

LAMPIRAN

Lampiran 1. Lampiran Pedoman Wawancara

A. Komunikasi Pemasaran (IMC)

- Jika membahas event, apa maksud tujuan brand untuk melaksanakan alat marketing ini?
- Hal - hal apa saja yang diinginkan terjadi ketika suatu event sedang berlangsung?
- Event seperti apa yang paling berpengaruh untuk menarik perhatian konsumen?
- Dan dari sekian banyak event, event musik yang dipilih menjadi alat utama?
- Kenapa konsep mini *gigs* yang dipakai, apakah memiliki tujuan tertentu?
- Bagaimana hasil yang didapatkan dengan adanya *event gigs* dan kegiatan berinteraksi langsung dengan melibatkan konsumen dapat berdampak positif kepada *brand*? Jika iya dampak seperti apa yang biasanya terjadi?
- Apa tujuan utama dari diselenggarakannya event musik ini? Apakah sebagai alat berjualan atau memiliki makna lebih?
- Hasil utama dari hasil yang diinginkan dari pelaksanaan event tersebut pasti terdapat poin awareness dan pengetahuan akan brand, apakah efek tersebut berhasil didapatkan? Setelah mengetahui hasil tersebut, lantas bagaimana brand melihat respon konsumen?
- Bagaimana cara mereka menyukai dan memiliki keyakinan bahwa brand memiliki kapabilitas yang kuat dalam melakukan event - event selanjutnya?

B. Strategi Pemasaran

- Bagaimanakah cara yang dilakukan dalam me manage suatu event agar berpengaruh terhadap hasil akhir event itu sendiri yang membuat nama brand menjadi besar?
- Bagaimana cara brand memecah pasar dari heterogen menjadi homogen? Apa fokus yang menjadi kunci utama untuk memperkecil skala tersebut.
- Faktor apa yang pada akhirnya dipilih oleh brand untuk memantapkan posisi mereka dalam hal segmentasi tersebut?

- Setelah mengetahui posisi dan pasar, strategi dan alat pemasaran seperti apa yang biasanya digunakan? Apakah melakukan kerjasama, selalu melakukan internal development, atau membuka cabang perusahaan baru?
- Ketika semuanya sudah on set, kapan biasanya waktu yang tepat bagi brand untuk melancarkan strategi tersebut? Apa memiliki timeline waktu tertentu?
- Lalu ketika semua sudah berjalan sesuai dengan progres, respon seperti apa yang brand inginkan dari konsumen jika merujuk pada tujuan akhir dari kegiatan marketing?
- Hasil apa yang diharapkan oleh brand dari pelaksanaan event tersebut? Apakah agar konsumen lebih mengetahui adanya brand Anda atau lebih dari itu?
- Langkah apa yang dilakukan agar konsumen berhasil mengetahui lebih dalam terkait brand anda setelah event tersebut berjalan? Dan Bagaimana respon yang diberikan oleh konsumen?

C. Brand

➤ Brand Awareness

- Bagaimana hasil yang didapatkan dari *awareness* event Merapat yang telah didapat, apa hal ini berdampak pula terhadap bertambahnya perhatian konsumen terhadap brand?
- Jika iya, perhatian seperti apa yang konsumen berikan terhadap brand?
- Lalu jika brand telah mendapatkan awareness dari konsumen, apa ada hal lain yang brand lakukan untuk meningkatkan exposure?
- Bentuk perhatian atau exposure apa yang brand dapatkan dari konsumen setelah event berlangsung? Apakah mereka menunjukkan sikap dan perilaku mendukung brand?
- Bagaimana pola keterlibatan konsumen dalam event musik yang diadakan pada sosial media cukup interaktif?
- Saat konsumen sudah teryakinkan oleh brand, apa langkah untuk brand lebih engage dengan para konsumen?
- Sejauh ini bagaimana keterlibatan dan pengalaman apa yang konsumen dapatkan dan yang diberikan dari dan untuk brand?

- Kemampuan media sosial saat ini tidak dapat diragukan lagi, Apakah konsumen memberikan pernyataan/review terhadap acara yang brand laksanakan pada media sosial milik brand?
- Pernyataan seperti apa yang dilakukan oleh para konsumen terhadap brand? Apakah bersifat positif atau negatif? Jika positif seperti apa, negatif seperti apa?
- Bagaimana efek domino yang terjadi dalam pola komunikasi media sosial positif atau negatif ?

