

BAB IV

PENUTUP

1. Kesimpulan

Event Hotrod Weekend Party 2018 Adalah *event annual* tahunan yang diadakan setiap bulan November oleh komunitas Hotrodiningrat sebagai perayaan *anniversary* terbentuknya komunitas hotrodiningrat dan memberikan wadah bagi para pecinta mobil classic Amerika. Tujuan diadakannya *event* Hotrod Weekend Party ingin mengedukasi masyarakat luas tentang budaya yang ada pada hotrod dengan berbagai macam aktivasi yang dilakukan oleh *marketing communication* seperti halnya *live* musik dengan bergenre *rockabilly*, *live booth tattoo*, *booth tenant* makanan dan minuman, *booth merchandise* dari *event* Hotrod Weekend party 2018 dan *design poster*, *pamphlet*, *flyer* pintu *gate* masuk sesuai dengan tema *event* pada saat itu bernuansa Hawaii merupakan budaya yang ada pada hotrod sehingga dapat terbentuknya proses komunikasi *event* yang dari pengunjung.

Pengunjung dapat teredukasi tentang adanya budaya hotrod dan melihat secara langsung modifikasi mobil *classic* Amerika. Media yang digunakan untuk mempromosikan event Hotrod Weekend Party terdapat media *offline* dan *online*. Media *offline* yang digunakan untuk menginformasikan *event* Hotrod Weekend Party berupa *flyer*, *poster*, *radio-ad*, video tron kemudian media *online* yang digunakan berupa *Instagram* dan *facebook* sehingga pengunjung mendapatkan dengan mudah informasi tentang adanya *event* Hotrod Weekend Party 2018 terbukti dari pengunjung yang datang karena melihat dari *explore*

instagram dan iklan dari *poster*, video tron, dan *radio-ad*. Menurut pengunjung konten-konten yang disajikan event Hotrod Weekend Party 2018 sangat menarik dan informatif sehingga terbentuknya proses komunikasi dalam *event* Hotrod Weekend Party 2018.

Menurut *marketing communication event* Hotrod Weekend Party 2018 mempermudah dengan adanya teknologi media *offline* dan *online* untuk menginformasikan adanya *event* tersebut lalu pada saat event terdapat hiburan yang ada cukup membantuk memperkenalkan budaya hotrod dan juga menjadikan riset untuk lebih baik dalam *event* selanjutnya dalam menentukan target market-nya dan juga proses komunikasi yang dilakukan pada saat membuat *event*.

Faktor pendukung dan penghambat proses komunikasi dalam pelaksanaan *event* Hotrod Weekend Party baik secara *internal* (panitia dan sponsor) maupun *eksternal* (masyarakat/pengunjung) dengan menggunakan manajemen *event actuating*. Faktor pendukung dan penghambat pasti terdapat *miss* komunikasi dari panitia tetapi itu bisa di atasi dengan baik karena tujuan dari *event* ini juga untuk bersenang-senang dan mengedukasi masyarakat tentang budaya hotrod. Dari segi *marketing* cukup sulit memperkenalkan budaya hotrod pada masyarakat tetapi dengan adanya hiburan yang ada cukup membuat ringan dengan memperkenalkan budaya hotrod.

Pengawasan pelaksanaan *event* Hotrod Weekend Party 2018 dengan tidak menggunakan tiket seperti *event* sebelumnya karena ingin membebaskan semua partisipan dan pengunjung seperti tujuan dari *event* ini hanya untuk bersenang-

senang merayakan *anniversary* atau hari terbentuknya komunitas hotrodiningrat. Menurut pengunjuk panitia sangat sigap dan tanggap dalam menangani hambatan dan masalah pada fasilitas atau acara *event* Hotrod Weekend Party 2018 sehingga tidak terjadi kekacauan pada saat *event* berlangsung. Evaluasi terhadap keberhasilan penyelenggaraan *event* Hotrod Weekend Party memperlihatkan antusias masyarakat yang datang setiap tahunnya bertambah dan memperlihatkan dari hasil penjualan *merchandise* yang *sold-out* dari *event* Hotrod Weekend Party.

2. Saran

Komunitas Hotrodiningrat penyelenggara *Event* Hotrod Weekend Party 2018 sebagai bentuk *anniversary* dari komunitas dalam menjalankan proses komunikasi dan memiliki tujuan sesuai dengan visi dari komunitas untuk mengedukasi masyarakat terhadap budaya hotrod dengan adanya *event* Hotrod Weekend Party 2018 namun lebih baik apabila ada pengembangan proses komunikasi dari komunitas Hotrodiningrat agar pesan yang ingin disampaikan dapat lebih mudah untuk diterima masyarakat dalam pembuatan visi dari komunitas. ✓

Pada penelitian selanjutnya yang akan mengambil tema penelitian yang sama agar lebih mendalam lagi untuk menganalisis hasil penelitian menggunakan teori-teori yang lainnya dan dengan subjek penelitian atau sumber yang lebih banyak sehingga dapat memudahkan menganalisis hasil penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Abbas, Salim. 2000. *Manajemen Transportasi*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Any, Noor. 2013. *Manajemen Event*. Bandung: Alfabeta

Asep Abdul, Salam. 2013. *Sejarah Otomotif*

Diakses dari : http://etheses.uin-malang.ac.id/2429/7/10660058_Bab_2.pdf

Belch, George E. dan Michael A. Belch. 2004. *Advertising and Promotion An Integrated Marketing Communication Perspective*. New York: The McGraw-Hill Companies.

De Witt, John. 2002. *Cool Cars High Art: The Rise of Kustom Culture*. University: Press of Mississippi

Diakses dari : http://elib.unikom.ac.id/files/disk1/748/jbptunikompp-gdl-fikrihiday-37360-10-unikom_f-a.pdf

Goldblatt, Joe. 2002. *Special Event. Third Edition*. New York: John Wiley and Sons

Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga

Issakh, Hengki Idris dan Zahrida Wiryawan. 2014. *Pengantar Manajemen*, Jakarta: In Media

Jefkins, F. (2004). *Public relations (5th ed)*. Jakarta, Indonesia: Erlangga.

John M, Echols.1970. *Kamus Inggris-Indonesia*.2009. Jakarta: Erlangga

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). *Modifikasi*. Hal: 653

Diakses dari: <http://e-journal.uajy.ac.id/3313/3/2TA12420.pdf>

Kennedy, John E. 2009. *Manajemen Event*. Jakarta: Pt Bhuana Ilmu Populer

Kriyantono, Rakhmat. 2009. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.

Moleong, Lexy J. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Morissan, Alexander. 2010. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Ramdina Prakarsa.

Mulyana, Deddy. 2007. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya

Otomotif, tempo. 2018. *Pesta Hot Rod di Kampung Mataram*.

Diakses dari : <https://otomotif.tempo.co/read/1141754/pesta-hot-rod-di-kampung-mataraman/full&view=ok>

Ruslan, Rosady. 2010. *Manajemen Public Relations Dan Media Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers

Shaw, E. (2008). *Agenda-setting and mass communication theory*. International Communication Gazette, 6(4), 97-100.

Shimp, Terence A. 2003. *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Terpadu*. Jakarta: Erlangga.

Shone, A. And B. Parry. 2004. *Successful Events Management: A Practical Handbook. (2nd Edition)*. London: Thomson Learning.

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif (Untuk penelitian yang bersifat: eksploratif, enterpretif, interaktif dan konstruktif)*. Bandung: Alfabeta.

Swastha, Basu dan Irawan. 1990. *Menejemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty Offset.

LAMPIRAN

INTERVIEW GUIDE

Lampiran 1: Matriks Penelitian

MATRIKS PENELITIAN

No.	Variabel	Konsep	Pertanyaan	Sumber Data
1.	1. Proses Komunikasi Hotrod Weekend Party	Teori komunikasi model David K. Berlo. Model komunikasi Berlo dikenal dengan model SMCR yaitu <i>Source</i> (sumber), <i>Message</i> (pesan), <i>Channel</i> (saluran), dan <i>Reciever</i> (penerima) (Mulyana, 2007 : 162).	A. Source <i>1. Apa yang melatarbelakangi penyelenggaraan event Hotrod Weekend Party?</i> <i>2. Siapa saja yang terlibat dalam pengelolaan pesan/informasi tentang event Hotrod Weekend Party?</i> B. Message	1. Wawancara kepada Ketua, <i>Marketing</i> , & Pengunjung 2. Observasi (media sosial <i>event</i> Hotrod)

No.	Variabel	Konsep	Pertanyaan	Sumber Data
		<ul style="list-style-type: none"> - <i>Source</i> - <i>Message</i> - <i>Channel</i> - <i>Reciver</i> 	<p>3. Informasi apa yang ingin disampaikan kepada masyarakat dengan menyelenggarakan <i>event</i> Hotrod Weekend Party?</p> <p>4. Bagaimana mendesain pesan/ informasi tersebut agar diterima masyarakat?</p> <p>C. Channel</p> <p>5. Saluran/media komunikasi apa yang digunakan untuk menginformasikan tentang <i>event</i> Hotrod Weekend Party?</p> <p>6. Mengapa menggunakan saluran komunikasi tersebut?</p> <p>D. Receiver</p>	Weekend Party)

No.	Variabel	Konsep	Pertanyaan	Sumber Data
			<p>7. Siapa <i>audience</i> yang menjadi target dalam <i>event</i> Hotrod Weekend Party? Apakah ada spesifikasi tersendiri?</p> <p>8. Bagaimana masyarakat menyikapi, memahami atau menerima tentang adanya <i>event</i> Hotrod Weekend Party?</p>	
2.	Manajemen <i>Event</i> Hotrod Weekend Party	b. Dengan memasukkan teori SMCR dengan proses komunikasi pada perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan	A. Planning 1. Apa tujuan komunikasi dari <i>event</i> Hotrod Weekend Party? 2. Indikator atau alasan apa yang mendasari tujuan tersebut dipilih?	1. Wawancara kepada Ketua, <i>Marketing</i> , & Pengunjung 2. Observasi (media sosial

No.	Variabel	Konsep	Pertanyaan	Sumber Data
		<p>pengontrolan dan manajemen <i>event</i> mengacu pada <i>Planning, organizing, actuating, controlling dan evaluating</i> (Ruslan, 2010:3)</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Planning</i> - <i>Organizing</i> - <i>Actuating</i> - <i>Controlling</i> - <i>Evaluating</i> 	<ol style="list-style-type: none"> 3. Bagaimana langkah awal perencanaan penyelenggaraan Hotrod Weekend Party? 4. Bagaimana cara menentukan kebutuhan, keinginan, dan harapan pengunjung Hotrod Weekend Party? 5. Apakah ada riset khusus untuk memahami kebutuhan kebutuhan, keinginan, dan harapan target pengunjung Hotrod Weekend Party? 6. Bagaimana menyusun langkah yang akan dilakukan untuk membuat <i>event</i> Hotrod Weekend Party? 7. Bagaimana mendiskusikan rancangan kegiatan <i>event</i> Hotrod Weekend Party? 	<p><i>event</i> Hotrod Weekend Party)</p>

No.	Variabel	Konsep	Pertanyaan	Sumber Data
			<p>8. Bagaimana penetapan periode waktu) untuk menyelenggarakan Hotrod Weekend Party?</p> <p>9. Bagaimana pertimbangan pemilihan tempat (<i>venue</i>) penyelenggaraan Hotrod Weekend Party?</p> <p>10. Bagaimana mempersiapkan layanan pendukung Hotrod Weekend Party?</p> <p>11. Bagaimana proses mencari sponsor Hotrod Weekend Party?</p> <p>12. Bagaimana menentukan tema, konsep acara, dekorasi dan <i>artistic</i>, hiburan yang disajikan dalam <i>event</i> Hotrod Weekend Party?</p>	

No.	Variabel	Konsep	Pertanyaan	Sumber Data
			<p>13. Siapa saja pihak yang bertanggungjawab terhadap tema, konsep acara, dekorasi dan <i>artistic</i>, hiburan di <i>event</i> Hotrod Weekend Party?</p> <p>14. Bagaimana mengkomunikasikan tentang tema, konsep acara, dekorasi dan <i>artistic</i>, hiburan di <i>event</i> Hotrod Weekend Party agar dapat diterima semua pihak?</p> <p>15. Bagaimana strategi komunikasi yang akan digunakan untuk menarik pengunjung ke <i>event</i> Hotrod Weekend Party?</p> <p>B. Organizing</p>	

No.	Variabel	Konsep	Pertanyaan	Sumber Data
			<p>16. Bagaimana menentukan tim kerja atau orang-orang yang terlibat dalam penyelenggaraan Hotrod Weekend Party?</p> <p>17. Bagaimana menentukan pembagian tugas masing-masing anggota dalam penyelenggaraan <i>event</i> Hotrod Weekend Party?</p> <p>18. Bagaimana melakukan koordinasi dan berkomunikasi dengan pihak-pihak yang terlibat dalam penyelenggaraan Hotrod Weekend Party?</p> <p>19. Bagaimana melakukan komunikasi dengan panitia internal, <i>stakeholder</i>, vendor, dan sponsor <i>event</i> Hotrod Weekend Party?</p> <p>C. Actuating</p>	

No.	Variabel	Konsep	Pertanyaan	Sumber Data
			<p>20. Bagaimana pemeriksaan persiapan dan fasilitas kegiatan <i>event</i> Hotrod Weekend Party?</p> <p>21. Apa saja acara yang diselenggarakan dalam <i>event</i> Hotrod Weekend Party?</p> <p>22. Bagaimana efektivitas kegiatan yang dilakukan dalam <i>event</i> Hotrod Weekend Party?</p> <p>23. Bagaimana partisipasi pengunjung terhadap <i>event</i> Hotrod Weekend Party?</p> <p>24. Apa saja faktor pendukung dan penghambat komunikasi dalam pelaksanaan <i>event</i> Hotrod Weekend Party baik secara internal (panitia dan sponsor) maupun eksternal (masyarakat/pengunjung)?</p>	

No.	Variabel	Konsep	Pertanyaan	Sumber Data
			<p>D. Controlling</p> <p>25. Siapa yang melakukan pengawasan pelaksanaan <i>event</i> Hotrod Weekend Party?</p> <p>26. Kapan waktu pengawasan <i>event</i> Hotrod Weekend Party?</p> <p>27. Bagaimana melakukan pengawasan pelaksanaan <i>event</i> Hotrod Weekend Party?</p> <p>28. Bagaimana hasil pengawasan <i>event</i> Hotrod Weekend Party?</p> <p>E. Evaluating</p> <p>29. Bagaimana melakukan evaluasi terhadap keberhasilan penyelenggaraan <i>event</i> Hotrod Weekend Party?</p>	

No.	Variabel	Konsep	Pertanyaan	Sumber Data
			<p>30. Bagaimana metode atau cara melakukan evaluasi kepuasan pengunjung atas kunjungannya ke <i>event</i> Hotrod Weekend Party?</p> <p>31. Bagaimana mendiskusikan hasil evaluasi kepada anggota <i>team</i>?</p> <p>32. Bagaimana kelebihan dan kekurangan penyelenggaraan <i>event</i> Hotrod Weekend Party berdasarkan hasil evaluasi?</p> <p>33. Apakah komunikasi yang dijalankan sudah sesuai dengan target/tujuan yang ingin dicapai oleh penyelenggara <i>event</i> Hotrod Weekend Party?</p>	

PEDOMAN WAWANCARA

(Penyelenggara)

I. Komunikasi Hotrod Weekend Party

A. Source

1. Apa yang melatarbelakangi penyelenggaraan *event* Hotrod Weekend Party?
2. Siapa saja yang terlibat dalam pengelolaan pesan/informasi tentang *event* Hotrod Weekend Party?

B. Message

3. Informasi apa yang ingin disampaikan kepada masyarakat dengan menyelenggarakan *event* Hotrod Weekend Party?
4. Bagaimana mendesain pesan/informasi tersebut agar diterima masyarakat?

C. Channel

5. Saluran/media komunikasi apa yang digunakan untuk menginformasikan tentang *event* Hotrod Weekend Party?
6. Mengapa menggunakan saluran komunikasi tersebut?

D. Receiver

7. Siapa *audience* yang menjadi target dalam *event* Hotrod Weekend Party?
Apakah ada spesifikasi tersendiri?
8. Bagaimana masyarakat menyikapi, memahami atau menerima tentang adanya *event* Hotrod Weekend Party?

II. Manajemen *event* Hotrod Weekend Party

A. Planning

1. Apa tujuan komunikasi dari *event* Hotrod Weekend Party?
2. Indikator atau alasan apa yang mendasari tujuan tersebut dipilih?
3. Bagaimana langkah awal perencanaan penyelenggaraan Hotrod Weekend Party?
4. Bagaimana cara menentukan kebutuhan, keinginan, dan harapan pengunjung Hotrod Weekend Party?
5. Apakah ada riset khusus untuk memahami kebutuhan, keinginan, dan harapan target pengunjung Hotrod Weekend Party?
6. Bagaimana menyusun langkah yang akan dilakukan untuk membuat *event* Hotrod Weekend Party?
7. Bagaimana mendiskusikan rancangan kegiatan *event* Hotrod Weekend Party?
8. Bagaimana penetapan periode waktu untuk menyelenggarakan Hotrod Weekend Party?

9. Bagaimana pertimbangan pemilihan tempat (*venue*) penyelenggaraan Hotrod Weekend Party?
10. Bagaimana mempersiapkan layanan pendukung Hotrod Weekend Party?
11. Bagaimana proses mencari sponsor Hotrod Weekend Party?
12. Bagaimana menentukan tema, konsep acara, dekorasi dan *artistic*, hiburan yang disajikan dalam *event* Hotrod Weekend Party?
13. Siapa saja pihak yang bertanggungjawab terhadap tema, konsep acara, dekorasi dan *artistic*, hiburan di *event* Hotrod Weekend Party?
14. Bagaimana mengkomunikasikan tentang tema, konsep acara, dekorasi dan *artistic*, hiburan di *event* Hotrod Weekend Party agar dapat diterima semua pihak?
15. Bagaimana strategi komunikasi yang akan digunakan untuk menarik pengunjung ke *event* Hotrod Weekend Party?

B. Organizing

16. Bagaimana menentukan tim kerja atau orang-orang yang terlibat dalam penyelenggaraan Hotrod Weekend Party?
17. Bagaimana menentukan pembagian tugas masing-masing anggota dalam penyelenggaraan *event* Hotrod Weekend Party?
18. Bagaimana melakukan koordinasi dan berkomunikasi dengan pihak-pihak yang terlibat dalam penyelenggaraan Hotrod Weekend Party?
19. Bagaimana melakukan komunikasi dengan panitia internal, *stakeholder*, vendor, dan sponsor *event* Hotrod Weekend Party?

C. Actuating

20. Bagaimana pemeriksaan persiapan dan fasilitas kegiatan *event* Hotrod Weekend Party?
21. Apa saja acara yang diselenggarakan dalam *event* Hotrod Weekend Party?
22. Bagaimana efektivitas kegiatan yang dilakukan dalam *event* Hotrod Weekend Party?
23. Bagaimana partisipasi pengunjung terhadap *event* Hotrod Weekend Party?
24. Apa saja faktor pendukung dan penghambat komunikasi dalam pelaksanaan *event* Hotrod Weekend Party baik secara internal (panitia dan sponsor) maupun eksternal (masyarakat/pengunjung)?

D. Controlling

25. Siapa yang melakukan pengawasan pelaksanaan *event* Hotrod Weekend Party?
26. Kapan waktu pengawasan *event* Hotrod Weekend Party?
27. Bagaimana melakukan pengawasan pelaksanaan *event* Hotrod Weekend Party?
28. Bagaimana hasil pengawasan *event* Hotrod Weekend Party?

E. Evaluating

29. Bagaimana melakukan evaluasi terhadap keberhasilan penyelenggaraan *event* Hotrod Weekend Party?
30. Bagaimana metode atau cara melakukan evaluasi kepuasan pengunjung atas kunjungannya ke *event* Hotrod Weekend Party?
31. Bagaimana mendiskusikan hasil evaluasi kepada anggota *team*?
32. Bagaimana kelebihan dan kekurangan penyelenggaraan *event* Hotrod Weekend Party berdasarkan hasil evaluasi?
33. Apakah komunikasi yang dijalankan sudah sesuai dengan target/tujuan yang ingin dicapai oleh penyelenggara *event* Hotrod Weekend Party?

PEDOMAN WAWANCARA

(Pengunjung)

I. Komunikasi Hotrod Weekend Party

1. Apa yang anda ketahui tentang *event* Hotrod Weekend Party?
2. Siapa yang memberitahukan kepada anda tentang *event* Hotrod Weekend Party?
3. Bagaimana kejelasan informasi *event* Hotrod Weekend Party?
4. Saluran/media komunikasi apa yang anda gunakan untuk mendapatkan informasi tentang *event* Hotrod Weekend Party? Mengapa menggunakan saluran komunikasi tersebut?
5. Bagaimana cara masyarakat dapat menerima informasi tentang *event* Hotrod Weekend Party?

II. Manajemen Komunikasi dan Manajemen *event* Hotrod Weekend Party

A. Planning

1. Apa yang melatarbelakangi alasan anda untuk datang ke *event* Hotrod Weekend Party?
2. Apakah *event* Hotrod Weekend Party sudah mampu memahami kebutuhan kebutuhan, keinginan, dan harapan anda sebagai pengunjung?
3. Bagaimana komunikasi yang dilakukan penyelenggara *event* Hotrod Weekend Party? Apakah dapat menarik minat untuk berkunjung ke *event* Hotrod Weekend Party?

B. Organizing

4. Bagaimana kinerja tim penyelenggara *event* Hotrod Weekend Party dalam melayani atau memberikan penjelasan, dan berinteraksi dengan pengunjung?
5. Apakah panitia merespon dengan baik apabila pengunjung membutuhkan bantuan?

C. Actuating

6. Bagaimana konten konten acara yang disajikan dalam *event* Hotrod Weekend Party? Apabila menarik, alasannya kenapa?
7. Fasilitas apa saja yang anda rasakan selama mengunjungi *event* Hotrod Weekend Party? Dan apakah fasilitas ini sudah sesuai dengan ekspektasi Anda sebagai pengunjung?

D. Controlling

8. Bagaimana kesigapan panitia dalam menangani hambatan atau masalah pada fasilitas atau acara dalam *event* Hotrod Weekend Party?

E. Evaluating

9. Bagaimana kelebihan dan kekurangan penyelenggaraan *event* Hotrod Weekend Party?
10. Apa yang menjadi masukan terhadap *event* Hotrod Weekend Party?

TRANSKRIP

Hasil Wawancara Narasumber 1

Narasumber 1: Gani (Ketua *event* Hotrod Weekend Party salah satu anggota dari komunitas Hotrodiningrat)

P: Apa yang melatarbelakangi penyelenggaraan *event* Hotrod Weekend Party?

N: Beberapa orang hanya mengetahui bahwa mobil *classic* Amerika itu hanya mobil tua tetapi bisa menjadi *lifestyle* yang di mana terdapat beberapa budaya yang ada di dalamnya. Berawal dari hobi sama-sama suka mobil *classic* Amerika habis itu membentuk komunitas bernama hotrodiningrat yang melatarbelakangi terbentuknya *event* itu adalah sebenarnya itu tanggal *anniversary* dari komunitas yang akhirnya dibuatlah menjadi *event* tahunan *annual* setiap bulan November.

P: Siapa saja yang terlibat dalam pengelolaan pesan/informasi tentang *event* Hotrod Weekend Party?

N: yang terlibat ada 9 orang dari komunitas dan terlibat semuanya 9 orang tersebut

P: Informasi apa yang ingin disampaikan kepada masyarakat dengan menyelenggarakan *event* Hotrod Weekend Party?

N: lebih ke visi dari *event* tersebut yaitu “menghotrodkan masyarakat dan memasyarakatkan hotrod” bertujuan untuk mengedukasi masyarakat tentang budaya hotrod memperkenalkan budaya yang ada pada hotrod.

P: Bagaimana mendesain pesan/ informasi tersebut agar diterima masyarakat?

N: jadi setiap *event* beda tema setiap tahun beda tahun. Yang pada 2018 itu temanya Hawaii dan yang di Melia Purosani bertema 'Viva Las Vegas' acara di dalam hotel bercampur dengan musik *rockabilly*. Pada saat di JEC bertemakan *drag street* dengan mobil *style gesser*. Cara mendesainnya dengan cara memperkenalkan dengan tema saat *event* tersebut dengan mengedukasi ini budaya yang ada di situ.

P: Saluran/media komunikasi apa yang digunakan untuk menginformasikan tentang *event* Hotrod Weekend Party?

N: dengan menggunakan *video tron*, poster, baliho iklan, Iklan pada radio, membuat *press conference* mendatangkan media untuk meliput, dan juga *social media* berupa Instagram.

P: Mengapa menggunakan saluran komunikasi tersebut?

N: Karena masih dianggap efektif untuk memberitahukan soal adanya *event* tersebut.

P: Siapa *audience* yang menjadi target dalam *event* Hotrod Weekend Party? Apakah ada spesifikasi tersendiri?

N: semua usia taget *audience* nya

P: Bagaimana masyarakat menyikapi, memahami atau menerima tentang adanya *event* Hotrod Weekend Party?

N: rata-rata positif tanggapan dari masyarakat yang menerima *event* tersebut. Mobil *classic* tua bisa dibuat menjadi bagus dan di sana terdapat budayanya.

P: Apa tujuan komunikasi dari *event* Hotrod Weekend Party?

N: balik kepada visinya yang tadi

P: Indikator atau alasan apa yang mendasari tujuan tersebut dipilih?

N: karena di Indonesia belum ada om, dan di sini *leader* yang pertama kali terdapat *event* seperti ini hanya untuk mobil *classic* khusus Amerika saja. Dan kita cukup idealis karena hanya khusus mobil Amerika. Kalo rival yang lain seperti Kustomfest rata-rata tidak kuat karena tidak bisa idealis rata-rata tercampur tidak murni isinya mobil Amerika saja dan membuat kacau budayanya. Di sini kuatnya kita memang udah hobi dan hatinya ke Amerika dan saat acara berlangsung di *event* kita yang datang bisa mencapai 80 mobil sedangkan semisal dengan Kustomfest Cuma 3 mobil. Kuat di kita untuk mobil Amerika nya dan memang khusus buat mobil Amerika. Domisi mobil Amerika di Indonesia juga tergolong dikit dan sulit mendapatkannya. Di *event* ini mobil Amerika nya juga harus modifikasi tidak boleh *original* karena memang itu yang ada pada budaya di Amerika. Jika mau mengetahui mulailah dengan membeli kita juga bisa merakitkan membeli *part-part* dari luar negeri pesan langsung untuk memodifikasi mobil tersebut.

P: Bagaimana langkah awal perencanaan penyelenggaraan Hotrod Weekend Party?

N: membentuk tema paling awal kalo sudah ketemu tema *icon* mobil juga baru dan membuat mobil jika temanya *drag street* kita membuat mobilnya dan berempat di hanggar pesawat saat itu. jika temanya Hawaii juga menentukan tempat yang akan dipakai bernuansa Hawaii seperti budaya yang ada di sana. Viva Las Vegas pun juga begitu. Dan setiap tahun mobilnya berbeda sesuai dengan tema yang di tentukan. Kemudian mencari orang-orang yang menjadi ketua setiap tahun ketua *event* berbeda-beda berganti. Setelah itu baru mencari orang yang terlibat dengan *event* terdapat *marketing event*, *project manager*, *man power*, dan lain-lain.

P: Bagaimana cara menentukan kebutuhan, keinginan, dan harapan pengunjung Hotrod Weekend Party?

N: melihat dari antusias orang yang pada datang rata-rata nanti tersaring sendiri orang yang pada datang. Semakin tahun semakin meningkat yang datang juga antusias masyarakat positif. Orang yang datang karena memang suka otomotif dan memang jiwanya otomotif biasanya. Awal-awal *event* menggunakan *ticketing* dan semakin lama tidak menggunakan *ticket* karena anak-anak dari komunitas tidak ingin bebas saja. Karena saat *ticketing* harus bertanggung jawab saat ada yang membawa alkohol dari luar padahal dilarang untuk orang yang datang. Saat tidak terjadi tidak menggunakan *ticketing* orang akan bebas dan kami tidak bertanggung jawab atas soal itu.

P: Bagaimana menyusun langkah yang akan dilakukan untuk membuat *event* Hotrod Weekend Party?

N: Cari tempat sesuai tema dan membikin mobil dan membuat proposal. Paling penting adalah dua itu dulu menentukan tema dan mobil.

P: Bagaimana mendiskusikan rancangan kegiatan *event* Hotrod Weekend Party?

N: Dengan rapat dan biasanya terdapat perbedaan pendapat itu bisa tapi bisa teratasi semuanya. Dan terdapat titik benang merah yang sama setiap rapat yang itu menjadikan sama pada akhirnya ada solusinya. Tidak pernah yang berantem sampai ingin keluar dari komunitas. Soal duit juga kita biasanya iuran antara orang 9 tersebut.

P: Bagaimana penetapan periode waktu untuk menyelenggarakan Hotrod Weekend Party?

N: Setiap November tetapi tanggal tidak tentu yang jelasnya pasti *weekend* karena bulan November itu adalah *anniversary* komunitas hotrodiningrat.

P: Bagaimana mempersiapkan layanan pendukung Hotrod Weekend Party?

N: berdasarkan *intivation* kepada perorangan yang di mana mempunyai mobil *classic* Amerika yang berada pada luar kota dan lebih kepada jaringan yang sudah terbentuk dari komunitas tersebut.

P: Bagaimana proses mencari sponsor Hotrod Weekend Party?

N: sponsor biasanya dari teman dan koneksi. Karena idealis jari banyak sponsor yang susah. Sponsor dari teman ke teman. Pernah dengan sponsor dan mereka lebih ingin memegang *event* tersebut dan kita tidak mau akan hal tersebut. *Event* ini kita juga tidak mencari uang tetapi inginnya untuk senang-senang saat *anniversary* kita. Sponsor yang ada pada saat *event* tersebut rata-rata yang punya orang 9 yang ada pada komunitas tersebut. Banyak sponsor yang mau sebenarnya Cuma ya kita idealis kita yang susah memang engga mencari untung hanya *event* senang-senang.

P: Bagaimana menentukan tema, konsep acara, dekorasi dan *artistic*, hiburan yang disajikan dalam *event* Hotrod Weekend Party?

N: cara menentukan tema melihat budaya yang ada terlebih dahulu habis itu membuat mobilnya dan menentukan dekorasi yang sesuai. Hiburan yang ada ya itu memang ada di kebudayaan hotrod musik yang kita tampilkan juga *band-band* yang membawakan genre musik *rockabilly*.

P: Siapa saja pihak yang bertanggungjawab terhadap tema, konsep acara, dekorasi dan *artistic*, hiburan di *event* Hotrod Weekend Party?

N: yang bertanggung jawab dari 9 orang tersebut dari komunitas terlebih dahulu apa tema yang belum dipakai nah itu yang akan di pakai tidak ada pengulangan tema juga karena sampai tahun kapan pun insha Allah sudah ada semua temanya karena banyak banget tema dan budaya yang ada pada hotrod.

P: Bagaimana strategi komunikasi yang akan digunakan untuk menarik pengunjung ke *event* Hotrod Weekend Party?

N: kita hanya ingin memperkenalkan mobil *classic* khusus nya Amerika dan ingin memperkenalkan budaya yang ada di situ saja. Dan kita juga menjual *merchandise* berupa kaos yang ternyata laku pada saat *event* dan selalu abis di situ dapat memperlihatkan betapa antusias masyarakat terhadap *event* tersebut.

P: Bagaimana menentukan tim kerja atau orang-orang yang terlibat dalam penyelenggaraan Hotrod Weekend Party?

N: ada orangnya tersendiri yang kita tunjuk untuk memilih itu dan biasanya dari kita sendiri yang mau mengajukan. Dan buat orang yang kerja saat *event* itu dari *event* sebelumnya rata-rata dan kita juga ada panitia yang kita open *rekrutment* dan dapat bayaran saat bekerja.

P: Bagaimana menentukan pembagian tugas masing-masing anggota dalam penyelenggaraan *event* Hotrod Weekend Party?

N: cara menentukan tugasnya juga acak setiap tahun siapa yang mau dan tahun ini aku mencalonkan menjadi ketua pada saat *event* Hotrod Weekend Party 2018 yang bertemakan Hawaii. Pada saat *event* kita juga menunjuk siapa yang menjadi bendaranya karena bertugas selesai *event* duitnya buat apa saja. Kalau saat *event*

berlangsung ada orang yang bertugas menata mobil sehingga dapat terlihat dari perbedaan tahun mobilnya tersusun rapi.

P: Bagaimana melakukan komunikasi dengan panitia internal, *stakeholder*, vendor, dan sponsor *event* Hotrod Weekend Party?

N: ya kita memperkenalkan diri tentang *event* Hotrod Weekend Party tersebut kemudian apa yang kita butuhkan dan membuat proposal semuanya ada di situ. Kita sering mendapatkan sponsor berupa makan dari restoran berupa restoran Aldan, restoran rumah makan sederhana dan hotel berupa kamar itu salah satu bentuk sponsor yang kita ambil yang tidak hanya duit saja.

P: Bagaimana efektivitas kegiatan yang dilakukan dalam *event* Hotrod Weekend Party?

N: cukup efektif karena rata-rata orang datang karena antusiasnya dengan otomotif mobil hotrod dan ada beberapa yang mengajak keluarganya buat jalan-jalan. Tetapi ada beberapa *booth tenant* yang di sana menjual parfum mobil, *part-part* mobil dan menjual makanan dan minuman.

P: Bagaimana partisipasi pengunjung terhadap *event* Hotrod Weekend Party?

N: partisipasinya bagus karena *event* kita juga di tunggu oleh orang-orang dari sesama penyuka mobil *classic* Amerika dari berbagai kota bahkan ada yang datang dan membawa mobilnya untuk ikut berpartisipasi menunjukkan mobilnya. Para partisipasi *event* juga di bebaskan memakai mobilnya untuk keluar makan jadi tidak sekedar hanya memasang mobilnya saja kemudian ada *red* karpet yang berguna untuk menceritakan kisah mobilnya saat di wawancarai oleh MC pada saat *event* berlangsung.

P: Apa saja faktor pendukung dan penghambat komunikasi dalam pelaksanaan *event* Hotrod Weekend Party baik secara internal (panitia dan sponsor) maupun eksternal (masyarakat/pengunjung)?

N: karena kita idealis jadi banyak sponsor yang pada akhirnya kita tidak pakai karena tidak sesuai dengan apa yang kita inginkan kalau secara internal pasti ada beberapa *miss communication* antara panitia tetapi tidak begitu pengaruh yang sangat berpengaruh kinerja mereka saat *event* yang tidak sesuai kadang-kadang tapi sejauh ini baik-baik saja selama *event* berlangsung.

P: Siapa yang melakukan pengawasan pelaksanaan *event* Hotrod Weekend Party?

N: Semua pihak yang terlibat dalam *event* tersebut ada juga penanggung jawab saat *event*

P: Bagaimana melakukan pengawasan pelaksanaan *event* Hotrod Weekend Party?

N: awalnya kita berupa *ticketing* dan saat *event* Hotrod Weekend Party yang bertemakan Hawaii kita buat *free ticket* karena kita membebaskan saja untuk orang yang datang karena kita juga tidak mencari uang untuk *event* ini hanya untuk senang-senang *anniversary* kita.

P: Bagaimana melakukan evaluasi terhadap keberhasilan penyelenggaraan *event* Hotrod Weekend Party?

N: cara mengevaluasi biasanya kita H *plus* berapa hari dari *event* biasanya evaluasi tentang uang yang dipakai saat *event* berlangsung untuk apa saja dan penjualan *merchandise* berapa soal kinerja kita juga acara senang-senang jadi tidak begitu di persoalkan. Biasanya kita rapat 3 bulan sebelum hari H kemudian evaluasi di lakukan setelah *event* berlangsung untuk harinya *conditional* juga cuma kita pengen

mengetahui uangnya ke mana saja apakah ada yang masih kurang cukup uangnya itu bakal di bagi rata kepada 9 orang tersebut dan penjualan *merchandise*.

P: Bagaimana metode atau cara melakukan evaluasi kepuasan pengunjung atas kunjungannya ke *event* Hotrod Weekend Party?

N: lewat penjualan *merchandise* biasanya *sold out* merupakan bentuk antusias masyarakat yang tinggi sampai membeli *merchandise* dari kita

P: Bagaimana mendiskusikan hasil evaluasi kepada anggota *team*?

N: dengan rapat setelah hari H

P: Bagaimana kelebihan dan kekurangan penyelenggaraan *event* Hotrod Weekend Party berdasarkan hasil evaluasi?

N: kita mendapatkan antusias masyarakat yang positif dengan penjualan *merchandise* setelah evaluasi itu melihat dari antusias orang yang membeli hingga *sold out merchandise* kita

P: Apakah komunikasi yang dijalankan sudah sesuai dengan target/tujuan yang ingin dicapai oleh penyelenggara *event* Hotrod Weekend Party?

N: sangat sesuai ya sampai acara yang kita terakhir antusias masyarakat juga bagus terdapat penjualan *merchandise* nya laku hingga *sold out* baik penjualan secara *offline* dan *online*.

Hasil Wawancara Narasumber 2

Narasumber 2: Elvi (Marketing *event* Hotrod Weekend Party 2018)

N: iya kenalin nama aku Elvi jadi aku mau sedikit jelasin latar belakang *event* Hotrod Weekend Party gimana acara ini berdiri jadi kita dari komunitas hotrodiningrat yaitu komunitas mobil-mobil *classic* Amerika yang berada di jogja kita bikin aktivasi untuk *event* ini sebenarnya untuk semacam merespon dari beberapa penggemar mobil-mobil *classic* Amerika yang kita harus menjadi wadah mereka di mana nanti di dalam *event* itu bakal banyak bersinggungan beberapa hal dengan budaya Amerika di mana dari otomotifnya beberapa dari hiburan-hiburan yang ada pada *event* ini begitu dan dari segi *market* karena ini pernah di selenggarakan dari tahun 2015 dan kita cukup punya pasar. Kita di situ cukup menjadi wadah untuk teman-teman semua yang mereka pecinta mobil *classic* Amerika untuk masuk ke dalam *event* itu sendiri. Kita juga di *support* dari beberapa teman-teman sponsor dan ada beberapa media juga untuk keperluan publikasi kita *announcing* kita bahwa di tahun 2018 ini diselenggarakan dengan secara sederhana tetapi masih *relate* karena tujuan kita untuk merespon bagaimana penggemar mobil *classic* Amerika ini memiliki sesuatu wadah untuk mempertemukan mereka yang berada pada satu *level* untungnya di 2018 alhamdulillah kita cukup banyak partisipan dari luar kota juga dan *event* ini bersifat *annual* di Jogja karena untuk merayakan *anniversary* komunitas hotrodiningrat. Dan juga kita menggandeng pecinta mobil *classic* Amerika yang sudah dimodifikasi seperti itu.

P: iya kita lanjut ya mba Elvi kalau soal dari apa yang melatarbelakangi penyelenggaraan *event* Hotrod Weekend Party?

N: iya kalau dari *event* ini sendiri ini *annual event* yang tadi juga aku udah bilang ini juga program tahunan yang diadakan dari komunitas hotrodiningrat di mana kita dapat mengumpulkan komunitas sesama pecinta mobil *classic* Amerika tetapi ini cukup nge-*trace* mereka cukup ada di mana aja. Dengan adanya *event* ini cukup mewadahi mereka untuk para pecinta mobil-mobil *classic* Amerika yang ada budayanya seperti jenis musik *rockabilly* dan lain-lain.

P: Informasi apa yang ingin disampaikan kepada masyarakat dengan menyelenggarakan *event* Hotrod Weekend Party?

N: jadi kalau untuk aktivasi sendiri *event* ini diselenggarakan memang walau target *market*-nya sendiri lebih besar ke pria kita juga punya hiburan lain di dalamnya kayak *booth* dari *barbershop* dari *live* musik, dari *live tattoo*, *booth* makanan dan itu cukup memenuhi target pasar kami yang lebih mendominasi yaitu pria. Dan juga saat itu ada beberapa hiburan lain yang cocok untuk mungkin ada satu keluarga yang datang ada cewe nya bisa masuk ke sana dan tidak se-impulsif itu juga untuk cewe kemudian akan modif-modif mobil tetapi bisa menikmati hiburan lain yang ada pada *event* tersebut. Pesannya adalah kita ingin mengedukasi bagaimana sih budaya yang ada pada hotrod dan bagaimana sih keseruan yang ada pada budaya hotrod yang mungkin ini *event* otomotif yang untuk cowo sebenarnya ini juga engga cuma untuk cowo, banyak cewe dari kemaren partisipan dan mereka juga sama suaminya dan mengoleksi mobil *classic* Amerika. Mereka juga senang adanya *event*

ini karena kita memiliki khas karena kita memiliki *event* yang cuma mengangkat mobil *classic* yang khususnya Amerika kayak gitu.

P: Bagaimana mendesain pesan/ informasi tersebut agar diterima masyarakat?

N: kalau untuk itu kita dibantu dari beberapa media ada dari iklan pada *video tron*, radio, kita juga cukup banyak pasang iklan *announcement* dari *flyer* yang kita tempel-tempel di setiap sudut Jogja karena itu cukup bagi kita dan kita juga memberikan *invitation* kepada orang-orang yang menyukai mobil *classic* Amerika. Hotrodningrat sendiri juga sudah memiliki *networking* di luar kota kami pikir itu cukup dengan menggunakan *invitation* kepada mereka dan juga ada *platform* berupa Instagram dan Facebook cukup memudahkan kita karena bagi kita dari komunitas itu sendiri kita memiliki *base grup* sendiri di *social media* ya mas itu cukup memudahkan kita. Kalau iklan yang kami pasang seperti *video tron*, *flyer*, itu untuk target *market* yang acak saja si untuk datang ke acara. Misalnya mereka mendengarkan iklan ini di radio lagi di mobil mereka juga bisa untuk datang ke acara ini, seperti itu mas.

P: Mengapa menggunakan saluran komunikasi tersebut?

N: kalau menurut kami saluran pada tahun 2018 cukup aktif itu pada *social media* si kayak di Instagram dan Facebook itu cukup mempengaruhi banget untuk yang ikut menjadi partisipan dalam membawa mobil *classic* Amerika untuk datang sih. kalau untuk *video tron*, radio, *flyer* sebar itu kayak semacam *announcement* kepada masyarakat dan itu cukup memudahkan untuk kita targetkan. Base mereka memiliki grup dari Instagram dan facebook seperti tadi yang saya bilang memudahkan untuk *invitation*. Hotrod Weekend Party ini juga memiliki Instagram sendiri dan cukup

membuat mudah dan pada tahun 2018 itu kita memiliki *insight* atau *engagement* yang beda banget dari tahun 2015 dan itu memudahkan kita karena pada itu memudahkan kita untuk memasang iklan atau publikasi karena tahun 2015 *engagement* kita belum sebesar pada tahun 2018.

P: Bagaimana masyarakat menyikapi, memahami atau menerima tentang adanya *event* Hotrod Weekend Party?

N: jadi sebenarnya untuk acara ini kenapa ada beberapa *booth* dari *barbershop* ada *live tattoo* ada juga live musik dan lain-lain kita paham mungkin semua orang tidak punya mobil-mobil *classic* Amerika walaupun mereka juga memodifikasi mobil tapi kita juga coba untuk masuk dalam *lifestyle* mungkin mereka bukan yang berangkat dari dunia otomotif tetapi mereka juga bisa masuk pada hiburan mungkin kita di tahun 2019 kita dapat *mem-bounding* mereka karena kita dapat memberikan pesan kita berhasil mengedukasi mereka soal otomotif yang sangat membawa ciri khas mobil *classic* Amerika ini dan budayanya. Dan hiburan lain yang ada pada *event* ini si mas begitu mas.

P: Bagaimana langkah awal perencanaan penyelenggaraan Hotrod Weekend Party?

N: oh untuk langkah awalnya itu ya dari sponsor ya awalnya dan komunitas hotorodiningrat sendiri memiliki banyak *networking* untuk menjadi sponsorship kita cukup memudahkan kita. Kemudian soal pendaan mungkin selebihnya apa tujuan dari *event* ini apa *goals* kita dan siapa target pasar kita siapa mereka. Dari banyaknya kerangka yang udah kita rencanakan dari masalah pendaan dari a target marketing siapa yang kita ajak kolaborasi kita ajak berkerjasama ketika itu sudah semua terpenuhi kita berani menjalankannya. Dan ternyata di 2018 itu *lifestyle* yang

relate dari masyarakat seperti cukur rambut seperti Elvis dan jenis musik *rockabilly* itu cukup mengedukasi mereka seperti budaya yang ada pada hotrod si mas. Dan itu memudahkan kita juga dan ternyata di 2018 sambutannya cukup hangat banget dari masyarakat semuanya cukup berjalan sesuai rencana kita ya dengan baik dan itu cukup dari target kita saya juga lupa itu berapa karena itu sudah tahun 2018 dan ini kita sudah agak lama ya dan kebetulan pada hari itu melebihi target kita ya mas ya kita cukup berhasil di 2018 dan mungkin kita akan membuat *event* yang lebih besar dari itu lebih banyak hiburannya seperti itu mas.

P: Bagaimana cara menentukan kebutuhan, keinginan, dan harapan pengunjung Hotrod Weekend Party?

N: jadi ini riset dari tahun sebelumnya si mas ya walau pun ini *event* tahunan turunan ya mas *annual anniversary* dari komunitas hotrodiningrat jadi sebenarnya yang kita dapat masukan dari komunitas hotrodiningrat dan yang ikut serta pada tahun-tahun sebelumnya. Riset itu selama 3 tahun kita cari oh ternyata 2015 sampai 2017 target marketnya seperti ini dan 2018 kita harus lebih baik dari tahun sebelumnya dengan cara menentukan tema yang baru setiap tahunnya dan seiring perkembangan jaman ada teknologi banget ya itu cukup memudahkan untuk kita. Dan di 2018 sendiri banyak *market-market* yang acak pada saat itu.

P: Bagaimana melakukan komunikasi dengan panitia internal, *stakeholder*, vendor, dan sponsor *event* Hotrod Weekend Party?

N: kalau untuk itu sudah ada pembagian divisi sendiri ya mas itu dari masing masing divisi ada *achieve* nya sendiri yang memang memudahkan kita dengan sponsor dan *stakeholder* dan untuk teman-teman yang ada pada acara tersebut *that's*

why kenapa setiap divisi harus ada *achieve* karena semua itu nantinya akan memudahkan kepada *management* yang ada di atasnya dan itu lebih memudahkan. Mungkin waktu pra-acara itu akan sedikit ribet banyak lebih Panjang dan mungkin lebih berat saat pada acara berlangsung.

P: Apa saja faktor pendukung dan penghambat komunikasi dalam pelaksanaan *event* Hotrod Weekend Party baik secara internal (panitia dan sponsor) maupun eksternal (masyarakat/pengunjung)?

N: kalau untuk dari itu mungkin mas rizki pernah ada di suatu acara ya dan mungkin permasalahannya umum ya soal miss komunikasi itu umum ya walau kita berada di sebuah acara membagi divisi sedetail mungkin. Mungkin hambatannya ya mas di 2018 tahun itu bagaimana kita mau mengangkat tentang mobil *classic* Amerika itu mungkin agak kurang sampai mungkin tapi kita sebagaimana mungkin kita berusaha untuk memperkenalkan ini lebih dari sekedar acara otomotif dan ini bukan seperti orang jalan-jalan ke *showroom* mobil tetapi semacam sebuah ada apresiasi yang tinggi dari masyarakat mungkin mendorong mereka ya secara tidak langsung oh ini ya gaya hotrod mobil *classic* Amerika dan budayanya yang ada. Dan terdapat komunitas yang memodifikasi mobil *classic* Amerika dengan gaya hotrod dan terdapat budayanya. Dan ini tidak Cuma untuk pameran lebih tepatnya tetapi ini untuk mengedukasi masyarakat. Agak sulit untuk masyarakat karena pengguna sendiri mobil dari Amerika cukup sedikit tidak sebanyak orang yang menggunakan mobil pabrikan buatan Jepang di Jogja sendiri. Untuk memperkenalkan mereka mobil *classic* dan budayanya lumayan agak susah si mas seperti itu.

P: Bagaimana melakukan evaluasi terhadap keberhasilan penyelenggaraan *event* Hotrod Weekend Party dan Bagaimana metode atau cara melakukan evaluasi kepuasan pengunjung atas kunjungannya ke *event* Hotrod Weekend Party?

N: kalau misalnya untuk evaluasi sendiri mungkin sama ya kayak *event* yang ada sebelumnya evaluasi sendiri lebih ke internal ya. Apakah kita terlalu terhambat bidang komunikasi ternyata tidak. Kalau untuk komunikasi antara *team event* Hotrod Weekend Party ini cukup bagus dan untuk orang yang datang orang-orang yang datang cukup terhibur dari hiburan yang kita berikan kepada mereka dan cukup antusias yang besar juga terhadap otomotif yang kita berikan cuman untuk sale sendiri dari beberapa *tenant* atau *booth* yang ada dalam *event* Hotrod Weekend Party cukup bagus juga *sale* nya. Dan kita cukup fokus dalam *event* tahun depan kita bakal lebih bagus dari sebelumnya pastinya dan memberikan nuansa tema yang berbeda karena memang setiap tahun kita berbeda. Kita memberikan identitas sendiri tentang komunitas hotordiningrat terhadap *event* yang kita dirikan ini gimana mobil Amerika *classic* ini sendiri dan budaya yang ada begitu.

P: Apakah komunikasi yang dijalankan sudah sesuai dengan target/tujuan yang ingin dicapai oleh penyelenggara *event* Hotrod Weekend Party?

N: kalau untuk kemarin kita ga banyak muluk-muluk yang penting menggabungkan komunitas ini karena tujuan kita untuk *event* ini juga acara *anniversary* dari komunitas hotordiningrat sendiri. Dan banyak partisipan yang datang dari luar Jogja membawa mobilnya yang akhirnya mereka kenalan dari komunitas a dan b dan c dan d mereka bisa saling kenal lebih dekat itu ada hasil di mana hasilnya silaturahmi dan hubungan yang bagus setelah acara ini. Dan kita juga budaya ini juga masih

tetap berjalan tidak menghilangkannya dan kita memperkenalkannya kepada masyarakat luas itu cukup membuat berhasil juga. Dan kemarin acara kita cukup sesuai dengan tujuan kita *aiming goals* kita si mas begitu saja. Kalau masyarakat sendiri cukup tinggi antusiasnya karena mereka juga terdapat beberapa hiburan yang itu dari budaya hotrod sendiri banyak anak mudanya yang menggiring ke sana untuk ke *booth live tattoo, live musik* itu cukup memberitahukan atau mengedukasi mereka soal budaya yang ada pada hotrod begitu.

Hasil Wawancara Narasumber 3

Narasumber 3: Dhanes (Pengunjung)

P: Selamat malam mas dhanes

N: Selamat malam mas rizki

P: Waktu itu kan mas dhanes datangkan ke acara Hotrod Weekend Party 2018 yang bertemakan hawai?

N: Datang mas waktu itu kan acaranya di kampung mataramkan

P: Apa yang anda ketahui tentang *event* Hotrod Weekend Party?

N: Itu *event* tahunan yang dan disitu juga menampilkan mobil-mobil dari USA yang notabene *muscle car* yang kayak hotrod begitu bertenaga besar pokoknya. Ya mobil kustom dari Amerika gitu.

P: Siapa yang memberitahukan kepada anda tentang *event* Hotrod Weekend Party?

N: Waktu itu liat dari *explore* Instagram terus liat juga di *pamphlet* juga di lampu merah habis itu liat di *videotron* juga ternyata *event* itu ada dibulan November

P: Bagaimana kejelasan informasi *event* Hotrod Weekend Party?

N: Dari platform itu cukup jelas dari tanggal penyelenggaraan siapa aja yang datang lalu *band-band* yang mengisi acara tersebut dan liat dari Instagram juga cukup informatif

P: Saluran/media komunikasi apa yang anda gunakan untuk mendapatkan informasi tentang *event* Hotrod Weekend Party? Mengapa menggunakan saluran komunikasi tersebut?

N: Dari media social berupa Instagram dan platform seperti *flyer*, *video tron*, dan radio

P: Bagaimana cara masyarakat dapat menerima informasi tentang *event* Hotrod Weekend Party?

N: Cukup sampai karena sudah sangat jelas karena dari *social* media dari iklan-iklan mereka cukup jelas menjelaskan acaranya ada apa aja.

P: Apa yang melatarbelakangi alasan anda untuk datang ke *event* Hotrod Weekend Party?

N: Karena sering lihat di film juga mobil-mobil seperti itu dan tertarik untuk melihatnya secara langsung.

P: Apakah *event* Hotrod Weekend Party sudah mampu memahami kebutuhan kebutuhan, keinginan, dan harapan anda sebagai pengunjung?

N: sudah karena waktu itu juga saat itu *free* dan sebelumnya juga bayar. Dan waktu itu juga dekat juga daro rumah cukup kok karena kita juga teredukasi dari adanya *event* tersebut yang memahami tentang otomotif dan budaya yang ada di sana.

P: Bagaimana komunikasi yang dilakukan penyelenggara *event* Hotrod Weekend Party? Apakah dapat menarik minat untuk berkunjung ke *event* Hotrod Weekend Party?

N: kebetulan juga sudah mencukupi karena dari dulu ingin memiliki salah satu mobil kayak begitu dan belum kesampaian jadi sangat tertarik dalam melihat langsung mobilnya. Adanya *event* ini membuat ingin datang ke situ. Dan kalau kalian suka mobil kayak begitu harus ke sana si karena untuk liat aslinya dari mobil itu.

P: Bagaimana kinerja tim penyelenggara *event* Hotrod Weekend Party dalam melayani atau memberikan penjelasan, dan berinteraksi dengan pengunjung?

N: baik sekali para panita dan *volunteer* nya juga tiap sisi ada sangat baik dan memberi tahu soal acaranya dengan jelas saat acara berlangsung memberi tahu di mana toiletnya juga dengan ramah

P: Apakah panitia merespon dengan baik apabila pengunjung membutuhkan bantuan?

N: sangat baik

P: Bagaimana konten acara yang disajikan dalam *event* Hotrod Weekend Party? Apabila menarik, alasannya kenapa?

N: menarik karena waktu itu juga ada *pin stripping* dan *live tattoo* dan itu sangat *artsy* sekali dan sesuai aja datang kesana asik banget sesuai dengan apa yang aku ingin.

P: Fasilitas apa saja yang anda rasakan selama mengunjungi *event* Hotrod Weekend Party? Dan apakah fasilitas ini sudah sesuai dengan ekspektasi Anda sebagai pengunjung?

N: fasilitas yang ada di sana oke cukup memfasilitasi dan parkirannya yang dia sediakan juga cukup besar dan tidak begitu *crowded* saat acara karena dibentuk sedemikian rupa sama panitia dan tidak kesempitan

P: Bagaimana kesiapan panitia dalam menangani hambatan atau masalah pada fasilitas atau acara dalam *event* Hotrod Weekend Party?

N: sangat sigap sekali karena waktu itu kan free jadi ga ada antrian masuk juga masuk tinggal masuk saja dan tidak bikin *crowded* juga

P: Bagaimana kelebihan dan kekurangan penyelenggaraan *event* Hotrod Weekend Party?

N: kelebihannya menemukan mobil-mobil baru yang ada di sana dan dari *tenant-tenant* yang ada sangat bagus. Kekurangannya mungkin bisa dibikin *free* juga tiap *event* jadi meringankan pengunjung karena gratis

P: Apa yang menjadi masukan terhadap *event* Hotrod Weekend Party?

N: sudah cukup mas mungkin bisa di JEC lagi supaya lebih luas tempatnya begitu saja mas.

Hasil Wawancara Narasumber 4

Narasumber 4: Ridho (Pengunjung)

P: halo selamat sore mas ridho

N: selamat sore mas rizki

P: kan mas ridho datang ya waktu acara *event* Hotrod Weekend Party tahun 2018

N: iya datang

P: Apa yang melatarbelakangi datang ke *event* Hotrod Weekend Party?

N: Sebenarnya ingin datang karena ingin melihat mobil-mobil kustom kan sering itu ada di film-film luar negri dan menurutku satu-satunya *event* melihat langsung mobil kayak begitu ya disitu

P: Siapa yang memberitahukan kepada anda tentang *event* Hotrod Weekend Party?

N: tahu dari temen diajak lihat ke sana waktu itu

P: Saluran/media komunikasi apa yang anda gunakan untuk mendapatkan informasi tentang *event* Hotrod Weekend Party? Mengapa menggunakan saluran komunikasi tersebut?

N: sebenarnya aku lebih tahu malah dari temen si pertama tahu dari temen dan dari radio malah tidak tetapi setelah itu tahu dari temen baru cari. Dan waktu itu masih kuliah kan terus di ajak teman.

P: Bagaimana kinerja tim penyelenggara *event* Hotrod Weekend Party dalam melayani atau memberikan penjelasan, dan berinteraksi dengan pengunjung?

N: kalau soal kinerja timnya waktu aku di sana tidak merasakan ada kejanggalan tau merasa dirugikan oleh pihak panitia dan di sana tidak ada melihat sebuah kekacauan atau masalah yang terjadi

P: Apakah panitia merespon dengan baik apabila pengunjung membutuhkan bantuan?

N: oke oke aja si mas kinerja panitia yang saya lihat

P: Bagaimana konten acara yang disajikan dalam *event* Hotrod Weekend Party? Apabila menarik, alasannya kenapa? Kan saat itu Hawaii ya mas temanya jadi bagaimana?

N: kalau soal konten itu oke banget sih mas pas itu karena kan itu juga yang jarang ada pada Jogja kan mas dan menurutku itu oke sesuai si sama temanya

P: Fasilitas apa saja yang anda rasakan selama mengunjungi *event* Hotrod Weekend Party? Dan apakah fasilitas ini sudah sesuai dengan ekspektasi Anda sebagai pengunjung?

N: soal fasilitasnya oke si mas soal makanan jajanan juga banyak, toilet juga dan itu ga cuma *show case* tentang mobilnya tersendiri juga ada *booth tattoo* juga se inget saya ya mas

P: Bagaimana kelebihan dan kekurangan penyelenggaraan *event* Hotrod Weekend Party?

N: kalau kelebihanya ya karena satu-satunya *event* yang kayak gitu di Jogja dan hanya satu-satunya kita bisa liat mobil-mobil kayak begitu ya mas ya kalau

kekurangannya mungkin kurang dari pengisinya yang lebih *commercil* yang lebih diterima oleh masyarakat kita mungkin itu saja si mas

P: Apa yang menjadi masukan terhadap *event* Hotrod Weekend Party?

N: masukannya itu sih tadi si mas.

P: terimakasih mas ridho selamat sore

N: baik mas rizki sama sama

Hasil Wawancara Narasumber 5

Narasumber 5: Jeremy (Pengunjung)

P: Apa yang anda ketahui tentang *event* Hotrod Weekend Party?

N: *event*nya lumayan oke untuk di kuping para otomotif lumayan terdengar acara otomotif tersebut dan itu *event* mobil *classic* Amerika setau saya

P: Siapa yang memberitahukan kepada anda tentang *event* Hotrod Weekend Party?

N: teman saya kebetulan dari teman saya karena mereka pecinta otomotif.

P: Bagaimana kejelasan informasi *event* Hotrod Weekend Party?

N: sangat jelas sekali dalam mendefinisikan acaranya

P: Saluran/media komunikasi apa yang anda gunakan untuk mendapatkan informasi tentang *event* Hotrod Weekend Party? Mengapa menggunakan saluran komunikasi tersebut?

N: kebetulan saya litanya dari media sosial yaitu Instagram

P: Bagaimana cara masyarakat dapat menerima informasi tentang *event* Hotrod Weekend Party?

N: menurut saya sudah cukup baik si

P: Apa yang melatarbelakangi alasan anda untuk datang ke *event* Hotrod Weekend Party?

N: karena saya memang hobi otomotif dan suka soal otomotif

P: Apakah *event* Hotrod Weekend Party sudah mampu memahami kebutuhan kebutuhan, keinginan, dan harapan anda sebagai pengunjung?

N: menurut saya kurang karena dari soal mobilnya kurang dari mobil-mobilnya yang ada dan mobilnya hanya otomotif yang *old school* tidak mencakup mobil-mobil Jepang yang baru yang lain-lainnya.

P: Bagaimana kinerja tim penyelenggara *event* Hotrod Weekend Party dalam melayani atau memberikan penjelasan, dan berinteraksi dengan pengunjung?

N: menurut saya sudah cukup baik pas liat di lapangan cukup baik

P: Apakah panitia merespon dengan baik apabila pengunjung membutuhkan bantuan?

N: menurut saya sudah cukup baik karena untuk acara sebesar itu sudah cukup baik

P: Bagaimana konten konten acara yang disajikan dalam *event* Hotrod Weekend Party? Apabila menarik, alasannya kenapa?

N: sudah cukup informatif si seusai dengan tema yang ada

P: Fasilitas apa saja yang anda rasakan selama mengunjungi *event* Hotrod Weekend Party? Dan apakah fasilitas ini sudah sesuai dengan ekspektasi Anda sebagai pengunjung?

N: *food tenant* nya sudah cukup oke dan cukup lengkap

P: Bagaimana kesiapan panitia dalam menangani hambatan atau masalah pada fasilitas atau acara dalam *event* Hotrod Weekend Party?

N: cukup sigap karena saat di lapangan lihat para panitianya cukup sigap dan tanggap

P: Bagaimana kelebihan dan kekurangan penyelenggaraan *event* Hotrod Weekend Party?

N: kelebihannya cukup lengkap di otomotif kekurangannya karena itu bulan November kan musim hujan jadi pas itu hujan aja si