LAMPIRAN

Lampiran 1 : Pedoman Wawancara

STRATEGI *INGRATIATION*

A. *Management* Celtic Creative

1. Apakah saat diskusi dengan klien tentang sebuah konsep pernikahan, Celtic memberikan waktu diskusi tanpa batas hari untuk bertemu klien membahas konsep pernikahan sampai matang?
2. Apakah dengan cara *service* itu, Celtic dapat memberi kesan bahwa setiap klien akan memiliki konsep yang berbeda ?
3. Jika iya, mengapa dengan cara tersebut?
4. Jika tidak, lalu dengan cara apa Celtic dapat mengetahui konsep yang diinginkan setiap klien?
5. Dimanakah saja selama ini untuk memperbaharui portofolio hasil pernikahan yang telah ditangani Celtic selain Instagram?
6. Apa cara yang dilakukan oleh Celtic untuk menunjukkan hasil kerja dari tim Celtic?

B. Klien Celtic Creative

1. Apa saja pelayanan yang telah diberikan oleh Celtic Creative?
2. Apakah Celtic Creative memberikan batas waktu untuk mendiskusikan acara pernikahan?
3. Apa tanggapan kakak untuk Instagram Celtic Creative bagian video *behind the scene*?

SELF PROMOTION

A. *Management* Celtic Creative

1. Apakah Celtic yang telah menangani konsep pernikahan Star Wars, Maroko *wedding, bare foot wedding* merupakan cara Celtic dalam melakukan promosi kepada klien dan publik melalui media sosial?

2. Apakah dengan cara itu, Celtic dapat dikenal sebagai WO multi konsep?
3. Keberhasilan Celtic hingga dukungan liputan media Jawa Pos saat pernikahan Star Wars kemarin, apakah termasuk menguatkan citra Celtic sebagai WO multi konsep di Surabaya?

B. Klien Celtic Creative

1. Bagaimana awal mula kakak mengenal Celtic Creative?
2. Jika melalui referensi, hal apa yang selanjutnya kakak lakukan agar yakin dengan Celtic Creative?
3. Jika melalui media sosial, hal apa yang selanjutnya kakak lakukan agar lebih yakin dengan Celtic Creative?
4. Apakah salah satu hal yang yang membuat yakin dengan Celtic Creative melihat portofolio dari Instagram?

STRATEGI *EXEMPLIFICATION*

A. *Management* Celtic Creative

1. Apakah Celtic saat mengobrol dengan klien atau mempublikasikan di media sering memberikan contoh bahwa Celtic pernah menangani pernikahan tokoh terkenal seperti Gubernur Jawa Timur yang berkonsep tradisional atau pernikahan berkonsep Star Wars dan konsep-konsep pernikahan lainnya?
2. Apakah dengan contoh tersebut dapat memberikan kepercayaan lebih di mata publik atau klien bahwa Celtic telah dipercaya tokoh terkenal dan konsep-konsep pernikahan yang telah diliput oleh media?
3. Jika iya, apakah dengan cara tersebut Celtic dapat memberikan kesan WO multi konsep?
4. Jika tidak, apa yang dilakukan oleh Celtic Creative untuk mendapatkan kesan WO multi konsep?

B. Klien Celtic Creative

1. Sebelum bertemu dengan Celtic Creative apakah kakak sudah memiliki konsep pernikahan?

2. Jika tidak, apa Celtic Creative memberikan contoh-contoh pernikahan yang telah ditanganinya?
3. Apa yang selanjutnya dilakukan oleh kakak untuk meyakinkan diri untuk konsep yang direkomenadikan oleh Celtic?
4. Jika iya, apa yang dilakukan oleh Celtic Creative selanjutnya?

STRATEGI *SUPPLICATION*

A. *Management* Celtic Creative

1. Apakah Celtic saat mengobrol dengan klien pernah menceritakan bahwa konsep pernikahan yang pernah ditangani Celtic pernah ditiru oleh WO yang lain?
2. Jika iya, apakah dengan peniruan tersebut termasuk upaya Celtic menjadi sebuah patokan WO yang mampu mengkonsep pernikahan?

B. Klien Celtic Creative

1. Apakah saat mengobrol dengan tim Celtic Creative pernah diceritakan hal-hal yang sudah dilalui Celtic selama berada di *wedding organizer*?
2. Jika iya, apa saja yang kakak ketahui?
3. Jika tidak, apa saja pembahasan yang menarik saat bersama tim Celtic Creative?

STRATEGI *INTIMIDATION*

A. *Management* Celtic Creative

1. Apakah saat mengobrol konsep dengan klien, Celtic sering mengikuti konsep yang diinginkan klien atau klien yang selalu mengikuti konsep pernikahan dari Celtic?
2. Jika yang dipilih adalah modifikasi konsep pernikahan dari Celtic dengan klien, setelah pematangan konsep yang sudah ditentukan, apakah konsep tersebut menjadi patokan bahwa hanya Celtic yang dapat membuat konsep tersebut?

B. Klien Celtic Creative

1. Apakah saat mengobrol dengan tim Celtic Creative pernah menceritakan pencapaiaan konsep pernikahan dari Celtic Creative selama berada di *wedding organizer*?

Lampiran 2 : Transkrip hasil wawancara dengan *Operational Director* Celtic Creative

Nama informan : Soni Laksono
Jabatan : *Operational Director* Celtic Creative
Tanggal wawancara : 27 November 2019

Peneliti : Selamat siang Om.
Director : Iya, siang.
Peneliti : Seperti yang Fisel bicarakan kemarin untuk wawancara mengenai Celtic Creative. Boleh dibantu cerita bagaimana Celtic bisa berdiri om?
Director : Celtic sudah ada sejak tahun 2005, tahun 2019 ini Celtic sudah 14 tahun.
Peneliti : Celtic dibangun sendiri oleh om Soni dan mami Veni atau bagaimana om?
Director : Awalnya itu berempat Celtic didirikan oleh rekan-rekan kerja yang dulu di Sayogo Enterprise. Selain mami dan om ada David dan Dion yang *support* kita, lalu *crew* dulu bukan *crew* seperti saat ini tapi *crew* cabutan atau teman-teman sendiri yang membantu.
Peneliti : Sayogo apakah itu khusus menangani *wedding organizer*?
Director : Bukan, dia bukan hanya WO tapi juga *event organizer*.
Peneliti : Sejarah lahirnya Celtic apa dulu awalnya *event organizer* juga?
Director : Sejarah buat Celtic ini sebenarnya tidak sengaja atau tidak niat buat, dulu Celtic lahir itu malah dapat klien dulu baru lahir Celtic. Jadi waktu itu ada klien bekas Sayogo kebetulan yang pegang *project*-nya mami Veni. Klien ini saudaranya ada yang mau menikah, terus dia tanyakan mami apa masih di Sayogo dan mami sudah keluar dan tidak berniat buat WO. Klien tetap meyakinkan mami dan luar biasanya kerjaan pertama ada di luar kota di Solo.
Peneliti : Sempat ragukah om menerima *job* pertama itu?
Director : Iya sempat maju mundur dan yang semangat malah David dan Dion. Awalnya Celtic juga *international chinese wedding* mainnya, *event* pertama kali itu ya konsepnya *international*. Modal awal itu laptop dan konsep, lalu tetap nekat berangkat. Nama Celtic pun juga belum ada.
Peneliti : Konsep apa itu om?
Director : Konsep “China Town”, klien setuju karena semua ornamen serba Chinese dan kami kasih ide yang melibatkan *magician* dan hidrolis. Konsep itu juga dianggap jarang, lalu *deal*. Setelah DP, itu modal selanjutnya untuk beli HT, buat kaos dan cari team. Jarak waktu untuk *event* di Solo itu enam bulan kami mulai jualan,

dapat dari teman dan saudara. *Job* pertama dari saudara David di Surabaya, akhirnya sampai sekarang.

Peneliti : Lalu nama Celticnya dibuat kapan om?

Director : Setelah presentasi dari Solo kami langsung *meeting*, rembukan nama berempat akhirnya dinamakan Celtic. Kenapa kita pilih nama Celtic karena daunnya berbentuk semanggi dan kami juga suka warna hijau,hijau kan identik dengan Surabaya. Sebenernya tidak ada arti khusus dari Celtic dan juga gampang pengucapannya "Celtic".

Peneliti : Tapi apa ada kepikiran untuk namanya Semanggi?

Director : Tidak ada, pengennya memang agak ke-bule-bule-an.

Peneliti : Biar bisa masuk ke segala segmentasi ya om?

Director : Iya, karena awalnya kita memang internasional belum ada kepikiran untuk tradisional waktu itu sampai masuk ke tahun 2008 baru dapat job tradisional pertama kali dan itu langsung lengkap siraman dan segala macam. Kami istilahnya *babat alas*, sempat dimusuhi beberapa perias dan vendor-vendor jawa. Alhamdulillah sampai sekarang jalan, sistem kerja dan segala macem terus terang kita mikirin sendiri kita ga contoh orang lain kita juga engga ada cari referensi. Mau cari darimana? Kita *pure* dari pengalaman sampai pos kru kita yang buat. EO baru sekarang enak banyak referensinya.

Peneliti : Dengan Celtic ibaratnya jadi pionir apa itu cara Celtic ngobrol dengan klien kalau Celtic itu sebagai WO pertama di tradisional?

Director : Itu jadi pembelajaran aja, selama *engga* ditanya ya kami *engga* cerita

Peneliti : Lalu om setelah apa yang sudah Celtic raih sebagai penyukses acara pernikahan yang berkonsep, menurut om apa hanya Celtic yang dapat buat konsep pernikahan seperti itu?

Director : Seperti yang om jelasin tadi, seminim mungkin Celtic bicarain orang lain depan klien apalagi banding-bandingin pencapaiaan.

Peneliti : Pernah kah om sama mami cerita atau info di media kalau konsep Celtic pernah ditiru sama WO yang lainnya?

Director : Kami seminim mungkin tidak pernah menjelek-jelekkan orang lain kalau presentasi. Kami hanya presentasikan kelebihan, kecuali kalau ditanya. Selama tidak ditanya kami tidak pernah mengumbar.

Peneliti : Celtic bertahan sampai sekarang selain kemampuan yang ditunjukkan lalu apa lagi om yang Celtic selalu beri?

Director : Ya, kenapa kami bisa bertahan karena kami *original*, kami *trendsetter* dan *creator* bukan *copy cat*. Kenapa kami bisa bertahan karena kami selalu mencari cara kalau gagal kami harus mencari cara baru apa saja beda kalau dengan yang cuma bisa meniru aja.

Begitu dia tidak bisa meniru dengan baik akhirnya berhenti, kalau kami salah satunya yang original.

Peneliti : Kalau untuk pelayanan Celtic itu gimana om?

Director : Kami bergerak dibidang jasa pastinya kami memberikan pelayanan terbaik ke klien. Seperti menentukan konsep acara dan tema acara, menyusun buku panduan atau *wedding book*, konsultasi dan mendampingi klien untuk bertemu vendor sampai dengan *budgeting*. Terkadang konsultasi untuk konsep acara bisa memakan waktu, klien ada yang datang tanpa konsep sehingga dikonsultasi pertama kami akan menjelaskan berbagai macam tren pernikahan saat ini atau menanyakan keinginan dari klien konsep acaranya ingin seperti apa. Pertemuan pertama akan lanjut untuk pembuatan grup Whatsapp lalu akan diskusi di grup tersebut. Lalu akan ada pertemuan selanjutnya sampai klien yakin dengan konsep acara tersebut.

Peneliti : Lalu untuk kepanjangan namanya Celtic Creative itu bagaimana om?

Director : Celtic itu kan memang *brand*-nya namanya Celtic, kalau Creative itu tambahan. Kami tidak mau namanya pasaran waktu itu. Kebanyakan kan Celtic *Organizer* atau apa, kami tidak mau sama. Creative kan identik dengan kreatifitas atau menciptakan sesuatu maka itu kita pakai Celtic Creative. Dulu sempat *Creative Wedding* atau *Creative Event* tapi sekarang gapapa kita buat satu saja semua jadi Celtic Creative.

Penliti : Kalau Aku Celtic gimana om?

Director : Kami setiap tahun ada jargon yang beda-beda tergantung mau tunjukin apa atau ada project apa. Aku Celtic kebetulan itu plesetan karena waktu itu banyak jargon *I Love Singapore*, *I Love New York* kami meng-Indonesia-kan dengan Aku Cinta Celtic, tapi gambar love kita ganti dengan gambar logo Celtic.

Peneliti : Jadi yang sampai sekarang dipakai ya Aku Celtic?

Director : Sebenarnya sudah tidak dipakai yang sekarang dan sampai saat ini dipakai ya *Never Ending Excitements*. Sebelum pakai *Never Ending* kami sempat pakai *Amazing Moment Start Here*.

Peneliti : Jargon “Wani Celtic”?

Director : Jargon dari Celtic awalnya memang *Wani* Celtic lalu kami tambahkan lagi, jadi *Wani* Celtic, *Wani Kerjo*. Sekitar pertengahan tahun 2019 jargon tambahan itu muncul di Instagram, awalnya Om sama Mami diskusi lalu *meeting* dengan tim media sosial untuk *deliver* ide itu. Akhirnya setiap *event traditional* sampai *thematic* akan selalu ada video *behind the scene* saat kami kerja, itu cara kami menunjukkan *Wani Kerjo* di Celtic.

Peneliti : Oh begitu. Terus ramainya *wedding organizer* sejak tahun berapa om?

Director : *Chinese International Wedding* sudah ada sejak sebelum kita berdiri tapi tidak seramai sekarang yang oke memang terlihat satu sampai tiga di Surabaya. Waktu itu memang belum populer karena kebanyakan ya EO, salah satunya ya Sayogo setelah ada Sayogo muncul Project Art dan yang lainnya. Kalau tradisional yang purely tradisonal ya Celtic kita *pioneer* di tahun 2009, malah sekarang Celtic lebih dikenal dengan tradisonal *wedding* karena memang kita yang pertama jadi kami belum ada saingan waktu itu. Acara tradisonal ditahun itu antara pakai Celtic atau tidak pakai EO karena ada perias, tahun segitu *trend*-nya sempat seperti itu.

Peneliti : Lalu untuk tema *wedding* kemarin yang Star Wars itu termasuk *trigger* dari Celtic kah om? Itu termasuk pembuktian Celtic bisa *thematic wedding*? Dan memberikan contoh suksesnya konsep Celtic itu yang akan direkomendasikan kepada klien? Apa ada cara lain agar Celtic dapat dianggap menjadi WO bisa beragam konsep?

Director : Sebenarnya bukan tradisonal aja ya kami dari dulu, cuma memang akhir-akhir ini kami lebih banyak dapat *thematic wedding* karena *traditional wedding* juga jarang mau *thematic*. International dulu kami juga selalu buat *thematic* karena itu jualannya, traditional dikasih tema sedikit jarang mau. Jadi walaupun kami kasih contoh konsep yang sukses, kembali lagi kami menyesuaikan dengan konsep klien. Tapi beda cerita untuk pameran, kami akan *all out* untuk konsep dalam pameran *wedding*.

Peneliti : Menurut saya ya om karena *event wedding* kemarin bertemakan Star Wars dan Instagram juga sedang naik. Apakah om terasa dengan itu tema Star Wars sangat dibicarakaan saat itu dan ke-*blow up* hingga ke media Jawa Pos?

Director : Kalau itu lebih ke promosi, kekuatan promosi dan sosial media. Kami harus mengikuti *trend*, kami harus selalu *update* sosmed. Dulu belum ada sosmed promonya lewat pameran, majalah, koran tetapi sekarang orang sudah malas untuk baca majalah semacam itu dan sekarang yang paling gampang dan sering dipakai ya Instagram. Akhirnya kami bentuk team sosmed Instagram sendiri untuk *handle*, itu jadi ujung tombak sama tetap mulut ke mulut itu lebih efektif, seperti referensi yang pernah pakai kami, karena bidang jasa agak susah kalau dilihat kan tidak bisa dilihat. Mereka akan tau saat mereka pakai, tapi untuk penjelasan semua pasti sama saja.

Peneliti : Adanya tim sosmed juga sekaligus membantu Celtic untuk menunjukkan kelebihan Celtic ya om?

Director : Pasti, salah satu tujuan *gunain* Instagram yaitu untuk jadi portofolio karena sekarang ya kayak om bilang, yang paling gampang dan sering dipakai ya Instagram. Media sosial termasuk kekuatan promosi.

Peneliti : Oke om. Fisel lebih sering lihat om dan mami untuk lebih banyak *incharge* ke Celtic, Dion dan David masih ada andilkah?

Director : Kalau itu komitmennya sudah beda sih, meraka sudah punya kesibukan sendiri dan begitu Celtic lebih banyak beralih ke tradisional meraka sudah merasa bukan tempatnya. Dion sudah ada bisnis dan memutuskan untuk tidak di Celtic lagi.

Peneliti : Tahun berapa itu?

Director : Tahun 2012 atau 2013 kalau tidak salah. David juga sudah ada bisnis sendiri tapi tetap komitmen untuk bantu Celtic itu setahun setelah Dion.

Penliti : Om, Fisel kan sempat lihat di amplop Celtic ada dekorasi. Dulu Celtic memang sempat ada dekorasinya ya?

Director : Dulu sempat punya team dekorasi sekitar tahun 2008. Karena kita sering main di *corporate* juga, sebenarnya buat dekor itu untuk *back up* acara *corporate* karena *corporate* lebih main panel, *wedding* sempat coba aja sih pada akhirnya harus fokus dan tidak ada yang urus dan barang untuk dekorasi wedding semakin banyak, tempat kita juga tidak memungkinkan terus saingan dekorasi semakin banyak akhirnya kita memutuskan untuk membentuk dekorasi hanya sekedar kerjasama saja.

Peneliti : Sempat bertahan berapa tahun om dekorasinya?

Director : 2011-2012 kami masih ada sih, 5 tahunan lah.

Peneliti : Nama dekorasinya apa om?

Director : Stand Art.

Peneliti : Bertanggung jawab untuk dekorasi dengan siapa om?

Director : Ya om sendiri.

Peneliti : Lalu, Celtic ada Shamrock itu bagaimana om?

Director : Iya itu dibuat untuk *second line*-nya Celtic, jadi waktu itu sempet banyak permintaan WO hari H aja waktu kita masih main di internasional. Jadi maksudnya biar beda *service*-nya. Tapi sempat rancu karena ada klien yang pakai Celtic tapi temannya pakai Shamrock karena *budget*. Dibandingkan lah itu *service*-nya sehingga kami memutuskan untuk kami vakumkan karena takut jadi jelek namanya segala macam. Akhirnya kita fokus di Jawa sempat buat Asmaradana sebenarnya sama seperti Shamrock dibuat hari H dan low budget. Kasusnya sama akhirnya Asmarada tidak ada.

Peneliti : Akhirnya dibuat semua Celtic Creative satu gitu ya om?

Director : Iya, memang baru-baru ini sempat mau ditampilkan lagi khusus untuk *international wedding* karena *image* Celtic sekarang sudah tradisional, agak susah sekarang jualan *international* karena orang-orang sudah terpaku kalau Celtic itu ya tradisional.

Peneliti : Jadi ini akan lebih diusahakan lagi Shamrocknya?

Director : Ya tidak begitu jalan sih karena kita kuatnya di tradisional, internasionalpun kita banyak klien-klien lama dan mereka tahunya Celtic.

Peneliti : Jadi WO multi konsep perkiraan akan diperkuat lagi om?

Director : Sebenarnya tidak semua klien bisa segila seperti Star Wars, ibaratnya satu sampai sepuluh klien juga jarang tapi kalau klien minta tema apa kami ya serba bisa. Mau tradisonal banget bisa, tradional modern kami juga bisa mau thematic bisa, model *party* bisa karena kekuatan kami juga krunya *universal* dari berbagai suku dan ras.

Peneliti : Wah terima kasih ya Om, nanti bisa ngobrol lagi ya om lain waktu.

Director : Oke siap.

Lampiran 3 : Transkrip hasil wawancara dengan *Creative* Director

Nama informan : Veni Laksono
Jabatan : *Creative Director* Celtic Creative
Tanggal wawancara : 29 November 2019

Peneliti : Hallo mami, apa kabar?
Director 2 : Baik sekali. Kamu gimana?
Peneliti : Baik banget juga kok. Langsung saja ya mam, Celtic itu kan dikenal dengan WO yang berkonsep dari dulu dengan adanya media sosial apalagi dengan tema wedding kemarin yang Star Wars. Apakah itu menjadi *trigger* Celtic kalau Celtic itu adalah WO multikonsep? Betulkah menurut mami? Dan cara itukah yang dicontohkan kepada klien? Atau ada cara lain untuk menunjukkan jika Celtic bisa berbagai macam konsep pernikahan?
Director 2 : Betul sih, kami bukan hanya *traditional wedding*. *Any kind of wedding, it could be traditional one, it could be moeslem wedding, it could be chinese wedding*, banyak sih. Untuk jadi contoh klien sih *engga*, mungkin gambaran besar aja kami sudah menangani apa *aja*. *Lagian* kalau sama klien ya kami menyesuaikan konsepnya. Cara kami tampilin Celtic bisa *any kind of wedding* bukan ke klien ya tapi lebih ke pameran yang kami buat atau kami ikuti, di sana kami buat konsep pameran semenarik mungkin.
Peneliti : Jadi ter-*blow up* tahun ini ya Star Wars ini ya? Itu kadang saat ngobrol dengan klien, saat klien tidak punya konsep, apakah mami juga kasih contoh telah menangani berbagai macam konsep tema Star Wars dan lainnya? Jika klien juga belum tahu konsepnya apa yang dilakukan oleh Celtic?
Director 2 : Justru aku jarang memberi contoh karena Celtic bedanya dengan yang lain mungkin kami selalu *personalize*. Biasanya aku ajak ngobrol kesukaan klien, nonton film apa terakhir, menurut pendapatmu bagaimana, lalu pacaran biasanya pergi kemana, lalu ada kenangan tertentu kah waktu pacaran jadi tahu apa kesukaannya. Kayak Star Wars itu juga bukan aku yang menyarankan tapi saat ngobrol kok ya papa klien ngobrolin Star Wars terus, lalu aku tanyakan suka Star Wars kah papa klien ini. Kalau masalah klien belum tau maunya konsep seperti apa kita ya diskusi, Kalau kliennya masih kurang yakin dan minta ketemu pasti aku akan janjian ketemu sih. Bahas sampai *clear*.
Peneliti : Berarti Celtic tidak pernah memaksakan ya atau mami lebih banyak sering beri masukan atau benar-benar *customize*?
Director 2 : Kita lebih personalize dan *customize*. Kami tuh artisan.
Peniliti : Apa itu Artisan?

Director 2 : Artisan itu kami tidak memproduksi secara massal. Jadi misal kata Star Wars, klien yang lainnya pengen seperti Star Wars. Aku lebih *make sure* apakah klien itu mau sama dengan klien Celtic yang sebelumnya.

Peneliti : Oh begitu. Jadi mami terasakah dengan adanya media sosial jadinya Celtic lebih kuat lagi menjadi WO multi konsep?

Director 2 : Menurut aku ya juga sih jadi orang itu bisa melihat, saat itu kan juga ada artis yang bersamaan temanya Star Wars juga tapi dikit dan mereka tidak punya aku dan David, karena musik juga penting untuk opening dan lainnya.

Peneliti : Jadi ibaratnya Cuma Celtic Creative aja yang bisa buat seperti itu? Apa itu juga sebagai *approach* ke klien?

Director 2 : Hahahaha, ya gak lah. Itu obrolan pribadi internal kami. Biarkan publik yang nilai. Biarkan Celtic jadi seperti padi, dia kan semakin berisi semakin merunduk. Jadi kalau diluar ada yang membicarakan hanya Celtic yang bisa seperti itu ya itu opini publik ya. Kami sih menganggapnya ya ini pekerjaan kami. *Branding* yang terjadi itu adalah sebuah kesuksesan yang dibicarakan oleh orang.

Peneliti : Lalu mami, keberhasilan Celtic waktu bu Khofifah bisa dibilang tahun ini adalah tahunnya Celtic. Pernahkah ngobrol dengan klien memberitahu jika Celtic kemarin mengurus pernikahan anaknya bu Khofifah, tapi apakah dengan itu agar klien lebih percaya dengan Celtic? Dan kalau tidak salah itu akhirnya awal mula Celtic ada video *behind the scene* ya?

Director 2 : Yap, adanya video *behind the scene* itu cara kami untuk menunjukkan jika Celtic ini memang bisa kerja, itu juga berawal dari pernikahan putri dari bu Khofifah. Pencapaiaan yang cukup tinggi walaupun kami juga pernah mengurus pernikahan anak Menteri yang lebih tinggi karena skalanya nasional bukan hanya Jawa Timur tapi menurut aku lebih bangga saat menangani bu Khofifah. Karena gini, menangani bu Khofifah adalah sebuah pembuktian baik diriku sendiri terutama Celtic keseluruhan. Jujur saja projek bu Khofifah ini adalah projek pembuktian kalau Celtic itu lebih maksimal, lebih detail, lebih beneran. Kami tidak memikirkan kemasyhuran, aku memikirkan jika anak-anakku ini lebih hebat dibandingkan yang lain. Tujuannya sebenarnya seperti itu sampai akhirnya load pekerjaan luar biasa tapi alhamdulillahnya dibantu oleh staff ahli yang memang luar biasa.

Peneliti : Selain kegunaan Instagram sebagai cara Celtic dalam menunjukkan hal kemampuan bekerja, apa juga termasuk cara menunjukkan bahwa Celtic telah menangani berbagai macam pernikahan?

Director 2 : *Offcourse*, penggunaan sosial media juga cara kami untuk tunjukin bahwa kami sudah *handle* acara apa aja. *Any kind of wedding* kami bisa jadi kami harus *proud*.

Peneliti : Oke oke. Lalu untuk *approach* klien baru apa mami pernah memberitahu klien kalau Celtic itu konsepnya pernah ditiru oleh WO?

Director 2 : Dulu ketika ada yang meniru sih emosi, tapi sekarang ketika ada yang tiru aku sih lebih yakin pasti tidak akan mungkin 100% persis atau sama dan dengan ditiru kami harus melakukan sesuatu yang lain sehingga mau sampai kapanpun dia akan menjadi *follower*. Itu juga bukan cara Celtic untuk menginfokan cuma jika ada yang tanya ya aku cuma bilang kalo kami sebagai inspirasi.

Peneliti : Kira-kira tahun depan ada klien *thematic* lagikah?

Director 2 : Ada.

Peneliti : Itu gimana *approach*-nya apakah dengan info jika Celtic biasanya menangani *wedding* berkonsepkah?

Director 2 : Tanggl empat Januari itu dia itu adalah pengusaha pengalengan ikan dan punya penangkaran hiu, lalu bertemu dengan mama dan calon manten. Aku lihat mereka sangat proud dengan usaha mereka ini lalu aku tawarin pesta *thematic* lalu aku jelasin kami pernah *handle* apa saja. Saat itu juga langsung ide untuk bermain teknologi saat orang jalan di bawahnya akan ada hiu-hiunya dan mereka oke. Selanjutnya aku telpon dekorator yang sekiranya bisa merealisasikan setelah itu aku presentasi bapaknya setuju.

Peneliti : Seru sekali ya rasanya untuk *next event*. Lain waktu Fisel ngobrol lagi ya?

Director 2 : Siap!

Lampiran 4 : Transkrip hasil wawancara dengan *Project Manager*

Nama informan : Denish
Jabatan : *Project Manager* Celtic Creative
Tanggal wawancara : 29 November 2019

Peneliti : Hallo mbak Denish.
PM : Hai.
Peneliti : Mbak Denish sudah cukup lama di Celtic, Celtic pada awalnya memang sebagai WO *international wedding* pada tahun 2010 sampai sekarang tapi lebih dikenal dengan WO tradisonal wedding. Tahun ini Celtic berhasil bisa dikatakan untuk *thematic wedding*, Star Wars atau *Bare Foot wedding*. Apakah itu cara Celtic untuk promosi ke klien dengan keberhasilannya dengan *thematic wedding*? Atau ada cara lain untuk menunjukkan bahwa Celtic Creative dapat menangani *thematic wedding?*
PM : Sebenarnya konsep yang *thematic* memang lebih di *blow up* ke sosial media ya, tidak perlu kita kasih tau orang-orang juga sudah tahu. Ya gaperlu lah, karena *dream wedding* orang itu beda-beda. Ada klien ku yang terlihat asik tapi setelah tahu ternyata dia malah suka konsep yang tradisonal. Maksudnya bukan keluar di zona nyaman, karena *dream* orangnya dia seperti itu dan *dream* orang ya berbeda-beda. Ya intinya gaperlu dikasih contohlah. Kalau mau kasih contoh kami bisa konsep apa saja ya lewat pameran. Konsepnya kemarin bagus dan kuat seperti Star Wars atau Bare Foot Wedding atau kami buat *Back Yard Wedding* tapi ya itu konsep baru yang belum diterima di sebagian masyarakat Indonesia karena Indonesia itu juga banyak bermacam suku dan berbagai macam bahasa dan berlatar belakang yang berbeda. Sebenarnya akarnya tetap satu yaitu mereka tetap ingin menikah sesuai dengan *roots* meraka masing-masing. Ya ini mengikuti pakem pasar sih sebenarnya karena mereka memang ada *root* seperti itu. Dan kami menyesuaikan konsep dengan klien ya, yang lebih ditekankan ke konsep brandingnya maksudnya dalah kami kan *up to any ideas any concpets* karena kami pernah mengerjakan semuanya. Kalau approach ke klien sih aku tidak perlu ngomong itu sendiri sih, karena dia bisa lihat sendiri di sosial media. Cukup ke klien ya dia datang dengan *grand design* konsepnya apa ya itu yang kami kembangkan atau kami tambahi atau mungkin dia tidak ada konsep kami lihat latar belakangnya apa kita bisa menawarkan sesuatu ke dia. Dia semisal *blank canvas*, tapi kan tetap saja *blank canvas* kami harus tanya cenderungnya yang seperti mana, ingin yang tradisional atau yang ingin modern atau yang mau *extreme*

atau yang *soft* saja atau mau yang kekinian atau *classic*. Jadi kita tinggal mengisi *blank canvas*-nya dengan apa yang kami tawarkan.

Peneliti : Jadi Celtic tidak pernah *push* keinginan klien seperti gambaran konsep yang kalian bayangkan?

PM : Tidak sih, mostly 70% klien sudah punya *grand design* sih. Jadi kami nambahin saja. Semisal klien ingin jawa *classic*, kami tinggal mengusulkan semisal bagaimana *entrance*-nya ada kereta kencana ada pengawal jawanya kami tinggal maksimalkan konsepnya dia.

Peneliti : Apakah mbak Denish kasih konsep ini dan itu apa sebagai patokan jika hanya Celtic yang bisa membuat tema seperti itu?

PM : Engga juga sih, dengan tidak menutup kemungkinan di luar sana banyak kompetitor ya, mungkin di luar sana juga menawarkan seperti itu tinggal bagaimana kami bersaing bagaimana kami bisa mendobrak batas itu. Belum tentu juga kompetitor bisa menangkap peluang momen. Sebenarnya kami juga tidak bisa dibilang sebagai terdepan dalam melaksanakan ide dan tidak perlu juga cerita-cerita seperti itu. Cuma kami sih eksekusi sebagus mungkin.

Peneliti : Oh ya mbak Denish sempat menyinggung tentang bagaimana Celtic ter-*blow up* di media. Dengan Celtic diliput oleh media cetak atau Instagram apakah itu juga termasuk cara Celtic agar lebih dipercaya lagi?

PM : Instagram sampai liputan dari koran itu membantu Celtic banget sih. Ya pasti, ibaratnya kayak orang ngomong *even bad news it still news*. Ya itu publikasi baik pastinya karena tentang kerja dari tim sampai hasil *event* Celtic pastinya akan mendukung.

Peneliti : Selain bisa dipercaya menurut mbak Denish apa lagi manfaat Instagram bagi Celtic untuk tunjukan kemampuan Celtic?

PM : Sarana promosi termudah saat ini Instagram, seperti kita mau beli apa juga ceknya lewat Instagram. Jadi ya wajar kalau Celtic sekarang aktif di platform itu.

Peneliti : Termasuk video *behind the scene* Celtic waktu kerja itu ya?

PM : Adanya video *behind the scene* cukup membuat sesuatu yang baru, se-*engga*-nya orang tahu bagaimana cara kita kerja walaupun hanya video beberapa menit, padahal kenyataannya persiapan bisa beberapa jam.

Peneliti : Lalu pernahkah Celtic saat mengobrol dengan klien pernah menginfokan jika konsep Celtic pernah ditiru oleh WO lain?

PM : Tidak pernah sih kasih info gitu ke klien, tapi informasi sekarang cepat ya. Bangkai yang ditutup juga akan ketahuan, itu cuma masalah cepat atau lambat.

Peneliti : Balik lagi nih. Jika klien tidak punya konsep sama sekali apakah mbak Denish akan memberikan beberapa hari *unlimited* untuk membahas konsep sampai itu *clear*? Apakah itu termasuk *service* yang Celtic kasih?

PM : Ya dong, karena di Celtic itu *everybody is VIP*. Pasti jika klien tidak yakin sama konsep yang dipengen kami sih pasti akan berikan waktu ketemu sampai tuntas. Malah kadang klien itu ada yang *chat* tengah malam buat bahas konsep. Selama aku masih bangun ya bakalan aku balas.

Peneliti : Wah ya Celtic kan kemarin juga kebetulan menangani pernikahan anak gubernur, apakah itu juga sebagai contoh saat ngobrol dengan klien kalau pernah menangani berbagai macam pernikahan sampai dengan pernikahan anak gubernur?

PM : Ya tentu, itu sudah termasuk tolak ukur tertinggi dan terbanyak, terheboh, persiapan yang banyak orang yang terlibat. Tapi pribadi aku tidak pernah membandingkan acara klien satu dengan yang lainnya kecuali klien menyinggung maksudnya dia tanya.

Peneliti : Oke baik mbak Denish. Cukup sekian dulu, terima kasih banyak ya.

PM : Iya sama sama.

Lampiran 5 : Transkrip hasil wawancara dengan Klien

Nama informan : Vindy
Jabatan : Klien Celtic Creative
Tanggal wawancara : 22 Mei 2020

Peneliti : Hai kak Vindy apa kabar?
Klien : Hallo Fisell baik. Kamu deg-deg-an *gak* mau wawancara aku?
Peneliti : Hahaha ya lumayan kak secara kak Vindy kliennya Celtic, takut salah tanya. kak Kak Vindy sesuai yang sudah aku sampaikan di *chat* bisa ya wawancara tentang pernikahan tahun lalu?
Klien : Santai aja Fisel, aku *gak* gigit kok. Iya gapapa, yuk!
Peneliti : Oke kak, jadi awal mula tahu tentang Celtic darimana?
Klien : Ya tahu Celtic dari referensiku yang terpercaya dari tahun 2016, selanjutnya cek ke Instagram. Setahunan sebelum nikahan juga cek Instagram Celtic lagi dan Instagram Celtic ternyata *update*, menarik juga karena hasil acara Celtic di-*upload* rapi.
Peneliti : Jadi kakak waktu itu sebelum pilih produk ataupun jasa cek semua dari Instagram ya?
Klien : Kan jarang buka website ya, gatau lebih banyak Instagram gitu loh. Soalnya kita males ya baca-baca ini berdiri tahun berapa kalau di website. Instagram kan kita butuhnya kelihatan jelas kalau dia itu seperti gini. Baru kalau kita cari informasi mendalam baru kita langsung *chat* ke orang itu, kayak gitu.
Peneliti : Bener sih. Lalu jika kamu dihadapkan kedua pilihan WO baru atau WO lama, kakak lebih *prefer* kemana?
Klien : Biasanya ya dilihat dulu kerjanya kan, hasilnya gimana, idenya gimana. Semisal di WO lama idenya yang dikasih begitu dan di WO baru idenya juga sama, kalau keadaan ekonomi atau *budget* cukupnya yang ke WO baru karena banyak promo ya pilih ke WO baru. Kalau semisal budgetku oke buat nikahan ya aku akan lebih milih ke WO yang lebih bagus sekalian pastinya *ngga* mengecewakan ya.
Peneliti : Jadi kakak lihat Celtic itu gimana? Karena idenya baguskah atau gimana?
Klien : Iya bagus, aku sendiri akhirnya *mantep* buat pilih Celtic dan yang di nikahanku di Jombang oke banget. Soalnya pernah temen-temen aku cari WO yang di Jombang dan dikasih tahu idenya kayak gini-gini, itu sih ide yang kayak apa ya umum dan tanpa WO juga bisa. Tapi kalau sama Celtic ide-idenya bener bagus sih. Pakai Celtic itu *ngga* rugi.
Peneliti : Untuk awal nikah kakak sebenernya sudah punya ide konsep pernikahan ya?

Klien : Kemarin waktu ketemu Celtic aku belum ada gambaran untuk konsep acara, cuma sebatas ingin acaranya *intimate* dan *outdoor wedding*. Tapi kalau di Jombang mau outdoor dimana, masa ya dilapangan. Ternyata Celtic ada saran tempat yang oke, setelah cek lokasi juga sesuai kok ya pas banget akhirnya setelah ngobrol panjang akhirnya mutusin *outdoor wedding*. Celtic banyak bantu untuk kasih referensi dekorasi, apa lagi susunan acaranya dan juga lengkapi kurangnya acaraku, sampai bantu realisasikan acaranya. Kalau dari aku cuma kasih gambaran inginnya gimana, bajuku, baju bridesmaid dan hal hal *perintilan* aja.

Peneliti : Ibaratnya kakak percaya gitu ya sama Celtic akhirnya menyerahkan semua ke Celtic gitu ya?

Klien : Betul, jadi aku ikut dan idenya bagus. Aku percaya sama Celtic dan mami.

Peneliti : Ada alasan khusus kah kak untuk buat acara pernikahan di luar rumah?

Klien : Ya kalau acara di rumah ribet ya apalagi *ngga* ada WO pasti capek. Habis selesai acara harusnya kita istirahat karena capek dan keadaan rumah bersih, pasti kalau di rumah keadaan kotor banget dan males. Akhirnya ya putusin di luar dan tidur di hotel.

Peneliti : Jadi kakak sudah pernah dengan Celtic terasa ya pelayanannya?

Klien : Iya, karena aku awalnya *ngga* paham fungsi WO itu untuk apa. Jujur aku gatau. Akhirnya karena posisiku jauh ya diskusi apapun dan tentang konsep sama Celtic sering lewat WA, ketemuan beberapa kali karena kebetulan ke Surabaya terus dikasih ide sampai *survey* barulah *mantep* sama konsep acara nikah yang ku pengen, jadi hasilnya oke dan tamu-tamu *happy*. Waktu persiapan sih jujur ribet juga ya tapi dengan Celtic dibantu, untuk ngingetin hal-hal yang *ngga* sempet dipikir. Terus kita juga stres kan, adanya Celtic yang mengerti tentang *wedding* kita bisa jadi *sharing*, kita bisa ungkapin kepanikan kita sama seseorang. Kan membantu banget. Sempat juga ada kendala dipengiriman sepatu untuk resepsi, ya aku curhat sampai dibantu sama Celtic untuk hubungi vendor sepatu itu dan akhirnya sepatunya datang mepet tapi syukurnya datang.

Peneliti : Lalu tentang video *behind the scene* yang dibuat Celtic saat persiapan acara berlangsung apakah sesuai dengan kerja Celtic waktu pernikahan kakak?

Klien : Video *behind the scene* Celtic itu baru ya, waktu acara nikah ku dulu belum ada video *behind the scene* begitu. Tapi ya memang video itu sesuai banget, waktu nikahku dulu kan ada yang selalu nemenin aku, nyiapin kebutuhan ku kayak *tissue*, minum, sampai *pake*-in sepatu. Lalu aku juga tanya Ocha *bridesmaid*-ku gimana Celtic bantu persiapin *bridesmaid*, ternyata ya *handle* beneran

gituloh. Aku pikir cuma *bridesmaid* perannya apa sih, ternyata ya juga sama *handle*-nya, sama-sama niat. Makanya aku bilang ke temen aku, daripada kamu buang-buang duit buat WO, ya mending pakai Celtic sekalian karena menurutku ya WO itu kayak Celtic. Dia kasih ide dan jadikan nikahan kita tuh beda dari yang lainnya apalagi pernikahan *thematic*. WO itu kayak gitu bukan Cuma WO yang cuma ngikut aja apa yang lagi tren dan jadinya nikahanmu sekedar umum aja.

Peneliti : Ada lagi kah kak tentang kelebihan Celtic mungkin?

Klien : Oh untuk baju sih, cara berpakaiaannya dan *style* waktu *event*. Rapi jadi pembawaannya ngelihatnya enak dipandang.

Peneliti : Balik lagi kak untuk konsep awal, pembahasan awal ide dari Celtic apa diberitahu Celtic contoh-contoh yang pernah ditangani Celtic?

Klien : Aku yang tanya sih, ya kalau bisa dibilang kemarin aku sempat tanya Celtic sih untuk *event-event* yang sudah ditangani. Ibaratnya biar ada referensi, biar *ngga* kosong-kosong banget gambarannya. Jadi mami jelasin macam-macam, terus didiskusikan lagi sama pasangan enaknya bagaimana. Akhirnya sudah dapat gambaran dan langsung info mami inginnya gimana langsung dieksekusi *deh*.

Peneliti : Terus kak selama sama mami untuk saling menyukseskan acara pernikahanmu ibaratnya ya, kakak atau mami mungkin yang tanya atau cerita tentang pengalaman Celtic dari dulu hingga sekarang?

Klien : *Engga* sih, eh aku pernah tanya. Cuma perjalanan pribadi saja sih, cerita umum bukan tentang Celtic-nya. *Engga* pernah detil juga tanya-tanya tentang Celtic ya aku kan orangnya termasuk agak cuek. Bukan tipe kepo banget.

Peneliti : Jadi hal-hal menarik yang dibahas apa saja?

Klien : Saat ngobrol sama mami sih kami lebih sering bahas persiapan nikahanku ya, terus lanjut cerita *enteng-enteng* atau bahas kesukaan. Kebetulan mami sama aku sama-sama suka baca buku jadi nyambung aja.

Peneliti : Jadi selama ngobrol sama Celtic juga *ngga* pernah dikasih tahu pencapaian Celtic selama ini ya?

Klien : Engga pernah, lagian semua bisa dicek lewat Instagram kan?

Peneliti : Hahaha, betul kak. *By the way* jadi nostalgia ya kak tentang pernikahan kakak dulu.

Klien : Iya nih haha.

Peneliti : Yauda kak terima kasih banyak ya untuk waktunya.

Klien : Iya sama-sama, sukses skripsinya ya!

Peneliti : Makasih kak.

Lampiran 6 : Dokumentasi Hasil Wawancara dan Observasi

Gambar 1. Foto bersama bapak Soni Laksono selaku *Management Director* Celtic Creative

Gambar 2. Foto bersama ibu Veni Laksono selaku *Creative Director* Celtic Creative

Gambar 3. Foto bersama Denish selaku *Project Manager* Celtic Creative

Gambar 4. Foto bersama Vindy Karina selaku klien Celtic Creative

Gambar 5. Foto bersama tim Celtic Creative dan klien setelah *meeting*