

LAMPIRAN

LAMPIRAN I: Transkrip Wawancara Penelitian

Narasumber : Ari Prabowo selaku Kepala Panitia Event Hotrod Weekend Party
2016 & Presiden Java & Co.

Waktu : Sabtu, 23 September 2017 Pukul 09.00 – 10.00 WIB

Tempat : Kantor Java & Co.

Q : Apa itu hotrod ?

A : Hotrod itu sebenarnya aliran modifikasi mobil, yang dulu populer banget di Amerika. Modifikasi hotrod berawal ketika para veteran di Amerika pada zaman dulu pengen punya mobil dengan kecepatan seperti pesawat.

Q : Ciri-ciri mobil hotrod itu seperti apa ?

A: Eeee... hotrod sih biasanya mengubah mobil harian dengan modifikasi tanpa kaca samping dan atap, mengganti jadi dua tempat duduk aja, sama yang pasti spesifikasi mesin dinaikin jadi punya tenaga lebih besar dari aslinya.

Q: Jadi semua mobil hotrod pasti memiliki ciri modifan seperti itu ?

A: Ya gak semua mobil hotrod harus modifannya seperti itu, yang tadi aku sebutin sih kaya standarnya mobil hotrod aja, jadi misal mobilnya punya kaca samping dan atap pun masih bisa disebut hotrod ketika dia spesifikasi mesinnya dinaikin dan yang pasti mobilnya berasal dari Amerika haha.

Sebenarnya hotrod itu masih ada alirannya lagi, contoh seperti mobil member hotrodiningrat ini, kebanyakan kita beraliran tradisional hotrod.

Q: Bagaimana hotrod di dunia dan Indonesia?

A: Eeee... Hotrod di dunia punya daya tarik sendiri, jadi yang awalnya populer di Amerika aja jadi populer di negara-negara seperti Jepang, Inggris, dll. Kalo di Indonesia sendiri sih sekarang juga udah mulai rame, ya terbukti dengan event kita ini, mulai banyak juga kolektornya.

Q: Apakah hotrod di negara lain selain seperti Jepang Inggris dll juga sudah mulai banyak penggemarnya ?

A: setau saya udah, bahkan di Jepang itu ada salah satu perusahaan namanya Moon Eyes, dia legenda kustom di dunia. Bahkan dia setiap tahunnya rutin membuat event besar bernama Moon Eyes Yokohama Hotrod Custom Show. Eventnya selalu rame dari segala penjuru dunia, termasuk saya dulu pernah kesitu nonton langsung. Disitu isinya gacuma hotrod sih, tapi mobil produk Jepang modifikasi hotrod pun banyak, beda sama event kita yang isinya mobil motor Amerika doang.

Q: Apa itu Hotrodiningrat ?

A: Kalo ditanya hotrodiningrat itu apa, ya hotrodiningrat itu club mobil dari Jogja, tapi mobil-mobilnya khusus mobil Amerika aja yang alirannya hotrod.

Q: Apa bedanya hotrodiningrat dengan club mobil lainnya ?

A: Kita hotrodiningrat beda dengan club mobil klasik lainnya, mobil kita cuma mobil-mobil hotrod pabrikan Amerika aja, walaupun beda-beda merknya sih gak masalah. Dan masalah anggota pun kita berbeda dengan club mobil lainnya yang cenderung boleh bergabung asal punya mobil dengan jenis yang sama. Tapi kita gasemudah itu, jadi harus punya kedekatan personal dulu dengan anggota hotrodiningrat yang lainnya dulu

Q: Berapa anggota Hotrodiningrat ?

A: Kita hotrodiningrat cuma ada 11 anggota, ya disitu ada ketua, sekertaris, bendahara, dll. Kita udah nyaman satu sama lainnya, jadi kemungkinan kita udah nggak akan nambah anggota lagi.

Q: Kenapa nggak akan nambah anggota lagi ?

A: Yaaa kalau menurut kami yang penting solid dan rasa kekeluargaan tinggi walaupun anggotanya nggak banyak

Q: Bagaimana sejarah didirikan event Hotrod Weekend Party ?

A: Eee.. apa.. hotrodiningrat mengawali club hotrod yang ada di indonesia untuk membuat acara yang memang benar-benar khusus mobil hotrod. Dulu Hotrodiningrat coba buat acara intern yang ngundang penghobi-penghobi sama kaya kita tapi bukan member dari hotrodiningrat, dulu acara pertama kali di Abu Bakar Ali. Eee... acaranya dulu isinya *BBQ*

Party, majang mobil sama *riding* keliling kota jogja. Habis itu pas acara berlangsung, kita nggak nyangka selain komunitas yang diundang, antusias masyarakat awam pun tinggi buat datang dan lihat-lihat mobil-mobil hotrod yang dipajang.

Q: Jadi yang membuat hotrodiningrat memutuskan untuk serius membuat event HWP apa ?

A: Ya setelah acara tersebut, karena respon masyarakat bagus maka muncul lah ide dari komunitas hotrodiningrat untuk membuat *event* hotrod yang pertama di Indonesia dengan konsep yang diadopsi dari *event* hotrod yang ada di Amerika. Dengan idealisme kita, makanya mobil-mobil yang dipajang itu mobil-mobil Amerika.

Q: Kapan didirikan event Hotrod Weekend Party ?

A: Sebenarnya kami dulu kepikiran mau buat event hotrod sih udah lama, eeee... sekitar tahun 2014, tapi kita belum bisa merealisasikannya, jadi kita bikin event kecil-kecilan dulu buat komunitas hotrod yang ada dijogja dan sekitarnya. Kalau untuk event HWPnya sendiri sih kita baru kepikiran buat diseriusin pas awal 2015, terus kita garap sampai acara bener-bener mulai di bulan Desember 2015 di JEC.

Q: Apakah masih ingat untuk tanggal dan bulannya pertama kali event ini didirikan ?

A: Wah kalo tanggal dan bulan saya lupa pastinya kapan, pokoknya awal 2015 itu lah ke[jikiran buat diseriusin. Dan teralisasikannya tanggal 12-13 Desember 2015

Q: Siapa yang mendirikan event Hotrod Weekend Party ?

A: Eee.. kita saling melengkapi ya, saya sendiri dulu ditunjuk pada saat itu sebagai panitia juga event organizernya, jadi yang memokoki semua emang saya, tapi ide dari temen-temen juga tidak hanya saya. Kebetulan di hotrodiningrat itu ada senior-senior misalnya dari dunia modifikasinya ada, desain ada, ya itu saling membantu. Tapi pada dasarnya dulu yang berani mengawali untuk serius di event ini ya saya sendiri pada saat itu, dengan anggota yang sedikit.

Q: Jadi dulu tidak ada orang pertama yang mengawali pembicaraan membahas ide pembuatan event ini ?

A: Ya dulu sih mau serius membuat event ini pas kita kumpul-kumpul gitu, dari ide bersama.

Q: Apa visi misi event Hotrod Weekend Party ?

A: Ya pastinya sesuai awal, kita ingin memasyarakatkan hotrod dan menghotrodkan masyarakat. Kita pengen mengedukasi masyarakat luar tentang mobil-mobil hotrod pabrikan Amerika dan kebudayaannya. Kan selama ini menurut kami masyarakat belum begitu mengenal apa itu hotrod dan budayanya yang dekat dengan budaya Amerika. Banyak

masyarakat yang pas liat mobil-mobil hotrod gitu ya mudengnya Cuma mobil tua gitu doang, gak ada klasifikasinya misal ini mobil hotrod, ini mobil apa gitu.

Q: Siapa target event Hotrod Weekend Party ?

A: Eeee... kalau masalah target sih kita pengen untuk semua kalangan masyarakat, yang khususnya untuk para penggemar mobil dan motor klasik pabrikan Amerika.

Q: Mengapa memilih target tersebut?

A: Kalau ditanya kenapa pilih target itu, kita memilih semua kalangan karna emang event ini dibuat untuk mengedukasi masyarakat tentang hotrod khususnya. Didalam event ini kan gak cuma majang mobil motor Amerika doang, nah kita juga pengen ngenalin budayanya acara hotrod yang ada di Amerika seperti permainan dunktank, BBQ, pin up girls, sama musik-musik rockabilly yang emang gajauh dari hotrod.

Q: Mengapa music Rockabilly erat kaitannya dengan hotrod ?

A: Hmmm gimana ya.. emang udah dari sananya erat hahaha. Mungkin gini, rockabilly itu kan erat hubungannya dengan Elvis Presley, nah dia kan asli dari Amerika, lagu-lagunya terkenal disana dan digemari anak-anak muda sana. Elvis juga identik dengan potongan rambut pompadour dan stylenya yang seperti itu, nah di dunia hotrod juga sejalan dengan gaya Elvis tersebut, jadi mungkin karena itu

Q: Siapa rival event Hotrod Weekend Party ?

A: Di Indonesia event yang mengkhususkan hotrod ya cuma kita, tapi kalau event otomotif yang ada hotrod juga didalamnya ya banyak, eeee....contoh di jakarta itu ada JCC (Jakarta Custom Culture) atau di jogja sendiri ada Kustomfest eeee... yang ada tiap tahun di JEC

Q: Apakah cuma Kustomfest yang menjadi rival untuk event otomotif di Yogyakarta ?

A: Yaaa kalau di Yogyakarta banyak event otomotifnya mas, tapi kalau yang menyangkut hotrod ya cuma Kustomfest rivalnya. Tapi tetap beda kok dengan kita.

Q: Apa yang membedakan event Hotrod Weekend Party ?

A: Hmmmm... kalau yang bikin beda ya dari idealisme kita yang emang wajib di event kita tu mobil motor pabrikan Amerika doang. Kalau yang lain mungkin emang ada hotrodnya, tapi kebanyakan mereka dicampur sama mobil-mobil bukan dari Amerika. Eeeee... dan di event kita, setiap tahunnya konsisten dengan tema bernuansa Amerika banget lah pokoknya.

Q: Apakah tidak ada mobil dan motor selain pabrikan Amerika yang boleh masuk di event Hotrod Weekend Party ?

A: Kalau masuk boleh aja kok, dari teman-teman mobil dan motor lainnya juga datang. Bahkan seperti MACI, mereka waktu datang ke event kita

boleh parkir masuk ke dalam event. Tapi mereka tidak mendisplay motor mereka di acara.

Q: Strategi kreatif itu apa ?

A: Kalau menurut saya pribadi, strategi kreatif itu ya eeeee... strategi atau langkah-langkah kreatif yang akan kita pakai dalam mencapai suatu tujuan, dari sebelum berproses sampai pas eksekusi kreatifnya

Q: Bagaimana penyusunan strategi kreatif event Hotrod Weekend Party?

A: Pas selo kita biasanya kumpul buat diskusi, kaya ngomongin acaranya mau gimana, isinya apa aja, target pengunjungnya siapa aja dan berapa, terus nanti promonya mau lewat apa aja, dll. Pokoknya walaupun sudah ada devisinya, kita tetap diskusiin bareng-bareng biar nggak mis komunikasi aja.

Q: Siapa saja yang ikut berdiskusi ?

A: Semua anggota hotrodiningrat, selain itu juga dari devisi advertising Java & Co. juga ikut diskusi biar tau keinginan kita (hotrodiningrat) itu seperti apa untuk eventnya.

Q: Media apa saja yang dipakai untuk promosi event Hotrod Weekend Party?

A: Karena saya sebagai ketua panitia sekaligus presiden dari Java & Co, ya saya gunakan media yang udah saya punya kaya Videotron sama Baliho. Eeeee... tapi selain itu kita juga pakai media lainnya, kaya poster sama

promosi lewat radio. Oiya, kita dulu juga pernah diwawancarai salah satu TV lokal jogja, nah pas wawancara itu kita promo event HWP sekalian. Tapi setiap tahun selain memakai media-media itu yang tadi saya sebutkan, biasanya kita juga ngadain press conference sebelum acara mulai, jadi nanti kita tayang di media cetak juga sebelum acara dimulai, ya walaupun nanti pas acara juga banyak wartawan dan tayang lagi setelah acara hehehe.

Q: Mengapa menggunakan media tersebut ?

A: Media yang mana dulu nih ? kalau videotron dan baliho, selain emang karena kita sendiri yang punya medianya, kita emang menganggap dua media itu efektif, pertama masalah videotron, dengan gambar bergerak di layar ukuran besar dengan lokasi di pinggir perempatan atau pertigaan, itu akan menarik minat orang yang lewat buat lihat dibanding dengan gambar yang cuma diam aja, nah kalau buat baliho sih kita juga anggap masih efektif kok, soalnya dengan ukuran besar dan di pinggir jalan nanti pasti banyak orang yang lihat kalau ada iklan event hotrod yang akan diadakan di JEC.

Q: Bagaimana mengukur efektivitas dari media yang dipakai?

A: Mengukur efektivitas media sih kita liat dari penempatannya, ya kalau ditaruh di tempat yang rame ya kemungkinan banyak juga yang lihat. Tapi kalo untuk videotron kita juga pernah sih riset di suatu titik videotron

dalam sehari gitu berapa jumlah orang lewat atau pas berhenti di bangjo yang lihat.

Q: Apakah radio dan TV lokal dirasa efektif untuk kegiatan promosi event Hotrod Weekend Party ?

A: Ya pastinya masih, ntah besar atau kecil pengaruhnya tapi kita jalani saja hehehe. Kaya radio sampai saat ini buktinya saya masih mendengarkan, misal pas di mobil. Nah dengan begitu saya juga yakin masih banyak orang selain saya yang mendengarkan radio juga.

Q: Apa tujuan yang ingin dicapai dari strategi kreatif event Hotrod Weekend Party?

A: Yaaa kalau tujuan utamanya sih pengen event ini berjalan sukses dan lancar. Dengan adanya publikasi dari kami, ada banyak masyarakat jogja dan sekitarnya yang tertarik untuk datang ke event HWP. Biar sesuai dengan tujuan kita dari awal untuk memasyarakatkan hotrod dan menghotrodkan masyarakat hahaha

Q: Apakah ada tujuan lainnya ?

A: Ya intinya strategi kreatif ini kan untuk menarik minat masyarakat, minimal biar tau lah kalau mau ada acara hotrod di Yogyakarta, untuk goalnya sih tetap biar masyarakat datang di event kita.

Q: Iklan itu apa ?

A: Hmmmm... iklan itu menurut saya ya cara menyampaikan atau menawarkan suatu produk atau jasa agar masyarakat atau target yang sudah ditetapkan tau dengan apa yang kita jual

Q: Apakah menurut anda iklan penting untuk sebuah event ?

A: Penting lah, misal nggak ada iklan gimana masyarakat luas mau tau kalo ada event. Kaya kita buat iklan event HWP ini kan juga biar masyarakat tau dan mau datang di acara.

Q: Pesan seperti apa yang dibuat agar menarik minat pengunjung ?

A: Pesan yang dibuat ya yang mudah dipahami oleh masyarakat. Seperti yang jelas minimal ada tulisan ini event apa, dimana dan kapan berlangsungnya. Kalau untuk tambahan lainnya seperti pemilihan warna dan gambar pendukungnya itu emang kami sengaja buat biar kelihatan kalo ini event otomotif khususnya hotrod yang Amerika banget hahaha

Q: Maksud dari pemilihan warna dan gambar pendukung biar kelihatan event hotrod yang Amerika banget itu gimana ?

A: Gini lho, warna dari iklan kita cenderung memilih warna merah, biru dan krem. Kenapa warna yang dipilih itu ? Karena warna tersebut cenderung menggambarkan bendera Amerika yang vintage dengan memilih warna putih diganti krem. Sedangkan gambar pendukung, saya kasih contoh salah satunya ada gambar dua mobil hotrod, ya itu buat pendukung iklan aja biar dengan melihat gambar tersebut masyarakat jadi tau kalau event

ini adalah event otomotif yang isinya mobil hotrod bentuknya seperti yang digambar.

Q: Mengapa merah biru putih menurut anda identik dengan Amerika ? Kan bendera prancis dan belanda juga memiliki warna seperti itu ?

A: Hmm kan kita event mobil hotrod dari Amerika dan isinya juga Amerika banget, ya warna bendera Amerika juga warna itu, lha mau warna apa lagi buat menunjukkan kalau ini event Amerika banget ? hahaha

Q: Apakah ada alternatif konten iklan lainnya ?

A: Kemarin sempat ada alternatif tema iklan lainnya, lebih dominan kartun-kartun gitu. Tapi setelah kami diskusikan lagi, eeeh kok malah kaya iklan event sebelah ya hahaha, makanya itu kami ganti lagi dengan ide lainnya dan kita diskusiin bareng, akhirnya ketemu ide yang udah fix itu

Q: Mengapa harus diganti ? Bukankah kartunnya juga berbeda dengan iklan event sebelah ?

A: Ya emang beda sih, tapi cari aman aja daripada masyarakat nanti nggak “ngeh” kalo event ini sebenarnya berbeda.

Q: Jika ada alternatif konten iklan lainnya, mengapa akhirnya memilih konten iklan yang terakhir disepakati ?

A: Karena menurut kami (hotrodiningrat) iklan yang terakhir ini lebih mewakili event kami yang isinya Amerika banget hahaha dengan

kombinasi warna dan element-element lainnya bikin iklannya lebih nunjukin kalau ini tuh acara otomotif yang isinya Amerika-nan.

Q: Bagaimana cara memvisualkan pesan yang ingin disampaikan ke target ?

A: Kalau cara memvisualkan pesan kita udah serahkan ke desainer kita, dia yang bikin nanti kita diskusiin kalau ada yang nggak sependapat ya kita ubah lagi

LAMPIRAN II: Transkrip Wawancara Penelitian

Narasumber : Afri Dwi P selaku Kepala Divisi Advertising Java & Co.

Waktu : Sabtu, 23 September 2017 Pukul 21.00 – 22.15 WIB

Tempat : Warung Pendopo Susu Alun-Alun Utara Yogyakarta

Q: Apa itu hotrod ?

A: Hotrod itu aliran modifikasi mobil yang nge-*trend* di Amerika. Ciri-cirinya mobil ber-cc besar, tanpa atap, dsb lah. Intinya hotrod itu aliran modifikasi mobil, kalau lebih detailnya mungkin bisa tanya-tanya sama anggota hotrodiningrat, pasti mereka lebih paham hehehe

Q: Bagaimana hotrod di dunia dan Indonesia ?

A: Hotrod di dunia udah populer sejak dulu, kalo di Indonesia setau saya masih jadi minoritas, belum banyak orang yang punya. Bahkan kalau orang awam pun pasti kalau lihat mobil hotrod ya sama aja kaya mobil-mobil tua lainnya. Tapi di Indonesia sekarang udah mulai bermunculan kok komunitas mobil-mobil hotrod lainnya selain hotrodiningrat.

Q: Apa itu Hotrodiningrat ?

A: Kalo sepengetahuan dan sepengalaman saya, hotrodiningrat itu ya club mobil hotrod yang ada di Yogkyakarta dan yang pasti salah satu

anggotanya itu orang yang dekat dengan kehidupan saya, wong yang punya Java & Co sendiri salah satu anggotanya hahaha

Q: Apakah ada club mobil hotrod lainnya selain hotrodiningrat di Yogyakarta ?

A: Setau saya nggak ada, cuma hotrodiningrat aja di Yogyakarta

Q: Berapa anggota Hotrodiningrat ?

A: Setau saya sih cuma ada 11 orang. Dan setau saya sih anggotanya gak bakal nambah lagi karena kayanya mereka udah nyaman dengan jumlah anggota segitu, udah kaya keluarga sendiri katanya.

Q: Bagaimana sejarah didirikan event Hotrod Weekend Party ?

A: Waduh kalau ditanya soal sejarah saya kurang paham mas, tapi setau saya karena Popo itu pimpinan saya di kantor ya pertama dulu HWP ada karena Cuma gathering kecil-kecilan, eeeh kok malah antusias warga tinggi buat lihat mobil-mobil hotrod, yaudah akhirnya mereka (hotrodiningrat) mulai serius bikin event khusus mobil hotrod di Indonesia yang diberi nama Hotrod Weekend Party.

Q: Kapan didirikan event Hotrod Weekend Party ?

A: Hotrod Weekend Party didirikan yang pasti sebelum bulan desember tahun 2015, karena event pertamanya di bulan dan tahun itu.

Q: Untuk tanggalnya mas ?

A: Tanggal didirikan atau tanggal pertama kali eventnya? kalo pertama kali eventnya sih tanggal 12-13 Desember 2015

Q: Siapa yang mendirikan event Hotrod Weekend Party ?

A: Yang mendirikan pastinya anggota hotrodiningrat mas hahaha kalau pastinya siapa saya nggak tau, coba bisa ditanyakan langsung ke Popo, dia kan sebagai ketua panitia acara.

Q: Apa visi misi event Hotrod Weekend Party ?

A: Kalau visi misi buat mengedukasi masyarakat tentang hotrod dan budayanya, kan di event itu nggak cuma majang mobil-mobil hotrod doang tu, ada permainan, fashion, musik dsb yang memang erat hubungannya dengan hotrod. Ya bahasanya anggota hotrodiningrat sih menghotrodkan masyarakat, memasyarakatkan hotrod.

Q: Siapa target event Hotrod Weekend Party ?

A: Kalau masalah target sih saya ngikut sama yang punya acara (hotrodiningrat), tapi menurut saya sih lebih ke sesama penggemar otomotif khususnya motor dan mobil-mobil tua pabrikan Amerika beraliran hotrod.

Q: Mengapa memilih target tersebut ?

A: Ya karena mereka menargetkan sesama penggemar kan pasti udah punya kesukaan yang sama, jadi lebih gampang ngajak mereka datang ke acara ini. Kalau secara umum sih tetap masyarakat Yogyakarta dan sekitarnya karena mereka menurut kami perlu juga diedukasi tentang hotrod dan kebudayaanya.

Q: Edukasi maksudnya mas? Seperti apa gitu?

A: Ya event ini bisa jadi media informasi terkait hotrod, dari event ini masyarakat kan bisa mengetahui dan belajar tentang aliran type Hotrod. Lihat mobil-mobil hotrod seperti apa sih, modifikasi nya seperti apa, dengan begitu masyarakat bisa belajar.

Q: Siapa rival event Hotrod Weekend Party ?

A: Rivalnya di Yogyakarta ada kustomfest, kalau di Jakarta ada JCC (Jakarta Custom Culture), selain itu saya gatau hehehe. Tapi kalo rival untuk special hotrod kita belum nemu ya event yang di Indonesia. Soalnya kalo di indo notabenenya event otomotif bakal secara general gak ada yang spesifik terhadap aliran mobil tertentu.

Q: Apa yang membedakan event Hotrod Weekend Party ?

A: Kalau yang bikin beda sih yang pasti HWP isinya cuma mobil dan motor pabrikan Amerika saja, bahkan tahunnya aja dibatasi maksimal tahun 90an. Beda banget lah sama rivalnya di Yogyakarta maupun di Jakarta. Kalau kustomfest itu kan semua motor dan mobil modif pabrikan dari

berbagai negara boleh gabung, bahkan motor-motor tahun terkini pun boleh. Dan di JCC itu juga gak harus mobil Amerika doang kok, setau saya mobil Jepang juga boleh.

Q: Kenapa harus Amerika ?

A: Ya berangkat dari idealisme anggota hotrodiningrat mas, merka hanya memperbolehkan mobil motor Amerika saja yang di display

Q: Strategi kreatif itu apa ?

A: Suatu bentuk usaha dalam menentukan target dalam berbagai macam cara, menentukan design apa yang akan digunakan, dan eeee... juga pesan apa saja yang akan disampaikan kepada audience.

Q: Jadi strategi kreatif itu seperti tahapan sebelum munculnya iklan ?

A: Ya bisa dibilang seperti itu. Eh tapi juga sampai eksekusi pembuatan iklan dan setelah iklan jadi juga, iklan mau di taruh dimana setelah itu hehe

Q: Bagaimana penyusunan strategi kreatif event Hotrod Weekend Party ?

A: Penyusunan strategi kreatif untuk hotrod weekend party itu eeee... kalo yang pertama kemarin sih yang pasti targetnya event dulu itu siapa, setelah target ditentukan, nanti dari situ penting untuk buat pesannya bagi kita, biar pesan yang kita pake itu *eye catching* gitu, jadi biar menarik. Untuk bisa kesana ya kita ya tanya-tanya cari informasi dari sana sini kepengennya seperti apa harusnya bagaimana? Baiknya seperti apa saya

dan tim terus menggali dan kita juga cari-cari referensi dari majalah otomotif bagaimana hotrod itu identiknya dengan apa. yang pasti gini mas, kita itu kan sudah menggali informasi pertama informasi dari target audiens secara khususnya yaitu anggota komunitas, tapi ya secara informal saja kita undang mereka untuk ngumpul kita ngobrol-ngobrol yang arahnya itu apa sih yang mereka harapkan dari suatu acara otomotif khususnya kelas Hotrod? Selanjutnya ya kita juga menggali dari panitia, misalnya rangkaian acara, tema acara, serta penjadwalan pastinya. Nah dari situ kita kembangin lagi penginnnya ketua panitia itu *event* ini di iklankan Harus amerika banget dekat dengan mobil-mobil Amerika yang power full dan garang. Setelah itu otomatis kita menentukan beberapa media yang akan dicapai untuk memenuhi target tersebut. Setelah itu masuk ke tahap desain yang akan ditampilkan, dimana dalam desain tersebut mencakup beberapa informasi yang dihadirkan dalam event tersebut.

Q: Media apa saja yang dipakai untuk promosi *event* Hotrod Weekend Party ?

A: Medianya berupa media billboard, videotron, rountex, dll. Kalo media videtron sama baliho sih karena kita udah punya media itu duluan. Nah kalo yang lainnya, jangkauan untuk media promo itu berbeda-beda seperti waktu tayang promo. Kaya kalo kita pakai videotron selain memang sudah punya medianya, videtron kita nilai lebih fleksibel dan berfungsi sebagai pendetailan iklannya, jadi misal di dalam video ada acara-acara di HWP

bisa kita kasih visual yang bergerak, contohnya misal ada tulisan dunktank dalam acara HWP, nah di videotron kita kasih video kegiatan dunktank itu seperti apa sih, wujudnya seperti apa sih. Jadi kalau pakai videotron, masyarakat jadi lebih tau detail acaranya itu seperti apa.

Q: Mengapa menggunakan media tersebut ?

A: Kalo media videtron sama baliho sih karena kita udah punya media itu duluan. Nah kalo yang lainnya, jangkauan untuk media promo itu berbeda-beda seperti waktu tayang promo. Kaya kalo kita pakai videotron selain memang sudah punya medianya, videtron kita nilai lebih fleksibel dan berfungsi sebagai pendetailan iklannya, jadi misal di dalam video ada acara-acara di HWP bisa kita kasih visual yang bergerak, contohnya misal ada tulisan dunktank dalam acara HWP, nah di videotron kita kasih video kegiatan dunktank itu seperti apa sih, wujudnya seperti apa sih. Jadi kalau pakai videotron, masyarakat jadi lebih tau detail acaranya itu seperti apa.

Q: Bagaimana mengukur efektivitas dari media yang dipakai?

A: Hmm... kalau efektif itu lebih dilihat dari dimana media promo itu berada, misal katakanlah billboard kalau billboard itu ada di tempat keramaian seperti bangjo atau manalah. Cuma media billboard itu lebih menampilkan acara itu apa dan dimana, karena gak bisa berubah-ubah, nah kalau videotron bisa memperlihatkan keseruan dalam acara tersebut, dimana hal itu tidak bisa ditampilkan di media seperti billboard. Ketika ditampilkan di videotron diharapkan masyarakat lebih tertarik.

Q: Apa tujuan yang ingin dicapai dari strategi kreatif event Hotrod Weekend Party?

A: Tujuannya yang pertama dapat mencapai target audience, yang kedua branding event yang dimana itu suatu acara yang memiliki ciri khas tersendiri

Q: Kenapa memilih branding sebagai tujuan menurut anda ?

A: Ya karena event ini kan baru mau yang kedua kalinya, jadi tujuan iklan ini ya buat membesarkan nama event HWP agar masyarakat tau dengan event ini.

Q: Iklan itu apa ?

A: Iklan itu menurutku suatu media yang digunakan seseorang untuk mempublikasikan suatu productnya atau hal yang diciptakan agar hal tersebut bisa dinikmati orang lain dengan mencakup beberapa unsur, mulai dari sistem yang dipakai atau desain visual yang akan disuguhkan ke orang lain.

Q: Apakah iklan penting bagi sebuah event ?

A: Penting banget, tanpa iklan masyarakat nggak akan tau event ini akan diselenggarakan dimana, kapan dan isinya ada apa aja.

Q: Pesan seperti apa yang dibuat agar menarik minat pengunjung ?

A: Eee... pesan dalam bentuk desain yang jelas dalam pemilihan style desain. Style desain itu kan banyak banget, banyak genrenya, kita bikin yang emang benar-benar mempunyai ciri khas dari event tersebut. Kan itu event Amerika banget, mulai dari mobil motor yang ditampilkan, gamenya, hiburan atau musik yang ditampilkan. Mungkin tambahan lainnya seperti seni yang ditampilkan seperti printstriping dan handlettering. Jadi kita bikin ya yang khas dengan Amerika, seperti pemilihan warna seperti benara Amerika ada merah, putih dan biru, penambahan gambar mobil-mobil hotrod, dll. Selain itu kan di event ini ada perlombaan di setiap konten acara, seperti diecast, printstriping, sepeda lowrider, dll, nah kita bikin juga poster disetiap konten acara tersebut biar tambah menarik di setiap segmennya

Q: Apakah ada alternatif konten iklan lainnya ?

A: Hmm sempat ada satu konsep lagi sih kemarin, tapi setelah didiskusikan kok menurut pihak hotrodiningrat mirip rival mereka, yaudah akhirnya diganti dengan yang terakhir ini.

Q: Jika ada alternatif konten iklan lainnya, mengapa akhirnya memilih konten iklan yang terakhir disepakati ?

A: Ya karena ide yang terakhir ini lebih mewakili ke event yang akan kita buat, temanya kan Amerika banget nih pengennya, yaaaa kita bikin kaya warna background aja kaya warna bendera Amerika, ada merah, biru sama putih, tapi putihnya kita ganti krem biar keliatan vintage.

Q: Bagaimana cara memvisualkan pesan yang ingin disampaikan ke target ?

A: Memvisualkan dalam bentuk desain ya kita ambil item-item yang menjadi ciri khas dari event tersebut yang bergaya Amerika, ya contohnya yang tadi, kita ambil warna merah biru putih, itu merupakan gambaran bendera Amerika, beberapa gambar mobil hotrod, terus kaya semacam venue sirkus yang dimana itu menjadi ciri khas event yang ada di Amerika itu menggunakan semacam tenda-tenda seperti itu, jadi seolah ini Amerika tapi ala Indonesia