

LAMPIRAN

Interview Guide

Ketua Penyelenggara Jogja Sneaker Market 3

1. Tujuan apa yang hendak dicapai dalam penyelenggaraan JSM 2018?
2. Bagaimana usaha dalam mencapai tujuan tersebut?
3. Siapa yang menjadi target audience dalam aktivitas penyelenggaraan JSM 2018?
4. Mengapa memilih target audience tersebut?
5. Bagaimana tahapan-tahapan perencanaan penyelenggaraan JSM 2018?
6. Bagaimana proses menentukan lokasi penyelenggaraan?
7. Bagaimana menentukan kriteria pengisi acara atau peserta?
8. Bagaimana penjadwalan kegiatan?
9. Bagaimana panitia mengkomunikasikan penyelenggaraan event ini terhadap target audience?
10. Media apa saja yang digunakan untuk mendukung publikasi event JSM 2018?
11. Mengapa media tersebut dipilih?
12. Bagaimana perencanaan maupun persiapan yang dilakukan untuk setiap media publikasi?
13. Bagaimana cara menetapkan anggaran/estimasi biaya dalam event JSM 2018?
14. Faktor pendukung apa yang dihadapi dalam proses perencanaan JSM 2018?

15. Bagaimana mengukur keberhasilan penyelenggaraan JSM 2018?
16. Bagaimana merumuskan indikatornya?
17. Bagaimana proses evaluasi penyelenggaraan event JSM 2018?
18. Bentuk-bentuk pemantauan/monitoring seperti apa yang diterapkan selama penyelenggaraan JSM 2018 berlangsung?

Chief Divisi pemasaran dan publikasi Jogja Sneaker Market 3

1. Tujuan apa yang hendak dicapai dalam penyelenggaraan JSM 2018?
2. Bagaimana usaha dalam mencapai tujuan tersebut?
3. Siapa yang menjadi target audience dalam aktivitas penyelenggaraan JSM 2018?
4. Mengapa memilih target audience tersebut?
5. Bagaimana tahapan-tahapan perencanaan penyelenggaraan JSM 2018?
6. Bagaimana proses menentukan lokasi penyelenggaraan?
7. Bagaimana menentukan kriteria pengisi acara atau peserta?
8. Bagaimana penjadwalan kegiatan?
9. Bagaimana panitia mengkomunikasikan penyelenggaraan event ini terhadap target audience?
10. Media apa saja yang digunakan untuk mendukung publikasi event JSM 2018?
11. Mengapa media tersebut dipilih?
12. Bagaimana perencanaan maupun persiapan yang dilakukan untuk setiap media publikasi?
13. Bagaimana cara menetapkan anggaran/estimasi biaya dalam event JSM 2018?
14. Faktor pendukung apa yang dihadapi dalam proses perencanaan JSM 2018?

15. Bagaimana mengukur keberhasilan penyelenggaraan JSM 2018?
16. Bagaimana merumuskan indikatornya?
17. Bagaimana proses evaluasi penyelenggaraan event JSM 2018?
18. Bentuk-bentuk pemantauan/monitoring seperti apa yang diterapkan selama penyelenggaraan JSM 2018 berlangsung?

Pengunjung JSM 2018

1. Apakah anda mengikuti rangkaian acara JSM 2018 dari awal berlangsung?
2. Apa yang membuat anda berkunjung ke event JSM 2018?
3. Apakah program-program yang ditawarkan menarik?
4. Program apa yang paling menarik menurut anda? Kenapa?
5. Apa tanggapan anda tentang pengemasan JSM 2018?
6. Apa saran anda untuk event JSM 2018 selanjutnya?

WAWANCARA 1 : Dr.Tirta (ketua JSM)

P : Assalamualaikum halo mas selamat siang

I : Walaikumsalam monggo mba

P : halo mas saya mita yang kmaren ngontak mas lewat WA

I : Ohiya mba gmana gmana?

P : Gini mas saya minta bantuan aja sama mas selaku ketua JSM 3 mau tanya2 seputar itu mas buat bahan skripsi saya hehe

I : ohya silakan mau tanya apa nih langsung aja ya

P : maaf mas langsung aja ya saya mulai pertanyaanya jadi JSM itu sendiri dah kebentuk sejak tahun brapa mas?

I : sejak tahun 2015 dan baru 3 tahun ini mba, jadi ya kita bentuk jsn ini mulanya karna kita ngeliat sekarang ni kok banyak event yg berbau clothing,otomotif,makanan yakan? Nah sedangkan event berbau sneaker di jogja malah belum ada makanya saya dan temen-temen yg lain punya ide buat event sneakers khusus di jogja.

P : Apakah sebelumnya berarti belum ada event sneakers yg di adakan di jogja mas?

I : Belum, di jogja sendiri ini baru ada dan banyak orang tau sneakers ya dari beli aja kan kaya di jogja yg terkenal tempat jual sepatu sneakers

hanya di folkstore atau toko offline yg ada di mall aja yagak? Belum pernah ada gitukan event sneakers yg disitu banyak banget ragam bentuk sepatu sneakers yg bahkan gk pernah nemu di store jogja sendiri aja gitu kan.

P : Makang kanya tertarik banget buat event sneakers di jogja ya mas karna belum ada

I : Iya betul, event sneakers di indonesia sendiri pasti setiap tahun di adakan di jakarta kan yang pasti dengan total pengunjung beribu umat pecinta sneakers datang kesitu Cuma buat dateng melihat lihat sneakers bentuk apa aja dan dengan harga brapa aja nah itu jadi daya tarik tersendiri buat masyarakat umum. Sedangkan mereka yang datang ke jakarta itu banyak yang dari luar kaya jogja semarang solo apalagi kan dari situ kebentuklah knapa gak kita buat di setiap daerah juga event snekaersnya pertahun. Jadi memudahkan pecinta dari setiap daerah juga untuk menikmati event tersebut.

P : Iya bener mas soalnya aku juga suka make sneakers hehe nah brati ya mas setiap tahun dari tahun 2015-2018 acara ini di selenggarakan?

I : iya betul sudah tiga tahun

P : apakah setiap tahun acara ini setiap tahun punya konsep yg berbeda-beda mas?

I : iya pasti mba setiap tahun kita buat acara event ini dengan konsep beda-beda dan rangkaian acara juga beda otomatis.

P : Pada setiap tahun kira-kira acara apa aja yang ada di event Jogja Sneakers Market?

I : Ya misalnya kaya workshop merawat sepatu, lomba mural pada media sepatu, diskusi trend perkembangan sneaker di Indonesia dan banyak lagi mba Tentu saja hal ini menjadi salah satu faktor keberhasilan event yang kita adakan tersebut.

P: Iya bener sih mas tertarik banget dateng ke JSM

I : udah pernah dateng JSM brapa ?

P : JSM 2 sama 3 alhamdulillah kmaren mas

I: Kok yg satu engga?

P : Hehehe iya e mas belum terlalu ngeh acara itu waktu jsm 1

P : oke selanjutnya mas saya ini kan mau ngangkat skripsi mengenai JSM 3 yang tahun ini sudah di laksanakan jadi mau tanya seputar jsm 3 lebih dalam boleh ya mas minta waktunya

I : ya boleh untung saya lagi selo mba dan untung kmaren WA dulu gk yang ujuk ujuk datengin saya ya to

P : heheh iya mas

P : jadi JSM 3 ini saat mau di laksanakan sudah terbentuk dan di rencanakan pada bulan berapa sebelum acara di mulai ya mas ?

I : event ini kita rencanakan setahun sebelumnya, sebelumnya sempat jeda setahun dari penyelenggaraan JSM 2 karena kan beberapa hal. sampai kita mutusin untuk melanjutkan event ini lagi dan harus dipersiapkan dengan matang. Jadi udh di rencanakan kan lagi setahun sebelum 2018 datang sekitar bulan mei 2017 kita sudah merencanakanya event itu lagi.

P : lama juga ya mas dan tahun 2016 sempat berhenti tidak di adakan JSM tahun 2016 ya mas?

I : iya betul kita di tahun 2016 tidak adakan karena ada masalah internal yang lumayan serius sehingga ya kita tetep adakan di tahun selanjutnya saja.

P : setelah tidak di adakan di tahun 2016 brati ada proses perencanaan bagaiman bisa mengundang kembali antusias masyarakat jogja kembali nah distu apa saja ya mas perencanaan yang di laksanakan?

I : iya saat kita memutuskan untuk menyelenggarakan JSM 3 saya dan teman-teman sebagai langkah awal ya berdiskusi terhadap penyelenggaraan event setahun terakhir dan mencari tau tuh riset bagaimana animo masyarakat dalam mengunjungi event sebelumnya.

P : hmm karna berhenti di 2016 itu tadi ya mas lalu di adakan riset dulu

I : iya karna kita gk mau salah langkah asal buat event aja yg penting di tahun 2017 di adakan kembali gitu kan engga ya kita ingin membuat event ini terlihat setiap tahunya dengan jumlah pengunjung dan pemasokan yg semakin meningkat brati acara kita bisa di bilang berhasil itu tadi.

P : apakah ada target untuk menentukan pengunjung agar bisa menghadirkan peningkatan pengunjung tersebut tadi mas?

I : iyak pati kita punya target sih mba

P : oke kalo boleh tau menentukan targetnya bagaiman mas?

I : ya saat kita udah punya bekal tadi kita coba pilah pilih target, yang jelas komunitas sneaker tentu jadi target utama. selain itu siapa? itu kan pertanyaan paling penting dijawab. sehingga pecinta ini dapat tumbuh kembang gak stuck di situ-situ aja.

P : target pecinta sneaker ber arti sudah pasti ya mas karna di setiap daerah pasti ada kumpulan pecinta sneakers itu tadi yaa

I : iyah betul sekali mba

P : Kalo boleh tau pecinta sneakers jogja yang sering di undang itu dari mana saja mas?

I : lumayan banyak nih misalkan dari solo tu namanya pecintanya di ig ada tuh chi.solo dari jogja sendiri aja banyak komunitasnya kaya chi.yk dan otwyk itu dah pasti ada komunitas tersebut untuk kita undang nanti deh saya kasi formatnya komunitas mana saja kami undang

P : alhamdulillah boleh mas

I : sek tak capture nya terus tak kirim ke kamu

P : Siap mas

P : Selain komunitas ya mas Permasalahannya adalah siapa segmen selanjutnya yang potensial agar event ini berjalan sesuai yang diharapkan?

I : dari hasil diskusi itulah kami memutuskan untuk menargetkan anak muda usia 15-27 tahun. Hal ini dikarenakan Dominasi pengguna sneaker serta mayoritas pengunjung event yang menjadi bahan diskusi yang kami lakukan.

P : oh brati tetap kebanyakan dari anak muda ya mas umur 15-27 tersebut

I : iya karena pasti kebanyakan yang masuk komunitas setiap daerah itu tadi berkisar anak-anak muda yang aktif suka sama sneakers.

P : Ngomong-ngomong soal anak muda itu sendiriya mas apakah ada kaitanya dalam menentukan tema di jsm 3 tersebut?

I : iya pasti ada tema kita susun beberapa bulan sebelum acara dilaksanakan, ya yang menyusun tema kita aja. Kita ambil tema dari yang sedang ngetrend, yang lagi disenangin banyak orang, gak ada treatment khusus sih dalam buat tema, ya balik paling diskusi sama rezha.

I : tau rezha siapa ?

P : tau mas ketua divisi dalam acara jsm 3 tersebut ya kan mas?

I : iya kok sudah tau hahaha

P : jadi mas titra ini sama mas rezhadan teman-teman ya yang langsung ikut memikirka tema yang mau di usung.

I : iya betul sekali yang pasti kita lihat dari perkembangan trend anak jaman sekarang

P : anak jaman now ya mas

I : nah anak jaman now banget lah hahahah

P : bagaimana mas tirta dan mas rezha kawan-kawan mengukur dan membandingkan tema yang cocok untuk anak jaman nos banget itu tadi mas?

I : yak kita kan sepanjang diskusi tadi bisa mengukur dari sosial media yang mereka gunakan dan obrolan-obrolan yang sehari hari terjadi dari teman atau kerabat yang sering sering di bicarakan saja.

P : cukup dari sosial media dan obrolan yang sering di bicarakan saja apakah sudah cukup untuk menentukan tema?

I : iya saya rasa sudah cukup dari diskusi itu ya kita putusin tema JSM 3 kita mengambil tema hype, kick, fresh dan lifestyle karena kita melihat untuk dapat attractive kita harus bisa menyajikan acara yang kekinian.

P : beres ni ya mas dari tema, selanjutnya penentuan apalagi mas setelah tema?

I : selanjutnya ya kita ngerumusin acara, kegiatan mau apa aja.

Pembicaranya siapa, susunannya bagaimana diselenggarakan kapan.

P : nah satu satu ya mas hehe saya butuh sekali data ini mas mumpung bisa ketemu maaf ya mas kalo banyak tanya ini saya

I : iyo mba gapapa saya juga pernah skripsi kaya mba e

P : suwun banget ya mas

I : mba e sudah makan belum ini

P : sudah mas alhamdulillah

I : yaudah alhamdulillah kalo sudah next pertanyaan selanjutnya

P : siap mas selanjutnya rangkain acara utama penyelenggaraan jsm 3 mas melihat tahun sebelumnya itu kan ada kegiatan sneaker exhibition, talkshow dan entertainment apakah tahun ini ada perbedaan atau tetap sama dan ada?

I : Sebenarnya kalo acara masih sama saja formatnya dengan penyelenggaraan tahun sebelumnya, ada exhibition talkshow dan entertaint. gak ada perubahan.

P : brati sama ya mas tetap ada exhibition talkshow dan entertaint.

P : dan saya mengamati di situ ada mengundang kegiatan ini akan mengundang beberapa influencer sneaker seperti Sevenzulu, Ryudhasaputra, Ayash Laras, dan Maha Putra Vito. Betul ya mas?

I : iya betul sekali

P : Setelah acara ditetapkan selanjutnya para founder menyusun rangkaian acara berdasarkan waktu pelaksanaan mas boleh minta format file rundown acara jsm untuk memperkuat data skripsi saya saja mas kalo boleh

I : boleh mba Cuma mintanya ke mas rezha aja dia lebih lengkap kalo masalah rundown itu

P : ohiya mas siap brati aku tanya selanjutnya aja ya mas

I : ya silahkan sebisa mungkin saya jawabnya ya

P : selanjutnya dalam perumusan acara yaitu tempat penyelenggaraan nah inikan bertempat di lippo mall ya mas kenapa memilih tempatnya di situ?

I : untuk tempat kita milih di Lippo Mall karena kita ada media partner dalam penyelenggaraan event ini. Lippo Mall tertarik untuk menyediakan tempat dan kebutuhan event ini dengan beberapa syarat tertentu. dari syarat yang diberikan kita bisa penuhi dan kita laksanakan acara disana

P : jadi tetap di lippo mall aja ya mas karna jg persyaratan yang bisa di penuhi

I : iya, juga lippo mall juga sudah tau acara jsn itu apa sebelumnya karna sudah pernah jsn 1 dan 2 sesbelumnya disana juga.

P : oke mas pertanyaan selanjutnya bagaimana perencanaan promosi untuk mendukung kesuksesan acara *event* JSM 3 yang sudah berlangsung tersebut? Karna dsini ada peningkatan pengunjung nih mas apakah ada perbedaan dari perencanaan sebelumnya ?

I : Promosi kita fokus viral marketing, karena fokus kita anak muda yang menggunakan internet jadi ya lewatnya melalui sosial media yang dipilih menjadi media utama dalam kegiatan promosi.

P : kurang lebih kaya endorse berarti ya mas? Itu media siapa aja mas kalo boleh tau yang di pake?

I : yang utama ya instagramnya jsm 3 sendiri yang sudah punya followers lebih dari 3000 terus di tambah juga komunitas sneakers dari beberapa daerah yang mempunyai akun juga ikut serta memposting tadi.

P : yang jadi fokus berarti viral marketing aja ya mas?

I : iya dan selain relevan dengan target pengunjung kita, sosial media marketing atau viral marketing ini cukup efektif kalo dilihat dari jangkauan dan kebutuhan anggaran.

P : kalo soal volunter yang bisa di terima menjadi bagian panitia JSM 3 itu bagaimana mas prosesnya apakah membuka open rekrutmen di berbagai tempat atau bagaimana?

I : Panitia kita pakai cara tahun-tahun sebelumnya, kita tawarkan dengan teman-teman komunitas, buat member atau anggota nya yang berminat untuk menjadi panitia dalam penyelenggaraan JSM 3 gitu aja

P : Apakah itu bisa menjamin kinerja mereka mas?

I : ya kita ambil mereka karena kita juga sudah kenal mereka jadi gampang dalam melakukan koordinasi dibanding kita harus open recruitment buat umum. kita butuh waktu banyak juga kan ya mba Panitia kita pakai cara tahun-tahun sebelumnya, kita tawarkan dengan teman-teman komunitas,

buat member atau anggota nya yang berminat untuk menjadi panitia dalam penyelenggaraan JSM 3 itu tadi di manfaatkan.

P : prosenya brati melalui member atau adakah cara lain lagi mas?

I : . Prosesnya kemaren pada teman-teman komunitas pecinta sepatu dilakukan lewat via grup whatsapp messenger dan juga lisan langsung melalui ketua masing-masing komunitas gitu aja sih ya karna ya udah dalam satu wadah juga mba kenal satu sama lain jadi lebih mudah deh pokonya kmaren.

P : wah mudah ya kalo sudah dalam komunitas yang sama koordinasinya ternyata

I : hahaha iya gini kalo jsm mah mba di buat enak aja jangan pusing

P : oke mas selanjutnya kalo dalam pelaksanaan event yaitu membuka pendaftaran tenant itu prosesnya bagaimana?

I : selanjutnya ya kita buka pendaftaran buat tenant ini awalnya kita posting di media sosial kita, tapi kebanyakan kita ngirim penawaran melalui undangan. Karenakan kita udah punya data-data mereka dari pelaksanaan tahun sebelumnya jadi ya tetap sama aja prosesnya dari tahun kemaren kurang lebih.

P : pendaftaran tenant dilakukan berapa lama tuh mas?

I : dua bulan sebelum penyelenggaraan event sudah di buka

P : ada bentuk poster atau semacamnya kah mas?

I : ada dong lihat aja di feed instagram jsm 3 masih ada kayanya

P : siap mas

I : publikasi juga kita lakukan pada satu bulan sebelum penyelenggaraan, semakin lama waktu penyelenggaraan semakin luas jangkauan yang kita capai jadi masih ada kalo di tanya publikasi pendaftaran tenant itu tadi.

P : nah mas kalo untuk kegiatan promosi event tersebut sudah di lakukan sejak bulan apa?

I : Kegiatan promosi kita udah lakukan sejak jauh-jauh hari mas saat bulan desember kita udah posting untuk pertama kalinya . Untuk memberi tahu audiens tentang *event* yang akan diselenggarakan.

P : iya pasti ada tujuan ya mas

I : iya Tujuannya ya biar semua tahu kalo kita bakal punya *event* pada bulan maret nanti.

P : berarti 3 bulan sebelum pelaksanaan event sudah dimulai promosi event jsm 3 ya

I : iyah betul di cek aja di instagram jsm 3 masih ada di situ

P : apa saja isi pesan kegiatan promosi jsm 3 kira-kira mas?

I : ya pesan dari kegiatan promosi kita menyangkut beberapa hal mba, seperti informasi tenant, pengisi acara serta rangkaian kegiatan dengan

mengetahui tenant yang terlibat dan pengisi acara tentu ini menjadi daya tarik dalam penyelenggaraan event nantinya.

P : iya bener baru deh upload banyak ya mas di feed instagram nya jsm 3 sendiri

I : iya karna Semakin menarik feed disusun kan viewer jadi enak ngebacanya. Jadi informasi yang kita sebar kan bisa dibaca semua oleh user atau follower, begitu juga dengan waktu kalo kita gak tau waktu kapan postingan dilakukan sebaiknya, yang ada target lagi tidur kita malah posting kan gak kebaca ya mba

P : apakah ada kendala mas saat pelaksanaan event jsm 3?

I : Pelaksanaan kita buat mengacu pada rundown acara ya yang sudah ditetapkan jadi gak ada yang berubah dan semua berjalan lancar aja alhamdulillah.

P : kalo untuk penataan tenant dan panggung itu koordinasinya bagaimana mas? Apakah 3 hari sebelum acara barang sudah bisa di susun di tempat atau bagaimana?

I : ohh engga jadi Saat pelaksanaan pada malam h-1 kita minta semua tenant untuk loading serta untuk pengesetan tempat jadi saat pelaksanaan gak ada lagi obrolan untuk pengaturan tempat. Sembari itu kita juga melakukan pengecekan terhadap spot area mengingat penyelenggaraan kita di mall

P : kalo di mall gk bisa lama- lama sih ya mas

I : ohiya di atur sekali waktunya sudah boleh di pake ya pake waktunya belum ya gk bisa sam sekali mau maksa make tu tempat.

P : kalo untuk petanya kira-kira di sediakan atau tidak itu mas?

I : peta apa nih denah lokasi apa denah tenant?

P : peta denah tenant mas

I : ada kita buat juga nanti saya kirimin deh formatnya lagi

P : hehehe iya mas makasih banget loh ini duh namya apalagi ya

I : apa? Ada lagi nda mumpung ketemu saya to

P : iya e mas kayanya udah segini dulu mas makasih banyak ya mas atas waktunya ini sangat membantu skripsi saya hehe

I : iya sama sama dah nih gk ada lagi ya?

P : iya mas yaudah tak pamit ya mas kalp gitu assalamualaikum

I : walaikumsalam

Wawancara: Reza Pahlevi

P : Apa itu JSM 3 ?

I : Jogja Sneakers Market merupakan acara *sneakers market* dengan tujuan tidak hanya sebagai acara jual-beli sepatu, tetapi juga mengajak masyarakat luas untuk lebih mengenal tentang budaya *sneaker* P :

Bagaimana awal mula diadakannya JSM 3 ?

P : Bagaimana proses pembentukan Event JSM 3 ?

I : JSM berawal dari maraknya *event* yang berbau *clothing* dan otomotif, seperti *Kickfest* dan *Customfest*. Sedangkan *event* yang berbau *sneaker* belum ada, dan hanya Folkstore toko *offline* sepatu yang tersedia di Yogyakarta saat itu, sejalan dengan lesunya pasar *sneaker* dan peminatnya maka tercetuslah ide dibuatnya Jogja Sneaker Market 1 (JSM).

P : apakah setiap tahun acara ini setiap tahun punya konsep yg berbeda-beda?

I : event Jogja Sneaker Market dari tahun ke tahun memiliki konsep yang berbeda pastinya misalnya saja pada pelaksanaan pertama yang hanya mempertemukan para pecinta sepatu dan musik sebagai hiburan dalam rangkaian acara tersebut.

P: kalo yang tahun sekarang bagaimana mas?

I : kalo yang sekarang ada di tambahkan misalnya workshop merawat sepatu, lomba mural pada media sepatu, diskusi trend perkembangan sneaker di Indonesia dan banyak deh mba

P : strategi apa yang di gunakan dalam jsn 3 tersebut?

I : lebih ke Kreatifitaskarna itu hal yang sangat penting dan mutlak dimiliki dalam suatu proses pembuatan *event*. Dengan adanya unsur kreatifitas aja udah membuat suatu *event* tampil beda secara konsep maupun penyampaianya dan pasti pesan dalam *event* tersebut yang disampaikan mudah diterima oleh masyarakatnya tadi.

P : adakah strategi lain untuk menarik masyarakat datang ke jsn 3 selain kreatifitas ?

I : Tujuan semua orang sebagai penyelenggara untuk membuat event yang menarik dan dikunjungi banyak orang kan ya, nah event menarik seperti apa yang dikunjungi kita dapat belajar dari penyelenggaraan-penyelenggaraan event yang pernah ada. Kita bisa ambil kelebihanannya dan mengevaluasi kelemahannya aja dari tahun sebelumnya.

P : apa saja media promosi yang efektif di gunakan dalam jsn 3?

I : Upaya promosi melalui pemberitaan sih ada kita gunakan karna hal itu merupakan salah satu langkah efektif yang bisa dilakukan setiap penyelenggara event, mengingat aktivitas tersebut lebih mengacu pada sebuah pemberitaan yang tidak berbayar tetapi tersebar di wilayah Kota Jogja sesuai dengan target pengunjung.

P : selain upaya promosi pemberitaan apakah ada lagi ?

I : ada mba misal kita kan fokus viral marketing kaya lewat media sosial instagram para infuleser terkenal yang ada di dunia sneaker itu sendiri

P : siapa saja mas influensernya?

I : ya pasti yang sudah punya followers lebih dari 3000 terus di tambah juga komunitas sneakers dari beberapa daerah yang mempunyai akun juga ikut serta memposting banyak mba.

P : apakah saya boleh minta data komunitas dan influencer yang hadir di jsm 3 tersebut?

I : boleh mba nanti tak kirim deh lewat wa

P : kalo soal volunter yang bisa di terima menjadi bagian panitia JSM 3 itu bagaimana mas prosesnya apakah membuka open rekrutmen di berbagai tempat atau bagaimana?

I : Panitia kita pakai cara tahun-tahun sebelumnya, kita tawarkan dengan teman-teman komunitas, buat member atau anggota nya yang berminat untuk menjadi panitia dalam penyelenggaraan JSM 3 gitu aja sih mba

P : apakah itu sudah bisa menjamin kinerja yang baik dalam penyelenggaraan jsm 3 kemaren?

I : baik aja mba buktinya terjadi peningkatan pengunjung dari tahun tahun sebelunya karna lebih mudah juga mba tinggal koordinasi aja dari setiap ketua member komunitas setiap daerah tadi

P : selanjutnya Bagaimana koordinasi perdevisi terkait acara jsn 3 ?

I : koordinasi alhamdulillah lancar aja karna jsn 3 ini kita sudah bentuk panitia 3 bulan sebelum jsn 3 di selenggarakan jadi untuk pas di hari H kita sudah aman sih untuk masalah tempat dan tenant karna kan sebelumnya juga di selenggarakan di lippo mall itu juga.

P : Bagaimana dengan acara saat pelaksanaan ?

I : Susunan acaranya, menurut saya sesuai dengan perencanaan, hanya jamnya agak sedikit molor,tapi secara strukturnya sudah urut sesuai yg direncanakan. Kendala di lapangan saat workshop dan sneakers exhibition Karena semi terbuka, saat pengunjung datang banyak harus ekstra kerja. Selain itu koordinasi dari panitia harus matang dengan pengunjung seperti itu, itu aja sih

P : Pada saat perencanaan bagaimana cara membuat konsep acara ?

I : Kita dapat mempelajari bagaimana rangkaian acara suatu event, acara mana saja yang menarik pengunjung, berapa lama suatu pengunjung mampu bertahan dalam mengikuti event, serta media apa saja yang digunakan. banyak hal lah yang bisa kita pelajari dari suatu penyelenggaraan event.

P : bagaimana cara mempelajari ragkaina dari acara lain? Apakah menggunakan riset terlebih dahulu dari event lain?

I : yaaa Dari beberapa event yang kita amati seperti custom fest, binale, artjog dan sebagainya-sebagainya. Kecenderungannya menggunakan media sosial dalam publikasi acaranya, sedangkan kalo rangkaian acara itu relatif ya.

P : Apa saja promosi yang di gunakan dari segi media sosial ?

I : banyak mba dari instagram misal kan ada tu kita ig nya jsm 3 @sneakershub

P: apakah ada target sesuai yang di inginkan dari jsm 3 sendiri?

I : iya gitu mba, kita kan melihat kecenderungan event yang akan kita laksanakan dan dari hasil pengamatan kita tadi. event kita ini event sepatu yang digemari anak muda pastinya, jarang kan ada orang tua yang menggunakan sepatu sneaker. selain itu seperti event tadi kita bisa lihat kecenderungan pengunjung event itu siapa sih, lalu event-event itu menggunakan apa sih dalam menginformasikan pesan.

P : bagaimana dengan susunan acara ?

I : susunan acara kita ada rundown nya bentar tak kirimnya lewat wa juga ntar pokoknya acara inti itu ada dibagi atas tiga jenis Sneaker Exhibition, Talk Show, dan entertainment.

P : bagaimana penempatan lokasi?

I : lokasi juga sudah ada kita buat peta denah nya ntar aku kasih juga lewat wa itu dah lengkap, yang pasti lokasi tetap sama di lippo mall jogja dari tahun tahun ketahun distu terus kan ya.

P : apakah evaluasi di adakan dan kapan di adakan evaluasi tersebut?

I : evaluasi kita lakukan pas setelah seminggu acara selesai ya kita berbaik hati lah sama anak-anak untuk biat mateng menyiapkan laporan pertanggungjawaban terhadap penggunaan anggaran dan pembelian peralatan kalo ada alat yang statusnya sewa.