P : Bagaimana kesiapan dan ketersediaan fasilitas yang dibutuhkan dalam pelaksanaa? Apa saja fasilitas yang terdapat yang terdapat di lokasi pelaksanaan?

N : Memeriksa dalam waktu dekat acara akan berlangsung seperti kesiapan dari seluruh aspek, dari teknisi maupun non teknis. Line-up artis yang akan tampil, semua hal yang di perisapkan sebelumnya, di matangkan agar acara berjalan lancar sesuai dengan rencana. Dari fasilitas untuk para artis, seperti ruang ganti, tatatan panggung, sound,

mic, *Lighting* dll. Kemudian juga kesiapan fasilitas untuk penonton konser, dari segi keamanan, dll.

3. P : Bagaimana koordinasi pihak penyelenggara dengan media yang akan meliput *event* tersebut? Media apa sajakah yang banyak meliput *event* tersebut?

N : Kami selalu bekerjasama dengan berbagai media yang dapat meliput *event-event* kami, mulai dari media cetak sampai media online, biasanya kami adakan press conference terlebih dahulu untuk memberikan press rilisnya kepada media yang akan meliput.

4. P : Bagaimana memilih sponsorship *event* tersebut?

N : Sponsorship kami di tahun 2017 adalah full dari Indi home, sedangkan sponsorship-sponsorship lainnya yang mendukung kami, kami tidak buka secara umum, itu bagian internal kami yang menyeleksi dengan berbagai pertimbangan.

5. P : Bagaimana persiapan panggung yang akan digunakan untuk pelaksanaan *event* dan apa saja yang dibutuhkan?

N : Tatanan panggung, *Lighting*, Sound, Mic, dan hal teknis lainnya kami selalu pastikan tidak ada cacat, semua kami cek terlebih dahulu sebelum konser musik dimulai. Tatanan panggung di bagi 2 panggung besar, yaitu panggung special show Hanoman Stage untuk pemilik

Silver Seat, Golden Seat, Platinum Seat, dan Diamond Seat dan Panggung Roro Jongrang untuk Festival Show

6. P : Bagaimana koordinasi dari pihak ketua pelaksana dan *team* dalam pelaksanaan *event* tersebut?

N : Koordinasi ketua dan *team* berjalan dengan baik, namun terkadang ada saja yang namanya miskomunikasi, disini chemistry antara ketua dan anggota diuji, bagaimana membangun kerjasama yang baik dalam melaksanakan sebuah *event*.

Evaluasi

1. P : Kapan evaluasi *event* Prambanan Jazz dilaksanakan?

N : Evaluasi pasti dilakukan setelah selesainya acara musik Prambanan Jazz tersebut.

2. P : Bagaimana anda melakukan evaluasi terkait perencanaan dan pelaksanaan *event* yang anda lakukan?

N : Evaluasi di adakan bersama-sama panitia dan volunteer Prambanan Jazz, tidak ada format khusus dalam evaluasi, kita semua menyadari semua kekurangan maupun kelebihan dari kerja keras kami selama dari persiapan *event* sampai dengan pelaksanaannya, kemudian kami saling mengevaluasi satu sama

lain dengan kumpul biasa saja dengan pertanyaan di lempar ke forum, dan sambil mengobrol santai.

3. P :Siapa sajakah pihak-pihak yang terlibat dalam evaluasi *event* tersebut?

N : Seluruh panitia dan kru Prambanan Jazz tentunya

5. P : Bagaimana anda menentukan indicator keberhasilan dari evaluasi yang dilakukan?

N : Indikator keberhasilan biasanya kami ukur dengan minimalnya kesalahan yang panitia buat dan banyaknya penonton yang datang untuk menyaksikan konser musik Prambanan Jazz.

Transkrip Wawancara Penelitian

Narasumber 2 : Pak Jamaluddin

Staff bagian Pelayanan dan Pemasaran Taman Wisata Candi Prambanan

Waktu : Rabu, 16 Mei 2018 Pukul 13.30 –14.30

**Tempat : Kantor PT. Taman Wisata Candi (Kawasan Candi Prambanan,
Prambanan)**

P : Peneliti/Penanya

N : Narasumber

1. **P : Apa yang dimaksud dengan *event* ini sebagai ajang memperkuat *branding* nasional dan internasional?**

N : Candi Prambanan itu sudah eksis di Indonesia, *branding* Candi Prambanan itu sebenarnya sudah cukup kuat, namun kami menemukan fakta bahwa di tingkat internasional Candi Prambanan belum dikenal bahkan orang asing tidak tahu Candi Prambanan letaknya ada di Yogyakarta. Oleh karena itu, brand destinasi Candi prambanan ini perlu diperkuat, perlu di dorong dengan aktivitas pariwisata, musik dan olahraga

2. **P : Apa strategi atau langkah-langkah apa yang sudah dilakukan dalam upaya memperkuat pariwisata kota Yogyakarta khususnya pariwisata Candi ini?**

N : Strategi yang di lakukan oleh kami yaitu dengan memperbanyak membuat *event*, mengikuti berbagai pameran di dalam maupun luar negeri, bekerjasama sama dengan tour travel, dan membuka peluang kepada siapa saja yang ingin membuat *event* di kawasan Candi dengan sesuai izin, memperkenalkan lebih luas lagi wisata Candi di Yogyakarta ini kepada wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara melalui influencer yang kami percayakan.

3. **P : Dalam memperkuat *branding* tempat ada tools-tools promosi yang diperlukan, promosi apa saja yang sudah dilakukan dalam menunjang upaya *branding* tempat ini ?**

N : Kami melakukan 2 cara dalam mempromosikan Candi Prambanan ini, yang pertama dengan saran digital, yaitu melalui sosial media, website dan juga kami sedang membuat chanel di youtube agar orang lebih kenal dan paham tentang seluruh aktivitas di Candi Prambanan ini agar selalu update. Kemudian yang kedua kami melakukan promosi konvensional, yaitu dengan melakukan pameran, biasanya kami disana akan sekaligus memberitahu apa saja yang kita punya di Candi Prambanan, selain kami menawarkan keistimewaan candi, kami juga menawarkan berbagai kerjasama tempat, seperti kerjasama kami dengan Rajawali Communication yang menyelenggarakan Prambanan Jazz rutin setiap tahunnya disini. Pameran yang kami datangi tidak hanya di Indonesia saja, kami melakukan pameran juga di luar negeri. Kami juga menempelkan

ambient media dengan gambar Candi di Yogyakarta seperti Candi Prambanan di bus-bus kota di dalam maupun luar negeri.

4. **P : Apa yang menjadi kendala saat ingin mencapai tujuan memperkuat *branding* tempat melalui *event* tersebut?**

N : Sejauh ini tidak ada kendala yang signifikan, biasanya hanya terkendala pada regulasi pembatasan pemanfaatan untuk pelaksanaan *event* di zona 2 Candi.

“ Biasanya yang paling sering terjadi adalah terjadi kesulitan dalam perizinan untuk memakai area zona 2 Candi untuk penyelenggaraan *event*.

Event & Experience Integrated Marketing

1. **P : Bentuk *event marketing* seperti apa sajakah yang di gunakan PT. TWC dalam membranding pariwisata Yogyakarta khususnya Candi?**

N : *Event marketing* yang biasanya kami lakukan yang pertama kami melakukan promosi secara digital maupun konvensional. Seperti yang dijelaskan pada strategi *branding* tempat, biasanya kami menyelenggarakan *event* rutin setiap tahunnya, dengan harapan meningkatkan pengunjung domestik maupun internasional, dengan melakukan *event marketing* juga kami dapat mendapat keuntungan komersil dari penyelenggara *event* yang mengadakan *event* di Candi ini

2. P : Apa tujuan *event marketing* yang telah dilakukan oleh PT.TWC ?

N : PT. TWC sendiri melakukan *event marketing* karena 2 hal yaitu untuk tujuan komersil, misalnya dengan menyewakan tempat(Candi) untuk acara-acara besar seperti Prambanan Jazz, Mandiri Marathon, dll. Dari sistem bagi hasil dari acara tersebut, PT. TWC juga mendapatkan keuntungan dari acara tersebut. Kemudian untuk tujuan non-komersil biasanya kami meng-hire orang dengan menyelenggarakan acara yang itu bertujuan hanya untuk meningkatkan *brand awarness* dari masyarakat domestik maupun mancanegara.

3. P : Apa kendala yang dihadapi saat melakukan *event marketing*?

N : Kendala yang paling sering di hadapi biasanya dari *event* yang dikerjakan oleh pihak eksternal seperti Rajawali Communicatoion yang biasanya masih dengan regulasi perizinan yang melibatkan zona 2 Candi karena harus melewati perizinan bagian pelestarian dan budaya terlebih dahulu dan terkesan berbelit-belit menurut pihak eksternal

4. P : Dampak apakah yang dirasakan PT.TWC setelah melakukan *event marketing*?

N : Tentunya banyak sekali dampak positif yang diperoleh dari melakukan aktivitas *Event marketing* ini, dengan melakukan *event marketing* ini terdapat peningkatan jumlah pengunjung di Candi, dan juga peningkatan *brand awarness* terhadap *branding* destinasi pariwisata Candi dari para

masyarakat domestik maupun internasional dan juga kunjungan wisatawan ke Candi Prambanan

Transkrip Wawancara

Penelitian

Narasumber : Azalea Anindhita Natasya

Pengunjung Prambanan Jazz 2017

Waktu : Satu,3 Februari Pukul 19.00 – 20.30

Tempat : Kost Ijo

P : Peneliti/Penanya

N : Narasumber

1. P : Dari mana anda tahu Prambanan Jazz?

N: Saya tahu Prambanan Jazz itu awal mula dari media sosial intagram, sebelumnya banyak temen-temen yang upload evnet Prambanan Jazz gitu.

2. P : Sudah berapa kali anda mengunjungi Prambanan Jazz?

N : Baru sekali sih dateng ke Prambanan Jazz

3. P : Hal apa yang membuat anda tertarik untuk mengunjungi Prambanan Jazz?

N : Keunikannya itu sih konser musik Jazz itu di Candi Prambanan, berasa spesial aja gitu worth it banget bayar tiket affordable untunk bisa nonton konser Jazz yang keren dan artis nya banyak banget

4. P : Menurut anda apakah keunikan dari Prambanan Jazz?

N : Keunikannya ya hampir sama kayak yang tadi, oh iya Prambanan Jazz juga

bintang tamunya keren-keren sih ada dari nasional sampek international.

5. **P : Pengalaman menarik apa yang anda temukan di Prambanan Jazz?**

N : Yang menarik sih bisa dengerin musik Jazz di ruang terbuka dan di situs budaya terkeren di Jogja

6. **P : Apakah saran anda untuk Prambanan Jazz kedepan?**

N : Saran saya untuk Prambanan Jazz kedepannya sih semoga lebih seru lagi dan lebih banyak lagi artis-artisnya.

Lampiran 2

Foto peneliti sedang melakukan wawancara

