ANALISA HUMAS PT DYRA KARYA MANDIRI DALAM MENANGGULANGI BALAP LIAR PADA AJANG KHUSUS D-EVENT

SKRIPSI

XAESARIA PERMATA MORRIN

044118240

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN IMU BUDAYA

UNIVERSITAS PAKUAN

BOGOR

JUNI 2022

ANALISA HUMAS PT DYRA KARYA MANDIRI DALAM MENANGGULANGI BALAP LIAR PADA AJANG KHUSUS D-EVENT

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menempuh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

XAESARIA PERMATA MORRIN

044118240

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA

UNIVERSITAS PAKUAN

BOGOR

JUNI 2022

PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi berjudul **ANALISA HUMAS PT DYRA KARYA MANDIRI DALAM MENANGGULANGI BALAP LIAR PADA AJANG KHUSUS D-EVENT** adalah benar karya saya dengan arahan dari komisi pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka di akhir skripsi ini.

Dengan ini melimpahkan hak cipta karya tulis saya ini kepada Universitas Pakuan Bogor.

Bogor, 24 Mei 2022

Xaesaria Permata Morrin

NPM 044118240

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber bik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.

Nama	**: Xaesaria Permata Morrin**
NPM	**: 044118240**
Tanda Tangan	**:**
Tanggal	**:**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang disusun oleh

Nama : Xaesaria Permata Morrin

NPM : 044118240

Judul : Analisa Humas PT Dyra Karya Mandiri dalam Menanggulangi Balap Liar pada Ajang Khusus D-Event

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Pakuan.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing 1: **Ismail Taufik Rusfien M.Si**
NIK. 1.1215 047 681

Pembimbing 2: **Dini Valdiani M.Si**
NIK. 1.1110 033 517

Pembaca : **Roni Jayawinangun M.Si**
NIK. 1.0616 049 757

Ditetapkan di: Bogor

Tanggal:

Oleh,

Dekan,	**Ketua Program Studi**
Dr. Henny Suharyati, M.Si	**Dr. Dwi Rini S. Firdaus, M.Comn**
NIP. 19600671990092001	**NIK. 1.0113 001 607**

iii

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya Universitas Pakuan.

Penelitian skripsi ini berjudul **"Analisa Humas PT Dyra Karya Mandiri dalam Menanggulangi Balap Liar pada Ajang Khusus D-Event"** peneliti tertarik memilih judul tersebut karena peneliti ingin memberikan pengetahuan atau pengenalan bagi publik mengenai sebuah ajang khusus yang dapat memberikan hal positif bagi publik agar dapat menanggulangi dengan berkurangnya kasus balap liar yang terjadi.

Peneliti berharap dengan penulisan penelitian ini dapat memberikan hal positif bagi pambaca. Penulis menyadari bahwa penelitian ini jauh dari kesempurnaan, sehingga kritik dan saran sangat peneliti harapkan untuk perbaikan pada masa yang akan datang. Semoga penelitian skripsi ini dapat bermanfaat untuk menambah pengetahuan di bidang kehumasan dan dapat dijadikan bahan referensi bagi pihak yang membutuhkan dan khususnya bagi peneliti.

Bogor, 24 Mei 2022

Penulis

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Xaesaria Permata Morrin

Jenis Kelamin : Perempuan

Tempat, tanggal lahir : Jakarta, 9 Juli 1999

Agama : Islam

Alamat : Bumi Sentosa, Nanggewer mekar, Cibinong, kabupaten Bogor, Jawa Barat. 16912

Email : Xpermmo2@gmail.com

Pendidikan Formal :

1. SD Negeri Muara Beres (2005-2011)
2. SMP Citra Nusa (2011-2014)
3. SMA Citra Nusa (2015-2017)
4. Universitas Pakuan (2018-2022)

Pengalaman :

1. Organisasi Himpunan Mahasiswa Jurnalistik di Institut Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (IISIP) Jakarta Selatan pada tahun 2017
2. Komunitas Lady Racer Indonesia, perkumpulan pembalap wanita Indonesia
3. Ekstrakulikuler Tae Kwon Do di SMP Citra Nusa

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terimakasih kepada:

1. Orang tua, ayah Morry MD Hilly dan Mama Rina Setiawati yang telah memberikan dukungan material dan moral.
2. Dr. Henny Suharyati, M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya.
3. Dr. Dwi Rini S. Firdaus, M.Comn. Selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi dan Penguji pada Sidang Skripsi.
4. Ismail Taufik Rusfien, M.Si. Selaku pembimbing I yang telah meluangkan waktu, memberikan arahan, dan dukungan dalam bimbingan menyusun skripsi.
5. Dini Valdiani, M.Si. Selaku pembimbing 2 yang telah meluangkan waktu, memberikan arahan, dan dukungan dalam bimbingan penyusunan skripsi.
6. Doedy Faisal, selaku pendiri dan Humas pada *event* D-Event yang telah banyak membantu dan memberikan data yang diperlukan.
7. Chaesar Phillyp, selaku pembalap yang memberikan data yang diperlukan.
8. Noel, selaku masyarakat sekitar wilayah Sentul Sirkuit yang telah membantu memberikan data yang diperlukan.
9. Deny Wajonk, selaku narasumber dalam penelitian ini yang memberikan data yang diperlukan.
10. Kerabat dan keluarga yang selalu mendukung peneliti.

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat serta pengembangan ilmu bagi pembaca. Terima kasih.

ABSTRAK

XAESARIA PERMATA MORRIN. 2022. Analisa Humas PT Dyra Karya Mandiri dalam Menanggulangi Balap Liar pada Ajang Khusus D-Event. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pakuan Bogor. Dibawah bimbingan: **Ismail Taufik Rusfien & Dini Valdiani**

Ajang Khusus adalah suatu kegiatan kehumasan atau *Public Relations*, yang cukup penting dalam upaya memuaskan banyak orang untuk ikut serta dalam suatu kesempatan memenuhi selera atau kesenangan, serta upaya menarik perhatian bagi publiknya. D-Event adalah suatu organisasi yang membuat sebuah ajang khusus dalam bidang otomotif khusus nya balap motor dengan memiliki konsep acara bertema "Latihan Bersama" sebagai jalur masuk para bibit baru sebagai pembalap dan dapat menarik pembalap liar untuk mengikuti kegiatan positif dengan mengikuti D-Event sehingga dapar menanggulangi kegiatan balap liar tersebut, untuk mencegah banyaknya kegiatan balap liar. Penelitian ini menggunakan teknik penyusunan tujuan dari ajang khusus yang terdiri dari lima elemen menurut Ardianto meliputi Pengenalan dan pengetahuan, publikasi melalui komunikasi timbal balik, memberikan kesan atau citra positif, mempertahankan penerimaan masyarakat, dan rekan dan pelanggan baru melalui sebuah ajang khusus. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui cara kerja yang dilakukan Humas D-Event dalam upaya membentuk ajang khusus tersebut agar dapat menarik publik terutama pembalap liar untuk dapat bergabung dengan kegiatan ini. Penilitan ini menggunakan metodologi penelitian kualitatif, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi. Wawancara penelitian ini meliputi informan kunci (Pendiri dan Humas D-Event), informan utama (Pembalap liar yang mengikuti ajang khusus D-Event), informan tambahan (Masyarakat yang berpartisipasi pada acara D-Event). Triangulasi dalam penelitian ini menggunakan triangulasi sumber. Balap liar merupakan suatu kegiatan mengendarai kendaraan dengan kecepatan tinggi pada lokasi yang merupakan jalan umum yang dilalui masyarakat, terdapat dua tipe dari balap liar yaitu drag dan cornering, drag adalah tipe balapan beradu kecepatan trek lurus. Cornering adalah mengendarai motor dengan teknik merebah motor pada trek tikungan. Beberapa inovasi yang dilakukan Humas pada ajang khusus D-Event dapat membuahkan hasil positif. Hasil penelitian ini dapat menunjukan upaya yang dilakukan seorang Humas terhadap ajang khusus D-Event agar dapat memberikan hal positif bagi publik khususnya pembalap liar.

Kata Kunci: Ajang Khusus, Balap liar, Humas, otomotif.

ABSTRACT

XAESARIA PERMATA MORRIN. 2022. Analysis of Public Relations of PT Dyra Karya Mandiri in Trackling Illegal Racing in the Special D-Event*. Faculty of Social and Cultural Sciences, Communication Studies Program, Pakuan University, Bogor. Under the guidance of:* ***Ismail Taufik Rusfien & Dini Valdiani***

Special event is a public relations activity, which is quite important in an effort to satisfy a lot people to participate in an opportunity to fulfill their tastes or pleasures, as well as an effort to attract the attention of the public. D-Event is an organization that organizes a special event in the automotive sector, specifically motorcycle racing, with the concept of an event themed "Practice Together" as an entry point for new seeds as riders and can attract wild riders to take part in positive activities by participating in the D-Event so that can tackle the illegal racing activities, to prevent the number of illegal racing activities. This research uses the technique of setting goals from special events which consist of five elements according to Ardianto including awareness and knowledge, publication through feedback communication, giving positive impression or image, maintaining public acceptance, and partner and customers through special events. This research aims to find out how D-Event Public Relations works in an effort to form the special event in order to attract the public, especially illegal riders, to be able to join this event. This research uses a qualitative research methodology, data collection techniques used are interviews, observation, and documentation. This research interview included key informants (Founder and Public Relations of D-Event), main informants (wild illegal rider who participated in the D-Event special event), additional informants (public who participated in the D-Event). Triangulation in this study uses source triangulation. Illegal racing is an activity of driving a vehicle at high speed at a location which is a public road that is passed by the public, there are two types of wild racing, the name is drag and cornering, drag is a type of race that competes with the speed of a straight track. Cornering is riding a motorbike with the technique of lying down on a corner track. Several innovations made by Public Relations at the D-Event special event can produce positive results. The results of this study can show the efforts made by a PR for the D-Event special event so that it can provide positive things for the public, especially illegal riders.

Keywords: Automotive, illeal racing, public relations, special event.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA ..... **i**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS ..... **ii**

HALAMAN PENGESAHAN ..... Error! Bookmark not defined.

KATA PENGANTAR ..... **iv**

DAFTAR RIWAYAT HIDUP ..... **v**

UCAPAN TERIMA KASIH ..... **vi**

ABSTRAK ..... **ix**

ABSTRACT ..... **x**

DAFTAR ISI ..... **xi**

DAFTAR GAMBAR ..... **xiii**

DAFTAR TABEL ..... **xiv**

DAFTAR LAMPIRAN ..... **xv**

BAB 1 PENDAHULUAN16

1.1 Latar Belakang 16

1.2 Rumusan Masalah 21

1.3 Tujuan Penelitian 21

1.4 Manfaat Penelitian 21

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Ajang Khusus 22

2.2 Hubungan Masyarakat (Humas) 23

2.2.1 Tujuan Humas 24

2.2.2 Tugas Humas 24

2.3 Komunikasi 27

2.3.1 Tujuan Komunikasi 28

2.4 Alur Berpikir 30

2.5 Definisi Konsep 30

2.6 Penelitian Terdahulu 32

BAB 3 METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian 34
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian 36
3.3 Sumber Data 36
3.4 Teknik Pengumpulan Data 37
3.5 Teknik Analisis Data 38
3.6 Keabsahan Data 39

BAB 4 PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan 40
4.1.1 Struktur Organisasi dan Deskripsi Pekerjaann 46
4.2 Hasil Pembahasan 50
4.2.1 Pengenalan dan Pengetahuan 50
4.2.2 Publikasi Melalui Komunikasi Timbal Balik 55
4.2.3 Memberikan kesan atau citra positif 58
4.2.4 Mempertahankan penerimaan masyarakat 64
4.2.5 Rekan dan pelanggan baru 70
4.3 Triangulasi 77
4.3.1 Pengenalan dan Pengetahuan 77
4.3.2 Publikasi melalui Komunikasi Timbal Balik 79
4.3.3 Memberikan Kesan atau Citra Positif 80
4.3.4 Mempertahankan Penerimaan Masyarakat 81
4.3.5 Rekan dan Pelanggan Baru 82

BAB 5 PENUTUP

5.1 Kesimpulan 84
5.2 Saran 85
DAFTAR PUSTAKA 86
LAMPIRAN 88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Piagam penghargaan D-Event dari Ikatan Motor Indonesia 41
Gambar 4. 2 Poster acara D-Event 44
Gambar 4. 3 Logo D-Event 45
Gambar 4. 4 Informasi tentang D-Event pada Sosial Media yang terdapat unsur pengenalan dan pengetahuan 55
Gambar 4. 5 D-Event terbit pada salah satu surat kabar terdapat unsur pengetahuan bagi publik 55
Gambar 4. 6 Contoh publikasi melalui komunikasi timbal balik antara pembalap dan pihak penyelenggara 58
Gambar 4. 7 Podium peserta pemenang yang dapat mengandung unsur memberikan sebuah kesan 64
Gambar 4. 8 Surat permohonan izin ajang khusus kepada Ikatan Motor Indonesia terdapat unsur untuk mempertahankan citra positif 64
Gambar 4. 9 Kegiatan aksi balap liar Monasco 70
Gambar 4. 10 Pelanggan warung Noel saat sedang melakukan makan siang. 70
Gambar 4. 11 Jadwal acara D-Event 75
Gambar 4. 12 Rekan dan pelanggan baru Noel melalui pesanan pada salah satu kegiatan latihan sekolah balap 75
Gambar 4. 13 Desain dan Logo Banner Warung Noel 76
Gambar 4. 14 Sebuah artikel yang mengandung unsur pengenalan atau awareness yang di posting pada Instagram ……75
Gambar 4. 15 Artikel yang mengandung unsur pengenalan atau knowledge terhadap publik ……..76
Gambar 4.16 Publikasi melalui Instagram dan terdapat komunikasi timbal balik…..77

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu 32

Tabel 3. 1 Daftar Nama Informan dan Alasan 38

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 - Hasil Wawancara Informan Kunci 89
Lampiran 2 - Hasil Wawancara Informan Utama 95
Lampiran 3 - Hasil Wawancara Informan Tambahan..... 100
Lampiran 4 – Hasil Wawancara Narasumber Triangulasiasi 104
Lampiran 5 - Dokumentasi Wawancara ……..108

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Terdapat beberapa kegiatan ajang khusus yang ada di Indonesia, seperti kegiatan festival musik, sebuah pameran seperti pameran Jakarta Fair yang selalu diselenggarakan secara periodik saat menjelang hari ulang tahun ibu kota Jakarta pada bulan Juni-Juli, dan juga seminar seperti seminar yang memberikan sebuah informasi atau pengetahuan secara tatap muka, *conference* juga melalui sistem *online meeting* seperti pada masa Pandemi Covid-19 yang terjadi beberapa waktu lalu sejak tahun 2020.

Ajang Khusus terdiri dari acara pribadi, acara olahraga, acara publik, dan pameran & festival. Hal ini dianggap acara "khusus" karena berada di luar bisnis, program, atau aktivitas normal tuan rumah. Ajang Khusus umumnya berbasis keramahtamahan atau hiburan, oleh karena itu lebih ajang khusus bersifat sosial, bukan bisnis. Ajang khusus merupakan hal yang cukup penting dalam aktifitas atau kegiatan dari Humas, karena salah satu keberhasilan dalam kegiatan Hubungan Masyarakat untuk menciptakan citra positif dengan melakukan komunikasi dua arah secara timbal balik melalui suatu program kerja Humas untuk memberikan informasi secara langsung (bertatap muka) yang dapat dikemas dalam sebuah acara atau ajang khusus.

Seorang Humas untuk membuat sebuah ajang khusus menjadi sebuah ajang khusus yang sukses, dapat mencapai target keinginan nya, juga upaya mempertahankan citra kegiatan tersebut positif dimata publik, seperti yang dilakukan seorang Humas pada penelitian ini. Pelitian ini menganalisa Humas dari PT. Dyra Karya Mandiri yang membuat suatu ajang khusus dalam bidang olahraga khususnya balap motor yang dinamakan "D-Event".

Ajang khusus yang dibuat oleh PT. Dyra Karya Mandiri tersebut adalah sebuah kegiatan olahraga bidang balap motor dengan konsep latihan bersama yang dilakukan secara rutin setiap 2 (dua) bulan sekali, yang memiliki tujuan baik agar dapat menanggulangi dengan meminimalisir kegiatan balapan liar di jalan umum sehingga pemuda di Indonesia bisa menyalurkan hobi atau keinginan mereka

menjadi seorang pembalap dan dapat merasakan bagaimana bertarung atau berlomba di tempat yang layak yaitu di sirkut dengan keamanan yang terjamin.

Ajang khusus "D-Event" yang diselenggakaran oleh PT. Dyra Karya Mandiri dapat menanggulangi atau meminimalisir sebuah kegiatan illegal juga negatif dengan menjadikannya ke kegiatan positif dan legal, dengan membuat ajang khusus tersebut memiliki keunggulan jika dibandingkan dengan ajang khusus lain sebagai kompetitor, dengan kegiatan sebuah latihan bersama yang dijadikan sebuah ajang khusus oleh PT. Dyra Karya Mandiri dengan berawal dari menarik publik pada beberapa komunitas dan pembalap liar untuk dapat menyalurkan hobi dan keinginan mereka dengan memberikan wadah untuk publik agar dapat tertarik juga berpartisipasi pada kegiatan tersebut serta dapat menjadikan "D-Event" menjadi suatu ajang khusus yang berdampak positif sebagai jalur bibit generasi baru untuk dapat menunjukan bakat mereka dengan hobi atau cita-cita yang mereka raih.

Kegiatan yang diselenggarakan oleh "D-Event" tersebut terdapat beberapa kelas atau regulasi yang dibagi disetiap pertandingan yang biasanya disesuaikan dengan spesifikasi motor masing-masing peserta. Motor jenis skuter atau *matic* akan bertanding dengan sesama *matic*, untuk motor jenis *sport* akan bertanding degan sesama motor sport, dan seterusnya. Hal yang menyenangkan dari ajang khusus sebuah latihan bersama ini selain peserta dapat mengekspresikan keinginan atau hobi nya, peserta juga akan mendapatkan hadiah yaitu sebuah *throphy*, sertifikat, dan juga uang bernominal apabila mereka menduduki juara 1 sampai dengan 5.

Terdapat banyak kegiatan pada bidang olahraga balap motor secara resmi, tetapi kegiatan ajang khusus tersebut adalah kegiatan untuk para pembalap yang sudah profesional yang memang memiliki profesi sebagai seorang pembalap dan sudah banyak memiliki pengalaman juga proses latihan yang panjang untuk menjadi seorang pembalap profesional.

Generasi anak muda di Indonesia pada saat ini bahkan sejak dahulu, pada umumnya memiliki banyak hobi bahkan cita-cita yang ingin diraih, salah satunya memiliki keinginan menjadi seorang pembalap. Menjadi seorang pembalap tidaklah mudah karena butuh tekad yang sungguh-sungguh untuk berlomba

membawa kendaraan dengan kecepatan tinggi, pengendara pun harus belajar banyak hal dan berlatih terlebih dahulu untuk mencapai seorang pembalap yang sangat memiliki resiko besar terhadap pengendara.

Menjadi seorang pembalap, seseorang harus memiliki modal atau dana yang cukup besar untuk berproses menjadi seorang pembalap, untuk membeli segala macam keperluan yang dibutuhkan untuk balap motor seperti peralatan *safety wear* yang harus dikenakan, helm, *wearpack* (baju balap), sepatu, sarung tangan, juga mempersiapkan motor yang harus di ubah mesin nya agar menjadi lebih cepat. Wadah atau tempat untuk menyalurkan hobi tersebut juga terbatas karena tidak adanya dukungan yang diberikan pemerintah atau pihak berwajib untuk mengatasi dengan memberikan wadah bagi publik yang memiliki hobi tersebut.

Hal ini yang menjadi kendala pada generasi anak muda yang memiliki hobi atau cita-cita sebagai seorang pembalap. Pengeluaran dana yang tidak mencukupi untuk terjun ke dunia balap motor resmi yang menjadikan banyak anak muda di Indonesia pada akhirnya memutuskan untuk memiliki kebiasaan yang membahayakan dirinya yaitu dengan balapan liar sebagai hobi.

Balap liar adalah suatu kegiatan berkendara dengan kecepatan tinggi pada tempat atau lokasi jalanan yang umum dilalui oleh masyarakat. Tujuan pembalap liar atau yang kerap disebut pembalap liar mengikuti balap liar adalah dikarenakan mereka yang tidak memiliki dana yang besar untuk mengikuti sebuah *event* yang resmi di sirkuit, dan juga untuk menyalurkan hobi mereka secara internal balapan liar terjadi karena lemah nya kontrol dari diri remaja terhadap keinginan nya untuk mengendarai kendaraan bermotor atau dilalukan balapan liar di jalan umum dari diri remaja terhadap keinginan nya untuk mengendarai kendaraan bermotor atau melalukan balapan liar di jalan umum. (Yuliartini et al., 2017)

Terdapat beberapa lokasi di Indonesia yang menjadi tempat balapan liar, salah satu lokasi yang peneliti terapkan dalam kasus balap liar disini adalah Monasco, yang berada di kawasan Monumen Nasional Jakarta, balapan liar di area ini dinamakan “Monasco” yang berarti Monumen Nasional Cornering. Cornering adalah suatu kegiatan balap liar dengan teknik menikung dengan kecepatan tinggi, dan kegiatan ini tentunya liar karena berawa di kawasan jalan umum yang

mengakibatkan bahaya untuk masyarakat sekitar dan juga untuk para pembalap liar tersebut.

Menurut hasil data wawancara dari penelitian (Yudi Harianto, Iin Ervina, 2019) faktor penyebab keterlibatannya remaja dalam balap liar menunjukkan bahwa keterlibatan remaja dalam balap liar dipengaruhi oleh beberapa faktor pendorong yang berbeda-beda antara remaja yang satu dengan yang lainnya, seperti akibat dari tidak mendapatkan figur perhatian serta kasih sayang dari lingkungan keluarga, terpengaruh dari teman pergaulan, lingkungan sosial sering terjadi kegiatan balap liar, dan juga kurangnya kontrol atau pengawasan dari orang tua.

Terdapat beberapa jenis balap liar yang kerap kita tahu, terutama pada kendaraan bermotor. Balap liar terdiri dari dua jenis balapan yaitu:

1. Drag

   Balapan drag yaitu suatu kegiatan balapan dengan track atau jalan lurus sekitar kurang lebih 200 meter, dari awal mulai start hingga garis finish.
2. *Cornering*

   Cornering sebuah teknik menikung dalam kecepatan tinggi sehingga membuat badan dan motor merebah pada saat menikung.

Kedua nya dapat dikategorikan sebagai balapan liar, karena aktifitas kedua hal tersebut tidak di bawah wewenang yang memberikan perizinan, seperti izin dari Ikatan Motor Indonesia (IMI) sebagai lembaga perizinan terlaksanakannya kegiatan atau *event* balap di sirkuit. Pembalap juga harus memiliki Kartu Izin Start (KIS) sebagai identitas diri bahwa mereka adalah peserta atau pembalap resmi dari IMI.

Sependapat dengan (Fajri, 2019) dalam penelitian nya mengenai balap liar bahwa remaja melakukan aksi balap liar dengan ugal-ugalan dan tidak memakai alat keselamatan berkendara serta mengganggu ketertiban lalu lintas disepanjang jalan raya.

Kegiatan aksi balap liar tentu memiliki dampak bagi pengendara juga masyarakat. Dampak dari kecelakaan tersebut juga disebabkan beberapa faktor seperti faktor lingkungan meliputi desain jalan dan permukaan jalan yang tidak rata dan bergelombang serta faktor sirkuit meliputi jarak pembatas arena balap dan

penonton yang terlalu sempit. Ketiga hal tersebut yang dapat menimbulkan risiko kecelakaan pada perlombaan. (Hermawan & Mahawati, n.d.)

Cara agar menanggulangi atau mengatasi kejadian-kejadian yang tidak diinginkan dari balap liar, terdapat penelitian yang disampaikan oleh (Bugiayustin, 2019) maka terdapat suatu kesimpulan, yaitu dalam upaya menanggulangi balapan liar pihak kepolisian melakukan dua upaya, yaitu upaya pencegahan *(prefentif)* dan upaya pemberian sanksi (*represif)* kepada pelaku balap liar tersebut. Akan tetapi hal tersebut tidak cukup membuat pelaku aksi balap liar jera, terkadang mereka tetap melakukan hal trsebut karena dilandasi dari hobi mereka terhadap kecepatan berkendara.

Menanggulangi permasalahan dari balap liar tersebut, di buatlah suatu ajang khusus dari sebuah organisasi. Indonesia hanya memiiki beberapa lokasi untuk arena balapan yaitu sirkuit untuk melaksanakan ajang khusus atau kegiatan balapan yang resmi. Sirkuit adalah tempat arena balapan baik kendaraan bermotor jugaa mobil, tempat yang aman untuk melakukan kegiatan balap karena sirkuit terdapat fasilitas-fasilitas tersendiri bagi peserta event, juga penonton.

Ajang khusus “D-Event” memiliki tujuan untuk menanggulangi balap liar agar dapat meminimalisir kegiatan tersebut, disinilah peran Humas diperlukan untuk dapat meminimalisir kegiatan balap liar tersebut, dengan dibuatnya ajang khusus tersebut menjadi kegiatan positif dengan segala upaya yang dilakukan Humas tersebut untuk menarik minat target sasaran dan membuat ajang khusus yang menarik di mata publik. Hal tersebut berkaitan dengan bidang atau jurusan peneliti karena terdapat penyampaian pesan dari sebuah ajang khusus untuk publik yang memiliki hobi balap liar melalui ajang khusus, dan ajang khusus merupakan suatu kegiatan program kerja Humas.

Berdasarkan itulah peneliti tertarik untuk menganalisa Humas PT. Dyra Karya Mandiri dalam menanggulangi balap liar pada ajang khusus “D-Event” yang akan dilakukan dengan studi deskriptif penelitian pada ajang khusus “D-Event” agar dapat menganalisa bagaimana Humas PT. Dyra Karya Mandiri tersebut untuk menanggulangi kegiatan balap liar dengan sebuah ajang khusus yang didirikan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan materi yang terdapat pada latar belakang di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Apa upaya yang dilakukan humas PT. Dyra Karya Mandiri dalam menanggulangi aktifitas balap liar pada ajang khusus "D-Event"?
2. Bagaimana cara humas ajang khusus tersebut untuk menarik minat para peserta seorang pembalap liar untuk mengikuti kegiatan tersebut?

1.3 Tujuan Penelitian

Menganalisis sebuah kasus atau masalah, penelitian ini memiliki tujuan antara lain yaitu:

1. Untuk meningkatkan kreatifitas positif terhadap generasi muda yang memiliki hobi atau cita-cita menjadi seorang altet balap motor.
2. Menganalisa bagaimana cara kerja humas sebuah perusahaan dalam menanggulangi kegiatan negatif menjadi sebuah kegiatan positif melalui sebuah ajang khusus yang didirikan.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini terdapat dari dua sisi, yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis:

1. Manfaat Teoritis

   Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai salah satu bahan refensi untuk penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan suatu bidang kehumasan juga sebuah ajang khusus.
2. Manfaat Praktis

   Secara praktis dalam penelitian ini, di harapkan dapat memberikan masukkan dan gambaran dari pihak penyelenggara yaitu PT. Dyra Karya Mandiri dalam membangun ajang khusus "D-Event" yang menyelenggarakan kegiatan positif untuk khayalak terutama generasi anak muda yang memiliki hobi balap motor liar menjadi wadah agar impian mereka tercapai menjadi seorang pembalap motor resmi.

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Ajang Khusus

Kegiatan ajang khusus atau *special event* dalah suatu kegiatan kehumasan atau *public relations*, yang cukup penting dalam upaya memuaskan banyak orang untuk ikut serta dalam suatu kesempatan untuk memenuhi selera/kesengangan, serta upaya menarik perhatian bagi publiknya. Arti *special event* atau ajang khusus menurut istilah adalah:

1. Special atau special yang berarti sesuatu yang "istimewa", khusus, khas dan tidak umum.
2. *Event*, suatu kegiatan atau peristiwa khusus, baik yang terjadi secara internal, lokal, maupun nasional, bahkan berkaitan dengan suatu peristiwa secara internasional.

Ajang khusus dari Humas akan mampu memuaskan bagi pihak-pihak lain yang terlibat untuk berperan serta dalam suatu kesempatan pada acara khusus Humas, baik untuk meningkatkan pengetahuan *(knowledge)*, kesadaran *(awareness)*, upaya pemenuhan selera *(pleasure)*, dan menarik simpati atau empati sehingga mampu menumbuhkan saling pengertian bagi kedua belah pihak sehingga dapat menciptakan citra *(image)* positif dari masyarakat atau tergetnya (Ardianto 2009:103)

Adapun tujuan dari ajang khusus, antara lain:

1. Pengenalan *(awareness)* dan meningkatkan pengetahuan *(knowledge)* terhadap lembaga atau perusahaan dan produk, yang ingin ditampilkan.
2. Proses publikasi melalui komunikasi timbal balik, yang pada akhirnya memperoleh publisitas yang positif.
3. Memperlihatkan itikad baik dari lembaga, yaitu produk yang diwakilinya, dan sekaligus memberikan kesan atau citra positif terhadap masyarakat sebagai publik sasarannya.
4. Upaya mempertahankan penerimaan masyarakat.
5. Memperoleh rekanan atau pelanggan baru melalui acara ajang khusus yang dirancang secara menarik, informatif, dan kreatif (Ardianto 2009:107)

Kegiatan ajang khusus selain memiliki tujuan, juga memiliki fungsi. Sehubungan dengan fungsi Humas, jika dikaitkan dengan kegiatan kehumasan dalam ajang khusus maka fungsinya adalah:

1. Memberikan informasi secara langsung (bertatap muka) dan mendapatkan hubungan timbal balik yang positif dengan publiknya melalui program kerja atau acara-acara yang sengaja dirancang, dan dikaitkan dengan *event* (peristiwa khusus) dalam kegitan serta program kerja kehumasan tertentu.
2. Sebagai media komunikasi dan sekaligus publikasi

2.2 Hubungan Masyarakat (Humas)

Humas atau Hubungan Masyarakat juga kerap disebut dengan *public relations* adalah suatu kegiatan juga profesi seseorang agar dapat membangun citra terhadap perusahaan tersebut. Menjadi seorang Humas juga diperlukan memiliki relasi yang luas, seperti dengan media, juga masyarakat karena hal itu dapat sekali membantu Humas dalam membangun citra atau reputasi perusahaan menjadi baik dan berkembang.

Pengertian Humas (public relations) yang diambil dari *The British Institute of Public Relations* yang dikutip oleh Ruslan (2016: 15) yaitu:

1. Aktivitas Humas (Public Relations) adalah mengelola komunikasi antara organisasi dan publiknya.

   "Public Relations activity is management of communications between an organization and its public."
2. Praktik Humas adalah memikirkan, merencanakan dan mencurahkan daya untuk membangun dan menjaga saling pengertian antara organisasi dan publiknya.

   "Public Relations practice is deliberate, planned and sustain effort to establish and maintain mutual understanding between an organization and its public."

Menurut *International Public Relation Association* (IPRA) pengertian Humas adalah sebuah fungsi manajemen yang terencana dan berkelanjutan, organisasi induk dan lembaga swasta atau publik yang bertujuan untuk mendapatkan

pengertian, simpati, dan dukungan dari pihak – pihak terkait atau yang memiliki hubungan dengan penelitian opini publik di antara mereka.

Humas adalah proses interaksi dimana Humas menciptakan opini publik sebagai *input* yang menguntungkan kedua belah pihak, dan menanamkan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi publik, bertujuan menanamkan keinginan baik, kepercayaan saling adanya pengertian, dan citra yang baik dari publiknya. Secara etimologis *Public Relations* terdiri dari dua kata yaitu: *public* dan *relations*. Bahasa Indonesia dari kata *Public* berarti publik atau masyarakat dan *relations* adalah hubungan-hubungan. (*Kasenda 2013*, n.d.)

2.2.1 Tujuan Humas

Suhandang (2012:53) membagi tujuan Humas (Public Relations) atas dua bagian yaitu:

1. Secara positif berusaha mendapatkan dan menambah penilaian serta jasa baik suatu organisasi atau perusahaan.
2. Secara definitif berusaha untuk membela diri terhadap pendapat masyarakat yang bernada negatif, bilamana diserang dan serangan itu kurang wajar, padahal organisasi atau perusahaan itu tidak salah (terjadi kesalahpahaman). Demikian tindakan ini merupakan salah satu aspek penjagaan atas pertahanan.

2.2.2 Tugas Humas

Menurut Suhandang (2012:73) inti tugas Humas *(Public Relations)* adalah sinkronisasi antara informasi dari perusahaan dengan reaksi dan tanggapan publik sehingga mencapai suasana akrab, saling mengerti, dan muncul seasana yang menyenangkan dalam interaksi perusahaan dengan publik. Persuaian yang menciptakan hubungan harmonis dimana satu sama lain saling memberi dan menerima hal-hal yang bisa menguntungkan kedua belah pihak. Berdasarkan adanya dua jenis publik bagi suatu badan perusahaan, maka tujuan Humas *(Public Relations)* diarahkan melalui dua macam tugas yaitu di dalam (Publik Internal) dan di luar (Publik Eksternal). Humas mengembangkan tugas atas tujuan tadi, yaitu berkomunikasi ke dalam dengan publik intern dan ke luar dengan publik *ekstern.*

1. Publik Internal

   Sudah tentu suasana di dalam badan atau perusahaan itu sendiri yang menjadi target Internal Humas *(Public Relations)* terutama suasana di antara para karyawannya yang mempunyai hubungan langsung dengan perkembangan badan atau perusahaannya. Kegiatan publik internal perusahaan tersebut diperlukan untuk memupukadanya suasana yang menyenangkan di antara para karyawannya, komunikasi antara bawahan dan pimpinan atau atasan terjadi dengan akrab dan tidak kaku, serta meyakini rasa tanggung jawab akan kewajibannya terhadap perusahaan. Kesadaran dan keyakinan tersebut diharapkan muncul kegairahan kerja dari para pegawainya. Banyak lagi tugas dan upaya lain yang bisa dipikirkan oleh petugas Humas, upaya-upaya yang dapat memecahkan permasalahan di lingkungan intern perusahaan itu seperti:

   A. Bagaimana memelihara hubungan baik antara pimpinan dan bawahan serta antara pegawainya dengan rekan-rekan sekerjanya.
   B. Bagaimana mempertinggi produktivitas sumberdaya manusia yang ada di dalam perusahaan.
   C. Bagaimana caranya menggerakkan para pegawai agar memberikan pelayanan kepada publik dengan sebaik-baiknya.
   D. Bagaimana mempertinggi kecakapan dan pengetahuan semua sumber daya manusia yang ada di dalam perusahaan itu.
   E. Bagaimana memberikan hiburan dan kesempatan untuk bersantai bagi pegawai.
   F. Bagaimana usaha meningkatkan kebersihan, ketertiban, serta keindahan kantor, dan seluruh lingkungannya
   G. Bagaimana caranya mengintegrasikan keluarga pegawai ke dalam kehidupan perusahaan.
   H. Bagaimana memelihara kesejahteraan pegawai atas usaha sendiri, dan lain-lain masalah yang timbul dalam perusahaan itu.

Pelaksanaan tugas-tugas tersebut, sudah tentu dipilih hal-hal yang mampu dan sesuai dengan perkembangan perusahaannya sendiri. Tergantung dari besar kecilnya perusahaan, serta tergantung pada skala prioritas perusahaan itu.

2. Publik Eksternal

   Bagi suatu perusahaan, hubungan dengan publik di luar perusahaannya merupakan suatu keharusan yang mutlak. Sesuai dengan sifatnya, dalam masyarakat modern tidak akan ada kemungkinan bagi seorang insan atau badan bisa hidup menyendiri. Masing-masing akan saling membutuhkan satu sama lain, sama halnya juga dengan perusahaan. Hubungan yang harmonis dan baik dapat tercapai hanya dengan pengertian yang ikhlas, tidak dengan paksaan. Apalagi hubungan atau komunikasi itu harus berkembang dalam masyarakat demokratis. Semua komunikasi dengan publik *ekstern* hendaknya dilakukan perusahaan itu secara informatif dan persuasif. Informasi hendaknya diberikan secara jujur, teliti, sempurna, dan berdasarkan fakta yang sebenarnya. Komunikasi yang dilaksanakan, baik secara informatif maupun persuasif bertujuan untuk memecahkan masalah yang ada hubungannya dengan kegiaran luar perusahaan. Ada pula masalah-masalah yang perlu dipecahkan dalam kegiatan publik eksternal antara lain meliputi:

   A. Bagaimana memperluas pasar bagi produksinya.
   B. Bagaimana memperkenalkan produksinya kepada masyarakat.
   C. Bagaimana cara mendapatkan penghargaan dan penerimaan dari publik maupun masyarakat.
   D. Bagaimana memelihara hubungan yang baik dengan para pemerintahan atau negara.
   E. Bagaimana cara mengetahui sikap dan pendapat publik terhadap perusahaan.
   F. Bagaimana cara memelihara hubungan baik dengan pers.

Humas memiliki fungsi menjadi kebutuhan utama dalam suatu organisasi atau lembaga karena peranannya yang kuat dalam memperlihatkan wajah perusahaan denga *image* yang baik dan usaha mencari dukungan masyarakat. Tidak hanya itu, ada beberapa fungsi penting lainnya seperti menarik simpati masyarakat agar perusahaan dapat dikenal publik dengan baik. Berikut adalah beberapa fungsi Humas:

1. Memperluas jaringan sosial atau relasi
2. Sebagai jembatan perusahaan kepada publik

3. Mempertahankan citra positif perusahaan

Selain memiliki fungsi, Humas juga memiliki tugas yang memiliki tujuan lain seperti bertugas membangun citra atau *image* sebuah perusahaan agar selalu menjadi positif, sebagai informan yang dapat memberikan informasi terhadap publik, juga memberikan penyampaian yang baik terhadap public sebagai seorang Humas pun harus memiliki karakter sikap yang ramah agar mendapatkan rasa simpati dari publik maupun klien, dan berperan ketika perusahaan terdapat di masa kritis.

Menjalankan tugas Humas sehari-hari, seorang praktisi Humas memiliki tiga tugas pokok dalam bidang komunikasi. Gassing dan Suryanto dalam *Public Relations* (2016 :127-128) menjelaskan diantaranya:

1. Menganalisis dan mengevaluasi kecenderungan perilaku publik.
2. Mempertamukan kepentingan.
3. Mengevaluasi program organisasi berkaitan dengan kepentingan publik.

2.3 Komunikasi

Komunikasi adalah suatu penyampaian pesan atau informasi melalui komunikator (pengirim pesan) kepada komunikan (penerima pesan). Pesan tersebut tidak hanya berupa pesan tertulis, juga berbicara satu sama lain. Pesan tersebut baik *non verbal* juga secara *verbal*. Hal yang disebut dengan komunikasi yang baik yaitu apabila kita menyampaikan suatu pesan tersebut kepada komunikan yang dapat memberikan *feedback* (umpan balik) kepada komunikator.

Komunikasi merupakan kegiatan yang tidak bisa lepas dari kehidupan manusia. Beberapa ahli mengungkapkan beragam pengertian dari komunikasi. Menurut Effendy (dalam Afiati, 2015: 16). secara paradigmatis komunikasi dimaknai sebagai proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik langsung secara lisan, maupun tidak langsung melalui media.

Proses komunikasi sendiri dibagi menjadi dua menurut Afiati (2015: 18), yakni komunikasi primer dan komunikasi sekunder. Komunikasi secara primer yaitu proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan

menggunakan lambang/simbol sebagai media). Adapun proses komunikasi lainnya, yakni proses komunikasi secara sekunder. Proses komunikasi sekunder dimaknai sebagai proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebegai media pertama.

Istilah komunikasi berasal dari Bahasa latin yakni *communicare* yang berarti menyebarluaskan atau memberitahukan. Bahasa inggris dari istilah ini memiliki makna yang identik dengan kata *communicare* adalah *communication* yang dapat dimaknai sebagai suatu proses pengoperan lambing-lambang yang dimana mengandung arti. Istilah Bahasa inggris, *communication* inilah yang kemudian menjadi kata komunikasi yang bermakna sebagai suatu kegiatan yang bermakna untuk menyampaikan ide, opini, pikiran, dan gagasan dari seseorang kepada orang lain. (Purba, Bisyri, hastuti dkk 2020:2)

2.3.1 Tujuan Komunikasi

Adapun menurut De Vito (dalam Afiati, 2015: 19), komunikasi merupakan suatu aktivitas yang mengacu pada tindakan, oleh satu orang atau lebih yang mengirim dan menerima pesan yang terdistorsi oleh gangguan *(noise)*, terjadi dalam suatu konteks tertentu, mempunyai pengaruh tertentu, dan ada kesempatan untuk melakukan umpan balik. Tujuan dari komunikasi menurut De Vito (dalam Afiati, 2015 :19) ada empat, yakni:

1. Menemukan

   Menemukan maksudnya adalah menyangkut penemuan diri *(personal discovery)*. Berkomunikasi berarti belajar mengenai diri sendiri dan juga orang lain. Persepsi diri sebagian besar dihasilkan dari apa yang telah dipelajari tentang diri sendiri dan orang lain selama melakukan komunikasi, khususnya dalam perjumpaan antar pribadi.
2. Untuk Berhubungan

   Salah satu motivasi yang paling kuat dalam berkomunikasi adalah berhubungan dengan orang lain, atau membina dan memelihara hubungan dengan orang lain. Seseorang kerap menghabiskan banyak waktu dan energi untuk membina dan

memelihara hubungan sosial. Mulai dari berkomunikasi langsung, atau melalui telepon, hingga berinteraksi dengan mitra kerja.

3. Untuk Meyakinkan

   Seringkali seseorang menghabiskan waktu untuk melakukan persuasi antar pribadi, baik sebagai sumber maupun penerima. Melalui perjumpaan pribadi sehari-hari, kita berusaha mengubah sikap dan perilaku orang lain. Misalnya dengan mengajak orang lain menonton film terbaru, membeli suatu produk, mengambil mata kuliah tertentu, meyakini bahwa sesuatu itu benar atau salah. menyetujui atau mengecam gagasan tertentu, dan sebagainya.

4. Untuk Bermain/Hiburan

   Kita menggunakan banyak perilaku komunikasi untuk bermain dan menghibur diri. Misalnya ketika mendengarkan pelawak, pembicaraan, musik, dan film, hal-hal tersebut dirancang sebagian besar untuk hiburan. Demikian pula banyak perilaku dari komunikasi kita dirancang untuk menghibur orang lain. Misalnya dengan menceritakan lelucon, mengutarakan sesuatu yang baru, atau mengaitkan cerita-cerita yang menarik. Adakalanya hiburan ini merupakan tujuan akhir, tetapi adakalanya ini merupakan cara untuk mengikat perhatian orang lain, sehingga kita dapat mencapai tujuan-tujuan lain.

Tujuan dari komunikasi juga untuk menyampaikan pesan atau informasi, juga menyusun dan mengembangkan rencana yang berhubungan dengan pelayanan masyarakat. Selain itu komunikasi juga memiliki jenis antara lain:

1. Komunikasi verbal

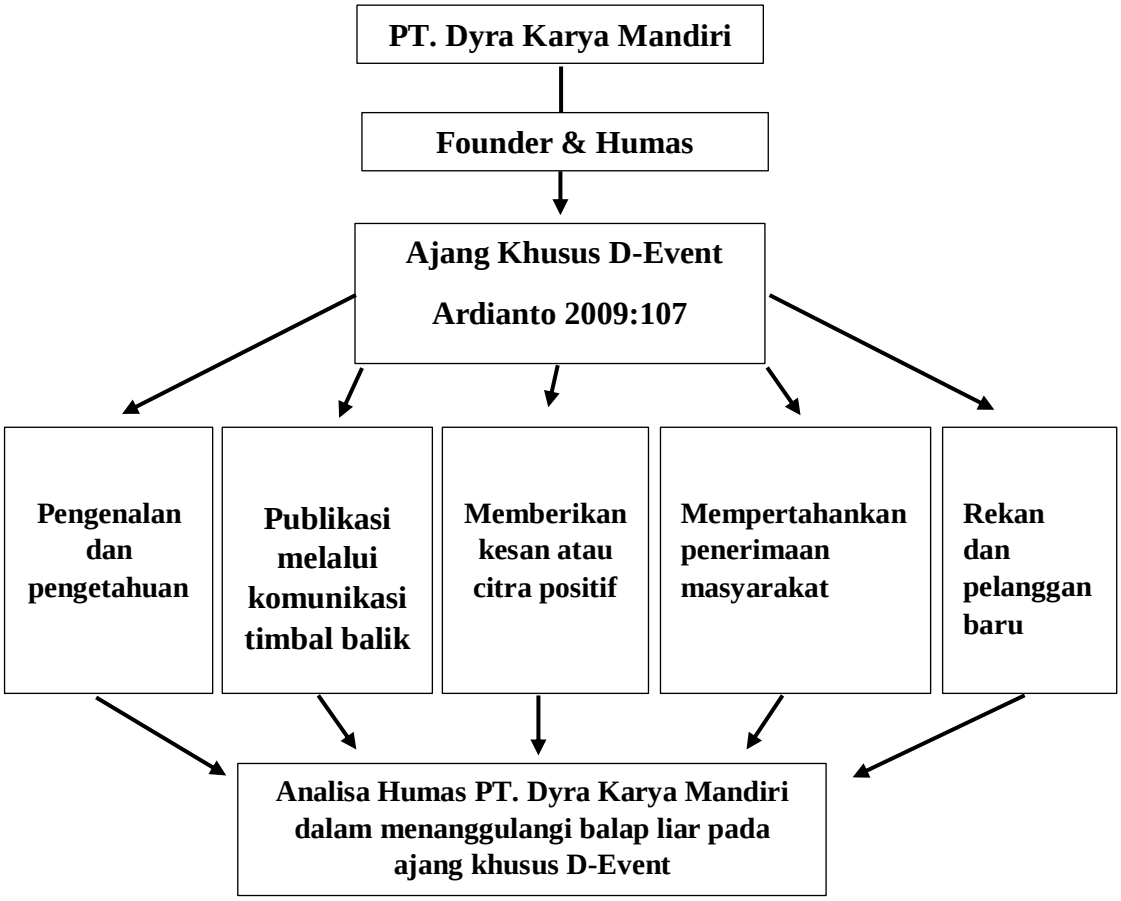
   Komunikasi verbal adalah komunikasi yang menggunakan simbol- simbol verbal dan menggunakan kata kata dari satu atau lebih bahasa. Komunikasi verbal ini tidak hanya lisan namun meliputi komunikasi lisan dan tertulis.

2. Komunikasi non verbal

   Komunikasi non verbal adalah komunikasi yang menggunakan pesan-pesan non verbal. Cara berkomunikasi non verbal ini yaitu tanpa menggunakan kata kata atau mengeluarkan kata kata, melainkan dari cara atau tindakan orang yang memakai komunikasi non verbal ini.

2.4 Alur Berpikir

Berikut merupakan kerangka berpikir sesuai dengan alur pemikiran di atas:



2.5 Definisi Konsep

Penulis pada penelitian ini akan memberikan definisi dari konsep kerangka berpikir sehingga dapat menjelaskan isi dari penulisan:

1. D-Event

   D-Event adalah suatu nama dari sebuah kegiatan komunitas sejak tahun 2012 hingga saat ini yang dibuat oleh PT. Dyra Karya Mandiri, D-event merupakan satu-satunya ajang khusus yang membawa kegiatan negatif yaitu sebuah kegiatan membawa kendaraan dengan kecepatan tinggi pada jalan umum atau jalan raya pada kegiatan yang menjadi positif yaitu membawa kebiasaan di jalan umum beralih ke sirkuit untuk balap resmi. Berawal dari jalan umum yang memiliki resiko dan dampak besar bagi pengendara juga masyarakat, akhirnya penyelenggara dari "D-Event" yaitu bapak Dody G. Faisal selaku Humas PT.

Dyra Karya Mandiri membuat ajang khusus tersebut pada 2012 yang diadakan di Sentul Internasional Karting Sirkuit, Bogor, Jawa Barat Indonesia. Ajang khuss ersebut diselenggarakan setiap tahun dalam beberapa seri pada setiap 2 bulan sekali. Tujuan dibuat nya ajang khusus ini adalah untuk menggalang pecinta otomotif juga *biker* agar dapat berlatih di sirkuit sebagai tempat yang legal atau resmi untuk mengembangkan minat dan bakat juga latihan para junior dan senior dengan menjunjung tinggi keselamatan dan menjalin persaudaraan, dengan tema *"ALL BIKERS ALL BROTHERS"* yang berarti semua pengendara sepeda motor semua saudara. Ajang khusus ini masih diselenggarakan hingga saat ini, dan dapat mengurangi aktifitas balap liar dimana sebelumnya mayoritas peserta adalah pengendara yang mengikuti balap liar di Monasco. Mereka beralih ke ajang khusus ini dengan kesenangan yang memuaskan sebagai pengalaman, pembelajaran atau latihan, dan penghargaan. Cara tersebut dapat menanggulangi balap liar di Monasco dengan menciptakan hobi dan aktifitas baru bagi para peserta atau para pembalap, dan dapat mengembangkan bakat mereka ke jenjang berikutnya untuk menjadi seorang pembalap nasional bahkan internasional.

2. Pengenalan & Pengetahuan

   Pengenalan *(awareness)* dan meningkatkan pengetahuan *(knowledge)* terhadap lembaga atau perusahaan dan produk, yang ingin ditampilkan. Penelitian ini agar berkembang suatu kegiatan ajang khusus perlu dilakukan pengenalan dan juga meningkatkan pengetahuan bagi target tersebut.

3. Publikasi Melalui Komunikasi Timbal Balik

   Proses publikasi melalui komunikasi timbal balik, yang pada akhirnya memperoleh publisitas yang positif. Contohnya, dalam terselenggarakan nya sebuah ajang khusus, target memiliki *feedback* atau umpan balik seperti tertarik untuk mengikuti suatu kegiatan ajang khusus.

4. Memberikan Kesan atau Citra Positif

   Memperlihatkan itikad baik dari lembaga, yaitu produk atau jasa yang diwakilinya, bahwa ajang khusus tersebut memiliki tujuan baik. Sekaligus memberikan kesan atau citra positif terhadap masyarakat sebagai publik sasarannya.

5. Mempertahankan Penerimaan Masyarakat

   Upaya mempertahankan penerimaan masyarakat terhadap kegiatan yang diikuti, apabila masyarakat atau target sasaran dapat memberikan umpan balik yang positif terhadap ajang khusus tersebut dan menerima, maka sebagai Humas suatu kegiatan ajang khusus tersebut harus mempertahankan penerimaan masyarakat.

6. Rekan dan Pelanggan Baru

   Memperoleh rekanan atau pelanggan baru melalui kegiatan ajang khusus yang dirancang secara menarik, informatif, dan kreatif agar berjalannya suatu ajang khusus yang sukses.

2.6 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan penulisan dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Berikut merupakan penelitian terdahulu berupa beberapa jurnal terkait dengan penelitian yang dilakukan penulis:

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

NO	JUDUL PENELITIAN	PERSAMAAN	PERBEDAAN
1.	Yuliartini, Windari, dan Pursika (2017). Penanggulangan Balapan Liar Melalui Diseminasi Lintas Dan Angkutan Jalan Di Kalangan Remaja Kota	Memiliki masalah yang sama mengenai menanggulangi balap liar dan meminimalisir kegiatan balap liar yang terjadi. Menganalisis bentuk secara internal balapan liar terjadi karena lemah nya kontrol dari diri remaja terhadap keinginan nya untuk mengendarai kendaraan	Fokus pada penelitian tersebut lebih kepada pengguna lalu lintas seperti angkutan jalan pada kalangan remaja kota.

		bermotor atau melalukan balapan liar di jalan umum.	
2.	Yudi Hariyanto dan Iin Ervina (2019). Faktor-faktor Yang Mendorong Balap Liar Pada Remaja Di Kabupaten Jember	Membahas sebuah alasan mengapa seorang pembalap liar mengikuti aktifitas illegal. Menganalisis berdasarkan kejadian-kejadian dari hasil data terhadap remaja yang terlibat balap liar	Penelitian tersebut menggunakan metode kuantitatif, sehingga teknik dalam pegumpulan data berbeda dengan peneliti. Juga penelitian tersebut hanya berfokus kepada faktor yang terjadi dengan individu pembalap liar.
3.	Bugiayustin dan Abelza (2019). Peran Kepolisian dalam Menanggulangi Balapan Liar di Wilayah Hukum Polres Batang	Penelitian tersebut merupakan penelitian membahas cara suatu lembaga untuk menanggulangi balapan liar. Menggunakan metode pengumpulan data metode wawancara, metode kepustakaan, dan metode analisis data yang berhubungan dengan permasalahan yang dikaji.	Bentuk pembahasan lebih mengandung peraturan hukum atau pelanggaran terhadap aksi balap liar.
4.	Nabila dan Wijaksono (2021). Analisis Proses Special Event Astra Daihatsu Dalam	Memiliki pembahasan menganalisis sebuah special event, yang bertujuan sama untuk memperoleh sebuah special event yang baik	Penelitian tersebut membahas sebuah special event suatu perusahan merek mobil cara

	Customer Virtual Event Oleh PT. Maha Kreasi Indonesia	dengan cara-cara yang dilakukan melalui teori dari special event.	mengembangkan customer secara virtual.

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Metode penelitian salah satu cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Setiap penelitian mempunyai tujuan dan kegunaan tertentu. Secara umum tujuan penelitian ada tiga macam yaitu yang bersifat penemuan, pembuktian dan pengembangan. Penemuan berarti data yang diperoleh dari penelitian itu adalah data yang betul-betul baru yang sebelunya belum pernah diketahui. Pembuktian berarti data yang diperoleh itu digunakan untuk membuktikan adanya keraguan-keraguan terhadap informasi atau pengetahuan tertentu, dan pengembangan berarti memperdalam dan memperluas pengetahuan yang telah ada (Sugiyono, 2013: 2-3). Jenis metode yang dipakai oleh penulis adalah metode penelitian deskriptif kualitatif.

Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah sebagai lawannya adalah eksperimen dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi gabungan, analisis data bersifat induktif/kualitatif dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi (Sugiyono, 2018: 9)

Peneliti kualitatif harus mampu melepaskan teori yang dimiliki dan tidak digunakan sebagai panduan untuk menyusun instrument dan tidak digunakan sebagai panduan untuk wawancara dan observasi. Peneliti kualitatif dituntut dapat menggali data berdasarkan apa yang diucapkan, dirasakan dan dilakukan oleh partisipan atau sumber data. Peneliti kualitatif harus bersifat “perspektif emic” artinya memperoleh data bukan “sebagai mana harusnya”, bukan berdasarkan apa yang dipikirkan oleh peneliti tetapi berdasarkan sebagaimana adanya yang terjadi di lapangan, yang dialami, dirasakan dan dipikirkan oleh partisipan/sumber data (Sugiyono, 2018:214)

Penelitian penulisan ini berupaya memperoleh informasi kepada masyarakat atau khalayak yang memiliki hobi atau kebiasaan buruk yaitu balap liar, agar

mendapatkan pemahaman yang dalam terhadap permasalahan yang ada secara mendalam, bukan hanya sekedar memahami sekilas dari permasalahan yang terlihat hanya dari luar.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penulis melakukan penelitian penulisan pada sebuah ajang khusus yang dari PT. Dyra Karya Mandiri yang bernama "D-Event" yang diselenggarakan di Sentul International Karting Sirkuit, Bogor, Jawa Barat. Melakukan observasi wawancara narasumber di kawasan Sentul, Bogor.

Waktu penelitian penulisan yang dilaksanakan oleh penulis dimulai pada bulan Februari 2022 sampai bulan Juni 2022 mulai dari persiapan, pelaksanaan hingga penyelesaian.

3.3 Sumber Data

Sumber data adalah segala seusatu yang dapat memberikan informasi mengenai data. Berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder:

1. Data Primer

   Data primer yaitu yang dibuat oleh penulis untuk bermaksud khusus menyelesaikan permasalah yang sedang ditanganinya. Data dikumpulkan sendiri oleh penulis langsung dari sumber pertama tau tempat objek penulisan dilakukan dengan wawancara dan observasi.
2. Data Sekunder

   Data sekunder yaitu data yang telah dikumpulkan untuk maksud selain menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi. Data ini dapat ditemukan dengan cepat. Penulisan ini yang menjadi sumber data sekunder adalah artikel, jurnal, dokumen dan data dari kegiatan ajang khusus D-Event, serta situs di internet yang berkenan dengan penulisan penelitian yang dilakukan.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan (Sugiyono,2018:224), dalam melakukan kegiatan penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan sebagai berikut:

1. Wawancara *(Interview)*

   Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikontruksikan makna dalam suatu topik tertentu.Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, tetapi juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang mendalam.Teknik pengumpulan data ini mendasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri atau *self-report*, atau setidak-tidaknya pada pengetahuan dan atau keyakinan pribadi.
2. Observasi atau Pengamatan

   Mengadakan pengamatan pada objek penelitian untuk mengamati secara dekat dengan masalah yang dihadapi. Menurut Susan Stain (1988) dalam Sugiono (2018:227) dalam observasi partisipatif, peneliti mengamati apa yang dikerjakan orang, mendengarkan apa yang mereka ucapkan, dan berpartisipasi dalam aktivitas mereka. Disini peneliti menggambil observasi partisipatif pasif. Hal ini peneliti datang ditempat kegiatan orang yang diamati, tetapi tidak ikut terlibat dalam kegiatan tersebut.
3. Dokumentasi

   Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang (Sugiono, 2018:240). Dokumentasi digunakan untuk mendapatkan data yang berhubungan dengan penelitian ini, diantaranya sumber data yang diperoleh melalui foto-foto dari lokasi penelitian.

Teknik pemilihan informan dalam penulisan ini menggunakan teknik *purposive sampling*, yang mana teknik pemilihan informasi atas dasar kriteria tertentu berdasarkan tujuan penulisan (Krisyantono 2012:54)

Tabel 3. 1 Daftar Nama Informan dan Alasan

NO	NAMA INFORMAN	ALASAN
1.	Doedy Faisal (Pendiri dan Humas PT. Dyta Karya Mandiri) sebagai Informan Kunci atau *Keyinforman*	Memberikan data dan informasi yang tepat serta akurat mengenai peran Humas tersebut untuk membangun sebuah ajang khusus tersebut dan dapat menarik minat para pembalap liar.
2.	Chaesar Phillyp (Pembalap liar yang mengikuti D-Event) sebagai informan Utama.	Memberikan informasi mengenai kegiatan balap liar yang diikuti, serta memberikan pengalaman menarik sebagai pembalap liar yang telah beralih mengikuti kegiatan positif sehingga menjadi seorang pembalap Nasional.
3.	Noel (Masyarakat sekitar yang berpartisipasi dengan D-Event) sebagai informan tambahan.	Memberikan informasi dan tanggapan mengenai situasi pada ajang khusus D-Event.

3.5 Teknik Analisis Data

Tahap selanjutnya adalah melakukan analisis data, analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara kualitatif. Penelitian kualitatif, data diperoleh dari berbagai sumber, dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang bermacam-macam (triangulasi), dan dilakukan secara terus-menerus sampai datanya jenuh (Sugiyono, 2018:234). Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam

periode tertentu. Menggunakan analisis data di lapangan model Miles & Huberman, analisis data kualitatif dilakukan secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh (Sugiyono, 2018:246)

1. Reduksi data atau *data reduction*

   Mereduksi atau merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan akan mempermudah dalam melakukan pengumpulan data selanjutnya.
2. Penyajian data atau *data display*

   Penyajian data dalam penelitian ini peneliti paparkan dengan teks yang bersifat naratif dan dirancang guna menggabungkan informasi yang tersusun sehingga mudah dipahami.
3. Penarikan kesimpulan atau *verification*

   Penarikan kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan akan berubah apabila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan saat mengumpulkan data maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel. Demikian kesimpulan mungkin dapat menjawab rumusan masalah tetapi mungkin juga tidak karena dalam penelitian kualitatif rumusan masalah masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada di lapangan.

3.6 Keabsahan Data

Pada penelitian ini, keabsahan data yang digunakan adalah menggunakan metode triangulasi untuk menentukan kredibilitas data. Menurut Sugiyono (2016:241) triangulasi adalah teknik pengumpulan data yang menggabungkan berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang ada. Peneliti menggunakan triangulasi sumber untuk mengecek validitas dengan memanfaatkan sumber yang berbeda untuk melakukan pemeriksaan terhadap data yang diperoleh.

BAB 4

PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

PT. Dyra Karya Mandiri berlokasi di Senayan Trade Center Lt.2 No.89, Jakarta. Berdiri sejak tahun 2012 yang bergerak di bidang jasa. PT. Dyra Karya Mandiri memiliki Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) dalam bidang *Advertising*, *Sparepart* besar, dan *Event Organizer*. Penelitian ini berfokus kepada *Event Organizer* yang dibuat oleh PT. Dyra Karya Mandiri yaitu sebuah ajang khusus dalam dunia otomotif yang berfokus pada tema latihan bersama pada kegiatan balap motor yang difokuskan sebagai target dalam perusahaan tersebut.

PT. Dyra Karya Mandiri dipimpin oleh Komisaris ibu Yastikasari Rini, juga bapak Faisal selaku Direktur dan juga Humas pada ajang khusus tersebut, perusahaan tersebut memiliki sekitar 3 Karyawan, belum termasuk dengan karyawan lepas harian pada saat kegiatan ajang khusus berlangsung di Sirkuit Internasional Karting, Bogor. Ajang khusus yang dibuat oleh PT. Dyra Karya Mandiri memiliki tujuan untuk membangun perubahan sosial untuk dapat menyalurkan hobi dalam dunia otomotif terutama balap motor, berawal dari bapak Faisal selaku Direktur juga Humas yang memiliki hobi bidang balap motor secara liar, ia memiliki keinginan untuk membangun sebuah ajang khusus acara balap motor secara legal yang resmi untuk memberikan wadah bagi pembalap liar juga komunitas-komunitas motor agar dapat menyalurkan hobi mereka. Ajang khusus tersebut dinamakan "D-Event" yang memiliki arti dari inisial nama bapak Faisal yaitu Doedy Faisal.

D-Event adalah suatu nama dari sebuah kegiatan olahraga latihan bersama balap motor sejak tahun 2010 hingga saat ini, yang membedakan ajang khusus ini dengan lainnya adalah D-event merupakan satu-satu nya ajang khusus yang membawa kegiatan negatif yaitu balap liar sebuah kegiatan membawa kendaraan dengan kecepatan tinggi pada jalan umum atau jalan raya pada kegiatan yang menjadi positif yaitu membawa kebiasaan di jalan umum beralih ke sirkuit untuk balap resmi dengan latihan bersama tetapi memiliki konsep seperti balapan, tujuannya

agar dapat memberikan ilmu dan pembelajaran kepada pembalap liar juga orang-orang yang memiliki hobi otomotif terutama balap motor, agar tidak menjadi salah jalan yang dapat membahayakan diri mereka dan juga membahayakan masyarakat seperti melalukan balap liar pada jalan umum dan tidak ada perizinan resmi dari pemerintah dan pihak terkait.

D-Event menjadi salah satu ajang khusus yang meraih penghargaan pada tahun 2021 sebagai "Kelas Olahraga Terbaik ke-2 Roda Dua" penghargaan tersebut diberikan keapada D-Event dari pihak berwenang yaitu Ikatan Motor Indonesia (IMI) selaku yang berkewajiban mengawasi juga membuat aturan pada olahraga otomotif.

Gambar 4. 1 Piagam penghargaan D-Event dari Ikatan Motor Indonesia

Regulasi yang terdapat pada D-Event untuk pembalap atau pendaftar yaitu kurang lebih terdapat enam kelas dengan spekulasi yang berbeda-beda antara lain:

1. Matic (Non, Non ++, Pemula BP, Pemula umum, Open)
2. Bebek (Non, Non ++, Pemula BP, Pemula umum, Open)
3. *Sport* (Non, Non ++, Pemula BP, umum, Open)
4. *Rider 70kg UP*
5. *Rider 30th UP*
6. MXFUSONIC (Non, Non ++, Pemula BP, Pemula umum, Open)

Regulasi tersebut memiliki fungsi yang berbeda-beda, untuk kelas *matic* maka masing-masing pendaftar bertanding dengan sesama motor *matic* sesuai dengan kelas yang pembalap atau peserta daftarkan, untuk pendaftar di kelas motor bebek maka akan bertanding dengan sesama motor Bebek, kelas *sport* maka bertanding dengan sesama kelas motor *sport* seperti motor besar honda CBR, Kawasaki ninja, dan lainnya. Kelas *Rider 70kg up* adalah kelas khusus untuk pembalap yang memiliki berat badan lebih dari 70kg, maka yang mengikuti kelas 70kg *up* akan bertanding melawan pembalap yang memiliki berat badan lebih dari 70kg *up* tetapi untuk regulasi tipe motor bebas hanya berat badan yang menjadi syarat untuk mengikuti kelas tersebut, selanjutnya untuk kelas Rider 30^{th} *up* adalah untuk pembalap yang berusia lebih dari 30 tahun, sama seperti kelas 70kg *up* motor yang digunakan boleh bebas tetapi usia pembalap harus lebih dari 30 tahun. Terakhir terdapat kelas MXFUSONIC, kelas tersebut adalah tipe merek motor, yaitu khusus kelas motor Jupiter MX (Yamaha), motor Satria FU (Suzuki), dan motor Sonic (Honda).

Masing-masing kelas tersebut akan dipecahkan lagi sesuai dengan kondisi pembalap, karena kegiatan ajang khusus ini adalah sebuah ajang khusus latihan bersama juga memberikan ilmu dan pengalaman untuk orang-orang yang memiliki hobi otomotif agar merasakan bagaimana untuk menjadi seorang pembalap resmi juga *professional*. Kegiatan ini dapat dikatakan sebagai kegiatan ajang khusus yang mengembangkan kualitas diri seseorang yang tidak memiliki ilmu dalap dunia balap resmi menjadi memiliki banyak pengetahuan sehingga menjadi pembalap *professional.*

Kelas-kelas tersebut dibagi menjadi lime kategori yaitu non, non ++, pemula BP, pemula umum dan open, masing-masing memiliki perbedaan yang dapat memudahkan pembalap untuk pendaftar di ajang khusus tersebut, yaitu:

1. Non

   Kelas Non adalah khusus bagi para pembalap yang tidak memiliki ilmu pengetahuan dan pengalaman balapan, juga baru pertama kali mengikuti ajang khusus tersebut seperti baru pertama kali bahkan beberapa kali, ketika sudah

beberapa kali mengikuti acara ini tetapi mereka pembalap yang belum pernah menang dalam regulasi kelas-kelas yang diikuti.

2. Non ++

   Non ++ sama dengan kelas Non, namun yang membedakan adalah peserta yang sudah berada di kelas Non ++ sudah pernah menjadi pemenang sebelumnya sudah pernah juara di kelas lain, contoh nya apabila di kelas Non peseta sudah pernah juara, maka pada kegiatan seri selanjutnya peserta naik ke kelas Non ++, jadi peserta yang berada di kelas Non ++ akan bertanding dengan sesama peserta Non++ yang dimana mereka masing-masing sudah pernah juara.

3. Pemula BP

   Kelas pemula BP (Belum Podium) adalah kelas dimana pembalap sudah pernah mengikuti kejuaraan daerah atau ajang khusus lainnya tetapi belum pernah podium atau juara, maka dapat bergabung pada kelas pemula BP.

4. Pemula Umum

   Kelas pemula umum keseluhuran sama dengan kelas pemula BP, namun peserta yang terdapat pada kelas pemula umum tentunya peserta yang sudah pernah mengikuti ajang khusus lain juga kejuaraan daerah dan mereka permah podium beberapa kali, pernah juara pada ajang khusus sebelumnya, tetapi hanya beberapa kali, kalau pada kelas ini pembalap sering menjuarai kelas ini maka akan naik ke tahap selanjutnya yaitu kelas open.

5. Open

   Kelas Open biasa disebut dengan kelas para raja, karena pembalap yang berada di kelas Open adalah pembalap-pembalap yang memiliki ilmu dan pengalaman yang luar biasa, pembalap yang sudah sering juara atau podium juga pembalap yang mengikuti kegiatan ajang khusus resmi lainya seperti ajang khusus kejuaraan daerah, maupun kejuaraan nasional.

Tujuan dari perbedaan masing-masing kelas agar memudahkan masing-masing pembalap dalam berjalannya kegiatan tersebut, karena setiap individu memiliki kualitas ilmu yang berbeda, apabila tidak ada kategori tersebut maka sulit untuk pembalap baru untuk belajar apabila digabung antara pembalap yang baru pertama kali mengikuti kegiatan tersebut dengan pembalap yang sudah

professional, karena adanya ajang khusus D-Event ini untuk latihan bersama bukan untuk balapan menunjukan kualitas diri masing-masing.

Biaya pendaftaran untuk mengikuti kegiatan ini dihitung per motor, kelas Non Rp.450.000 per motor, untuk kelas non ++ Rp.500.000 per motor, kelas Pemula BP & pemula umum Rp.550.000 per motor, dan kelas open Rp.600.000 per motor. Bagi pembalap yang ingin mengikuti lebih dari 1 kelas maka mekera harus mendaftar sesuai dengan kelas yang akan mereka ikuti karena setiap kelas dihitung pendaftaran untuk per motor.

Gambar 4. 2 Poster acara D-Event

D-event dilaksanakan pada hari minggu mulai pukul 07.00 – 16.00 WIB, dalam waktu tersebut sudah termasuk sesi latihan bebas *(Free Practice)* sebelum tanding, sesi kualifikasi *(Qualyfing)*, sesi istirahat pada siang hari, dan juga balap *(Final Race)*. Pembalap yang menduduki posisi 1-5 terdepan pada saat *Final Race* maka merekalah pemenang, juara 1-5 akan mendapatkan piala, hadiah kenangaan (*merchandise)*, dan juga uang tunai dengan nominal berbeda setiap pemenang.

Tentunya kegiatan ajang khusus ini akan sangat berkesan khususnya bagi para pembalap yang baru mengikuti acara ini, karena mereka akan mendapatkan pengalaman hidup yang luar biasa sebagai kesan mereka, dan mendapatkan ilmu pengetahuan mengenai dunia balap, seperti ilmu bagaimana cara mengendarai motor di sirkuit, sebuah teknik-teknik balapan dan lainnya yang akan menjadikan diri mereka berkembang kedepannya.

Visi dan Misi:

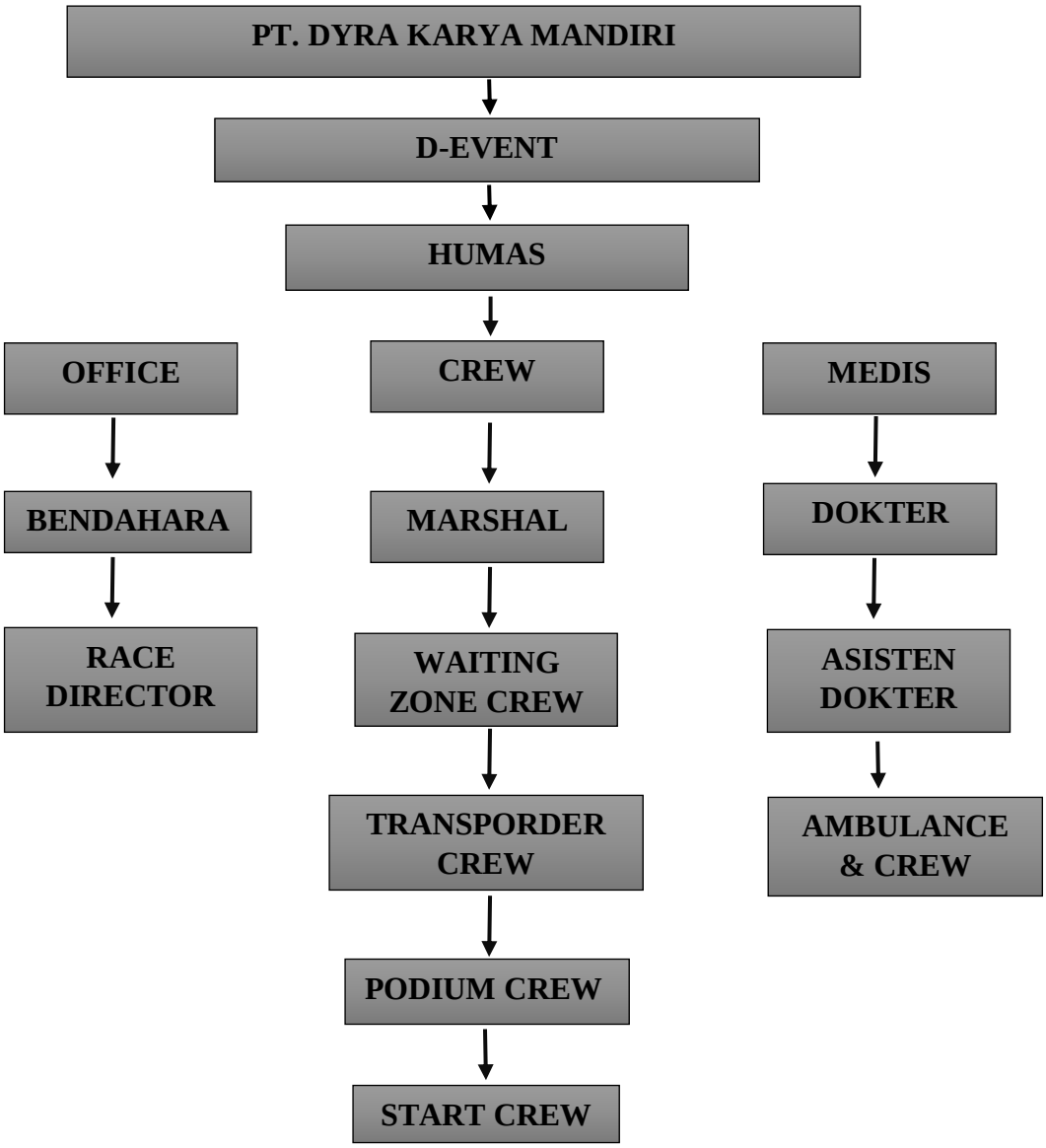
Menggalang bikers latihan di sirkuit atau tempat yg legal atau resmi, untuk hobi dan mengembangkan minat bakat dan latihan para junior dan senior dengan menjunjung tinggi *safety* dan *brotherhood* dengan tema *"ALL BIKERS ALL BROTHERS"*.

Logo:

Gambar 4. 3 Logo D-Event

Sumber: Dokumentasi pribasi Founder & Humas D-Event

4.1.1 Struktur Organisasi dan Deskripsi Pekerjaann



Deskripsi Pekerjaan yang terdapat pada struktur organisasi ajang khusus D-Event antara lain:

1. PT. Dyra Karya Mandiri

   Pihak lembaga yang menaungi dari ajang khusus D-Event dalam membantu juga mendukung sepenuhnya kegiatan yang diselenggarakan tersebut pada ajang khusus D-Event.

2. Humas

   Hubungan Masyarakat yang berperan dalam mengembangkan kegiatan ajang khusus yang diselenggarakan dengan memberikan pengenalan juga pengetahuan kepada publik atas adanya ajang khusus D-Event, juga memberikan upaya dalam mempertahankan citra positif ajang khusus tersebut dimata publik, serta mengatur dan mengontrol pada saat acara berlangsung.

3. *Office*

   Pekerja pada bagian kantor atau *office* saat berjalannya D-Event terdapat dari beberapa bagian masing-masing, antara lain adalah bendahara, *crew coordinator*, dan *race dicertor.*

   A. Bendahara

      Bendahara pada D-Event memiliki tugas mendata juga mengatur segala hal keuangan mulai dari saat peserta mendaftar untuk mengikuti acara tersebut, biaya pendaftaran dan di data peserta tersebut akan mengikuti kelas golongan apa, pengeluaran yang dibutuhkan oleh D-Event seperti biaya untuk sewa sirkuit selama satu hari, mengatur orang-orang yang ingin membuka *stand* untuk berjualan pada saat acara juga keuangan dan hadiah untuk peserta pemenang lomba seperti uang dan sertifikat.

   B. Race Ditector

      Race Director adalah pimpinan lomba, untuk memantau seluruh balapan mulai dari catatan waktu, urutan pembalap, juga gambar yang terhubung dengan kamera atau cctv yang berada di garis *start/finish* untuk melihat gerak-gerik pembalap juga memberi penalty untuk membalap yang melakukan *jump start* (sudah jalan atau mencolong jalan lebih dulu disaat lampu start belum padam atau belum waktunya jalan)

4. *Crew*

   Crew adalah orang-orang yang berkerja di lapangan untuk membantu berjalannya acara tersebut, dalam ajang khusus D-Event ini diperlukan banyak *crew* yang memiliki pekerjaan masing-masing berbeda yaitu:

   A. Marshal

   Marshal adalah orang yang membantu pembalap apabila pembalap mengalami jatuh atau kecelakaan di lintasan tersebut, juga membersihkan lintasan setelah terjadinya insiden kecelakaan agar lintasan dapat dilewati kembali secara aman oleh para pembalap. *Marshal* juga bertugas mengibarkan bendera atau sinyal kepada pembalap melalui bendera seperti bendera berwarna kuning, yang berarti ada terjadinya kecelakaan atau pembalap yang jatuh, bendera berwarna merah yang berarti *race* ditunda sementara, bendera berwarna hijau yang berarti lintasan sudah aman dan dapat digunakan kembali, biasa nya *marshal* dapat kegiatan balap internasional dapat dilihat dengan orang-orang yang berada di titik setiap tikungan lintasan dengan memakai seragam atau *wearpack* berwarna *orange* berserta helm pengaman.

   B. Waiting Zone Crew

   Waiting zone atau area menunggu adalah suatu tempat untuk para pembalap ketika sebelum mereka memasuki lintasan sirkuit untuk memulai perlombaan, sistem nya yaitu beberapa menit sebelum kelas dari pembalap tersebut dimulai, maka seluruh pembalap yang akan mengikuti kelas berikutnya harus berkumbul dengan motor mereka juga pakaian siap mereka untuk memulai balapan, mereka akan berkumpul dan mengambil urutan nomor secara acak untuk mengetahui mereka akan menduduki garis start pada *grid* atau urutan ke berapa saat mereka start di lintasan. *Waiting Zone crew* disini bertugas mengatur dan memberikan nomor *start* untuk masing-masing pembalap dan memberikan kode dengan stiker yang akan diletakkan pada bagian depan motor balap para pembalap.

   C. Transfonder Crew

   Transfonder adalah alat yang diletakkan pada kendaraan pembalap atau motor pembalap sebagai sinyal yang terhubung kepada *race director* pada

office ketika motor balap melewati garis *finish*, dan pada garis *finish* di lintasan sudah terdapat alat penerima untuk mencatatat data dari *transfonder* tersebut, data tersebut berupa waktu yang dihasilkan motor balap setiap melewati garis *finish* untuk mengetahui motor siapa yang tercepat dengan waktu dari alat *transfonder* tersebut, dan tugas dari *transfonder crew* yaitu memasang alat tersebut di motor pembalap dan melepas alat tersebut ketika selesai balapan di lintasan.

D. Podium Crew

Apabila pembalap yang menjadi pemenang dengan lima pembalap terdepan disetiap kelas yang mereka ikuti, maka usai balapan para lima orang pemenang tersebut menuju ke area podium, podium yaitu tempat arena pemenang menerima hadiah berupa piala, lalu berfoto bersama, *crew* dari podium bertugas mengatur pemenang untuk menaiki podium juara juga mengatur hadiah yang didapat pemenang selain piala yaitu uang, sertifikat juga *merchandise.*

E. Start Crew

Area start terdapat beberapa *crew* yang bertugas mengontrol pembalap juga memberi sinyal dengan bendera pada saat pembalap akan mulai balapan, maka pada area depan pas pada garis *finish* akan ada *crew* yang memegang bendera berwarna hijau yang berarti balapan akan dimulai, pada saat balapan berlangsung *crew* yang berada pada arena start memberikan informasi mengenai sisa putaran yang akan pembalap selesaikan seperti tulisan "*3 laps to go*" yang berarti sisa hanya tiga putran lagi untuk mencapai *finish*, setelah *finish crew* akan memberikan sinyal dengan bendera *finish* yang berwarna hitam putih dengan bentuk corak kotak-kotak.

5. Medis

Tim medis pada D-Event bertugas untuk membantu atau menolon pembalap yang mengalami jatuh parah atau kecelakaan dan pembalap tersebut tidak bisa melanjutkan balapan karena sakit yang dihadapi maka akan pembalap tersebut akan dibantu juga diantar oleh pihak *marshal* untuk ke area dokter.

A. Dokter

Dokter yang bertugas memeriksa kesehatan pembalap yang mengalami kecelakaan atau jatuh parah sehingga tidak bisa bangkit kembali, dokter juga memberikan penanganan terhadap pembalap tersebut sebagai pasien nya, dengan memberikan obat, juga melakukan penanganan untuk pembalap yang mengalami cidera tulang.

B. Asisten Dokter

Asisten dokter bertugas membantu dokter dengan hal-hal kecil seperti memberikan minum dan memberikan obat kepada pembalap yang mengalami cidera atau kecelakaan parah saat balapan.

C. Ambulance & Crew

Setiap kegiatan ajang khusus dalam olahraga balap pasti akan menyediakan ambulan untuk membawa pembalap yang mengalami kecelakaan parah untuk dibawa dari tempat kejadian perkara menuju ke area medis untuk diperiksa dokter di sirkuit, apabila pembalap diharuskan untuk dibawa ke rumah sakit, maka ambulan berserta *crew* medis akan membawa pembalap ke rumah sakit terdekat untuk diberiksa lebih lanjut.

4.2 Hasil Pembahasan

Pembahasan dalam penelitian ini dilakukan sesuai dengan lima tujuan kegiatan ajang khusus agar berjalannya suatu ajang khusus yang baik dengan beberapa cara yang dilakukan oleh Humas pada PT. Dyra Karya Mandiri dalam membangun ajang khusus D-Event antara lain dengan pengenalan dan pengetahuan, publikasi melalui komunikasi timbal balik, memberikan kesan atau citra positif, mempertahankan penerimaan masyarakat, juga rekan dan pelanggan baru.

4.2.1 Pengenalan dan Pengetahuan

Analisa yang dilakukan peneliti terhadap Humas pada PT. Dyra Karya Mandiri selaku pendiri juga Humas ajang khuss D-Event mengenai hal apa saja yang dilakukan Humas tersebut untuk memberikan pengenalan *(awareness)* dan pengetahuan *(knowledge)* kepada publik yang menjadi target sasaran terutama kepada publik yang memiliki hobi balap liar. Pengenalan juga pengetahuan yang diberikan dari ajang khusus D-Event ini dapat mempengaruhi publik yang suka

balapan liar dan dapat memiliki tujuan yang positif untuk pembalap liar agar dapat memiliki motivasi yang lebih baik. Seperti yang dikatakan oleh informan kunci bapak Doedy Faisal selaku *Founder* dan juga *Humas*, pada wawancara tanggal 23 Mei 2022 peran bapak Doedy selaku Humas tentu memiliki cara untuk memberikan pengenalan dan pengetahuan kepada publik terutama pembalap liar karena dengan cara memberikan pengenalan juga pengetahuan tersebut target atau pembalap liar seperti memberikan pengenalan kepada komunitas motor yang sedang ramai untuk diberikan sosialisasi tentang sirkuit seperti bahwa balapan yang legal itu di sirkuit bukan di jalan umum mulai dari *safety* nya, *set up* motor dan lain-lain.sudah memiliki pengetahuan bahwa ada nya ajang khusus tersebut dan mereka memiliki keinginan untuk bergabung mengikuti acara D-Event.

Hal tersebut diungkapkan oleh sang pembalap liar Chaesar Phillyp, yang berawal dari seorang pembalap liar di daerah Monas yang biasa disebut "Monasco" lalu mengikuti ajang khusus D-Event, dari hasil wawancara pada 27 Mei 2022 ia menyampaikan bahwa:

> *Sejak tahun 2011 saya mengetahui nya (D-Event), awalnya tau dari teman yang biasa ikut balap liar di monasco."* (Chaesar Phillyp, 27 Mei 2022)

Sebagai seorang pembalap liar, tentu ada suatu hal yang membuat pengaruh besar terhadap dirinya untuk memiliki keinginan mengikuti D-Event tersebut, mengatahui adanya acara tersebut didapatkan sebuah informasi dari teman yang sering mengikuti balap liar, lalu mengajak Chaesar untuk beralih ke sirkuit dan jangan di jalanan umum lagi. Seperti pendapat dari Chaesar yang memiliki alasan yang membuat dirinya memiliki keinginan untuk mengikuti ajang khusus D-Event ia berpendapat bahwa ajang khusus D-Event ini memang *safety* dan bagus, kalau ada kejadian seperti jatuh atau kecelakaan pun lebih aman karena kegiatan ini dilakukan di sirkuit dan memakai perlengkapan aman.

Alasan tersebut yang menjadi keinginan dirinya untuk bergabung mengkikuti D-Event, kegiatan balap liar memang bukanlah kegiatan yang aman atau safety bagi pembalap liar dan juga masyarakat sekitar, seperti yang di sampaikan Chaesar bahwa D-Event adalah kegiatan acara yang *safety* karena pembalap yang mengikuti acara tersebut harus memakai pakaian balap yang aman. Resiko dari olahraga balap

ini sangatlah besar seperti jatuh saat balapan, tetapi resiko tersebut sangat minim dibandingkan dengan bapalan di jalan raya secara liar.

Pengetahuan yang diberikan oleh pihak penyelenggara D-Event untuk memberikan informasi yang menjadi pengetahuan atau *knowledge* bagi calon pembalap dan peserta D-Event suatu hal penting untuk mempengaruhi pembalap liar atau calon pembalap agar memiliki keinginan untuk mengikuti D-Event, karena banyak beberapa ajang khusus lain yang menjadi kompetitor dari D-Event yang bisa menimbulkan keinginan pembalap liar untuk bergabung, lalu D-event harus memiliki keunggulan dari ajang khusus lainnya tersebut berbeda dari ajang khusus lain sebagai kompetitor, seperti yang dikatakan oleh informan kunci bapak Doedy yang dapat membedakan D-Event dengan kompetitor adalah:

> *"Kita mengenalkan dari segi safety gear dan juga spesifikasi motor yang disesuaikan dengan sirkuit, itu menjadi hal yang membedakan dari kompetitor lain"* (Doedy Faisal, 23 Mei 2022)

D-Event merupakan suatu kegiatan ajang khusus untuk awal mula calon pembalap mengenal dunia balapan resmi, mulai dari pengenalan dan pengetahuan trek sirkuit, spesifikasi motor, dan ilmu yang diperoleh kepada diri masing-masing. Kegiatan balap liar tidak memerlukan *safety gear*, tidak memakai pakaian aman seperti *wearpack* (baju balap), *glove* (sarung tangan), sepatu balap, dan juga spesifikasi motor.

D-event memberikan banyak pengetahuan bagi calon peserta karena hal tersebut yang dapat menjadi perbedaan ajang khusus D-Event dengan kompetitor ajang khusus lainnya, sehingga dapat melatih calon pembalap atau pembalap bibit baru untuk terus berlatih sampai mereka bisa mengikuti balap kejuaraan daerah juga kejuaraan nasional, untuk mengetahui apakah pengenalan dan pengetahuan yang diberikan pihak D-Event sudah efektif dan diterapkan oleh calon pembalap, bapak Doedy memberikan penerapan.

Penerapan tersebut yang Seperti melalukan pengecekan di TKP (Tempat Kejadian Perkara) pada *area waiting zone* mengontrol pengamanan pakaian seperti wearpack, helm, dan motor yang di cek lagi sebelum mereka masuk arena balap, itu yang membuktikan bahwa pesan pengetahuan tersebut diterapkan seperti

sebelum acara berlangsung juga sudah diinformasikan di media sosial dan diterapkan lagi di *waiting zone* menjadikan Bapak Doedy yakin bahwa sebuah pesan dari pengenalan dan juga pengetahuan tersebut yang diberikan telah sampai kepada publik. Pendapat dari informan utama Chaesar Phillyp selaku pembalap liar yang mengikuti D-Event ia berpendapat bahwa ia harus beradaptasi terlebih dahulu dari sebelum mengenal D-Event hingga bergabung dengan D-Event.

> *"Banyak perbedaan, di jalan umum mungkin tidak terlalu perlu banyak teknik, tapi disaat saya gabung dengan d-event saya belajar banyak."* (Chaesar Phillyp, 27 Mei 2022)

Bergabung dengan D-Event membuat Chaesar memiliki banyak adaptasi dengan kebiasaan baru nya itu, karena banyak perbedaan antara yang biasa balap di jalan umum secara liar dengan di sirkuit secara resmi, di jalan umum secara liar mungkin tidak terlalu perlu banyak teknik, tapi disaat bergabung dengan D-event Chaesar belajar banyak dan mendapatkan banyak ilmu dengan senior-senior dan ia menyadari bahwa ternyata balapan di sirkuit perlu teknik tidak sembarangan balap biasa. Mempersiapkan diri nya terlebih dahulu sebelum benar-benar yakin mendaftarkan diri nya untuk bergabung mengikuti kegiatan D-event, ia harus mepersiapkan spesifikasi kendaraan nya seperti mengganti ban dengan tipe *softcompound,* ban tipe tersebut dirancang untuk motor yang melaju dengan tikungan tajam sehingga aman untuk motor apabila belok dengan miring, selain ban ia harus melepas beberapa *part* atau bagian dari motor standard nya, juga mempersiapkan pakaian balap yang sebelumnya belum pernah ia miliki, tentu dengan mempersiapkan beberapa hal tersebut memiliki modal yang cukup besar sehingga harus meminta izin orang tua untuk melakukan hal tersebut sebagai upaya yang dilakukan Chaesar untuk mengikuti D-Event selain izin orang tua untuk mendapatkan perlengkapan balap, Chaesar juga mencari informasi ke rekan-rekan untuk menanyakan kapan ajang khusus D-Event berjalan, lalu Chaesar berpartisipasi pad ajang khusus D-Event pada tahun 2012.

Balap liar suatu kegiatan yang tidak baik untuk diikuti karena membahayakan diri seorang pembalap liar apabila mengalami insiden yang tidak baik seperti kecelakaan dan lainya itu dapat merugikan dirinya sendiri, juga berbahaya untuk masyarakat karena kegiatan tersebut berlokasi di jalan raya seperti

area Monas yang merupakan jalanan umum atau jalan yang biasa dilalui kendaraan dan masyarakat. Bagaimana dengan pendapat informan utama Chaesar bahwa balap liar merupakan kegiatan tidak baik, lalu apa alasan yang membuat dirinya melakukan hal tidak baik tersebut, karena komunitas monasco yang ia tahu diadakan oleh sebuah komunitas bernama kaskus, lalu ia melihat dan seperti nya seru, dan ia juga diajak oleh komunitas motornya sendiri, dan dilihat pada jaman dulu tidak terlalu ramai seperti sekarang, dan pembalap disana memakai pakaian safety pakai helm, *protector* seperti *decker*, dan jaket. Chaesar berpikir kegiatan tersebut masih aman.

Pihak penyelenggara D-event bapak Doedy Faisal juga memberikan pengenalan dan pengetahuan tidak hanya kepada calon peserta pembalap, tetapi hal tersebut dirasakan oleh masyarakat sekitar yang berpartisipasi pada ajang khusus D-Event, tidak hanya untuk menarik pembalap liar untuk bergabung dengan D-Event tetapi juga masyarakat sekitar yang dapat bergabung dengan membuka *stand* seperti bazar untuk berjualan di area sirkuit.

Informan tambahan dalam penelitian ini yaitu Noel yang merupakan masyarakat sekitar yang berpartisipasi dengan D-Event untuk berjualan makanan dan minuman pada kegiatan ersebut, sejak tahun 2017 ia memutuskan berpartisipasi dengan D-Event. Pengenalan dan pengetahuan yang ia dapatkan mengenai ajang khusus D-Event berupa informasi dari pihak penyelenggara melalui pekerja Sentul Karting Sirkuit yang merupakan masyarakat sekitar.

Noel mengetahui adanya ajang khusus ini sejak tahun 2015, tetapi untuk berpartisipasi menjadi bagian ajang khusus ini sejak tahun 2017 dengan diberikan informasi dari pihak kantor Sirkuit Sentul bahwa mengizinkan untuk berjualan pada kegiatan ajang khusus ini berlangsung. Noel mengatakan bahwa awalnya ia hanya mendapat kabar dan sudah dapat izin dari RT & RW setempat juga kelurahan dan untuk berpartisipasi hanya dengan membayar sewa yang tidak terlalu mahal per hari untuk jualan seperti membuka *stand* pada saat acara berlangsung.

Gambar 4. 4 Informasi tentang D-Event pada Sosial Media yang terdapat unsur pengenalan dan pengetahuan

Sumber: Group Facebook D-Event

4. 5 D-Event terbit pada salah satu surat kabar terdapat unsur pengetahuan bagi publik

Sumber: Group Facebook D-Event

4.2.2 Publikasi Melalui Komunikasi Timbal Balik

Proses publikasi melalui komunikasi timbal balik bertujuan untuk memperoleh publisitas yang positif, yaitu dengan adanya pengenalan dan pengetahuan yang diberikan oleh pihak D-Event kepada publik atau calon pembalap yang menjadi target sasaran nya, terdapat beberapa hal yang harus dilakukan oleh Humas PT. Dyra Karya Mandiri seperti cara atau strategi mereka untuk mempublikasi produk atau jasa mereka kepada publik, sehingga menciptakan umban balik dari publik seperti memiliki keinginan untuk bergabung dengan ajang khusus D-Event, dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti kepada informan kunci selaku Humas dan pendiri D-Event, bapak Doedy Faisal memberikan sebuah

informasi agar publik memiliki pengetahuan dan pengenalan bahwa adanya ajang khusus D-Event melalui sosial media, lalu jenis sosial media apa yang dipilih oleh penyelenggara D-event dan berikut alasannya:

> *"Kita pilih sosial media facebook, instagram, dan whatsapp untuk mempublikasikan."* (Doedy Faisal, 23 Mei 2022)

Sosial media yang dipilih oleh bapak Doedy sebagai komunikator untuk memberikan pesan melalui sosial media *facebook, instagram, whatsapp* untuk memberikan informasi seputar acara yang diadakan kepada publik atau calon pembalap sebagai komunikan. Melalui *broadcast message* pada WA (whatsapp) agar dapat melakukan tanya jawab dengan calon pembalap nya untuk menentukan calon pembalap tersebut akan masuk di kelas apa, juga grup *whatsapp*. Ia mengatakan bahwa *Facebook* bisa dilihat oleh umum karna ribuan orang bisa buka tanpa harus *add friend*, berbeda dengan *Whatsapp* memang sedikit kurang efektif tetapi setelah mereka menjadi teman di WA (whatsapp) maka mereka bisa memberikan *feedback* seperti tanya jawab langsung, dan kalau *instagram* mereka hanya untuk posting poster dan beberapa foto kegiatan.

Komunikasi tersebut tidak akan berjalan lancar sesuai harapan apabila tidak ada umpan balik atau *feedback* dari komunikan yaitu calon pembalap dan publik yang sudah mengetahui adanya ajang khusus tersebut. Menurut pengalaman informan utama Chaesar Phillyp selaku pembalap liar yang mengikuti D-Event ia memberikan *feedback* dengan cara mendaftarkan diri. Hasil wawancara peneliti dengan informan utama sekalu pembalap liar yang mengikuti ajang khusus D-Event, pada awalnya ia mengabari anak-anak komunitas kaskus dan tanya-tanya tentang ajang khusus D-event ini dan anak-anak komunitas tersebut menyambaikan bahwa ajang khusus ini akan dibuat kelas-kelas nya untuk balapan, hal tersebut merasa membuat Chaesar semakin menarik untuk ikut berpartisipasi pada ajang khusus D-Event dan ia langsung menghubungi Bapak Doedy untuk mengetahui bagaimana cara bergabung lalu ia bergabung dengan melakukan pendaftaran.

Cara tersebut merupakan suatu umpan balik bagi pihak D-Event karena pesan yang disampaikan sebagai pengenalan dan pengetahuan mengenai sebuah ajang khusus D-Event telah sampai kepada publik, dengan adanya keinginan dan

upaya yang dilakukan Chaesar sebagai salah satu target sasaran dengan memutuskan untuk bergabung mengikuti D-Event. Peserta yang mengikuti event ini saat ini mencapai ratusan pendaftar, tentu selaku Humas saat memberikan sebuah komunikasi berupa pesan-pesan yang disampaikan kepada komunikan terdapat umpan balik dari komunikan untuk berjalannya komunikasi yang baik juga kelancaran ajang khusus D-event.

Menurut bapak Doedy Faisal peserta yang mengikuti D-Event juga calon pembalap dapat memberikan informasi atau *feedback* melalui sosial media berupa *whatsapp, direct message Instagram*, juga dapat menghubungi nomor telepon untuk *whatsapp*, karena mereka dapat tanya jawab secara *personal* kepada pihak D-Event. Hal tersebut menjadi suatu hal yang positif bagi peserta D-Event, seperti yang disampaikan Chaesar bahwa ia bergabung dengan grup facebook D-event untuk kepentingan diri nya sendiri seperti mendapatkan foto-foto saat ia balap juga dapat informasi tentang ajang khusus tersebut.

Berbeda dengan masyarakat yang berpartisipasi bersama D-Event sebagai penjual makanan dan minuman sebagai informan tambahan dalam penelitian ini yaitu Noel, ia memberikan *feedback* dengan keinginan untuk berjualan dengan cara membuka stand seperti bazar dengan beberapa kursi dan meja untuk pembeli pada saat ajang khusus tersebut berlangsung.

> *"Kita lapor ke pihak setempat, penjaga sirkuit kebetulan kita kenal orang-orang yang bekerja di sirkuit ini, lalu kita lapor kepada yang penyelenggara event ini Bapak Doedy, dengan hubungi lewat whatsapp bahwa kita mau buka stand"* (Noel, 24 Mei 2022)

Cara tersebut sudah efektif untuk Noel karena dengan berpartisipasi dengan event ini dapat memberikan suatu hal positif untuk beberapa pihak terutama peserta pembalap juga penonton yang hadir pada acara tersebut seperti yang ia sampaikan saat wawancara dengan peneliti. Menurut Noel efektif karena untuk tiket masuk datang ke ajang khusus ini berbayar, ia mengatakan agak rumit untuk pembalap atau penonton kalau harus berpergian keluar sirkuit untuk membeli makanan, pembalap dan orang-orang yang menonton ajang khusus ini tidak perlu harus keluar lagi untuk membeli makan untuk mempermudah mereka.

Tiket masuk untuk datang pada ajang khusus ini berbayar Rp.50.000 per orang harga tersebut belum termasuk biaya parkir kendaraan ketika publik datang dengan kendaraan masing-masing, untuk pembalap mendapatkan bebas akses beserta 2 *crew* pembalap tersebut, selain itu maka harus membayar Rp.50.000 per orang untuk dapat masuk menonton acara tersebut. Mereka berada di lokasi sirkuit seharian penuh dari pagi awal hari sampai dengan sore akhir acara, dengan adanya penjual di area sirkuit menjadikan keuntungan bagi penjual juga orang-orang yang datang pada ajang khusus D-Event.

Gambar 4. 6 Contoh publikasi melalui komunikasi timbal balik antara pembalap dan pihak Humas

Sumber: Group Facebook D-Event

4.2.3 Memberikan kesan atau citra positif

Memperlihatkan itikad baik dari lembaga yaitu PT. Dyra Karya Mandiri dengan jasa yang diwakilinya seperti ajang khusus yang mereka buat agar dapat memberikan kesan atau citra positif terhadap masyarakat sebagai publik sasarannya. Salah satu kesan tersebut dirasakan oleh informan utama dalam penelitian ini yaitu Chaesar disaat ia mengikuti acara D-Event.

> *"Kita dapat tempat untuk melampiaskan hobi, karna ketika suatu hobi sudah ada tempatnya dan dukungan jadi lebih senang, seperti dulu saya hanya bisa melihat orang-orang balapan di sirkuit sekarang saya bisa balapan di sirkuit, dari awal saya ikut sampai titik tertinggi saya, sampai akhrinya saya bisa ikutan kejuaraan daerah dan kejuaraan nasional sehingga menjadi seorang pembalap resmi."* (Chaesar Phillyp, 27 Mei 2022)

Memiliki *basic* dari seorang pembalap liar suatu kegiatan bebas yang tidak memiliki syarat dan ketentuan dalam segi spesifikasi motor dan pengaman untuk pembalap, tentu sangat merubah diri seorang pembalap liar tersebut apabila beralih ke balapan resmi yang memiliki syarat dan ketentuan seperti harus mengenakan pakaian yang aman, juga terdapat regulasi atau kelas-kelas dengan spesifikasi motor yang berbeda-beda. Hal tersebut juga dapat mengubah diri seorang pembalap liar menjasi lebih baik dalam berkendara di jalan raya setelah mengikuti dan mendapatkan pembelajaran atau ilmu saat mengikuti balapan resmi pada ajang khusus D-Event. Perubahan yang di alami membuat lebih dewasa dalam mengendarai motor dijalan raya, setelah sering mengikuti ajang khusus D-Event membuat peserta memiliki rasa takut untuk mengendarai kendaraan kecepatan tinggi di jalan raya, juga menciptaka rasa *safety* dengan berpakaian kalau ingin pergi keluar, berpakaian lengkap seperti helm dan jaket membuat kurangnya percaya diri karena pengalaman saat mengikuti D-event. Dapat mengubahnya menjadi lebih dewasa dalam berkendara.

Beradaptasi dengan suatu hal yang didasari kebiasaan negatif menjadi positif seperti yang dirasakan Chaesar memang bukan sesuatu yang mudah, namun dengan bergabung mengikuti D-Event dapat memberikan banyak ilmu kepada sang pembalap yang baru menginjak dunia balap resmi, seperti yang dialami informan utama yaitu Chaesar menjadi lebih memiliki rasa takut saat ingin berkendara di jalan umum dan menjadikan dirinya memakai atribut lengkap apabila ingin pergi keluar, hal tersebut karena sudah mengalami jatuh saat balapan di sirkuit, walaupun merasa aman saat jatuh karena pakaian *safety*, namun dapat berpikir apabila tidak memakai pakaian aman mungkin sebagai pembalap akan mengalami suatu hal yang tidak diinginkan untuk dirinya dan berbahaya.

Kesan yang di dapat oleh peserta D-event berpengaruh kepada pribadi masing-masing sebagai ilmu, berbeda dengan pendapat dari informan kunci dalam penelitian ini Bapak Doedy Faisal, ia menyatakan bahwa kesan utama dari acara ini karena ia merasa D-event tidak memperhitungkan untuk memberikan hadiah berupa kenang-kenangan seperti piala juga *souvenir* kepada peserta.

> *"Sebenarnya memberikan kesan nya hanya satu sih, kita lebih tidak pelit atau royal memberikan throphy (piala) dan souvenir walau kalo souvenir kan tergantung dari budget, kalo throphy memang penghargaan bagi calon yang menjadi pembalap ini, karena rata-rata dari ¾ dari peserta itu pasti bawa pulang throphy, itu buat motivasi si peserta atau calon pembalap jadi lebih senang ikut D-event"* (Doedy Faisal, 23 Mei 2022)

Ilmu dengan pengetahuan yang diberikan oleh Humas melalui ajang khusus D-Event sangat berkesan kepada setiap peserta atau pembalap yang mengikuti kegiatan tersebut, berbeda dengan ajang khusus lain yang menjadi kompetitor D-Event, sebagian besar ajang khusus lain tidak memberikan ilmu seperti pengetahuan-pengetahuan dalam dunia balap karena mereka lebih mengutamakan hasil balapan dengan beberapa pembalap lain tanpa berfokus kepada individu pembalap itu sendiri. Awal D-Event berdiri sejak 2012 hingga saat ini tetap dengan tema "Latihan Bersama" tetapi sistem dari latihan bersama ini dengan sebuah konsep seperti balapan kejuaraan daerah dan kejuaraan nasional.

Saat ajang khusus ini berlangsung selama 10 tahun sebagai Humas dan juga pendiri D-Event perlu memiliki strategi untuk mempertahankan citra positif untuk ajang khusus yang di dirikan selama 10 tahun, agar selalu menjaga nama baik serta pelanggan yang setia untuk selalu berpartisipasi dengan D-Event dengan memberikan itikad baik kepada peserta dan orang-orang yang berpartisipasi pada ajang khusus ini. Pernyataan bapak Doedy untuk menjelaskan yang dapat berperan untuk memberikan itikad baik yang diberikan agar target atau masyarakat memiliki kesan positif terhadap D-Event adalah sebuah perizinan, kalai dari segi ajang khusus mungkin bapak Doedy yang berperan, tetapi ajang khusus ini tidak akan *goal* kalau tidak ada perizinan, karena ajang khusus ini mengumpulkan massa yang jumlah nya besar yaitu di atas 200 bahkan sampai 600 perserta, kalau perizinan di *acc* (diterima) oleh pihak kepolisian juga sekitar, tentunya acara ini bisa berjalan dengan sesuai rencana. Upaya yang dilakukan untuk mempertahankan citra dengan selalu menggemborkan pembalap liar dan komunitas motor untuk jangan balap di jalan, balap di sirkuit saja di tempat yang legal, untuk perizinan dari pihak kepolisian pun mudah mereka dapat karna dengan citra posistifnya ajang khusus ini untuk menarik pembalap-pembalap liar untuk ikut ke sirkuit.

Mendapatkan perijinan pihak setempat untuk berjalannya ajang khusus ini memiliki jangka waktu beberapa minggu bahkan satu bulan sebelum tanggal kegiaran tersebut ditentukan, seperti membuat permohonan kepada pihak IMI (Ikatan Motor Indonesia) yang merupakan organisasi induk sebagai wadah utama kegiatan olahraga balap baik balap motor, mobil. Para pembalap apabila ingin mengikuti apapun kegiatan olahraga balap motor dan mobil harus membuat Kartu Izin Start (KIS) sebagai bukti bahwa pembalap tersebut benar seorang pembalap dan sudah mendapatkan izin dari IMI untuk mengikuti kegiatan balap resmi di sirkuit pada kegiatan ajang khusus apapun, KIS juga sebagagai identitas diri pembalap karena terdapat nama, alamat, golongan darah, juga identitas tipe dari balapan yang diikuti oleh sang pembalap dengan kode-kode berbeda.

Setelah mendapatkan izin dari pihak IMI untuk melakukan acara D-event, maka acara tersebut dapat berjalan dengan lancar, karena untuk menyewa sirkuit tidak dengan harga yang murah juga harus memiliki surat perizinan dari IMI apabila akan berlangsung dan sudah diberi izin untuk event tersebut. Hal ini menjadikan D-event sebagai salah satu ajang khusus yang baik untuk diikuti oleh publik terutama kepada orang-orang yang baru memulai karir nya menjadi seorang pembalap, seperti yang dikatakan Chaesar selaku pembalap liar yang sudah bertahun-tahun mengikuti D-Event, ia merasa bahwa acara ini sangat baik untuk diikuti oleh para pemula khususnya apabila pembalap liar yang ingin beralih ke balap resmi. Namun, ia mengatakan bahwa balik lagi ke setiap individu masing-masing, ada yang sudah mendapatkan ilmu saat ikut ajang khusus ini tetapi disalahgunakan, seperti mereka tetap balap liar untuk menunjukkan bahwa mereka hebat pernah balap di sirkuit dan lain-lain, tapi kalau bagi Chaesar keseluruhan ajang khusus ini sangat baik.

Sebuah kesan dan cara untuk mempertahankan citra positif tersebut dapat membuat ajang khusus D-Event semakin berkembang setiap saat, namun saat selama 10 tahun acara ini berada terdapat beberapa hal yang tidak diinginkan bagi pihak D-Event seperti komplain keluhan dari peserta juga pihak-pihak yang ingin menjatuhkan D-Event untuk membuat buruk citra positif dari kegiatan ini, hal tersebut dilakukan oleh ajang khusus lain sebagai kompetitor D-Event.

Salah satunya dari peserta yang sebelumnya sudah mengikuti D-event, ia berniat membuat ajang khusus yang serupa dengan D-Event dengan menyalin 90% konsep acara dan juga poster iklan dari acara tersebut, yang membedakan adalah ia menerangkan hadiah uang yang cukup besar untuk peserta apabila mengikuti acara tersebut, saat berjalan acara tersebut ternyata tidak sesuai dengan ekspetasi acara tersebut dapat di kategorikan gagal karena peserta yang megikuti acara tersebut tidak mendapatkan hadiah seperti yang dijanjikan, kurangnya persiapan dan strategi yang matang menjadikan ajang khusus tersebut mendapatkan citra yang buruk. Selama banyak nya keluhan kepada acara tersebut menjadikan pengaruh kepada citra positif D-Event, karena beberapa peserta menyangka bahwa ajang khusus tersebut berkerja sama dengan D-Event lantaran memiliki konsep acara yang sama, hal tersebut diketahui pihak D-Event karena mendapatkan telepon dan pesan dari beberapa orang. Pihak D-Event harus menyelesaikan dengan memberikan pandangan berbentuk informasi bahwa pihak D-Event tidak memiliki sedikit urusan atau kerja sama dengan ajang khusus tersebut. Kejadian itu dikarenakan kompetitor menyalin konsep acara yang dimiliki D-Event yang menjadikan D-Event memiliki kendala, hal-hal lain juga menjadi berita buruk untuk D-Event. Selain hal itu pun keluhan yang dialami biasanya dari sesama kompetitor, seperti membuat viral bahwa D-event ini adalah ajang khusus balapan bukan seperti apa yang kita buat (ini untuk *entering* calon pembalap) tapi D-event adalah acara balap tetapi kenapa hadiah nya kecil, cuma dapat *throphy*, dan *lap* juga tidak banyak, itu yang membuat para calon peserta berikutnya sedikit antusiasnya karna dapat informasi yang kurang akurat. Namun Humas tersebut menanggapi dengan menjelaskan bahwa ini bukan ajang khusus kejurda atau kejurnas yang mempunyai regulasi juara 1-5 dengan sudah jelas hadiahnya tapi ajang khusus ini berbentuk seperti arisan seperti latihan bersama.

Acara ini hanya diadakan setiap satu atau dua bulan sekali, yang selalu diadakan setiap hari minggu dan hanya sehari, dalam sehari tersebut setiap waktu memiliki manfaat bagi peserta, karena terdapat sesi latihan yang cukup banyak di awal hari, setiap kelas nya memiliki waktu 20 menit untuk sesi latihan bebas di sirkuit, kesempatan besar bagi pembalap untuk mengatur motor mereka masing-masing sebelum dimulai kelas balapan, setelah siang hari sehabis waktu istirahat

pukul 12.00 WIB sesi *final race* dimulai sampai akhir acara sore sekitar pukul 16.00 WIB. *Final race* hanya berputar selama 5 (lima) dan 7 (tujuh) *lap* (putaran), lima peserta terdepan akan mendapatkan hadiah berupa *trophy*, uang (disesuaikan dengan kuota), dan juga *souvenir.*

Jangka waktu yang cukup lama untuk D-Event memulai kembali acara mereka sehingga membuat peserta menunggu kehadiran ajang khusus tersebut, selain untuk menyalurkan hobi pembalap, ajang khusus tersebut dijadikan mata pencaharian informan tambahan Noel selaku masyarakat yang berjualan pada ajang khusus tersebut, dengan jangka waktu lama untuk menunggu kehadiran D-Event menjadi kendala bagi Noel, dalam wawancara bersama peneliti, peneliti betanya apakah itikad baik yang di berikan D-Event sudah sesuai dengan keinginan nya, tetapi mungkin yang menjadi kendala, kegiatan ini tidak ada setiap mingu jadi mereka tidak bisa dapat penghasilan selama seminggu sekali, dengan selama ada ajang khusus D-Event ini 2 bulan sekali mereka benar-benar memanfaatkannya, karena untuk keseharian mereka kita hanya berjualan di rumah saja dan secara online untuk sekitar daerahnya.

Itikad baik yang didapatkan Noel selaku masyarakat yang berjualan pada ajang khusus tersebut merasa bahwa D-Event dapat membantu perekonomian mereka, dengan pihak D-Event yang memberi izin untuk masyarakat sekitar berjualan pada saat acara berlangsung.

> *"Mungkin event ini memperbolehkan kita berjualan itu sudah itikad baik, karena tidak semua event memperbolehkan kita (untuk berjualan) juga d-event tidak ada syarat tertentu yang rumi, dengan hanya bayar sewa dan udah dapat perizinan buat kita bisa jualan"* (Noel, 24 Mei 2022)

Terdapat beberapa ajang khusus yang diselenggarakan di Sentul Internasional Karting Sirkuit, selain untuk acara balap motor tempat tersebut juga untuk balap Gokart, namun tidak semua ajang khusus mengizinkan masyarakat untuk berjualan saat acara berlangsung, dikarenakan mungkin adanya pihak-pihak terkait pada acara tersebut seperti sponsor yang sudah memiliki kontrak dengan acara tersebut. Berbeda dengan D-Event yang memanfaatkan masyarakat sekitar untuk dapat berpartisipasi dalam acara tersebut.

Gambar 4. 7 Podium peserta pemenang yang dapat mengandung unsur memberikan sebuah kesan

Sumber: Instagram peserta D-Event @muchliscil

PENGURUS PROVINSI
IKATAN MOTOR INDONESIA
DAERAH KHUSUS IBUKOTA JAKARTA

REKOMENDASI
No: 215/IMI-DKI/REK/OR/A/V/2022

Sehubungan dengan surat permohonan dari: D-Event Community selaku klub penyelenggara Perihal :
Permohonan Surat Rekomendasi D-Event Sirkuit Karting & Motorcycle Circuit
Pengurus IMI DKI Jakarta dengan ini memberikan rekomendasi kepada panitia penyelenggara, untuk menyelenggarakan kegiatan :

Nama Kegiatan : Gass Poll 2022 (ROUND 4)
Tempat : Sentul Sirkuit Karting & Motorcycle Int'l Circuit
Hari/Tanggal : Minggu, 24 Juli 2022

DenganPenanggungJawabKegiatan:
1. **Klub : D-Event Community**
2. **Ketua Panitia Penyelenggara (OC)**
   Nama : Doedy Faisal
   Klub : D-Event
   Alamat : Apartement Cibubur Comfort Jl. Jambore Raya

Gambar 4. 8 Surat permohonan izin ajang khusus kepada Ikatan Motor Indonesia terdapat unsur untuk mempertahankan citra positif

Sumber: Dokumentasi Humas D-Event Doedy Faisal

4.2.4 Mempertahankan penerimaan masyarakat

Upaya yang dilakukan dalam mempertahankan penerimaan masyarakat bahwa ajang khusus D-Event dapat memberikan suatu kegiatan positif sesuai yang diharapkan pihak penyelenggara acara agar target sasaran berpartisipasi dengan D-Event, target sasaran tidak hanya untuk menarik peserta calon pembalap untuk mengikuti acara tersebut tetapi untuk masyarakat sekitar agar masyarakat dapat menerima acara tersebut agar berjalan lancar menghindari dari hal buruk serta mendapat dukungan dari masyarakat sekitar.

Seperti yang dilakukan Humas pada D-Event yang memberikan upaya dalam mempertahankan penerimaan masyarakat dengan berbagai hal, salah satu nya dengan memperkerjakan masyarakat sekitar untuk bergabung dengan D-Event, seperti beberapa penduduk menjadi tim marshal, juga menarik masyarakat yang ingin berjualan pada saat acara berlangsung. Seperti yang dijelaskan oleh informan kunci bapak Doedy Faisal selaku Humas D-Event, terdapat upaya yang dilakukan dalam mempertahankan ekstitensi D-Event agar dapat diterima masyarakat:

> *"Mengambil dan memperkerjakan warga wilayah setempat sirkuit, karena di sirkuit bising knalpot tapi kalo warga kita gak ajak itu akan jadi konflik dan ujung-ujung nya warga tidak memperbolehkan ada nya event karna bising suara knalpot , cara mempertahankan nya kita ajak warga untuk berkolaborasi dengan D-event sebagai marshal dan pedagang kecil di lingkungan sirkuit kita ajak untuk buka bazar atau jualan di pintu masuk dengan distribusi yang urus lurah sentul yang menggalang dengan biaya yang kecil."* (Doedy Faisal, 23 Mei 2022)

Sebelum mengajak warga berkolaborasi dengan D-Event, hal tersebut menjadi sebuah kendala bagi D-Event untuk mendapatkan penerimaan masyarakat setempat, dikarenakan sulit untuk memiliki izin wilayah setempat, namun saat mengajak masyarakat sekitar berkolaborasi dengan D-Event maka *event* tersebut menjadi hari yang ditunggu-tunggu bagi masyarakat. Kendalanya sempat dimiliki pada saat dulu awal mereka tidak ajak warga setempat, namun perizinan wilayah setempat dipersulit, tapi semenjak mereka ajak wilayah setempat untuk berkolaborasi, izin lebih mudah dan acara tersebut menjadi ditunggu-tunggu warga

Adanya masyarakat yang berpartisipasi dengan D-Event tersebut dapat membantu perekonomian masyarakat sekitar dengan adanya mereka berjualan dengan produk yang mereka ingin jual, juga untuk masyarakat pemuda yang tidak memiliki pekerjaan yang dapat dijadikan *crew* sebagai marshal. Marshal adalah orang-orang yang membantu pembalap apabila pembalap mengalami jatuh atau kecelakaan di lintasan tersebut, juga membersihkan lintasan setelah terjadinya insiden kecelakaan agar lintasan dapat dilewati kembali secara aman oleh para pembalap. Marshal juga bertugas mengibarkan bendera atau sinyal kepada pembalap.

Pendapat informan utama yaitu Chaesar Phillyp sebagai peserta D-event mengenai penerapan yang dilakukan pihak penyelenggara D-Event dalam memperkerjakan masyarakat sekitar untuk berpartisipasi mendapatkan kesan positif, ia merasa bahwa itu cukup membantu, karena sekali kegiata itu berlangsung bisa mencapai ratusan orang yang datang, itu dapat membantu ekonomi orang sekitar sirkuit, karena memang orang-orang warga sekitar sirkuit sentul memang sudah menjadi mata pencaharian mereka setiap ada acara, dan dapat perkerjakan anak-anak muda juga. hal tersebut.

Upaya tersebut dilakukan Noel selaku masyarakat sekitar sebagai informan tambahan dalam penelitian ini, ia mengatakan bahwa mereka menjual sesuai yang sekiranya pelanggan butuhkan, karena yang namanya balap pasti mereka seharian di sirkuit dan tidak hanya pembalapnya yang datang ada keluarga, mekaniknya dan lain-lain. Mereka jual produk lauk pauk dan nasi rames karena menurut mereka itu yang mereka butuhkan, apabila mereka hanya jual makanan ringan itu dapat memuaskan pelanggan dengan apa yang dibutuhkan.

Upaya mempertahankan penerimaan masyarakat sekitar dialami oleh Noel terhadap pihak D-Event, ia harus mempertahankan kerja sama yang baik dengan pihak D-Event, salah satu nya dengan cara memberikan penyajian yang baik untuk pelanggan atau konsumen, karena bagi dirinya hal tersebut memiliki pengaruh bagi pihak D-Event, apabila penyajian dalam makanan atau produk penjual kurang baik maka dapat menimbulkan keluhan dari konsumen dan dapat mempengaruhi citra D-Event, dengan mentaati peraturan yang ada pada D-Event. Kendala bagi Noel selaku masyarakat sekitar dalam berpartisipasi dengan D-Event adalah menunggu kehadiran ajang khusus balap, walaupun dengan mendapatkan keuntungan yang cukup banyak saat berjualan pada acara balap, maka ia harus menunggu kehadiran acara tersebut pada bulan berikutnya karna kalau berjualan pada acara lain mereka ada batasan, seperti yang boleh jualan hanya 10 orang atau berapa jadi tidak bebas kalau pada ajang khusus D-Event mereka lebih bebas walaupun jualannya ada yang sama.

Upaya dalam menciptakan penerimaan masyarakat oleh D-Event dapat dikategorikan berhasil bagi Humas, lantaran masyarakat menjasi mendukung adanya ajang khusus tersebut dan menjadi ditunggu-tunggu masyarakat. Selain masyarakat sekitar dalam partisipasinya melalui menjual produk, selaku Humas D-Event harus memiliki upaya untuk memberikan kepercayaan kepada pembalap sebagai peserta, seperti yang kita ketahui bahwa olahraga balap sangat memiliki resiko besar untuk diikuti dan disalurkan, seperti resiko seorang pembalap yaitu terjadinya kecelakaan pada saat balap, resiko tersebut memang bukan berarti saat kecelakaan mengalami insiden selalu dengan kondisi parah, namun hal apa yang dilakukan Humas D-Event untuk memberikan nilai kepercayaan sehingga publik atau masyarakat timbul rasa percaya dan penerima resiko yang terjadi pada saat acara berlangsung. Berikut upaya yang dilakukan bapak Doedy Faisal selaku Humas:

> *"Olahraga balap olahraga berbayar sepeti balap mobil atau motor jarang di cover asuransi, tapi kalau acara kita kami ikut di IMI(Ikatan Motor Indonesia) asuransi untuk event tapi event nya yang di asuransi kan, bukan pembalap nya, jika ada pembalap yang mengalami crash (kecelakaan) parah mereka bisa lapor ke IMI selama 1x 24 jam,lalu nanti akan diproses lebih lanjut,kalo d-event hanya sebagai jembatan untuk peserta mengkalim ke IMI dan IMI klaim ke pihak asuransi untuk sebagai penambah berobat."* (Doedy Faisal, 23 Mei 2022)

Resiko yang dialami pembalap seperti terjadi nya insiden atau jatuh pada saat balapan tidak diberikan asuransi, kecuali dari individu masing-masing pembalap, namun jarang untuk sebuah perushaan asuransi yang dapat mencover atau ditanggung sepenuh nya oleh pihak asuransi dikarenakan apabila mengalami kecelakaan dalam balapan bukan termasuk musibah maka rata-rata di Indonesia perusahaan asuransi tidak memberikan tanggungan untuk seorang atlet balap. Ketika terjadi insiden pada saat balap, maka biaya untuk berobat ke rumah sakit ditanggung oleh masing-masing peserta, kecuali pada saat terjadi jatuh saat balapan maka pihak D-Event menyediakan ruang *medical check up* untuk para pembalap berserta dokter dan asisten nya, juga sebuah ambulan apabila dokter di sirkuit memberikan saran apabila harus ditindak lanjuti ke Rumah Sakit untuk pembalap yang memiliki kondisi buruk.

Agar dapat memberikan kepercayaan pada masyarakat atau peserta, dalam mengatasi terjadinya insiden atau kecelakaan buruk pada pembalap, D-event bekerja sama denga IMI (Ikatan Motor Indonesia) agar peserta yang mengikuti D-Event dapat mengklaim kepada pihak IMI selama 1x24 jam terhitung pada saat waktu kegiatan balap, pembalap dapat melapor ke pihak IMI untuk dapat ditindak lanjut agar dapat keringanan bagi pembalap tersebut.

Berbeda dengan balap liar yang memiliki resiko sangat besar apabila terjadi kecelakaan, orang-orang yang melakukan balap liar tidak dapat mengklaim atau melapor kepihak manapun untuk menanggung kegiatan tersebut, karena pihak berwajib melarang untuk kegiatan balap liar tersebut. Kegiatan balap liar masih terus ada hingga saat ini, walaupun pihak-pihak berwajib melakukan segala cara untuk menghentikan kegiatan balap liar, seperti membubarkan aksi balapan liar, serta memberikan sanksi dengan mengambil motor pembalap liar dan lain-lain, cara tersebut belum efektif untuk memusnahkan kegiatan balap liar di Indonesia. Bagaimana kegiatan balap liar selalu ada dan bisa dapat diterima masyarakat sekitar yang tinggal di kawasan balap liar, mereka sudah tidak asing dengan kegiatan tersebut bahkan mengetahui adanya kegiatan tersebut.

Seperti pengalaman yang diberikan informan utama dalam penelitian ini yaitu Chaesar Phillyp dalam memberikan upaya untuk mempertahankan penerimaan masyarakat sekitar kawasan Monasco pada saat kegiatan balap liar itu terjadi, serta memiliki jadwal atau hari tertentu untuk kegiatan tersebut berlangsung, untuk beberapa masyarakat sekitar hal tersebut dapat menjadi hal positif untuk dirinya, seperti penjual kopi keliling juga makanan keliling. Penjual kopi keliling justru bersedia untuk berjualan dengan menetap/mangkal pada perkumpulan balapan liar, hal tersebut seperti mendukung adanya kegiatan legal pada daerah Monasco yang selalu berjalan pada hari jumat malam atau malam sabtu. Masyarakat yang sering melalui jalan sekitar Monas seperti supir taksi juga sering mengalah dengan cara berjalan perlahan di jalur yang tidak digunakan oleh aksi balap liar. Pedagang pada kawasan Monas sudah siap saat hari jumat malam, seperti yang jual kopi, pop mie yang biasa mereka sebut starling (starbcuks

keliling). Selain itu juga supir taksi, supir truk sudah paham adanya balapan liar tersebut, mereka ambil jalur kiri bukan jalur utama.

Terdapat kendala bagi para pembalap liar Monasco apabila mereka sedang melakukan kegiatannya, karena salah satu masyarakat yang tidak menyukai kegiatan tersebut, dengan cara melempar sebuah balok kayu ke area jalanan yang digunakan oleh pembalap liar saat sedang berlangsung, ketika balok tersebut sudah dilempar maka pembalap liar memutuskan bertenti sejenak beberapa menit bahkan satu jam untuk menghindari kejadian yang tidak diinginkan, hal tersebut disampaikan oleh Chaesar dalam wawancara dengan peneliti di kawasan Sentul, Bogor. Bahwa, kendala di dekat monas ada seperti markas TNI (Tentara Nasional Indonesia) yang terkadang melempar balok ke *track* nya, kalau itu keluar mereka *stop* untuk sejam bahkan ada yang pulang juga.

Para pembalap liar mengetahui tindakan itu dilakukan karena mereka melakukan kegiatan tidak baik, namun setiap orang memiliki hobi yang berbeda-beda juga memiliki cara yang berbeda pula untuk menyalurkan hobi mereka tersebut, tidak 100% semua pembalap liar mampu untuk beralih mengikuti kegiatan balapan resmi di sirkuit yang memiliki biaya yang cukup banyak untuk mempersiapkan segala hal. Seharusnya pemerintah atau pihak berwajib memperikan tempat atau wadah bagi mereka agar bisa menyalurkan hobi mereka dengan cara yang sangat mudah, namun karena hingga saat ini belum adanya wadah bagi mereka maka timbul beberapa ajang khusus untuk kegiatan balap resmi tetapi tidak dapat efektif untuk menanggulangi 100% untuk balapan liar. Pesan yang diberikan oleh informan utama selaku pembalap liar yang kini sudah menjadi pembalap resmi dalam memberikan penyataan sebagai berikut:

> *"Balap liar ada drag yang tipe lurus saja juga ada roadcare atau cornering yang belok-belok, kalo sekarang ini yang liaran paling banyak yang drag yang lurus, pesan saya kalau liaran jangan sampai main dijalan yang benar-benar jalan utama yang sering dilalui orang, kalo bisa di jalan yang sudah tidak terpakai. Kayak lapangan luas yang sepi tidak dipakai dan semacamnya. Saya tidak bisa kasih pesan untuk mereka berhenti, karena itu sudah didasari karna hobi, sama saja seperti ketika seseorang hobi mengajar atau memberi ilmu kepada ornag lain seperti guru, lalu disuruh berhenti maka itu sulit."* (Chaesar Phillyp, 27 Mei 2022)

Gambar 4. 9 Kegiatan aksi balap liar Monasco
Sumber: Website Kaskus.co.id

Gambar 4. 10 Pelanggan warung Noel saat sedang melakukan makan siang. Terdapat unsur penerimaan masyarakat
Sumber: Dokumentasi pribadi warung Noel

4.2.5 Rekan dan pelanggan baru

Merancang ajang khusus secara menarik, informatif, dan kreatif agar dapat memperoleh rekan atau pelanggan baru untuk ajang khusus D-Event, dengan merancang sebaik mungkin dapat membuat loyalitas (kesetiaan) bagi pelanggan, beberapa cara dilakukan oleh D-Event dalam merancan ajang khusus tersebut sebaik mungkin agar menarik keinginan calon peserta, bahkan untuk peserta yang sudah mengikuti D-Event sebelumnya.

Daya tarik agar publik ingin mengikuti kegiatan ini dilakukan juga oleh peserta D-Event, seperti yang menjadi informan utama dalam penelitian ini yaitu Chaesar, selama dirinya berpartisipasi pada D-Event ia memiliki banyak koneksi pertemanan, dengan bertambahnya teman-teman yang memiliki hobi yang sama dari berbagai daerah, juga dari bertambah nya pertemanan tersebut dapat mengembangkan ilmu dalam bidang otomotif terutama balap untuk dirinya dengan berteman dengan pembalap-pembalap senior yang sudah memiliki banyak pengetahuan.

Chaesar menyampaikan pada saat melakukan wawancara dengan peneliti, bahwa banyak rekan yang menjadi peserta D-Event berawal dari teman yang ia berikan ajakan untuk mengikuti ajang khusus tersebut, seperti teman-teman dari komunitas, teman kuliah, juga teman main. Berawal dari melihat beberapa postingan foto di sosial media milik Chaesar, maka beberapa publik memiliki rasa ingin tahu apa dengan apa yang dilakukan Chaesar dan kerap ingin mencoba nya untuk balapan di sirkuit. Rekan tersebut yang belum mengetahui ajang khusus ini, dipengaruhi mulai dari upgrade (memperbaharui) motor nya, ban dan lain-lain, dan juga dari sosial media. Chaesar ingin memberikan informasi mengenai D-Event karena bagi dirinya ajang khusus ini sangat menarik, dengan konsep latihan bersama yang sesuai dengan tema D-Event dapat membuat seseorang tertarik dan dapat membuat Chaesar memiliki wawasan luar terutama dengan pertemanan.

Humas dari PT. Dyra Karya Mandiri yang membangun ajang khusus D-Event tidak hanya berfokus untuk menarik pembalap-pembalap liar atau calon pembalap untuk mengikuti D-Event, tetapi sebagai Humas dalam kegiatan ini harus merancang berjalannya ajang khusus ini dengan baik, apabila hanya berfokus untuk menarik pelanggan tetapi tidak mempertahankan rancangan yang baik pada D-Event maka akan terjadinya pelanggan atau peserta yang tidak setia. Berikut penyataan dari bapak Doedy Faisal selaku Humas D-Event mengenai cara untuk merancang D-Event agar selalu menarik:

> *"Merancang menariknya di jadwal kita memberikan banyak latihan bebas, itu di event lain gak ada, di event balap latihan bebas set up motor sendiri hanya kualifikasi, kalo d-event kita berikan latihan bebas yang menjadi rundown acara, dan itu yang menjadi menarik, informatif nya kelas nya*

> *tetap dibedakan antara motor bebek, matic, sport agar peserta baru tidak kaget, dan kreatifnya event ini kita buat yang beda seperti latihan bebas kita berikan banyak waktu."* (Doedy Faisal, 23 Mei 2022)

Latihan bebas yang diberikan pada D-Event untuk peserta atau pembalap dapat mengetahui spesifikasi motor mereka juga perkembangan diri atau kemampuan mereka, berbeda dengan acara lain rata-rata acara balap lain kemungkinan sesi latihan bebas hanya diberikan satu kali setelah itu hanya kualifikasi untuk menentukan posisi nomor *start* pada saat balapan dimulai, dan sesi *final race* atau balapan. D-Event membuat sesi latihan bebas masuk kedalam jadwal atau susunan acara, dan diberikan waktu cukup lama juga berkali-kali agar peserta siap untuk *final race*, hal tersebut sebuah cara yang menarik bagi Humas D-Event.

Hal informatif yang terdapat dari D-Event dengan memiliki regulasi atau membedakan setiap kelas yang diikuti oleh peserta, karena setiap peserta memiliki tipe motor yang berbeda-beda contoh nya seperi motor tipe matic (sekuter), bebek, juga sport. Ketika peserta memiliki motor tipe matic, maka kelas yang peserta ikuti pada saat final race yaitu kelas matic sehingga semua peserta yang menjadi lawan saat balapan berlangsung sesame pengguna motor matic, begitupun juga dengan kelas tipe motor bebek, dan sport. Kelas-kelas tipe motor tersebut akan dibedakan lagi dengan golongan yang berbeda-beda tujuannya untuk mempermudah masing-masing peserta, golongan tersebut seperti yang sudah dijelaskan dalam penelitian ini terdapat pada Bab 4 mengenai gambaran organisasi. Tujuan diberikan banyak regulasi untuk mempermudah peserta. Apabila tidak diberikan regulasi maka peserta yang baru pertama kali mengikuti D-Event akan terkejut atau kaget apabila mereka harus berbarengan dengan senior-senior bahkan seorang pembalap yang sudah memiliki ilmu lebih banyak.

Strategi Humas D-Event untuk dapat menarik pelanggan baru ataupun sponsor kepada ajang khusus ini salah satunya dengan memberikan harga potongan untuk peserta yang membawa atau menggiring komunitasnya untuk membuka salah satu kelas, contoh nya seperti kelas rider 70kg UP kelas khusus pembalap yang memiliki berat badan diatas 70kg, kelas tersebut diberikan kepercayaan dari pihak Humas kepada salah satu peserta untuk membangun kelas tersebut, apabila peserta dapat menarik banyak peserta minimal 7 peserta maka kelas tersebut dibuka dan

peserta yang diberikan kepercayaan tersebut mendapatkan potongan harga bahkan gratis untuk pendaftaran pribadi dirinya.

Memang D-event tidak mencari sponsor, mereka menggalang peserta agar tetap loyal (setia) dengan mereka dan peserta yang sudah mengikuti D-event mereka untuk mengajak rekan nya yang masih ikut balap liar dijalan untuk ikut, nanti kita berikan diskon, itu strategi untuk tertarik ikut D-event juga mendapatkan pelanggan baru. Sponsor tidaklah dijadikan prioritas bagi Humas tersebut, walaupun sponsor dapat membantu dalam segi dana atau menjadi donatur terselenggara nya ajang khusus ini, tetapi bagi Humas yaitu bapak Doedy tidak efektif untuk ajang khusus D-Event. Terjadi kendala apabila D-Event memiliki sponsor, seperti yang dialami sebelumnya pada beberapa tahun lalu, pihak D-Event sudah menyalurkan permohonan kerja sama atau sponsor kepada salah satu perusahaan produk otomotif ternama namun menjadi kendala dengan perjanjian tanggal untuk acara berlangsung.

> *"Awalnya memang kita pernah mencari sponsor, tapi resiko nya waktu atau tanggal selalu terbentur oleh pihak sponsor, seperti waktu itu kita pernah ingin memiliki kerja sama dengan salah satu perusahaan produk otomotif tenama, tetapi jadi kendala karena selalu bentrok, misalkan dari pihak mereka ingin tanggal sekian tetapi saya lihat lagi dengan tanggal kosong sirkuit tidak bisa, jadi selalu bentrok selalu harus dengan keinginan nya, padahal mereka memberi dana tidak seberapa, jadi makanya saya memutuskan untuk tidak ketergantungan dengan sponsor, jadi sendiri saja untuk lebih lancar."* (Doedy Faisal, 23 Mei 2022)

Dana yang dikeluarkan pihak penyelenggara D-Event tidak bernominal kecil, untuk memnyewa sirkuit satu hari bapak Doedy selaku pendiri dan Humas dari D-Event mengaku dapat mengeluarkan puluhan juta untuk membayar sewa sirkuit satu hari untuk berjalannya D-Event, biaya modal tersebut belum termasuk membayar atau gaji para pekerja seperti *crew* yang berpartisipasi membantu berjalannya D-Event, juga konsumsi pada pekerja. Selain mengandalkan modal dari uang pendaftaran peserta, maka dari itu Humas pada ajang khusus ini menarik masyarakat sekitar untuk dapat berjualan juga membuka *stand* saat acara berlangsung. Biaya yang dikeluarkan masyarakat sekitar untuk membayar uang berjualan tidak mahal sekitar Rp.300.000 s.d Rp.500.000.

Masyarakat diberikan peluang untuk berjualan pada saat acara berlangsung, juga dapat menambah perekonomian mereka dengan keuntungan yang cukup besar jika dibandingkan pada saat hari biasa atau tidak adanya acara, mereka hanya berjualan dirumah bahkan hanya melalui online. Agar dapat menarik rekan atau pelanggan baru bagi mereka sebagai penjual, maka terdapat cara bagi informan tambahan pada penelitian ini yaitu Noel yang memiliki nama "Warung Noel" saat berjualan di Sentul Internasional Karting Sirkuit. Ia menyampaikan beberapa yang dilakukan untuk memperoleh pelanggan baru atas produk yang ia jual. Selama membuka stand pada acara berlangsung mereka suka nonton balap, dari orang-orang yang sering mampir bisa jadi kenal, ada yang langganan selalu beli di Noel setiap acara berlangsung, ada juga langganan yang sudah pesan lewat *whatsapp* beberapa hari sebelum acara untuk pesan makan pada hari H balap seperti 10 bungkus atau 15 bungkus terkadang karena udah kenal jadi langganan pada saat latihan dari salah satu sekolah balap order dengannya untuk murid-murid nya istirahat.Berkat berpartisipasi dengan D-Event warung Noel menjadi dikenal banyak pihak, penyajian juga kualitas yang baik dapat menjadi kesan bagi konsumen sehingga mereka menjadi langganan bagi Noel.

Merancang usaha masyarakat tersebut agak dapat menarik bagi konsumen atau publik yang datang pada D-Event bagi Noel salah satu hal penting, karena tidak hanya Noel yang berjualan disana, tetapi ada banyak pesaing atau kompetitor yang berjualan makanan juga minuman. Bagi Noel ia harus merancang dengan cara membuat banner atau spanduk, membuat desain nama warung untuk diberikan kepada pihak Humas dan menyediakan sedikit fasilitas berupa kursi dan meja untuk konsumen seperti pakai banner, ada meja, estalase, disediakan kursi juga beberapa tapi tidak banyak karena kalau banyak akan makan tempat. Mereka merancang secara bersih dan menarik agar pengunjung tau adanya makanan atau produk mereka.

Noel berharap acara D-Event ini dapat terus maju berkembang, ramai pengunjung, dan selalu memberikan yang terbaik kepada publik juga masyarakat. Hal tersebut juga menjadi harapan pendiri juga selaku Humas bapak Doedy Faisal yang menjadi informan kunci dalam penelitian ini ia menyatakan harapan-harapan yang terbaik untuk D-Event melalui wawancara.

"Event ini tetap jalan, target nya juga kita dapat tawaran di kelas balap ajang kejurnas yang mengajak kita untuk buka kelas pada acara tersebut, harapannya tetap berjalan, kalau dari saya pribadi kasihan kalau event ini tidak ada, balapan berbentuk roadrace tidak bisa di adakan di jalan raya, kalau drag mungkin bisa di jalan tapi jatohnya balap liar, tapi kalau roadrace jadi tidak ada bibit baru. Makanya kalau bisa kita minta support dari warga, teman, perizinan agar lebih mudah agar terus bisa berjalan." (Doedy Faisal, 24 Mei 2022)

D-EVENT SERI 3 - 2022

SENTUL INTERNATIONAL KARTING & MOTORCYCLE CIRCUIT

MINGGU, 22 MEI 2022

OFFICIAL SCHEDULE

TIME		DUR	LAPS	CODE	CLASS	NOTES
SESI PAGI						
6:00					PERSIAPAN PANITIA	
7:00	7:20	0:20		FP1	FREE PRACTICE 1	ALL MATIC
7:20	7:40	0:20		FP2	FREE PRACTICE 1	ALL BEBEK
7:40	8:00	0:20		FP3	FREE PRACTICE 1	ALL SPORT
8:00	8:20	0:20		FP4	FREE PRACTICE 2	ALL MATIC
8:20	8:40	0:20		FP5	FREE PRACTICE 2	ALL BEBEK
8:40	9:00	0:20		FP6	FREE PRACTICE 2	ALL SPORT
9:00	9:20	0:20		FP7	FREE PRACTICE 3	ALL MATIC
9:20	9:40	0:20		FP8	FREE PRACTICE 3	ALL BEBEK
9:40	10:00	0:20		FP9	FREE PRACTICE 3	ALL SPORT
10:00	10:10	0:10	5 LAPS	S1	FINAL RACE	MATIC NON BP
10:10	10:20	0:10	5 LAPS	S2	FINAL RACE	MAYUSONIC NON
10:20	10:30	0:10	5 LAPS	S3	FINAL RACE	BEBEK 2T NON BP
10:30	10:40	0:10	5 LAPS	S4	FINAL RACE	MATIC NON
10:40	10:50	0:10	5 LAPS	S5	FINAL RACE	MAYUSONIC NON BP
10:50	11:00	0:10	5 LAPS	S6	FINAL RACE	MATIC NON++
11:00	11:10	0:10	5 LAPS	S7	FINAL RACE	SPORT 4T NON BP
11:10	11:20	0:10	5 LAPS	S8	FINAL RACE	BEBEK 2T NON++
11:20	11:30	0:10	5 LAPS	S9	FINAL RACE	MAYUSONIC NON++
11:30	11:40	0:10	5 LAPS	S10	FINAL RACE	ZX6P
11:40	11:50	0:10	5 LAPS	S11	FINAL RACE	SPORT 4T NON++
11:50	11:50					
11:50	12:30				ISTIRAHAT	
SESI SIANG						
12:30	12:40	0:10	7 LAPS	R1	FINAL RACE	SPORT 2T PML D-EVENT
12:40	12:50	0:10	7 LAPS	R2	FINAL RACE	MATIC INJECTION OPEN
12:50	13:00	0:10	7 LAPS	R3	FINAL RACE	MAYUSONIC PML D-EVENT
13:00	13:10	0:10	7 LAPS	R4	FINAL RACE	SPORT 2T PML UMUM
13:10	13:20	0:10	7 LAPS	R5	FINAL RACE	MATIC PML D-EVENT
13:20	13:30	0:10	7 LAPS	R6	FINAL RACE	MAYUSONIC PML UMUM
13:30	13:40	0:10	7 LAPS	R7	FINAL RACE	BEBEK 2T PML D-EVENT
13:40	13:50	0:10	7 LAPS	R8	FINAL RACE	MATIC PML UMUM
13:50	14:00	0:10	7 LAPS	R9	FINAL RACE	RIKUNG CHAMBER OPEN
14:00	14:10	0:10	7 LAPS	R10	FINAL RACE	BEBEK 2T PML UMUM
14:10	14:20	0:10	7 LAPS	R11	FINAL RACE	MAYUSONIC OPEN
14:20	14:30	0:10	7 LAPS	R12	FINAL RACE	MATIC OPEN
14:30	14:40	0:10	7 LAPS	R13	FINAL RACE	SPORT 2T OPEN
14:40	14:50	0:10	7 LAPS	R14	FINAL RACE	SPORT 4T PML D-EVENT
14:50	15:00	0:10	7 LAPS	R15	FINAL RACE	BEBEK 2T OPEN
15:00	15:10	0:10	7 LAPS	R16	FINAL RACE	SPORT 4T PML UMUM
15:10	15:20	0:10	7 LAPS	R17	FINAL RACE	ONE/125 UMUM
15:20	15:30	0:10	7 LAPS	R18	FINAL RACE	SPORT 4T OPEN
15:30	15:40	0:10	7 LAPS	R19	FINAL RACE	30 TH UP

PESERTA WAJIB MEMPERHATIKAN URUTAN FIX JADWAL LATIHAN/RACE

JADWAL BISA LEBIH CEPAT ATAU LAMBAT , URUTAN JADWAL WAJIB DI PERHATIKAN

PENENTUAN GRID DENGAN CABUT SUMPIT DI WAITING ZONE

WAITING ZONE & PODIUM BERADA DI JALUR TERLUAR

HARAP PESERTA MEMASANG ALAT TRANSPONDER KETIKA RACE

TIDAK MEMASANG ALAT TRANSPONDER KETIKA RACE , BELI SENDIRI

HARAP MENGEMBALIKAN ALAT TRANSPONDER BILA TIDAK MELAKUKAN RACE

HILANG ALAT AKAN MENJADI TANGGUNG JAWAB PESERTA KE PIHAK MORAC

JUNJUNG TINGGI SAFETY DAN SPORTIVITAS

MORAC

4. 11 Jadwal acara D-Event
Sumber: Dokumentasi pribadi Humas D-Event

4. 12 Rekan dan pelanggan baru Noel melalui pesanan pada salah satu kegiatan latihan sekolah balap
Sumber: Dokumentasi Pribadi Warung Noel

Gambar 4. 13 Desain dan Logo Banner Warung Noel
Sumber: Dokumentasi pribadi Humas D-Event

4.3 Triangulasi

Pembahasan dalam penelitian ini menggunakan triangulasi sumber, untuk mengecek validitas dengan memanfaatkan sumber yang berbeda untuk melakukan pemeriksaan terhadap data yang diperoleh. Tujuannya untuk menegaskan pernyataan dan memberikan gambaran dari sebuah ajang khusus lain yang serupa dan melihat bagaimana sudut pandang yang diberikan.

Pembahasan yang terdapat pada triangulasi ini terdapat narasumber dari sebuah ajang khusus "Indoclub Championship" bernama bapak Deny Wajonk selaku pendiri dari Indoclub yang berdiri sejak tahun 2016. Penjelasan dalam triangulasi dikaitkan dengan teori yang digunakan dalam penelitian ini sebagai memperoleh hasil yang diinginkan dan penjelasan sudut padang dari acara lain diperlukan untuk melihat gambaran bagaimana analisa humas dalam suatu ajang khusus dalam berjalan sukses berdasarkan teori tujuan ajang khusus.

4.3.1 Pengenalan dan Pengetahuan

Sebelum mendirikan suatu ajang khusus diperlukan pengenalan *(awareness)* dan juga pengetahuan *(knowledge)* kepada publik sebagai target sasaran dari sebuah acara. Pengenalan dan pengetahuan memiliki tujuan agar dapat membagun atau menciptakan rasa ingin tahu dari publik terhadap suatu acara, dalam penelitian ini peneliti melalukan analisis dengan suatu ajang khusus yang menjadi pembahasan dalam triangulasi yaitu Indoclub Championship melalukan wawancara mengenai bagaimana uaya yang dilakukan pendiri Indoclub yaitu bapak Deny untuk memberikan pengenalan juga pengetahuan kepada publik yang menjadi target sasaran Indoclub.

Pengenalan yang dilakukan oleh Indoclub dengan melakukan pendekatan secara personal kepada beberapa pihak, seperti kepada *owner team*, kepada para pembalap, juga komunitas untuk memberikan pengenalan kepada publik bahwa adanya Indoclub. Selain melalukan pendekatan secara personal pihak Indoclub melakukan pengenalan dengan promosi digital seperti pamflet acara tersebut yang dapat disebarkan di sosial media seperti Instagram.

> *"Dilakukan beberapa pendekatan, pertama adalah pendekatan secara personal dari mulai owner team, manager team sampai kepada pembalap, dan kemudian masuk kedalam komunitas-komunitas balap, serta upaya-upaya dengan menggunakan digital promo serta gimmick didalamnya yang dilakukan secara berkesinambungan."* Deny, 14 Juni 2022

Pengenalan yang dilakukan betujuan untuk menciptakan ketertarikan publik terutama yang memiliki hobi dalam dunia otomotif juga balap motor sebagai target sasaran, tentu sebagai pihak dari Indoclub, namun pengetahuan untuk publik bahwa Indoclub salah satu nya adalah Indoclub menjadikan pihak media nomor satu untuk memiliki pengetahuan dari ajang khusus Indoclub tersebut, juga melalukan sosialisasi kepada beberapa pihak. Dilakukan sosialisasi sebagai bentuk upaya dalam menjelaskan perbedaan mendasar antara ajang khusus Indoclub dengan yang lainnya, dengan menggunakan semua *channel* media, dari mulai media massa dalam bentuk artikel dan juga *press conference* setiap balapan akan dilakukan juga ke media sosial agar semua menjadi *in line*, sehingga muncul ke khalayak dengan sajian kemasan acara yang berbeda dengan yang pernah ada.

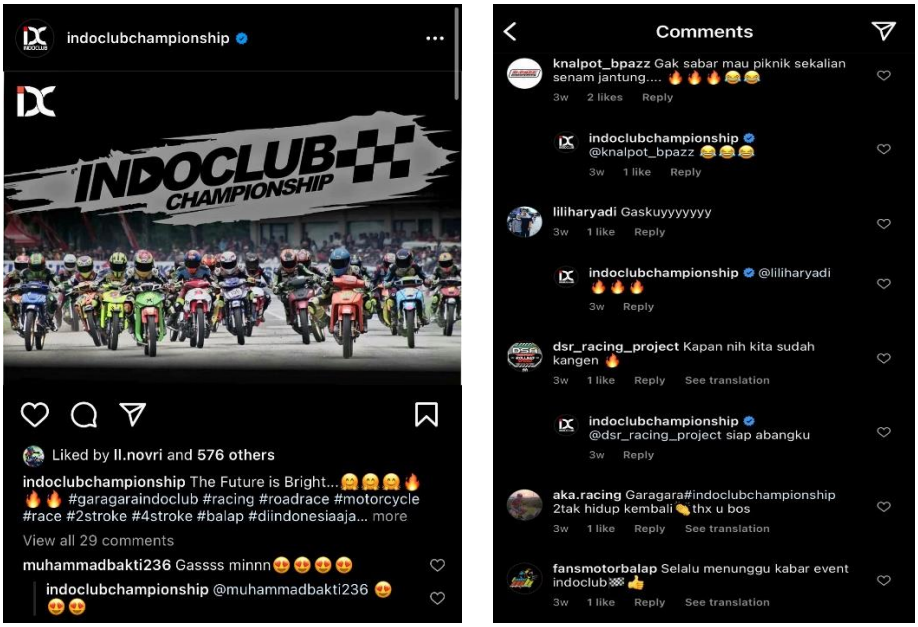
Gambar 4.14 Sebuah Artikel yang mengandung unsur pengenalan atau *awareness* yang diposting pada *Instagram*.
Sumber: *Instagram* Indoclubchampionship

Gambar 4.15 Artikel yang mengandung unsur pengetahuan atau *knowledge* terhadap publik
Sumber: *Instagram* Indoclubchampionship

4.3.2 Publikasi melalui Komunikasi Timbal Balik

Terdapat beberapa media otomotif yang telah meliput kegiatan berjalannya Indoclub seperti Motoplus, Otorace, Balapmotor.net, juga media yang meliput kegiatan tersebut melalui *youtube* seperti dari pidak Indoclub yang memiliki *youtube channel* Indoclub channel juga dari *youtube channel* beberapa media seperti Balapmotor.tv, hal tersebut sebagai bentuk perbedaan Indoclub dengan ajang khusus lain sebagai kompetitor. Pengetahuan yang diberikan juga diinformasikan dengan membuat iklan pada *Instagram feeds, reels, video, juga podcast, vlog youtube,* dan lain lain.

Bentuk komunikasi yang dilakukan Indoclub sebagai media publikasi dengan cara *digital placement* yang memiliki fungsi agar iklan atau pesan yang disampaikan pada sebuah iklan yang dibuat dapat tersampaikan secara tepat kepada publik atau target sasaran. Berikut alasan mengapa memilih digital placement sebagai bentuk komunikasi publikasi pada saat wawancara dengan peneliti bahwa saat ini jangkauan digital sangat luas sekali tidak terbatas dengan 80% penduduk Indonesia telah menggunakan media sosial untuk berbelanja, mencari informasi dan juga melakukan transaksi. Informasi yang diberikan tersebut dapat menjangkau unpack balik atau *feedback* dari publik yang memiliki keinginan untuk bergabung dengan ajang khusus Indoclub, seperti yang dikatakan narasumber bapak Deny selaku pendiri Indoclub, ia menyampaikan bahwa *feedback* yang diberikan oleh publik sangat beragam, tetapi secara keseluruhan publik sangat antusias dan menanti-nanti acara agar mereka bisa ikut berpartisipasi.



Gambar 4.16 Publikasi melaui *Instagram* dan terdapat Komunikasi Timbal balik

Sumber: *Instagram* Indoclubchampionship

4.3.3 Memberikan Kesan atau Citra Positif

Berdiri nya Indoclub dapat memiliki kesan yang baik juga positif bagi peserta yang berpartisipasi terdahap *event* tersebut, namun pihak Indoclub memiliki tugas untuk tetap menjaga citra positif Indoclub dimata publik. Kesan positif terlihat ketika Indoclub memiliki *feedback* yang positif pada comment publik di media sosial Instagram seperti menanti kegiatan balap motor tersebut diadakan secepatnya, karena dengan adanya penantian dari publik maka terciptanya kesan positif terhadap Indoclub dimata publik.

Mempertahankan citra positif tersebut juga dilakukan pihak Indoclub dengan beberapa hal seperti selalu menjaga intergeritas dalam setiap penyelenggaraan seperti tidak mementingkan keuntungan sepihak. Menjaga citra positif dengan menjaga integritas dalam setiap penyelenggaraan, yaitu dengan tidak mencari keuntungan sepihak, tetapi lebih kepada mencari hal-hal positif dan kemudian di *blow up* menggunakan media yang mereka pilih dengan kata lain melakukan *integrated caimpaign.*

Media dapat membantu memberikan citra positif Indoclub dimata publik, dengan banyaknya media yang meliput acara Indoclub semalik menciptakan kepercayaan publik dengan Indoclub juga dari pihak yang memberikan itikad baik atas berjalannya ajang khusus ini, seperti beberapa lembaga yang memberikan perizinan atas berjalannya Indoclub ini. Seperti yang disampaikan narasumber dalam pembahasan triangulasi selaku pendiri Indoclub, yang sangat berperan dalam memberikan itikad baik terhadap ini agar target atau masyarakat memiliki kesan positif yaitu pihak IMI (Ikatan Motor Indonesia) atas perizinan yang diberikan untuk berjalannya acara tersebut juga pihak para sponsor yang menjadi rekan dan membantu agar acara berjalan dengan lancar.

4.3.4 Mempertahankan Penerimaan Masyarakat

Masyarakat juga berperan penting untuk berjalannya suatu acara, sebagai suatu ajang khusus harus mengupayakan suatu cara agar dapat penerimaan dari masyarakat untuk mendapatkan kelancaraan suatu acara. Seperti yang dilakukan pihak Indoclub, ia menyampaikan bahwa upaya yang dilakukan untuk mempertahankan penerimaan masyarakat dengan berjalannya acara ini dari awal hingga saat ini, dengan menjaga kualitas atau mutu dari kejuaraan dalam acara tersebut, seperti *benefit* yang didapat oleh peserta yang menjadi juara.

> *"Masyarakat sangat menanti gelaran indoclub, setiap penyelenggaraan kami selalu di ramaikan oleh peserta dan pengunjung yang datang dari seantero Indonesia, jadi kita selalu berusaha menjaga kualitas atau mutu dari kejuaraan. Itu yang kami lakukan untuk menjaga kepercayaan masyarakat"* Deny, 14 Juni 2022

Banyaknya peserta yang mengikuti acara Indoclub dari berbagai daerah se Indonesia, karena ajang khusus ini adalah sebuah kegiatan balap motor bergengsi yang diikuti banyak pembalap-pembalap professional dari berbagai daerah seperti luar pulau dari Sulawesi, Kalimantan, Jawa Barat, dan lainnya. Para pembalap memang sering mengikuti segala acara ke berbagai daerah karena hal tersebut sudah menjadi profesi mereka.

Sebab dari hal itu maka cara tersebut dilakukan pihak Indoclub agar acara mereka dipercayaa masyarakat, juga melalukan Hubungan Masyarakat dari sisi *internal* maupun *eksternal, internal* seperti menjalin hubungan yang baik kepada

rekan kerja *team, crew*, juga seluruh para pekerja yang berpartisipasi pada Indoclub. *Eksternal* hubungan yang baik dengan publik, seperta para rekan media, para pembalap juga masyarakat.

4.3.5 Rekan dan Pelanggan Baru

Memperoleh rekan dan pelanggan baru melalui ajang khusus Indoclub merupakan suatu kunci keberhasilan terselenggarakannya acara tersebut, dengan sponsor-sponsor yang berpartisipasi dalam acara tersebut dapat membantu meringankan pengeluaran yang dikeluarkan oleh pihak pendiri Indoclub serta dapat membantu satu sama lain, seperti yang disampaikan oleh narasumber dalam pembahasan triangulasi disini, bahwa Indoclub memperoleh banyak rekan juga pelanggan baru dengan link suatu perkumpulan dan berkat menjalin hubungan yang baik kepada publik tertentu yang sehingga dapt memperoleh menjadi rekan kerja sama untuk membangun ajang khusus Indoclub. Upaya memperoleh rekan dari link orang-orang awalnya mereka kenal, dikarenakan *owner* aktif di dunia otomotif juga memiliki kenalan teman-teman yang memiliki usaha di bidang produk otomotif, jadi mereka mengajukan untuk menjadi rekan sponsor Desember 2016 awal *start*, awalnya hanya memiliki sponsor beberapa saja sesuai dengan berjalannya waktu sponsor kami terus bertambah.

Sponsor yang berpartisipasi dengan Indoclub seperti produk ternam Daytona, Antangin, NHK helmet, FDR dan lain-lain. Hal tersebut dapat berkaitan dengan pelanggan baru melalui ajang khusus ini, dengan banyaknya pihak sponsor yang membantu dan bekerja sama, dapat membuat benefit seperti hadiah para pembalap yang berjumlah lumayan besar untuk para pembalap yang menjadi juara pada saat acara berlangsung.

> *"Terus mengembangkan program2 baru dengan harapan menjangkau pelanggan-pelanggan baru, seperti yang selama ini kami lakukan di road race, kami coba program baru ke Drag bike dan lain lain agar pertumbuhan berkelanjutan dapat terus terjadi."* Deny, 14 Juni 2022

Memperoleh pelanggan baru juga dilakukan pihak Indoclub dengan cara mengadakan program baru dengan balapan tipe Drag bike. Drag bike jenis balapan dengan ketepatan waktu yang diperoleh oleh pembalap, dan hanya dengan trek lurus sekitar 201 meter, pemenang ditentukan dari waktu yang diikuti, sebagai

contoh adalah apabila peserta mengikuti kelas 9 detik, maka dapat dilihat dari waktu yang diperoleh pada saat balapan berlangsung yang tetap dengan 9 detik maka pembalap tersebut menjadi pemenang. Pihak indoclub membuat program sebagai ajang khusus baru mereka melalui drag bike untuk memperoleh pelanggan baru pada Indoclub tersebut.

Merancang Indoclub secara menarik, informatif dan kreatif dilakukan dengan cara POAC (Planning Organizing Actuating Controlling) cara tersebut dengan *planing* atau merencanakan stategi untuk acara tersebut, lalu *organizing* dengan pengelompokan pekerjaan ke pekerja lain sebagai team, actuating sebagai tindakan yang dilakukan pihak Indoclub untuk menyelenggarakan acara tersebut, dan *controlling*, memeriksa atau cek acara agar berjalan lancar.

Harapan untuk Indoclub selanjutnya disampaikan oleh pendiri Indoclub bapak Deny selaku narasumber dalam pembahasan triangulasi dalam penelitian ini, ia menyampaikan untuk target selanjutnya adalah menjalankan program-program balap diberbagai bidang tidak hanya di road race, tapi juga di dragbike, dan motocross secara konsisten.

BAB 5

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian dari hasil penelitian di atas, maka terdapat kesimpulannya adalah analisa yang dilakukan peneliti terhadap Humas pada PT. Dyra Karya Mandiri yang membangun sebuah ajang khusus yang bernama D-Event mengenai hal apa saja yang dilakukan Humas tersebut untuk memberikan pengenalan (awareness) dan pengetahuan (knowledge) kepada publik yang menjadi target sasaran terutama kepada publik yang memiliki hobi balap liar. Pengenalan juga pengetahuan yang diberikan dari Humas PT. Dyra Karya Mandiri ini dapat mempengaruhi publik yang suka balapan liar dan dapat memiliki tujuan yang positif untuk pembalap liar agar dapat memiliki motivasi yang lebih baik.

D-Event merupakan suatu ajang khusus untuk awal mula calon pembalap mengenal dunia balapan resmi, mulai dari pengenalan dan pengetahuan trek sirkuit, spesifikasi motor, dan ilmu yang diperoleh kepada diri masing-masing. D-event memberikan banyak pengetahuan bagi calon peserta karena hal tersebut yang dapat menjadi perbedaan ajang khusus D-Event dengan kompetitor ajang khusus lainnya, sehingga dapat melatih calon pembalap atau pembalap bibit baru untuk terus berlatih sampai mereka bisa mengikuti balap kejuaraan daerah juga kejuaraan nasional.

Ajang khusus D-Event tidak hanya berfokus untuk menarik pembalap-pembalap liar atau calon pembalap untuk mengikuti D-Event, tetapi sebagai Humas dalam mendirikan ajang khusus ini harus merancang berjalannya kegiatan tersebut dengan baik dengan memberikan rancangan yang menarik, informatif, dan kreatif untuk terciptanya sebuah ajang khusus yang sukses dengan sebuah latihan bebas yang diberikan pada D-Event untuk peserta atau pembalap dapat mengetahui spesifikasi motor mereka juga perkembangan diri atau kemampuan mereka. Hal informatif yang terdapat dari D-Event dengan memiliki regulasi atau membedakan setiap kelas yang diikuti oleh peserta dan agar dapat menarik pelanggan baru ataupun sponsor kepada ajang khusus ini

salah satunya dengan memberikan harga potongan untuk peserta yang membawa atau menggiring komunitasnya untuk membuka salah satu kelas pada acara tersebut. Tujuan dari kesimpulan ini untuk menjadikan sebuah ajang khusus D-Event menjadi ajang khusus yang sukses dan positif untuk publik.

5.2 Saran

. Berdasarkan penelitian analisis data dan kesimpulan yang telah diambil, peneliti memberikan saran yang mungkin dapat dipakai sebagai pertimbangan untuk pihak penyelenggara ajang khusus dalam menentukan langkah-langkah lebih lanjut yaitu:

Memberikan lebih banyak pengetahuan juga pengenalan terhadap pembalap liar sehingga mereka dapat dengan mudah mengikuti kegiatan positif dengan memberikan biaya pendaftaran yang lebih terjangkau. Mengapresiasi para pembalap yang menjadi juara dengan memberikan hadiah berupa uang tunai yang sedikit lebih, hal tersebut untuk membantu para pembalap juga lebih berkesan kepada D-Event karena upaya mereka untuk mengikuti kegiatan itu pun mengeluarkan biaya juga memiliki resiko bagi peserta.

Membangun kerja sama dengan rekan yang dapat sponsori D-Event, karena apabila memiliki sponsor tentu dapat meringankan pihak penyelenggara juga memberikan *benefit* lebih untuk peserta yang berpartisipasi.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Jurnal:

Afianti, Aen Istianah. (2015). Komunikasi Persuasif dalam Pembentukan Sikap (Studi Deskriptif Kualitatif pada PELATIH Pendidikan militer Tamtama TNI AD di Sekolah Calon Tamtama Rindam IV Diponegoro Kebumen). 2 November, Yogyakarta: Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/19625/

Bugiayustin, A. (2019). (2019). Peran Kepolisian dalam Menanggulangi Balapan Liar di Wilayah Hukum Polres Batang (Studi Kasus di Polres Batang)

Fajri, F. *(*2019*)*. Fuad Fajri. April, 33–35.

Hermawan, F., & Mahawati, E. (n.d.). Parkir Timur Senayan Jakarta Terhadap Resiko Kecelakaan.

Kasenda 2013. (n.d.). 1–13.

Yudi Harianto, Iin Ervina, E. I. R. (2019). Faktor-faktor Yang Mendorong Balap Liar Pada Remaja di Kabupaten Jember. Angewandte Chemie International Edition, 6(11), 951–952.

Yuliartini, N. P. R., Windari, R. A., & Pursika, I. N. (2017). Penanggulangan Balapan Liar Melalui Diseminasi Lintas dan Angkutan Jalan di Kalangan Remaja Kota. Jurnal Widya Laksana, 6(2), 81–89.

Sumber buku:

Ardianto. 2009. Public Relations Praktis. Bandung: Widya Padjadjaran

Ruslan, Rosady. 2016. Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D. Bandung: Alfabeta.

Suhandang, Kustadi. 2012. Public Relations Perusahaan: Kajian Program Implementasi. Bandung: Nuansa Cendekia

Sumber lain:

Kaskus. 2011. Monasco Balap Liar di Monas Mirip MotoGP. https://www.google.co.id/amp/s/amp.kaskus.co.id/.thread/0000000000000000102 08960/monasco-sirkuit-dadakan-monas

Akses pada: 20 Agustus 2011

Motorsport, ABM. 2014. Mengenal Istilah di Sirkuit. https://ww.abm-motorsport.co.id/berita/9114/mengenal-istilah-di-sirkuit

Akses pada: 11 Juni 2014

Setyowibowo, Yudi. 2022. Ini Jenis dan Tugas Marshal di MotoGP Mandalika 2022. https://otomotif.sindonews.com/read/684037/184/ini-jenis-dan-tugas-marshal-di-motogp-mandalika-2022-1644642170

Akses pada: 12 Februari 2022

LAMPIRAN

Lampiran 1 - Hasil Wawancara Informan Kunci

Nama Informan : Doedy Faisal

Jabatan : Founder & Humas D-Event

Lokasi Wawancara : Bigland Sentul Hotel. Jl.Olympic Raya No.4A, Sentul, Kecamatan Babakan Madang, Kabupaten Bogor, Jawa Barat. 16810

Tanggal Wawancara : Senin, 24 Mei 2022

Waktu Wawancara : 08.00- 09.30 WIB

Pewawancara : Xaesaria Permata Morrin

1. **"Pertanyaan pertama mengenai pengenalan dan pengetahuan mengenai bapak sebagai Humas dari D-Event, sebelum event D-Event diikuti banyak peminat, tentu bapak sebagai penemu dan humas dari D-Event ini memberikan pengenalan kepada publik, apa upaya yang dilakukan bapak untuk memberikan pengenalan D-event ini kepada publik terutama kepada publik yang memiliki basic dari seorang pembalap liar?"**

   Kita awal pengenalan lewat media sosial dan juga face to face melalui komunitas yang sedang ramai untuk diberikan sosialisasi tentang sirkuit seperti bahwa balapan yang legal itu di sirkuit dari safety nya, set up motor dan lain-lain.

2. **"Setelah pubik mengetahui ada nya D-Event, tentu ada yang membedakan special event D-Event dengan event lainnya sebagai kompetitor, bagaimana cara Bapak sebagai Humas memberikan knowledge atau pengetahuan kepada publik mengenai D-Event ini agar publik mengikuti event ini?"**

   Kita mengenalkan dari segi safety gear, pemakaian wearpack,glove,sepatu agar seperti pembalap, dan juga spesifikasi motor yang disesuaikan dengan sirkuit, itu menjadi hal yang membedakan dari kompetitor lain yang selaku event balap yang jarang memberikan knowledge atau pengetahuan seperti bagaimana racing line nya dan dari dulu menang nya nilai plus nya disitu

dan yang lain focus untuk balap, kalo d-event adalah entering dari balap roadrace karna orang pati gerogi masuk sirkuit, kalo di d-event di uji mental dia walaupun dia punya dana atau dana terbatas tapi mental nya di latih dulu maka barulah mereka ikut d-event setelah itu baru kejurda atau kejurnas.

3. **"Apa yang meyakinkan bapak bahwa sebuah pesan dari pengenalan dan juga pengetahuan tersebut yang diberikan telah sampai kepada publik?"**

   Penerapan di TKP, seperti di waiting zone kita check safety gear seperti wearpack, helm, motor kita check lagi sebelum mereka masuk arena balap, itu yang membuktikan bahwa pesan kita sebelum acara yang udah di informasikan di medsos kita lakukan di waiting zone.

4. **"Siapa yang memiliki wewenang untuk meningkatkan pengetahuan terhadap peserta atau target?"**

   Wewenang saya yang berikan, apabila skill mereka sudah lebih baik, kita adakan lagi kelas berikutnya seperti yang non, pemula, open. Meningkatkan skill bukan semata-mata untuk membuat mereka kapok, tapi meningkatkan skill dan kemampuan dia.

5. **"Baik selanjutnya mengenai publikasi dan timbal balik, dalam memberikan sebuah informasi agar publik memiliki pengetahuan dan pengenalan bahwa adanya event D-Event, dengan cara apa Bapak mempublikasi kan informasi tersebut kepada Publik, terutama publik yang memiliki hobi balap liar bahwa ada nya D-event?"**

   Sosial media facebook, instagram, whatsapp untuk broadcast karena kalau di WA bisa tanya jawab dengan calon pembalap nya untuk menentukan dia akan masuk di kelas apa, juga grup whatsapp.

6. **"Apakah ada timbal balik atau feedback dari publik tersebut? Dengan hal apa mereka memberikan feedback?"**

   Ada melalui tanya jawab di whatsapp karna kelas yang diciptakn pada D-Event ini tidak ada di kejurda kita memberi judul kelas sedikit aneh tapi sebagai melatih atau menggembleng peserta.

7. **"Bentuk komunikasi apa yang bapak pilih sebagai media publikasi kepada peserta dan apa alasan memilih media tersebut?"**

Kalo Facebook itu bisa dilihat umum karna ribuan org bisa buka tanpa harus add friend, kalua di Whatsapp memang sedikit kurang efektif tetapi setelah mereka menjadi tmn kita di wa maka mereka bisa memberikan feedback Tanya jawab langsung, kalau ig hanya untuk posting poster dan bebrapa kagiatan.

8. **"Pertanyaan selanjutnya berhubungan dengan memberikan kesan dan citra positif. D-Event ini tentu memiliki tujuan yang positif dan baik untuk publik, dengan berjalan nya D-Event dapat memberikan kesan bagi publik khususnya peserta, bagaimana tanggapan bapak bahwa D-Event dapat memberikan kesan bagi publik atau target sasaran dari D-Event ini?"**

   Sebenarnya memberikan kesan nya hanya satu sih, kita lebih tidak pelit atau royal memberikan throphy dan souvenir walau kalo souvenir kan tergantung dari budget, kalo throphy memang penghargaan bagi calonn yang menjadi pembalap ini, karena rata-rata ¾ dari peserta itu bawa throphy pulang, itu buat motivasi si peserta atau calon pembalap jadi lebih senang ikut d-event.

9. **"Agar selalu memberikan citra positif untuk D-event dimata publik dan target, apa hal yang bapak lakukan untuk mempertahankan citra positf D-Event dan apakah hal tersebut sudah efektif?"**

   Mempertahankan citra kita selalu menggemborkan jangan balap di jalan, balap di sirkuit tempat yang legal, untuk perizinan dari pihak kepolisian pun gampang dapatnya karna kita citra posistifnya menarik pembalap-pembalap liar untuk ikut ke sirkuit.

10. **"Siapa yang sangat berperan untuk memberikan itikad baik yang diberikan pada event ini agar target atau masyarakat memiliki kesan positif?"**

    Yang lebih berperan adalah perijinan, kalo dari event mungkin saya yang berperan tapi event ini tidak akan goal kalau tidak ada perizinan, karna kita mengumpulkan massa yang jumlah nya besar di atas 200 bahkan sampai 600, kalau perizinan di acc oleh pihak kepolisian acara ini bisa berjalan dengan sesuai rencana.

11. **“Apakah D-Event pernah mengalami keluhan atau complain dan mendapatkan berita buruk dari publik terhadap D-Event, apa yang bapak lakukan untuk mengatasi hal tersebut?”**

    Kalau keluhan biasanya dari sesame kompetitor event, seperti membuat viral bahwa d-event ini event balap bukan seperti yang kita buat ini untuk entering calon pembalap tapi d-event adalah event balap kenapa hadiah nya kecil, cuma dapat throphy, lap nya juga gak banyak, itu yang membuat para calon peserta berikutnya sedikit antusiasnya karna dapat informasi yang kurang akurat. Saya tanggapi nya bahwa ini bukan event kejurda atau kejuras yang punya regulasi juara 1-5 yang sudah jelas hadiahnya tapi kita berbentuk seperti arisan seperti latihan bersama.

12. **“Mengapa bapak memiliki keinginan untuk membangun atau mengadakan event ini? Apa alasannya?”**

    Alasannya pertama saya yang awalnya balap liar, sosok sayalah yang suka balaan di monasco, kemayoran, taman mini, dan suatu saat saya kecelakaan dan disitulah memicu buat saya kok tempatnya gak safety ya dijalan, setelah itu kita coba disirkuit ternyata teman banyak yang ikut, setelah banyak yang ikut sepertinya ini bisa di kelompokan dan bisa sewa lahan di sirkuit, dasar inilah kita membangun event ini.

13. **“Baik pak, selanjutnya upaya untuk mempertahankan penerimaan masyarakat. Bagaimana upaya D-Event dalam mempertahankan eksistensi untuk acara ini agar selalu diterima di masyarakat?”**

    Mengambil dan memperkerjakan warga wilayah setempat sirkuit, karena di sirkuit bising knalpot tapi kalo warga kita gak ajak itu akan jadi konflik dan ujung-ujung nya warga tidak memperbolehkan ada nya event karna bising suara knalpot, cara mempertahankan nya kita ajak warga untuk berkolaborasi dengan d-event sebagai marshal dan pedagang kecil di lingkungan sirkuit kita ajak untuk buka bazar atau jualan di pintu masuk dengan distribusi yang urus lurah sentul yang menggalang dengan biaya yang kecil.

14. **“Apakah ada kendala dalam mempertahankan event ini dari awal hingga saat ini? Khususnya terhadap penerimaan masyarakat?”**

Kendalanya dulu pernah awal kita tidak ajak wrga setempat, ujung2 nya perizinan wilayah setempat dipersulit, tapi semenjak kita ajak wilayah setempat itu izin lebih mudah dan event ini jadi ditunggu-tunggu warga.

15. **“Event ini sangat memiliki resiko besar untuk peserta, seperti apabila ada terjadi nya insident kepada peserta dan lain2, bagaimana strategi atau upaya bapak untuk memberikan tanggung jawab kepada peserta tersebut?”**

    Olahraga balap olahraga berbayar sepeti balap mobil atau motor jarang di cover asuransi, tapi kalau acara kita kami ikut di IMI asuransi untuk event tapi event nya yang di asuransi kan bukan pembalap nya, jika ada pembalap yang mengalami crash parah mereka bisa lapor ke IMI selama 1x 24 jam, d-event hanya sebagai jembatan untuk peserta mengkalim ke IMI dan IMI klaim ke pihak asuransi untuk sebagai penambah berobat.

16. **“Selanjutnya mengenai rekan dan pelanggan baru melalui D-Event. Bagaimana strategi bapak agar mendapatkan rekan atau pelanggan baru agar tertarik untuk bekerja sama dengan D-Event? Apakah ada strategi tersendiri?”**

    Memang d-event tidak mencari sponsor, jadi kita menggalang peserta ini agar tetap loyal dengan kita dan peserta yang sudah mengikuti d-event kita bertahukan untuk mengajak rekan nya yang masih ikut balap liar dijalan untuk ikut, nanti kita berikan diskon, itu strategi untuk tertarik ikut d-event juga mendapatkan pelanggan baru.

17. **“Dengan cara apa D-Event dapat dirancang secara menarik, informatif, dan kreatif agar berjalannya ke suatu special event yang sukses?”**

    Merancang menariknya di jadwal kita emberikan banyak latihan bebas, itu di event lain gak ada, di event balap latihan bebas set up motor sendiri hanya kualifikasi, kalo d-event kita berikan latihan bebas yang menjadi rundown acara, dan itu yang menjadi menarik, inorfatif nya kels nya tetap dibedakan antara motor bebek, matic, sport agar peserta baru tidak kaget, dan kreatifnya event ini kita buat yang beda seperti latihan bebas kita berikan banyak waktu.

18. **“Pada awal event ini digagaskan apakah sudah mempunyai rencana untuk mendapatkan sponsor dari event ini dimulai?”**

    Awalnya memang kita pernah mencari sponsor, tapi resiko nya waktu atau tanggal selalu terbentur oleh pihak sponsor. Seperti waktu itu kita sempat ingin bekerja sama dapat sponsor dari salah satu perusahaan produk otomotif ternama, cuma yang misalkan kita mau acara nya contohnya tanggal 10 tapi dari pihak sponsor tersebut tidak bisa tanggal 10, jadi selalu bentrok, karna kan kita harus konfirmasi dulu ke pihak sirkuit untuk tanggal yang kosong, jadi untuk menghindari kerumitan lebih baik sendir saja tidak ada sponsor agar acara berjalan lancar.

19. **“Baik untuk pertanyaan terakhir pak, bagaimana pendapat bapak mengenai berjalan nya event ini untuk kedepannya, apakah ada target tertentu untuk selanjutnya?”**

    Event ini tetap jalan, target nya juga kita dapat tawaran di kelas balap ajang kejurnas yang mengajak kita untuk buka kelas pada acara tersebut, harapannya tetap berjalan, kalau dari saya pribadi kasihan kalau event ini tidak ada, balapan berbentuk roadrace tidak bisa di adakan di jalan raya, kalau drag mungkin bisa di jalan tapi jatohnya balap liar, tapi kalau roadrace jadi tidak ada bibit baru. Makanya kalau bisa kita minta support dari warga, teman, perizinan agar lebi mudah agar terus bisa berjalan.

Lampiran 2 - Hasil Wawancara Informan Utama

Nama Informan : Chaesar Phillyp

Jabatan Informan : Selaku Pembalap Liar yang mengikuti D-Event

Lokasi Wawancara : The Anggana. Jl.Gor Pakansari, Nanggewer Mekar, Kec. Cibinong, Kab. Bogor, Jawa Barat. 16915.

Tanggal Wawancara : 27 Mei 2022

Waktu Wawancara : 14.30 – 16.00 WIB

Pewawancara : Xaesaria Permata Morrin

1. **"Baik untuk pertanyaan pertama pembahasan mengenai pengenalan dan pengetahuan. Sejak kapan anda mengetaui bahwa adanya event D-Event?"**

   Sejak tahun 2011 saya mengetahui nya, awalnya tau dari temen yang biasa ikut balap liar di monasco mengajak untuk main sirkuit jangan di jalanan lagi.

2. **"Apa yang membuat anda memiliki keinginan untuk bergabung di event ini?"**

   Karena event ini safety dan bagus, tidak ada kendaraan lain kalo kita jatoh pun lebih aman karna disirkuit dan pake perlengkapan aman.

3. **"Bagaimana upaya anda untuk bergabung mengikuti event ini, dan dengan cara apa?"**

   Pertama sih saja izin sama orag tua untuk mendapatkan perlengkapan balap, karna pembalap jalan menuju ke sirkuit perlu modal banyak, kedua saya cari info kapan event ini running, dan pertama kali main saya di tahun 2012.

4. **"Berawal dari pembalap liar apakah anda perlu banyak beradaptasi untuk mengikuti balap resmi pada event d-event?"**

   Pasti karena banyak perbedaan antara saya yang biasa balap di jalan dengan di sirkuit, di jalan mungkin tidak terlalu perlu banyak teknik, tapi disaat saya gabung dengan d-event saya belajar banyak dengan senior-senior juga dan ternyata balapan di sirkuit perlu teknik tidak sembarangan balap.

5. **“Apakah anda mengetahui bahwa kegiatan balap liar bukanlah kegiatan yang baik? Apa alasan anda mengikuti balap liar?”**

   Karna komunitas monasco yang saya tau diadakan oleh sebuah komunitas bernama kaskus, lalu saya lihat dan seperti nya seru, dan juga diajak komunitas saya dan saya lihat dulu tidak terlalu ramai seperti sekarang, dan pembaap disana memakai pakaian safety pakai helm, protector seperti decker, dan jaket. Saya jadi pikir ini masih safety.

6. **“Baik untuk selanjutnya pembahasan mengenai publikasi dan umpan balik atau feedback yang diberikan. Pada awal anda mengetahui d-event apakah anda bergabung dengan rekan2 lain di sosial media? Jika ia sosial media apa?”**

   Bergabung, itu ada facebook dari grup yang dibuat dari ketua D-event, itu bermanfaat untuk kita lihat-lihat foto kita saat balapan dan informasi event itu.

7. **“Bagaimana cara anda memberikan feedback / umpan balik bahwa anda akan berpartisipasi dalam acara tersebut?”**

   Saya awal kabari anak-anak kounitas kaskus dan tanya-tanya tentang event ini dan mereka bilang event ini anak dibuat kelas-kelas nya untuk balapan, disitu saya semakin menarik untuk ikut dan langsung contact Bapak Doedy bagaimana cara bergabung lalu saya join dengan melakukan pendaftaran.

8. **“Apa hal yang membuat anda beralih dengan kebiasaan balapan liar menjadi kegiatan balapan positif?”**

   Yang buat saya beralih sebenarnya saat saya ikut d-event saya masih suka balap liar di monasco, tapi ada satu hal yang buat saya benar-benar berhenti karena pada waktu itu di monasco ada yang kecelakaan, motor adu banteng menabrak mobil lalu orang-orang nya cukup parah sekarat, dan saya lihat langsung dengan kepala saya sendiri, dari situ saya benar-benar berpikir bahwa ini bahaya, lalu saya memutuskan untuk balapan di sirkuit saja.

9. **“Apakah ada benefit yg diberikan d-event sudah membuat kepuasan tersediri dari anda sebagai peserta?”**

   Kalo secara finansial sih tidak ada karena tidak ada hadiah yang besar, karna memang itu dibilang latihan bersama sampai sekarang pun judulnya latihan

bersama, tapi keuntungan di kita bisa disiplin, setelah kita turun ikut event ini kita jadi disiplin di jalan raya dan menghargai pengguna jalan, dan tau temoat dimana kita harus ngebut, juga kita jadi males ikut liaran, jujur yang tadinya keinginan liaran yang tadinya mungkin 100% jadi ada di hati saya tuh 15% lah, karna memang saya menikmati di sirkuit setelah saya jatuh di sirkuit itu masih aman.

10. **"Bagaimana kesan anda setelah mengikuti event d-event dengan basic anda seorang pembalap liar?"**

    Kita dapat tempat untuk melampiaskan hobi, karna ketika suatu hobi sudah ada tempatnya dan dukungan jadi lebih senang, seperti dulu saya hanya bisa melihat oran-orang balapan disirkuit sekarang saya bisa balapan di sirkuit, dari awal saya ikut sampai titik tertinggi saya, saya bisa ikutan kejuaraan daerah dan kejuaraan nasional sehingga menjadi seorang pembalap resmi.

11. **"Menurut anda apakah event D-event dapat dikategorikan event yang baik untuk pembalap-pembalap liar yang memiliki keinginan menjadi seorang pembalap atau menyalurkan hobi mereka?"**

    Sangat baik untuk pengalaman, saya sampaikan 1000% sangat baik, balik lagi ke orang nya masing-masing ada yang sudah mendapatkan ilmu tetapi disalakgunakan seperti mereka tetap balap liar untuk menunjukkan bahwa mereka hebat pernah di sirkuit dan lain-lain, tapi kalau bagi saya event ini sangat baik.

12. **"Perubahan apa yang anda alami selama mengikuti event tersebut apakah ada perubahan besar?"**

    Sudah pasti ada, dari saya sih jadi lebih dewasa dalam engendarai motor dijalan raya, jadi takut ngebut, kalo tidak lengkap seperti kalo tidak pakai helm jadi kurang enak jadi saya bawa motor pasti pakai helm, karena pengalaman saat mengikuti d-event. Inti nya jadi lebih dewasa dalam berkendara.

13. **"Apa kendala anda selama mengikuti event D-event? Apa kendalanya?"**

Kendala di motor, kadang motor suka mati disaat kita sudah mau start untuk balapan, dan juga pengeluaran untuk motor ketika kita jatuh dan motor banyak yang harus diperbaiki.

14. **"Selanjutnya mengenai penerimaan masyarakat, pada saat anda melalukan balap liar Monasco, bagaimana upaya anda dalam mempertahankan penerimaan masyarakat sekitar area balap liar sehingga mereka sudah terbiasa dengan adanya balapan tersebut?"**

    Yang terbiasa pertama pedagang, pedagang tuh senang banget kalo sudah hari jumat malam, seperti yang jual kopi, pop mie. Selain itu supir taksi dia sudah tau adanya balapan liar tersebut mereka sudah paham, mereka ambil jalur kiri bukan jalur utama jadi mereka speerti mengerti kita.

15. **"Apakah ada kendala dalam mempertahankan penerimaan masyarakat tersebut?"**

    Ada di dekat monas seperti markas TNI, itu kadang yang liaran di lempar balok ke track nya, ketika balok itu keluar kita stop untuk sejam bahkan ada yang pulang juga.

16. **"Bagaimana pendapat anda mengenai d-event yang memperoleh beberapa masyarakat sekitar untuk menjadi bagian dari event mereka?"**

    Cukup membantu, karena sekali ada event bisa ratusan orang yang datang, membantu ekonimi orang sekitar sirkuit, dan memang orang-orang warga sekitar sirkuit sentul itu memang sudah menjadi mata pencaharian mereka setiap ada event, itu menurut saya bagus bisa perkerjakan anak-anak muda juga.

17. **"Pesan apa yang ingin anda sampaikan kepada masyarakat yang saat ini sering mengikuti kegiatan balap liar?"**

    Balap liar ada drag yang tipe lurus saja juga ada roadcare atau cornering yang belok-belok, kalo sekarang ini yang liaran paling banyak yang drag yang lurus, pesan saja kalau liaran jangan sampai main dijalan yang benar2 jalan utama yang sering dilalui, kalao bisa di jalan yang sudah tidak terpakai. Saya tidak bisa kasih pesan untuk mereka berhenti, ketika kita sudah hobi tapi disuruh berhenti.

18. **“Pada saat anda sudah mengikuti D-Event, bagaimana cara anda untuk mengajak rekan atau teman-teman balap liar anda untuk beralih untuk mengikuti d-event?”**

    Banyak rekan yang saya ajak, teman-teman saya yang belum tau event ini, dan saya pengaruhi mulai dari upgrade motor nya, ban dan lain-lain, kadang dari social media yang melihat foto saya saat balapan mereka bertanya itu event apa dan lain-lain jadi mereka ingin ikut juga.

19. **“Hal menarik apa yang ada pada d-event yang sehingga membuat anda tertarik menjadi bagian dari event tersebut?”**

    Latihan bersama nya ini kita bisa bersama-sama kenal satu sama lain juga menambah teman-teman.

20. **“Pertanyaan terakhir apa harapan dan pendapat anda untuk D-Event?”**

    Jangan pernah lelah mendidik bibit baru, dan coba regulasi diperketat lagi, berdiri sendiri saja untuk kedepannya agar bisa berjalan terus agar adik-adik kita di luar sana yang mungkin ingin menjadi pembalap bisa tersalurkan di D-Event ini.

Lampiran 3 - Hasil Wawancara Informan Tambahan

Nama Informan : Noel

Jabatan Informan : Masyarakat sekitar yang berpartisipasi dengan D-Event

Lokasi Wawancara : Secara online melalui chat whatsapp

Tanggal Wawancara : 24 Mei 2022

Waktu Wawancara : 22.25- 23.33 WIB

Pewawancara : Xaesaria Permata Morrin

1. **"Sejak kapan ibu/bapak mengetahui event D-Event?''**
   Untuk tau adanya event ini sudah lama mungkin dari tahun 2015, karena kebetulan kita tinggal di daerah sini jadi kita tau adanya event ini di tahun 2015, tapi untuk berpartisipasi ke event ini dari sekitar tahun 2017.
2. **"Dengan cara apa event D-Event memberikan pengenalan mengenai event yang mereka buat?"**
   Kami diberikan informasi dari pihak kantor sirkuit sentul bahwa boleh berjualan di event ini, jadi awalnya kita hanya dapat kabar dan sudah dapat izin dari RT & RW setempat juga kelurahan dan hanya bayar sewa yang tidak terlalu mahal per hari untuk jualan buka stand disini.
3. **"Melalui apa bapak/ ibu sebagai rekan mempublikasi bahwa produk jualan bapak/ibu sedang berkerja sama dengan D-Event? Mengapa memilih cara tersebut? Apakah cara tersebut sudah efektif?"**
   Dengan cara kita buka stand disini berupa tenda, estalase seperti bazar, disini kita jual produk makanan lauk pauk untuk para pembalap juga penonton disini. Menurut kita sudah efektif karna untuk tiket masuk datang ke event ini bayar agak rumit untuk pembalap atau penonton kalo berpergian keluar sirkuit untuk membeli makanan, pembalapa dan orang-orang yang meonton event ini tidak perlu keluar lagi untuk membeli makan untuk mempermudah mereka.
4. **"Bagaimana cara bapak/ ibu memberikan feedback / umpan balik bahwa bapak/ibu ingin bekerja sama dengan pihak D-Event?"**

Kita lapor ke pihak setempat, penjaga sirkuit kebetulan kita kenal orang-orang yang bekerja di sirkuit ini, lalu kita lapor kepada yang penyelenggara event ini Bapak Doedy, dengan hubungi lewat whatsapp bahwa kita mau buka stand.

5. **"Apa yang membuat bapak/ibu ingin berkerja sama atau berpartisipasi dengan event D-Event?"**

   Untuk mencari keuntungan lebih soalnya ada nya event ini bisa membuat berkali lipat pendapatan kita, karena event ini cukup ramai ada pembalap, penonton, juga orang-orang tim dari pembalap tersebut dan biaya untuk membuka stand disini juga tidak terlalu mahal, dan mudah untuk diurus.

6. **"Apakah bapak/ ibu memiliki kesan dengan partisipasi dengan event ini?"**

   Iya karena event ini bebas penonton umum juga bisa nonton, jarang event balap memperbolehkan kita untuk berjualan, kalo di event ini boleh jualan jadi setiap 2 bulan sekali karna event ini cukup ramai.

7. **"Apa itikad baik yang diberikan pihak D-event yang dapat sebagai benefit bapak/ibu sebagai rekan?"**

   Mungkin event ini memperbolehkan kita berjualan itu sudah itikad baik, krena tidak semua event memperbolehkan kita, juga d-event tidak ada S&K yang rumit dengan hanya bayar sewa dan udah dapat perizinan.

8. **"Itikad baik yang diberikan dari pihak d-event kepada bapak/ ibu apakah sudah memenuhi keinginan?"**

   Sudah, tetapi mungkin yang menjadi kendaa event ini tidak ada setiap mingu jadi kita tidak bisa dapat penghasilan selama seminggu sekali, jadi selama ada event ini 2 bulan sekali kita benar2 memanfaatkan adanya event ini, karena sehari-hari kita berjualan hanya di rumah saja dan secara online untuk sekitar kita.

9. **"Bagaimana cara bapak/ibu agar masyarakat dapat memiliki kepuasan dan kepercayaan dengan produk yang bapak/ibu jual?"**

   Saya disini menjual sesuai yang sekiranya mereka butuhkn, yang namanya balap pasti mereka seharian di sirkuit dan tidak hanya pembalapnya yang datang ada keluarga, mekaniknya dan lain-lain. Saya jual produk lauk pauk

dan nasi rames karena menurut saya itu yang mereka butuhkan kalau saya hanya jual makanan ringan itu tidak bikin mereka kenyang, tapi kalau nasi bisa membuat mereka kenyang dan lebih irit.

10. **“Hal apa yang bapak/ ibu lakukan untuk mempertahankan kerja sama dengan D-Event?”**

    Saya mentaati peraturan pada berjalannya event ini, dan menyajikan makanan yang fresh yang bagus kualitsnya, jangan sampai ada yang tidak baik kualitasnya dan membuat orang complain kalau ada yang complain juga kan pasti berpengaruh ke event ini jadi saya menyajikan kualitas yang bagus.

11. **“Apakah ada kendala selama bapak/ibu bekerja sama dengan D-event? Dan bagaimana cara menyelesaikan kendala tersebut?”**

    Kendalanya event ini tidak ada dalam beberpa minggu sekali hanya 2 bulan sekali jadi kita bia mendapatkan keuntungan lebih dengan jangka waktu yang cukup lama, kita harus menunggu sampe event ini ada lagi, karna kalau jualan di event lain itu ada batasan nya misalnya yang boleh jualan hanya 10 orang atau berapa jadi tidak bebas kalo di event ini kita bisa lebih bebas walaupun jualannya ada yang sama.

12. **“Selama bapak/ ibu bekerja sama dengan D-Event apakah bapak/ibu telah mendapatkan rekan atau pelanggan baru?”**

    Pelanggan baru dapat, kita buka stand disini suka nonton balap juga, dari orang-orang yang mampir bisa jadi kenal, ada yang langganan selalu beli di kita setiap event, ada juga langganan yang sudah pesan dari whatsapp bebrapa hari lalu sebelum event untuk pesan makan pada hari H balap 10 bungkus atau 15 bungkus.

13. **“Dengan cara apa bapak/ibu merancang produk yang bapak/ ibu jual secara menarik, kreatif dan informatif agar dapat mencapai target sasaran?”**

    Kita pakai banner, ada meja, estalase, kita sediakan kursi juga beberapa tapi tidak banyak karena kalau banyak akan makan tempat. Saya rancang secara bersih dan menarik agar pengunjung tau adanya produk kita.

14. **“Baik untuk pertanyaan terakhir. Apa saran dan harapan bapak/ibu kepada event D-Event?”**

    Terus maju, sukses, ramai pengunjung semoga event ini berjalan terus.

Lampiran 4 – Hasil Wawancara Triangulasi

Nama Informan : Deny

Jabatan Informan : *Founder event* Indoclub Championship

Lokasi Wawancara : Secara online melalui chat whatsapp

Tanggal Wawancara : 14 Juni 2022

Waktu Wawancara : 13.53 WIB

Pewawancara : Xaesaria Permata Morrin

1. **"Sebelum *event* Indoclub diikuti banyak peminat, tentu bapak sebagai penemu dan humas dari *event* ini memberikan pengenalan kepada publik agar terciptanya pengenalan, apa upaya yang dilakukan bapak untuk memberikan pengenalan kepada publik terutama kepada publik?"**

   Dilakukan beberapa pendekatan, pertama adalah pendekatan secara personal dari mulai *owner team, manager team* sampai kepada pembalap, dan kemudian masuk kedalam komunitas-komunitas balap, serta upaya-upaya dengan menggunakan digital promo serta gimmick didalamnya yang dilakukan secara berkesinambungan.

2. **"Setelah pubik mengetahui ada nya Indoclub, tentu ada yang membedakan special event Indoclub ini dengan event lainnya sebagai kompetitor, bagaimana cara Bapak sebagai Humas memberikan knowledge atau pengetahuan kepada publik mengenai Indoclub mengenai yang membedakan Indoclub dengan event lain agar publik mengikuti event ini?"**

   Sosialisasi sebagai bentuk upaya dalam menjelaskan perbedaan mendasar antara *event* kami dengan yang lainnya, dengan menggunakan semua channel media, dari mulai media massa dalam bentuk artikel dan juga press conference setiap balapan akan dilakukan juga ke media sosial agar smua menjadi in line, sehingga muncul ke khalayak dengan sajian kemasan acara yang berbeda dengan yang pernah ada.

3. **“Dalam memberikan sebuah informasi agar publik memiliki pengetahuan dan pengenalan bahwa adanya event Indoclub, dengan cara apa Bapak mempublikasi kan informasi tersebut kepada Publik?”**
   Dengan cara membuat iklan, dalam bentuk feeds, reels, video, podcast, vlog youtube, dan lain-lain.
4. **“Dalam memberikan informasi tersebut, apakah ada timbal balik atau feedback dari publik? Dengan hal apa mereka memberikan feedback bahwa mereka ingin berpartisipasi dengan event Indoclub?”**
   Feedback yang diberikan oleh publik sangat beragam, tapi *overall* mereka sangat antusias dengan menanti nanti acara agar mereka bisa ikut berpartisipasi.
5. **“Bentuk komunikasi apa yang bapak pilih sebagai media publikasi kepada peserta dan apa alasan memilih media tersebut?”**
   Digital placement, karna saat ini jangkauan digital sangat luas sekali tidak terbatas dengan 80% penduduk Indonesia telah menggunakan media sosial untuk berbelanja, mencari informasi dan juga melakukan transaksi.
6. **“Agar selalu memberikan citra positif untuk Indoclub dimata publik dan target, apa hal yang bapak lakukan untuk mempertahankan citra positf event Indoclub dan apakah hal tersebut sudah efektif?”**
   Untuk menjaga citra positif yaitu dengan menjaga integritas dalam stiap penyelenggaraan, yaitu dengan tidak mencari keuntungan sepihak, tetapi lebih kepada mencari hal-hal positif dan kemudian di *blow up* menggunakan media yang kita pilih dengan kata lain kami melakukan *integrated caimpaign.*
7. **“Siapa yang sangat berperan untuk memberikan itikad baik yang diberikan kepada event ini agar target atau masyarakat memiliki kesan positif? (contoh: seperti lembaga-lembaga perizinan untuk terselenggarakan nya acara ini)”**
   Ikatan Motor Indonesia & semua sponsor yang terlibat membantu sehingga acara dapat berjalan lancar.

8. **“Apakah Indoclub pernah mengalami keluhan atau complain dan mendapatkan berita buruk dari publik terhadap Indoclub, apa yang bapak lakukan untuk mengatas hal tersebut?”**

   Ada yang Pro dan pasti ada yang Kontra, tetapi kita tidak pernah ambil pusing soal itu, karna kita menjawab tantangan tersebut dengan terus menelurkan karya.

9. **“Mengapa bapak memiliki keinginan untuk membangun atau mengadakan event ini? Apa alasannya?”**

   Agar dapat berkontribusi secara nyata dalam memajukan balap motor di Indonesia.

10. **“Bagaimana upaya bapak untuk Indoclub, dalam mempertahankan eksistensi untuk acara ini agar selalu diterima di masyarakat?”**

    Masyarakat sangat menanti nanti gelaran indoclub, setiap penyelenggaraan kami selalu di ramaikan oleh peserta dan pengunjung yang datang dari seantero Indonesia, jadi kita selalu berusaha menjaga kualitas atau mutu dari kejuaraan. Itu yang kami lakukan utk menjaga kepercayaan masyarakat.

11. **“Bagaimana strategi bapak agar mendapatkan rekan atau pelanggan baru agar tertarik untuk bekerja sama dengan Indoclub? Apakah ada strategi tersendiri?”**

    Terus mengembangkan program-program baru dengan harapan menjangkau pelanggan2 baru, seperti yang selama ini kami lakukan di road race, kami coba program baru ke Drag bike dan lain lain agar pertumbuhan berkelanjutan dapat terus terjadi.

12. **“Dengan cara apa Indoclub dapat dirancang secara menarik, informatif, dan kreatif agar berjalannya ke suatu special event yang sukses?”**

    POAC (planning organizing actuating controlling) *Controlling* yang sangat penting agar *event* dapat terlaksana sesuai dengan tujuan yang diinginkan.

13. **“Pada awal event ini digagaskan apakah sudah mempunyai rencana untuk mendapatkan sponsor dari event ini dimulai? Apabila memiliki rekan (sponsor dll) bagaimana cara bapak menarik rekan tersebut?”**

Upaya memperoleh rekan dari link orang-orang yang kita kenal awalnya, karna saya aktif di dunia otomotif juga memiliki kenalan teman-teman yang memiliki usaha di bidang produk otomotif, jadi mengajukan untuk menjadi rekan sponsor. Desember 2016 awal start, awalnya hanya memiliki sponsor beberapa saja, sesuai dengan berjalannya waktu sponsor kami terus bertambah.

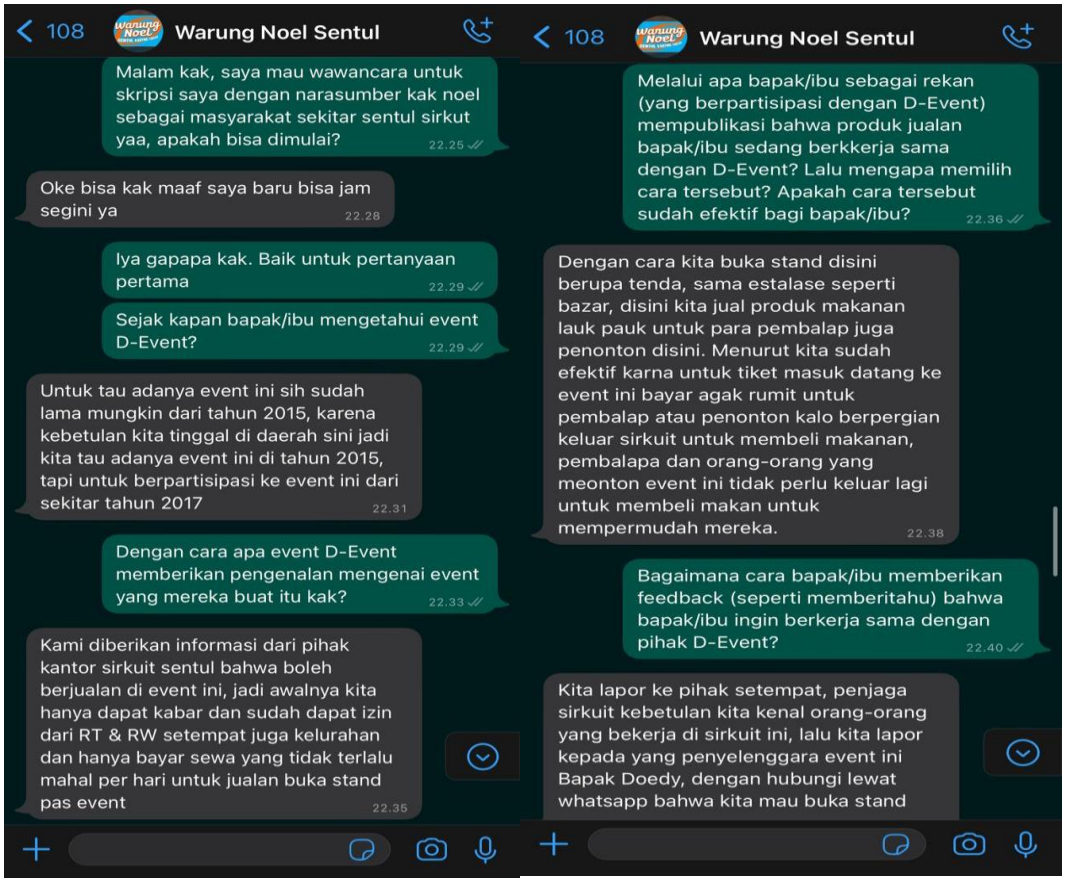
14. **"Bagaimana pendapat bapak mengenai berjalan nya event ini untuk kedepannya, apakah ada target tertentu untuk selanjutnya?"**

    Target selanjutnya adalah menjalankan program-program balap diberbagai bidang tidak hanya di road race, tapi juga di dragbike dan motocross secara konsisten.

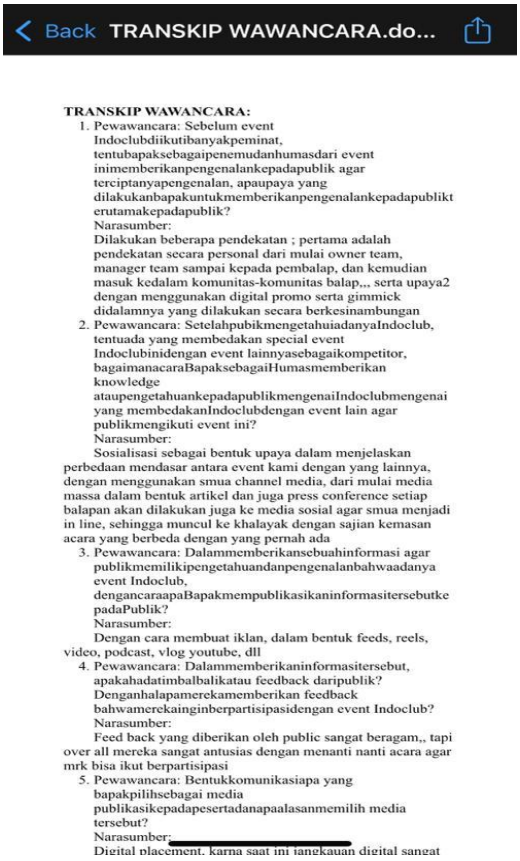
Lampiran 5 - Dokumentasi Wawancara

Dokumentasi wawancara bersama informan kunci, bapak Doedy Faisal selaku pendiri dan Humas event D-Event di Bigland Hotel Sentul 23 Mei 2022.

Dokumentasi wawancara dengan informan utama bernama Chaesar Phillyp selaku pembalap liar yang mengikuti *special event* D-Event di The Anggana (rumah narasumber) 27 Mei 2022.



Dokumentasi bukti wawancara dengan informan tambahan bernama Noel selaku masyarakat sekitar Sentul yang berpartisipasi dengan D-Event, melalui online whatsapp chat 24 Mei 2022



Dokumentasi bukti wawancara narasumber Triangulasi, bapak Deni selaku Founder event Indoclub Championship, secara online melalui whatsapp pada 14 Juni 2022.