

LAMPIRAN INTERVIEW

Pihak Jogja City Mall (JCM)

Nama : Claudia Varinda Putri

Jabatan : *Manager Marketing Communication Supervisor JCM*

1. Apa yang anda ketahui tentang *Marketing Public Relations (MPR)* ?

“Jadi Marketing Public Relations di mall itu ya jadi tugas Marketing Communication, tugasnya sendiri jadi pelaksana event juga tercapainya target special event anniversary untuk selalu meramaikan mall pada saat weekday maupun weekend. “

2. Bagaimana bentuk pelaksanaan *MPR* dalam *special event* ?

“Kami membuat event menyesuaikan dengan apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh masyarakat serta pada timing yang tepat untuk tetap menjaga mall ini tetap ramai dengan pengunjung. Tujuan kami melalui event ini tenant-tenant tetap kena imbas dari euphoria pengunjung sehingga tenant mereka ikut ramai. Sehingga tenant-tenant kami tetap menjaga kerjasama dengan perusahaan kami.”

3. Apa fungsi dan peranan utama *MPR* dalam *special event* ?

“Marcomm sendiri jadi pelaksana event terus bertugas untuk mengontrol jalannya event sehingga tercapainya target yang telah ditentukan oleh General Manager. Tugas Public Relations lebih general dibandingkan dengan

Marketing Communication, karena mereka lebih banyak di lapangan untuk menurvei apa yang lagi in dan apa yang diinginkan oleh pengunjung. Dari situ Public Relations merancang program yang kemudian dikelola dan dieksekusi oleh Marketing Communications.”

4. Apa tujuan utama MPR dalam special event ?

“Kami membuat event menyesuaikan dengan apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh masyarakat serta pada timing yang tepat untuk tetap menjaga mall ini tetap ramai dengan pengunjung. Tujuan kami melalui event ini tenant-tenant tetap kena imbas dari euphoria pengunjung sehingga tenant mereka ikut ramai. Sehingga tenant-tenant kami tetap menjaga kerjasama dengan perusahaan kami.”

5. Bagaimana strategi MPR dalam menjalankan special event ?

“Kalo strategi yang kami gunakan tentu saja menggunakan strategi campuran, strategi push, pull kemudian pass. Soalnya ketiga strategi itu memang sangat berpengaruh sama peningkatan jumlah pengunjung di mall ini.”

6. Aktifitas pelaksanaan program MPR apa saja yang dilakukan oleh JCM dalam pelaksanaan special event?

“Kami sih sampai saat ini baru ngelaksanain dua tools ya mbak, event sama publicity. Soalnya itu yang paling perlu diperhatikan saat ini, kalau yang lain kan seiring berjalannya waktu pasti akan terlaksana, tapi gak sekarang gitu, satu-satu. Namanya juga baru tiga tahun berjalan, jadi masih banyak yang

harus diperbaiki lagi.”

7. Kenapa MPR perlu menyelenggarakan *special event* ?

”Special Event itu merupakan event penting yang harus dimiliki setiap perusahaan ya, karena melalui special event kami bisa menjangkau target mulai dari anak-anak hingga dewasa, dari yang bersama teman, berpasangan, maupun dengan keluarga. Oleh karena itu special event kami susun dan disesuaikan dengan target yang kami tuju.”

8. Apa yang anda ketahui tentang *Special Event* ?

“Special Event itu sebuah event tahunan yang cuma dilaksanakan satu tahun sekali, jadi beda sama event harian kami. Karena itulah special event itu dapat treat sendiri yang khusus. “

9. Kapan mulai dilaksanakan *special event* ?

“Mulai dari Grand Opening, kami mulai prepare untuk terus memajukan mall dengan menyusun event-event yang menarik.”

10. Siapa sajakah target sasaran dari diselenggarakannya *special event* ?

“Target sasaran kami menjangkau kepada semua usia, jadi kami buat event yang ada untuk anak-anak, remaja, dewasa, bahkan untuk keluarga, karena siapa saja bisa main ke mall.”

11. Dimana tempat menyelenggarakan *special event* yang berpotensi dalam menarik pengunjung ?

“Semua tempat itu potensial ya mbak, tergantung apa event yang diselenggarakannya. Biasa main atrium, outdoor stage juga tetap dipakai sih. Ya, intinya tergantung jenis eventnya gitu.”

12. Luaran apa sajakah yang anda harapkan dari pelaksanaan *Special Event* ?

“Semoga aja pengunjung semakin tertarik dan investor tetap bekerjasama dengan mall kami.”

13. Apa tujuan utama MPR JCM dalam melaksanakan *Special Event* ?

*“Tujuan kami mengadakan *Special Event*, selain menghibur namun kami tetap mencantumkan nilai edukasi di dalamnya, sehingga pengunjung dapat belajar dan mendapatkan pengetahuan di setiap event yang kami adakan.”*

14. *Special Event* apa saja yang telah dan yang akan diselenggarakan oleh JCM ?

“Banyak ya mbak, kalo jenisnya itu ya tiap hari raya atau hari besar agama gitu kita pasti buat event, kayak ramadhan juga. Terus hari besar nasional kayak tujuhbelasan gitu, sama hari ibu, dan ya ini pas ulang tahun perusahaan.”

15. Faktor pendorong dan penghambat apa sajakah yang dialami MPR untuk melakukan *Special Event* ?

“Faktor pendorong ya sudah banyak yang percaya dengan kami, jadi banyak yang mau menginvestasikan dananya pada kami. Sementara penghambatnya

mungkin keterbatasan kami, namanya juga manusia pasti ada kurangnya dalam pelaksanaan event gitu.”

16. Apa fungsi utama *Special Event* ?

*“Fungsi dari *Special Event* itu sebagai komunikasi dengan menyampaikan informasi untuk mendapatkan publikasi dari pengunjung untuk perusahaan. Jadi diharapkan pengunjung dengan perusahaan dapat dijembatani melalui *Special Event*.”*

17. Elemen – elemen apa saja yang menjadi standart JCM dalam melaksanakan *Special Event* ?

“Element yang kami gunakan ya tentu saja berdasar kepada 5W+1H, jadi apapun yang kami buat itu selalu berpatokan sama 5W+1H itu.”

18. Apa saja bentuk-bentuk *Special Event* yang diselenggarakan JCM ?

“Bentuk special event kami ini launching ya mbak, karena kami kan meluncurkan mall baru, secara tidak langsung kami juga mempromosikan tenant-tenant dan produk yang ada.”

19. Apa keunggulan *Special Event* JCM dari Mall lain ?

“Duh, susah ya kalo ditanya keunggulannya. Karena setiap mall pasti memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing. Tapi mungkin bedanya mall kami dengan yang lain itu mall kami itu mall yang one stop entertaining. Jadi event yang kami berikan itu nonstop untuk menghibur pengunjung.”

INTERVIEW GUIDE

Pihak Jogja City Mall (JCM)

Nama : Christine Amalia Naftali

Jabatan : *Marketing Communication Supervisor JCM*

- 1. Bagaimana strategi *special event Marketing Public Relations (MPR)* untuk menarik jumlah pengunjung ?**

“Strateginya ya buat produk-produk kami lebih dikenal. Kayak adain privileg card gitu dan memanfaatkan promosi lewat social media.”

- 2. Apakah *special event* dapat berpengaruh terhadap jumlah pengunjung ?**

“Oya jelas sangat berpengaruh sih mbak, kami mengadakan event untuk menarik pengunjung. Jadi kami selalu melihat apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh pengunjung.”

- 3. Pada waktu kapan sajakah pengunjung datang meramaikan *special event* ?**

“Weekend ya pastinya, soalnya kalau hari weekday kan masih banyak yang beraktifitas.”

- 4. Seperti apa sajakah bentuk dari perencanaan *special event* yang digunakan oleh Jogja City Mall ?**

“Ya gitu mbak, bentuknya kita merancang event, menjalankannya kemudian di evaluasi.”

5. Bagaimana bentuk pelaksanaan *special event* ?

“Bentuknya ya event launching mbak, karena kami meresmikan mall dan produk yang kami miliki.”

6. Bagaimana perbandingan jumlah pengunjung saat ada dan tidak ada event ?

“Berpengaruh mbak biasa mungkin kalau dalam perbandingan itu 4:1 pas ada event dan tidak ada eventnya.”

7. Apakah luaran yang diharapkan dari diselenggarakannya *special event* ?

“Luaran kami sih bisa menarik pengunjung biar banyak yang datang mbak, jadi mallnya ramai terus.”

8. Bagaimana cara yang dilakukan JCM dalam menganalisis pengunjung ?

“Dengan cara survey pengunjung ya mbak, biasa sih itu dilaksanakan oleh Public Relations kami yang langsung turun lapangan.”

9. Bagaimana cara yang dilakukan JCM dalam mempersiapkan strategi dalam menghadapi pesaing untuk meningkatkan jumlah pengunjung ?

“Evaluasi biar kami lebih baik lagi, mempersiapkan event secara lebih matang lagi dan menjalin hubungan baik dengan pengunjung serta media.”

10. Apakah *special event* telah memenuhi target sasaran ?

“Sudah mbak, bahkan syukur sudah tercapai.”

11. Seperti apakah bentuk implementasi/pelaksanaan dari perencanaan strategi *Marketing Public Relations* yang telah dilaksanakan ?

“Bentuknya ya secara real mbak, jadi event-event itu kami lihat indicator keberhasilannya juga.”

12. Bagaimanakah evaluasi terhadap implementasi strategi *Marketing Public Relations* dalam *special event* yang telah dilaksanakan ?

“Caranya dengan melihat di lapangan apa yang kurang, bagaimana respon pengunjungnya gitu.”

13. Media apa sajakah yang digunakan untuk menginformasikan *special event* yang akan dilaksanakan ?

“Biasa kami pakai lewat majalah mall kami, terus ada juga lewat social media yang paling penting. Kami juga sudah kerjasama dengan beberapa media cetak dan radio.”

14. Siapa sajakah yang terlibat dalam pelaksanaan *special event* ?

“Seluruh lapisan masyarakat mbak mau dari anak-anak hingga dewasa, untuk keluarga, pasangan, jomblo sekalipun.”

15. Seberapa efektifkah pelaksanaan *special event* terhadap peningkatan jumlah pengunjung ?

“Sangat efektif untuk memancing minat pengunjung datang.”

16. Dimana sajakah titik strategis pelaksanaan *special event* untuk menarik jumlah pengunjung ?

“Strategis ya? Semua tempat itu potensial mbak, tapi mungkin main atrium ya, soalnya main atrium kan luas dan di center gitu.”

17. Kenapa *special event* dapat berpengaruh terhadap jumlah pengunjung ?

*“Iya karena kami kalau buat event itu pasti melihat jumlah pengunjung yang datang, jika mulai berkurang kami evaluasi sehingga kami manfaatkan *special event* untuk jadi wadah kami menarik pengunjung kembali.”*

INTERVIEW GUIDE

Pihak Eksternal JCM

Nama : Ibu Lisa

Jabatan : Pengunjung Jogja City Mall (JCM)

1. Kapan anda mulai mengetahui adanya event disini ?

“Dari instagram mbak, kebetulan aku follow instagram JCM ini soalnya seru aja gitu pas aku stalking event-eventnya.”

2. Apa yang anda dapatkan dari *special event* ?

“Dapat hiburan mbak, pas banget kan kalau lagi bete gitu bisa langsung datang ke mall ini buat lihat eventnya.”

3. Melalui media apa anda mengetahui informasi mengenai event di JCM ?

“Social media ya, instagramnya biasa.”

4. Apa yang membuat anda tertarik untuk datang kesini ?

“Ya itu mbak, pas aku kepoin instagramnya itu eventnya kayaknya menarik gitu, terus aku tag aja temanku buat ikutan nonton. Eh temanku juga tertarik gitu.”

5. Apa yang membedakan event JCM dengan event di Mall lain ?

“Unik-unik ya mbak, kayak itu loh event yang basket di mall terus futsal di mall. Ya kali kan, biasa juga di lapangan mainnya. Makanya bikin penasaran kayak gimana mainnya.”

6. Sudah berapa sering anda berkunjung kemari ?

“Sering banget mbak, biasa kalo ada event seru ya pasti datang. Ya pasti seminggu sekali lah datang kesini.”

7. Pada saat ada keperluan apa sajakah anda datang kesini ?

“Pas lagi ada event yang menarik mbak kesini. Kan lumayan, hiburan gratis.”

8. Mengapa hingga saat ini anda lebih memilih untuk datang ke mall ini daripada ke Mall lain ?

“Soalnya JCM itu yang paling sering ngadain event mbak, eventnya juga macam-macam. Jadi lebih seru aja gitu.”

9. Bagaimanakah suasana event yang diselenggarakan ?

“Ramai mbak, apalagi kalau udah ada artisnya duh sampai tidak bisa nafas rasanya sesak-sesakan mbak.”

10. Apa kesan yang anda rasakan saat berpartisipasi dalam event ini ?

“Seru, asik, kreatif banget orang-orangnya buat acara.”

11. Apakah event yang paling menarik bagi anda ?

“Ya itu mbak, yang basket di dalam mall, terus futsal sama masak besar itu loh, masakannya enak banget dan yang pasti gratis, puas banget deh mbak.”

12. Apakah anda berminat untuk mengikuti event selanjutnya yang akan diselenggarakan JCM dilain waktu ?

“Oh iya jelas mbak kalau menarik pasti datang.”

13. Apa yang membuat event di JCM lebih menarik untuk dikunjungi dibandingkan dengan event di mall lain ?

“Ya itu deh mbak, soalnya eventnya banyak dan macam-macam jadi menarik deh buat terus dipantengin hehe.”

14. Sejak kapan anda mulai menjadi pengunjung di sini ?

“Aku mulai tertarik datang kesini itu sejak grand openingnya mbak, itu event gila-gilaan meriah banget mbak, jadi aku piker pasti kedepannya lebih keren.”

15. Seberapa efektifkah event di JCM ini untuk menarik perhatian anda hingga berkunjung kesini ?

“Efektif banget mbak, ini pihak JCM nya pintar banget bisa bikin aku tertarik datang dari promosinya di instagram itu loh.”

16. Apakah anda tertarik untuk mengajak teman, keluarga maupun kerabat anda untuk datang dan berpartisipasi dalam event JCM ?

“Iya pastinya mbak, aku kalau tau ada event disini, biasa aku tag teman aku buat aku ajak pergi gitu.”

17. Apakah saran anda terhadap event yang telah diselenggarakan ?

“Ya terus berkarya ya buat JCM, jangan mengecewakan. Terus kalo bisa ada artis ya aku bisa foto bareng gitu. Sering-sering bagi voucher juga dong biar tambah cinta hehe.”

18. Apakah manfaat yang anda peroleh dari event ini ?

“Ya menghibur mbak manfaatnya itu, tapi banyak tau juga sih kayak kemarin nonton calung itu kan, baru tau ada calung keseniannya hehe.”

LAMPIRAN KEGIATAN

TECHNICAL RUNDOWN

RANGKAIAN

ANNIVERSARY

JOGJA CITY

MALL 2016

13 - 30 Mei

2016

Update : per 16 Mei

21.00 WIB



JOGJA CITY MALL

Spirit of Jogja

No	Hari / Tanggal	Waktu	Durasi	Deskripsi	PIC	Venue	Remarks
1	Kamis, 19 Mei 2016	22.00 - selesai		Laosing in tenda transit marching band	Sie. Acara & sie. Perkap Anniversary	Selasar pedestrian	
2	Jumat, 20 Mei 2016	to be confirmed		Check list area	Sie. Acara & Perkap	Area Outdoor	
		to be confirmed		Drum Band and Marching Band Competition Kategori II	Sie. Acara Anniversary & SMI		Drop Off Closed
3	Sabtu, 21 Mei 2016	to be confirmed		Check list area	Sie. Acara Anniversary & Perkap		
		to be confirmed		Drum Band and Marching Band Competition Kategori I	Sie. Acara Anniversary & SMI		Drop Off Closed
		22.00 - selesai		Loading in equipment skateboard	Marcomm & BS		
4	Minggu, 22 Mei 2016	10.00 - 22.00	720'	Skateboard Competition	Marcomm & BS		Drop Off Closed

		22.00 - selesai		Loading in Lapangan Basket	Sie. Acara & Perkap		
5	Senin, 23 Mei 2016	09.00 - 10.00	60'	Check list area	Sie. Acara & Perkap	Atrium B & C	
		10.00 - selesai		Basket in The Mall - elimination	Sie. Acara Anniversary		
		22.00 - selesai		Loading in Matrass Cheerleader	Sie. Acara Anniversary & Perkap		
6	Selasa, 24 Mei 2016	09.00 - 10.00	60'	Check list area	Sie. Acara Anniversary	Atrium C	
		10.00 - selesai		Basket in The Mall - Final	Sie. Acara Anniversary		
				JCM Cheerleading Competition	Sie. Acara Anniversary		
				JCM Modern Dance Competition	Sie. Acara Anniversary		
		22.00 - selesai		1. Prepare area Donor Darah	Sie. Acara Anniversary & Perkap	Hall D Ground Floor	
2. Loading in stage (melamin JCM)	Atrium C						
7	Rabu, 25 Mei 2016	08.00 - 10.00	12 0'	1. Loading in Bed PMI	Sie. Acara Anniversary & Perkap	Hall D Ground Floor	
				2. Check list area			
		11.00 - 17.00	36 0'	CSR : Donor Darah	Sie. Acara Anniversary		
		15.00 - 17.30	15 0'	Kids Fashion Competition	Sie. Acara Anniversary	Atrium C	
		18.00 - selesai		Traditional Dance Performance	Sie. Acara Anniversary	Atrium C	
		22.00 - selesai		loading in tenda untuk masak besar & setting meja masak	Sie. Acara Anniversary & Perkap	Outdoor Area	

8	Kamis, 26 Mei 2016	11.00 - 14.00	18 0'	Musik		Stage Atrium C	
		15.00 - 17.45	16 5'	DJ Battle Performance	Sie. Acara Anniversary	Stage Atrium C	
		16.00 - selesai		CSR : Masak Besar 2.000 Nasi Goreng	Sie. Acara Anniversary & Perkap	Outdoor Area	Drop Off Closed
		18.00 - 21.30	21 0'	DF Zumba Party	Sie. Acara Anniversary	Stage Atrium C	
		22.00 - selesai		loading in stage, LED, sound, set area ceremony, loading backstage, loading in futsal court	All Panitia	Atrium	
9	Jumat, 27 Mei 2016	07.00 - 08.00	30'	Check list area	Sie. Acara Anniversary & Perkap	Atrium	
		08.00 - 08.30	30'	Among Tamu Standby	Sie. Among Tamu	Meja Tamu	
		08.30 - 09.30	60'	Ramah Tamah tamu s/d 70%	Sie. Among Tamu	Meja Tamu, Area Ceremony	
		09.00 - 11.30	15 0'	Ceremony 2nd Anniversary	All Panitia	Atrium	
		13.00 - 15.00	12 0'	Gladiresik Jogja Fashion Rendezvous I	LMAR-IFC, Sie. Acara Annive	Stage Atrium C	
		15.00 - 17.00	12 0'	Calung Competition	Sie. Acara Anniversary	Stage Atrium C	
		17.30 - 18.00	30'	Check list area	Sie. Acara Anniversary, perkap & IFC	Atrium B & C	
		19.00 - 21.30	15 0'	Jogja Fashion Rendezvous I	IFC	Stage Atrium C	
		22.00 - selesai		1. Clearing kursi ke Gudang Zone 3	Perkap	Atrium	

				2. Loading in futsal in the mall	Djarum	Atrium	
				3. Gladiresik Jogja Fashion Rendezvous II	LMAR-IFC, Sie. Acara Annive	Stage Atrium C	
1 0	Sabtu, 28 Mei 2016	09.00 - 10.00	60'	Check list area	Sie. Acara Anniversary & Gamedia	Atrium	
		12.30 - 13.00	30'	Check list area & prepare kursi	Sie. Acara Anniversary & SMI	Atrium	
		13.00 - 16.00	18 0'	Final Singing Competition	SMI	Atrium	
		16.00 - 18.30	15 0'	Futsal on Mall	Djarum	Atrium	
		18.30 - 19.00	30'	Clear area & setting	Sie. Acara Anniversary, perkap & IFC	Atrium	
		19.00 - 21.30	15 0'	Jogja Fashion Rendezvous II	IFC		
		22.00 - selesai		Loading in Nanny's Pavillon Pancake Fest	Marcomm & Nanny's Team	Hall A Ground Floor	
1 1	Minggu, 29 Mei 2016	10.00 - 17.00	42 0'	Nanny's Pavillon Pancake Festival	Marcomm & Nanny's Team	Hall A Ground Floor	
		13.00 - 21.00	48 0'	Djarum - Futsal In The Mall	Djarum	Atrium	
		22.00 - selesai		1. Loading Out Djarum Futsal In The Mall	Djarum		
					2. Loading in tambahan lidah stage outdoor, barikade, tenda sarnafil	Perkap Anniversary	Outdoor Area
1	Senin, 30	09.00 -		check	Sie. Acara		

2	Mei 2016	14.00		list & prepare area	Anniversary & Perkap		
		tentative		Firework party	All Panitia		