

Penutup

4.1 Kesimpulan

Penggemar K-Pop di Yogyakarta merupakan contoh pelaku industri kreatif di sektor desain yang mampu memanfaatkan hobinya untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Dalam pelaksanaannya, industri kreatif bisa dilakukan dengan memanfaatkan hobi untuk menghasilkan sebuah produk yang memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Adanya kebutuhan-kebutuhan atas *merchandise* berhasil memunculkan kegiatan produksi yang baru yaitu produksi *merchandise* yang juga bisa dilakukan oleh penggemar K-Pop. *Merchandise* yang diperlukan biasanya berbahan dasar kertas, seperti *photo strip*, *photocards*, hingga *cupsleeve*.

Keadaan yang mendorong kegiatan tersebut juga dikarenakan harga *merchandise* yang resmi dirasa mahal, membuat penggemar mengharapkan adanya *merchandise* dengan harga lebih miring. Keinginan penggemar untuk memiliki *merchandise* dengan harga lebih murah pun dapat dimanfaatkan bagi penggemar yang memiliki kemampuan untuk mencetak dan memproduksi *merchandise* menjual produknya dengan harga lebih murah.

Untuk memenuhi keinginan penggemar memiliki *merchandise* dengan harga lebih murah, maka pelaku industri kreatif memproduksi replika atau tiruannya. Dengan mengamati produk yang dirilis dan dijual secara resmi, pelaku industri kemudian mengembangkan produknya dengan gambar desain yang berbeda, atau dengan variasi yang beda. Selain dengan mengamati perilsan produk resmi atau *official*, pelaku juga dapat mengamati produk apa saja yang dijual oleh sesama pelaku industri di bidang ini. Tentunya untuk mengembangkan produk yang akan dibuat agar nampak berbeda dari yang lain.

Hal tersebut juga dikarenakan tidak semua wilayah di Indonesia memiliki tempat jasa cetak yang baik sehingga dapat dimanfaatkan untuk

membuka usaha berupa jasa cetak *cupsleeve* maupun *merchandise* lain dengan kualitas yang baik. Selain itu, rupanya penggemar K-Pop yang ingin mengadakan acara *gathering* tidak semuanya memiliki kemampuan desain untuk *merchandise* yang akan digunakan. Jasa desain dan cetak *merchandise* ini merupakan pemanfaatan hobi terhadap K-Pop dan peluang yang tersedia atas kurangnya kemampuan desain penggemar K-Pop yang lain. Hal ini menjadi peluang yang dapat dimanfaatkan dengan kemampuan dan kemauan untuk mencoba mendesain dengan aplikasi untuk memproduksi desain dan *merchandise* dengan kualitas yang baik.

Proses produksi desain dan *merchandise* dilakukan dengan cara berkelompok maupun individu. Mereka merupakan pelaku industri kreatif yang memanfaatkan peluang dari adanya keinginan penggemar K-Pop untuk memiliki *merchandise*, baik untuk kepentingan pribadi maupun keperluan acara. Secara berkelompok, terdapat pembagian kerja yang masih bersifat mekanik. Sedangkan untuk pelaku industri kreatif mandiri, semuanya dilakukan sendiri dari mengumpulkan modal hingga mengemas produk yang dipesan.

Dalam proses produksinya, terdapat kendala yang dialami oleh kelompok pelaku industri kreatif seperti perbedaan jadwal yang dimiliki oleh masing-masing anggotanya. Kendala tersebut teratasi dengan kesepakatan untuk bertemu dan membahas pesanan ataupun rencana dengan sisa anggota yang bisa meluangkan waktunya. Namun lambat laun, kendala lain muncul karena keputusan anggota yang terdahulu tidak dapat aktif sepenuhnya dalam kegiatan produksi karena alasan masing-masing. Kendala lain juga dialami oleh pelaku industri kreatif mandiri karena proses produksi sendirian sehingga membuat pelaku industri kreatif tersebut kewalahan. Salah satu kesalahan yang pernah dialami adalah salah pengemasan hingga salah pengiriman produk. Untuk mengatasi hal tersebut, pelaku industri memilih untuk melakukan pengembalian uang (*refund*) sebagai wujud permohonan maaf atas

kesalahannya. Hal itu menunjukkan reputasi yang baik sebagai penjual sehingga menimbulkan rasa percaya terhadap konsumennya

Upaya untuk meningkatkan penjualan dilakukan dengan cara promosi. Promosi dilakukan melalui media sosial dengan menggunakan Twitter. Penggunaan Twitter juga dirasa lebih praktis karena tidak memerlukan biaya tambahan untuk *paid promote* (promosi berbayar). Ataupun dengan mempromosikan produknya melalui *freebies* yang dibagikan. Tujuannya adalah untuk menunjukkan produk *merchandise* yang dijual dan berharap agar penerima *freebies* berminat. Penggunaan situs belanja online juga menjadi salah satu daya tarik bagi konsumen karena memberi kemudahan bertransaksi. Selain dengan menggunakan cara tersebut, melakukan pelayanan yang baik juga menjadi salah satu cara promosi. Kualitas pelayanan yang baik menumbuhkan kepercayaan terhadap konsumen sehingga konsumen akan kembali memesan.

Daftar Pustaka

Daftar Pustaka Buku:

Bungin, Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group

Damsar. Indrayani. 2009. *Pengantar Sosiologi Ekonomi Edisi Kedua*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group

Fitriarti, Rachma. 2015. *Menguak daya saing UMKM industri kreatif : sebuah riset tindakan berbasis soft systems methodology*. Jakarta : Yayasan Pustaka Obor Indonesia

Flew, Terry. 2012. *The Creative Industry, Culture and Policy*.

Mutiara Silmi Hidayah. 2018. *Peran Dinas Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Memfasilitasi Masyarakat Menciptakan Peluang Usaha di Kota Pekanbaru*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim

Purnomo, Rochmat Aldy. 2016. *Ekonomi Kreatif Pilar Pembangunan Indonesia*. Surakarta: Ziyad Visi Media

Daftar Pustaka Non-Buku:

Achmada, Lailil. Sadewo, Sri, FX. Paradigma. Volume 02 Nomer 03 Tahun 2014. (<https://media.neliti.com/media/publications/250578-pola-perilaku-konsumtif-pecinta-korea-di-ee4c174b.pdf> diakses 27 November 2019 pukul 13:44 WIB)

Ariella Chrestella, Felicia Elisse, Felicia Janitra, Indriani, Mariati . 2019. *Ilustrasi Merchandise Memanfaatkan Fenomena K-Pop Di Indonesias*. Fakultas Seni Rupa dan Desain, Universitas Tarumanagara (<https://journal.untar.ac.id/index.php/Rupaka/article/download/2934/1795> diakses pada 31 Juli 2020, pukul

Barlian, Inge. Nawangpalupi, B.C. Maria, Elvy. 2013. *Peran Wirausaha Muda Terhadap Perkembangan Kewirausahaan Kreatif Di Bandung*. Lembaga Penelitian dan Pengabdian Universitas Katolik Parahyangan (<http://journal.unpar.ac.id/index.php/Sosial/article/view/753> diakses pada 6 Agustus 2020)

Idola Perdini Putri, Reni Nuraeni, Maylanny Christin, Mohamad Syahriar Sugandi. 2017. *Industri Film Indonesia Sebagai Bagian dari Industri Kreatif*. Universitas Telkom

(<https://journals.telkomuniversity.ac.id/liski/article/download/805/615/> diakses pada 30 Juli 2020)

Menelusuri Perkembangan dan Potensi Industri Kreatif di Indonesia, Kumparan, 2019 (<https://kumparan.com/karjaid/menelusuri-perkembangan-dan-potensi-industri-kreatif-di-indonesia-1550828242361247154> diakses pada 17 Februari 2019 puku 14:50 WIB)

Nurdiani, Nina. 2014. *Teknik Sampling Snowball dalam Penelitian Lapangan*. Universitas Bina Nusantara (<https://journal.binus.ac.id/index.php/comtech/article/view/2427> diakses pada 27 September 2020)

Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 28 Tentang Kebijakan Industri Kreatif Nasional. (<http://kemenperin.go.id/download/6001/Perpres-No.-28-Tahun-2008-tentang-Kebijakan-Industri-Nasional> diakses pada 11 Februari 2020 pukul 15:52 WIB)

Simatupang, Togar M. 2009. *Perkembangan Industri Kreatif*. Sekolah Bisnis dan Manajemen Institut Teknologi Bandung (http://www.cs.unsyiah.ac.id/~frdaus/PenelusuranInformasi/File-Pdf/perkembangan_ind_kreatif.pdf diakses pada Juli 2020)

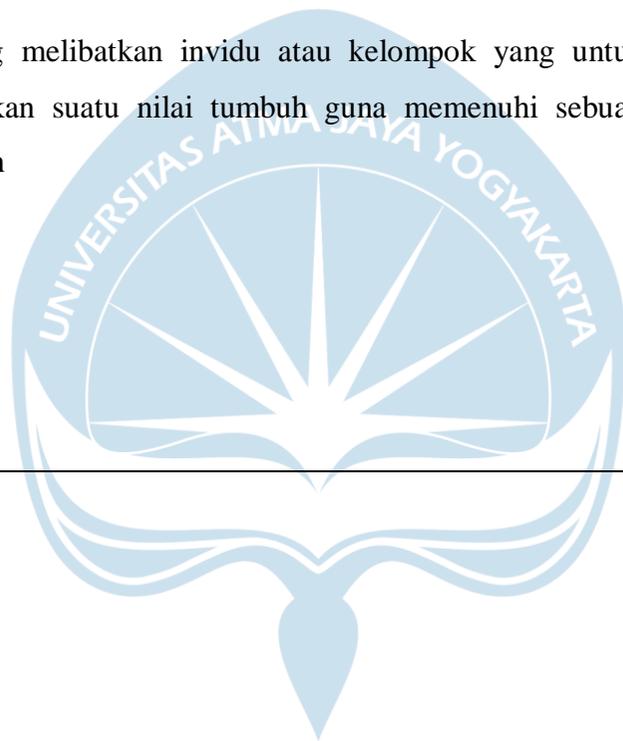
LAMPIRAN

Konsep	Indikator	Pertanyaan
<p style="text-align: center;">Industri Kreatif</p>	<p>6 batasan dalam proses pengembangan kreatifitas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Materi • Tempat • Waktu • Lingkungan sosial • Estetika • Dana 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apa saja pilihan bahan untuk produksi/dijual? 2. Bagaimana penentuan bahan produksi/dijual? 3. Apa saja alat/aplikasi yang digunakan untuk mendesain <i>Merchandise</i> yang akan dijual? 4. Apakah ada hari atau waktu tertentu untuk membuat desain, maupun mencetak hasil desain <i>Merchandise</i>/pernak-pernik Kpop tersebut? 5. Berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk proses pembuatan suatu

	 <p>The logo of Universitas Atma Jaya Yogyakarta is a light blue emblem. It features a central sunburst or starburst design with multiple rays emanating from a central point. This central design is enclosed within a semi-circular arc at the top, which contains the text "UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA" in a light blue, sans-serif font. Below the arc, there are stylized, flowing lines that resemble a book or a pair of wings, and a small, teardrop-shaped element at the bottom center.</p>	<p>produk tersebut?</p> <p>6. Apakah terdapat tempat khusus untuk mengerjakan desain dan mencetaknya? Jika iya, dimana?</p> <p>7. Berapa jumlah orang yang terlibat dalam usaha yang Anda lakukan?</p> <p>8. Bagaimana cara Anda menjalin kerja sama dengan orang-orang tersebut?</p> <p>9. Apa saja kendala selama melakukan kerja sama?</p> <p>10. Apakah produk yang dijual bertujuan untuk merepresentasikan ketertarikan Anda terhadap K-Pop?</p> <p>11. Apakah produk yang dijual bertujuan memenuhi kebutuhan /keinginan</p>
--	--	---

	 The logo of Universitas Atma Jaya Yogyakarta is a light blue watermark centered on the page. It features a stylized sunburst or fan shape with the text "UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA" curved along its top edge. Below the fan shape are stylized, flowing lines that resemble a flame or a decorative flourish.	<p>sebagai penggemar K-Pop?</p> <p>12. Darimana asal modal yang Anda dapatkan untuk memulai usaha?</p> <p>13. Berapa banyak keuntungan yang didapat?</p> <p>14. Bagaimana ketentuan dalam membagi keuntungan/upah apabila Anda melakukan kerja sama dengan pihak lain atau mungkin tenaga kerja (bila ada)?</p>
--	---	---

<p>Peluang Usaha</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Pemanfaatan kreatifitas serta inovasi untuk memecahkan berbagai masalah • Proses yg melibatkan invidu atau kelompok yang untuk menciptakan suatu nilai tumbuh guna memenuhi sebuah kebutuhan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana pelaku industri kreatif memenuhi keinginan maupun kebutuhan penggemar K-Pop sebagai konsumen? Dengan cara apa? 2. Apakah perlu melakukan pendekatan tertentu? 3. Bagaimana caranya memproduksi ataupun menciptakan inovasi baru terhadap produk yang dijual?
----------------------	---	---



- **Transkrip wawancara Dhini dan Tata, admin The Noona Project**

Transkrip wawancara dengan Dhini dan Tata yang merupakan admin atau anggota dari The Noona Project. Wawancara dilaksanakan pada tanggal 8 Oktober 2020 pukul 16.15 WIB di Antologi Space.

P: Pertama kali ketemu tuh di mana, sih?

T: Pertama kali? Siapa, yang mau jelasin?

D: Aku, ya?

T: Boleh, boleh

D: Jadi awalnya tuh, kami sama-sama *Carat*, suka *Seventeen*. Terus sering gabung event.. Akhirnya kebentuklah kita

P: Sempet pada ngonser bareng nggak kalian?

D: Eh enggak, kami ketemuanya semua di event. Bukan di konser..

T: Aku kurang tahu sih, kalau dia sama Kak Ratih kapan ketemuanya. Tapi kalau aku sama Dhini, ya pas event buka puasa bareng itu..

D: Oh iya.. 2018 lah ya?

T: Iya, 2018

P: Kenalan emang dari twitter dulu atau bisa langsung ketemu gitu sih?

D: Kalau aku kenal Kak Ratih, emang dari Twitter. Kalau sama kakaknya Tata juga di Twitter, baru ketemu Tata waktu dia ikut kakaknya ke event Carat itu

T: Iya, jadi Kak Dhini ini sebenarnya temennya kakakku. Aku dekat karena sering ngikut gitu

D: Pertama kali kenal tuh di situ, sering ngevent bareng. Kebetulan nih pas *Produce X 101* itu aku nonton, Tata nonton, Ratih nonton dan akhirnya ngehype bareng, Mulailah kami juga jadi suka X1-nya. Terus kami buat *group direct message* (gdm) di Twitter dan jadi makin deket di situ..

P: Nah, setelah deket tuh langsung kepikiran bikin event atau gimana? Atau malah karena sering dateng ke event jadi kepikiran, pengen juga bisa bikin event gitu

D: Sebenarnya itu juga jadi memotivasi kami buat ngadain event, sih. Kepikiran aja kaya, bisa nggak ya kita buat event. Karena kan sering dateng ke event dan kayanya seru gitu, jadi pengen juga seru-seruan. Pertama sih, aku dari event ulang tahunnya Cho Seungyouon. Itu bukan event besar, ya cuma mau bagi-bagi *cupsleeve* aja gitu. Terus aku nyari ide (referensi) kan, nyari-nyari terus liat ada event di Jakarta. Nah, terus ada yang kayanya cocok nih. Terus aku kirim dm (direct message) kan, aku bilang kalau mau buat event kaya gini di Jogja. Terus akhirnya diizinin. Terus aku minta bantu temen-temen buat nyiapin event ini makanya

T: Itulah, awalnya kami ini banyak orangnya. Dan rata-rata kami ini Carat, tapi juga jadi One It gitu

D: Carat yang nonton X1 dan Produce lah ya

P: Nah, kan tadi katanya temennya banyak. Terus pada ilang gitu karena sibuk atau emang akun twitternya suspend terus nggak bisa dihubungin?

T: Semuanya. Karena kami berenam, dari enam ini ada dua yang masih kuliah, empatnya udah kerja. Dua orang yang udah kerja itu terus kerjanya di luar kota, ada yang di Jakarta sama di Surabaya. Terus Kak Dhini kerja, Kak Ratih kerjanya ngajar. Sisa aku sama Ainun yang kuliah. Tapi, waktu itu kami semua sibuk skripsian. Jadi sempet terbengkalai dikit. Terus makin lama, akhirnya yang bisa fokus untuk tetep aktif ngurusin jualan ini

kami bertiga. Aku, Kak Dhini sama Kak Ratih. Kalau misal kami bikin event, semua tetep bantu kok, cuman buat jualan ini ya itu tadi, kami bertiga yang lebih banyak berperan

P: Ada pembagian tugas nggak sih, misal yang handle akun siapa, yang design siapa gitu?

D: Kalau ngadmin, semua ngadmin sih. Tapi kalau buat *contact person*, *call* ke *manager* atau yang biasa ngontak buat tempat event biasanya Ainun, sih. Terus kalau buat desain biasanya si Tata nih yang banyak ngerjain. Terus buat jualan ya aku sama Kak Ratih.. Jadi buat promosi di Twitter atau share info jualan gitu, biasanya aku sama Kak Ratih.

P: Pertama kali bikin event, *Merchandise* apa ajasih yang mau dibagi? Ada patokan tertentu nggak? Misalnya harus *photocars*, harus polaroid atau *Merchandise* yang kaya apa

D: Kami ini banyak ngikutin yang di Jakarta, sih. Jadi kami ngirim dm, boleh nggak minta soft file-nya buat event di sini. Karena tujuan kami yang utama cuma mau berbagi aja.. Meet up, terus bagi-bagi *freebies*

T: Kaya misalnya waktu kemarin Cho Seungyouun ulang tahun, ya kami ajak siapa aja yang suka dia buat kumpul gitu terus kami bagi-bagi *freebies* itu tadi. Kaya mau ngerayain, ini loh biasku ulang tahun aku mau bagi-bagi ke kalian, gitu. Dan itu semua gratis, ngga bayar sama sekali. Kami non-profit. Ya, kecuali jajan minum sih ya. Karena kan kita di tempat nongkrong gitu kalau kumpul ngga pesen apa-apa gimana gitu, jadi untuk konsumsi pure itu tanggungan mereka sendiri, buat *freebies* ya gratis

D: Tapi ternyata pas kita *open reservation* tuh antusiasnya gede banget. Takut juga kalau mereka berharap ini adalah event, padahal ya cuma mau bagi-bagi *freebies* aja. Sebenarnya karena cetaknya terbatas

T: Padahal niatnya *open reservation* tuh biar kita bisa menyesuaikan jumlah *Merchandise* yang dicetak. Karena kita kan pake dana sendiri, jangan sampe mubazir gitu, udah nyetak banyak ternyata yang dateng ga banyak. Makanya kita *open reservation* biar tahu. Misalnya ada 20 orang yang reservasi ya berarti kita harus siapin 25, gitu. Dan antusiasnya tinggi banget, dikira ini event dan akhirnya membludak...

D: Ada 50 ya waktu itu? 50 sampai 80 orang lah,

T: Kalau ada 80 orang, kemudian 90 pieces kami siapin.

D: Baru setelah 27 Agustus, habis X1 debut itu, kami bar beneran bikin event yang lebih niat. Yang totalitas gitu. Istilahnya yang bagi-bagi *freebies* pertama kali buat ulang tahunnya Seungyoun itu dikira event, kalo yang ini baru beneran event.

P: Dan yang beneran event itu ngga ambil profit?

D: Ya ngga juga sih, karena kan kalo dipikir profitnya juga ngga banyak. Terus uangnya tuh muter, jadi kalau ada sisa nanti buat nyetak yang baru lagi

T: Jadi kita ini ya non-profit, kita seneng-seneng, ketemu sama temen..

P: Terus selama bikin cupsleeve atau printilan ini ada bahan-bahan kertas tertentu ngga sih?

D: Kalau The Noona pasti hasil akhirnya selalu glossy, laminasi glossy

T: Ivory itu.. 260. Tebelnya itu udah pas. Soalnya nggak tebal banget, kalau terlalu tebal nanti susah ditekuk. Kalau yang 210 pas dipake ke gelas atau cup yang biasanya minuman dingin gitu, langsung mleyot gitu lho. Nah, yang pas kayanya ya yang beratnya 260 ini

P: Terus buat desainnya biasanya pake aplikasi apa? Atau malah ada alat khusus?

T: Awalnya aku cuma ngedit pake canva, tapi engga puas. Ngga sesuai keinginanku. Makanya aku belajar pake CorelDraw. Soalnya enak, bisa sesuai sama keinginanku. Itu diajarin sama temenku juga, ngga lama kok dan aku bisa cepet gitu bikinnya. Dia anak K-Pop juga, terus aku minta dia buat ajarin CorelDraw. Habis itu aku nyoba-nyoba sendiri, kaya ‘oh gini to, caranya desain tuh’ gitu dan akhirnya bisa.

P: Berapa lama sih belajar desain pake CorelDraw itu? Nyampe setahun ngga? Atau malah langsung bisa?

T: Kan waktu itu, fandom One It di Jogja ini ada tiga kelompok, kan (yang mengelola event). Yang fandom *base* Jogja, kami, sama ada lagi dia yang individu. Kamu tau Fani ngga? Nah, dia itu suka banyak. Kaya X1 NCT gitu-gitu, pokoknya dia lebih besarlah kalau buat event. Dan dia individu, dibantu temen-temen dia. Posisi tuh, aku sama Fani pernah ketemu sekali. Fani yang buat *Merchandise* itu dan bahas kaya, jadi nggak nih mau bagi-bagi *freebies*, terus aku kaya, ‘Masa mau pake Canva terus sih?’ makanya aku minta tolong sama temenku buat ngajarin itu.

D: Kan cupsleeve Hangyul itu Tata yang bikin

T: Ya ngga itu aja, ada poster juga. Walaupun ngga bagus bagus amat, ya masih bisa lah ya.. Hahaha

P: Mulai pake desain kamu sendiri tuh kapan?

T: Mulai dari event buat Yohan, Minhee, Dongpyo, ya pokoknya anak-anak (X1) yang lahiran September itu. Kak Dhini juga nih yang jadi koordinatornya, udah kontakan sama yang event pusat. Karena kita udah tahu cara cetak, ya kita cetak sendiri. Nah terus kebetulan banget temennya

Kak Dhini mau nyetak juga tapi bingung dimana, yaudah sekalian aja cetak bareng ke kita. Terus kita.. ambil profit ngga sih?

D: Ambil, dikit tapi

T: Iya, istilahnya ongkos jalan, ongkos packing juga gitu. Nah dari situ lah, temen dia yang di Jakarta aja titip sama kita. Kenapa nggak sekalian aja kita buka jasa cetak, dan akhirnya mulai dari situ lah..

P: Terus ada ngga sih, dari lain fandom yang order ke kalian?

D: Ya ada sih, malah banyak juga dari luar fandom. Biasanya tuh buat eventnya BTS

T: Iya, eventnya BTS banyak banget. Terus malah lebih banyak dari luar Jogja juga. Jakarta tuh paling sering. Tapi paling jauh pernah ada yang dari Lombok, dari Medan, gitu.. Malah yang di Jogja ini kayanya nggak mau cetak sama kita, hahaha ngga tau deh, mungkin mereka tau sendiri caranya. Bahkan yang biasanya sama kita juga kalau cetak ngga minta tolong sama kita, malah yang dari luar kota itulah yang pada order ke kita.

P: Besoklah ya, kalau ada uang lebih aku mau order juga, hehehe. Soalnya Seungwoo ulang tahun Desember kan, nah aku buat *freebies* di kalian aja kali ya?

D: Iya, boleh. Seungwoo besok Desember masih ada waktulah

T: Tapi ya, enak kalo kita bisa dapet uang sendiri dengan usaha kita kaya gini. Terus kita bisa bagi-bagi *freebies*, temen-temen juga antusiasnya gede banget gitu. Seneng gitu bisa bikin yang lain seneng..

D: Dan awal event kita tuh enggak ngitung, kaya misal oh yang dateng lima orang entar dipatok HTM berapa biar dapet benefit berapa gitu kan engga

T: Serunya lagi, kan kalo di fandom Carat kita udah banyak temen. Kalo di One It ini karena X1 juga baru, temen-temen kita juga baru. Ketemu Nita, ketemu Aci, banyak deh

P: Oh iya, kalau Tata bikin desain atau ngerjain orderan ada waktu dan tempat khusus ngga sih?

T: Aku biasanya ngerjain tengah malem, sih. Setelah selesai ngerjain skripsi gitu, nganggurnya jam malem pokoknya. Baru aku kerjain dan paginya langsung jadi kok. Aku biasanya sehari aja jadi kok, apalagi ada tenggat waktunya missal mau dipake minggu depan berarti harus selesai secepatnya. Karena aku harus cetak, aku harus siapin, rapihin, gitu kan.. Juga biar ngga ada kerjaan numpuk-numpuk. Apalagi aku juga ada beban skripsian kan. Jadi nggak lama juga, terus biasanya di kamar aja sih, ngga ke tempat yang khusus atau harus gimana gitu. Tapi kalo misalnya aku capek banget atau ngga bisa ninggalin kerjaan, aku minta tolong Kak Dhini atau Kak Ratih hehehe. Itu pun kalau Kak Ratih lagi ngga banyak kerjaan juga, soalnya dia *shift* kerja kan di bimbel dan ada thesis juga.

P: Kalau buat nyetak? Biasanya di mana?

D: Kita ada, sih, tempat cetak langganan. Kalo nyetak di situ terus pokoknya. Biasanya di Explora. Soalnya udah pengalaman nyetak buat aku sendiri di situ dan bagus, jadinya aku juga nyetak buat The Noona ke situ juga

P: Sekalipun tempat lain ada promo?

D: Engga. Tetep Explora aja deh, soalnya udah tau kan gimananya..

T: Dan lagi sama mbaknya (karyawan) udah deket gitu, enak banget kalau misal mau *complain* juga ngga begitu segan. Kaya, 'Duh, Mba kok begini ya? Kok kayanya agak beda saa yang aku maksud ya?' gitu. Bahkan lewat *WhatsApp* juga kita ngontaknya. Enak banget pokoknya. Udah paham juga

maunya kita kaya apa. Kalau ke tempat baru kan, harus jelasin lagi harus gimana kan ribet

P: Kalau kendala selama kerja berenam itu, terasuk bagi waktu itu tadi ya? Keperluannya beda-beda

T: Iya, susahnya tuh dipembagian waktu pribadi aja sih sampe ngga bisa ketemu. Kaya misalnya, aku bisa tapi yang lain ngga bisa atau sebaliknya. Atau malah ya pas ngga bisa semuanya,

D: Jadi kadang ya kumpul seadanya aja. Siapa aja yang bisa gitu

P: Iya, sih daripada nggak dikerjain sama sekali

P: Oh iya, terus.. Apakah produk yang dijual merupakan produk representasi dari minat? Ya buat nunjukkin kalau suka K-Pop gitu, lah ya

D: Iya. Iya banget. Itu tujuan utamanya malah

T: Kalau nggak gitu, kita juga ngga ada

P: Sekalipun bukan request cetak *Merchandise* dari K-Fans (K-Pop Fans) juga kalian terima nggak?

D: Eh, tapi ada loh kemarin yang pesen. Jejepangan gitu, tapi bukan wibu. Apa, ya? Ini.. apa ya, kita buka jasa cetak ngga cuma buat K-Pop doang. Tapi buat apa aja. Jadi kaya misalnya di kampus lagi butuh buat cetak sertifikat atau banner gitu ya kita terima juga kok

T: Terus juga kaya *coffee shop* gitu, minta cetak cupsleeve juga kita terima. Ya ada juga itu, lupa.. Ada kantor di Kalimantan minta cetak kipas juga ke kita. Ada juga yang mau cetak *Merchandise* tapi *relate*-nya sama drama China gitu yang kita ngga tau siapa, jadi pas terima file kaya “Hah, ini siapa?”

P: Dengan harga yang sama juga?

D: Iya, kalau buat harganya sih sama aja

P: Oh iya, ini kan kalau di display name kalian ada bendera-bendera Korea, China, Thailand gitu gitu.. Itu maksudnya kalian terima Group Order dari negara-negara tersebut atau gimana?

D dan T: Iya, bener begitu

P: Apa aja sih produknya yang dikelola di group order (GO) ini? Kan kalau dari Korea jelas selain album mungkin dari fansite, kan..

T: Kalau GO yang dari Thailand tuh, kaya *Merchandise* dari artis-artis itu.. Tau kan, aktor-aktor GMM sekarang banyak yang suka, nah itu

D: Terus kan artis-artis K-Pop juga ada kan *Merchandise* khusus. Kaya misalnya GOT7 punya *Merchandise* khusus yang Thailand, gitu. Atau ada juga kan siapa gitu yang edisi khusus China. Temen-temen tuh juga ada loh yang nyari *photocars* edisi khusus itu, jadi ngga cuma dari Korea aja. Tapi juga dari Thailand, China gitu. Nah kalau yang GOT7 itu, misalnya yang kaya JYP (agensi dari GOT7) kerja sama kan sama Shopee, terus jadi ada official *Merchandisenya* juga yang dari Shopee Thailand. Nah, itu yang dicari sama temen-temen dan kita bantu untuk mempermudah patungan biaya pajak dan lainnya dengan ngadain group order ini

P: Terus ini, apakah tujuan memproduksi *Merchandise* tersebut untuk memenuhi kebutuhan K-Pop fans? Kayanya engga ya, akhirnya jadi fleksibel

T: Iya, ngga semuanya yang minta jasa cetak kita tuh fans K-Pop, tapi juga ada yang lain tadi. Kaya tadi, ada dari yang suka Jepang juga, untuk *cupsleeve coffee shop*, ya akhirnya kita berkembanglah dari yang cuma buat hobi K-Pop kita, sharing *freebies* terus bisa sampai di sini

P: Kalau tadi kan, untuk modal awalnya dari uang patungan dan itu uang pribadi, terus keuntungan juga ngga ambil banyak Nah, kalau profitnya itu nanti akhirnya dibaginya gimana? Selain buat diputer lagi untuk produksi selanjutnya

D: Ya.. Emang ngga selalu jadi buat modal selanjutnya sih, kaya yang event terakhir itu, yang ultahnya Seungwoo sama Hangyul, kita makan bareng-bareng juga pake uang dari cetak-cetak itu.. Kita bagi hasilnya degan bagi-bagi gitu sih, ngga selalu langsung bagi duitnya langsung tapi dengan hal lain, misalnya buat makan bareng atau main bareng gitu

P: Aku tuh pertama kali liat The Noona Project tuh selalu related dengan X1, mulai dari event-eventnya sampe *sample* cetak kalian juga pake X1 kan.

T: Iya kita kan terbentuk karena X1 juga. Terus karena X1 udah bubar inge kita emang kaya jadi beda sih, kaya cuma dikenal sebagai jasa cetak doang, terus ya memang kemudian jadi ada yang hilang dari kita. Padahal bener-bener karena X1 kita tau jualan itu, kalau kita ngga cetak buat event kita sendiri kan mungkin kita ngga sampai di titik ini. Tapi walaupun bubar, kita tetep harus semangat.

P: Terus selama berproses ini ada pendekatan tertentu nggak sih ke konsumen? Kaya misalnya, harus follow akun kalian biar pada tau, pada kenal, gitu.. Atau ada *giveaway*?

D: Iya, *giveaway*. Tapi *giveaway* tuh sebenarnya bentuk syukuran aja sih, karena folloer kita nambah gitu kan.. Ya walaupun nggak rame yang ikut, hahaha

T: Tapi kita ngga ngerti, ya kita kalau *giveaway* selalu sepi. Padahal followersnya seribu. Padahal kalau *giveaway* kan sekalian buat nunjukkin, kalau The Noona Project tuh ada. Ini loh akunnya. Nanti kan kesebar

karena followers kita ngeretweet dan besar kemungkinan nanti bisa lewat ke timeline followers mereka. Itu salah satu promosi juga menurutku, sih

- **Transkrip wawancara dengan pelaku industri kreatif**

Wawancara ini dilakukan melalui telepon dikarenakan jadwal yang susah ditentukan. Peneliti dan narasumber melakukan wawancara pada hari Rabu, 25 November 2020 pukul 10.15 WIB.

P: Dulu kan pas pertama aku tanya, waktu itu buat nyari tambahan dana nonton konser makanya kamu jualan beginian. Nah, sekarang kan konser yang beneran konser nggak ada, urgensinya apa sih kok tetep jualan?

D: Wah iya, bener. Dulu emang buat ngonser pendapatanku. Tapi kalau sekarang lebih buat ke hobi aja, soalnya emang aku suka desain juga kan sekalian mengembangkan biar makin bagus dan makin layak dijual

P: Oh, jadi nggak buat *sharing freebies* gitu, emang buat jualan aja?

D: Ya, kalau ada *event* tertentu aja *freebies*, mah. Jadi misal kaya ada konser gitu baru aku bikin *freebies*, terus kalau misalnya ada yang minta COD-an di venue ya sekalian, gitu. Kaya kemarin terakhir konser kan 2019.. November, ya? Gravity tuh November, aku bikin dua jenis. Ada yang tak buat khusus buat yang udah pesen dan udah bayar, jadi langsung ketemu dan kasih aja di venue. Terus aku juga buat yang khusus *freebies*, jadi emang khusus yang mau tak bagi-bagi.

P: Nah, but *freebies* kamu ada apa aja yang dibagiin?

D: Apa, ya? Ya ada *photocars*, mini banner. Yang kayaknya bisa buat ngeramein konser juga, gitu.

P: Terus buat bahannya, yang dijual sama buat *freebies* sama atau beda?

D: Maksudnya gimana?

P: Jadi, misalnya yang buat dijual pake ivory yang 260 tapi kalau *freebies* asal kertas art paper aja, atau sama?

D: Oh sama itu. Aku pake kertas yang sama. Kaya gitu termasuk jaga image-ku jualan dong, nanti kalau yang dapet *freebies* nggak bagus bahannya mereka ngira aku juga asal-asalan yang bikin terus malah jadi nggak mau beli

P: Tapi apa aja, sih yang kamu jual? Unofficial *photocars*, terus apalagi? *Cupsleeve*? Beda nggak sih sama temen-temenmu itu, kan jelas mereka juga jualan

D: Ya macem-macem. Kalau sama mereka 'kan banyaknya *Merchandise* yang berbahan kertas, paling banter ya resin atau kaya pin gitu. Nah, kalau aku juga jualan *totebag*. Karena aku liatnya kan, oh mereka jualan ini, aku jualan ini deh kalo gitu. Ya mereka udah jual pc unoff, aku jual *totebag* deh kalo gitu.

P: Jadi malah kaya patokan?

D: Iya.. bisa dibilang gitu kali, ya? Soalnya aku juga lihat pasaran umum, pada jualan apa, sih. Ada apa aja yang dijualin sekarang, kaya gitu kan bisa jadi referensi ide mau jualan apalagi. Soalnya kan emang kita jualan pasti harus punya ciri khas sendiri, biar kelihatan beda. Nggak ngikut-mgikut aja. Tapi perlu improvisasi. Ya kaya *totebag* itu, yang lain jual desainnya kaya apa, aku jualnya yang beda. Gitu, sih. Walaupun cuma huruf-huruf gini kan beda juga sama yang jualan pake gambar logo grup biasanya, atau kalau emang sama huruf doang gini ya.. nggak bisa dihindari sih kalau jualan desain gini pasti ada yang sama

P: Mulai kapan kamu jualan sendirian gini?

D: Ya 2019 itu, pokoknya setelah ada *announce* dari JYP kalau mau ada konser. Aku langsung puter otak mau gimana buat beli tiket konser,

ongkos ke Jakarta, 'kan nggak mungkin mau ngandelin tabunganku *tok*. Karena nanti pasti langsung habis, aku nggak mau kaya gitu. Makanya aku harus cari tambahan, terus jualan ini

P: Selain karena emang suka desain, kenapa sih masih jualan beginian? Motivasinya apa?

D: Peminatnya.. Peluangnya.. Kayaknya peluang aku jualan bisa dari yang pada pengen punya *Merchandise* gitu. Tapi karena mahal terus pada cari yang murah, nah ini bisa tak pake. Mumpung aku juga suka desain, ajar sekalian biar makin bagus, terus yaudah jualin aja. 'Kan ada pasarnya.

P: Terus caramu promosi ada bedanya nggak sih dengan temen-temenmu yang jualan ini?

D: Ya secara umum sama aja, sih. Kalau di Twitter ya pake base jualan, yang biasanya kita harus difollback dulu biar bisa kirim DM biar dipromosiin. Enak banget itu tuh. Udah gratis, terus gampang. Syaratnya kan cuma udah followan aja, terus kita DM terus apa yang kita DM tadi langsung dipromosiin di lapaknya mereka. Lumayan banget buat hemat biaya promosi, kaya instagram kan harus *paid promote* gitu berbayar. Selain pake Twitter, juga bisa ngasih tahu temen-temen di group chat fandom. Kasih tahu aja, aku bikin ini lho.. Aku bikin ini harganya segini, Yang kaya gitu buat cek ombak, sih. Lihat dulu minatnya seberapa, jadi bisa ngira-ngira aku bisa ualin berapa ya pertama kali

P: Tapi kamu ada target khusus juga ngga, sih? Apa pelajar.. Apa mahasiswa?

D: Kayanya kalo gitu berarti lebih ke pelajar ya? Karena aku juga pernah nyoba buat bikin ballpoint, sticky note, bookmark, ya pokoknya itu yang peralatan tulis. Terus kalau dilihat dari harga yang paling laku, ya kayanya emang pelajar, sih

P: Oh, berapa emangnya yang kamu jual? *Range* harga berapa?

D: 20.000 sampe 30.000, sih. Aku tuh jualnya paketan gitu. Sepaket nanti isinya macem-macem. Ya ada unoff pc, ada sticky notes, bookmark, atau kalender duduk yang kecil itu yang buat di meja. Terus biasanya ada pin atau apa gitu au ganti-ganti tiap bulannya. Jadi nggak itu-itu tok.

P: 20.000 sama 30.000 bedanya apa? Bahannya atau gimana?

D: Banyak barangnya malah. Jadi, yang paket 20.000 cuma isi lima jenis barang kalau paket 30.000 nanti isinya lebih banyak lagi. Tapi ya, ada hal menarik menurutku. Mereka yang beli ini cenderung milih yang harga 20.000 walaupun isinya cuma sedikit, nggak sebanyak yang 30.000. Katanya, kalo yang 20.000 bisa beli dua set gitu. Kalau yang 30.000 kalau mau beli dua set boros. Tapi dari situ malah jadi tahu, kalau ternyata yang banyak diminati tuh emang barang-barang yang ada di paket 20.000 lebih menarik, kayanya sih kalender duduk itu deh.

P: Selain jualan barang yang agak beda dari yang lain, caramu memikat konsumen gimana? Promosi khusus apa gimana, kasih diskon kek, atau apa?

D: Hmm.. Apa ya? Kayanya kalau promosi kayanya nggak, soalnya aku masih butuh balik modal jadi kalau promosi kayanya nggak banyak menguntungkanku. Kayanya ya.. Kita memenuhi segala hak pebeli, karena gimana pun mereka konsumen. Jadi, kaya mislanya, pernah nih, ada yang udah pesen mau apa aja, mau yang gambarnya siapa, sudah bayar juga. Lunas malah. Tapi katanya nggak usah dikirim ke dia, soalnya ketauan orang tuanya buat beli barang ginian, yang nggak begitu penting. Jadi ya, aku emang gimana caranya harus tetep ngirim, karena dia udah bayar. Si pembeli ini tak tawarin refund juga tetep nggak mau. Terus yaudah, tak bujuk biar mau aja. Pas itu aku bilang, tak kirim tapi aku bilang kalau ini give away jadi dia nggak bayar. Biar orang tuanya nggak marah lagi, gitu

D: Ini sebenarnya juga demi jaga nama baikku. Soalnya pernah ada kejadian, di penjual lain sih, dia ini punya konsumen yang kaya gitu. Udah bayar, lunas. Tapi bilangannya nggak jadi, tapi yo nggak mau di-refund dan nggak mau kalau dikirim. Eh tapi malah suatu ketika nyalahin si penjual ini, dikatain udah bayar tapi nggak dikirim. Padahal kan dari awal dia yang ditawarkan tapi nggak mau refund ataupun nerima barang. Makanya, untuk menghindari yang kaya gitu mending tetep tak kirim.

P: Ya bagus, untuk preventif. Terus untuk menghindari kesalahan selama jualan, kamu tetep melakukan semuanya sendiri tau ada yang bantu?

D: Sendiri, sih. Dari desain, cetak sampai packaging aku semua sendiri. Ya pernah keteteran, kewalahan. Pas itu sekali PO aku dapet seratusan orderan, ya ruwet juga packing sendiri. Sampe salah kirim juga pernah. Untung yang beli ngabarin aku kalau salah, jadi harusnya dia dapet Jae karena pesen pakatnya yang Jae semua, eh malah tak kirim yang YoungK. Ya dianya bilang nggak apa-apa, sih. Tapi ya sekali lagi, demi menjaga nama baik, tindakan preventif tetap tak lakukan. Harus tak kirim lagi sesuai orderannya yang awal.

P: Terus, kan kamu sama temen-temen sefandom aja ada yang jualan dan nggak cuma satu. Kaya gitu bikin merasa terbebani nggak sih, karena kan saingan, gitu

D: Enggak. Ya, kaya tadi. Aku malah kaya terinspirasi. Lihat mereka jualan apa, jadi bisa buat referensi aku harus jual apa ya yang beda tapi menarik. Yo nggak gampang kalau mau beda banget, atau seratus persen beda, pasti aku bakal ada miripnya sama produk mereka, soalnya ya itu tadi, desain tuh nggak bisa dihindari kemiripannya. Ide tuh pasti satu dengan yang lain ada miripnya, apalagi produknya sekitaran *Merchandise* K-Pop kan emang berkiblat sama produk officialnya yang dari agensi. Jadi, pasti ada miripnya.

P: Terus, ada kendala nggak sih, sama temen-temen? Maksudnya kamu dikatain jadi penghalang atau apalah

D: Untungnya enggak. Malah kita saling melengkapi. Ya, kan mereka jual apa, aku jual apa, gitu. Selain jadi referensi juga bisa jadi pelengkap buat kita masing-masing. Kalaupun memang ada yang suka ngomentarin, sih, ada. Tapi bukan dari temen-temenku, sih. Mungkin dari circle yang lain, pernah dikomen kaya, jualan gitu aja kok mahal banget, kok nggak goceng aja. Padahal kan emang bahan yang tak pake tuh harus dijual sekian biar balik modal, nek cuma goceng ya nggak balik istilahnya. Nggak untung malah

P: Kamu tadi bilang kan, nek nyetak juga sendiri.. Itu nggak ada rekomendasi juga nyetaknya dimana?

D: Iya sebenarnya itu dari temen-temen juga, lihat mereka pada nyetak dimana terus aku ya ikutan. Pada di Explora, ya aku juga coba ikutan dan ternyata ya bagus. Pantasan pada kesana. Tapi aku nggak cuma ke sana, sih. Ada percetakan di daerah Nologaten itu. Ya kalau cuma mau nyetak *photocars* mah bagus aja, tapi kaynaya kalau yang kaya cupsleeve apa pin, tetep ke Explora.

- **Transkrip Wawancara dengan Savitri dan Ai (Pengelola *event gathering* fandom)**

Wawancara ini dilakukan melalui telepon dikarenakan jarak yang ada. Peneliti dan narasumber melakukan wawancara pada hari Minggu, 29 November 2020 pukul 14.30 WIB.

P: Dulu mulainya gimana sampai bisa bikin event gini, rutin kayanya tiap ada member (Seventeen) ulang tahun?

S: Ya.. Dari sosial media, sih. Twitter gitu, aku sama Kak Ai ketemu juga di Twitter pertama kali

A: Dari Twitter, terus saling mention gitu kan. Terus kenal sama temen-temennya Sav, terus ya deket aja gitu, bikin group dm (*direct message*) dan ternyata banyak yang satu domisili. Terus yang sama-sama di Jakarta tuh ngide aja gitu bikin *gathering*, pertama kali tuh buat *countdown comeback* bareng aja. Terus ya biasa banget, cuma kita-kita aja ngumpul, makan bareng. Pas ada yang nyeletuk buat bikin acara lebih rame ya mulai mikir apa bikin event aja ya, dan itulah startnya bisa bikin event

P: Berarti semua yang gabung gdm (group dm) itu pada jadi panitia ya buat acara?

A: Bisa dibbilang sih, tapi berat banget sebutannya panitia hahaha. Kita niatnya cuma sneneg-seneng aja kayanya jadi kayanya lebih tepat disebut gotong royong ya. Nah, iya, yang pada punya waktu senggang biasanya kita ajakin buat bantu-bantu

S: Bantu-bantunya simple sih, ya paling mikirin dekor aja, terus ngeditin foto biar dicetak jadi *freebies* buat temen-temen yang datang, maksudnya yang ngga join gdm kita. Jadi kita buat event biar temen-temen Carat yang lain ikutan, ngga cuma anak-anak gdm. Tujuannya kan biar lebih rame, lebih seru

P: Tapi kalian emang cuma buat event khusus Carat atau kalian juga suka grup (boyband/girlband/band) lain terus buat juga?

S: Oh iya, kita juga beberapa bulan kemaren akhirnya bikin event juga buat The Boyz, jadi kita ngga cuma suka Seventeen. Tapi suka The Boyz juga, suka NCT, suka TXT, banyak deh kita sukanya, hehehe

A: Kaya misalnya besok November itu jadi rame banget, ada Sangyeon sama Q (anggota boyband The Boyz) yang ulang tahun, terus ada juga Minghao, Woozi (anggota boyband Seventeen) ultah, tapi karena covid

gini kita ngga bakal serame itu sih, ya kayanya. Kita juga batesin mau nampung berapa orang yang mau ikut

P: Berarti biasanya gede-gedeane?

A: Biasanya ya sekitar delapan puluh sampe sembilan puluh mau seratus gitu, deh. Rame banget kan? Makanya kayanya mending kita batesin aja maksimalnya separo, terus juga biasanya kita dari jam makan siang sampe magrib gitu kita batesin sampe jam 4 sore

P: Kalian ada bagi tugas tertentu ngga sih? Misal si Ai yang ngapain, si Savitri ngapain..

S: Engga sih, ya.. Ya kita di gdm sama-sama aja, misalnya buat promosiin acara ya kita semua ngetweet acara yang mau kita jalanin.

A: Atau kalau yang udah difollow back sama akun base yang buat ngeshare tweet gitu, juga kita ngeshare informasi acara di situ. Tapi kalau sampe yang bagi tugas detail banget, ngga ada sih. Lebih kaya sukarela aja, misalnya mau patungan kan berarti harus ada yang jadi bendahara. Nah, kita ngga pernah nunjuk siapa. Ya, cuma nanya aja, siapa yang mau. Terus nanti ada yang mengajukan diri, dan biasanya ada dua orang sih ya

S: Iya, kalau ngga Lintang ya si Ceya

P: Dan karena keduanya sering mengajukan diri akhirnya berdua itu yang ngurus masalah uang?

A: Iya. Ya, tapi pernah juga sih aku. Tapi sekali doang, tetep paling sering ya mereka tuh. Ngeri banget bawa duit orang..

P: Berrati kan pembagian tugasnya nggak formal, eh ya ngga terikat gitu lah ya, pasti ada kendala dong

S: Iya sih, Kak. Tapi biasanya karena waktu aja. Jadi karena ini hobi gitu, jangan sampe hobi ini ganggu kegiatan atau kerjaan yang harusnya diprioritaskan. Jadi, ya.. Masalah waktu aja sih. Misal Kak Ai kemarin udah ngajuin diri mau bantu beli bahan dekor tapi ternyata ada yang lebih urgent ya mungkin belinya setelah kerjanya selesai,

A: Ya kalo masih sempet

S: Iya, kalau masih sempet ya Kak Ai beli, karena kan dia yang mengajukan diri. Tapi kalau ngga bisa ya kita yang ngga sibuk yang cari

P: Tapi kaya gitu ngga ada yang ngeluh?

S: Sejauh ini engga sih, ngga ngeluh yang sampe ngedumel banget. Paling sekilas aja, kaya “Duh kok dadakan sih”, gitu hahaha tapi yaudah ngga marah atau gimana. Soalnya setelah selesai tuh, lega gitu loh, Kak

A: Lega soalnya satu beban udah selesai, bisa fokus lagi mau nyiapin yang lain

P: Oh berarti asal *to-do list*—nya udah terpenuhi yaudah gitu, ya? Jadi ngga ada tanggungan apa-apa buat nyiapin event bisa fokus ke step selanjutnya

A: Iya, bener

P: Tapi kegiatannya apa aja sih? Selain bikin event gitu, atau kalau di sosial media ada kegiatan tertentu ngga?

A: Apa ya, di Twitter karena kita kan *fan account* (akun penggemar), ya sharing aja sama temen-temen. Entah retweet foto-foto fansite, schedulanya bias, gitu-gitu aja sih. Atau retweet yang jualan *Merchandise* gitu, biar followersku yang mungkin belum tau jadi tau

S: Tapi kalo buat The B (fandom The Boyz) kita ada group chat sendiri di WhatsApp sih, ngga tau ya kalau temen-temen Carat atau TheB ada grup chat lain, ini yang kayanya deket sama kita sih

A: Deket tapi delapan puluh lima anggota? Hahaha, keren banget kamu bisa akrab sama semuanya

S: Ya engga juga sih, maksudnya yang biasa interaksi sama kita. 'Kan kalau nyebut The B sendiri pasti banyak banget, tapi yang sering *interact* kan segitu..

P: Ngomong-ngomong, apa sih dorongan utama kalian sampe bikin event gathering tuh?

A: Ya jelas, buat seneng-seneng, hehehe. Kita seneng-seneng dengan berbagi, ngobrolin bias bareng, makan bareng rame-rame, kadang yang seru tuh kalau ada yang bawa *freebies* terus pada tukeran.

S: Iya intinya kita mau seneng-seneng aja sih dan bisa cari temen kan, siapa tau kalau ada konser terus bisa nonton kan ngga bingung mau cari temen nonton. Kaya aku sama Ceya dulu, oh, malah ketemu di venue duluan baru ke Twitter

P: Ketemu pas konser?

S: Iya, pas Seventeen 'Ode To You' kemarin, ketemu dia terus karena section kita sama ya barengan kan. Sebelum pulang tukeran username Twitter, baru deh deket sering mentionan Terus aku ajak ikut kalau main sama Kak Ai gitu, jadi kenal deh

P: Oh iya, berarti kalian sempet hype X1 juga ngga sih? Karena kan aku ada wawancara juga sama anak The Noona, terus bilanginya pertama kali bikin acara selebrasi ulangtahunnya Seungyoun pake desain cupsleevenya kalian, itu gimana deh ceritanya?

A: Iya, kan kita semua nonton Produce X 101, jadi suka juga sama grup dari pemenangnya. Kamu nonton juga ngga sih? Nah, terus kebetulan waktu itu aku juga ketemu temen-temen di Twitter yang suka X1 juga, buat event juga, ya kaya Carat ini awalnya. Main bareng terus kepikiran bikin event ya kita wujudkan bersama. Terus ngga taunya ada temen aku, si Dhini kan yang dari The Noona itu? Ngga taunya, Dhini ternyata juga tertarik dan kaya izin gitu boleh ngga ngadain juga di Jogja, karena kan mau pake file dan jenis acara yang sama gitu, buat bagi-bagi *freebies* pas ulang tahunnya Seungyoun.

P: Terus kalian bolehin?

A: Iya boleh aja sih, kan udah izin. Karena kan untuk *credit* desainnya biar tau gitu dibuat siapa, punya siapa. Itu sih,

P: Biar ngga dikira plagiasi karya?

A: Termasuk itu, sih. Biar menghargai *creator*-nya, yang bikin kan juga udah luangin waktu dan tenaga. Kita udah bayar dia juga, masa mau dicolong gitu aja. Seengganya bilang, terus untungnya mereka juga kaya bilang kalau ini event ‘cabang’ Jogja, gitu jadi bukan murni mereka yang seolah-olah mengadakan acara tersebut

P: Iya ya, biar ngga terkesan jiplak banget ide acaranya. Tapi kalian sendiri apa terinspirasi dari orang lain juga buat bikin acar?

S: Bisa dibbilang gitu, sih tapi kita mau ngapain dan gimana acara yang kita mau beneran dari kita sendiri. Jadi kayanya ya, murni keinginan kita sendiri. Itu tuh gara-gara ya pengen rame aja ya, Kak?

A: Iya, pengen kalau kumpul tuh rame. Sekalian kaya nunjukkin kalau kami ada dan kami kompak buat support idol kita

P: Ke depannya pengen bisa bikin event yang gimana sih?

S: Buat siapa nih? Seventeen? The Boyz?

P: Seventeen kan udah dibahas, kalau buat The Boyz misalnya, pengen bisa bikin acara yang gimana sih?

S: Ya.. Kalau bisa bikin streaming party sih, terus nanti ada hadiahnya, kaya *giveaway* gitu buat yang ikutan streaming. Eh tapi itu pengenku sih, ngga tau kalau kakak-kakak pada gimana

A: Pengen bisa bikin event yang gede juga sih, kalau di beberapa kota kan udah pernah ada videotron gitu kaya iklan, kalau aku pengen bisa yang sampe dinotice deh, sampe dia tau kalo fansnya yang di sini tuh kasih support sebesar ini, tapi belum tau apa sih..

