HASIL WAWANCARA

Hari/tanggal : Senin, 31 Januari 2011

Waktu : 01.30 PM

Tempat : Kantor SUAVE Magazine

Narasumber : Lucky Sarwo

Jabatan : *Promotion Manager*

IDENTITAS RESPONDEN

a. Tempat, Tanggal, Lahir : Bandung, 6 Juli 1981

b. Umur : 30 Tahun

c. Alamat : Jl. Sidomulyo No. 25 Bandung

d. Lama bekerja di SUAVE : 5 (lima) Tahun

e. Pendidikan Terakhir : S1

A. Bagaimana **Mendefinisikan Permasalahan** *Public Relations* SUAVE *Magazine* Bandung melalui "*SUAVE The Catalogue*" dalam Menjalin Kerja sama dengan *Clothing* di Bandung?

1) Apa alasan di buatnya program "*SUAVE The Catalogue*"?

Jawaban :

"karena sekitar enam tahun kebelakang di Bandung, pada saat *Clothing-Clothing* bermunculan dan dibutuhkannya media promosi untuk mempromosikan produk mereka, pemilik SUAVE *Magazine* mencetuskan ide untuk tidak mengikuti membuat *Clothing*, tetapi membuat sebuah media promosi dalam bentuk majalah untuk mendukung perkembangan dari *Clothing-Clothing* tersebut."

2) **Bagaimana bentuk kerja sama antara kedua belah pihak?**

Jawaban :

"kita sama-sama diuntungkan, pertama clothing-clothing yang berpromosi akan sangat terbantu dengan adanya SUAVE *Magazine*, yang kedua hampir seluruh pembaca mengenal SUAVE *Magazine* sebagai sebuah katalog atau bisa dibilang kitabnya katalog *clothing*, pembaca dari daerah manapun kalau mau mencari perkembangan tentang clothing pasti lihat SUAVE Magazine."

3) **Bagaimana proyeksi kedepan dalam melakukan kerja sama?**

Jawaban :

"dari banyaknya *brand clothing* yang berpromosi di SUAVE *Magazine*, kita coba mengembangkan diri tidak hanya menjadi katalog, tetapi mulai menjadi semi katalog dan majalah, dan itu sekitar tiga tahun yang lalu. Di tahun sekarang kita berganti konsep lagi menjadi majalah, tetapi tetap memasukan katalognya tujuannya adalah untuk membawa nama SUAVE *Magazine* ke tingkat yang lebih nasional."

B. Bagaimana **Perencanaan dan Program** *Public Relations* SUAVE *Magazine* Bandung melalui "*SUAVE The Catalogue*" dalam Menjalin Kerja sama dengan *Clothing* di Bandung?

1) Apa perencanaan jangka pendek yang akan dilakukan *Public Relations* SUAVE *Magazine* Bandung melalui "*SUAVE The Catalogue*" dalam Menjalin Kerja sama dengan *Clothing* di Bandung?

Jawaban:

"Kita masih tetap ingin menjalin kerja sama dengan pihak Clothing dan sekarang SUAVE *Magazine* ingin mensosialisasikan format majalah barunya, karena dirasa jauh lebih menarik dan lebih jauh menjangkau target sasarannya. Untuk orang-orang yang tidak terlalu suka dengan *Clothing,* tetapi masih bisa membaca isi majalah yang lainnya, seperti fashion, musik, dan lain-lain. Intinya, kita memang masih mensosialisasikan format majalah baru dari SUAVE *Magazine*, tetapi memang masih ada rubrik katalognya."

2) Apa perencanaan jangka panjang yang akan dilakukan *Public Relations* SUAVE *Magazine* Bandung melalui "*SUAVE The Catalogue*" dalam Menjalin Kerja sama dengan *Clothing* di Bandung?

Jawaban:

"Kita ingin memperluas target leader kita, bukan hanya di Indonesia saja, tetapi juga di luar negeri dan tentunya masih berhubungan dengan Clothing,

karena sesuai dengan moto kita Youth Culture and Creative Magazine yang didalam majalah tersebut juga membahas tentang music, fashion, seni, dan lain-lain. Kita mencoba membawa budaya Indonesia, tentunya anak muda, disuarakan ke luar negeri agar taget leader di luar negeri bisa mengetahui apa yang sedang terjadi di Indonesia." kita hanya ingin mensupport aja Clothing-Clothing yang ingin branding untuk brand-brand Clothing tersendiri, dan kali ini kita ingin lebih memperluaskannya lagi."

3) **Apa tujuan yang hendak dicapai dalam melakukan kerja sama melalui program "*SUAVE The Catalogue*"?**

   Jawaban:

   "Kita hanya ingin mensupport saja Clothing-Clothing yang ingin branding untuk brand-brand Clothing tersendiri, dan kali ini kita ingin lebih memperluaskannya lagi."

4) **Bagaimana menjalankan prosedur, cara, dan ketentuan dalam menjalin kerja sama melalui program "*SUAVE The Catalogue*"?**

   Jawaban:

   "Ada ketentuan dan syarat untuk beriklan di SUAVE Magazine, yaitu konsepnya harus jelas, detail nya harus bagus, karena kita ingin mengangkat nama Clothing itu menjadi bagus di mata khalayak. Kita juga membantu keinginan klien untuk beriklan di SUAVE Magazine."

C. Bagaimana **Aksi dan Komunikasi** *Public Relations* SUAVE *Magazine* Bandung melalui "*SUAVE The Catalogue*" dalam Menjalin Kerja sama dengan *Clothing* di Bandung?

1) Bagaimana bentuk komunikasi yang disampaikan oleh kedua belah pihak?

Jawaban:

"Pada saat klien membawa materi untuk beriklan, pasti kita mengadakan pembicaraan dulu, selalu ada kesepakatan supaya semuanya terlihat lebih bagus, biasanya klien mengikuti keinginan dari kita, tetapi kita juga membatu keinginan klien untuk beriklan itu seperti apa. Tujuan klien beriklan pun pasti ingin image brandingnya bagus, dan sejauh ini memang tidak ada masalah dengan obrolan kesepakatan."

2) Bagaimana tahapan komunikasi yang dilakukan oleh pihak SUAVE *Magazine* kepada Klien?

Jawaban :

"divisi marketing mencari klien untuk materi iklan yang akan dimuat di SUAVE Magazine ataupun di SUAVE The Catalogue-nya, lalu kita mengadakan pertemuan, saya selaku divisi promosi dan Dinny selaku divisi marketing untuk membicarakan konsep yang di inginkan oleh pihak klien, dan membicarakan mengenai perincian biaya, barulah di buat kontrak kerja samanya."

3) **Apa saja hambatan yang terasa pada saat pelaksanaan Program "*SUAVE The Catalogue*"?**

Jawaban:

"Alhamdullillah pelaksanaan program tersebut lancar-lancar saja, kadang memang kita terpentoknya sama deadline, misalnya deadline tanggal 10 Januari, dan materi harus sudah masuk tetapi Clothing belum memberikan materinya."

D. Bagaimana **Evaluasi Program** *Public Relations* SUAVE *Magazine* Bandung melalui "*SUAVE The Catalogue*" dalam Menjalin Kerja sama dengan *Clothing* di Bandung?

1) **Apakah program "*SUAVE The Catalogue*" sudah menjangkau sasaran yang tepat?**

Jawaban:

"sejauh ini sudah mencapai target sasarannya, tetapi kita tidak berhenti sampai disini, kita akan terus meng-eksplore. Disesuaikna juga dengan content majalahnya."

2) **Bagaimana mengukur hasil dari apa yang sudah dilaksanakan melalui program "*SUAVE The Catalogue*"?**

Jawaban:

"kita punya beberapa media promo pendukung seperti Twitter dan Facebook. Kita bisa lihat berapa banyak follower untuk twitter, friendlist untuk facebook, dan aktivasinya berjalan atau tidak. Melalui media *online* tersebut, kita dapat mengukur hasil dari target sasaran yang dicapai, lalu dibuat kedalam sebuah grafik perkembangan dari hari ke hari."

3) **Apa manfaat yang dapat ditarik dengan adanya program tersebut?**

Jawaban:

"Seluruh pembaca dan klien akan sangat dipermudah untuk mendapatkan sebuah informasi dan media *branding* yang tepat, mudah, dan terpercaya. Khususnya dalam konteks perkembangan *Youth Culture dan Creative Magazine*."

Bandung, 31 Januari 2011

Lucky Sarwo

Promotion Manager