

## LAMPIRAN 1

### TRANSKRIP WAWANCARA

#### A. Wawancara Pihak Internal CV. Retro Classic Cycle (KUSTOMFEST)

##### ➤ Bapak Aan Fikriyan, Wakil Direktur CV. Retro Classic Cycle

1. Latar belakang terbentuknya *event* Kustom Kulture Festival (KUSTOMFEST) ?

Jadi latar belakang dari adanya *event* KUSTOMFEST ini adalah kita pengen menunjukkan karakter bangsa Indonesia yang mampu merancang dan membuat sesuatu khususnya di bidang *engineering*. Kemudian kita perlu menghadirkan sebuah ruang kustom kulture. Apa itu kustom kulture? Ini idiom global tentang kumpulan orang-orang yang merancang bangun otomotif baik motor, mobil ataupun hal-hal yang mengikutinya seperti sepeda, model *skill miniatur* untuk melahirkan hal-hal baru. Nah atas dasar itu kemudian kita perlu menghadirkan sebuah festival. Mengapa festival, kok tidak pameran saja, bukan *event* saja? Nah itu supaya ini dirayakan, ini adalah perayaan atas karya-karya kustom kulture dan kemudian nama festival tersebut adalah KUSTOMFEST. Berdiri di awal 2012 mas Lulut (direktur CV. Retro Classic Cycle) , saya dan Mas Hidayat (Direktur Marketing) 3 orang ini *founder*-nya.

2. Apa tujuan utama dari *event* tersebut ?

Nah kalau untuk tujuan utama dari *event* ini adalah mengembangkan potensi anak bangsa khususnya pada bidang kustom otomotif. Bukan sekedar jumlah pengunjung, justru yang menjadi target utama kami adalah banyak potensi-potensi yang kita himpun sehingga mereka dapat terpicu untuk berkembang dan KUSTOMFEST ini menjadi ruang bagi mereka dalam berkembang. Namun tetap ada hal-hal yang kami tekankan yaitu pada poin kualitas karya yang semakin berinovasi tidak hanya itu-itu saja dan tentunya harus berfungsi sebagaimana kendaraan pada umumnya.

3. Apa alasan mengambil tema "*No Boundaries*"?

Kemudian mengenai KUSTOMFEST “*No Boundaries*” jadi setiap tahunnya itu KUSTOMFEST memiliki sebuah tema yang kuat sebagai penanda. Berawal dari tema pertama “*This is Our Garage*” ini garasi kami dari garasi lahir pemikiran-pemikiran luar biasa. Kemudian banyak tema-tema ditahun berikutnya hingga sampai kepada tema ke-6 yakni “*No Boundaries*”. Apa itu “*No Boundaries*”? Secara harfiah kan tanpa batasan, artinya sebenarnya orang-orang kita ini terjebak, selalu pengen menyempitkan ruang. Kami mencari karya yang *out of the box*. Misal biasanya mesin mobil buat bikin mobil, kini mesin mobil buat motor. KUSTOMFEST memiliki tujuan ingin mengangkat karya-karya anak bangsa agar dikenal oleh dunia dan kemudian karya-karya tersebut dapat terdokumentasikan dengan baik. Kami tidak ingin Indonesia hanya terkenal sebagai Negara kepulauan akan tetapi juga dikenal dengan karya-karya anak bangsa yang *out of the box*. Jadi mari kita bicara dengan karya! Di Indonesia ini kenapa bangsa kita ini nggak *move* karena kita selalu mempersulit, sudah jelas-jelas kita punya kesempatan tanpa batas tapi selalu disempitkan oleh hal-hal yang tidak penting. Kemudian sering *keminter*, “oh ini harusnya gini, bagusya gini” jadi orang ketika mau berkarya dibatesin terus. Nah padahal yang lebih penting itu kita ini mau bikin apa to. Bikin karya motor, untuk dimana? Di jalan raya, ya kan? Gayanya mau seperti apa? ya ada motor bebek, *matic*, *sport* dan lain sebagainya kan beda-beda, artinya tergantung tujuannya. Seseorang membuat sesuatu itu bebas, kamu mau bikin bakpia yang gedanya satu kelingking sama satu gentong kan ya bebas saja, tetapi kan tujuannya sanggup nggak? Bisa mateng nggak? Hal yang paling penting itu, akhirnya kita mencetuskan *tag line* atau tema “*No Boundaries*” tidak ada batasan dalam dunia kustom dan setiap karya harus tau tujuan dan harus berfungsi sesuai karya tersebut di buat, misal mau buat motor 8 meter, lhah kalau kayak gitu yang mau naikin gimana ? Jadi karyannya itu harus sesuai tujuan awal.

4. Siapa saja yang menjadi target utama dari KUSTOMFEST?  
Kayak tadi kan yang aku udah bilang, kita ini *event* tapi bukan pengunjung yang jadi target utama kita. Kita lebih fokus kepada pengembangan potensi kustom yang ada di Indonesia khususnya agar bisa bersaing dengan dunia kustom Internasional. Semakin banyak potensi yang kita himpun maka semakin berkembang juga potensi *engineering*

Indonesia, artinya yang menjadi target kami di sini adalah para *builder* bangsa Indonesia khususnya.

5. Bagaimana proses pemilihan target *event* KUSTOMFEST?  
Untuk pemilihannya tentu saja sesuai dengan tujuan awal kami. Karena tujuan KUSTOMFEST ini menghadirkan ruang untuk para *builder* berkembang ya kita pilih saja *builder* Indonesia sebagai target. Sebenarnya itu banyak komunitas atau perseorangan yang bergerak di dunia kustom otomotif, apalagi di Jogja cuman masih belum ada ruang yang mampu mempertunjukkan hasil karyanya pada saat itu.
6. Dari manakah sumber pendanaan *event* tersebut?  
Kalau sumber pendanaan kita ada dana internal dan juga *sponsorship*, Booth Rent, dan Tiket masuk pengunjung, pemasukan kita paling besar ya dari situ.
7. Adakah dukungan dari pihak pemerintah baik dalam bentuk materil ataupun *non* materil?  
Kalaupun pemerintah sih ya sejauh ini baru memberikan dukungan secara moril ya, belum sampai ke materil, tapi nggak tahu ya besok kedepannya karena KUSTOMFEST kan sekarang sudah masuk dalam dertan 100 *Wonderful Event* dan juga di dukung 100% oleh BEKRAF ya harapannya pemerintah bisa memberikan bantuan materil juga.
8. Apa sajakah jenis kompetisi yang ada pada *event* KUSTOMFEST “*No Boundaries*” 2017?  
Untuk jenis kompetisi kita setiap tahunnya bisa sama atau bisa dikurangkan ataupun ditambah sesuai kebutuhan. Nah kalau di tahun 2017 “*No Boundaries*” punya Kustom *Bike Show*, *Hot Rod & Kustom Cars Show*, *Kustom Bicycle & Pedal Car*, *Helmet Kustom Paint Kontest*, *Die Cast Show & Kontest*, *BMX Kontest*.
9. Apa yang menjadi *standard* penilaian dalam *event* KUSTOMFEST “*No Boundaries*” 2017?  
Ya jelas banyak poin yang menjadi tolak ukur penilaian ya mbak. Artinya karya yang lolos seleksi ini tidak hanya *waton* modifikasi aja, tapi juga harus sesuai dengan ketentuan. Karya yang lolos harus berfungsi dan

layak di kendarai. Selain itu juga karya yang ada harus berinovasi yang artinya nggak cuman itu-itu aja supaya dunia kustom ini juga semakin berkembang dan tidak *stuck* di situ saja seperti Indonesia yang sudah-sudah.

10. Kompetisi manakah yang paling banyak peminatnya?  
Kalaupun paling banyak peminat semua banyak peminatnya, hanya saja untuk lolos kan tidak mudah. Banyak yang mendaftar mbak, tapi kembali lagi, tidak semuanya bisa lolos.
11. Adakah peningkatan jumlah peserta selama 6 tahun berturut-turut?  
Oh ya jelas ada, karena setiap tahun kami adakan evaluasi juga. Awal tahun 2012 kami sudah lumayan di terima dan pada tahun berikutnya ternyata kami mendapat respon yang semakin positif sehingga kita mendapatkan jumlah peserta yang semakin meningkat. Untuk datanya nanti bisa dilihat sendiri aja ya.
12. Pada tahun berapakah peningkatan yang paling signifikan?  
Kalau peningkatan yang signifikan sih di tahun ke-2 soalnya naiknya paling besar, tapi kalau jumlah peserta terbanyak ya di tahun 2017 ini.
13. Fasilitas apa saja yang diberikan kepada peserta?  
Kalau fasilitas yang diberikan untuk peserta mulai dari buku regulasi, kaos peserta, *free pass* masuk, *welcoming party*, sertifikat partisipasi. Selain itu juga kita nyediain *official booth* di saat hari pelaksanaan. Peserta juga bisa kontak kita secara langsung kalau ada hal-hal yang dibutuhkan atau sekiranya kurang jelas.
14. Adakah strategi khusus untuk membangun relasi dengan peserta/calon peserta?  
Strategi khusus ya, mungkin kalau di katakan khusus ya kurang tepat ya. Cuman kita lakukan pendekatan-pendekatan kepada peserta maupun calon peserta dengan berbagai macam cara. Kita buat *planning* selama 1 periode kita mau ngapain aja nih, kemudian hal tersebut yang nantinya jadi strategi kita buat menjalin hubungan sama peserta.
15. Bagaimana proses dalam menentukan strategi tersebut??  
Untuk proses penentuan strategi yang akan kita lakuin ya pertama kita lihat fakta yang ada di lapangan, mereka ini butuh apa sih, mereka ini maunya seperti apa. Nah pencarian fakta lapangan ini kita lakukan

melalui hal-hal kecil yang bersifat santai dan *sharing* seperti nongkrong bareng dan sejenis kumpul-kumpul ringan yang lain. Dari hal tersebut kemudian jadi tolak ukur kita dalam menentukan rencana kita kedepannya. Kita berusaha semaksimal mungkin untuk dekat dengan peserta ataupun calon peserta dengan tujuan agar mereka tidak sungkan untuk mengikuti segala kegiatan kita. Salah satunya dengan KUSTOMFEST memberi julukan *partner* bagi para peserta dan calon peserta, karena bagi KUSTOMFEST hubungan kita itu simbiosis mutualisme yang keduanya saling menguntungkan. Hal pertama yang kita lakukan untuk menjaga hubungan yang baik dengan peserta/calon peserta adalah peningkatan kualitas layanan biar komunikasi kita terjalin dengan lancar. Kemudian kita selalu memberikan ucapan-ucapan setiap hari besar dan juga hari jadi kepada para *partner* kita. Kemudian yang ke-3 karena KUSTOMFEST ini peranya adalah mendorong para *builder*, maka KUSTOMFEST juga memberikan dukungan kepada kegiatan-kegiatan *partner* khususnya yang bersifat *gathering*. Yang ke-4 kita ada *award* untuk peserta dan juga orang-orang yang telah berkontribusi besar di dunia kustom otomotif.

16. Apa yang menjadi alasan dipilihnya strategi tersebut?

Kita ini dalam memilih sebuah strategi berdasarkan karakteristik dari target peserta itu sendiri. Dengan tujuan agar tujuan dari KUSTOMFEST dapat tercapai.

17. Bagaimakah fakta yang ada di lapangan? Apakah sesuai dengan perkiraan tim KUSTOMFEST?

Nah kalau fakta dilapangan ini kurang lebih ya sama seperti yang sudah kita bayangkan sebelumnya, jadi kita sudah ada pandangan setidaknya.

18. Adakah hambatan dalam pelaksanaan strategi *customer relations* tersebut?

Untuk hambatannya sih tidak ada sih ya mbak sejauh ini.

19. Adakah kegiatan yang menjadi upaya KUSTOMFEST dalam membangun relasi dengan peserta/calon peserta?

Ya kegiatan-kegiatannya ya itu tadi yang sudah saya sebutkan.

20. Adakah *treatment* khusus yang diberikan untuk peserta/calon peserta? baik sebelum acara, saat acara diselenggarakan dan sesudah acara dilaksanakan.

Kalau ke peserta kita cenderung komunikasi personal. Peserta secara aktif memberikan inputan kritik dan saran atau keluhan secara langsung. Kemudian jika keluhan dapat ditangani saat itu juga ya kita langsung tangani. Nanti segala macam bentuk keluhan dan kritik saran kita tampung untuk bahan evaluasi internal supaya kita bisa perbaiki. Tapi kebanyakan pada komentar di IG kita mengenai kritik sarannya.

21. Media apa sajakah yang digunakan oleh pihak KUSTOMFEST untuk *keep in touch* dengan peserta/calon peserta?

Menyesuaikan sama karakteristik target sih sama ngikut perkembangan jaman juga jadi kita cenderung pake media sosial jaman *now*. KUSTOMFEST punya *Instagram, Facebook, Twitter, e-mail* sama *website*. Selain itu juga kita ada layanan *hotline* telepon, dan *partner* bisa datang ke *office* langsung.

22. Adakah pertemuan rutin dengan target peserta/peserta yang dilakukan oleh pihak KUSTOMFEST?

Kita ga ada sih, kebanyakan mereka sendiri yang membuat kegiatan seperti itu, nah kita disini mendorong dan ikut serta dalam kegiatan tersebut.

23. Bagaimana hasil evaluasi dari penerapan strategi *customer relations* tersebut ?

*So far* hasil evaluasi kami mengenai *customer relations* sih sudah cukup baik dan terlaksana dengan lancar. Kita bisa lihat dari respon *partner* lewat komentar-komentar di *twitter* dan di *instagram* yang cukup ramai dan positif.

24. Apa yang menjadi standar keberhasilan sebuah strategi *customer relations* bagi pihak KUSTOMFEST?

Standar sih kita tidak ada, tapi yang terpenting ya kita ini bisa tetap memiliki relasi yang baik dengan *partner* kita agar mereka tidak sungkan untuk mengikuti dan mendukung kegiatan kita.

25. Bagaimana menurut KUSTOMFEST mengenai *customer loyalty*?  
*Customer* adalah raja, dia berhak memilih. Kami selalu memposisikan peserta baik kompetisi ataupun pengunjung sebagai *partner* kami. Dengan tujuan agar mereka merasa menjadi bagian dari kami. Mereka loyal kepada KUSTOMFEST namun bukan berarti mereka loyalist. Kami tidak ingin membatasi ruang *partner* kami, karena KUSTOMFEST memiliki peran mendorong bagi para *partner* untuk selalu berkarya.
26. Menurut Anda apakah penting adanya sebuah *customer loyalty*?  
Penting-penting aja, cuman kita kan di sini berperan dalam mendorong mereka, jadi kita tidak memaksa mereka untuk hanya ikut KUSTOMFEST saja, justru kita mendorong mereka untuk mengikuti kegiatan-kegiatan serupa yang bersifat mengembangkan potensi mereka.
27. Bagaimana standar peserta yang loyal bagi KUSTOMFEST?  
Bagi KUSTOMFEST ya mereka yang telah memberikan apresiasinya kepada KUSTOMFEST sejak awal 2012 tentunya dan juga ikut dalam kegiatan-kegiatan yang kita selenggarakan.
28. Adakah upaya KUSTOMFEST dalam membangun sebuah loyalitas peserta?  
Upaya kita ya itu tadi mbak, dengan memberikan pelayanan yang baik dan etap *keep in touch* dengan mereka. Kita memasang telinga untuk mendengarkan apa mau mereka.

## LAMPIRAN 2 (Transkrip wawancara dengan pihak internal)

### ➤ Mas Angger Maulana, *Account Executive CV. Retro Classic Cycle*

1. Latar belakang terbentuknya *event* Kustom Kulture Festival (KUSTOMFEST) ?

Mungkin kalau latar belakang kaitannya sama sejarah ya, jadi mas Aan mungkin yang lebih paham karena beliau *founder* juga di KUSTOMFEST. Kalau aku di sini lebih fokusnya ke pelaksanaan *event*-nya gimana. Secara umum kalau yang melatar belakangi adanya *event* ini itu ya KUSTOMFEST pengen ngajak berkembang bareng orang-orang yang punya ketertarikan di dunia kustom otomotif. Yang menjadi latar belakang ide adanya KUSTOMFEST adalah perlunya adanya sebuah ruang untuk mempertemukan pelaku kegiatan otomotif umumnya dan secara spesifik merupakan penggemar “kustom kulture”, sebuah budaya global yang mempertemukan para perancang di bidang otomotif, *art engineering* dan hal-hal yang menyertainya (*fashion apparel, painting, artwork* dan *lifestyle*). Mengapa di DIY ? Jogjakarta merupakan daerah tujuan wisata yang kaya akan khasanah seni, budaya dan tradisi yang juga dikenal dunia. Selain itu juga kota yang strategis serta kemudahan akses untuk daerah kunjungan wisata.

2. Apa tujuan utama dari *event* tersebut ?

Sebagai ruang untuk menampilkan kolaborasi pertunjukan dari berbagai jenis karya kustom Indonesia antara lain : Motor Kustom, Hot Rod dan Kustom Cars Sepeda Kustom, *Pedal Car, Body Art, Die Cast, Paint Work, Seni dan Budaya, Entertainment, Vendor Booth* dan sebagainya dalam satu konsep perayaan kustom kulture Indonesia. Dan sebagai sebuah kampanye positif kemampuan bangsa Indonesia yang sarat dengan nilai inovasi, kebanggaan dan kekhasan, kreatifitas yang spesifik dan mengusung semangat kebersamaan.

3. Apa alasan mengambil tema “*No Boundaries*”?

Untuk tema “*No Boundaries*” sendiri memiliki makna, kustom adalah jiwa dan spirit karya yang harus ditunjukkan untuk menginspirasi seberapa luas pemahaman, keyakinan dan nilai apresiasi terhadap apa yang telah kita buat.



4. Siapa saja yang menjadi target utama dari KUSTOMFEST?  
Target utama yang menjadi peserta ya tentunya para penggiat kustom, *engineer* dan juga *designer*. Kan kita di sini ngasih ruang buat mereka mempertunjukkan karyanya karena tujuan awalnya kan mau berkembang bersama.
5. Bagaimana proses pemilihan target *event* KUSTOMFEST?  
Proses pemilihan target ya mungkin sudah dijelaskan sama mas Aan ya, kalau itu kita cenderung mendengarkan cerita-cerita dan masukan dari eksternal yang kebanyakan dari mereka ini sebenarnya berpotensi cuman belum ada wadahnya saja, kan sayang banget ada karya kok ga ada yang lihat.
6. Dari manakah sumber pendanaan *event* tersebut?  
Sumber pendanaan kebetulan kita ada dana internal dan juga *sponsorship*, *fee* dari *Booth Rent*, dan tiket masuk sih.
7. Adakah dukungan dari pihak pemerintah baik dalam bentuk materil ataupun *non* materil?  
Sejauh ini *alhamdulillah* pemerintah sudah mulai melirik kita ya, meskipun ya cuman bantuan berupa moril aja sih belum ada bantuan yang secara fisik gitu. Tapi ya setidaknya dah ada kemajuanlah, kan sekarang juga udah masuk deretan 100 *Wonderful Event* juga.
8. Apa sajakah jenis kompetisi yang ada pada *event* KUSTOMFEST “*No Boundaries*” 2017?  
Di tahun 2017 “*No Boundaries*” kita adain *Kustom Bike Show*, *Hot Rod & Kustom Cars Show*, *Kustom Bicycle & Pedal Car*, *Helmet Kustom Paint Kontest*, *Die Cast Show & Kontest*, *BMX Kontest*. Kompetisi-kompetisinya sih kadang bisa berubah sesuai kebutuhan aja, ya lihat situasi lah. Tapi yang pasti ada itu *Kustom Bike Show* sama *Hot Rod Cars* itu pasti.
9. Apa yang menjadi *standard* penilaian dalam *event* KUSTOMFEST “*No Boundaries*” 2017?  
Yang jadi tolak ukur atau standar penilaian sih segi kreatifitasnya dan juga inovasinya. Selain itu juga karya yang di sajikan kan harus berfungsi atau

layak dikendari nggak cuman bagus di pandang dan dipajang doang. Jadi dari semua elemen kendaraannya itu harus berfungsi dengan baik.

10. Kompetisi manakah yang paling banyak peminatnya?

Sejauh ini sih kalau yang paling banyak ya *Kustom Bike Show* ya, mungkin karena motor kan lebih mudah dan lebih sedikit biaya rakitnya, tapi ya tidak menutup kemungkinan untuk kedepannya.

11. Adakah peningkatan jumlah peserta selama 6 tahun berturut-turut?

Kalau peningkatan jelas ada, di awal tahun 2012 tahun awal kita dapat respon 128 peserta, di tahun 2013 nambah jadi 226, 2014 kita naik lagi 307, 2015 kita naik juga jadi 367, dan yang terakhir ini kita dapat 407 peserta.

12. Pada tahun berapakah peningkatan yang paling signifikan?

Kalau kenaikan yang signifikan itu di tahun ke-2 karena kita nambahnya hampir 80% ya, tapi tahun-tahun berikutnya kita stabil sih naiknya meskipun ya nggak setinggi kenaikan di tahun ke-2 ini.

13. Fasilitas apa saja yang diberikan kepada peserta?

Fasilitas yang diberikan peserta mulai dari buku regulasi, kaos peserta, *free pass* masuk, *welcoming party*, sertifikat partisipasi. Kita ada *official booth* juga jadi kalau ada apa-apa peserta bisa langsung ke *official booth* kita buat tanya-tanya atau nyampein sesuatu.

14. Adakah strategi khusus untuk membangun relasi dengan peserta/calon peserta?

Mungkin kalau secara umum keseluruhan gitu ada ya tapi itu kan Pak Lulut atau Mas Aan yang paham betul, kalau aku karena aku kan sering terjun langsung juga ke peserta, jadi ya selama ini emang KUSTOMFEST ini berusaha buat bikin pesertanya nyaman. Dalam artian ya kasih mereka pelayanan yang baik semampu kita misalnya. Kita juga berusaha semaksimal mungkin buat tetap *keep in touch* sama mereka dengan kasih info-info tentang hal-hal yang berbau kustom lewat sosial media kita, kan tujuan awalnya kita berkembang bareng jadi ya kita mendorong mereka juga buat tahu dunia kustom lebih luas lagi dan tentunya kita juga kasih edukasi ke mereka juga misalnya taat bayar pajak dan keamanan berkendara.

15. Bagaimana proses dalam menentukan strategi tersebut?

Kalau prosesnya kita pertama lihat dulu keadaan lapangan itu sesuai ekspektasi kita nggak, nanti kalau sudah baru kita jadiin hal-hal tersebut buat bahan pertimbangan bikin strategi. Kita bikin strategi kan juga sesuai sama keadaan target kita gitu kan. Saya tugasnya ya deketein mereka lewat media apapun, paling efektif sih ya kaya mulai dari obrolan-obrolan kecil, ngopi bareng gitu. Nah ntar kalau sudah ketemu hasilnya, kita rencanain tuh terus baru kita susun program-programnya buat satu periode ini.

16. Apa yang menjadi alasan dipilihnya strategi tersebut?

Strategi yang dipilih tentunya sudah sesuai dengan tujuan dan karakteristik target utama adanya *event* ini.

17. Bagaimakah fakta yang ada di lapangan? Apakah sesuai dengan perkiraan tim KUSTOMFEST?

Nggak jauh beda sih, sebagian besar hampir sama seperti yang sudah dibayangkan sebelumnya.

18. Adakah hambatan dalam pelaksanaan strategi *customer relations* tersebut?

Kalau hambatan dalam pelaksanaannya sih mungkin belum ada. Sejauh ini baik-baik aja sih cuman kadang-kadang sering ada *miss* komunikasi sedikit.

19. Adakah kegiatan yang menjadi upaya KUSTOMFEST dalam membangun relasi dengan peserta/calon peserta?

Kalau kegiatan pasti ada ya, kita semaksimal mungkin memberikan yang terbaik, baik dari segi pelayanan maupun dalam memberikan dukungan kepada kegiatan *partner* jadi kita pengen mereka juga merasa penting buat kita gitu lho.

20. Adakah *treatment* khusus yang diberikan untuk peserta/calon peserta? baik sebelum acara, saat acara diselenggarakan dan sesudah acara dilaksanakan.

*Treatment* khusus gitu kayaknya nggak ada ya, cuman ya lagi-lagi kita kasih yang terbaik semampu kita aja gitu melalui kegiatan-kegiatan dan strategi-strategi kita itu tadi.

21. Media apa sajakah yang digunakan oleh pihak KUSTOMFEST untuk *keep in touch* dengan peserta/calon peserta?  
Banyak sih, ada *Instagram, Facebook, Twitter, e-mail* sama *website* juga. Kita ada layanan via telepon, dan *partner* bisa dateng ke *office* kita secara langsung.
22. Adakah pertemuan rutin dengan target yang dilakukan oleh pihak KUSTOMFEST?  
Sebenarnya kalau dari kita sih belum ada yang secara khusus pertemuan gitu, tapi setiap *partner* bikin kegiatan yang bersifat *gathering* ya kita usahakan untuk mendorong sekaligus bergabung di kegiatan itu.
23. Bagaimana proses evaluasi dan hasil evaluasi dari penerapan strategi *customer relations* tersebut ?  
Untuk evaluasinya kita laksanakan seminggu atau dua minggu setelah pelaksanaan ya atau mentok-mentoknya smpe akhir atau awal bulan berikutnya tapi biasanya nggak sampe sih. Kita evaluasinya lama, 9 jam biasanya. Yang kita bahas itu biasanya *detail* per divisi. Kalau hasil dari evaluasi bagian *customer relations*-nya sih *so far* nggak begitu buruk, malah dirasa cukup baik sih, karena kita juga lihat dari respon-respon yang muncul di sosial media yang dateng dari peserta maupun pengunjung gitu.
24. Apa yang menjadi standar keberhasilan sebuah strategi *customer relations* bagi pihak KUSTOMFEST?  
Kalau standar dari awal belum ada yang *saklek* gitu sih ya, cuman yang terpenting ya silaturahmi, relasi yang terjalin itu baik, banyak respon positif, mereka senang kami senang.
25. Bagaimana menurut KUSTOMFEST mengenai *customer loyalty*?  
Loyalitas ya penting cuman kita kan nggak bisa maksa mereka buat cuman ikut KUSTOMFEST aja kan. Loyalitas itu macem-macam tafsirannya. Jadi kalau kita mendorong mereka untuk maju dengan memberikan edukasi misalnya mereka nanti lama-lama yang akan loyal sendiri tanpa harus kita minta.
26. Menurut Anda apakah penting adanya sebuah *customer loyalty*?  
Kayak yang tadi aku bilang ya, penting cuman loyal itu datang tanpa paksaan dari kita.

27. Bagaimana standar peserta yang loyal bagi KUSTOMFEST?

Yang jelas ya peserta yang sudah memberikan kontribusinya kepada KUSTOMFEST lebih dari dua kali aja itu menurut aku udah cukup loyal.

28. Adakah upaya KUSTOMFEST dalam membangun sebuah loyalitas peserta?

Upaya ya ada sih cuman tidak yang secara resmi tertulis gitu. Upayanya ya itu tadi lewat kegiatan atau program-program yang berbenturan langsung dengan calon peserta/peserta. Lewat hal-hal kecil yang sudah disebutkan tadi yang nantinya bisa melahirkan sebuah loyalitas dari peserta.

### LAMPIRAN 3

#### Pertanyaan diajukan kepada pihak eksternal (Peserta)

➤ **Ravee Rhodestra Peserta Kustom Bicycle**

1. Dari manakah Anda mendapatkan informasi mengenai *event* KUSTOMFEST?

Karena saya bergabung dengan beberapa komunitas seperti Gento YK Tatto dan Garasi Kustom Bicycle di mana komunitas tersebut kan masih ada relasi kan ya mbak sama KUSTOMFEST jadi info ini cepet banget tersebar dikalangan kita dan waktu juga udah dipastikan gitu selalu di bulan Oktober jadi gampang buat diinget dan siapkan materi (bahan-bahan yang dipake) buat ikutan ajang/kompetisinya.

2. Apa yang membuat Anda tertarik mengikuti *event* tersebut?

Yang membuat saya tertarik adalah saya bisa mengekspresikan karya-karya saya. Karena semua yang saya sukai ada di dalam rangkaian acara, mulai dari tattoo, kontes kustom *bike*, *printstriping*, dll itu ada.

3. Sejak kapan Anda mengikuti *event* tersebut ?

Dari tahun 2012 saya udah ikutan, waktu itu saya ikut *Gangbang 17 Tattoo Artist* yang diadakan gerombolan tukang *tatto* (Gento YK) di dalam susunan acara KUSTOMFEST, cuman di tahun 2015 aja saya yang nggak ikut gara-gara waktu itu yang *tattoo* semua *tatto artist*-nya cewek, jadi ya karena saya tetep pengen ikut KOSTUMFEST ya jadinya saya ikutnya di bidang Kustom Bicycle tapi tangan kosong. Yang terakhir kemarin 2017 saya dapet peringkat I (satu) di kustom *bicycle* kategori *street-Mild*.

4. Apa yang membuat Anda mengikuti *event* ini secara berturut-turut?

Saya menganggap ada sesuatu yang berkesan setiap tahunnya unuk mengikuti acara ini, tidak hanya sebagai pengunjung saja tapi saya lebih tertarik menjadi kontestan dalam acara ini karena saya tidak hanya menikmati tapi juga berekspresi dengan karya saya di sini.

5. Apa yang Anda dapatkan dari *event* tersebut ?

Ya yang saya dapetin dari acara ini ya selain piala sama piagam ya tentunya kepuasan hati tersendiri ya mbak. Kebetulan saya dapet juara I (satu) jadinya nama saya jadi dikenal orang, karya saya dapat lihat orang. Semakin bagus karya seseorang maka semakin dikenal orang. Tapi sih

mbak yang paling penting itu silaturahmi, kita bisa bertemu dengan sesama pecinta dunia seni kustom kita bisa saling *sharing* ide dan pengalaman.

6. Fasilitas apa saja yang diberikan oleh pihak KUSTOMFEST?  
Kalau fasilitas gitu sih standar kayak yang udah dijelasin di TM sih mbak, kaya kaos gratis, tiket masuk gratis gitu.
7. Apakah *event* ini memberikan dampak yang positif untuk Anda pribadi?  
Jelas mba kalau untuk saya pribadi, selain saya lebih semangat dalam berkarya saya jadi lebih kreatif karna kan ada *event* ini saya jadi lebih banyak belajar dan jadi tahu diki-dikit, bahkan yang belum pernah saya lihat sebelumnya juga bisa terjadi dan ada di *event* ini.
8. Apakah Anda pernah mendapatkan kejuaraan atau penghargaan dari pihak KUSTOMFEST?  
Kalau juara kebanyakan di kustom *bicycle*, kalau penghargaan tiap tahunnya dapet piagam, karena tiap tahun untuk tema tahunnya kan ganti, *bicycle* juga gitu, tiap tahun regulasinya beda-beda. Untuk tahun ini sih *alhamdulillah* saya dapet peringkat I (satu).
9. Sebagai pihak penyelenggara apakah KUSTOMFEST cukup komunikatif dan responsif?  
Ya kalau buat saya dan menurut saya sih ya sudah cukup komunikatif mbak, karena *volunteer* KUSTOMFEST cukup banyak dan cukup *handle* dan kalau ada keluhan sih pas di lapangan di respon kok.
10. Apakah Anda merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak KUSTOMFEST ?  
Sejauh ini saya puas-puas saja sih, mungkin karena saya lebih sibuk dengan urusan saya jadi saya cenderung asyik sendiri.
11. Pelayanan dan fasilitas seperti apa yang Anda inginkan dari pihak KUSTOMFEST?  
Ya kalau bisa sih kita di kasih panduan yang lebih jelas sih biar kalau nanya-nanya nggak ribet.

#### LAMPIRAN4 (Transkrip wawancara dengan pihak eksternal)

➤ **Danang Sisnurwanto Peserta Kustom *Bike***

1. Dari manakah Anda mendapatkan informasi mengenai *event* KUSTOMFEST?

Dari media sosial resminya KUSTOMFEST, karena kan tentunya saya *follow* akun-akun yang sesuai *passion* saya kan, jadi nemulah info itu.

2. Apa yang membuat Anda tertarik mengikuti *event* tersebut?

Saya tertarik ya karena saya pengen menunjukkan hasil karya saya, biar karya saya ini bisa dinikmati oleh orang lain dan juga saya pengen membuktikan bahwa anak bangsa kita juga nggak kalah sama negara maju lainnya.

3. Sejak kapan Anda mengikuti *event* tersebut ?

Dari awal (2012) saya ikut mba, dengan tujuan pengen menunjukkan hasil karya agar bisa dinikmati dan membuktikan bahwa karya anak bangsa kita juga nggak kalah dengan negara maju lainnya.

4. Apa yang membuat Anda mengikuti *event* ini secara berturut-turut?

Yang membuat saya mengikuti *event* ini secara berturut-turut ya karena kita sebagai tuan rumah kita harus selalu menyajikan hal-hal yang baru yang layak untuk disimak dan dinikmatin. Selain itu kita sebagai tuan rumah harus bisa menyajikan yang terbaik.

5. Apa yang Anda dapatkan dari *event* tersebut ?

Yang jelas relasi dan semangat berkarya yang makin menjadi sih mbak, kalau penghargaan gitu bonus buat saya, yang penting berkarya dulu.

6. Fasilitas apa saja yang diberikan oleh pihak KUSTOMFEST?

Yang jelas saya dapet *t-shirt*, tiket masuk gratis buat dua orang, makan siang, sama piagam gitu.

7. Apakah *event* ini memberikan dampak yang positif untuk Anda pribadi?

Kalau dampak sih ya kayak itu tadi, semangat saya makin terpompa, terus orang jadi tahu karya saya jadi itu yang buat saya semangat, oh ya jadi saya makin punya banyak kenalan, itu sih yang bener-bener jadi poin bermanfaat karena kan dari situ kita bisa dapet pengalaman.



8. Apakah Anda pernah mendapatkan kejuaraan atau penghargaan dari pihak KUSTOMFEST?

Juara sih belum pernah ya, sebenarnya saya nggak peduli sih sama kejuaraannya, itu nomer sekian gitu, yang penting orang tahu karya saya. Saya bisa lihat respon penikmat kustom terhadap karya saya gimana, karena itu jadi bahan saya koreksi.

9. Sebagai pihak penyelenggara apakah KUSTOMFEST cukup komunikatif dan responsif?

Sejauh ini sih lumayan ya, cuman ya butuh panitia khusus untu dampingin peserta gitu biar enak juga kitanya. Kalau komunikatifnya sudah bagus sih karena kita kan ada TM jadi mekanismenya kita uda dijelasin secara *detail* pas TM.

10. Apakah Anda merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak KUSTOMFEST ?

Biasa saja sih sebenarnya, dibilang sangat puas ya enggak, di bilang kecewa juga enggak. Intinya biasa aja cmn kurang dikit kesempurnaannya gitu.

11. Pelayanan dan fasilitas seperti apa yang Anda inginkan dari pihak KUSTOMFEST?

Kalau bab pelayanan ini sih itu tadi, lebih enak kalau peserta dapet panitia pendamping apalagi kalau pesertanya dari luar kan biar ga bingung. Terus buat bab kontesnya ya kalau bisa lebih transparan sih penilaian karyanya. Mau tetep pakai alur yang masih sama atau inovasi dengan ke unikan karya atau tetep mengusung tema hal yang sama.

## LAMPIRAN 5 (Transkrip wawancara dengan pihak eksternal)

### ➤ Yayak Peserta Kustom *Bike*

1. Dari manakah Anda mendapatkan informasi mengenai *event* KUSTOMFEST?

Informasi kalau ada *event* ini awalnya kalau nggak salah ya dari temen yang cerita-cerita, terus kok dari sosial media juga ada yang nyebarin, kebetulan kan saya ada komunitas juga jadi hal-hal beginian nih pasti masuk infonya.

2. Apa yang membuat Anda tertarik mengikuti *event* tersebut?

Yang bikin saya jadi tertarik yang jelas buat ajang berkembang ya, saya pengen nunjukin karya saya layak untuk dinikmati dan tentunya bisa bermanfaat juga buat yang lain. Cari pengalaman dari temen-temen penggiat kustom yang lain juga, ya pokoknya buat ajang berkembanglah, dari semua sisi entah karya ataupun pengalaman.

3. Sejak kapan Anda mengikuti *event* tersebut ?

Dari tahun 2012 saya sudah ikut, akhirnya keterusan sampe 2017 kemarin dan ini besok rencananya sih mau ikut lagi 2018.

4. Apa yang membuat Anda mengikuti *event* ini secara berturut-turut?

Alasannya ya saya pengen menunjukkan kepada dunia kustom khususnya luar negeri ya, kalau kita anak Indonesia meskipun negara berkembang kita udah bisa bikin karya yang global dan menurut saya *event* ini juga *worth it* untuk di ikuti jadi saya ketagihan.

5. Apa yang Anda dapatkan dari *event* tersebut ?

Kalau yang saya dapet dari *event* ini tentunya energi positif ya, saya lebih berasa di *support* dalam berkarya dengan hasil karya yang juga dinikmati oleh orang lain. Apalagi kalau hasil karyanya itu lolos buat kompetisi, syukur dikirim buat kompetisi di luar.

6. Fasilitas apa saja yang diberikan oleh pihak KUSTOMFEST?

Fasilitas sih *oke* ya, seperti yang sudah-sudah, ya dapet kaos, tiket masuk gratis sama makan siang. Kalau kayak LO gitu kita belum pernah dapet ya sejauh ini jadi kita lebih ke mandiri nanya ke panitia di lapangan gitu.

7. Apakah *event* ini memberikan dampak yang positif untuk Anda pribadi?

Jelas dong, dampaknya positif tentunya. *Event* ini jadi dorongan buat saya dalam memperbaiki karya-karya saya kedepannya. Saya belajar belajar dan belajar dari pengalaman yang saya peroleh dari *event* ini salah satunya. Saya juga dapet pencerahan ide dari temen-temen kontestan lain. Saya jadi banyak kenalan sama orang yang satu *passion* sama saya.

8. Apakah Anda pernah mendapatkan kejuaraan atau penghargaan dari pihak KUSTOMFEST?

Ya kalau saya sih ya memang adanya *award* atau penghargaan itu jadi pemicu juga sebenarnya. Tapi itu bonus sih, tujuannya kan saya membuktikan karya saya itu layak untuk dinikmati dan juga dikendarai, cuman penghargaan jadi faktor pendorong saya untuk berkarya yang lebih baik lagi aja sih makanya saya berusaha ikut setiap tahunnya karena ya selain udah kenal sama orang-orang KUSTOMFEST disitu saya uji coba kelayakan karya saya.

9. Sebagai pihak penyelenggara apakah KUSTOMFEST cukup komunikatif dan responsif?

Menurut saya sih sudah cukup responsif ya meskipun kita sedikit kualahan karena nggak ada panitia pendamping khusus buat peserta, tapi sejauh ini sudah lumayan.

10. Apakah Anda merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak KUSTOMFEST ?

Untuk segi pelayanan ya sudah lumayan *oke* lah cukup terkondisi cuman untuk peserta luar Jogja mungkin sedikit kesulitan ya, soalnya harus nyari hotel sendiri.

11. Pelayanan dan fasilitas seperti apa yang Anda inginkan dari pihak KUSTOMFEST?

Ya kalau fasilitas sih sebenarnya sudah baik yang kemarin cuman mungkin lebih ditambah di poin panitia pendamping untuk peserta gitu, terutama peserta yang dari luar kota biar bisa membantu kasih arahan dalam mencari hotel dan akomodasi gitu. Intinya dipermudah untuk peserta yang dari luar kota.