

## TRANSKRIP PRA WAWANCARA

### INTERVIEW GUIDE PUBLIC RELATIONS

#### *Public Relations Teater Garasi 2011-2014*

##### **I. Data Informan**

Nama : Galuh Asti Wulandari

Jabatan : Manajer Operasional

##### **II. Pertanyaan**

**P : Sejak kapan teater Garasi memiliki divisi *Public Relations*?**

Sejak 2010

**P : Bagaimana bentuk *Public Relations* pada Teater Garasi?**

Kalau dulu sih masih gabung dengan bagian *enterprise* sekarang sudah sendiri

**P : Apa saja pekerjaan *Public Relations* pada Teater Garasi?**

Sebenarnya *PR*-nya Garasi ga gitu-gitu banget sih. Kalau yang sekarang kita kejar sih *web* itu karena sekarang Garasi sedang fokus pada pembuatan *web* yang baik. Kenapa *web*? Karena *web* merupakan toko *online* pertama ketika orang ingin mengetahui mengenai Garasi. Maka dari itu *PR* saat ini sedang berfokus pada hal itu, sama kita juga mengejar *bilingual* karena pengunjung *web* Garasi juga ada yang dari luar maka hal itu perlu. *Web* itu kami kerjakan sendiri, dulu sempat dua atau tiga kali kerjasama dengan pihak luar tapi banyak problem. Dulu itu problemnya ketika semua mau di munculkan jadi nge-*hang*. Jadi untuk yang sekarang kita kerjakan sendiri, bukan saya tapi ada teman disini yang memang jago

IT. Kalo *web* sih kita pengennya itu tetap estetik jadi dilihat tetap indah namun juga simple dan informatif. Kalau *input data* aku yang *upload*.

Kalau pekerjaan seperti publikasi, *create event*, *tweeting* dan *tweet*-nya harus di *abush* kemana itu dikerjakan oleh bagian *enterprise*. Kita juga bekerja sama dengan *aacount* yang *follower*-nya banyak atau enggak dengan Pamit Yang-Yangan. Itu semacam *radio streaming* yang punya *follower* banyak dan banyak dibuka orang. Tadinya sih karena Garasi punya pertunjukan musik jadi kenal Pamit Yang-Yangan, nah terus pas ada salah satu pertunjukan musik mereka *live streaming* disini. Maka itu Garasi sering minta tolong Pamit Yang-Yangan untuk nge-*Bush twitter*-nya, pengennya kan kalo Garasi ada *event* itu bisa jadi *trending topic* di *twitter* kan.

Kita juga menyiapkan *Kit* berisi *company profile* dan *video disc* berisi potongan pertunjukan Garasi bagi para seniman, khususnya yang sedang melakukan kunjungan keluar. Ini fungsinya untuk mengenalkan Garasi jika nanti mereka bertemu dengan publik. Hal ini juga merupakan keuntungan bagi Garasi, karena seniman yang tergabung di dalam Garasi merupakan seniman kolektif artinya mereka telah mapan dalam artian tertentu. Mereka juga memiliki *concern* masing-masing terhadap suatu hal misalnya, Naomi lebih *concern* terhadap *gender* sementara mbak Mira lebih kepada buruh migran. Sehingga masing-masing seniman memiliki ciri khas masing-masing. Di Indonesia sendiri sangat penting bagi seniman untuk mampu mengabarkan mengenai dirinya sendiri. Jadi istilahnya walaupun *PR*-nya ga jalan namun kelompok teater masih bisa berjalan karena masing-masing senimannya telah menjalankan fungsi *PR* dalam dirinya. Di Garasi itu masih berlaku, jadi tidak serta merta karena ada *PR* semua fungsi tersebut di ambil alih oleh *PR* karena yang sering jalan-jalan dan bertemu publik kan mereka.

*Public relations* itu juga kaitannya dengan *maintenance data base* penonton ya, itu juga yang terus menjadi *concern* Garasi. Paling ga harus

di sapa pas hari besar di *e-mail* atau untuk kegiatan-kegiatan yang harus di *publish* secara umum itu juga dikabarkan biasanya mereka memperoleh *e-mail* dari Garasi. Jadi di *e-mail*-nya Garasi ada Grup, ada grup media, grup penonton. Namun belum ada *treatment* khusus bagi penonton yang masih menjadi *concern* kita. Tapi sekarang kita punya *public fundrising* namanya SAGA atau Sahabat Garasi ini juga berasal dari hal itu. Jadi kita mengajak fans Garasi, penonton atau publik yang peduli dengan Garasi untuk membantu Garasi melalui bantuan berupa materi yang dikirimkan *via auto debet* atau *transfer*.

## TRANSKRIP WAWANCARA

### INTERVIEW GUIDE PUBLIC RELATIONS

#### A. *Public Relations* Teater Garasi 2011-2014

##### I. Data Informan

Nama : Galuh Asti Wulandari

Jabatan : Manajer Operasional

##### II. Pertanyaan

**P : Bagaimana Garasi mencitrakan kelompok teaternya? Apa yang berbeda dari kelompok teater lain?**

- Pertama kami kontemporer, kalo kontemporer itu serinngnya ya kami mengeksplorasi ruang yang ada artinya ya tidak terlalu pakem, walaupun ada *stage* dan area penonton tidak berarti bahwa kami harus bermain di *stage* dan penonton di area penonton, lebih fleksibel.
- Kami selalu berbasis riset, semua ada landasannya bisa di proses. Isu yang diangkat berdasarkan isu sosial. Ini memang tidak secara khusus terformulasikan tapi itu bisa dirasakan oleh orang yang bekerja sama dengan kami. Kemarin ada salah seorang seniman yang mencoba membahasakan, yaa lebih ke isu sosial manusia, yakni bagaimana melihat manusia secara utuh menyeluruh.

**P : Dengan cara apa *public relations* dan tim menyampaikan citra Garasi kepada publiknya?**

Belum ada yang secara spesifik, jadi memang masih ternyata melalui hasil kerja. Belum secara spesifik dikelola oleh humasnya, tetapi di masing-masing senimannya telah menubuh jadi ketika keluar bekerja dapat dilihat bahwa mereka adalah teater Garasi.

**P : Bagaimana cara mempertahankan citra Garasi di mata publik?**

Kita sepakat menjadi teater yang seperti, jadi kita harus melakukannya. Tidak ada cara yang spesifik. Dan juga ada mekanisme pada masing-masing seniman semacam *curriculum development* dimana seniman akan saling berbagi mengenai *project* yang sedang ditangani, dan akan saling memberikan *feedback* nanti saling melihat bagaimana reaksi publik dan *stakeholder*. Saya rasa ini juga menjadi cara untuk menjaga “Teater Garasi” pada masing-masing seniman, di luar kami memiliki *artistic director* yang bertugas untuk hal tersebut kami saling menjaga.

**P : Siapa saja publik sasaran Garasi?**

- Publik Garasi yang jelas bukan anak-anak, kalau dari kisaran umur mungkin anak SMA lah 15- 70 tahun, karena banyak juga senior yang masih suka menonton teater Garasi.
- Kalau dari segi profesi lebih banyak dari kelas menengah.
- Kalau mahasiswa biasanya UNY, UAD, UMY, UGM. Tapi memang jarang kalau model sekolah tinggi gitu.

**P : Isu-isu apa saja yang terkait teater Garasi?**

Lebih kearah sosial, kami sekarang sedang menggarap *wondering wonderland* terusnya sehabis Suara yang pernah dipentaskan di *Erasmus huis* isinya soal dunia yang semakin *chaos* pasca 98’.

**P : Apa tujuan dari kegiatan PR yang dilakukan oleh teater Garasi?**

Supaya informasinya selalu *update* kabar tentang kesibukan dan kebaikan Teater Garasi yang selalu dikejar oleh humasnya adalah selalu *update* dan sekarang *artist collective* sehingga semakin banyak yang harus dikabarkan.

**P : Apa saja alat kerja PR Garasi saat ini?**

- Media sosial itu (*website, e-mail, facebook* dan *twitter*).

- Cetak kami sekarang punya *newsletter* namanya SAGA, biasanya kami gunakan untuk mengenalkan Teater Garasi pada publik misal, pada perusahaan sampai gubernur.
- Kami juga punya DVD *show real* yang isinya tujuh pertunjukan kita, dan *company profile* jadi itu satu *kit*.
- Poster kami juga buat tapi tidak banyak, paling buat dua eksemplar. Kadang juga undangan berbentuk *postcard*.

**P : Alat kerja berbasis sistem internet apa saja yang digunakan oleh PR Garasi?**

Yaa medsos itu (*facebook, twitter, website, e-mail, youtube*) kami juga menggunakan *whatsaap* sebagai pengganti SMS tapi secara personal bukan grup bentuknya

**P : Bagaimana alat kerja baru ini membantu PR dalam menjalin hubungan dengan penonton?**

Lebih ke segeraan, ya internet kan segera, kalo jaman dulu kan pake undangan. Kalau alat kerja berbasis internet kan *update* nya lebih cepat, responnya juga serta dapat juga dibantu untuk disebar, misalnya *re-tweet* atau bisa di *reply* pada *twitter*

**P : Siapa saja penonton Garasi?**

Penonton Garasi adalah kelas menengah terdidik (mahasiswa, akademisi, pekerja LSM, kantoran, *white collar*).

**P : Bagaimana cara PR teater Garasi mengkategorikan atau mengklasifikasikan penonton?**

Klasifikasi lebih dibedakan melalui buku tamu dan juga penjaga *front desk* yang biasanya akan menghapali setiap penonton yang sering datang sehingga lama-kelamaan akan hapal dengan sendirinya, siapa pecinta musik atau teater. Terlebih penonton teater Garasi tidak seberagam penonton teater Gandrik sehingga, lama-kelamaan hapal dengan sendirinya

**P : Bagaimana cara Garasi membangun serta menjalin komunikasi dengan penonton?**

Kalo secara institusi lewat alat. Kalo masing-masing seniman, personal masih diberlangsungkan. Jadi masing-masing seniman memiliki *network* sendiri-sendiri dan kemudian berteman, kemudian menjadi *fans*. Hal ini mungkin terjadi karena bentuk Garasi masih kelompok, jadi hubungan kekerabatannya masih dapat terjaga.

**P : Biasanya informasi apa saja yang disampaikan kepada penonton?**

Yang pertama tentu saja aktivitas seniman dan *event* aktivitas lembaga. Selain itu juga informasi produk, kebanyakan produknya Garasi itu buku (foto, pertunjukan, kumpulan puisi, dls). Sementara kaos hanya untuk selingan *event*.

**P : Ditujukan bagi siapa saja media sosial teater Garasi?**

Kami tidak *me-range* penerima medsos Garasi siapa saja. Jadi kami membuat pesan sesuai dengan karakter media sosialnya. Akhirnya pesan pada media sosial ditujukan bagi siapa saja.

**P : Bagaimana Garasi menggunakan media sosialnya?**

Ada petugas khusus, dan harus ada admin yang dengan senang hati melakukannya. Bagaimana teater Garasi memilih orang yang memang suka menggunakannya. Adminnya itu ada Naomi dan Gunawan, mereka mengoperasikan rata-rata media sosial yang digunakan teater Garasi.

**P : Bagaimana humas Garasi mengelola pesan pada masing-masing media sosial (*e-mail, facebook, twitter dan website*)?**

Yaa jadi kalo *facebook* pesan bisa di buat panjang namun tetap sesuai, sementara *twitter* harus paham bagaimana cara motong-motong pesannya supaya tetap sama maksud dan intinya, *website* di gunakan untuk *update* informasi secara menyeluruh tanpa di potong atau di sederhanakan.

**P : Respon apa yang diterima oleh Garasi melalui hubungan yang dijalin melalui media sosial dengan penontonnya?**

Responnya baik

**P : Apa indikator keberhasilan komunikasi yang dilakukan oleh Garasi terhadap penoton? Indikator keberhasilannya kalau orang datang menonton**

## TRANSKRIP WAWANCARA

### INTERVIEW GUIDE PUBLIC RELATIONS

#### *Public Relations 2011-2014*

#### **I. Data Informan**

Nama : Gunawan Maryanto

Jabatan : *Associate Artistic Director*

#### **II. Pertanyaan**

**P : Bagaimana cara Garasi menentukan segmentasi pada masing-masing penonton yang kaitannya dengan pengolahan pesan pada media sosial?**

Ya kita melihat saja dari orang-orang yang datang ketika menonton pertunjukan, maksudnya yang sudah beberapa kali datang ke acara Garasi. Nanti dari sana akan bisa terpetakan siapa saja penonton Garasi, yang jelas paling banyak itu mahasiswa lalu setelah itu pelaku (pegiat seni).

**P : Strategi apa yang dilakukan oleh *Public Relations* Garasi dalam menentukan pesan yang seperti apa yang akan disampaikan kepada penonton pada masing-masing media sosial (*e-mail, facebook, twitter dan website*)?**

Pertama kita harus tau bahwa acara Garasi itu macem-macem ada kelas, pertunjukan, *workshop*, dls. Ini pada tataran bentuk sehingga segmennya berbeda-beda.

Pertama informasi harus dapat tersebar seluas-luasnya, lalu yang kedua bagaimana caranya supaya orang-orang yang kita sasar dapat hadir. Setiap kegiatan Garasi ada *curriculum development*, sehingga ada pembahasan mendalam mengenai: Ini acara apa? Ini tentang apa? Ada alasan kenapa?

Pertanyaan-pertanyaan itu akan membantu ketika harus menyebarkan informasi mengenai kegiatan tersebut.

Semua informasi yang disampaikan itu bersumber dari *press release* yang di buat. *Facebook* misalnya dia bisa membuat pesan yang panjang kan jadi dari segi bentuk tidak terlalu berbeda dengan *release*. *Twitter* sendiri tergantung dari tingkat kepentingan acara, kalau memang perlu nanti akan di buat seri *tweet*-nya. Info umumnya ada, tapi kalau dibutuhkan lebih spesifik akan dibuat seri, kedua juga hal tersebut dilakukan untuk menarik minat. Kita buat cuplikan dari naskah pertunjukan seperti *end game*, tubuh ketiga. *Hashtag* disusun berdasarkan kategori acara, juga digunakan untuk mengecek sampai sejauh mana acaranya. Penentuannya sih pertama sesingkat mungkin, maka jangan sampai memakan ruang terlalu banyak sehingga bagaimana caranya *hashtag* itu sesingkat dan semenarik mungkin.

Dalam segi medsos tidak ada perbedaan bagi segmen mahasiswa dan pelaku kesenian, karena itu bukan ruang diskusi sehingga kita menggunakan bahasa yang mudah di mengerti sehingga tidak bisa ada isu sensitive yang dimunculkan ya jadi informasi umum ajah. Tidak di buat pembedaan karena untuk medsos dia kan ruangnya kecil ya, singkat tidak bisa untuk ruang diskusi. Jadi kita menggunakannya hanya sebagai ruang informasi umum saja. Tapi memang untuk informasi yang lebih mendalam kami punya jurnal, sekarang juga sudah ada *newsletter*.

Ya kalau spesifik untuk pengamat dan pelaku kita ada jurnal dan bisa di baca *online* melalui *e-lebur.co.teatergarasi.org*. Kalau untuk mahasiswa kita ada KANA yang berbentuk *website*, ini digunakan untuk penonton pemula teater Garasi isinya lebih seputar informasi umum dan ringan.

**P : Bagaimana *Public Relations* membuat dan membentuk *official website* milik Garasi?**

Artinya memang wajah Garasi harus berubah dulu kan Garasi juga progresif, jadi ga *stuck* pada satu *image*. Sebenarnya kita bisa pake jasa orang lain, tapi kadang juga menemukan orang dan *developer* yang bagus juga ga mesti cocok *taste*-nya jadi aku memutuskan untuk belajar membuat itu. Mungkin diantara temen-temen aku yang lebih raji belajar itu, bikin *blog* awalnya. Sehingga kemudia tau gimana secara teknis bikinnya, yaudah dengan coba-coba aku bikin juga. Aku kan juga ada pengalaman

bikin *web* punya ku sendiri dan beberapa temen *web*-nya juga aku yang buat. Jadi sejak 2013 itu ganti wajah. Dari titik situ aku bikin petanya, jadi kayak *coloring* dan juga ada Yenu dia sebenarnya pemusik tapi tertarik juga dengan *design grafis* nah dia yang ngerjain imaji-imajinya. Jadi awalnya aku buat peta dasarnya aku mau imajinya gini, gini, gini nanti dia yang ngerjain. Ya begitu itu udah jadi tinggal *maintenance* jadi kalau nanti di *hack* aku harus buat proteksi-proteksi, atau tiba-tiba udah penuh. Aku sendiri dulu *basic*-nya kuliahnya D3 perpustakaan jadi dulu aku awalnya yang ngelola perpustakaan Garasi, kategorisasinya dan macem-macemnya. Terus kuliah lagi di Sastra Jawa, ya ga ada hubungannya dengan IT. Ya itu belajar sendiri lah kalau itu aku.

Wajah yang mau ditampilkan Garasi sebenarnya simple, lebih sederhana. Cuma kalau di lihat dari petanya kan banyak juga disana terlihat bahwa wajahnya beragam *oramung teater tok, ono musik ono seni rupa* jadi biar semuanya bisa muncul gitu.

**P : Pesan seperti apa yang disampaikan oleh *Public Relations* Garasi pada masing-masing penonton melalui media sosial (*e-mail, facebook, twitter dan website*)?**

Informasi teknis, informasi perihal tema kegiatan

**P : Bagaimana *Public Relations* menentukan waktu untuk menyiarkan pesan pada masing-masing media sosial?**

Aku waktu itu dikasih tau sama temen dia pernah ngelakui penelitian gitu jadi katanya waktu yang pas buat nge-*post* itu pertama pas orang sebelum beraktivitas itu jadi dari jam 6 sampe jam 8, terus waktu makan siang jam 12 jam 1, atau enggak pas orang udah selesai beraktivitas jadi sekalian jam 9 jam 10 sampe tengah malem. Nah biasanya kita nge-*post* jam-jam segitu sih.

**P : Apa indikator keberhasilan atas pesan yang disampaikan kepada penonton melalui media sosial?**

Kalau di medsos kan kita butuh penjangkaran penonton, ukuran *real*-nya adalah berapa jumlah orang yang datang ketika pertunjukan atau berapa jumlah tiket yang sudah di

pesan. Target tergantung keperluan acara misal, tema diskusi yang diusung, untuk siapa diskusi tersebut di buat dls. Kalau untuk acara umum seperti pertunjukan dilihat kapasitas ruangnya, yang jelas sebanyak-banyaknya. Contohnya seperti acara besok tanggal dua puluh empat yang Bonita itu, kita buat hanya lima puluh *seat* nah sampai hari ini sudah laku berapa kan itu bisa juga dijadikan indikator. Nanti kalau ternyata jumlahnya tidak sesuai target kan berarti kita harus meningkatkan publikasi.

## TRANSKRIP WAWANCARA

### INTERVIEW GUIDE PUBLIC RELATIONS

#### *Public Relations 2011-2014*

#### III. Data Informan

Nama : Naomi Srikandi

Jabatan : *Associate Artistic Director*

#### IV. Pertanyaan

##### **P : Media sosial apa saja yang di miliki teater Garasi?**

Kalau dulu poster mulai dikirim lewat *e-mail* kepada kelompok teater mahasiswa yang aktif, dengan *facebook* juga kelihatan bahwa kita sangat mengandalkan dunia *digital*. Dulu belum punya akun *facebook* sendiri yang ada baru grup untuk kasih pengumuman. Jadi memang *open grup* dan disikapi lebih kayak majalah dinding sehingga orang bisa ngasih informasi apapun disana, mau orang jualan buku atau apa bisa di *share* disana. Itu banyak kalau aku amati lembaga-lembaga lain banyak yang melakukan hal tersebut kayak Kunci, IVAA, dls. Tapi kami juga punya akun *facebook* teater Garasi, itu aku *set* agar orang tidak bisa sembarang *nge-post* jadi harus ada ijin dari *admin*. Kalo *fanpage* itu cuma kabar dari Garasi, jadi harus admin Garasi yang *posting* disitu. Tapi kalau *profile* itu dia terbatas di pertemanan dan udah penuh, makanya kita buat *fanpage*, itu sejak 2010. Kalau teater Garasi ajah itu sudah lebih lama cuma dulu namanya Koleksi Teater Garasi, nah itu isinya gambar-gambar barang sewaan Garasi cuma itu ga jalan jadi aku ubah. Jadi yang memang akunnya teater Garasi. Jadi juga yang ini karakternya memang Garasi ajah, tapi kalau ada orang *nge-tag* hal yang relevan dengan teater Garasi baru kami tampilkan.

**P : Strategi apa yang dilakukan oleh PR Garasi dalam menentukan pesan yang seperti apa yang akan disampaikan kepada penonton pada masing-masing media sosial (*e-mail, facebook, twitter dan website*)?**

Kalau soal pembahasaan itu seperti pada *facebook* dan *twitter* berusaha untuk tidak menggunakan bahasa yang lebay, jadi tetap formal tapi ga kaku. Kami juga tidak menggunakan akun teater Garasi untuk bercanda. Karena ada karakter sendiri Garasi, kalau untuk *twitter* biasanya yang bikin aku, cindil, yudi dan kadang-kadang Lucy itu artinya kami yang bertanggung jawab dan sudah ada kesepakatan soal penggunaan bahasa yang digunakan. Kami juga tidak seperti Salihara yang bahasanya begitu banget tapi kami memperhatikan penggunaan kaidah bahasa yang baik dan benar, tidak menggunakan bahasa slang. Kalau di perlukan pasti dalam tanda kutip, jadi lebih informatif ajah. Kadang-kadang kami menggunakan dua bahasa tergantung keperluannya. Karena yang mengakses media sosialnya Garasi ga cuma yang berbahasa Indonesia ada yang tidak bisa berbahasa Indonesia.

Cuma yang kurang yaitu membagi informasi yang berguna misalnya *open call*. Biasanya *re-tweet* itu lebih aman karena orang bisa nge-click langsung ke *official account*-nya. Aku sih pengen lebih rajin lagi membagi soal hal itu.

**P : Pesan seperti apa yang disampaikan oleh PR Garasi pada masing-masing penonton melalui media sosial (*e-mail, facebook, twitter dan website*)?**

Informasi kegiatan, program Garasi misalnya *workshop*, acara presentasi magang, dls. Serta capaian teater Garasi.

## TRANSKRIP WAWANCARA

### INTERVIEW GUIDE PENONTON

#### B. Penonton Teater Garasi

##### I. Data Informan

Nama : Sandi  
Umur : 30 Tahun  
Pekerjaan : Pengajar Yoga

##### II. Pertanyaan

**P : Sudah berapa lama anda menjadi penonton Garasi? Sejak tahun berapa?**

Sudah enam tahun sejak tahun 2009

**P : Apakah anda mengikuti media sosial milik Garasi (*fb, twitter, e-mail dan website*)?**

Hanya *facebook* dan *e-mail*

**P : Menurut anda apakah media sosial milik Garasi membantu untuk mendapatkan informasi yang anda inginkan?**

Ya cukup membantu

**P : Bagaimana menurut anda informasi yang disampaikan Garasi melalui media sosial (*fb, twitter, e-mail dan website*)?**

Informasinya cukup jelas

**P : Bagaimana bentuk informasi yang disampaikan Garasi melalui media sosial (*fb, twitter, e-mail dan website*)? Apakah menarik?**

Menarik tidaknya tergantung materi *e-mail/facebook*. Kadang-kadang menarik, kadang-kadang biasa

**P : Apa tindak lanjut yang anda lakukan setelah mendapat informasi dari Garasi melalui media sosial (*fb, twitter, e-mail dan website*)?**

Kalau pertunjukannya menarik, saya datang menonton dan biasanya mengajak teman/info ke teman.

**P : Bagaimana penilaian anda mengenai media sosial milik Garasi?**

Sudah cukup

**P : Apakah anda aktif menerima *e-mail* dari Garasi?**

Ya aktif

**P : Biasanya *e-mail* apa saja yang anda terima dari Garasi?**

*e-mail invitation*

**P : Apakah *e-mail* dikirim secara berkala oleh Garasi?**

Ya, setiap ada *event*, pasti saya dikirimin *e-mail*

**P : Bagaimana menurut anda informasi yang disampaikan Garasi melalui *e-mail*?**

Cukup jelas, biasanya saya lebih sering baca *e-mail* dari pada buka *facebook*.

**P : Apakah informasi yang disampaikan menarik?**

Biasanya *e-mail* isinya *invitation* acara. Kadang acaranya menarik, jadi saya tertarik datang, kadang acaranya tidak terlalu menarik untuk saya jadi saya tidak datang.

**P : Apakah informasi yang disampaikan berguna untuk anda?**

Ya sangat berguna

**P : Tindak lanjut apa yang anda lakukan setelah menerima *e-mail* dari Garasi?**

Karena kebanyakan isi emailnya tentang undangan, kalau menarik saya datang, kalau tidak menarik saya tidak datang.

**P : Bagaimana penilaian anda terhadap *e-mail* milik Garasi?**

Lebih bermanfaat dari pada *announcent/invitation* di *social media*, karena saya jarang buka *social media*.

## TRANSKRIP WAWANCARA

### INTERVIEW GUIDE PENONTON

#### B. Penonton Teater Garasi

##### I. Data Informan

Nama : Mira  
Umur : 28 Tahun  
Pekerjaan : Pemilik usaha *café* Lir

##### II. Pertanyaan

**P : Sudah berapa lama anda menjadi penonton Garasi? Sejak tahun berapa?**

Sejak kuliah, sekitar tahun 2005-an.

**P : Apakah anda mengikuti media sosial milik Garasi (*fb, twitter, e-mail dan website*)?**

Aku ga following sih, tapi biasanya di *mention*. Tapi kalo *facebook*-nya ya lumayan soalnya kan semua undangan mereka buat di *facebook* jadi aku lumayan ngikutin itu sih.

**P : Menurut anda apakah media sosial milik Garasi membantu untuk mendapatkan informasi yang anda inginkan?**

Lumayan membantu ya, terutama di *facebook* karena ada sistem pengingatnya ya. Jadi kalau ada acara apa, dimana dan kapan aku tahu.

**P : Bagaimana menurut anda informasi yang disampaikan Garasi melalui media sosial (*fb, twitter, e-mail dan website*)?**

*Website*, tapi jarang buka *website*-nya. Lebih banyak ke *whatsapp* sih kalo sekarang.

**P : Bagaimana bentuk informasi yang disampaikan Garasi melalui media sosial (*fb, twitter, e-mail dan website*)? Apakah menarik?**

Ya lumayan sih

**P : Apa tindak lanjut yang anda lakukan setelah mendapat informasi dari Garasi melalui media sosial (*fb, twitter, e-mail dan website*)?**

Kalau aku karena ga terlalu ngikutin, jadi begitu dapet undangan misalnya di medsos ya ga terus langsung dateng. Nah cuma beda kalau di hubungi langsung *by whatsapp* (menggunakan kontak personal seniman) itu biasanya terus aku dateng, karena dia kan (teater Garasi) mengingatkan lagi beberapa hari sebelumnya jadi rasanya ga enak kalau misalnya ga dateng.

**P : Bagaimana penilaian anda mengenai media sosial milik Garasi?**

Ya cukup baik

**P : Apakah anda aktif menerima *e-mail* dari Garasi?**

Kayaknya sih mereka kirim terus deh ke aku, aku ga terlalu merhatiin kan karena semua ruang seni mengirim *e-mail* jadi kalau Garasi kirim *e-mail* biasanya langsung ketimpa sama yang lain

**P : Biasanya *e-mail* apa saja yang anda terima dari Garasi?**

Undangan gitu

**P : Apakah *e-mail* dikirim secara berkala oleh Garasi?**

Iya

**P : Bagaimana menurut anda informasi yang disampaikan Garasi melalui *e-mail*?**

Aku tidak terlalu memperhatikan *e-mail* dari mereka karena biasanya isinya sama

**P : Apakah informasi yang disampaikan menarik?**

Ya lumayan menarik

**P : Apakah informasi yang disampaikan berguna untuk anda?**

Kalau di aku sih enggak karena ga *following* kesana ya

**P : Tindak lanjut apa yang anda lakukan setelah menerima *e-mail* dari Garasi?**

Ya paling kalau menarik aku bakal info ke teman melalui pesan pribadi seperti *whatsapp*

**P : Bagaimana penilaian anda terhadap *e-mail* milik Garasi?**

Cukup

... Womher/ant Ditung del: mana?

Wajahil: After jihad  
 - ordinary evil = sisi lain subjeke fundamentalis

Q-U-X : - New kind of floating mess  
 - Konstruksi media: Uol, fble, model, worship  
 - Kebingungan generasi X

→ fanatisme = fundamentalis?  
 → int changeable fble

→ apakah subjeke dan instruksi media tak berbeda?

SEHARIS SUIKRA  
 a (part of) of part 18 "muraqaba"  
 (after a certain number)

Siapa sbg. Nelayak: and is story → muraqaba → to know more part 18  
 Siapa sbg. Bangsi yang dia pamerkan? sbg. Nelayak  
 → White Nelayak

Apa yg terdapat/ada pd subjeke di part 18 ke voice  
 Apa yg menggambarkan/hambatan Subjeke? → Who are you? (muraqaba) (caption)

→ Floating mess → the 98: (level of information)  
 (part 98) (level of information)

→ Judul: Part 98: (level of information)  
 → Tujuan: sbg. (level of information) (level of information) (level of information)  
 → Subjeke: (level of information) (level of information) (level of information)  
 → Subjeke: (level of information) (level of information) (level of information)

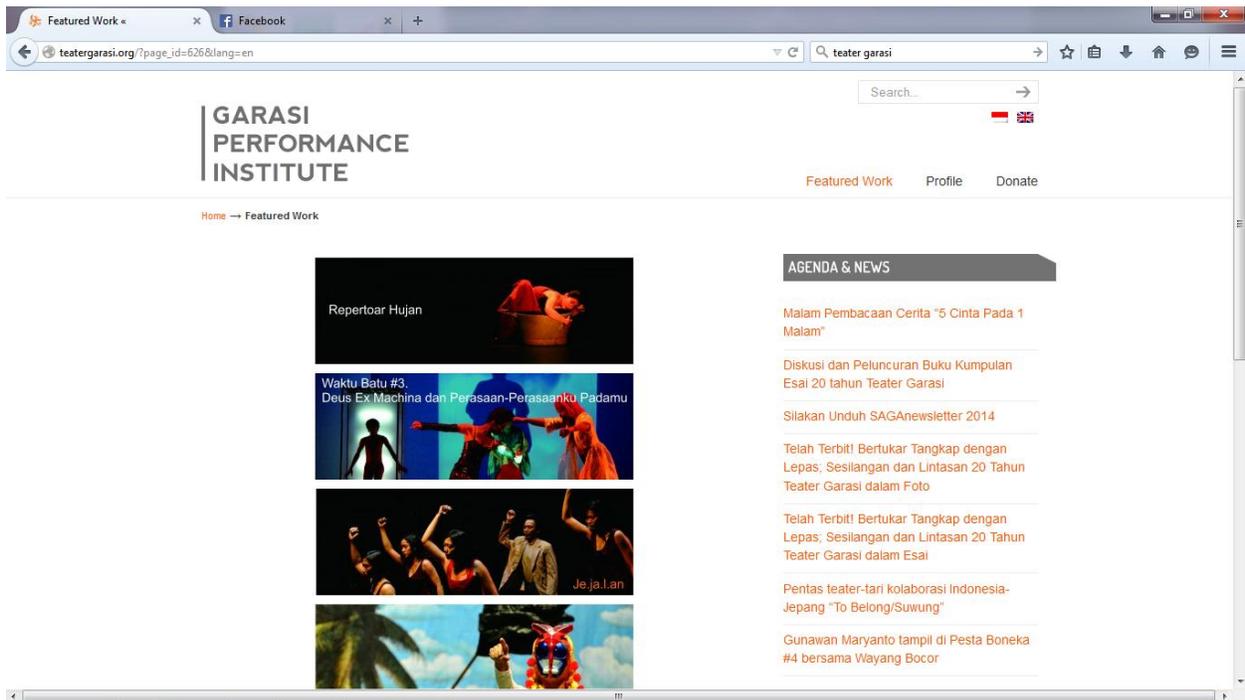
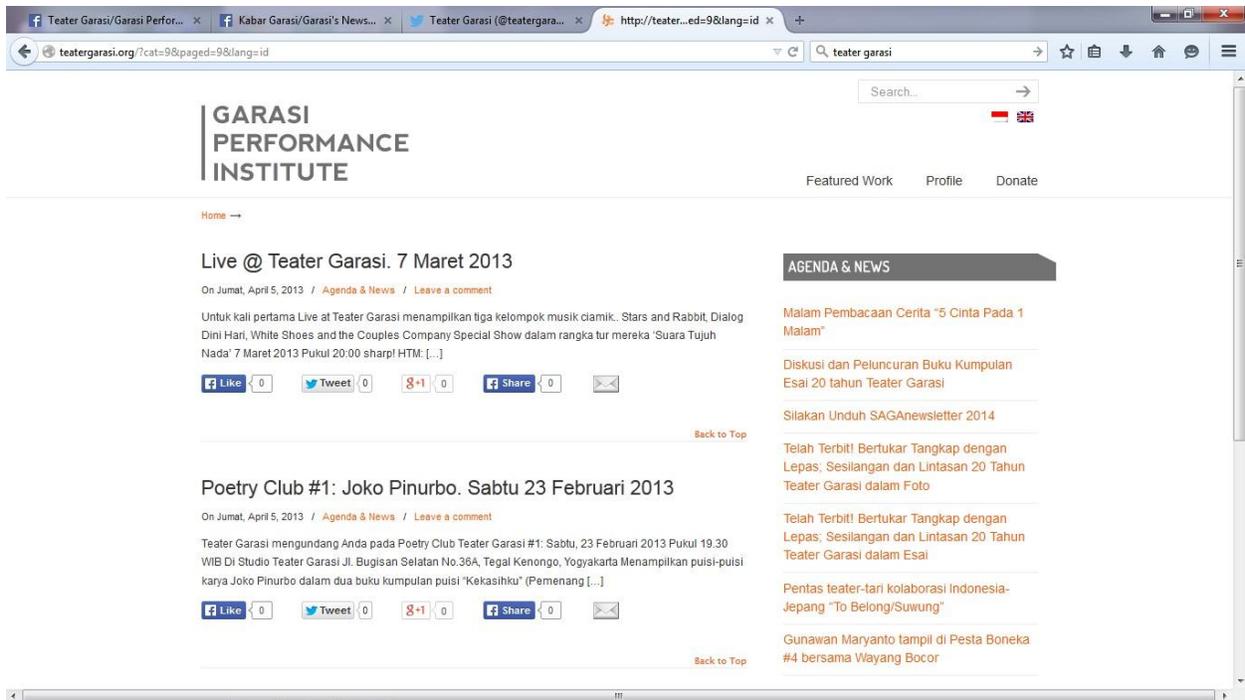
What is Part 18?  
 → Part 18: (level of information) (level of information) (level of information)  
 → Part 18: (level of information) (level of information) (level of information)  
 → Part 18: (level of information) (level of information) (level of information)

in part 18  
 sbg. sbg.  
 is specific  
 area works  
 fble "Nelayak"  
 ke banyak cerita  
 sbg. Archetype  
 sbg. sbg. sbg.  
 sbg. sbg. sbg.  
 sbg. sbg. sbg.

Cerita-usu & Kasus - Narasi 1/2 sbb muraqaba

- Terorisme Agama → sbg. muraqaba
- After Jihad
- Cikeusik
- Kedung Onto
- Media & narasi → sbg. muraqaba → sbg. muraqaba
- A new kind of floating mess → sbg. muraqaba
- Kegagalan materisme → sbg. muraqaba
- Sampang (Sami-Syah)
- Pembangunan yg merendahkan
- Narasi & personal angpa Tim & peribadi sbg. muraqaba

Contoh Hasil Rapat Curriculum Development



**Beberapa Jenis Aktivitas *Public Relations* Pada *Official Website* Milik Teater Garasi**

Facebook page for **Teater Garasi**, dated 17 Maret 2014. The page features a header with the name and a search bar. Below the header, there are navigation tabs for "Teater Garasi", "Kronologi", "2014", and "Maret". A "Tambahkan Teman" button is visible.

The main content area displays a post from **Teater Garasi** dated 17 Maret 2014. The post title is "Yudi Ahmad Tajudin di Esquire bulan Januari." Below the title is a grid of eight photographs showing Yudi Ahmad Tajudin in various poses against a red background. The post text reads: "Yudi Ahmad Tajudin - Teater sebagai Hiburan dan Alat Baca Kenyataan. Dua puluh tahun yang lalu, Anda berusia 21 tahun dan mendirikan Teater Garasi. Apakah mementaskan karya di banyak tempat di luar Indonesia dan mendapatkan... WWW.ESQUIRE.CO.ID".

Below the post, there are options for "Bagikan" and "13 orang menyukai ini." A sidebar on the left shows "TEMAN" and "KESUKAAN" for the month of Maret 2014, listing names like Dira K Mochtar, Guido Chrisna Hidayat, Alief Nurunnahdiah, Patricia Lestari Taslim, and Puri Rheslia Isliani. A sidebar on the right shows a list of friends and a "PERCAKAPAN GRUP" section.

Facebook page for **Teater Garasi/Garasi Performance Institute**, dated 12 Desember 2014. The page features a header with the name and a search bar. Below the header, there are navigation tabs for "Awanda", "Beranda", and "Buat Halaman".

The main content area displays a post from **Teater Garasi/Garasi Performance Institute** dated 12 Desember 2014. The post title is "Teater Garasi/Garasi Performance Institute berbagi acara dari Tony Prabowo." Below the title is a large image for the "Gandari Opera Tari" performance, featuring a red background and the text "Gandari Opera Tari Sebuah kisah dari epik mahabharata Berdasarkan puisi". The post text reads: "Yudi Ahmad Tajudin is directing a Dance Opera GANDARI | 12-13 Dec 2014 | 20.00 WIB | Teater Jakarta TIM. Yudi Ahmad Tajudin menyutradarai sebuah Opera Tari GANDARI | 12-13 Des 2014 | 20.00 WIB | Teater Jakarta TIM".

Below the post, there are options for "Suka - Komentari - Bagikan" and "4 orang menyukai ini." A sidebar on the left shows "KIRIM KE HALAMAN" with links to "Ki Bayu Lasta" and "Satrio Adit". A sidebar on the right shows a list of friends and a "PERCAKAPAN GRUP" section.

## Beberapa Jenis Aktivitas *Public Relations* Pada Facebook Milik Teater Garasi

[Beranda](#)
[Notifikasi](#)
[Pesan](#)
Cari di Twitter

---

**Teater Garasi** @teatergarasi
 
 TWEET 6.287
 MENGIKUTI 223
 PENGIKUT 3.701
 FAVORIT 20
 DAFTAR 3
 [Mengikuti](#)

**Teater Garasi** @teatergarasi · 12 Okt

Turut berduka atas meninggalnya Bapak Dalang Taham, ayah Mbak Wangi Indriya. Semoga diterima di sisi YME dan keluarga mendapat ketabahan :)

**Teater Garasi** @teatergarasi · 11 Okt

Selamat jalan Pak Bakdi. Terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan kami.

5

Teater Garasi me-retweet

**yudi ahmad tajudin** @yudiahta · 11 Okt

Pak Bakdi juga yg meyakinkan saya dan @teatergarasi pentingnya mementaskan Endgame di tahun 98 yang penuh dgn euforia itu. #RIP #BS

5

Teater Garasi me-retweet

**yudi ahmad tajudin** @yudiahta · 11 Okt

Rujukan dan cerita2 Pak Bakdi ttg Beckett dan absurditas, menjadi modal besar @teatergarasi dlm menggarap Endgame di tahun 98 itu. #RIP #BS

5

Teater Garasi me-retweet

**yudi ahmad tajudin** @yudiahta · 11 Okt

Dari bellaulah saya dan teman2 @teatergarasi mendapatkan pemahaman yg luas ihwal absurditas dlm naskah2 Beckett. #RIP #BS

5 1

[Beranda](#)
[Notifikasi](#)
[Pesan](#)
Cari di Twitter

---

**Teater Garasi** @teatergarasi
 
 TWEET 6.020
 MENGIKUTI 218
 PENGIKUT 3.648
 FAVORIT 20
 DAFTAR 3
 [Mengikuti](#)

**Anggoro** @purpalart · 18 Des

To Belong/Suwung penghormatan untuk Slamet Gundono, kolaborasi Indonesia - Jepang cc : @teatergarasi @killthedj



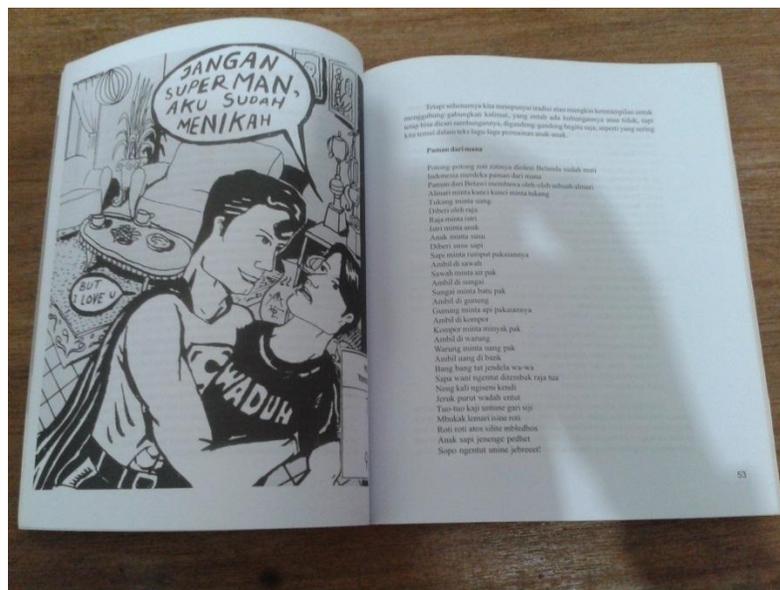
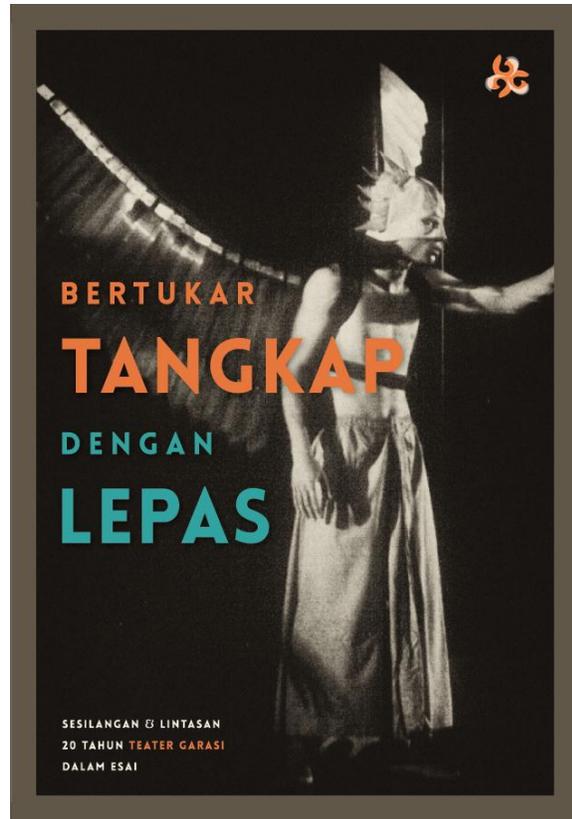
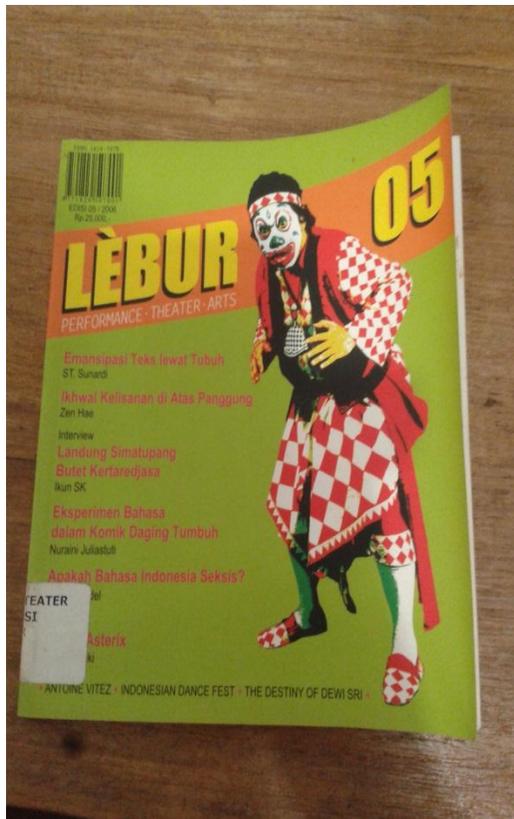
7

**Teater Garasi** @teatergarasi · 18 Des

Terima kasih atas kehadiran teman2 yg menyaksikan To Belong/Suwung di Goethehaus Jkt kemarin&tadi malam. Sampai jumpa di Solo tgl 20 nanti!

4

**Beberapa Aktivitas *Public Relations* Pada *Twitter* Milik Teater Garasi**



**Buku Dan Jurnal Oleh Teater garasi**

15/8/2015

Gmail - Contoh release 2010 : Permohonan liputan pertunjukan dan workshop boneka "Monyet Loe!"



Awanda Brima Destia <awandabdestia@gmail.com>

---

## Contoh release 2010 : Permohonan liputan pertunjukan dan workshop boneka "Monyet Loe!"

1 pesan

---

Teater Garasi/Garasi Performance Institute <garasi@teatergarasi.org>

22 April 2015 11.36

Balas Ke: garasi@teatergarasi.org

Kepada: Awanda Brima Destia <awandabdestia@gmail.com>

----- Forwarded message -----

From: Teater Garasi <garasi@teatergarasi.org>

Date: 2010-08-13 22:50 GMT+07:00

Subject: Permohonan liputan pertunjukan dan workshop boneka "Monyet Loe!"

To: undisclosed-recipient <Undisclosed-Recipient@spf7-12.us4.outblaze.com>

Kepada Yth.  
Redaksi Seni & Kebudayaan

Dengan hormat,

Bersama ini kami sampaikan bahwa Teater Garasi bekerjasama dengan Lakon Theatre dan Yayasan Umar Kayam akan mempersembahkan sebuah pertunjukan teater boneka berjudul "Monyet Loe!" dan workshop teater boneka pada tanggal 20-29 Agustus di Yogyakarta. Pertunjukan "Monyet Loe!" terbuka untuk umum, dikhususkan untuk anak-anak dan tidak dipungut biaya.

Pertunjukan ini sudah dilaksanakan di beberapa kota dan desa lain sebelumnya seperti Solo, Tawangmangu, Delanggu, Pati, Sukolilo, Tegal, Slawi, Majalengka, Lembang, Ciwidey, Bandung, Jakarta dan juga Bukit Lawang - Medan, dan Ketambe - Aceh Tenggara. Yogyakarta adalah stasiun akhir dari tour teater boneka ini.

Sehubungan dengan hal itu kami bermaksud mengajukan permohonan kiranya Anda berkenan memuat media release perihal acara tersebut di surat kabar yang Anda kelola, dan jika memungkinkan untuk mengirimkan reporter guna meliput berlangsungnya acara tersebut.

Demikian permohonan ini disampaikan. Atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 13 Agustus 2010

**Reni Karnila Sari**  
Pimpinan Produksi

—  
Teater Garasi; Laboratory of Theatre Creations

15/8/2015

Gmail - Contoh release 2010 : Permohonan liputan pertunjukan dan workshop boneka "Monyet Loe!"

Jl. Bugisan Selatan No. 36 A  
Tegal Kenongo Yogyakarta 55181, INDONESIA  
Phone/Fax. +62 274 415844  
E-mail: [garasi@teatergarasi.org](mailto:garasi@teatergarasi.org)  
Homepage: [www.teatergarasi.org](http://www.teatergarasi.org)

Manajemen Teater Garasi didukung oleh / Teater Garasi's Management is supported by HIVOS

### 3 lampiran



**MonyetLoe1.jpg**  
3364K



**workshop bermain boneka-Solo.jpg**  
2376K



**media release.doc**  
33K

15/8/2015

Gmail - Contoh email SAGA Newsletter 2014



Awanda Brima Destia <awandabdestia@gmail.com>

---

## Contoh email SAGA Newsletter 2014

1 pesan

---

Teater Garasi/Garasi Performance Institute <garasi@teatergarasi.org>

22 April 2015 10.52

Balas Ke: garasi@teatergarasi.org

Kepada: Awanda Brima Destia <awandabdestia@gmail.com>

Sahabat Garasi yang baik dan kami hormati,

Tak terasa satu tahun berlalu sejak Teater Garasi/Garasi Performance Institute mulai meluncurkan program penggalangan dana publik dalam mewujudkan visi dan kerja-kerja kami. Melalui surat ini kami ingin menyampaikan banyak terima kasih kepada Anda, Sahabat Garasi, yang telah mendukung kerja kami di sepanjang tahun ini.

Penggalangan dana publik yang kami beri nama SAGA sebagai akronim dari Sahabat Garasi ini, juga ingin meminjam makna kata 'saga' sebagai sebuah kisah kepahlawanan yang panjang. Ya, kami pun mencita-citakan keterlibatan para Sahabat Garasi yang panjang dan berkelanjutan, yang menegaskan bahwa kerja penguatan seni pertunjukan di Indonesia dan Asia adalah pergulatan bersama yang terus-menerus oleh berbagai pemangku kepentingannya, dan Sahabat Garasi adalah bagian penting di dalamnya.

Oleh sebab itu, seperti yang sudah kami janjikan di awal keterlibatan Anda sebagai SAGA, perkenankan kami menyampaikan laporan kegiatan Teater Garasi/Garasi Performance Institute di tahun 2014 yang terlampir dalam format PDF di dalam surat ini. Laporan ini sengaja kami kemas dalam bentuk *newsletter* tahunan agar memudahkan para Sahabat Garasi dalam memantau perkembangan kami setiap tahunnya dalam narasi-narasi informatif yang disertai gambar. Selain laporan tahunan dalam bentuk *newsletter* yang merangkum seluruh kegiatan kami ini, tahun depan kami akan mulai mengupayakan *newsletter* bulanan yang sifatnya lebih khusus menyoroti masing-masing kegiatan kami di sepanjang bulan yang berjalan.

Semoga dengan demikian upaya para Sahabat Garasi untuk terlibat dalam kerja-kerja penguatan seni pertunjukan sebagai alternatif cara baca kenyataan sosial kita hari ini akan terus terawat dan berkelanjutan.

Salam hangat dan selamat berakhir tahun,

Naomi Srikandi

*Associate Artistic Director*

15/8/2015

Gmail - Contoh email SAGA Newsletter 2014



**Teater Garasi/Garasi Performance Institute**

**address:**

**Nitiprayan 164B Rt 04 Ngestiharjo Kasihan Bantul  
Yogyakarta 55182 INDONESIA**

**phone/fax: +62 274 415844**

**e-mail: [garasi@teatergarasi.org](mailto:garasi@teatergarasi.org)**

**homepage: [www.teatergarasi.org](http://www.teatergarasi.org)**

**facebook page: Teater Garasi/Garasi Performance Institute**

**twitter: @teatergarasi**

**Manajemen Teater Garasi didukung oleh / Teater Garasi's Management is supported by HIVOS**



**SAGAnewsletter\_2014.pdf**  
5633K

15/8/2015

Gmail - Contoh undangan 2



Awanda Brima Destia <awandabdestia@gmail.com>

## Contoh undangan 2

1 pesan

Teater Garasi/Garasi Performance Institute <garasi@teatergarasi.org>

18 Maret 2015 11.16

Balas Ke: garasi@teatergarasi.org

Kepada: Awanda Brima Destia <awandabdestia@gmail.com>, Awanda Brima Destia <miss.alone2011@gmail.com>



Garasi Performance Institute mengundang Anda pada:

## Malam Pembacaan Cerita 5 Cinta Pada 1 Malam

Sabtu, 14 Februari 2015

Pukul 19.30 WIB

Di Studio Garasi Performance Institute

Nitiprayan 164 B RT 4, Yogyakarta

Menampilkan

Agus Noor

Gunawan Maryanto

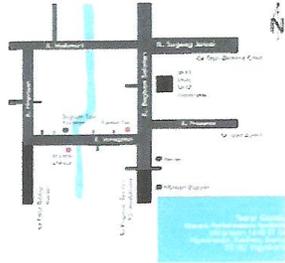
Komang Ira Puspita

Naomi Srikandi

Puthut EA

Silakan datang. Tersedia juga buku-buku dan *merchandise* dari Jualan Buku Sastra, penerbit Tan Kinira, Garasi Performance Insitute.

Sampai jumpa!



**peta Garasi.jpeg**  
44K