

BAB IV

PENUTUP

1. Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini merupakan jawaban dari rumusan masalah yaitu mengenai strategi respon krisis Rajawali Indonesia dalam menangani keluhan pelanggan terkait penundaan Prambanan Jazz Virtual Festival 2021. Lebih spesifiknya lagi, kesimpulan akan terbagi menjadi dua bagian yaitu tema pesan yang disampaikan Rajawali Indonesia dalam berbagai macam tulisan di media dan mengidentifikasi strategi respon krisis yang digunakan Rajawali Indonesia dilihat dari pendekatan komunikasi yang dilakukan. Melalui hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat dua tema pesan yang disampaikan Rajawali Indonesia melalui tulisan di media yaitu dampak COVID-19 pada *event* Prambanan Jazz Festival 2021 dan kekhawatiran penonton akan tiket konser.

Selanjutnya, dua tema pesan ini kemudian disampaikan perusahaan menggunakan tiga jenis strategi respon krisis yaitu *distance strategies*, *mortification strategies*, dan *suffering strategies*. Ketiga strategi ini digunakan Rajawali Indonesia dalam menyampaikan pesan kepada para penonton. Ditemukan bahwa dalam *press release* mengenai penundaan konser, perusahaan menggunakan ketiga strategi untuk menyampaikan pesannya didukung dengan nada pesan yang *real*, empati, dan informatif sehingga penyampaian pesan dapat berlangsung secara sempurna. Selanjutnya, WhatsApp juga digunakan sebagai media komunikasi dengan penonton dengan

menggunakan strategi respon krisis jenis *mortification strategies*. Dalam menyampaikan pesan ini, perusahaan juga menggunakan nada pesan informatif demi menjawab kekhawatiran penonton akan penundaan yang terjadi.

Kemudian Rajawali Indonesia juga menggunakan media sosial Instagram khususnya fitur *direct message* dan komentar. *Direct message* digunakan oleh perusahaan dengan mengungkap *mortification strategies* dan dengan nada pesan yang informatif demi menyampaikan kejelasan serta informasi terbaru mengenai Prambanan Jazz Festival 2021. Terakhir, komentar Instagram yang dilontarkan oleh penonton dibalas perusahaan menggunakan *mortification* dan *suffering strategies*. Hal ini dilakukan perusahaan dengan menggunakan nada pesan informatif dan empati dikarenakan kondisi ini dialami oleh semua orang tak terkecuali oleh Rajawali Indonesia yang mengharuskan terjadinya penundaan Prambanan Jazz Virtual Festival 2021 selama beberapa kali. Pada akhirnya, seluruh penyusunan serta pelaksanaan strategi respon krisis Rajawali Indonesia terhadap penontonnya dilakukan oleh perusahaan demi menciptakan hubungan baik dengan penonton sehingga dapat kembali mendapatkan *trust* dari penonton.

2. Limitasi

Dalam melakukan penelitian, peneliti menemukan adanya limitasi atau keterbatasan yang terletak pada proses analisis. Analisis isi yang telah dilakukan oleh peneliti tidak dilakukan dengan intercoder, melainkan peneliti bertindak sebagai pengcoder. Hal ini dilakukan oleh peneliti sebagai upaya triangulasi

untuk melihat validitas data yang didapat melalui proses wawancara dengan narasumber.

3. Saran

Berdasarkan pemaparan hasil temuan data dan analisis data yang dilakukan, pihak Rajawali Indonesia perlu mempertegas aktivitas komunikasi antar anggotanya. Hal ini dikarenakan tiap anggota dalam perusahaan memiliki peran dan andilnya masing-masing sehingga penting untuk mendengarkan dan memahami dari pandangan yang berbeda. Dalam temuan data juga disampaikan bahwa belum adanya proses yang begitu jelas dalam proses penanganan krisis sehingga pihak perusahaan dapat menyusun *Standard Operating Procedure* (SOP) penanganan krisis. Timbulnya SOP untuk menghadapi krisis perusahaan dimasa mendatang diharapkan dapat mempertahankan dan mengembangkan loyalitas penonton Rajawali Indonesia. Selain itu, penelitian serupa dapat kembali dilakukan oleh peneliti selanjutnya dengan harapan dapat mengembangkan penelitian ini melalui metode penelitian dan subjek penelitian yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Alsa, Asmadi. 2014. *Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif serta Kombinasinya dalam Penelitian Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Ardianto, Soleh Soemirat. 2002. *Dasar-Dasar Public Relations. Cetakan pertama*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Barata, Ateb Adya. 2003. *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: PT. Elek Mediakomputindo.
- Barton, Laurence. 1993. *Crisis in Organizations: Managing and Communicating in the Heat of Chaos*. Ohio: South Western Publishing Co.
- Coombs, W. Timothy & Holladay, Sherry J. 2010. *The Handbook of Crisis Communication*. UK: Blackwell Publishing.
- Creswell, John W. 2014. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches (4th ed.)*. CA: Sage Publications.
- Fearn-Banks, Kathleen. 1996. *Crisis Communication: A Case book Approach*. Mahwah, N.J.: Lawrence Erlbaum Associates.
- Fearn-Banks, Kathleen. 2002. *Crisis Communication: A Case book Approach*. Mahwah, N.J.: Lawrence Erlbaum Associates.
- Furchan, A. 2004. *Pengantar Penelitian dalam Pendidikan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset.
- Gordon, Ian. (2002). Best Practices: Customer Relationship Management. Ivey Business Journal.
- Haryanto, Alexander. 2020. Daftar Konser Musik di Indonesia yang Ditunda karena Corona. (diakses 15 Maret 2022) dari (<https://tirto.id/daftar-konser-musik-di-indonesia-yang-ditunda-karena-corona-eFtn>)
- Indrajaya, T. (2015). POTENSI INDUSTRI MICE (MEETING, INCENTIVE, CONFERENCE AND EXIBITION) DI KOTA TANGERANG SELATAN, PROVINSI BANTEN . Jurnal Ilmiah Widya. Informatif.
- Iqbal, Muhammad. 2020. Jokowi Terbitkan Peraturan Pemerintah PSBB, Ini Respons MPR. (diakses 16 Maret 2022) dari (<https://www.cnbcindonesia.com/news/20200331171026-4-148847/jokowi-terbitkan-peraturan-pemerintah-psbb-ini-respons-mpr>)
- Kamus Besar Bahasa Indonesia*. [Online]. Tersedia di: <https://kbbi.web.id>. Diakses 8 Desember 2022.
- Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. 2012. *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Education.

- Kriyantono, Rachmat. 2017. *Teori Public Relations Perspektif Barat & Lokal: Aplikasi Penelitian dan Praktik*. Jakarta: Kencana.
- Lengkong, Selvina L., Sondakh, Mariam & Londa, J.W. 2017. 'Strategi Public Relations dalam Pemulihan Citra Perusahaan (Studi Kasus Rumah Makan Kawan Baru Megamas Manado)' *Jurnal "Acta Diurna"*, Vol. 6, No.1.
- Maddy, Khairul. 2009. *Hakikat dan Pengertian Pelayanan Prima*. Jakarta: Chama Digit.
- Moleong, 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosda.
- Moleong, Lexy J. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif. Edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Morissan, 2015. *Teori Komunikasi: Individu Hingga Masa Edisi Pertama*. Jakarta: Kencana.
- Nirwana. 2006. *Service Marketing Strategy*. Malang : Dioma.
- Nova, Firsan. 2009. *Crisis Public Relations: Bagaimana PR Menangani Krisis Perusahaan*. Jakarta: Grasindo.
- Peppers, Don & Rogers, Martha. 2005. Customers Don't Grow on Trees. (diakses 8 April 2022) dari (<https://www.fastcompany.com/53030/customers-dont-grow-trees>)
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2020 Tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar dalam Rangka Percepatan Penanganan *Corona Virus Disease 2019 (COVID-19)*. (diakses 16 Maret 2022) dari (<https://covid19.go.id/p/regulasi/pp-no-21-tahun-2020-tentang-psbb-dalam-rangka-penanganan-covid-19>)
- Rajawali Indonesia. 2022. Tentang Kami (online) dan tersedia di World Wide Web: <<http://rajawaliindonesia.com/tentang-kami/profil-perusahaan>>
- Rajawali Indonesia. 2022. Prambanan Jazz Festival (online) dan tersedia di World Wide Web: <<http://rajawaliindonesia.com/tentang-kami/profil-perusahaan>>
- Saputra, Rizky. 2020. 'Penerapan *Situational Communication Crisis Theory* bagi Organisasi Dakwah dalam Menghadapi Situasi Krisis' *Jurnal Simbolika*, Vol. 6, Oktober, hal 190-201. FISIP Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Sellnow, Timothy L. & Seeger, Matthew W. 2021. *Theorizing Crisis Communication Second Edition*. USA: John Wiley & Sons.
- Sidik, Farih Maulana. 2022. 2 Pasien Omicron RI Meninggal, Ini Data Lonjakan Kasus di Januari. (diakses 16 Maret 2022) dari (https://news.detik.com/berita/d-5910169/2-pasien-omicron-ri-meninggal-ini-data-lonjakan-kasus-di-januari?_ga=2.222109919.63671749.1643007215-232250895.1596975043)
- Sitasari, Novendawati Wahyu. 2022. 'Mengenal Analisa Konten dan Analisa Tematik dalam Penelitian Kualitatif' *Jurnal Psikologi*, Vol. 19, No. 1, hal 80.
- Sugiyono. 2009. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutopo. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Surakarta: UNS.
- Tri, Rahma. 2020. Dihantam Corona, Ratusan Event Organizer Terancam Gulung Tikar. (diakses 15 Maret 2022) dari (<https://bisnis.tempo.co/read/1321791/dihantam-corona-ratusan-event-organizer-terancam-gulung-tikar>)
- Ulmer, Robert R., Sellnow, Timothy L. & Seeger, Matthew W. *Effective Crisis Communication: Moving From Crisis to Opportunity*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Umar, M. & Ali, Ahmad. 1992. *Psikologi Umum*. Surabaya: Bina Ilmu.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. (diakses 9 April 2022) dari (<https://jdih.kemenkeu.go.id/fulltext/1999/8TAHUN~1999UU.htm>)

LAMPIRAN

Interview Guide

Narasumber 1

No.	Teori	Konsep	<i>Interview Guide</i>
1.	Strategi pesan	Komunikasi krisis	<ol style="list-style-type: none">1. Menurut anda, apa yang anda pahami dengan krisis?2. Bagaimana isu yang berkembang di masyarakat mengenai penundaan <i>event</i> Prambanan Jazz Virtual Festival 2021 ini?3. Menurut anda, mengapa peristiwa penundaan <i>event</i> Prambanan Jazz Virtual Festival 2021 ini disebut sebagai krisis?4. Sebelum pada akhirnya perusahaan memutuskan untuk melakukan penundaan <i>event</i> Prambanan Jazz Virtual Festival 2021, menurut anda krisis yang dihadapi perusahaan disebabkan oleh apa? Apakah karena adanya pandemi atau adanya keluhan penonton?
2.	Strategi pesan	Pilihan strategi	<ol style="list-style-type: none">1. Bagaimana proses pengambilan keputusan penundaan <i>event</i> Prambanan Jazz yang dilakukan Rajawali Indonesia?2. Ketika perusahaan terpaksa menunda <i>event</i>, strategi pesan apa

			<p>yang dipilih untuk merespon krisis tersebut?</p> <p>3. Bagaimana proses pemilihan strategi pesan tersebut?</p> <p>4. Siapa pihak yang terlibat dalam proses menentukan pemilihan strategi pesan perusahaan?</p>
3.	Strategi pesan	Desain pesan	<p>1. Bagaimana cara Rajawali Indonesia menyusun pesan untuk mengatasi krisis tersebut (tuduhan maupun kritik terhadap perusahaan yang mendorong terjadinya krisis)?</p> <p>2. Boleh diceritakan bagaimana proses pemilihan desain pesan yang akan digunakan?</p> <p>3. Apakah terdapat tujuan tertentu yang ingin dicapai dalam pemilihan desain pesan tersebut?</p> <p>4. Siapa pihak yang terlibat dalam penyusunan desain pesan perusahaan?</p>
4.	Strategi pesan	Strategi respon krisis (<i>non-existence strategies, distance strategies, ingratiation strategies,</i>	<p>1. Dalam menghadapi krisis tersebut, pesan apa yang disampaikan oleh perusahaan kepada khalayak luas?</p> <p>2. Boleh diceritakan proses hingga keputusan perusahaan dalam menyusun pesan (terdapat kata</p>

		<i>mortification strategies, dan suffering strategies)</i>	<p>kunci atau inti pesan tertentu? Seperti apa?)</p> <p>3. Bagaimana contoh pesan yang disampaikan perusahaan kepada khalayak luas?</p> <p>4. Dimuat dimana sajakah pesan ini?</p> <p>5. Boleh diceritakan siapa saja pihak yang berperan dalam proses penyampaian pesan kepada khalayak?</p> <p>6. Bagi perusahaan, siapakah yang menjadi prioritas dalam situasi krisis seperti ini?</p>
5.	Hubungan konsumen		<p>1. Menurut anda, seberapa penting perusahaan menjalin hubungan baik dengan konsumennya?</p> <p>2. Bagaimana cara perusahaan membangun hubungan terhadap konsumen di saat krisis berlangsung?</p> <p>3. Hal apa yang paling diutamakan oleh perusahaan dalam membangun hubungan dengan konsumen?</p> <p>4. Langkah atau tindakan apa yang telah dilakukan perusahaan untuk mewujudkan hal tersebut?</p>

Narasumber 2 & 3

No.	Teori	Konsep	<i>Interview Guide</i>
1.	Strategi pesan	Komunikasi krisis	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menurut anda, apa yang anda pahami dengan krisis? 2. Bagaimana isu yang berkembang di masyarakat mengenai penundaan <i>event</i> Prambanan Jazz Virtual Festival 2021 ini? 3. Menurut anda, mengapa peristiwa penundaan <i>event</i> Prambanan Jazz Virtual Festival 2021 ini disebut sebagai krisis? 4. Sebelum pada akhirnya perusahaan memutuskan untuk melakukan penundaan <i>event</i> Prambanan Jazz Virtual Festival 2021, menurut anda krisis yang dihadapi perusahaan disebabkan oleh apa? Apakah karena adanya pandemi atau adanya keluhan penonton?
2.	Strategi pesan	Pilihan strategi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ketika perusahaan terpaksa menunda <i>event</i>, strategi pesan apa yang dipilih untuk merespon krisis tersebut? 2. Contoh dari strategi pesan tersebut? 3. Dalam memilih strategi pesan, tujuan atau tuntutan tertentu

			<p>seperti apa yang disampaikan oleh perusahaan?</p> <p>5. Siapa pihak yang menentukan pemilihan strategi pesan perusahaan?</p>
3.	Strategi pesan	Desain pesan	<p>5. Bagaimana cara Rajawali Indonesia menyusun pesan untuk mengatasi krisis tersebut (tuduhan maupun kritik terhadap perusahaan yang mendorong terjadinya krisis)?</p> <p>6. Dalam memilih desain pesan, apakah terdapat tujuan atau tuntutan tertentu?</p> <p>7. Siapa pihak yang terlibat dalam penyusunan desain pesan perusahaan?</p>
4.	Strategi pesan	Strategi respon krisis (<i>non-existence strategies, distance strategies, ingratiation strategies, mortification strategies, dan suffering strategies</i>)	<p>7. Dalam menghadapi krisis tersebut, pesan apa yang disampaikan oleh perusahaan kepada khalayak luas?</p> <p>8. Bagaimana contoh pesan yang disampaikan perusahaan kepada khalayak luas?</p> <p>9. Dimuat dimana sajakah pesan ini?</p> <p>10. Ketika menyampaikan pesan tersebut, apakah terdapat arahan dari perusahaan untuk menyampaikan kata kunci tertentu dalam membuat pesan?</p>

			<p>11. Boleh diceritakan siapa saja pihak yang berperan dalam proses penyampaian pesan kepada khalayak?</p> <p>12. Bagi perusahaan, siapakah yang menjadi prioritas dalam situasi krisis seperti ini?</p> <p>13. Dalam menyampaikan pesan, tidak bisa dipungkiri akan direspon oleh khalayak dengan cara yang berbagai macam. Bagaimana anda merespon khalayak yang mempertanyakan kondisi penundaan <i>event</i> ini?</p>
5.	Hubungan konsumen		<p>4. Menurut anda, seberapa penting perusahaan menjalin hubungan baik dengan konsumennya?</p> <p>5. Bagaimana cara perusahaan membangun hubungan terhadap konsumen di saat krisis berlangsung?</p> <p>6. Hal apa yang paling diutamakan oleh perusahaan dalam membangun hubungan dengan konsumen?</p> <p>7. Langkah atau tindakan apa yang telah dilakukan perusahaan untuk mewujudkan hal tersebut?</p>

Coding Sheet Penelitian

STRATEGI RESPON KRISIS PENANGANAN KELUHAN KONSUMEN (Studi Kasus Pada Penanganan Keluhan Penonton oleh Rajawali Indonesia Terhadap Penundaan Event Prambanan Jazz Virtual Festival 2021)

Instruksi 1 : Isilah data-data di bawah ini.

Judul : _____
Tanggal terbit pesan : _____
Lokasi pesan dimuat : _____
Target pesan : _____
Nama pengkoding : _____

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

Instruksi 3 : Pertanyaan yang dimuat telah disusun sesuai dengan konsep strategi respon krisis Timothy Coombs yaitu *non – existence strategies, distance strategies, ingratiation strategies, mortification strategies, dan suffering strategies*. Kelima strategi ini akan terbagi menjadi 5 pertanyaan berikut:

No.	Pertanyaan	Ya	Tidak
1.	a. Terdapat kalimat yang menyatakan bahwa perusahaan tidak mengalami krisis.		

	<p>b. Terdapat kalimat yang menyatakan bahwa perusahaan memberikan klarifikasi mengenai perusahaan yang tidak mengalami krisis.</p> <p>c. Terdapat kalimat yang menyatakan bahwa perusahaan menyerang pihak penyebar rumor.</p> <p>d. Terdapat kalimat yang menyatakan bahwa perusahaan akan menggugat penyusun rumor tentang krisis yang dikenakan kepada perusahaan.</p>		
2.	<p>a. Terdapat kalimat yang menyatakan bahwa perusahaan tidak bertujuan melakukan hal tersebut (berdalih).</p> <p>b. Terdapat kalimat yang menyatakan bahwa perusahaan tidak memiliki intensi untuk memunculkan krisis.</p> <p>c. Terdapat kalimat yang menyatakan bahwa perusahaan menyalahkan pihak lain sebagai pihak yang menimbulkan krisis.</p> <p>d. Terdapat kalimat yang menyatakan bahwa dampak dari krisis ini tidak terlalu besar.</p> <p>e. Terdapat kalimat yang menyatakan bahwa tidak terdapat korban dalam krisis.</p> <p>f. Terdapat kalimat yang menyatakan bahwa pihak yang terkena krisis pantas mendapatkan efek dari krisis.</p> <p>g. Terdapat kalimat yang menyatakan bahwa krisis perusahaan tidak menyebabkan hal tersebut.</p>		

3.	<p>a. Terdapat kalimat yang menyatakan bahwa perusahaan mengingatkan kembali kepada publik hal baik yang pernah dilakukan perusahaan.</p> <p>b. Terdapat kalimat yang menyatakan bahwa masalah yang terjadi sesungguhnya jauh lebih besar.</p> <p>c. Terdapat kalimat yang menyatakan bahwa perusahaan mendengarkan saran dari publik.</p>		
4.	<p>a. Terdapat kalimat yang menyatakan perusahaan akan memberikan kompensasi kepada pihak yang terkena krisis.</p> <p>b. Terdapat kalimat yang menyatakan bahwa perusahaan meminta maaf kepada masyarakat tentang krisis yang disebabkan oleh perusahaan.</p> <p>c. Terdapat kalimat yang menyatakan bahwa perusahaan akan melakukan tindakan tertentu demi mengatasi krisis.</p>		
5.	<p>Terdapat kalimat yang menyatakan bahwa perusahaan mengalami penderitaan yang sama dengan korban krisis.</p>		

TRANSKRIP WAWANCARA

Narasumber 1 (Tovic Raharja)

P : Selamat siang Mas Tovic, perkenalkan saya Tea dari Universitas Atma Jaya program studi Ilmu Komunikasi. Saat ini saya sedang melakukan penelitian skripsi mengenai strategi respon krisis yang dilakukan oleh Rajawali Indonesia terhadap keluhan konsumen akibat penundaan *event* Prambanan Jazz Virtual Festival 2021 lalu. Bagaimana kabarnya mas?

N : Selamat siang Tea.. Kabar saya baik, Tea sendiri bagaimana?

P : Baik juga mas.. Saat ini Rajawali sedang sibuk mempersiapkan beberapa konser yaa mas?

N : Iya betul Tea, saat ini kita lagi fokus ke konser Dream Theater, Jogjarockarta, sama Westlife..

P : Wah, saat ini sudah mulai membaik perlahan-lahan yaa mas *event* musiknya. Baik kalau begitu kita mulai wawancaranya yaa mas. Bisa dimulai dari perkenalan diri dulu mas..

N : Iyaa betul Tea. Baik, saya Tovic Raharja ato biasa dipanggil Tovic. Saya merupakan direktur utama Rajawali Indonesia.

P : Baik mas, untuk mengawali wawancara hari ini pertama-tama saya ingin mengetahui apa sih pemahaman Mas Tovic mengenai krisis itu sendiri?

N : Oke, krisis itu adalah sebuah kondisi dimana ada sesuatu hal yang tidak stabil, yang tidak nyaman, dan biasanya butuh solusi segera. Hal ini bisa terjadi akibat pengaruh dari dalam atau luar perusahaan ya.

P : Baik, kemudian seperti kita pahami bersama bahwa Prambanan Jazz Virtual Festival 2021 ini kan beberapa kali sempat mengalami penundaan ya mas, mengenai hal tersebut, isu-isu apa saja sih mas yang berkembang di masyarakat?

N : Isu yang berkembang sebetulnya mengenai krisis itu sendiri ya, yang perlu diambil keputusan kenapa harus ditunda gitu. Tentu ada pro dan kontra, kaitannya dengan pandemi. Pandemi ini dialami oleh semua orang untuk yang pertama kali, dari situ semua orang harus bergerak cepat untuk mengambil keputusan. Meskipun sebetulnya kita tuh masih berusaha tetap dijalankan, tetapi sambil menunggu waktu, tetapi pada hari H itu masih belum memungkinkan dan akhirnya harus diundur lagi sampe beberapa kali gitu ya. Dari yang awalnya *online*, kemudian *virtual*, itu adalah tuntutan yang sebenarnya kalo dari kami sih ingin memberi sesuatu kepada penonton yang memang sudah membeli tiket Prambanan Jazz jauh-jauh hari. Tetapi dalam kondisi di luar rencana, pandemi, yang merupakan salah satu *force majeure* juga mengakibatkan konser harus ditunda. Isu yang berkembang lebih ke isu apa sih konser *virtual*. Karena kalo ngomong pertama kali konser *virtual* yang secara *hype* nya akan terasa sangat berbeda dari konser *offline*, *on ground activity*-nya, *ambience*-nya tentu tidak akan dirasakan sama sekali oleh penonton konser *virtual*. Adanya konser *virtual* merupakan bentuk *privilege* bagi penonton untuk tetap bisa menyaksikan tanpa harus membayar lagi. Hal ini dilakukan untuk mengobati kekecewaan penonton terhadap penundaan *event offline*. Ada beberapa yang merasa bahwa kondisi pandemi secara prioritas pertama adalah kesehatan dan akhirnya memilih untuk

mundur, itu juga ada yang paham. Tapi yang kontra juga ada yang yang berkomentar “sudah beli tiket, terus nasib duit nya gimana ya?”.

P : Baik, berdasarkan pernyataan yang disampaikan barusan berarti untuk krisis yang dialami oleh Rajawali Indonesia ini diakibatkan karena pandemi ya mas?

N : Iya karena pandemi, ini juga pertama kali dunia *event* merasakan itu dan kapan selesainya masih belum jelas, dan selain itu pun secara perkembangan soal kebijakan-kebijakan juga masih terus ada menyesuaikan dengan kondisi atau keadaan. Bagi penonton dan kita pandemi menjadi pengalaman pertama, ya ada titik dimana sudah dipahami bareng-bareng. Ya memang mereka mengerti akan kondisi ini.

P : Bagaimana proses pengambilan keputusan Rajawali Indonesia setelah mengalami beberapa kali penundaan?

N : Oke, yang pertama kita adakan *meeting* khusus terkait biasanya kita sebut mitigasi ya. Mitigasi *event*, yang berfokus kepada *ticketing* karena hubungan kita dengan penonton dan beberapa *talent*. Kalo *talent*, beberapa artis internasional yang kami kontak, mereka sangat paham itu dan di dalam *meeting* yang kami bahas sih pertama soal apa yang perlu kita sampaikan dulu. Ketika ada penundaan maka perlu untuk menyampaikan jadwal baru dalam kondisi itu. Kemungkinan kira-kira akan selesai kapan, dari situ kita ketemu jadwal baru yang kemudian nantinya disampaikan kepada penonton. Bahwa oke, Prambanan Jazz Festival akan berubah format menjadi *virtual*, jadwalnya kapan, dari situ mereka paham *privilege* apa yang mereka dapatkan dengan tidak adanya *refund*, pun juga pilihan *refund* kami sampaikan kepada penonton supaya meminimalisir *complain* dari

penonton karena orang sudah banyak yang tau bahwa ini pandemi, gatau kapan lagi *event* akan berjalan, daripada tidak jelas gitu kan mereka minta *refund* juga ada. Ada yang masih setia juga *keep* tiketnya sampe tahun kapanpun nanti Prambanan Jazz akan berlangsung, untungnya Prambanan Jazz punya penonton yang loyal ya. Itulah makanya kita buat strategi *privilege* untuk mereka, non *refund*-nya dapet kaos, gitu-gitu jadi bagian dari cara kami untuk meredam kekecewaan penonton.

P : Untuk rapat pengambilan keputusan itu, siapa saja sih mas pihak-pihak yang terlibat?

N : Yang pertama sih *Board of Director*, kemudian *project manager event*, tim media dan promosi untuk publikasi ke luar, tim desain lebih ke komando dari tim media promosi. Dan yang terakhir *hospitality* yang kaitannya sama jadwal artis terbaru yang harus disesuaikan dan *ticketing* juga. Ya hampir sama seperti kita sedang *meeting* Prambanan Jazz sebenarnya. Tim produksi memang belum banyak terlibat karena fokusnya ke strategi informasi yang disampaikan.

P : Pesan apa yang disampaikan perusahaan ke masyarakat terkait penundaan *event* Prambanan Jazz Virtual Festival 2021?

N : Yang pertama soal informasi. Untungnya bukan cuma kita saja, banyak pelaku *event festival* yang menunda *event*-nya. Tidak hanya di Indonesia, di luar negeri juga sama. Yang pertama kita sampaikan ke mereka yaitu tentang kondisi COVID yang sampai saat ini kita alami. Ketika kita pertama kali melakukan penundaan yang pertama kali perlu kita persiapkan adalah *postpone*-nya kapan, jadwal terbarunya kapan. Ya meskipun juga kita belum tau ya jadwal terbarunya bakal

bener bener terjadi atau engga. Tapi setidaknya penonton udah ada kelegaan dulu, oh secara informasi pesannya informatif. Juga terkait pandemi, penonton yang sudah membeli tiket diharapkan untuk *keep* tiketnya dan juga sudah kami siapkan pilihan *refund* tiket. Sambil semua itu berjalan kami juga menyiapkan *event* yang beda lagi sebagai bagian dari Prambanan Jazz *online*, sebelum menuju ke *virtual*. Festival *online* ini dilakukan sebagai pancingan *experience* baru buat penonton, kalo *online* itu nontonnya akan lewat *platform* yang kita punya. Secara intrasisi memang festival *online* sangat berbeda sekali dengan menonton *offline*. Tapi juga bagian dari proses awal mengedukasi untuk menonton konser *online*.

P : Terkait penundaan *event* Prambanan Jazz yang terjadi selama beberapa kali, kalo tidak salah Rajawali Indonesia juga menyusun pesan menggunakan *press release* ya mas? Untuk penyusunan *press release* nya apakah terdapat aturan atau kata kunci yang ditentukan atau bagaimana sistem penyusunan *press release*-nya?

N : Iya biasanya itu kita kalo menyusun *press release* kita serahkan ke tim media. Dari tim media nanti *approve* ke pimpinan-pimpinan, kemudian pimpinan masing-masing membaca, kasih masukan, ralat, atau apapun itu, kata-kata yang sebaiknya disampaikan, kata gantinya. Jadi ada proses *editing*-nya supaya lebih bisa diterima masyarakat, mengandung unsur empati karena pandemi ini dirasakan semuanya. Supaya *framing*-nya kondisi ini harus kita pahami bersama, tidak bisa dipaksakan, karena prioritas utamanya adalah kesehatan supaya tidak ada resiko-resiko yang bermunculan.

P : Berarti untuk penyusunan *press release* kuncinya empati sama informatif ya mas?

N : Iya betul, informatif ya yang pasti. Kita membayangkan pertanyaan apa aja ya yang akan dilontarkan penonton, nah sebelum mereka bertanya kita siapkan jawabannya dulu.

P : Oke, nah untuk *press release* nya dimuat dimana aja sih mas?

N : Kita biasanya kalau kemaren itu kita sebar ke media, kemarin *press conference* juga kita berlangsung secara *online* dengan media Jakarta, lokal, nasional kita juga sebar *press release*. Setelah itu kita juga sebar lewat sosial media. Ya kalo ngomongin soal Prambanan Jazz itu paling efektif penonton loyalnya ada di *followers* Instagram, kita memantaunya dari situ.

P : Bagi Rajawali sendiri, siapa aja mas yang jadi prioritas perusahaan di masa krisis penundaan *event* Prambanan Jazz Virtual Festival 2021?

N : Prioritas utamanya ya pasti yang terlibat. Penonton, artis supaya punya kejelasan mengenai penundaannya. Ketika penundaan, jadwal terbaru belum tentu sama dengan jadwal yang sebelumnya. Ketika penonton pilih day 1,2,3 berdasarkan preferensi artis mereka. Tapi saat penundaan kan sangat mungkin untuk berbeda, hal ini yang perlu disampaikan. Selain itu juga prioritasnya dengan tim-tim yang terlibat. Kita juga tidak tau kan situasi ini akan berlangsung berapa lama, pasti secara dampak akan mempengaruhi siapa saja.

P : Iya betul mas. Oke lalu kalo bagi Mas Tovic sendiri seberapa penting perusahaan harus menjalin hubungan baik dengan konsumennya?

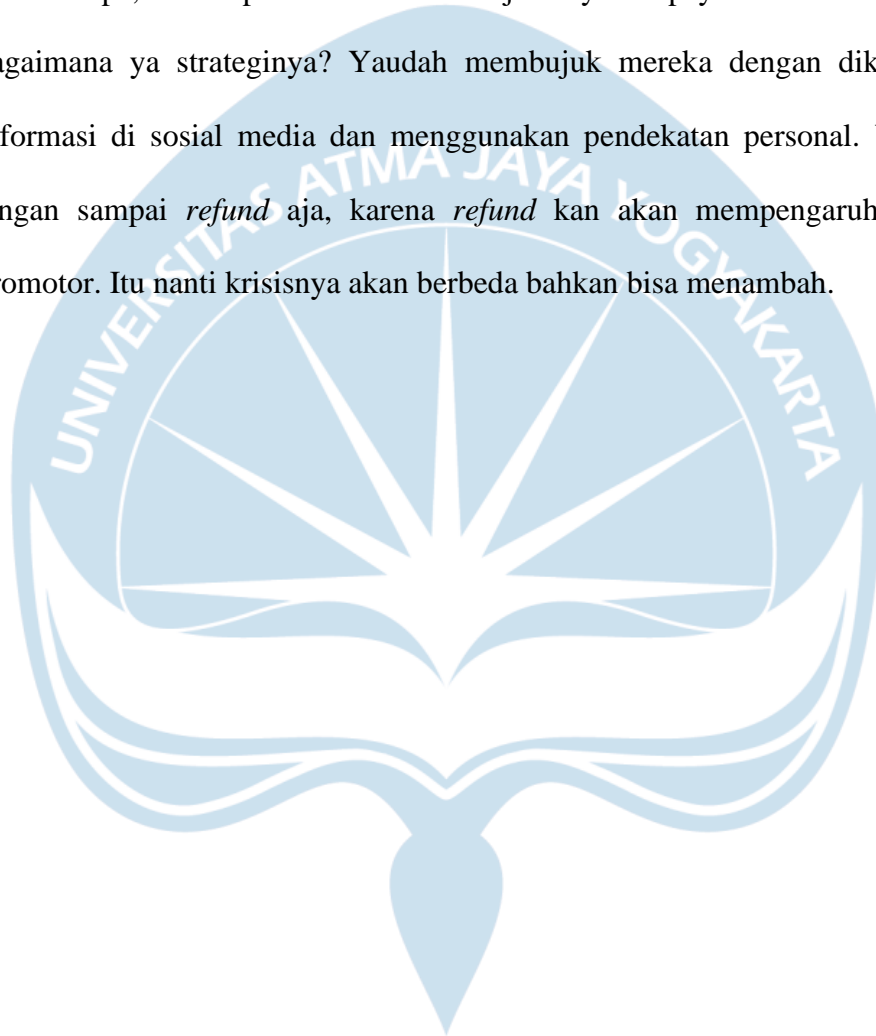
N : Kalo ngomongin soal penting pasti penting sekali. Dari kacamata simbiosis mutualisme, kami butuh mereka sebagai penonton yang memang akan terlibat secara langsung. Apalagi perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang jasa yang membutuhkan mereka untuk membayar jasa kita. Sama halnya seperti orang dagang juga sih, pembeli adalah raja dan kita juga akan menempatkan mereka sebagai yang utama dengan memberikan *service* terbaik, informasi yang jelas, itu jadi fokus utama dalam menjalin hubungan baik dengan konsumen. Hal ini akan memberikan efek kepada kita ketika kita melakukan itu akan timbul *trust*, orang akan datang ke *event* kita meskipun ditunda lama. Supaya *trust* nya ada ke kita lagi, *next* ketika sudah ada jadwal ato konser *offline* lagi mereka gak kecewa dan beli tiket lagi untuk nonton.

P : Ketika penundaan Prambanan Jazz terjadi beberapa kali, bagaimana sih mas cara Rajawali membangun hubungan terhadap konsumen?

N : Oke, membangun hubungan ya. Sebelum kita menginformasikan di sosial media, kita menyampaikan satu per satu lewat *email*, telepon satu per satu sebagai pendekatan personal dan tidak hanya sekedar yaudah lu liat aja di sosial media. Tapi harus ada beberapa pendekatan yang harus kami berikan pemahaman kepada mereka, ini ada penundaan, lalu secara mitigasinya kami bisa menyampaikan bahwa boleh *refund* dan boleh tidak. Buat yang *non refund* nanti kami akan memberikan *privilege* boleh memilih hari nontonnya dan kami juga memberikan *merchandise*.

P : Kalo untuk hal yang paling diutamakan Rajawali waktu membangun hubungan dengan konsumen?

N : Yang jelas kepercayaan yaa didukung dengan komunikasi tadi. Kalo melihat dapur promotor itu uang yang dibayarkan penonton kan tidak bisa langsung dikembalikan kepada mereka tapi kan sudah digunakan untuk DP artis, vendor, atau ke apa, untuk promosi dan hal sejenisnya. Supaya mereka tidak *refund* bagaimana ya strateginya? Yaudah membujuk mereka dengan diksi-diksi di informasi di sosial media dan menggunakan pendekatan personal. Ya intinya jangan sampai *refund* aja, karena *refund* kan akan mempengaruhi finansial promotor. Itu nanti krisisnya akan berbeda bahkan bisa menambah.



Narasumber 2 (Chandra Cellano)

P : Selamat siang Mas Chandra, perkenalkan saya Tea dari Universitas Atma Jaya program studi Ilmu Komunikasi. Saat ini saya sedang melakukan penelitian skripsi mengenai strategi respon krisis yang dilakukan oleh Rajawali Indonesia terhadap keluhan konsumen akibat penundaan *event* Prambanan Jazz Virtual Festival 2021 lalu. Bagaimana kabarnya mas?

N : Selamat siang Tea.. Alhamdulillah baik, kamu gimana Tea?

P : Baik juga mas..

N : Eh tau gak aku udah siapin jawaban buat *list* pertanyaan kamu tauu wkwkwkwk

P : Wah iya mas? Mantep banget. Kalo gitu kita langsung mulai wawancaranya yaa mas. Boleh mas dimulai dari perkenalan diri dulu.

N : Iyaa dong wkwkwk. Baik, aku Chandra Cellano biasa dipanggil Chandra. Aku di Rajawali sebagai *Business Development*. PJF 2021 kemarin aku juga turut ambil bagian di *marketing communication*nya.

P : Oke, wawancaranya aku awali dengan apa sih yang Mas Chandra pahami tentang pengertian krisis?

N : Pada dasarnya kalo kita ngomongin krisis secara global itu adalah akibat dari sebuah kejadian yang tidak bisa di *handle* dengan baik. Atau kejadian yang muncul kemudian menimbulkan kerugian bagi sebuah pihak. Perusahaan kalo ngomongin krisis ekonomi, karena ga punya uang, ga bisa bayar, jadi krisis. Tapi kalo misalkan produksi, bahan baku habis, pasokan habis, itu juga jadi krisis. Trus kemudian bikin *event*, pembelian sedikit, itu jadi krisis. Karena ga bisa bayar

vendor nanti, pendapatan sama pengeluaran besar pengeluaran itu juga jadi krisis. Pada dasarnya krisis ada yang bisa diantisipasi saat kita merencanakan sesuatu. Mau melakukan ini, antisipasinya apa, *worst case* nya apa, ketika itu sudah bisa diantisipasi, krisis itu sedikit bisa diredam dengan persiapan.

P : Kalo sepemahaman Mas Chandra mengenai penundaan Prambanan Jazz selama beberapa kali, isu-isu apa saja sih mas yang berkembang di masyarakat mengenai hal tersebut?

N : Kalo isu di masyarakat atau di *public* yang muncul sih semua saya yakin sih paham. Paham dalam arti pandemi itu berdampak ke semuanya, gak ada satupun *rules* yang bisa didobrak dengan orang yang sok jagoan seperti itu tetapi mau gak mau kita harus ngikutin. Ditunda, ga boleh nonton, ga boleh kerumunan, itukan orang memahami semua. Untungnya ada regulasi pemerintah yang kita bisa pegang supaya isu itu tidak melebar kemana-mana. Nah, muncul isu lagi adalah terkait tentang *customer* ataupun penonton yang tadinya udah beli tiket dari tahun 2019, mau nonton tahun 2020 gak bisa, akhirnya mau nonton 2021 juga tetep belum bisa. Yaudah antisipasinya kan kita bikin *virtual* ya, seperti itu. Kita kasih penjelasan ke masyarakat bahwa ataupun melalui sosial media untuk meredam isu tersebut, isu negatif “Wah duitnya ditilep sama promotor nih,” loh ngapain ditilep? Uangnya itu sudah ada, sudah kita persiapkan. Tetapi karena uangnya itu masuk di *ticketing* partner kami, jadi ketika mau *refund* kita harus nunggu dulu. Karena *ticketing* partner duitnya juga posisinya untuk operasional perusahaan, turunnya ke kami juga ga bisa cepet seperti biasanya. Coba kalo ga pandemi, kita *refund* ya bisa dengan ketentuan pasti akan ada *admin fee* dan lain lain sebagainya

ya. Lebih ke isu itu sih. Peredamannya sih kita *handling customer* melalui mitigasi sih. Kita siapin untuk tim mitigasi yang *ngeblasting* lewat WA, *email*, *by phone* juga.

P : Tentang penundaan *event* Prambanan Jazz, tentu ada pro dan kontra yang disampaikan oleh masyarakat, seperti apa sih mas contohnya?

N : Yaitu tadi, “Duitnya ditilep promotor tuh”. *Statement* yang keluar itukan tidak berdasar. Taunya ditilep darimana? Orang itu duit masuknya juga ke promotor kok. Uangnya juga masuk ke *ticketing partner* kok. Kita proses refundnya yang gak cepet, itu aja sih. Jadi yang harusnya ibarat kata *open refund* anggaplah bulan Maret, tapi mulai *clear* di bulan September. Jadi sebulan itu kuotanya 300 untuk *refund*. Nah untuk mereka yang jatahnya September, itu udah *comment* di awal-awal. Sebenarnya bukan ngomongin masalah skala prioritas yang *complain* baru kita transfer tuh engga, tapi kita panduannya dari urutan orang beli tiket aja sih. Trus kemudian isu komentar negatif tuh tentang balikin duit. Kalo komentar positifnya ya lebih ke *supporting*, “Tetep semangat ya”, “Oke aku tetep nonton”, “Oke aku ga *refund*”, “*Go offline*”, “Yuk semangat semua”. Itu di sosial media mungkin kita bisa lihat ya karena sosial media itu kita ga *lock commentnya* biarkan orang menggulir *statementnya* gitu.

P : Okee, nah kemudian menurut Mas Chandra sendiri kenapa peristiwa penundaan ini bisa disebut sebagai krisis?

N : Jelas, ini udah menjadi isu nasional juga ya. Krisisnya adalah ketika kita mau membuat suatu kegiatan, itu *planningnya* kan udah jauh-jauh hari. Prambanan Jazz itu adalah *event* yang paling lama kita siapkan karena rangkaianannya 3 hari,

artisnya juga gak sedikit, *experienyena* juga gak sedikit, jadi 6 bulan itu waktu yang paling mepet untuk menyelenggarakan sebuah *event* sekelas Prambanan Jazz. Artis internasional juga udah kita kontak waktu itu cukup banyak. Ada yang 100% artisnya tuh *merefund* uangnya kita karena mereka ga bisa dateng kesini. Ya balik lagi kan itu namanya kontrak kerja sama ya. Ketika ada *force majeure* si artis gak mau ditunda waktunya, maksudnya di *postpone* sampai waktu yang belum ditentukan, akhirnya artisnya *ngerefund* semua. Itu menjadi salah satu ketar ketir juga, waduh Indonesia nih, sampe kena *banned* dari beberapa negara untuk ga bisa masuk kesini karena warganya sendiri seperti itu. Ya sebenarnya ga menyalahkan warganya tetapi memang budayanya kita tuh budaya yang *free* pengen segera bebas gitu walaupun secara pandemi itu belum selesai. Itu juga menjadi krisis kita promotor ga bisa masuk-masukin artis juga. Trus kemudian uang yang udah masuk di *ticketing-ticketing* gitu belum bisa kita alokasikan ke *event* juga tetapi uang udah pada masuk nih untuk DP artis. Ada DP yang gak bisa di *refund*. Ada artis yang gak mau di *postpone*, uangnya hangus, kaya gitu. Ada yang okelah kapanpun Rajawali bikin acara kita mau, ga masalah, kita *postpone* dulu aja gapapa, ada yang seperti itu. Ya ada beberapa artis yang gak mau *ngerefund*, sebenarnya gak banyak duitnya, cuman gak mau *refund*, yaudah besok kita gak pake lagi. Dia berarti gak bisa kerja sama sama kita. Yang namanya bisnis kaya gini kan bisnis bekerja bersama kan ya bukan menguntungkan diri sendiri. Poinnya ada di situ sih.

P : Menggarisbawahi obrolan kita, berarti memang krisis ini muncul karena adanya pandemi ya mas bukan karena faktor lain? Karena pandemi, kemudian berdampak ke berbagai aspek lainnya yang berhubungan.

N : Iya, karena kita tuh mencoba untuk ya kebetulan aku ada di proses 2020-2021 untuk proses pengawalan perizinan sampai ke Mabes Polri. Aku, Mas Tovic, Mas Andi Kriting, Mas Ardian itu juga melakukan *approach* ke *government* itu juga ga tembus karena mereka ga berani. Jadi bukan karena, uang ada, sponsor juga banyak yang mau. Cuma sponsor juga hati-hati, kalo acaranya dibubarkan kan *image* mereka juga jelek. Nah itu juga kita harus jaga. Makanya *permit* udah *clear*, baru kita jalan. Kalo *permit* nya gak *clear*, kita gak berani jalan.

P : Okay.. Kan pada akhirnya terjadi penundaan tuh mas. Strategi pesan apa yang dipilih Rajawali untuk merespon krisis tersebut?

N : Itu poinnya adalah ketika ngomongin kunci atau senjata pamungkas, kita menggunakan *statement* pemerintah, itu yang paling aman. Karena krisis kita ini bukan krisis yang kita buat, tetapi krisis dunia. Jadi kita kaya orang perizinan dari RT, RW, sampe Pemerintah Pusat, Mabes Polri, sampe Kementerian Pariwisata, rekomendasi muncul tetapi belum bisa dilakukan untuk penyelenggaraan dengan pengumpulan massa lebih dari sekian persen itu kita sampaikan. Jadi kita melakukan sesuatu juga atas dasarnya. RT, RW, kelurahan, kecamatan dan yang lain-lain mereka nggak berani semua, kemudian ke kabupaten, provinsi, sampai negara, Mabes Polri mengizinkan dengan catatan, Kementerian pariwisata mengizinkan dengan catatan kalau kondisi status levelnya sudah sekian. Nah sudah kita tidak bisa melakukan apa-apa dan akhirnya ada isu di sosial media juga

munculkan, statusnya level berapa, tidak boleh apa nah ya sudah kita pakai itu untuk menyampaikan pesan. Lah kita mau ngapain lagi, mau mendobrak itu ya bunuh diri namanya. Netizen emang bener.

P : Oke, kemudian untuk memilih memakai regulasi tersebut untuk disampaikan kepada masyarakat, apakah perusahaan membuat ketentuan atau tuntutan mengenai penyampaian dari pemerintah saja atau tidak perlu membuat *statement* lainnya atau dikembalikan lagi kepada tim medsos?

N : Pada dasarnya informasi yang akan kita keluarkan adalah informasi *real* kondisi terkini ya. Kan kita ikut APMI, Asosiasi Promotor Musik Indonesia, mereka juga *merelease do and don't* atau tentang kebijakan pemerintah, kita tinggal *repost* itu jadi tidak ada *statement* dari kita karena kita kan di asosiasi jadi kita satu pintu semua. Ketika APMI dapat lampu hijau dari pemerintah, semua promotor pasti bisa menyelenggarakan. Contohnya anggota APMI Rajawali, Rajawali membuat konser *online* di tahun 2020 tanpa penonton dan menggunakan regulasi blablabla sebagai percontohan. Ketika itu dipantau dan dicek oleh pemerintah, oh ternyata bisa dilakukan dan tidak ada *tracing* yang positif itu tidak ada oh itu bisa dilakukan oleh anggota APMI yang lain tapi dengan catatan blablabla. Tetapi kalau ternyata disana nggak bisa karena disini kondisi demografis nya tidak memungkinkan untuk dilakukan kaya gitu. Terus nanti anggota yang lain coba pakai 100 penonton bayaran dengan kursi settingan kaya gini, trus nanti buat siapa bikin kegiatan kaya gini dengan settingan *physical distancing* kaya gini, itu ada yang sudah dilakukan. Nah kita itu *merepost post* mereka, oh ini bisa dilakukan di era *new normal*. Akhirnya *supportnya* orang yuk semangat Rajawali

kapan yuk segera ya segera ya. Nah waktu itu kita bikin 2 kali yang Prambanan Online, Prambanan Jazz Virtual di tahun 2020 kemudian di 2021 main Prambanan Jazz *hybrid*, eh *hybrid* ya sempet mau *hybrid* tapi akhirnya tetep *virtual* yang di Candi Prambanan Sendratari ya.

P : Iya betul mas, Nah kemudian tim mitigasi ada siapa saja ya mas?

N : Di tim mitigasi itu ada tim media, tim sosial media, tim desain, tim kreatif, tim *broadcast*, tim manajemen, tim produksi, tim *legal*, tim *finance* itu untuk tim umumnya. Untuk ketika kita memunculkan informasi apapun kan pasti dilihat dari sudut pandangnya semua tim. Nah dari situ hasilnya baru bisa kita bisa *release* untuk menjawab *Frequently Asked Questions* nya. Kita bikin FAQ nya dari situ. Ketika kita mau *refund* tapi *financenya* malah tanya loh kok aku ngga dikabarin kok ada yang mau *refund* gitu-gitu. Tim desain lebih mengontrol pada visual yang desainnya nggak berlebihan gitu.

P : Oke, ketika ada tuduhan atau kritikan komentar dari penonton kepada Rajawali tentang penundaan itu, bagaimana Rajawali meresponnya, pesan-pesan apa yang disampaikan kepada penonton untuk mereka yang komen mengeluh, atau yang komen jelek atau malah komen bagus, apakah ada *rules*-nya untuk menyampaikan pesannya?

N : Kalau SOP untuk menjawab melalui media sosial waktu itu kita nggak ada SOP-nya, kita menjawab pakai hati. Jadi ketika nggak bisa menjawab, biasanya kita akan membalas dengan “mohon dukungannya ya”, “semoga pandemi segera berlalu”. Dah seperti itu jawabannya se-diplomatis mungkin. Tetapi ketika lewat telepon, whatsapp, *email* itu ada kaya *templatnya*, ada chat *boot* nya. Misal ada

yang tanya duitku mana, balikin duitku, itu ada *templat*nya kaya mohon bersabar ya, boleh tau data penontonnya berapa, gitu. Kalo dia gak kasih jawaban yaudah gak usah di gubris. Kodenya sudah dikirim, ada ini-ini oh ya baik kita cek dulu bagian validasinya, ketika sudah dipastikan ke bagian *ticketing*, tanya sudah masuk ke proses *refund* belum, oh belum masuk bulan ini, rencana masih 3 bulan lagi terus kita balas mohon ditunggu ya masih masuk dalam proses estimasi antrian 3 bulan lagi untuk pencairan ke rekening anda, jadi sembari menunggu bisa untuk disampaikan nomor rekeningnya data dll. Jadi kita alihkan menggunakan kalimat untuk tidak langsung menjawab, jadi supaya mereka menjawab kita juga dengan nyantai. Tapi kalau ada yang nge gas terus ya kita tetep alihkan, kalau mereka jawab gausah alih-alihan ya, trus ya kita bisa jawab mohon maaf kak standar prosedur kami seperti ini. Penggunaan huruf kapital, tanda baca, tanda seru, tanda tanya juga kita perhatikan, tidak dipakai, dibanyakin tanda tanyanya begitu.

P : Oh ya baik, ketika ada krisis penundaan itu kalau tidak salah Rajawali sempat *merelease press release* ya? Yang sebelum November 2021 kemarin, yang dimuat di medsosnya Prambanan Jazz dan websitenya. Ketika menyampaikan pesan tersebut prosesnya bagaimana ya? Misalnya apakah dari rapat-rapat dulu, rencana *press releasenya*, siapkan kunci katanya dulu. Atau bagaimana ya mas?

N : Yang borneo itu ya?

P : Yang *press release* penundaan PJF 2021.

N : Oke kaitannya untuk pembuatan *press release* itu biasanya kita dari tim media atau tim sosial media kita membuat *releasenya* dulu, pesan yang ingin

disampaikan di *press release* ini apa, kita rangkai kata-katanya, kita pakai kata yang *general* atau netral lebih kepada informasi itu supaya tidak menimbulkan pertanyaan-pertanyaan gitu kita gamblangkan semua. *Statement-statement* dikeluarin semua supaya bisa jadi kutipan media juga. Alurnya kita bikin *draftnya*, kita bikin poin *statementnya*, ini sebagai contoh aja ya tetapi kemarin penyusunannya tidak seperti ini. Misalnya ada Pak Anas ada *statement* tentang penundaan, Pak Bakar *statement* tentang artisnya, Pak Asob *statement* tentang apanya, Sponsor Telkom *statement* tentang *support* terhadap kegiatannya bagaimana, *ticketing partner* kesiapan untuk *handling customer*, lagi bikin *draftnya* mereka isi sendiri dengan *statement* tertulis. Kita rangkai menjadi sebuah *release* kemudian kita distribusikan.

P : Untuk *draftnya* itu brarti disusun dan dibuat bersama tim mitigasi kemarin rapat itu ya mas?

N : Kalau ini tidak, tim media sendiri yang membuat *draftnya*. Nah hasil dari tim mitigasi itu ada beberapa yang kita ambil untuk *press release*. Ketika ada orang biasa yang menyampaikan “wah gak jadi tampil nih artisnya”, nah itu kan bukan *statement* resmi dari kita ya. Fokusnya disini itu untuk penyusunan *draftnya* dilihat dari CEO nya itu ngomongin apa, *foundernya* ngomongin apa, *co-foundernya* ngomongin apa. Yang berhak ber*statement* di *press release* itu adalah pihak-pihak yang sangat inti yang ada di acara ini. Mungkin nanti kamu bisa liat di *website*. Kayanya *history* untuk siapa yang ber*statement* di *press releasenya* dimuat disitu.

P : Nah, untuk Rajawali Indonesia sendiri, yang menjadi prioritas utama dalam situasi krisis penundaan kemarin itu siapa yaa mas?

N : *Customer* atau penonton, jadi *mentreatment* penonton ini seperti apa. Yang kedua adalah artis. Dari *treatment* utamanya adalah penonton, gimana penonton ini teredam dulu, habis itu sudah tau mitigasi penonton, kemudian mitigasi ke artisnya, mitigasi ke *sponsorship*nya. Sebenarnya timnya itu sendiri-sendiri. Jadi kalo tim mitigasi penonton itu yang memunculkan adalah semua tim besar tadi, tetapi kalo tim mitigasi sponsor itu di tim sponsor dan beberapa direksi. Kemudian nanti mitigasi ke *venue*nya nanti bagian *permit legal* dan sebagainya. Ini nanti menyikapi bagaimana cara menjawab-menjawab, bagian artis juga tim *hospitality*nya merespon “kayaknya kita *pending*, kaya gini, mohon dukungannya ya blablabla”.

P : Okay. Kalo menurut Mas Chandra sendiri, seberapa penting sih perusahaan menjalin hubungan baik dengan konsumennya?

N : Oh, sangat penting banget. Karena kita kan bisnis jasa. Bisnis jasa ini tokoh utamanya adalah *customer* dan *product*nya. Jadi sangat penting banget kita *mentreatment* penonton atau *customer* kita supaya mereka bisa menjadi *loyal*. Saya kurang 100% paham terkait berapa persen orang yang *repeat* dari 2015-2021/2022, selalu ada setiap tahun. Yang jelas sih panitianya selalu ada wkwkwk. Tapi kalo penontonnya itu sepertinya tuh ada yang *consist* selalu ada tapi kita belum cek datanya. Ketika menunjukkan loyalitasnya mereka terhadap sebuah pertunjukan atau sebuah *brand*. Nah, *brand* dari produknya Prambanan Jazz itu adalah aku ga pernah absen, aku ga pernah ninggalin kesempatan, walaupun gak

tiga hari *full* tapi setiap tahun pasti ada, selalu nonton yang *online* lah, apa lah. Saya yakin itu pasti ada disitu. Nah yang kita cari itu loyalitas *customer* yang seperti itu. Kita berharap semua orang ketika udah dateng ke Prambanan Jazz itu bukan hanya nonton musiknya. Tapi kehadiran secara, apa yaa, ibaratnya kaya ibadahnya penonton musik jazz gitu loh. Setiap tahun itu harus ada, kasarannya *quote of quotenya* itu kaya gitu. Jadi kita berharap orang itu ga afdol kalo ga dateng ke Prambanan Jazz. Harapannya sih kalo dari sisi saya kepengennya *customer* tuh kita buat seperti itu. Kalo ga beli produk A itu ga mantep padahal sebenarnya produk B juga juga ada. Pengen buat orang itu lebih *loyal* terhadap kalo kita ngomongin Prambanan Jazz, ya gimana caranya supaya *loyal* di Prambanan Jazz. Kalo misalkan dengan Rajawali Indonesia, gimana caranya semua orang *loyal* terhadap Rajawali Indonesia dari *event-event* yang kita buat. Itu sih, kita berharap walaupun dia ga *loyal* terhadap Prambanan Jazz karena waktunya gak cocok, tapi dia *loyal* terhadap *brand corporate* penyelenggara kegiatan yang ada, seperti itu. Karena ada beberapa orang yang akhirnya aku tau dan kita kenal setelah berkenalan dan dia *follow* Instagramku dan dia bilang “aku selalu dateng ke acaranya Rajawali”, “oh ya? Apa aja mas?”, “semua mas, Prambanan Jazz kadang dateng kadang engga karena waktunya kadang gak bisa karena kebetulan waktunya ga cocok, tetapi ketika acara ini ada, acara ini ada”. Ooh ya, setiap tahun selalu nonton walaupun gak satu *event*. Ada juga anak orang EO yang selalu dateng ke acara kita untuk belajar. Sampe ada EO dari Madiun akhirnya berteman karena dia tuh pengen belajar dari Rajawali cara membuat acara mulai dari Prambanan Jazz, Jogjarockarta, Mocosik Festival, dia tuh pengen

bisa membuat acara disitu dan pengen belajar dari kita. Ya, ada sisi positifnya sih ketika kita melakukan dengan yang terbaik ya, seperti itu. Ya kita masih banyak belajar untuk menyikapi banyak hal ya. Kondisi pandemi, itu yang jelas-jelas tidak bisa ditolong oleh semua kalangan walaupun pemuka agama, pemerintah, orang yang punya duit juga gak bisa ngapa-ngapain karena pandemi.

P : Tadi sempet disebutkan mengenai loyalitas ya mas. Nah tindakan apa yang sudah dilakukan Rajawali Indonesia untuk mencapai hal tersebut?

N : Okay. Sebenarnya kalo ngomongin soal *engagement* itu adalah *activity* yang ada di sosial media sih. Ya sebenarnya kita lebih kepada informasi aja sih. Tetapi kita menyuguhkan ke mereka “hey kita masih *exist* loh”, “kita masih ada loh”. “nih kita bikin acara ini”, “nih kita bikin acara ini”, “nih kita bikin acara ini”. Ya ada yang bilang waktu pandemi kemarin “blom di *refund* kok udah bikin acara *online*, *duitnya dari mana tuh*”. Ada yang sinis kaya gitu, tapi di satu sisi yaudah, *go ahead*, tetap di jalanin. Itu yang konsistensi kita untuk tetep ngejalanin sebuah industri jasa hiburan ini demi menjalin kedekatan mereka tentang kegiatan atau rencana yang akan kita lakukan kedepannya. Misal Jogjarockarta belum mulai aja kita udah *ngerelease* Dream Theater, Dream Theater belum mulai kita udah *ngerelease* Jogjarockarta, Jogjarockarta belum mulai kita udah ngejalanin konser Dream Theater, ini belum selesai Westlife udah muncul lagi. Itu kemudian akan memunculkan orang *spend money* gimanapun caranya nonton. Walaupun ga semua 100% sesuai dengan *segment* nya *customer* ya. Tapi pasti *gethuk tularnya* informasi di sosial medianya kita pasti akan kemana-mana, gitu.

Narasumber 3 (Agus Heriyanto)

P : Apa yang Mas Agus tentang krisis?

N : Konteksnya *event* ya ini. Krisis itu kondisi pelik ya kayaknya. Yang banyak banget faktor urgensinya. Lebih tepatnya yang aku rasain waktu itu ya, kondisi terhimpit yang mengharuskan berhadapan dengan publik khususnya pembeli tiket PJJF 2021.

P : Menurut Mas Agus, isu-isu apa yang berkembang di masyarakat mengenai penundaan PJS 2021 lalu?

N : Isunya ya. Pertama itu, perihal jadwal mereka paling *basic*. Pembeli tiketkan gak cuma di Jogja dan Jawa Tengah aja, banyak luar kota, luar pulau. Sedangkan mereka mungkin juga udah berpikir strategi untuk menghemat. Pesan tiket jauh-jauh hari, hotel, akomodasi udah disiapkan dari jauh-jauh hari biar hemat gitu. Nah, ketika udah pesen, trus akhirnya *reschedule*, itukan pasti ngerubah semuanya. Dan pasti banyak kerepotan yang ditimbulkan, dari mengurusnya lagi, dan pasti otong-potongannya juga kalo pesawat setauku ga sampe 50% kan. Itu yang bikin mereka rame, bergejolak. Belum lagi yang pekerja kantor, udah atur cuti jauh-jauh hari. Isunya itu paling *basic* itu itu. Yang kedua, mungkin karena Prambanan Jazz punya pengalaman akibat pandemi yang 2020 awal. Itukan akhirnya menimbulkan iklim *refund* ya waktu itu. Nah mungkin dari sini ada juga krisis yang dihadapi. Karena ngomongin *ticketing* kan ada beberapa pihak nih, tiga lah. Jadi prosesnya itu cukup panjang. Nah, mungkin ada beberapa pihak yang merasakan *refundnya* itu ga mulus, ga lancar. Prosesnya kan karena banyak banget dan ada tiga pihak untuk

ticketing partner. Jadi untuk mengumpulkan data, mencairkan uang tiket, itu butuh proses. Nah mereka mungkin ke *recall* pengalaman itu. Takutnya ini *reschedule*, moga-moga aja *reschedule*. Kalo aja *cancel* kaya 2020 kemarin kan mungkin traumatik itu ke *recall* lagi. Nah *worry* nya karena itu sih. Trus kalo gak salah sih aktivasi Borneo itu juga khususnya untuk para peserta mungkin juga akhirnya sama kaya atur jadwal ulang. Lebih ke isu itu sih. Oh iya, adalagi tentang pengumuman pemenang Borneo Goes To Prambanan Jazz Virtual Festival 2021, itu sempet ada drama juga. Jadi ada satu peserta, satu *band* itu merasa gak terima. Karena mereka berasumsi khususnya Flo ya waktu itu yang disoroti itu Flo, itu lagunya tuh jiplak. Trus apakah karena Flo itu kuliah di Jogja di ISI. Ya kaya-kaya gitu lah. Mereka berasumsi kalo Flo dapet *privilege* kedekatan atau gimana, kaya gitu. Padahal kita sama-sama gak kenal. Kalo ngomongin lagunya mirip, memang kita akui ada beberapa bagian yang mirip sama Dipha Barus. Tapi itukan yang milih *pure* juri. Dimana waktu itu pemilihannya *live* di iKonser. Ada Elda Suryani Stars and Rabbit, Heruwa, Momo Zima, sama Pak Anas Alimi sebagai perwakilan promotor. Nah waktu itu cukup berisik di medsos karena mereka sampe nyerang Instagramnya Flo. Ketika kita cek ternyata mereka niat banget sampe bikin akun-akun palsu gitu. Yang komen itu *circle-circle* dari *band* yang tidak terima, tapi *band* nya itu diem, kaya cuci tangan gitu. Nah, waktu itu strateginya gimana untuk meredam? Kita diemin, nanti mereka cape sendiri. Nah itu tuh sampe nyerang akun juri. Kita gaenaknya ke juri.

P : Sambil mungkin mengingat-mengingat juga mas mungkin ada yang memberikan komentar negatif atau positif terkait penundaan PJF 2021, boleh minta tolong sekalian diberi contoh mas?

N : Sebenarnya kalo negatif itu ga ke 2021 nya sih Te. Mungkin yang proses *refundnya* belum nyampe, lebih kesitu sih. Kalo secara *line up* aman lah. Mungkin ada yang ketika *reschedule* kenapa harus masih virtual gitu, itu sih. Kan waktu itu tuh pengennya *hybrid*. Itu mungkin.

P : Kalo menurut Mas Agus, penundaan PJF selama beberapa kali itu.

N : Eh emang beberapa kali? Setauku itu yang di *announce* ke publik itu satu kali di bulan September tanggal 11-12. Kalo dua kali itu sebetulnya pembahasan internal aja di bulan Juli 2021 yang sempet berencana untuk *hybrid*.

P : Baik mas. Mengenai penundaan beberapa kali itu, sebenarnya disebabkan oleh apa sih mas?

N : Ya karena waktu itu PPKM naik turun terus.

P : Waktu akhirnya terpaksa untuk menunda di bulan September menjadi November, pihak-pihak yang akhirnya membuat keputusan tersebut itu siapa?

N : Otomatis ya Mas Tovic. Semua keputusan di kantor itu ketok palunya di Pak Anas.

P : Untuk penanganan kemarin apakah ada tim khusus yang menanganinya mas?

N : Setauku itu 2021 belum ada tim kreatif yang menangani secara rinci. Baru di tahun 2022 itu ada. Tim kreatif itu memikirkan dari *line up*, konsep, artistik, konsep program, konsep *venue*, *campaignnya*.

P : Oke, kalo begitu untuk tahun 2021 yang mengatasi berbagai macam hal itu siapa mas?

N : Campur-campur. Contoh kaya *tagline* itu yang bikin aku. Bersemi dalam Kolaborasi kan. Waktu itu kan aku di media relasi sama medsos. Kalo visualnya Mas Catur.

P : Waktu menyusun strategi pesan, apakah ada tujuan atau *goals* dalam menyusunnya?

N : Ada, kan berangkat dari *tagline* nya itu yaitu Bersemi dalam Kolaborasi. Waktu itu kan sebenarnya kita merespon keadaan Te. 2021 itukan awal *event* konser dan festival musik bergerak lagi. Nah, ngomongin musik itukan melibatkan beberapa elemen mulai dari *vendor*, produksian, banyak banget. Kali pertama juga PJJ untuk masalah *artwork* menggandeng seniman *visual*, berkolaborasi, biasanya kan ga pernah. Adalagi program Borneo itu, banyak banget kan akhirnya kolaborasinya. Akhirnya banyak elemen yang kena pantikan dengan awalan itu. Sebetulnya konsep ini disusun untuk konser *hybrid*. Oh ternyata ketika melihat itu, banyak kolaborator yang dilibatkan nih, dari produksian, pengisi acara, akhirnya kita berkolaborasi juga dengan musisi dari Kalimantan, *visual artist*, iKonser sebagai *broadcaster*. Jadi waktu itu gak Prambanan Jazz aja yang berdiri. Apalagi khusus Kalimantan yang ditampilkan itukan musisi-musisi baru. Nah inikan akhirnya banyak elemen ini

harapannya bisa tumbuh bersemi lagi setelah mereka dinyatakan sekarat sementara gitu. Berarti kalo ngomongin *goals* nya minimal semua bisa bergerak dulu lagi aja. Anak *sound* bisa dapet *job* lagi, MC pun gitu, vendor tenda, vendor konsumsi, musisi-musisi Kalimantan pun juga. Sisi ekonominya juga, gitu.

P : Ketika terjadi penundaan, perusahaan kan sempat menyampaikan *press release* terkait penundaan tersebut. Nah, apakah ada arahan dari atasan untuk menyusun pesannya? Boleh diceritakan mas.

N : Waktu itu ya. Jadi waktu itu tak akui secara tim itu belum komplit lah. Jadi masih kaya gitu di *back up* tim medsos. Belum siap sepenuhnya gitu lah ya. Yang terjadi waktu itu, Mas Tovic itu ngebrief kasih poin-poin yang mau disampaikan. Nah itu yang menjabarkan tim media relasi, itu ada aku dan Laras. Terus nanti ketika itu udah jadi, di *preview* kan ke Mas Tovic. Biasanya Mas Tovic ngerevisi sambil nambahin. Nah finalnya ke Pak Anas. Mungkin menambahkan *statement*, revisi poin-poin. Pokoknya final itu di Pak Anas semua.

P : Dari poin-poin itu, apakah ada keharusan diksi atau penyusunan kata dalam menyampaikan pesan-pesan tersebut?

N : Gak ada, karena tim udah tau karakternya Rajawali. Tapi itu terjadi di festival lain, ketika kita ngikutin, Pak Anas mulai bosan. Contoh kasusnya di Jogjarockarta 2022. Ketika main formal, Pak Anas malah “Jangan gini lagi dong. Bikin kalimat prolog gitu kek. Ngambil dari kisah buku dulu”. Jadi yang gak formal banget.

P : Oke, oke. Kalo untuk *press release* nya dimuat dimana saja yaa mas?

N : Kalo untuk *press release* nya bias akita sebar ke temen-temen media gitu. Nanti untuk mana mana aja yang *publish* itu balik lagi ke medianya masing-masing. Gitu sih te..

P : Baik mas. Nah, kalo Rajawali sendiri, di kasus krisis yang lalu itu yang jadi prioritas perusahaan itu siapa sih mas?

N : Yang paling utama itu pembeli tiket. Yang kedua itu sponsor. Karena sponsor kan pasti punya timeline promosi sendiri ya, gitu. Kalo artis mah selagi jadwalnya aman, itu gak masalah sih.

P : Baik. Kalo menurut Mas Agus sendiri, seberapa penting perusahaan harus menjalin hubungan baik sama konsumen?

N : Penting banget sebenarnya, untuk menumbuhkan loyalitas. Tapi aku akui, gimana ya. Karena ini ya Te, kondisinya tuh karena yang terlibat itu gak kita aja, masalah konsumen kan pasti hubungannya tentang uang tiket, atau gimana-gimana gitu ya, khususnya *refund*. Sebelum *refund* itu gak ada masalah apapun, Prambanan Jazz itu berjalan mulus terus. Setelah ada pembatalan itu mungkin *refund* terus mungkin kurang siap karena baru pertama kali menghadapi kaya gitu. Ternyata disini ada tiga pihak yang bersangkutan, prosesnya sebenarnya lancar, tapi mungkin karena banyak, akhirnya gak pada sabar, muncul isu yang kurang enak. Dianggap nilep, kalo ga becus nyelesaiin yang kemaren dikelarin dulu aja.

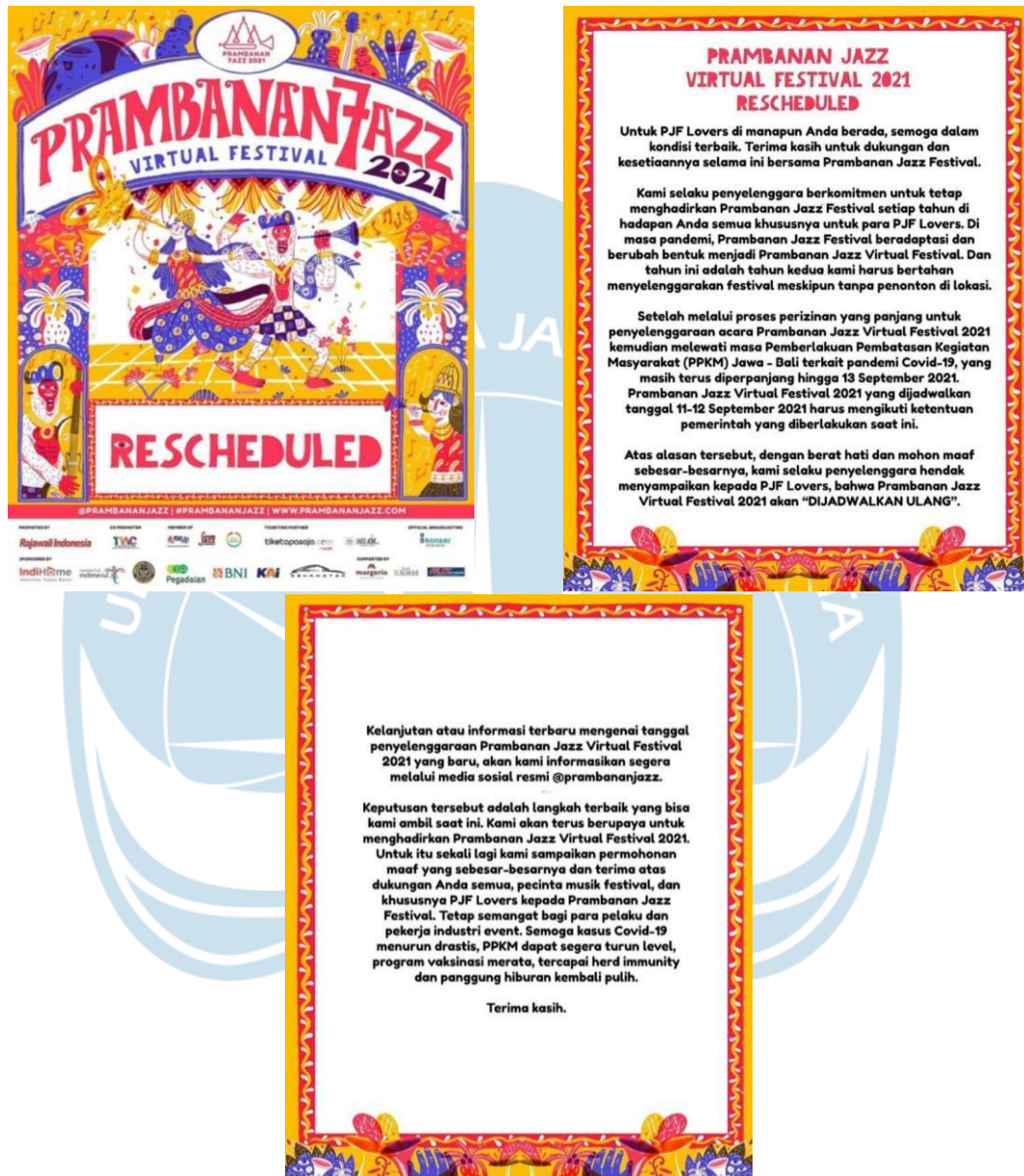
P : Apa aja yang udah dilakukan perusahaan untuk membangun hubungan baik dengan konsumen?

N : Ada dua metode sebenarnya. Yang pertama, yang selalu dilakukan, kalo bahasa internalnya kita itu ada tim mitigasi. Jadi ketika di medsos rame menyampaikan keluhan, itu sebenarnya kita udah menyiapkan solusi untuk keluhan itu. Tapi biasanya kita melalui tim mitigasi dulu untuk *broadcast* informasi penawaran solusi. Itukan ada *database* pembeli tiket, *refund*, itu biasanya kita lewat bawah tanah dulu lah. Kalo ga di *broadcast* via *email*, itu di telepon satu satu. Nah, biasanya itu cara untuk meredam sebelum kita *announce* di medsos. Walaupun gak meredam seluruhnya, tapi seengaknya mending daripada nanti di *up* langsung tapi mereka ga dibilangin dulu nanti bakal rame. Itu beberapa strategi udah dipake di beberapa festival yang ada *perefundan*. Itu ternyata oke juga. Tapi ada juga orang yang masih terlewatkan. Nah kaya gitu. Pokoknya sebenarnya semua udah kita hubungin secara personal, pertama paling awal tuh *email* dulu, *email* ga ada respon, WA, kaya gitu. Ketika ada yang terlewatkan, biasanya itu ada kloter-kloternya. Yang kelewatan nanti bisa ke kloter selanjutnya. Biasanya yang hubungin nanti tim mitigasi ada tim sendiri untuk mengatasi hal tersebut. Jadi dari medsos itu cuma nyampein pertanyaan yang muncul di publik, mereka akan menyusun jawabannya, solusinya, penawarannya, kaya gitu.

P : Nah ketika menangani hal itu, hal penting apa yang menjadi penting bagi perusahaan dalam membangun hubungan baik dengan konsumen?

N : *Timeline* mungkin ya. Karena ada dua sampe tiga pihak itu. Itu kadang kita udah nyiapin *plan* mitigasi, tapi ternyata ada aja yang masih terlewat atau gak sesuai perkiraan. Itu sih mungkin.

Press release di kesepuluh akun Instagram



PRAMBANAN JAZZ VIRTUAL FESTIVAL 2021 RESCHEDULED

Untuk PJF Lovers di manapun Anda berada, semoga dalam kondisi terbaik. Terima kasih untuk dukungan dan kesetiiaannya selama ini bersama Prambanan Jazz Festival.

Kami selaku penyelenggara berkomitmen untuk tetap menghadirkan Prambanan Jazz Festival setiap tahun di hadapan Anda semua khususnya untuk para PJF Lovers. Di masa pandemi, Prambanan Jazz Festival beradaptasi dan berubah bentuk menjadi Prambanan Jazz Virtual Festival. Dan tahun ini adalah tahun kedua kami harus bertahan menyelenggarakan festival meskipun tanpa penonton di lokasi.

Setelah melalui proses perizinan yang panjang untuk penyelenggaraan acara Prambanan Jazz Virtual Festival 2021 kemudian melewati masa Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) Jawa - Bali terkait pandemi Covid-19, yang masih terus diperpanjang hingga 13 September 2021, Prambanan Jazz Virtual Festival 2021 yang dijadwalkan tanggal 11-12 September 2021 harus mengikuti ketentuan pemerintah yang diberlakukan saat ini.

Atas alasan tersebut, dengan berat hati dan mohon maaf sebesar-besarnya, kami selaku penyelenggara hendak menyampaikan kepada PJF Lovers, bahwa Prambanan Jazz Virtual Festival 2021 akan "DIJADWALKAN ULANG".

Kelanjutan atau informasi terbaru mengenai tanggal penyelenggaraan Prambanan Jazz Virtual Festival 2021 yang baru, akan kami informasikan segera melalui media sosial resmi @prambananjazz.

Keputusan tersebut adalah langkah terbaik yang bisa kami ambil saat ini. Kami akan terus berupaya untuk menghadirkan Prambanan Jazz Virtual Festival 2021. Untuk itu sekali lagi kami sampaikan permohonan maaf yang sebesar-besarnya dan terima atas dukungan Anda semua, pecinta musik festival, dan khususnya PJF Lovers kepada Prambanan Jazz Festival. Tetap semangat bagi para pelaku dan pekerja industri event. Semoga kasus Covid-19 menurun drastis, PPKM dapat segera turun level, program vaksinasi merata, tercapai herd immunity dan panggung hiburan kembali pulih.

Terima kasih.

(Sumber : Instagram @prambananjazz)

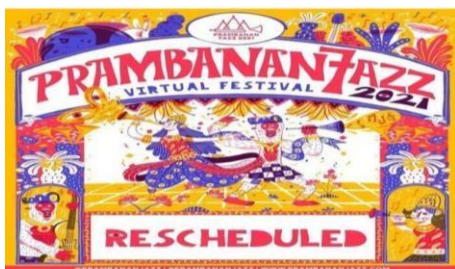
Press release pada website newsmedia dan website tribunnnews



Prambanan Jazz Virtual Festival 2021 Resmi Ditunda, Ini Penyebabnya

Nurcholis Fajri Syah

Jumat, 10 September 2021 | 10:56 WIB



Banner Prambanan Jazz Virtual Festival 2021 yang sedianya dilaksanakan 11-12 September resmi ditunda. (Foto: Instagram @prambananjazz)



Selanjutnya mengalami perubahan jadwal karena adanya PPKM yang masih diperpanjang hingga 13 September 2021.

"Prambanan Jazz Virtual Festival 2021 yang dijadwalkan tanggal 11-12 September 2021, harus mengikuti ketentuan pemerintah yang diberlakukan saat ini. Atas alasan tersebut, dengan berat hati dan mohon maaf yang sebesar-besarnya, kami selaku penyelenggara hendak menyampaikan kepada PJJ lovers, bahwa Prambanan Jazz Virtual Festival 2021 akan DIJADWALKAN ULANG," dikutip NEWSmedia dari caption Instagram resmi @prambananjazz pada Jumat, 10 September 2021.

KTA Instan 60 Detik s/d 300jt

KTA Instan 60 Detik Bunga Rendah dari 0.8%, Tanpa Jaminan, Tidak perlu BPKB, Cair Cepat

Bank CTBC Indonesia



NEWSmedia - Prambanan Jazz Virtual Festival 2021 resmi ditunda dan akan dijadwalkan ulang. Pihak penyelenggara menyatakan alasan mendasar karena masih adanya pemberlakuan PPKM akibat pandemi Covid 19.

Prambanan Jazz Virtual Festival 2021 adalah konser musik yang menghadirkan deretan musisi terbaik tanah air dan juga ajang untuk para musisi asal Kalimantan.

Prambanan Jazz Virtual Festival 2021 yang dijadwalkan akan dirilis pada tanggal 11-12 September 2021 di pelataran Candi Prambanan.

Baca Juga: **Memperingati Hari Literasi Dunia : 4 Manfaat Mengenalkan Dunia Literasi pada Anak**



Pihak penyelenggara Prambanan Jazz Virtual Festival 2021 juga menyampaikan, schedule pelaksanaan akan di informasikan melalui Instagram resmi @prambananjazz.

Baca Juga: **Megawati Soekarnoputri Dikabarkan Koma di RSPP, Hersubeno Arief Ungkap WA Dokter Kabar itu Valid 1.000 Persen**

"Kelanjutan atau informasi terbaru mengenai tanggal penyelenggaraan Prambanan Jazz Virtual Festival 2021 yang baru, akan kami informasikan segera melalui media sosial resmi @prambananjazz. Keputusan tersebut adalah langkah terbaik yang bisa kami ambil saat ini. Kami akan terus berupaya untuk

NEWS MEDIA
ERA BARU INFORMASI

News Room Highlight Exciting Banten e-Sports

Cek Disini

"Kelanjutan atau informasi terbaru mengenai tanggal penyelenggaraan **Prambanan Jazz Virtual Festival 2021** yang baru, akan kami informasikan segera melalui media sosial resmi @prambananjazz. Keputusan tersebut adalah langkah terbaik yang bisa kami ambil saat ini. Kami akan terus berupaya untuk menghadirkan **Prambanan Jazz Virtual Festival 2021**," lanjut akun Instagram @prambananjazz.

Dalam instastorinya, pihak penyelenggara menyampaikan memohon maaf kepada **PJF lovers** di dalam lanjutan caption postingannya.

NEWS MEDIA
ERA BARU INFORMASI

News Room Highlight Exciting Banten e-Sports

"Untuk itu sekali lagi kami sampaikan permohonan maaf yang sebesar-besarnya dan terimakasih atas dukungan anda semua, pecinta **musik festival**, dan khususnya **PJF lovers** kepada Prambanan Jazz Festival," katanya.

Baca Juga: Ayu Ting Ting Unggah Foto Seksi sambil Curhat, Netizen Dibuat Gagal Fokus

"Tetap semangat bagi para pelaku dan pekerja industri event. Semoga kasus covid 19 menurun drastis, PPKM dapat segera turun level, program vaksinasi merata, tercapai herd immunity dan panggung hiburan kembali pulih," sambungnya.

Banyak harapan dan dukungan dari komentar netizen untuk acara **PJF 2021** ini. Inilah sejumlah komentar yang berhasil NEWSmedia rangkum;

NEWS MEDIA
ERA BARU INFORMASI

News Room Highlight Exciting Banten e-Sports

"Can't wait" tulis akun @ntar.duluya

Baca Juga: Susi Pudjiastuti Berkhayal Punya Duit Rp5 M, Serius atau Nyindir Mas Menteri

Search for

1. TRENDY CLOTHES FOR OLDER WOMEN
2. BEST PRICED CAR INSURANCE
3. BEST STOCKS TO INVEST IN 2022
4. BEST VITAMINS FOR HAIR GROWTH
5. ABANDONED PROPERTIES FOR SALE

Business Focus

"Semangat untuk crew PJF, Aku tau rasanya gimana" komentar @ravi.aruni

"Semangat! PJF, kami siap menunggu kehadirannya kembali" timpal akun @thelowercloud

NEWS MEDIA
ERA BARU INFORMASI

News Room Highlight Exciting Banten e-Sports

kehadirannya kembali" timpal akun @thelowercloud

AirAsia

MELANCONG YUK KE MALAYSIA!

Terbang dari Jakarta • Bali
Lombok • Makassar ke
✕ Kuala Lumpur • Penang • Johor Bahru

Mulai **Rp 739 Ribu**

Periode Terbang: 19 Sep 2022 - 18 April 2023 S&K berlaku

"Siap menunggu ka, semoga PPKM dan pandemi segera berlalu..semangat!" komentar @nnovthea

"semangat, semoga reschedule bisa offline" tulis @lutfiatra.***

Sumber : Syah, Nurcholis Fajri. 2021. Prambanan Jazz Virtual Resmi Ditunda, Ini Penyebabnya. (diakses 16 September 2022) dari (<https://www.newsmedia.co.id/urban/pr-601142838/prambanan-jazz-virtual-festival-2021-resmi-ditunda-ini-penyebabnya>)

Konser Musik

Prambanan Jazz Virtual Festival 2021 Ditunda, Masih Ada PPKM Jawa dan Bali hingga 13 September 2021

Kamis, 9 September 2021 09:42

Penulis: **Irwan Wahyu Kintoko** | Editor: **Irwan Wahyu Kintoko**



Dokumentasi Rajawali Indonesia

Pagelaran tahunan Prambanan Jazz Festival 2021

"Prambanan Jazz Virtual Festival 2021 dijadwalkan 11-12 September 2021 harus mengikuti ketentuan pemerintah yang berlaku saat ini," tulis akun Instagram Prambanan Jazz, Rabu (8/9/2021) malam.



WARTAKOTALIVE.COM, JAKARTA - Pagelaran tahunan Prambanan Jazz Festival 2021 ditunda penyelenggaraannya.

Prambanan Jazz Virtual Festival 2021 rencananya akan berlangsung pada Sabtu-Minggu (11-12/9/2021).

Pandemi yang belum berakhir hingga muncul kebijakan PPKM membuat Prambanan Jazz Virtual Festival 2021 harus ditunda.



Isyana Sarasvati ketika bernyanyi di Prambanan Jazz Virtual Festival 2020 di Candi Prambanan, Sleman, Yogyakarta, Sabtu (31/10/2020) malam. Prambanan Jazz Virtual Festival 2020 menjadi perhelatan live streaming yang disiarkan langsung dari venue dengan durasi terpanjang di Indonesia saat disiarkan dari pukul 16.00 sampai 22.00 WIB. (Dokumentasi Rajawali Indonesia)

Atas alasan tersebut, lanjutnya, penyelenggara akan menjadwalkan ulang Prambanan Jazz Virtual Festival 2021.

"Dengan berat hati dan mohon maaf sebesar-besarnya, Prambanan Jazz Virtual Festival 2021 akan 'dijadwalkan ulang'," tulisnya kemudian.

Baca juga: Prambanan Jazz Festival 2021 Beri Kesempatan Musisi Kalimantan Tampil di Panggung Megah, Caranya?

Baca juga: Prambanan Jazz Festival 2021 Siap Digelar, Anas Syahrul Alimi: Konser Harus Tetap Ada Walau Virtual

Penyelenggara tetap berkomitmen untuk menghadirkan Prambanan Jazz Festival setiap tahun.

Saat ini masa Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) di Jawa dan Bali terkait pandemi Covid-19 diperpanjang hingga Senin (13/9/2021).

Prambanan Jazz Festival 2021 menegelar program

Prambanan Jazz Festival 2021 menggelar program spesial bertajuk Borneo Goes to Prambanan Jazz Virtual Festival.



Prambanan Jazz Virtual Festival 2021 ditunda karena masih ada PPKM Jawa dan Bali. (Dokumentasi Rajawali Indonesia)

Iklan untuk Anda: Akhir Tragis Bulan Madu! Istri Tewas Setelah 48 Non Stop...
Advertisement by PopIn

Program kompetisi musik gagasan IndiHome, channel I-Konser UseeTV dan Prambanan Jazz Festival ini dimaksudkan untuk mencari musisi terbaik di Kalimantan.

Musisi Kalimantan terpilih akan diajak tampil di Prambanan Jazz Virtual Festival 2021.



Borneo Goes to Prambanan Jazz Virtual Festival ini diharapkan jadi kesempatan musisi di Kalimantan untuk menunjukkan karya terbaik mereka ke pecinta musik Tanah Air.

Tags: Prambanan Jazz Virtual Festival 2021

- Prambanan Jazz Virtual Festival
- Prambanan Jazz Festival
- Prambanan Jazz Festival 2021 | prambanan jazz
- PPKM Jawa dan Bali
- Prambanan Jazz Virtual Festival ditunda

Konten berbayar berikut dibuat dan disajikan advertiser. Wartawan Tribun Network tidak terlibat dalam aktivitas jurnalisme artikel ini.

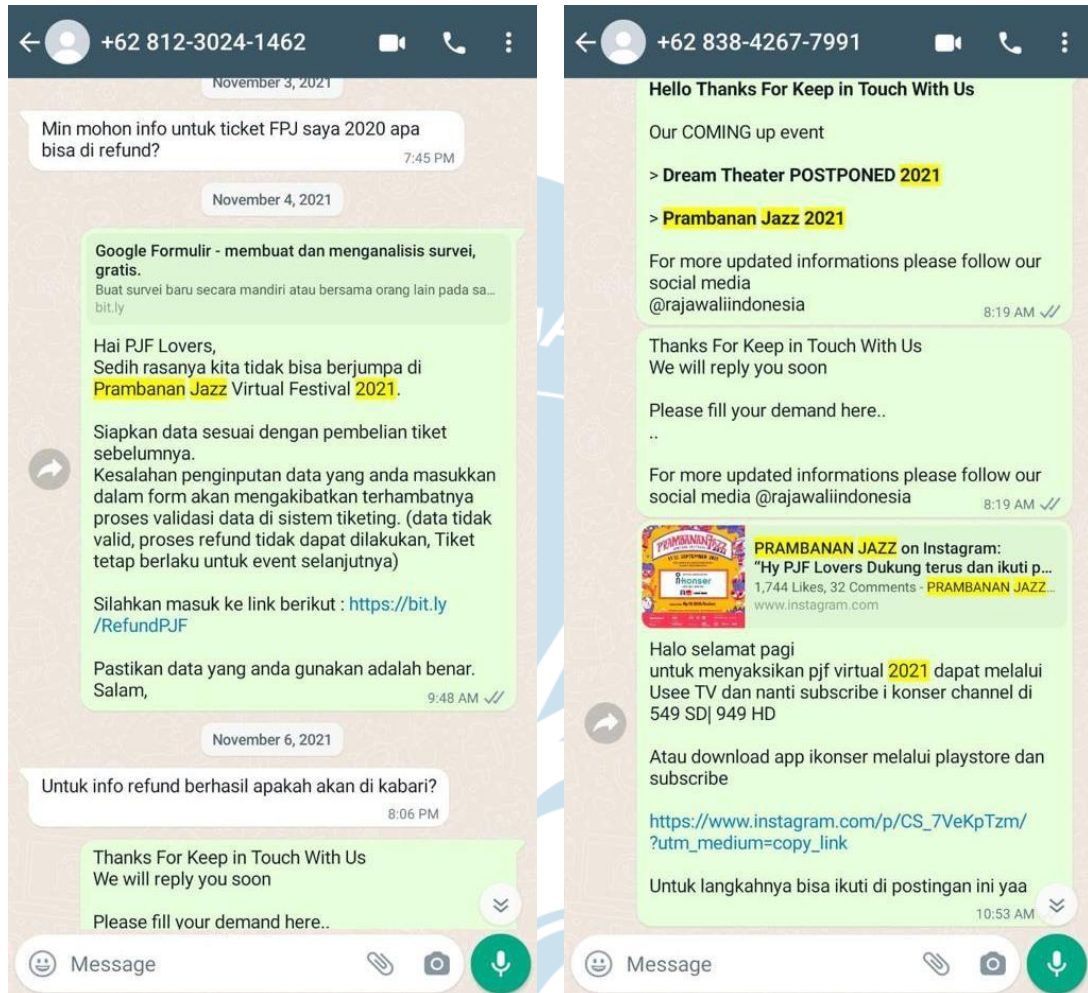
recommended by mgid

Jika Bau Mulut Selalu Bikin Orang Komentor, Lakukan Ini Segera



Sumber : Kintoko, Irwan Wahyu. 2021. Prambanan Jazz Virtual Festival 2021 Ditunda, Masih Ada PPKM Jawa dan Bali hingga 13 September 2021. (diakses 16 September 2022) dari (<https://wartakota.tribunnews.com/2021/09/09/prambanan-jazz-virtual-festival-2021-ditunda-masih-ada-ppkm-jawa-dan-bali-hingga-13-september-2021>)

Balasan WhatsApp penonton



← +62 812-1673-4753


For more updated informations please follow our social media @rajawaliindonesia 8:19 AM ✓✓

Thanks For Keep in Touch With Us
We will reply you soon

Please fill your demand here..

Halo Admin, saya Arya dari Cirebon, mau tanya, yang bisa nonton **Virtual Prambanan Jazz 2021** yang direschedule jadi 19-20 November apa cuma yang sudah beli tiket Prambanan Jazz 2020? Kalau belum beli sudah gak bisa pesen tiket kah? Terimakasih sebelumnya

For more updated informations please follow our social media @rajawaliindonesia 8:19 AM

 **PRAMBANAN JAZZ on Instagram:**
"Hy PJF Lovers Dukung terus dan ikuti p..."
1,757 Likes, 32 Comments - PRAMBANAN JAZZ...
www.instagram.com

Halo selamat pagi untuk menyaksikan pjf **virtual 2021** dapat melalui Usee TV dan nanti subscribe i konser channel di 549 SD| 949 HD

Atau download app ikonser melalui playstore dan subscribe

https://www.instagram.com/p/CS_7VeKpTzm/?utm_medium=copy_link

Untuk langkahnya bisa ikuti di postingan ini yaa 9:10 AM ✓✓

Terimakasih informasinya 9:12 AM

Message

← +62 812-5267-6304

halo kak, saya mencoba mengikuti langkah2 upgrade tiket sesuai yang ada di ig prambananjazz tapi begitu memasukkan booking id malah "not found" gitu kak 7:47 AM

Apakah sebelumnya sudah melakukan upgrade? Jika sudah, memang tidak bisa untuk upgrade lagi, proses upgrade tersebut untuk pemilik tiket 2020 yg belum sama sekali melakukan upgrade. link terbaru akan dikirimkan ulang oleh pihak tiketapasaja.com 9:09 AM ✓✓

ohh, sudah kak. sebelumnya juga ada kendala booking id tdk dpt ditemukan. tp sudah dibantu dan sudah diberi e tiket untuk **prambanan jazz virtual** fest tgl 9 september yg di **reschedule**. kalau berarti memang nanti akan di kirimkan lagi ya untuk link terbarunya melalui email? 9:11 AM

lya kak nanti akan dikirimkan kembali untuk tiketnya 9:12 AM ✓✓

baik kak, terimakasih atas respons nya 9:15 AM

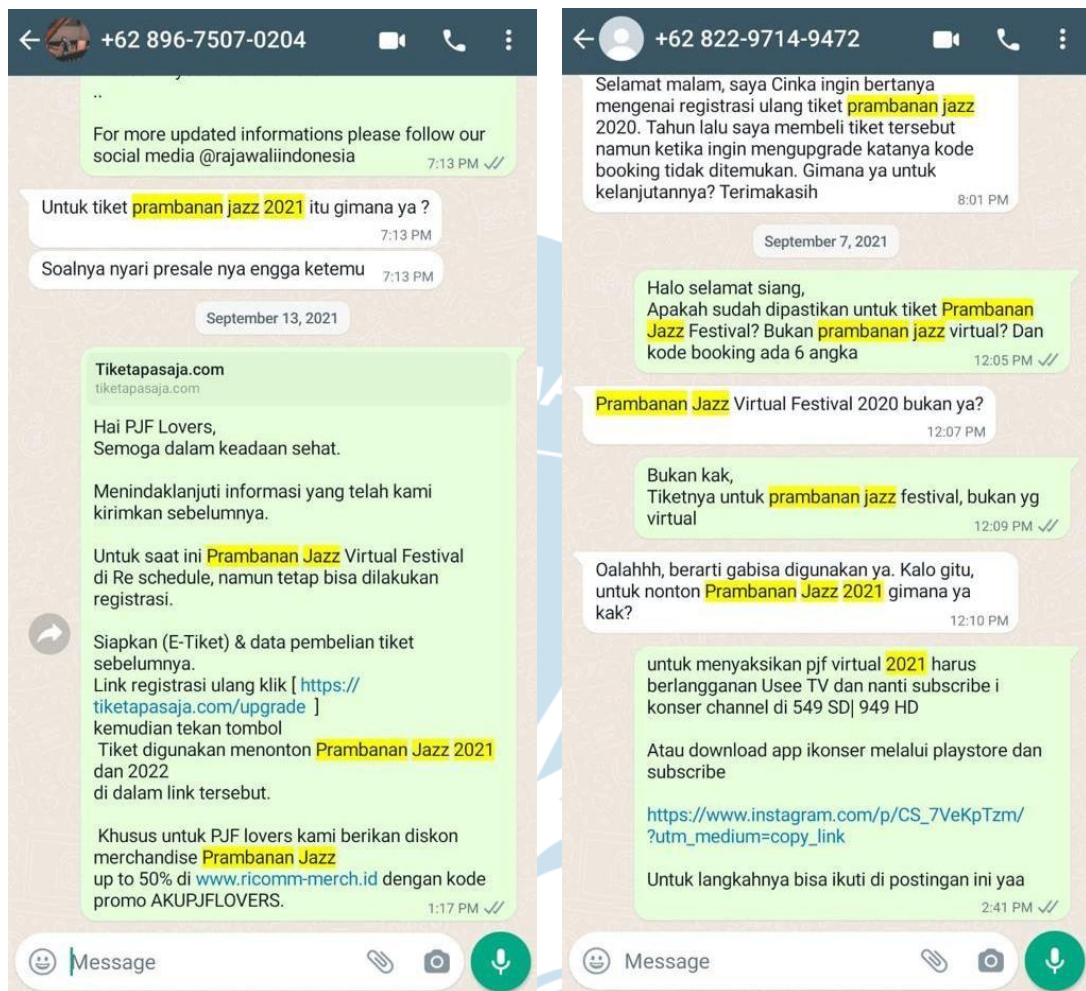
maaf kak, sampai saat ini saya blm menerima email terkait tiket/link nya kak 4:26 PM

Halo kak, Bisa dibantu untuk kode booking alamat email dan nama lengkap pemegang tiket ya 4:27 PM ✓✓

kode booking: 223719
email: syahidahfirdaus28@gmail.com
nama: anastasia syahidah firdaus 4:29 PM

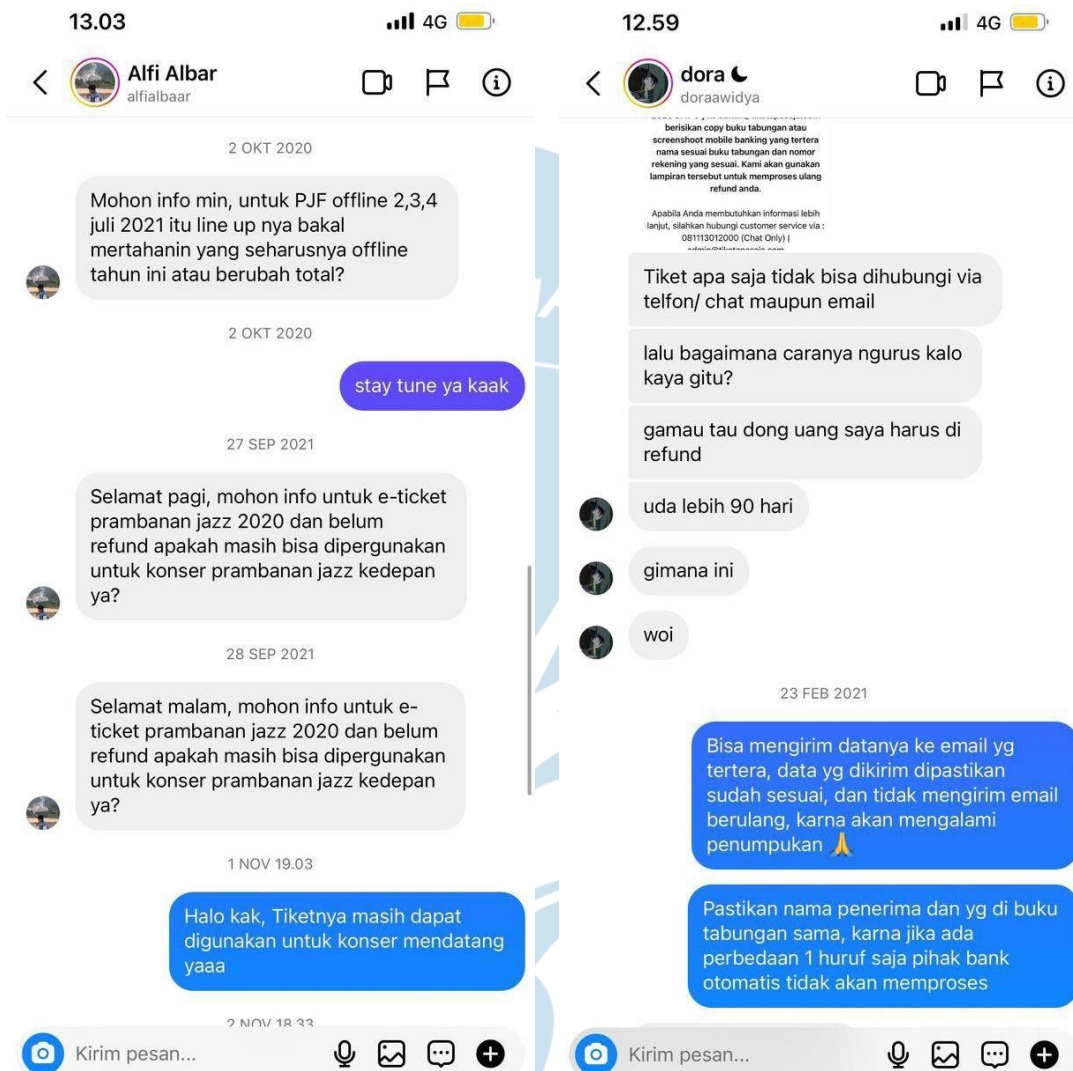
sudah terkirim kak, terimakasih 4:33 PM

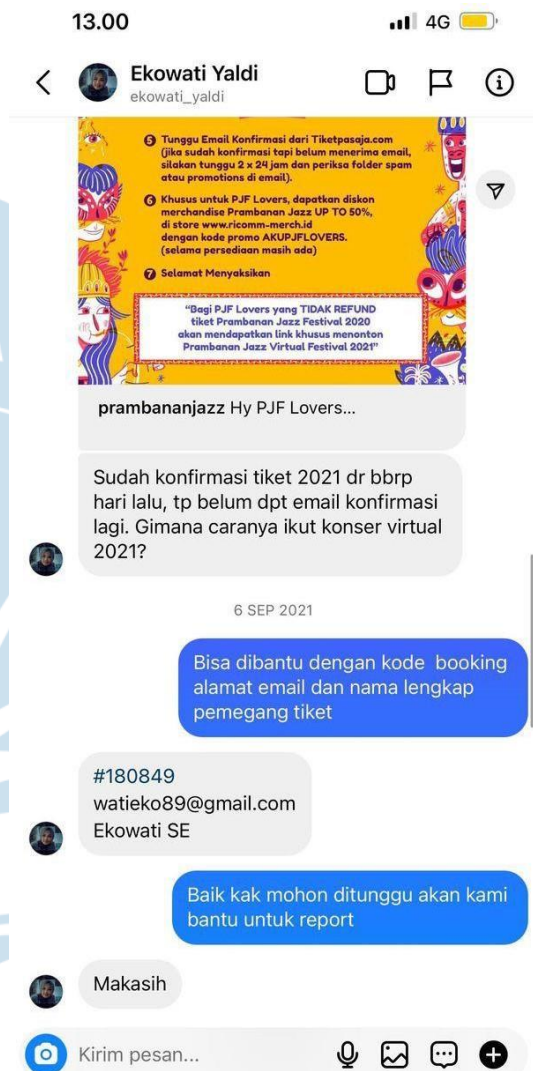
Message



(Sumber : Hotline Rajawali Indonesia)

Balasan Direct Message Instagram







(Sumber : Instagram @prambananjazz)

Balasan *comment* Instagram

Comments

saraaswd semoga streaming lancar
63w 1 like Send See translation

fony_h Cant waiiittttt 🥰
63w 1 like Send

yooniverseeeeeee Penyanyinya siapa aja nih
63w Send See translation

prambananjazz @meyyyyyy stay tune line up nya ya kak 🙌🔥
63w Send

shidiqcs Sheilaon7 min datengin
63w 1 like Send See translation

fbvian @adiehwh
63w Send

awwrorraaa I miss
63w 1 like Send

2109__m Masih bisa refund tiket ga min?
63w Send See translation

prambananjazz @2109__m Hy...perihal tiket akan kami infokan dalam waktu dekat di media sosial kami ya. 🙏
63w 1 like Send

Comments

View 1 more reply

patriciajunt meng sedih
63w 1 like Send

anityasdians Cara beli tiket virtualnya gmna ya min?
63w Send

prambananjazz @anityasdians Hy...perihal tiket akan kami infokan dalam waktu dekat di media sosial kami ya. 🙏
63w 1 like Send

fairuzikbar Virtual nggapapa sih, asal beberapa trouble tahun lalu bisa diperbaiki dan bisa lebih nyaman nontonnya
63w 5 likes Send See translation

prambananjazz @fairuzikbar Siap kak, terima kasih atas masukannya 🙏🙌
63w Send

View 1 more reply

dandyrmhdn @snprtwi
63w Send

yanuarichristin @citradewi18_
63w Send

Comments

sekadarsyachran Cakepppp @bukantopanlesus @billehsyafani 🥰🥰🥰
58w 1 like Send

indrawibisn Siapin proyektor + speaker
58w 1 like Send See translation

prambananjazz @indrawibisn keren nih konsepnya 🥰
57w Send

mustkasr nntn @ardhitopramono secara langsung adalah mimpiku yg tertunda 🥰
58w 2 likes Send See translation

prambananjazz @mustkasr sabar ya kak, sekarang nonton lewat layar kaca dulu. Semoga pandemisegera berakhir! Kesehatanmu lebih penting kak 🥰
57w Send

jihanaprill @heizarmhdn keren banget nih kalo ga covid hih
58w 1 like Send See translation

prambananjazz @jihanaprill Bener banget, mimin juga pengennya senang-senang bareng 🥰
57w Send

Comments

194aug tiket tahun lalu yang belum dipakai bisa digunakan tahun ini kan ya? sesuai yg dijanjikan tahun kemarin
63w 10 likes Send See translation

View 2 previous replies

prambananjazz @194aug Hy...perihal tiket akan kami infokan dalam waktu dekat di media sosial kami ya. 🙏
63w Send

transkrip.verbateam Cen keadaan e ngene piye neh tapi keren lo tetep onok mben taun dan gak asal2an masio online tetep apik #dirumahaja
63w 1 like Send See translation

prambananjazz @transkrip.verbateam Hih, terima kasih ya kak. Semoga pandemi segera berlalu agar dapat berjumla lagi kita 🙌🙏
63w 1 like Send

View 1 more reply

siregarthere Min, tiket dan line up nya kapan mulai dibuka ?
63w Send See translation

prambananjazz @siregarthere Hy...perihal tiket akan kami infokan dalam waktu dekat di media sosial kami ya. 🙏
63w 1 like Send



(Sumber : Instagram @prambananjazz)