

LAMPIRAN

Interview Guide

1. Apa yang melatarbelakangi penyelenggaraan JPRD2017?
2. Tujuan apa yang hendak dicapai dalam penyelenggaraan JPRD 2017?
3. Bagaimana usaha dalam mencapai tujuan tersebut?
4. Siapa yang menjadi target audience dalam aktivitas penyelenggaraan JPRD 2017?
5. Mengapa memilih target audience tersebut?
6. Bagaimana tahapan-tahapan perencanaan penyelenggaraan JPRD 2017?
7. Bagaimana proses menentukan lokasi penyelenggaraan?
8. Bagaimana menentukan kriteria pengisi acara atau peserta?
9. Bagaimana penjadwalan kegiatan?
10. Bagaimana panitia mengkomunikasikan penyelenggaraan event ini terhadap target audience?
11. Media apa saja yang digunakan untuk mendukung publikasi event JPRD 2017?
12. Mengapa media tersebut dipilih?
13. Bagaimana perencanaan maupun persiapan yang dilakukan untuk setiap media publikasi?
14. Siapa saja pihak yang terlibat dalam perencanaan event JPRD 2017?
15. Apakah ada Panitia khusus yang dibentuk dalam rangka penyelenggaraan event JPRD 2017?
16. Bagaimana cara menetapkan anggaran/estimasi biaya dalam event JPRD 2017?

17. Faktor pendukung apa yang dihadapi dalam proses perencanaan event JPRD 2017?
18. Bagaimana mengukur keberhasilan penyelenggaraan JPRD 2017?
19. Apa indikator untuk menilai keberhasilan penyelenggaraan?
20. Bagaimana merumuskan indikatornya?
21. Bagaimana perkembangan JPRD 2017 dari tahun ketahun?
22. Apa pesan yang dibawa dan citra apa yang hendak dibangun?
23. Bagaimana struktur kepanitiaanya?
24. Siapa yang melakukan evaluasi terhadap penyelenggaraan JPRD 2017?
25. Bagaimana proses evaluasi penyelenggaraan event JPRD 2017?
26. Bentuk-bentuk pemantauan/monitoring seperti apa yang diterapkan selama penyelenggaraan JPRD 2017 berlangsung?

Pengunjung JPRD 2017

1. Apakah anda mengikuti rangkaian acara JPRD 2017 dari awal berlangsung?
2. Apa yang membuat anda berkunjung ke event JPRD 2017?
3. Apakah program-program yang ditawarkan menarik?
4. Program apa yang paling menarik menurut anda? Kenapa?
5. Apa tanggapan anda tentang pengemasan JPRD 2017?
6. Apa saran anda untuk event JPRD 2017 selanjutnya?

Transkrip wawancara dengan Dwiga Satriawan Ketua Perhumas Muda Yogyakarta

Q : Apa yang melatarbelakangi penyelenggaraan JPRD 2017?

A :hmm...saya mengharapkan dapat menciptakan sebuah terobosan baru dalam program Perhumasan Muda Yogyakarta untuk menyuarakan potensi-potensi dari pariwisata yang ada di Indonesia dan belum banyak diketahui oleh masyarakat luas sebagai bagian dari aktivitas kehumasan di Indonesia

Q : Tujuan apa yang hendak dicapai dalam penyelenggaraan JPRD 2017?

A :ya,, untuk menyempurnakan teori dari humas itu sendiri, ya dengan cara berkontribusi nyata dalam pengembangan promosi pariwisata indonesia, bisa dibilang salah satu modal Indonesia lah, untuk dapat meningkatkan citra dan kualitas dari potensi pariwisata kita tidak hanya dimata penduduk local namun sampai ke mancanegara

Q : Bagaimana usaha dalam mencapai tujuan tersebut?

A : dengan mengangkat sebuah tema *Discoveirng the hidden jewels of Indonesia*, tentu saja tema ini diangkat dengan tujuan menggali lebih dalam mengenai pesona pariwisata yang ada di Indonesia

Q : Siapa yang menjadi target audience dalam aktivitas penyelenggaraan JPRD2017?

A :tentu saja kita mengincar dari kalangan pelajar atau mahasiswa di Yogyakarta, hal ini untuk menarik minat dari mahasiswa itu sendiri tentang bagaimana sih Perhumasan Muda Jogja itu dan apa saja kegiatan yang

dilakukan oleh PMY ini hingga bisa mengangkat pariwisata yang ada di Indonesia

Q : Mengapa memilih target audience tersebut?

A : yaa seperti yang saya bilang tadi tentang tujuan dari pelaksanaan JPRD ini, ditambah lagi mahasiswa memiliki tingkat penasaran yang lebih tinggi, apalagi dibidang yang baru dan bsa dibilang mereka belum mngenal PMY dibandingkan orang dewasa atau pun yang sudah berkeluarga

Q : Bagaimana tahapan-tahapan perencanaan penyelenggaraan JPRD 2017?

A : awal dalam perencanaan yang kita lakukan itu adalah pembentukan struktur panitia pelaksana event dulu. Jadi harapannya bisa bekerja secara optimal berdasarkan kebutuhan jadi kita bisa kelola setiap anggota dari PMY untuk terlibat aktif dalam penyelenggaraan event ini

Q : Bagaimana proses menentukan lokasi penyelenggaraan?

A : untuk penentuan lokasi ini sendiri kita terlebih dahulu mencari tempat pariwisata yang sepenuhnya mendukung program-program yang sudah kita rancang sebelumnya

Q : Bagaimana menentukan kriteria pengisi acara atau peserta?

A : kepanitiaan event kita bentuk sekitar akhir desember, ini sengaja kita buat jauh-jauh hari biar kita punya waktu dalam mempersiapkan acara ini sebaik mungkin tidak terburu-buru. Sehingga acara ini dapat menjadi sebuah acara yang berkualitas

Q : Bagaimana penjadwalan kegiatan?

A :bagian ini sepenuhnya anak-anak bagian acara yang sudah merancang semua kegiatan yang akan dilaksanakan dari penyebaran informasi hingga penutupan acara

Q : Bagaimana panitia mengkomunikasikan penyelenggaraan event ini terhadap target audience?

A :promosi salah satu komunikasi yang sudah kita jalankan, agar target audience dapat mengetahui adanya event ini dalam waktu dekat. Yaa,, harapannya dengan banyaknya informasi-informasi yang sudah kami sebar dapat menarik minat dari target audience kami

Q : Media apa saja yang digunakan untuk mendukung publikasi event JPRD 2017?

A :semua media sosial sudah kami lakukan untuk melakukan promosi JPRD tahun ini, fokus kami lebih ke instagram sih karena lebih simple dan sangat banyak dari kalangan mahasiswa yang mempunyai akun instagram, selain mudah diakses kita juga dapat banyak foto untuk dijadikan senjata kami dalam menarik perhatian para target audience. Untuk penggunaan facebook atau twitter mungkin kami hanya menggunakannya untuk menampilkan informasi lebih dan untuk mencari sebuah sponsor untuk melancarkan event kami ini

Q : Mengapa media tersebut dipilih?

A :ya karena dizaman sekarang ini berita lebih cepat tersebar dibandingkan dengan siaran di TV ya kann???.....siapa sih yang sekarang ga punya media

sosial, semua pasti punya dan semua pasti membuka aplikasi tersebut, kita jga bisa kerja sama dengan akun-akun media sosial yang lain untuk menyebarkan informasi ini, yaa seperti endors-endors gitu lahh...

Q : Bagaimana perencanaan maupun persiapan yang dilakukan untuk setiap media publikasi?

A :sebelumnya kita juga sudah mendiskusikannya mengenai tentang apa yang harus kita post dan pemilihan foto jga factor penting untuk menciptakan ketertarikan dari target audience, karna dari foto yang menarik dan penggunaan kata-kata yang pas otomatis dapat menarik bagi yang melihat dong pastinya, harapan kami seperti itu...

Q : Siapa saja pihak yang terlibat dalam perencanaan event JPRD 2017?

A :semua pihak terkait kok megenai event JPRD ini, dimulai dari PMY sbagai penggagas event, trus dari pihak pariwisata yang kita tuju dengan support seperti penyediaan tempat dan lain sebagainya, kita juga membutuhkan pengamanan yang cukup untuk menghindari hal-hal yangt tidak dinginkan, bahkan pengisi acara jga berpengaruh terhadap kelancaran acara yang akan kita gelar. Ya tentunya dari target audience yang lebih berpengaruh dong, karna dari target audience lah kita bisa menilai acara ini sukses atau tidaknya...

Q : Apakah ada Panitia khusus yang dibentuk dalam rangka penyelenggaraan event JPRD 2017?

A : ada mas kebetulan panitia di bentuk 6 bulan sebelum event

Q : Bagaimana cara menetapkan anggaran/estimasi biaya dalam event JPRD 2017?

A : dalam anggaran di event ini kita mengumpulkan data keuangan dan apa saja yang diperlukan mengenai event ini di setiap bidangnya, dari situ nanti dana-dana yang dibutuhkan akan ditanggulangi dari kas PMY maupun sponsor yang berkerjasama sama dengan event ini..

Q : Faktor pendukung apa yang dihadapi dalam proses perencanaan event JPRD 2017?

A : antusiasme dari PMY untuk mempopulerkan pesona wisata yang ada di Indonesia didukung juga dari pihak pariwisata untuk lebih mengenal tempat pariwisata tersebut seperti apa

Q : Siapa yang melakukan evaluasi terhadap penyelenggaraan JPRD 2017?

A : oleh semua panitia JPRD dan dilakukan langsung setelah event tersebut selesai

Q : Bagaimana proses evaluasi penyelenggaraan event JPRD 2017?

A : kegiatan evaluasi di akhir . Hanya saja kita melakukannya itu seminggu setelah acara, Kita kasih waktu dulu untuk istirahat. Selain itu juga mereka punya waktu untuk membuat laporan dengan tidak terburu-buru. Sehingga mereka bisa jernih dalam berfikir dari kegiatan yang telah dilakukan

Q : Bentuk-bentuk pemantauan/monitoring seperti apa yang diterapkan selama penyelenggaraan JPRD 2017 berlangsung?

A : “ awal dalam perencanaan yang kita lakukan itu adalah pembentukan struktur panitia pelaksana event dulu. Jadi harapannya bisa bekerja secara optimal berdasarkan kebutuhan jadi kita bisa kelola setiap anggota dari PMY untuk terlibat aktif dalam penyelenggaraan event ini” (Sumber wawancara dengan Dwiga Satriawan selaku Ketua Perhumas Muda Yogyakarta pada 29 April 2018) “kepanitiaan event kita bentuk sekitar akhir desember, ini sengaja kita buat jauh-jauh hari biar kita punya waktu dalam mempersiapkan acara ini sebaik mungkin tidak terburu-buru. Sehingga acara ini dapat menjadi sebuah acara yang berkualitas” (Sumber wawancara dengan Dwiga Satriawan selaku Ketua Perhumas Muda Yogyakarta pada 29 April 2018) “kegiatan evaluasi di akhir . Hanya saja kita ngelakukannya itu seminggu setelah acara, Kita kasih waktu dulu untuk istirahat. Selain itu juga mereka punya waktu untuk membuat laporan dengan tidak terburu-buru. Sehingga mereka bisa jernih dalam berfikir dari kegiatan yang telah dilakukan”(Sumber wawancara dengan Dwiga Satriawan selaku Ketua Perhumas Muda Yogyakarta pada 29 April 2018)

Transkrip wawancara dengan Retno Widyastuti Ketua Panitia JPRD

Q : Apa yang melatarbelakangi penyelenggaraan JPRD 2017?

A : untuk memajukan lagi minat masyarakat Indonesia tentang pesona wisata yang kita miliki. Apalagi masih banyak tempat-tempat wisata yang belum diketahui oleh orang banyak, otomatis ini bisa membuka peluang untuk pesona wisata di Indonesia

Q : Tujuan apa yang hendak dicapai dalam penyelenggaraan JPRD 2017?

A : harapan kami selaku panitia event JPRD tentunya untuk mensukseskan acara ini hingga dapat bermanfaat bagi masyarakat banyak dari acara JPRD ini sendiri, ya mudah-mudahan dengan adanya event ini wawasan dari masyarakat tentang PMY maupun acara JPRD menjadi luas..

Q : Bagaimana usaha dalam mencapai tujuan tersebut?

A : tentunya kami menampilkan acara yang menarik seperti talkshow mengenai pariwisata, workshop hingga malam puncak acara yang kami adakan agar target audience tidak merasa bosan dengan acara yang sudah dirancang

Q : Siapa yang menjadi target audience dalam aktivitas penyelenggaraan JPRD2017?

A : untuk target audience kami menginginkan semua kalangan masyarakat bisa berpartisipasi dengan event ini, tpi fokus kami lebih ke pelajar/mahasiswa karena mereka lah yang akan menjadi bibit penerus dan untuk mempertahankan acara ini..

Q : Mengapa memilih target audience tersebut?

A : yaa,, karna klau yang jadi target pelajar ataupun mahasiswa kan kita juga menyajikan acara berupa *public relation league* yang pesertanya otomatis didominasi oleh pelajar ataupun mahasiswa itu sendiri

Q : Bagaimana tahapan-tahapan perencanaan penyelenggaraan JPRD 2017?

A : Tahap awal dalam proses perencanaan kita membentuk struktur panitia dulu dibawah instruksi dari ketua perhumas muda kita mas dwiga. Kita membentuk itu untuk memudahkan kita dalam mengorganisir semua sumber daya yang kita punya

Q : Bagaimana proses menentukan lokasi penyelenggaraan?

A : adanya kerjasama dari pihak pengelola pariwisata yang bisa mendukung penuh dari JPRD ini, y untuk mensukseskan di kedua belah pihak pastinya mas, disisi lain acara kami sukses, di sisi mereka jga membuat tempat wisatanya lebih terkenal lagi, otomatis itu juga menjadi keuntungan yang sangat berarti dong buat mereka.

Q : Bagaimana menentukan kriteria pengisi acara atau peserta?

A : jadi dalam kegiatan riset konsep acara itu merupakan peran dan tanggung jawab dari divisi acara, dalam hal ini penyusunan atau kegiatan riset dilakukan setelah struktur kepanitiaan resmi dibentuk

Q : Bagaimana penjadwalan kegiatan?

A : ya dari dulu acara pembukaan kita itu selalu diawali seminar mas, ini kita lakukan ya seperti yang saya bilang sebelumnya dalam kegiatan ini kan nanti

berguna untuk menambah wawasan baik peserta seminar maupun peserta finalis kompetisi

Q : Bagaimana panitia mengkomunikasikan penyelenggaraan event ini terhadap target audience?

A :kami menggunakan media sosial untuk melakukan promosi dan penyebaran informasi mas, krna sekarang media sosial lebih mudah diakses dan lebih banyak penggunaannya, karena sekarang semua kalangan mempunyai media sosial, otomatis informasi lebih cepat menyebar toh ???

Q : Media apa saja yang digunakan untuk mendukung publikasi event JPRD 2017?

A :semua media sosial kami gunakan untuk promosi ini mas, dari facebook, twitter hingga instagram, namun untuk menaikkan popularitas dari informasi ini kami mengunggulkan instagram karena lebih bisa membuat konten-konten yang menarik untuk menarik minat dari target audience

Q : Mengapa media tersebut dipilih?

A :karena zaman sekarang lebih populer media sosial dibanding program TV, karena itu lah kami memilih media sosial menjadi acuan terhadap promosi yang dilakukan, dimedia sosial jga berita yang menarik bisa lebih cepat menyebar..

Q : Bagaimana perencanaan maupun persiapan yang dilakukan untuk setiap media publikasi?

A : yang pastinya menyediakan konten-konten maupun informasi yang menarik minat dari audience mas,,disamping itu juga kami membangun kerjasama dengan akun media sosial yang lain untuk menyebar informasi ini

Q : Siapa saja pihak yang terlibat dalam perencanaan event JPRD 2017?

A : banyak pihak yang terlibat dari perencanaan event ini mas, mulai dari PMY sendiri, pihak pengelola pariwisata, pihak keamanan dan pihak sponsor yang membantu kelancaran dari acara ini..

Q : Apakah ada Panitia khusus yang dibentuk dalam rangka penyelenggaraan event JPRD 2017?

A : panitia khusus ada mas, itu lebih kebidang

Q : Bagaimana cara menetapkan anggaran/estimasi biaya dalam event JPRD 2017?

A : Untuk anggaran kita minta ketua masing-masing divisi terlebih dahulu untuk merumuskan kebutuhan masing-masing divisi beserta anggarannya dari awal

Q : Apa indikator untuk menilai keberhasilan penyelenggaraan?

A : indikator keberhasilan event ini , dilihat dari berapa jumlah peserta baik workshop maupun kompetisi PR league

Q : Bagaimana merumuskan indikatornya?

A : indikatornya diputuskan berdasarkan rapat sebelum event di mulai yaitu indikatornya adalah 30 tim untuk PR league dan 100 peserta talkshow dan alhamdulillah semua tercapai

Q : Bagaimana perkembangan JPRD 2017 dari tahun ketahun?

A : perkembangannya cukup signifikan dari tahun ke tahun di lihat dari jumlah peserta dan antusias terhadap event ini

Q : Apa pesan yang dibawa dan citra apa yang hendak dibangun?

A : Pesan yang dibawa adalah kita mengangkat tentang pariwisata indonesia yang kaya dengan cara mengkomunikasikan keindahan-keindahan alam tersebut melalui strategi komunikasi dan kreativitas dari para peserta. Kita ingin peserta bisa membangun citra yang baik untuk pariwisata kita agar mampu berbicara banyak dan bersaing dengan negara-negara lain juga, kurang lebihnya begitu.

Q : Bagaimana struktur kepanitiaanya?

A : struktur kepanitian itu di bentuk berdasarkan kebutuhan event ini baik divisi dan jobdesk-jobdesknya. Selain itu kita juga membuka kesempatan untuk mahasiswa yang ada di jogja untuk bergabung dalam kepanitiaan JPRD 2017 sesuai jobdesk yang kita tentukan yaitu dokumentasi dan LO.

Q : Bagaimana proses evaluasi penyelenggaraan event JPRD 2017?

A : evaluasi kita lakukan pas setelah seminggu acara selesai dilaksanakan hal ini dilakukan untuk memberikan waktu kepada teman-teman menyiapkan laporan pertanggungjawaban terhadap penggunaan anggaran dan pembelian peralatan kalo ada alat yang statusnya sewa

Q : Bentuk-bentuk pemantauan/monitoring seperti apa yang diterapkan selama penyelenggaraan JPRD 2017 berlangsung?

A : Tahap awal dalam proses perencanaan kita membentuk struktur panitia dulu dibawah instruksi dari ketua perhumas muda kita mas dwiga. Kita membentuk itu untuk memudahkan kita dalam mengorganisir semua sumber daya yang kita punya”(Sumber wawancara dengan Retno Widyastuti selaku Ketua Panitia JPRD 2017 pada Tanggal 29 April 2018) “jadi dalam kegiatan riset konsep acara itu merupakan peran dan tanggung jawab dari divisi acara, dalam hal ini penyusunan atau kegiatan riset dilakukan setelah struktur kepanitiaan resmi dibentuk” (Sumber wawancara dengan Retno Widyastuti selaku Ketua Panitia JPRD 2017 pada Tanggal 29 April 2018) ,Untuk anggaran kita minta ketua masing-masing divisi terlebih dahulu untuk merumuskan kebutuhan masing-masing divisi beserta anggarannya dari awal”(Sumber wawancara dengan Retno Widyastuti selaku Ketua Panitia JPRD 2017 pada Tanggal 29 April 2018) ,“ ya dari dulu acara pembukaan kita itu selalu diawali seminar mas, ini kita lakukan ya seperti yang saya bilang sebelumnya dalam kegiatan ini kan nanti berguna untuk menambah wawasan baik peserta seminar maupun peserta finalis kompetisi” (Sumber wawancara dengan Retno Widyastuti selaku Ketua Panitia JPRD 2017 pada Tanggal 29 April 2018), “evaluasi kita lakukan pas setelah seminggu acara selesai dilaksanakan hal ini dilakukan untuk memberikan waktu kepada teman-teman menyiapkan laporan pertanggungjawaban terhadap penggunaan anggaran dan pembelian peralatan kalo ada alat yang statusnya sewa.”

(Sumber wawancara dengan Retno Widyastuti selaku Ketua Panitia JPRD 2017 pada Tanggal 29 April 2018)

Transkrip wawancara dengan Seva Gliskaselaku Ketua Divisi Acara JPRD

Q : Apa yang melatarbelakangi penyelenggaraan JPRD 2017?

A : waktu itu kita kliping dari media sosial dan pemberitaan dari 3 bulan terakhir yang beredar antara pariwisata dan industri kreatif. Jadi sebagai pembeda kita lebih milih untuk mengangkat pariwisata sebagai tema penyelenggaraan dalam kegiatan event JPRD 2017

Q : Tujuan apa yang hendak dicapai dalam penyelenggaraan JPRD 2017?

A : ketemu tema utama nya itu adalah pariwisata lalu kita sama teman-teman lainnya berdiskusi untuk menspesifikkan tema dari hasil diskusi bersama ketemu tema "Discovering The Hidden Jewels of Indonesia" ini nanti akan dibahas bagaimana membangun atau mempromosikan potensi wisata dari seluruh nusantara

Q : Bagaimana usaha dalam mencapai tujuan tersebut?

A : seminar atau talkshow merupakan acara pembuka karena tujuan kita kan dalam pengadaan ini juga untuk edukasi ya, nah dari pemateri pemateri yang

dihadirkan diharapkan dapat memberi wawasan dan pengetahuan terhadap pariwisata dalam perspektif kehumasan

Q : Siapa yang menjadi target audience dalam aktivitas penyelenggaraan JPRD2017?

A : yang menjadi target audience dari event kita itu mahasiswa komunikasi yang ada di seluruh indonesia.

Q : Mengapa memilih target audience tersebut?

A : karena memang event kita ini adalah event yang diperuntukan untuk insan komunikasi terutama mahasiswa mas.

Q : Bagaimana tahapan-tahapan perencanaan penyelenggaraan JPRD 2017?

A : kita terus ke workshop, workshop sih perencanaan gak begitu banyak karena format dari tahun sebelumnya juga sudah jelas. Untuk efektivitas waktu misalnya kita melakukan pembuatan kelompok. Satu kelompok berisi dari 6 sampe 10 orang peserta. Terus nanti nya akan di review masing-masing proposal mereka oleh para narasumber yang mengisi acara seminar yang notabenehnya mereka adalah praktisi dan akademisi

Q : Bagaimana proses menentukan lokasi penyelenggaraan?

A : untuk tempat kita milih di benteng Vredeburg dan candi prambanan, semua di setuju oleh dinas pariwisata untuk penggunaan tempat. Hal ini dikarenakan sesuai dengan topik kita dan dari diskusi bersama divisi acara untuk pengurusannya lebih mudah karena orang-orang dari dinas bakal support kegiatan – kegiatan positif

Q : Bagaimana menentukan kriteria pengisi acara atau peserta?

A : selanjutnya ya kita ngerumusin acara, kegiatan mau apa aja. Pembicaranya siapa, susunannya bagaimana diselenggarakan kapan. Tapi waktu itu kita acara utama tetap sama aja sih ama tahun tahun sebelumnya acara inti itu cuma ada empat mas, seminar, workshop, PR league, sama awarding. Jadi saya cuma fokus pada perumusan topik, pembicara dan waktunya saja

Q : Bagaimana penjadwalan kegiatan?

A : Dalam penyusunan acara itu tanggung jawabnya ada di divisi kita. Jadi setelah kepanitiaan dibentuk kita langsung kerja. Dalam riset kita melakukannya dengan tracking media Saya bersama tim mencari topik-topik yang menarik untuk diangkat yang menjadi perhatian banyak pihak baik dari pemerintah maupun masyarakat luas

Q : Bagaimana panitia mengkomunikasikan penyelenggaraan event ini terhadap target audience?

A : kompetisi league dari seleksi, dimana finalis nya itu merupakan 10 peserta yang lolos seleksi tahap awal. Dan mereka dilombakan lagi secara langsung dan dinilai dari juri yang memiliki berbagai latar belakang profesi. Sehingga diharapkan dapat menemukan hasil yang objektif

Q : Media apa saja yang digunakan untuk mendukung publikasi event JPRD 2017?

A : Medianya yang kita pake kebanyakan adalah social media kita sendiri dan socail media JPRD, selain itu kita juga memanfaatkan media-media lokal

kampus-kampus di jogja dan juga talkshow di radio-radio yang ada di jogja seperti Istakalista dan radio Geronimo FM. Kita juga melakukan roadshow di beberapa kampus agar bisa menggaet audience secara lebih dekat lagi. Selain itu kita juga menyebar flyer dan poster di kampus-kampus yang ada di Jogja.

Q : Mengapa media tersebut dipilih?

A : karena kita menyesuaikan target audience kita yaitu mahasiswa, kita melakukan pendekatan melalui media yang dekat dengan audience mas yaitu sosmed

Q : Bagaimana perencanaan maupun persiapan yang dilakukan untuk setiap media publikasi?

A : ya kita mapping dulu target audiencenya kemudian baru kita pilih media-media yang cocok untuk audience itu sendiri. Selain itu, kita juga bekerjasama dengan radio-radio yang memang punya slot untuk talkshow.

Q : Siapa saja pihak yang terlibat dalam perencanaan event JPRD 2017?

A : yang terlibat tentunya anak-anak PMY, Alumni, BPC Perhumas Jogja, dan BPP perhumas Indonesia.

Q : Bagaimana cara menetapkan anggaran/estimasi biaya dalam event JPRD 2017?

A : Pertama-tama kita menyusun budgeting yang diperuntukan untuk event ini melalui rapat, kita juga ngelist kira-kira kebutuhan kita berapa dan estimasi harga kita dapatkan melalui Research langsung maupun via internet.

Q : Faktor pendukung apa yang dihadapi dalam proses perencanaan event JPRD 2017?

A : beberapa narasumber yang dapat menjadi pengisi sesuai dengan topik tapi masih dalam bidang PR baik itu praktisi maupun akademisi. Kita sengaja mencari narasumber yang berasal dari berbagai kalangan

Q : Bagaimana mengukur keberhasilan penyelenggaraan JPRD 2017?

A : kompetisi kita buat dua tahapan pertama administrasi dengan melakukan pendaftaran beserta esai terkait topik seminar. Yang kedua adalah kompetisi langsung dari finalis yang terpilih

Q : Apa indikator untuk menilai keberhasilan penyelenggaraan?

A : Terakhir ya awarding, pemberian hadiah. Dalam hal ini kita merencanakan susunan acaranya. Dimana dalam penyusunan itu kita buat ada makan malam bareng juri serta narasumber pembicara para seminar. Lalu ada akustikan untuk menemani kegiatan acara ini. untuk meramaikan acara awarding ini

Q : Bagaimana merumuskan indikatornya?

A : kegiatan berjalan sesuai yang direncanakan tidak ada perubahan pada saat hari pelaksanaan event. Setelah seminar kita lanjut workshop dan semuanya berjalan lancar seperti yang direncanakan, terakhir pemberian hadiah kepada para pemenang dalam rangkaian acara kita juga mengemasnya dengan hiburan juga ada akustikan, dan kita selenggarakan di prambanan untuk penutupannya.

Q : Bentuk-bentuk pemantauan/monitoring seperti apa yang diterapkan selama penyelenggaraan JPRD 2017 berlangsung?

A : “Dalam penyusunan acara itu tanggung jawabnya ada di divisi kita. Jadi setelah kepanitiaan dibentuk kita langsung kerja. Dalam riset kita melakukannya dengan tracking media Saya bersama tim mencari topik-topik yang menarik untuk diangkat yang menjadi perhatian banyak pihak baik dari pemerintah maupun masyarakat luas” (Sumber wawancara dengan Seva Gliskaselaku Ketua Divisi Acara JPRD 2017 pada Tanggal 30 April 2018)

“waktu itu kita kliping dari media sosial dan pemberitaan dari 3 bulan terakhir yang beredar antara pariwisata dan industri kreatif. Jadi sebagai pembeda kita lebih milih untuk mengangkat pariwisata sebagai tema penyelenggaraan dalam kegiatan event JPRD 2017” (Sumber wawancara dengan Seva Gliska selaku Ketua Divisi Acara JPRD 2017 pada Tanggal 30 April 2018) .

“ketemu tema utama nya itu adalah pariwisata lalu kita sama teman-teman lainnya berdiskusi untuk menspesifikkan tema dari hasil diskusi bersama ketemu tema Discovering The Hidden Jewels of Indonesia” ini nanti akan dibahas bagaimana membangun atau mempromosikan potensi wisata dari seluruh nusantara”(Sumber wawancara dengan Seva Gliska selaku Ketua Divisi Acara JPRD 2017 pada Tanggal 30 April 2018). “untuk tempat kita milih di benteng Vredeburg dan candi prambanan, semua di setuju oleh dinas pariwisata untuk penggunaan tempat. Hal ini dikarenakan sesuai dengan topik kita dan dari diskusi berasama divisi acara untuk pengurusannya lebih mudah karena orang-orang dari dinas bakal support kegiatan – kegiatan positif” (Sumber wawancara dengan Seva Gliskaselaku Ketua Divisi Acara JPRD

2017 pada Tanggal 30 April 2018). “selanjutnya ya kita ngerumusin acara, kegiatan mau apa aja. Pembicaranya siapa, susunannya bagaimana diselenggarakan kapan. Tapi waktu itu kita acara utama tetap sama aja sih ama tahun tahun sebelumnya acara inti itu cuma ada empat mas, seminar, workshop, PR league, sama awarding. Jadi saya cuma fokus pada perumusan topik, pembicara dan waktunya saja (Sumber wawancara dengan Seva Gliskaselaku Ketua Divisi Acara JPRD 2017 pada Tanggal 30 April 2018) “beberapa narasumber yang dapat menjadi pengisi sesuai dengan topik tapi masih dalam bidang PR baik itu praktisi maupun akademisi. Kita sengaja mencari narasumber yang berasal dari berbagai kalangan” (Sumber wawancara dengan Seva Gliskaselaku Ketua Divisi Acara JPRD 2017 pada Tanggal 30 April 2018) “kita terus ke workshop, workshop sih perencanaan gak begitu banyak karena format dari tahun sebelumnya juga sudah jelas. Untuk efektivitas waktu misalnya kita melakukan pembuatan kelompok. Satu kelompok berisi dari 6 sampe 10 orang peserta. Terus nanti nya akan di review masing-masing proposal mereka oleh para narasumber yang mengisi acara seminar yang notabenenya mereka adalah praktisi dan akademisi” (Sumber wawancara dengan Seva Gliskaselaku Ketua Divisi Acara JPRD 2017 pada Tanggal 30 April 2018) “kompetisi kita buat dua tahapan pertama administrasi dengan melakukan pendaftaran beserta esai terkait topik seminar. Yang kedua adalah kompetisi langsung dari finalis yang terpilih”(Sumber wawancara dengan Seva Gliskaselaku Ketua Divisi Acara JPRD 2017 pada

Tanggal 30 April 2018). Terakhir ya awarding, pemberian hadiah. Dalam hal ini kita merencanakan susunan acaranya. Dimana dalam penyusunan itu kita buat ada makan malam bareng juri serta narasumber pembicara para seminar. Lalu ada akustikan untuk menemani kegiatan acara ini. untuk meramaikan acara awarding ini” (Sumber wawancara dengan Seva Gliskaselaku Ketua Divisi Acara JPRD 2017 pada Tanggal 30 April 2018).√“seminar atau talkshow merupakan acara pembuka karena tujuan kita kan dalam pengadaan ini juga untuk edukasi ya, nah dari pemateri pemateri yang dihadirkan diharapkan dapat memberi wawasan dan pengetahuan terhadap pariwisata dalam perspektif kehumasan” (Sumber wawancara dengan Seva Gliskaselaku Ketua Divisi Acara JPRD 2017 pada Tanggal 30 April 2018) “kegiatan berjalan sesuai yang direncanakan tidak ada perubahan pada saat hari pelaksanaan event. Setelah seminar kita lanjut workshop dan semuanya berjalan lancar seperti yang direncanakan” (Sumber wawancara dengan Seva Gliskaselaku Ketua Divisi Acara JPRD 2017 pada Tanggal 30 April 2018) “kompetisi league dari seleksi, dimana finalis nya itu merupakan 10 peserta yang lolos seleksi tahap awal. Dan mereka dilombakan lagi secara langsung dan dinilai dari juri yang memiliki berbagai latar belakang profesi. Sehingga diharapkan dapat menemukan hasil yang objektif” (Sumber wawancara dengan Seva Gliskaselaku Ketua Divisi Acara JPRD 2017 pada Tanggal 30 April 2018). “terakhir pemberian hadiah kepada para pemenang dalam rangkaian acara kita juga mengemasnya dengan hiburan juga ada akustikan,

dan kita selenggarakan di prambanan untuk penutupannya. (Sumber wawancara dengan Seva Gliskaselaku Ketua Divisi Acara JPRD 2017 pada Tanggal 30 April 2018)

Transkrip wawancara dengan Vina Angraini Ketua Divisi Media Partner

Q : Bagaimana penjadwalan kegiatan?

A : Penjadwalan kegiatan kita lakukan dengan cara melakukan research tentang event-event serupa, kemudian setelah melakukan mapping, kami menentukan tanggal dan rincian kegiatan JPRD 2017.

Q : Bagaimana panitia mengkomunikasikan penyelenggaraan event ini terhadap target audience?

A : promosinya kita buat dua, sosial media dan roadshow ke kampus-kampus yang ada jurusan Prnya seperti Atma, UMY, UAD, dan lain sebagainya. Terus media sosial kita sebagai media utama dalam penyeberan informasi nya ini ya karena fleksibilitas dan up to date dalam memperbaharui informasi

Q : Media apa saja yang digunakan untuk mendukung publikasi event JPRD 2017?

A : Instagram, Facebook dan twitter merupakan media utama dalam kegiatan promosi. Dalam aktivitas nya kita juga kerja sama dengan akun-akun sosial

media dari berbagai universitas untuk melakukan repost atau menyebarkan postingan kita

Q : Bagaimana perencanaan maupun persiapan yang dilakukan untuk setiap media publikasi?

A : Kegiatan promosi kita udah lakukan sejak jauh-jauh hari mas saat bulan desember kita udah posting pertama. Untuk memberi tahu audiens tentang event yang akan diselenggarakan. Tujuannya ya biar semua tahu kalo kita bakal punya event pada bulan maret nanti

Q : Bagaimana cara menetapkan anggaran/estimasi biaya dalam event JPRD 2017?

A : bertanggung jawab dalam mencari sponsor. Sebelum mencari sponsor kita mapping dulu perusahaan mana yang sesuai dengan tema, sehingga kemungkinan perusahaan akan support event kita itu besar. Selain itu kita juga mapping berdasarkan relasi kita

Q : Faktor pendukung apa yang dihadapi dalam proses perencanaan event JPRD 2017?

A : kegiatan promosi kan gak setiap waktu ya mas, jadi disela sela waktu yang kita punya kita juga melakukan pengiriman proposal kita ke perusahaan-perusahaan dan instansi-instansi yang sudah kita petakan tadi. Jadi biar efektif penggunaan waktunya

Q : Bentuk-bentuk pemantauan/monitoring seperti apa yang diterapkan selama penyelenggaraan JPRD 2017 berlangsung?

A : “bertanggung jawab dalam mencari sponsor. Sebelum mencari sponsor kita mapping dulu perusahaan mana yang sesuai dengan tema, sehingga kemungkinan perusahaan akan support event kita itu besar. Selain itu kita juga mapping berdasarkan relasi kita” (Sumber wawancara dengan Vina Anggraini selaku Ketua Divisi Media Partner dan Publikasi JPRD 2017 pada Tanggal 30 April 2018)

Kegiatan promosi kita udah lakukan sejak jauh-jauh hari mas saat bulan desember kita udah posting pertama. Untuk memberi tahu audiens tentang event yang akan diselenggarakan. Tujuannya ya biar semua tahu kalo kita bakal punya event pada bulan maret nanti” (Sumber wawancara dengan Vina Anggraini selaku Ketua Divisi Media Partner dan Publikasi JPRD 2017 pada Tanggal 30 April 2018). “Instagram, Facebook dan twitter merupakan media utama dalam kegiatan promosi. Dalam aktivitas nya kita juga kerja sama dengan akun-akun sosial media dari berbagai universitas untuk melakukan repost atau menyebarkan postingan kita (Sumber wawancara dengan Vina Anggraini selaku Ketua Divisi Media Partner dan Publikasi JPRD 2017 pada Tanggal 30 April 2018). “kegiatan promosi kan gak setiap waktu ya mas, jadi disela sela waktu yang kita punya kita juga melakukan pengiriman proposal kita ke perusahaan-perusahaan dan instansi-instansi yang sudah kita petakan tadi. Jadi biar efektif penggunaan waktunya”(Sumber wawancara dengan Vina Anggraini selaku Ketua Divisi Media Partner dan Publikasi JPRD 2017 pada Tanggal 30 April 2018).