

LAMPIRAN

INTERVIEW GUIDE

A. Solo Paragon Mall

Aji Budi Saputro, Supervisor dan bagian promosi

1. Mengapa harus diselenggarakan *event* “TNI *MILITARY* FESTIVAL”?
2. Tujuan apa yang hendak dicapai dalam pelaksanaan event “ TNI *MILITARY* FESTIVAL” 2016?
3. Bagaimana cara meraih tujuan tersebut?
4. Apa yang menjadikan keistimewaan event TNI Military Festival 2016 dibanding tahun-tahun sebelumnya?
5. Bagaimana Strategi promosi Solo Paragon Mall untuk *event* TNI Military Festival?
6. Bagaimana proses kegiatan promosi berlangsung ?
7. Mengapa harus menggunakan promosi untuk menyelenggarakan event TNI Military Festival ?
8. Bagaimana perencanaan promosi *event* TNI Military Festival dalam mengoperasionalkannya?
9. Apa saja yang dilakukan dalam perencanaan promosi *event* TNI Military Festival 2016 ?
10. Bagaimana cara mengetahui target sasaran yang dicapai ?
11. Apakah penting dalam suatu promosi dilakukan tujuan komunikasi?
12. Bagaimana Solo Paragon Mall melakukan tujuan komunikasi pada event TNI Military festival?
13. Bagaimana pesan komunikasi yang disampaikan pada khalayak?
14. Bagaimana cara merancang pesan untuk menarik pengunjung ?
15. Mengapa merancang pesan seperti itu ?
16. Bagaimana menentukan saluran komunikasi pada event TNI Military Festival?
17. Mengapa harus menentukan saluran komunikasi ?
18. Apa saja komunikasi non personal yang dipakai untuk event TNI Military Festival 2016?
19. Bagaimana mengukur hasil promosi *event* TNI Military Festival?

20. Bagaimana pengaruh terhadap jumlah pengunjung Solo Paragon Lifestyle Mall dibanding dengan hari-hari biasa?
21. Mengapa harus mengukur hasil promosi?
22. Bagaimana dengan budgetnya?
23. Apakah anggaran yang didapatkan sesuai dengan kebutuhan promosi?
24. Bagaimana cara publikasi event “ TNI MILITARY FESTIVAL”?
25. Bagaimana Solo Paragon Mall dalam mengkomunikasikan penyelenggaraan *event* TNI Military Festival tersebut?
26. Promosi seperti apa yang dapat menarik audiens untuk datang ke Solo Paragon Mall?
27. Bagaimana cara mengetahui bahwa *audiens* paham atas promosi yang telah dilakukan oleh Solo Paragon Mall?
28. Bagaimana pengaruh *audiens* terhadap media promosi yang telah digunakan?
29. *Event* TNI Military Festival ini jenis *event* seperti apa?
30. *Event* TNI Military Festival bekerja sama dengan siapa saja ?
31. Media promosi apa saja yang digunakan dalam *event* TNI Military Festival 2016?
32. Media promosi yang berhasil dalam *event* TNI Military Festival 2016?
33. Apa yang menjadi hambatan dalam promosi *event* TNI Military Festival 2016?
34. Kapan dilakukan kegiatan evaluasi *event* TNI Military Festival 2016?
35. Apa yang menjadi evaluasi dalam *event* TNI Military Festival 2016?
36. Apa tindakan yang dilakukan setelah evaluasi?

Via chat Whatshapp (10 agustus 2017)

37. Sebelum menyelenggarakan event TNI Military Festival ke mpat, pihak Solo Paragon Mall mengadakan konferensi nggak mas?
38. Berapa kali mengadakan konferensi pers ?
39. Dan dimana saja?
40. Media apa saja yang dipakai?
41. Untuk spanduk dan billboard dipasang dimana aja mas ?
42. Kalau posternya disebar dimana aja mas ?
43. Salah satu sekolahnya mas?
44. Untuk anggaran promosi *event* TNI Military Festival 2016 berapa persen yang dipakai dari pendapata Solo Paragon Mall?

45. Untuk mengiklankan *event TNI Military Festival* itu lewat media online semacam koran online juga ga mas?

B. Pengunjung *event TNI Military Festival 2016*

1. Apa yang anda ketahui tentang *event TNI Military Festival 2016*?
2. Dari mana anda tahu info mengenai penyelenggaraan *event TNI Military Festival 2016*?
3. Bagaimana menurut anda tingkat keberhasilan promosi *event TNI Military Festival 2016* dalam menarik pengunjung ?
4. Sudah berapa sering anda berkunjung kemari?
5. Apa saja yang anda peroleh setelah hadir di *event TNI Military Festival 2016*?
6. Bagaimana program-program yang diselenggarakan *event TNI Military Festival 2016*?
7. Apa yang menarik tentang *event TNI Military Festival 2016*?
8. Bagaimana respon anda terhadap *event TNI Military Festival 2016*?

TRANSKIP WAWANCARA

Solo Paragon Mall

Aji Budi Saputro, Supervisor dan bagian promosi

46. Mengapa harus diselenggarakan *event* “TNI *MILITARY FESTIVAL*”?

Jawab : yang pertama adalah “TNI *MILITARY FESTIVAL*” ini kegiatan reguler Solo Paragon Lifestyle Mall dan kita kemaren sudah berjalan yang ke-4 kali berturut-turut dan sudah menjadi bagian dari pemerintah kota juga (pemkot) sesuai dengan yang sudah dibicarakan awal dulu ketika dari belum diadakan “TNI *MILITARY FESTIVAL*” bagaimana masuk agenda pemkot dan yang kemaren memang sudah masuk agenda pemkot sebagai tagline utama malahan bahwa Solo Paragon Lifestyle Mall akan ada event “TNI *MILITARY FESTIVAL*”. Jadi yang pertama harus diadakan event karena sudah reguler, kedua sesuai dengan visi dan misi Solo Paragon Lifestyle Mall bahwa kita pengen “TNI *MILITARY FESTIVAL*” itu membuka TNI itu nggak hanya eksklusif tapi jakuga bisa dinikmati oleh masyarakat karena kan dari rakyat untuk rakyat, jadi rakyat bisa dekat dengan TNI, TNI bisa dekat dengan rakyat salah satunya dengan penyelenggaraan event.

47. Tujuan apa yang hendak dicapai dalam pelaksanaan event “ TNI *MILITARY FESTIVAL*” 2016?

Jawab : seperti yang sudah saya utarakan sebelumnya tujuannya supaya rakyat bisa dekat dengan TNI, begitu pun dengan TNI bisa dekat dengan rakyat, semuanya bisa happy ee menghilangkan kesan eksklusif, menghilangkan kesan TNI itu sangar, garang, nggak seperti itu, jadi mereka semua bisa have fun, ngeblank semua bisa jadi satu, mereka bisa seneng-seneng disini (Solo Paragon Lifestyle Mall) dalam berbagai eventnya gitu.

48. Bagaimana cara meraih tujuan tersebut?

Jawab : caranya tentu saja kita ada menyelenggarakan event ini, yang kedua ada berbagai event yang melibatkan antara TNI dengan rakyat, ada mulai dari bongkar pasang senjata yang diajari oleh TNI tapi dipraktikkan oleh rakyat dalam artian warga sipil. Ada juga lomba masak, yang menjuri TNI yang menjadi peserta itu juga warga sipil. Terus ada fashion show yang menunjukkan seragamnya TNI Indonesia secara keseluruhan gitu. Terus ada juga gimik fashion show kecil-kecilan, jadi ada anak-anak dia bisa jalan bareng sama TNI gitu. Jadi ngeband bareng ada dari warga sipil maupun TNI, di mix kan antara TNI dengan warga sipil.

49. Apa yang menjadikan keistimewaan event TNI Military Festival 2016 dibanding tahun-tahun sebelumnya?

Jawab : bedanya satuan militer beberapa ada yang belum pernah ikut dalam penyelenggaraan Milfest 2015 (angkatan laut Surabaya, Akademi Angkatan Udara Yogyakarta) dan beberapa kendaraan tempur yang juga belum ada di Milfest sebelumnya.

50. Bagaimana Strategi promosi Solo Paragon Mall untuk *event* TNI Military Festival?

Jawab : kita memasang rol banner di beberapa tempat strategis, dipasang di radio, dan publikasi yang lain. Disebar sekitar 2 minggu sebelum acara supaya rakyat bisa tau dan merencanakan mau keparagonnya kapan.

51. Bagaimana proses kegiatan promosi berlangsung ?

Jawab : proses kegiatan promosi ini sama halnya dengan yang dijalankan pada kegiatan promosi pada umumnya, hanya saja beda cara sebagian perusahaan sehingga menimbulkan kesan yang kreatif dan inovatif. Proses menjalankan promosi ini dengan

menggunakan media-media promosi yang dijalankan seperti *public relations*, media cetak, media elektronik, media online, dan media luar ruangan.

52. Mengapa harus menggunakan promosi untuk menyelenggarakan event TNI Military Festival ?

Jawab : dengan adanya istilah promosi yang digunakan untuk lebih menstruktur perencanaan promosi yang sudah dijalankan agar promosi lebih terarah sehingga mendapatkan hasil yang efektif.

53. Bagaimana perencanaan promosi *event* TNI Military Festival dalam mengoperasionalkannya?

Jawab : dalam perencanaan promosi itu

54. Apa saja yang dilakukan dalam perencanaan promosi *event* TNI Military Festival 2016 ?

Jawab : dalam perencanaan promosi kami menentukan alasan penyelenggaraan event, mengidentifikasi audiens target, menentukan tujuan komunikasi, merancang pesan, menyeleksi saluran komunikasi, menentukan anggaran promosi, dan mengukur hasil promosi.

55. Bagaimana cara mengetahui target sasaran yang dicapai ?

Jawab : caranya menganalisis kembali dengan melihat tujuan yang ingin dicapai pada *event* TNI Military Festival, dalam hal ini kami tidak ada cara khusus untuk mengidentifikasi target sasaran karena pada dasarnya mencakup semua kalangan, baik itu masih pelajar, mahasiswa ataupun masyarakat umum untuk datang menyaksikan *event* tersebut.

56. Apakah penting dalam suatu promosi dilakukan tujuan komunikasi?

Jawab : melakukan tujuan komunikasi terhadap promosi sangat penting, sehingga dengan adanya tujuan komunikasi untuk menciptakan ketertarikan pada pengunjung yang akan datang.

57. Bagaimana Solo Paragon Mall melakukan tujuan komunikasi pada event TNI Military festival ?

Jawab : adanya tujuan komunikasi ini kami bisa mengetahui ketertarikan pengunjung yang datang menyaksikan event TNI Military Festival dengan melihat berapa banyak pengunjung yang datang

58. Bagaimana pesan komunikasi yang disampaikan pada khalayak?

Jawab : pesan utama ingin rakyat dekat dengan TNI begitu pun sebaliknya. Membebaskan fikiran bahwa TNI itu tidak garang dan sangar

59. Bagaimana cara merancang pesan untuk menarik pengunjung ?

Jawab : cara merancang pesan yang dimengerti oleh pengunjung yaitu mengemas *event* TNI Military Festival sebagai *event* tahunan yang diselenggarakan Solo Paragon Mall. Kami merancang berbagai acara yang seru dan tidak membosankan, sehingga kami membuat desain poster yang menjadi inti dari acara itu dengan memperlihatkan adanya atraksi, alat alutsista, serta kendaraan TNI.

60. Mengapa merancang pesan seperti itu ?

Jawab : kami merancang seperti itu karena masyarakat menyukai pertunjukan, atraksi, pameran dan pawai yang meriah namun tidak perlu mengeluarkan biaya banyak untuk menikmatinya. Dengan cara seperti itu mall akan semakin ramai pengunjung sehingga toko/tenant yang ada didalam mall semakin laris

61. Bagaimana menentukan saluran komunikasi pada event TNI Military Festival?

Jawab : Kami menyebarkan flyer ditempat yang rame dikunjungi, biasanya di stadion manahan karena disana tiap minggu pagi ada sunmor (Sunday morning). Terus tidak lupa mengupload di media sosial apalagi sekarang merata punya media sosial semua seperti *facebook*, *twitter* dan *instagram*. Untuk media massa seperti cetak dan elektronik kita join di beberapa koran seperti Radar Solo, jogloSemar, SoloPos, Meta FM, Solo Radio, prambos dan TATV. Tidak lupa juga memasang *billboard*, menyebarkan poster dan *flyer* serta memasang spanduk di beberapa titik strategi disekitaran mall.

62. Mengapa harus menentukan saluran komunikasi ?

Jawab : karena menggunakan saluran komunikasi agar masyarakat luas bakal tahu akan ada *event* TNI Military Festival yang ke empat kalinya diselenggarakan. Kemudian kami tidak lupa juga *update* untuk mempromosikan event serta berbagai rangkaian kegiatan di media sosial karena di zaman sekarang sudah pasti banyak yang menggunakan *gadget*, terutama untuk menggunakan aplikasi media sosial untuk menarik pengunjung dengan mayoritas usia muda, serta media elektronik dan cetak untuk menginformasikan kepada masyarakat luas. Menggunakan media luar juga seperti billboard, spanduk dan *flyer*, agar pengguna jalan mengetahui bakal akan ada event di Solo Paragon Mall.

63. Apa saja komunikasi non personal yang dipakai untuk event TNI Military Festival 2016?

Jawab : kegiatan promosi yang kami lakukan dengan menggunakan media cetak seperti koran. Media elektronik seperti Solo Radio, Meta FM, Prambos dan TATV. Tidak lupa juga kami menggunakan media online untuk memuat berita tentang event TNI Military festival seperti solopos.com, joglosemar.co, timlonet.com, jitunews.com. Media sosial yang kami pakai seperti *facebook*, *twitter*, dan *instagram*.

64. Bagaimana mengukur hasil promosi *event* TNI Military Festival?

Jawab : dilihat dari jumlah pengunjung yang tiap hari meningkat mulai dari tanggal 19 oktober 2016 – 23 oktober 2016

65. Bagaimana pengaruh terhadap jumlah pengunjung Solo Paragon Lifestyle Mall dibanding dengan hari-hari biasa?

Jawab : sudah saya sampaikan sebelumnya sangat meningkat tajam sekali bisa dilihat dari jumlahnya, bisa dilihat dari DBSG stager, bisa dilihat juga dari kapan parkir itu habis. Rata-rata di pengunjung hari biasa itu DBS atau suatu alat yang mendeteksi berapa jumlah parkir mobil yang tersedia itu rata-rata kurang lebih sekitar hari biasa sampe hari jumat bisa paling rendah sih sekitar 200san itu pun bisa dicapai smpe jam 7 malam, kalau hari sabtu dan minggu itu 001, itu tandanya habis. Itu biasanya kedeteksi sekitar jam 6 atau jam 8 malam dan ketika TNI Military Festival yang luar biasa ke 4 ini adalah DBS

habis adalah 001 mulai pukul 12 siang sampai malam itu 001 itu nggak berubah keluar masuk terus dan pengunjung sangat luar biasa sih. Itu tidak terjadi hanya diweekend tetapi di mulai dari weekdays.

66. Mengapa harus mengukur hasil promosi?

Jawab : tahapan evaluasi yang dilakukan Solo Paragon Mall agar teridentifikasi seberapa berhasilnya strategi promosi yang telah kami lakukan.

67. Bagaimana dengan budgetnya?

Jawab : Kalau untuk budget semakin banyak yang didatangkan semakin banyak dan tentunya budget tahun ini lebih banyak dari tahun sebelumnya jauh banget.

68. Apakah anggaran yang didapatkan sesuai dengan kebutuhan promosi?

Jawab : anggaran yang dikeluarkan kami dalam setiap pengeluaran sesuai dengan promosi yang dilakukan. Untuk nominalnya kami tidak bisa menargetkan karena sewaktu-waktu berubah sesuai keadaan saat *event*.

69. Bagaimana cara publikasi event “ TNI MILITARY FESTIVAL”?

Jawab : ada yang dari media elektronik dan cetak. Cetak pasti ada di beberapa koran, ada di Solo, Joglo Semar, menyebarkan flyer dan menyebarkan poster ke beberapa sekolah, kami juga pasang beberapa billboard, kami juga pasang big banner di Solo paragon Mall, kami pasang road banner di jalan , kami juga pasang di beberapa titik slamet riyadi (pinggir jl Slamet Riyadi) karena TNI Milfest sudah di akusisi oleh pemerintah kota (pemkot) bahwa ini juga salah satu *event* kota Solo, kita mendapatkan support dari pemerintah kota. Untuk media elektronik, seperti radio dari Solo radio, Meta FM, Prambos, kalau di media TV contohnya di TATV. kami main lewat media sosial seperti *facebook* , *twitter*, *intagram*(IG).

70. Bagaimana Solo Paragon Mall dalam mengkomunikasikan penyelenggaraan *event* TNI Military Festival tersebut?

Jawab : melalui berbagai media promo yang ada seperti koran, radio dan media sosial

71. Promosi seperti apa yang dapat menarik audiens untuk datang ke Solo Paragon Mall?

Jawab : koran dan media sosial. Koran sebagai sasaran seluruh masyarakat dan media sosial khususnya untuk anak muda.

72. Bagaimana cara mengetahui bahwa *audiens* paham atas promosi yang telah dilakukan oleh Solo Paragon Mall?

Jawab : survey lapangan dari mana tau penyelenggaraan *event* TNI *Military* festival

73. Bagaimana pengaruh *audiens* terhadap media promosi yang telah digunakan?

Jawab : tidak ada pengaruh karena media promosi yang digunakan adalah media satu arah (Solo Paragon Mall ke *audiens*)

74. *Event* TNI Military Festival ini jenis *event* seperti apa?

Jawab : *special event*, karena diselenggarakan satu tahun sekali dan *event* ini termasuk dalam *event* besar yang diselenggarakan Solo Paragon Mall.

75. *Event* TNI Military Festival bekerja sama dengan siapa saja ?

Jawab : pihak militer dari seluruh lapisan

76. Media promosi apa saja yang digunakan dalam *event* TNI Military Festival 2016?

Jawab : promosi yang kami lakukan menggunakan berbagai macam media diantaranya media massa cetak dan elektronik, iklan media luar seperti billboard, spanduk dan *flyer*, mengadakan konferensi pers, media sosial facebook, twitter, dan instagram.

77. Media promosi yang berhasil dalam *event* TNI Military Festival 2016?

Jawab : promosi yang paling gencar adalah media sosial.

78. Apa yang menjadi hambatan dalam promosi *event* TNI Military Festival 2016?

Jawab : keterbatasan anggaran menjadi hambatan kami untuk melakukan promosi, sehingga ada beberapa alat promosi yang tidak kami gunakan seperti memakai video tron untuk mengiklankan *event* TNI Military Festival 2016.

79. Kapan dilakukan kegiatan evaluasi *event* TNI Military Festival 2016?

Jawab : evaluasi dilakukan pada saat berakhirnya event, tetapi hanya satu kali dilaksanakan. Evaluasi ini hanya dilakukan oleh pihak panitia Solo Paragon Mall saja.

80. Apa yang menjadi evaluasi dalam *event* TNI Military Festival 2016?

Jawab : mungkin kami ada yang kurang dalam menjalankan promosi seperti tidak menggunakan *websites* resmi kepunyaan Solo Paragon Mall, kurang banyak acara didalam *event* seperti edukasi yang langsung melibatkan TNI

81. Apa tindakan yang dilakukan setelah evaluasi?

Jawab : setelah ada kegiatan evaluasi kami akan melaksanakan kembali yang menjadi cacatan pada evaluasi kali ini dan akan lebih baik lagi pada *event* ditahun selanjutnya.

Via chat Whatshapp (10 agustus 2017)

82. Sebelum menyelenggarakan event TNI Military Festival ke mpat, pihak Solo Paragon Mall mengadakan konferensi nggak mas?

Jawab : ya, ada konferensi pers

83. Berapa kali mengadakan konferensi pers ?

Jawab : satu kali

84. Dan dimana saja?

Jawab : dikantor KOREM

85. Media apa saja yang dipakai?

Jawab : semua media sih, Joglosemar, Solopos, Radar solo, timlo.net ,TATV, Prambos, Meta FM.

86. Untuk spanduk dan billboard dipasang dimana aja mas ?

Jawab : billboard kita pake punya pemkot di Mayor Achmadi (monumen) ketika itu. Kalau spanduk banyak titiknya.

87. Kalau posternya disebar dimana aja mas ?

Jawab: poster ada di masing-masing sekolah yang kejasama, terus booth diparkir paragon ya d lift nya.

88. Salah satu sekolahnya mas?

Jawab : paud taman ceria.

89. Untuk anggaran promosi *event TNI Military Festival* 2016 berapa persen yang dipakai dari pendapatata Solo Paragon Mall?

Jawab : 5%

90. Untuk mengiklankan *event TNI Military Festival* itu lewat media online semacam koran online juga ga mas?

Jawab : enggak

B. Pengunjung *event TNI Military Festival 2016*

Adit, masyarakat umum, 23 th

9. Apa yang anda ketahui tentang *event TNI Military Festival 2016*?

Jawab : event TNI Milfst yakni pameran mengenai peralatan perang dan pertunjukan dari anggota TNI yang jarang diketahui

10. Dari mana anda tahu info mengenai penyelenggaraan *event TNI Military Festival 2016*?

Jawab : dari teman dan billboard pinggir jalan

11. Bagaimana menurut anda tingkat keberhasilan promosi *event TNI Military Festival 2016* dalam menarik pengunjung ?

Jawab : cukup berhasil karena iklan sudah dimana-dimana tetapi masih kurang di media online

12. Sudah berapa sering anda berkunjung kemari?

Jawab : tiga kali

13. Apa saja yang anda peroleh setelah hadir di *event TNI Military Festival 2016*?

Jawab : ternyata TNI keren dan canggih ya, seumu-umur baru sekarang liat dalamnya TNI seperti itu

14. Bagaimana program-program yang diselenggarakan *event TNI Military Festival 2016*?

Jawab :programnya keren sih terutama yang dihalaman paragon itu

15. Apa yang menarik tentang *event TNI Military Festival 2016*?

Jawab :pawai kendaraannya

16. Bagaimana respon anda terhadap *event TNI Military Festival 2016*?

Jawab : kalo boleh tahun depan ada lagi tapi coba TNI AU ada atraksi terjun payung dan pameran pesawat TNI

Danar, SMA kelas 11, 17 th

1. Apa yang anda ketahui tentang *event TNI Military Festival 2016*?

Jawab : pameran alutsista dan kendaraan TNI

2. Dari mana anda tahu info mengenai penyelenggaraan *event TNI Military Festival 2016*?

Jawab : instagram, karena saya follow ig solo paragon mall

3. Bagaimana menurut anda tingkat keberhasilan promosi event TNI Military Festival 2016 ?

Jawab : menurut saya cukup berhasil karena iklan yang diupload sudah menjelaskan secara tepat pesan yang ingin disampaikan. Tetapi sebaiknya menggunakan websites resmi paragon, tidak cuman di instagram saja.

4. Sudah berapa sering anda berkunjung kemari?

Jawab : dua kali

5. Apa saja yang anda peroleh setelah hadir di *event* TNI *Military* Festival 2016?

Jawab : jadi tau memakai alat alutsista itu seperti apa, banyak hal tntng TNI yg saya tau karna cita-cita sy jdi TNI

6. Bagaimana program-program yang diselenggarakan *event* TNI *Military* Festival 2016?

Jawab : cukup bagus karena banyak pngunjung yang antusias untuk menontonnya

7. Apa yang menarik tentang *event* TNI *Military* Festival 2016?

Jawab : pameran alatnya sih dan kegiatan acara yang diselenggarakan paragon, karena saya dlu pernah mau jadi tentara jdi sangat ingin tau alatnya gimana dan kendaraan yang di punya TNI apa saja

8. Bagaimana respon anda terhadap *event* TNI *Military* Festival 2016?

Jawab : bagi saya menarik dri thun sebelumnya karna lebih rame alat alutsista dan kendaraan dari thun 2015

Akid, SMA kelas 1, 16 th

1. Apa yang anda ketahui tentang *event* TNI *Military* Festival 2016?

Jawab : pameran alutsista dan kendaraan TNI

2. Dari mana anda tahu info mengenai penyelenggaraan event TNI Military Festival 2016?

Jawab : dari billboard yang dipasang di halaman Solo Paragon Mall

3. Bagaimana menurut anda tingkat keberhasilan promosi event TNI Military Festival 2016 ?

Jawab : cukup bagus tp penyebaran iklan di media online blm mencukupi, hanya sekedar berita aja bukan memasang posternya.

4. Sudah berapa sering anda berkunjung kemari?

Jawab : dua kali

5. Apa saja yang anda peroleh setelah hadir di *event TNI Military Festival 2016*?

Jawab : langsung bisa melihat alat-alat alutsista yang dipamerkan dan kendaraannya juga yg sebelumnya cuman lihat ditv

6. Bagaimana program-program yang diselenggarakan *event TNI Military Festival 2016*?

Jawab : cukup bagus program yang suda dijalankan karena makin banyak pengunjung yang datang pada event tersebut.

7. Apa yang menarik tentang *event TNI Military Festival 2016*?

Jawab : pameran alatnya sih sama kendaraannya yg dikeluarkan apalagi tahun 2016 makin banyak kendaraan yang dipamerkan dri tahun sebelumnya.

8. Bagaimana respon anda terhadap *event TNI Military Festival 2016*?

Jawab : menarik bagi saya karena jarang-jarang ada event seperti ini diadakan di mall

Hasil Observasi

Observasi dilakukan selama dua bulan, terhitung dari 18 September 2016 sampai 19 November 2016. Selama dua bulan tersebut, peneliti melihat secara langsung penyelenggaraan event TNI Military Festival tahun 2016 selama lima hari. Berlangsung dari mulai tanggal 19 Oktober 2016 sampai 23 Oktober 2016. Berikut laporan selama observasi penulis sebagai berikut :

No.	Hari/tanggal	Hasil observasi
1.	Rabu, 19 Oktober 2016 – Minggu 23 Oktobe 2016	<p>Adanya ini event ini udah terlihat meriah sejak awal kedatangan. Di sepanjang jalan telah begitu banyak media promosi sehingga menunjukkan kemeriah acara ini. banyak pameran kendaraan militer dan banyak orang yang berfoto disana. Ada sekitar 7 kendaraan perang yang dipamerkan dalam acara tersebut. Pengunjung juga diperbolehkan naik dan foto dari atas kendaraan tersebut, ada juga pameran senjata-senjata perang yang digunakan militer, mulai dari senapan laras pendek misal handgun, senapan laras panjang seperti AK-57, sniper riffle, ada juga pisau belati. Seragam-seragam militer juga dipamerkan di tempat tersebut.</p> <p>Mall tersebut seolah-olah sedang dikepung oleh pihak militer. Sebab banyak sekali militer yang berjaga-jaga di stand. Awalnya terlihat menyeramkan ternyata mereka begitu ramah dan lucu. Ada anggota militer angkatan laut yang memamerkan peralatan perang bawah laut yang begitu modern.</p> <p>Dalam event ini, anggota militer juga</p>

		<p>menghadirkan beberapa jenis bom dari yang paling sederhana seperti bom molotov hingga bom yang bisa diledakkan dari jarak jauh hanya melalui sinyal telepon. Militer tersebut memperagakan bahwa bom dapat meledak dari kejauhan hanya dengan menekan tombol, saat tombol itu ditekan, detector menyala dan timbul suara, namun tenang, bom tersebut tidak diberi peledak. Pihak Solo paragon juga menghadirkan acara meriah yang melibatkan pengunjung mall lain seperti acara tari, flash mob, dan sebagainya. Ada juga acara mewarnai untuk anak anak.</p> <p>Puncaknya pada hari minggu, ada event arak-arakan dengan berbagai kendaraan berat dari militer. Kendaraan ini berjalan dari Solo Paragon ke arah lapangan kemudian dilapangan itu diperjunjukkan berbagai kendaraan militer yang ada dan juga berbagai atraksi seru lainnya.</p> <p>Closing ceremony TNI Military Festival, masyarakat Solo beserta jajaran TNI dan panitia Solo Paragon Mall mengendarai kendaraan alutsista kepunyaan TNI. Mengelilingi Solo Paragon Mall melewati Jl. Slamet riyadi.</p>
--	--	---

Nyambel bersama PERSIT



Sumber : Solo Paragon Mall (2016)

Barongsai dari Yonarhanudse-15



Sumber : Solo Paragon Mall (2016)

Kartini kids part I



Sumber : Solo Paragon Mall (2016)

Kartini kids part II



Sumber : Solo Paragon Mall (2016)

Paud Taman Ceria



Sumber : Solo Paragon Mall (2016)

Mendekatkan diri kepada TNI yaitu selfi bersama



Sumber : Solo Paragon Mall (2016)

Camouflage Tutorial di TNI Military festival



Sumber : Solo Paragon Mall (2016)

Camouflage Tutorial di TNI Military festival



Sumber : Solo Paragon Mall (2016)

Paragon Military Carnival part I dengan Defender pada event TNI Military Festival



Sumber : Solo Paragon Mall (2016)

Paragon Military Carnival part II dengan Defender pada event TNI Military Festival



Sumber : Solo Paragon Mall (2016)