

BAB III

PELAKSANAAN KERJA PROFESI

3.1 Bidang Kerja

3.1.1 *Marketing Communication*

Marketing Communication merupakan aktivitas pemasaran melalui proses perencanaan dan menjalankan konsep, harga, promosi berupa barang atau jasa sebagai bentuk kerjasama dengan perusahaan atau organisasi lain (Harmony, 2021). Sama halnya dengan *Marketing Communication* atau biasa disebut *Marcomm*, Brand Activation juga melakukan hal yang sama yaitu, dengan menawarkan bentuk jasa atau kerjasama dengan brand. *Marketing Communication* juga disebut dengan Komunikasi Pemasaran merupakan suatu proses dan konsep dari suatu produk atau jasa yang disampaikan kepada konsumen melalui berbagai saluran yang berintergritas, berkesinambungan, dan sesuai yang bertujuan untuk menjual produk atau jasa tersebut.

Adapun faktor utama dari strategi komunikasi pemasaran adalah changes atau perubahan. Dengan adanya perubahan *Marcomm* harus lebih fleksibel dan memiliki visibilitas yang menyesuaikan dengan fenomena yang terjadi (Tulasi, 2012). Peran dari komunikasi pemasaran meliputi:

a. **Periklanan (*advertising*)**

Iklan dibayar oleh perusahaan atau promotor yang terlibat sebagai salah bentuk dari promosi barang atau jasa. Ada dua bentuk iklan yaitu berebentuk digital dan non digital. Macam-macam bentuk iklan yaitu, billboard, poster, brosur, video-tapes/ motion.

b. **Promosi penjualan (*sales promotion*)**

Sebuah program dari komunikasi pemasaran dalam jangka yang pendek. Tujuannya untuk menguji konsumen mengenai suatu prooduk atau jasa yang baru. Misalnya, undian berhadiah, pameran, membagikan kupon, dan mengikuti kontes.

c. ***Event and experience***

Merupakan aktivitas yang dibuat oleh perusahaan itu sendiri untuk menciptakan merk khusus yang masih berhubungan dengan interaksi perusahaan. Misalnya, festival, perjalanan tour, dan menjadi sponsor pada sebuah ajang olahraga nasional atau internasional

d. Publisitas dan *public relations*

Sebuah program promosi yang dibuat khusus oleh perusahaan untuk mempromosikan produk khusus dan juga untuk menjaga citra perusahaan.

e. Pemasaran langsung (*direct marketing*)

Kegiatan ini pada umumnya dilakukan oleh perusahaan melalui telepon, faksimil, e-mail atau tatap muka langsung untuk berdialog. Misalnya, perusahaan membagikan katalog.

f. Penjualan langsung (*personal selling*)

Suatu program berbentuk perorangan atau kelompok secara langsung atau tatap muka dengan para konsumen dengan cara presentasi dan menjawab pertanyaan-pertanyaan. Misalnya, mengadakan peragaan (*show*).

3.1.2 *Event Management*

Event management atau manajemen acara menurut Godblatt adalah sebuah kegiatan dengan sekelompok orang bersifat profesional dan kolaboratif yang memiliki tujuan perayaan, pendidikan, pemasaran atau reuni yang juga memiliki tanggung jawab dalam riset, perencanaan, koordinasi, desain, dan realisasi acara (Kholik, 2020). Sebuah manajemen acara membutuhkan sebuah persiapan yang tepat dari berbagai sisi untuk mencapai tujuan kesuksesan dari acara tersebut. Persiapan untuk menuju tujuan tersebut adalah dengan memperhatikan langkah dari awal sampai akhir secara teratur dan taktis agar tidak ada persiapan yang terlewatkan.

Hal utama yang dilakukan oleh sebuah penyelenggara acara adalah membuat perencanaan salah satunya konsep acara. Perencanaan yang dibuat terdiri dari konsep acara, proposal yang didalamnya terdapat budgeting yang dibutuhkan, membuat materi untuk narasumber (jika dibutuhkan), dan mencari sponsor. Menurut William O' Toole dan Phyllis Mikolaitis (2007), sebuah event perusahaan memiliki berbagai tujuan tertentu. Event perusahaan menjadi salah satu strategi komunikasi perusahaan. Beberapa tujuannya adalah menjaga

hubungan baik dengan perusahaan atau organisasi lain, sebagai kegiatan komunikasi yang efektif, membentuk citra positif perusahaan, membangun kredibilitas yang terpercaya terhadap kemungkinan adanya resiko atau isu (Mutia Dewi, 2013).

Salah satu bentuk dari *event management* adalah *special event*. Adapun macam-macam dari special event diantaranya, seminar atau webinar, perayaan ulang tahun perusahaan, perayaan hari besar nasional dan *press conference*. Saat melaksanakan kerja profesi, praktikan juga menjalankan special event webinar, perayaan ulang tahun perusahaan, perayaan hari besar nasional dan *press conference*.

3.1.3 Event planner

Event planner atau *event organizer* merupakan personal atau tim yang bertanggung jawab dalam membuat perencanaan acara agar berjalan baik dan benar. Seorang *event planner* harus memahami berbagai hubungan dengan bidang terkait, mulai dari hubungan dengan klien, sponsor, dan media. Seorang event planner juga harus bisa menegosiasikan harga yang terbaik untuk kebutuhan yang penting dengan klien. Hal ini biasanya seorang event planner harus berhubungan dengan divisi lain untuk kebutuhan seperti harga pembicara, peserta yang dibutuhkan, mengatur promosi, dan hubungan dengan media.

Event planner juga menggunakan suatu konsep pemasaran yang didalamnya berbentuk promosi, yaitu seperti berikut ini:

a. What (produk apa yang ditawarkan)

Ketika membuat promosi, event planner harus menentukan produk yang akan ditawarkan kepada klien.

b. Who (siapa sasaran promosi?)

Perusahaan harus menentukan juga siapa target atau sasaran yang dituju ketika melaksanakan promosi, apakah anak-anak, remaja, atau orang dewasa.

c. Where (memilih media)

Maksudnya disini adalah, selain menentukan target atau sasaran yang sesuai. Perusahaan juga harus memilih media yang cocok untuk sasaran tersebut.

d. When (penjadwalan)

Hal ini menyesuaikan waktu yang akan digunakan untuk memasarkan atau promosi.

e. How (strategi promosi)

Hal ini menyangkut bagaimana strategi atau strategi seperti apa yang akan digunakan untuk melakukan promosi.

f. How much (anggaran biaya)

Setelah semuanya terkonsep, hal terakhir adalah menentukan anggaran biaya yang dibutuhkan untuk kebutuhan promosi dan menyelenggarakan acara.

Saat melaksanakan kerja profesi, praktikan melakukan sebuah *event planner* seperti, membuat konsep acara, membuat proposal kreatif, membuat budgeting, berhubungan dengan klien, membuat rundown acara, membuat script atau materi yang dibutuhkan, dan bertanggung jawab atas jalannya acara.

3.1.4 Creative Event

Definisi dari kreatif sendiri adalah sesuatu yang baru dari sebelumnya. Sesuatu yang kreatif memiliki ciri khas tersendiri seperti, kebaruan dan keunikan yang bermanfaat dan bertujuan agar disenangi oleh masyarakat. Bentuk-bentuk kreatif juga meliputi berbagai bidang kehidupan yaitu, keilmuan, seni, sastra, dan lain sebagainya. Dalam menciptakan suatu gagasan atau ide kreatif yang dapat menarik dan diperhatikan oleh audiens merupakan tugas yang dilakukan oleh *creator*.

Creative atau divisi kreatif adalah bagian dari divisi yang menciptakan suatu ide-ide kreatif tersebut yang dapat menarik dan mendukung keberhasilan dari brand activation. Ide-ide yang kreatif dan menarik biasanya akan juga teringat dan diperhatikan oleh khalayak yang menentukan juga keberhasilan dari brand tersebut. Untuk mendukung ide-ide kreatif yang dapat dituangkan biasanya menggunakan aplikasi atau wadah untuk mendesain ide kreatif tersebut.

Untuk mendesain hal tersebut juga dibutuhkan keterampilan dan memperhatikan penggunaan warna atau huruf yang cocok untuk desain tersebut. Dalam hal ini praktikan memanfaatkannya untuk membuat proposal kreatif acara untuk dipromosikan kepada klien. Tujuannya agar proses dilaksanakannya event

berjalan dengan benar. Adapun langkah-langkah yang dilakukan sebelum melaksanakan event:

a. Perencanaan

1. Mengadakan pertemuan dengan pihak yang bersangkutan (brief/meeting)

Tujuannya diadakannya pertemuan adalah untuk membicarakan tujuan dari acara, tema, konsep, waktu pelaksanaan acara, dan sebagainya.

2. Membuat dan mengajukan proposal kepada klien

Setelah mengadakan pertemuan, divisi kreatif akan membuat proposal sesuai dengan apa yang sudah dibicarakan yang meliputi, pengisi acara atau narasumber yang dibutuhkan, menentukan tempat (venue) acara, total anggaran yang dibutuhkan, program acara, dan lain sebagainya.

3. Persiapan materi

Dalam hal ini divisi kreatif menyediakan tim sales untuk berhubungan dengan klien terkait dengan property yang dibutuhkan untuk acara, transportasi, konsumsi atau cathering, dan lain sebagainya.

b. Pelaksanaan

1. Venue (tempat): divisi kreatif akan melakukan survey tempat yang sesuai dengan permintaan klien. Tetapi saat ini, dikarenakan sedang mengalami pandemi, maka acara dilakukan secara virtual via web atau aplikasi yang memadai.

2. Layout: hal ini salah satu bentuk promosi acara dalam bentuk desain visual yang memperhatikan elemen kata-kata atau caption dan elemen gambar.

3. Rundown acara: membuat susunan acara dari awal hingga akhir acara selesai sesuai dengan waktu yang telah ditentukan.

4. Pembuatan desain promosi: dalam hal ini divisi kreatif dibantu oleh divisi desain membuat desain sebagai sarana promosi seperti, baliho, spanduk, poster, v-banner, flayer, backdrop, dan lain sebagainya. Seperti yang sudah dikatakan jika saat ini melakukan event secara virtual maka divisi kreatif juga membuat background zoom.

5. Perijinan: hal ini dilakukan untuk menghindari kejadian yang tidak diinginkan atau tidak diduga.

c. Evaluasi

Evaluasi merupakan salah satu cara untuk menilai efektivitas dan produktifitas di berbagai bidang didalam kehidupan. Baik pada kehidupan individu, kelompok, atau lingkungan kerja (Astuti, 2020).

3.2 Pelaksanaan Kerja

MNC Portal Indonesia memiliki lebih dari sepuluh klien yang mempercayai untuk mengatur dan menjalankan sebuah acara perusahaan atau organisasinya. Disaat praktikan melaksanakan kerja profesi, praktikan berkesempatan terlibat dalam beberapa *event* seperti, Pelatihan dan Pembinaan Lemhannas RI, FGD dan Webinar BNPB, Hut 16th Koran Sindo, Indonesia Visionary Leader season VIII, Rangkaian Hut Kemerdekaan RI (Festival Indonesia Tangguh 2021), dan Press Conference Wirausaha Muda Mandiri *livin by mandiri #livinthedream*.

3.2.1 Marketing Communication

Pada pelaksanaan kerja profesi di MNC Portal Indonesia, peran atau tugas *Marketing Communication* adalah merancang, membuat, dan mempromosikan atau memasarkan produk atau jasa, membuat promosi, melakukan riset untuk kebutuhan sesuai dengan pasar, pemberi keputusan akhir segala kebutuhan yang terkait promosi atau klien, dan berhubungan dengan pihak klien. Pada kesempatan ini, praktikan diminta untuk terlibat dalam beberapa tugas seperti, merancang, membuat, dan mempromosikan suatu jasa, mengkonfirmasi segala kebutuhan yang terkait promosi dan klien, dan berhubungan dengan klien.

3.2.2 Event Planner

a. What (produk apa yang ditawarkan)

Saat praktikan melaksanakan kerja profesi pada divisi brand activation bersama *marketing communication* menawarkan bentuk jasa kerjasama penyelenggaraan *special event* seperti, seminar/webinar, hari ulang tahun perusahaan, hari besar nasional, podcast, *press conference*, dan lain sebagainya.

b. Who (siapa sasaran promosi?)

Sasaran dari promosi *event* bermacam-macam tergantung permintaan dari klien. Saat praktikan melaksanakan kerja profesi, sasaran

atau target dari promosinya rata-rata adalah remaja dan dewasa yang berusia 18-30 tahun. Tergantung dari event apa yang dibuat dan permintaan klien.

c. Where (memilih media)

Karena praktikan sudah berada dibawah naungan media, media utama yang dipilih berasal dari MNC Portal itu sendiri. Tetapi, jika permintaan klien mengadakan *press conference* yang di mana mengundang media banyak. Maka, pihak marcomm dan *event management* akan melakukan kerjasama kepada media lain untuk dapat berpartisipasi. Pada hal ini, praktikan hanya terlibat dalam menghubungi media dari MNC Portal itu sendiri.

d. When (penjadwalan)

Praktikan membuat penjadwalan acara selama setahun sesuai dengan tanggal dan bulan yang sudah ditentukan klien

BULAN AGUSTUS 2021						
SENIN	SELASA	RABU	KAMIS	JUMAT	SABTU	MINGGU
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

BULAN SEPTEMBER 2021						
SENIN	SELASA	RABU	KAMIS	JUMAT	SABTU	MINGGU
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30			

Gambar 3.1 Jadwal Event Brand Activation

e. How (strategi promosi)

Dalam menjalani *event*, harus memikirkan seperti apa strategi promosi yang digunakan. Saat menjalani kerja profesi, praktikan terlibat dalam menyusun strategi dalam hal promosi. Selain itu juga praktikan ikut berpartisipasi dalam menyebarkan hal-hal promosi.

f. How much (anggaran)

Dalam pembuatan anggaran divisi brand activation dibantu dengan tim finansial. Penentuan anggaran atau budgeting disesuaikan dengan budget yang dikeluarkan oleh klien dan sponsor. Praktikan membuat

budgeting menggunakan Microsoft excel selama dua hari kerja, lalu diserahkan kepada pihak finance untuk dikonfirmasi kembali.

3.2.3 Creative Event

Pada pelaksanaan kerja profesi pada MNC Portal Indonesia, praktikan berada dibawah pembinaan Manager Brand Activation. Praktikan diminta untuk terlibat dan berpartisipasi dalam beberapa perencanaan acara untuk special event klien dua angkatan Lemhannas RI, dimulai dari perencanaan, implementasi, sampai evaluasi acara berlangsung. Praktikan juga terlibat dengan kegiatan perencanaan acara lainnya yang pada hal ini pada brand activation disebut dengan divisi *creative event*.

3.2.3.1 Lemhannas RI

Lembaga Ketahanan Nasional atau Lemhannas merupakan Lembaga Pemerintah Non Kementerian Indonesia yang bertugas melaksanakan tugas pemerintahan di bidang pendidikan tingkat nasional dan pemantapan nilai-nilai kebangsaan (Lemhannas.go.id, 2021). Lemhannas RI mengadakan sebuah pembinaan dan pelatihan kepada Guru dan Dosen dari berbagai daerah. Dilaksanakannya pembinaan ini adalah untuk meningkatkan nilai-nilai kebangsaan secara virtual.

Acara ini diikuti oleh Delapan (8) angkatan dari Lemhannas yang berasal dari dua divisi yaitu divisi Binlak dan divisi PUP. Masing-masing divisi diikuti oleh empat (4) angkatan. Acara ini dilaksanakan secara bertahap pada setiap angkatannya yaitu selama 2 minggu. Saat praktikan melakukan kerja profesi, praktikan masuk ditegah-tengah sudah berjalannya acara Lemhannas PUP angkatan 1. Bentuk dari acara ini dilakukan secara virtual karena faktor sedang masa pandemi.

a. Perencanaan

1. Mengadakan pertemuan dengan pihak yang bersangkutan (brief/meeting)

Pada kegiatan brief atau meeting dengan pihak Lemhannas praktikan diminta untuk menjelaskan pelaksanaan event, menanyakan dan mendata berapa banyak orang yang datang ke studio, serta memastikan setiap property atau kebutuhan sudah tepat. Seperti, alat antigen dan

suster yang bertugas untuk dihari yang sudah ditentukan, serta dibutuhkan protocol kesehatan lainnya. Karena, sebelum dimulai acara biasanya semua pihak yang datang ke studio dilakukan test swab antigen terlebih dahulu. Jadi, praktikan mendata dan memastikan hal tersebut.

Hal ini juga berhubungan dengan mata kuliah Manajemen Acara, di mana praktikan dengan anggota atau panitia lainnya mempersiapkan dan mengatur jalannya acara virtual yaitu Pelatihan dan Pembinaan Lemhannas RI. Praktikan memberiefing pembicara. Sama halnya dengan yang praktikan lakukan saat mengikuti mata kuliah Manajemen Acara.

Praktikan biasanya melakukan pertemuan secara langsung dengan pihak Lemhannas RI pada tanggal 13 Agustus 2021 untuk membicarakan venue dan keperluan apa yang dibutuhkan oleh Lemhannas RI. Biasanya, Divisi yang melaksanakan acara terlebih dahulu adalah Lemhannas Binlak pada dua minggu awal dan dilanjut divisi Lemhannas PUP.

2. Membuat dan mengajukan proposal kepada klien

Dikarenakan praktikan ikut terlibat ditingkat acara sudah berjalan seminggu, praktikan tidak dilibatkan dalam membuat proposal kreatif. Tetapi praktikan diminta untuk membuat data anggaran atau budgeting tambahan dari acara tersebut. Karena, biasanya ada saja tambahan property atau permintaan lain-lain dari budgeting awal oleh pihak Lemhannas RI.

Table 3.1 Template Budgeting (Excel)

No.	Nama Barang	Qtt	Total	Keterangan

Seperti, masker, disinfektan, baterai, dan lain-lain. Budgeting ini nantinya akan dimasukkan kedalam proposal. Dalam membuat budgeting, praktikan menggunakan aplikasi Microsoft excel. Untuk membuat proposal menggunakan Microsoft word dan proposal kreatif menggunakan Microsoft power point. Setelah proposal jadi, proposal harus disetujui oleh

pihak klien dan finance terkait budgeting. Setelah disetujui acara baru bisa dilaksanakan.

3. Persiapan materi

Untuk persiapan atau kebutuhan materi pihak Lemhannas RI memiliki materi pribadi untuk digunakan. Bentuknya berupa biodata pembicara atau narasumber, script moderator, dan daftar nama peserta. Tetapi, praktikan membantu untuk menoperasionalkannya kedalam pronter. Dalam hal kebutuhan konsumsi praktikan dibantu oleh tim sales yang sudah disediakan khusus Lemhannas RI. Pelatihan dan pembinaan Lemhannas RI diikuti sebanyak 100 peserta yang terdiri dari Guru tingkat SD, SMP, dan SMA dari berbagai sekolah di daerah Indonesia, serta Dosen dari berbagai Universitas.

b. Pelaksanaan

1. **Venue (tempat):** dikarenakan Indonesia sedang mengalami pandemic dan tidak boleh membuat acara dikerumunan, acara ini memiliki keterbatasan tempat dan orang yang datang pun dibatasi. Tempat untuk acara ini adalah sepuluh orang dari pihak Lemhannas RI di studio Sindo dan crew. Sedangkan, para peserta di rumah masing-masing. Acara ini menggunakan aplikasi zoom meeting untuk mengadakan acara secara virtual atau online. Pada saat pelaksanaan, Lemhannas datang dihari terakhir pada acara Lemhannas Binlak untuk memastikan kebutuhan sebelum acara Lemhannas PUP berjalan diesok hari. Praktikan berkesempatan membantu Lemhannas PUP mengkonfirmasi segala kebutuhan Lemhannas PUP.
2. **Rundown acara:** sebelum membuat rundown acara praktikan membuat jadwal atau schedule waktu pelaksanaan acara. Pada Lemhannas angkatan 1 dilaksanakan pada bulan Juni 2021. Pertama, Lemhannas Binlak dilaksakan mulai tanggal 8-16 Juni 2021. Kedua, dilanjut oleh Lemhannas PUP pada tanggal 21-29 Juni 2021. Pada angkatan kedua dilaksanakan pada tanggal 26-30 Juli & 2-3 Agustus 2021 untuk divisi Binlak, dan untuk divisi PUP 23-31 Agustus 2021. Pada angkatan ketiga dilaksanakan pada tanggal 1-9 September 2021

untuk divisi Binlak, dan untuk divisi PUP 21-29 September 2021. Semuanya dimulai pukul 07:00 WIB-17.30 WIB. Yang dilakukan ketika acara dimulai adalah pertama, test swab antigen pada pukul 06:30 – 07:00 WIB. Kedua, dilanjut pembukaan oleh Direktur Jenderal Lemhannas selama setengah jam, Ketiga, diambil alih oleh moderator yang bertugas selama setengah jam dari pukul 07:30 sampai dengan pukul 08:00 WIB. Keempat, perkenalan pembicara oleh moderator. Kelima, penyampaian materi oleh pembicara selama kurang lebih satu sampai dua jam. Keenam, dilanjut sesi diskusi atau tanya jawab narasumber dengan peserta. Dan terakhir, evaluasi kegiatan Lemhannas RI dengan peserta hingga pukul 17:00 WIB. Pembuatan rundown acara menggunakan Microsoft word.

- 3. Dokumentasi:** Selain membuat perencanaan acara, praktikan mendapatkan kepercayaan sebagai dokumentasi acara. Selama acara Lemhannas RI berlangsung, praktikan melakukan sesi dokumentasi untuk keperluan report pribadi dan report klien. Praktikan, mengambil dokumentasi sebanyak tujuh angle yang berbeda. Tujuannya untuk dapat melihat berbagai angle yang penting-penting saja. Bentuk dari dokumentasi pada event BNPB adalah foto dan video. Video yang dibutuhkan berupa potongan-potongan berdurasi 30 detik.

3.2.3.2 BNPB

Badan Nasional Penanggulangan Bencana atau disingkat BNPB merupakan Lembaga Pemerintah Nonkementerian yang bertugas membantu Presiden dalam melakukan peanggulangan bencana sesuai dengan amanat Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2007 tentang Penanggulangan Bencana (bnpb.go.id, 2021). BNPB bekerjasama dengan MNC Portal untuk membuat acara FGD dan Webinar yang rata-rata temanya tentang pandemi Covid-19 di Indonesia.

FGD dan Webinar dari BNPB ini mendatangkan pembicara-pembicara sesuai dengan ahlinya. Seperti, dokter gigi, dokter kulit, psikolog, dan olahragawan. Tujuannya diadakan event FGD dan Webinar ini adalah untuk memberikan informasi dan wawasan baru kepada masyarakat mengenai cara mengatasi stress dikala pandemi, olahraga yang cocok bagi penderita yang baru terdampak positif covid-19, bagaimana cara merawat kebersihan kulit dan tubuh

di masa pandemic, dan lain sebagainya. Acara ini berlangsung selama tujuh bulan. Mulai dari bulan Juni 2021 - Desember 2021.

a. Perencanaan

1. Mengadakan pertemuan dengan pihak yang bersangkutan (brief/meeting)

Pada kegiatan brief atau meeting, Praktikan terlibat dan berpartisipasi melakukan briefing kepada moderator acara webinar dan pembicara. Tetapi, briefing pembicara secara virtual. Sedangkan, moderator secara langsung. Praktikan juga memastikan segala materi yang dibutuhkan sudah terpenuhi. Seperti, script moderator, materi pembicara yang akan ditampilkan, dan lain sebagainya.

2. Membuat dan mengajukan proposal kepada klien

Dalam pembuatan proposal kreatif, praktikan ikut terlibat dalam membuat budgeting dan mengedit proposal yang sudah memiliki template. Pembuatan proposal menggunakan Microsoft power point *dan remove background*. Didalamnya terdapat nama acara dan tema acara, waktu pelaksanaan acara, background dan *objectives* dari semua pembicara. gambar atau foto para pembicara, protokol kesehatan yang diterapkan, moderator suggestion, rundown dan lain sebagainya sesuai kebutuhan dari klien. Ketika memasukkan gambar atau foto pembicara, praktikan menggunakan *remove background* yang agar lebih rapih pada proposal. Setelah dirasa selesai, praktikan mengajukannya kepada atasan agar di review dan direvisi (jika ada). Lalu, jika sudah disetujui oleh pihak finance, proposal tersebut bisa diajukan kepada pihak BNPB.

3. Persiapan Materi

Materi yang dibutuhkan oleh BNPB adalah *Term of Reference* (TOR), script moderator, pertanyaan "gimmick" untuk para pembicara, checklist pembicara dan *weekly report* untuk evaluasi. Praktikan banyak terlibat dan berpartisipasi pada event BNPB dalam hal kebutuhan materi selama *event* berlangsung. Dalam membuat TOR dan *script* moderator, praktikan menggunakan Microsoft office word yang sudah memiliki template. Ada dua jenis *weekly report*, satu berbentuk Microsoft office word

yang berisikan nama pembicara dan foto pembicara, dan kedua dalam bentuk Microsoft power point yang didalamnya berisikan judul atau nama acara, tanggal acara berlangsung, views pada YouTube, link YouTube, dan poster acara.

Dalam membuat checklist pembicara, praktikan menggunakan Microsoft excel. Weekly report dan checklist pembicara merupakan bagian dari evaluasi dan keperluan pihak event management dan pihak BNPB.

Tanggal	Acara	Tema	Tahap
17/06/2021	FGD Series BNPB	Waganda sugama penyuluhan khusus di masa pandemi	Pembicara : Dr. Ari Fahrial Syam SpPD Moderator : Indo Sigit Cahri Peserta :
17/06/2021	Webinar BNPB	Jika tinggalkan kemudian pindah di era new normal	Pembicara : Dr. Sari Kusumawati Dr. Susiltha SpSC Moderator : Hary Peserta :
17/06/2021	FGD Series	perca komunikasi keluarga	Pembicara : Kegani Lantawati Moderator :

Gambar 3.2 Checklist Pembicara BNPB

Pembuatan checklist pembicara dilakukan sehari setelah seminggu melaksanakan acara. Praktikan juga membuat checklist pembicara BNPB hanya sehari. Setelah itu checklist pembicara diserahkan kepada pihak finance untuk dikonfirmasi lagi kepada pihak manager.

Selain mempersiapkan materi praktikan juga ikut terlibat dan bertanggung jawab dalam jalannya acara. Seperti, mengatur pronter untuk menayangkan script moderator dan mempersiapkan materi pembicara.

Hal ini juga berhubungan dengan mata kuliah Manajemen Acara, di mana Praktikan dengan anggota divisi acara yang bertanggung jawab membuat materi untuk host dan para pembicara yang akan mengisi acara nantinya.

b. Pelaksanaan

1. **Venue (tempat):** dikarenakan Indonesia sedang mengalami pandemic dan tidak boleh membuat acara dikerumunan, acara ini memiliki keterbatasan tempat dan orang yang datang pun dibatasi. Pada acara ini hanya sepuluh orang crew dan satu moderator yang hadir di studio Sindo. Sedangkan, para pembicara berada di rumah masing-masing.

Acara ini ditayangkan pada live streaming pada platform YouTube diantaranya, MNC Koran Sindo, Okezone.com, dan Sindonews.com. Pada saat pelaksanaan, praktikan ikut terlibat dalam memonitoring live streaming di YouTube MNC Koran Sindo.

2. **Layout:** Pada hal ini, praktikan ikut berpartisipasi dalam pembuatan elemen kata-kata atau caption dan gambar untuk kebutuhan promosi acara. Seperti pemilihan font yang tepat dan pemilihan gambar atau foto yang tepat untuk dipromosikan. Pengerjaan untuk pemilihan font dan gambar untuk didalam visual selama dua hari kerja. Setelah mendapatkan yang tepat praktikan mengaplikasikannya kedalam desain untuk pembuatan poster.
3. **Rundown acara:** Sebelum membuat rundown acara praktikan membuat jadwal atau *schedule* waktu pelaksanaan acara. Event BNPB pertama pada tanggal 17-18 Juni 2021, kedua, 12-15 Juli & 21-22 Juli 2021, ketiga, 4-5 Agustus & 11-13,19 Agustus 2021, keempat, 13-14,20 September & 30 September 2021. Acara ini dilaksanakan pukul 10:00 – 12:00 WIB, 13:00 – 14:30 WIB, dan 15:30 – 16:30 WIB. Kegiatan diawali dengan membriefing moderator secara langsung selama sepuluh menit, mempersiapkan materi 15 menit, memastikan semua property berfungsi dengan baik, dan pada sepuluh menit sebelum acara dimulai dan membriefing pembicara secara virtual.
4. **Pembuatan desain promosi:** Praktikan dilibatkan untuk membuat poster BNPB FGD dan Webinar yang dilaksanakan pada tanggal 11-13, 19 Agustus 2021. Pembuatan poster tersebut memakan waktu lima hari kerja. Praktikan mendapatkan tiga kali revisi dan setelah dirasa desain sudah selesai yaitu pada tanggal 9 Agustus 2021 praktikan menyerahkannya kepada divisi desain untuk dikonfirmasi dan disetujui. Setelah itu poster diunggah ke media sosial Instagram milik Koran sindo @koransindo.
5. **Dokumentasi:** selain membuat perencanaan acara, praktikan mendapatkan kepercayaan sebagai dokumentasi acara. Selama acara BNPB berlangsung, praktikan melakukan sesi dokumentasi untuk keperluan report pribadi dan report klien. Praktikan, mengambil dokumentasi sebanyak tujuh angle yang berbeda. Tujuannya untuk

dapat melihat berbagai angle yang penting-penting saja. Bentuk dari dokumentasi pada event BNPB adalah foto dan video. Video yang dibutuhkan berupa potongan-potongan berdurasi 30 detik.

3.2.3.3 HUT 16th Koran Sindo

Koran sindo adalah media berita cetak yang kini sudah beralih menjadi platform digital menjadi sindonews.com yang masih dibawah naungan MNC Group dan sindonews.com berada didalam PT MNC Portal Indonesia. Walaupun begitu, koran Sindo masih tetap berdiri dan aktif memproduksi koran.

Hut koran Sindo bertujuan untuk memperingati 16 tahun Koran Sindo berdiri hingga saat ini. Hut koran Sindo menyelenggarakan acara berupa webinar yang bertemakan “*Value of Trust*” dan menghadirkan pembicara dari petinggi-petinggi dari perusahaan ternama. Acara spesial ini tentunya juga menghadirkan Executive Chairman MNC Group yaitu Hary Tanoesoedibjo sebagai opening speaker dari acara ini.

Pada kesempatan ini, Praktikan hanya ikut berpartisipasi pada kegiatan lapangan secara langsung. Dikarenakan, pembuatan perencanaan dari acara ini sudah berlangsung sebelum praktikan melaksanakan kerja profesi. Praktikan hanya ikut serta bertanggung jawab pada property yang dibutuhkan ketika acara berlangsung, menyebarkan poster webinar pada media sosial, dan juga ikut meraimaikan acara dengan mengikuti webinar tersebut.

3.2.3.4 Indonesia Visionary Leader (IVL) Season VIII

Indonesia visionary leader merupakan program rutin yang diselenggarakan MNC Portal Indonesia yang juga untuk menggali upaya daerah dalam merumuskan, mengomunikasikan, mengimplementasikan, sekaligus membudayakan visi tersebut di wilayah kepemimpinan (Portal, 2021). Tema dari acara ini adalah bagaimana cara menghadapi pandemi Covid-19 di berbagai daerah. Sebanyak 15 kepala daerah diuji visinya dalam menghadapi pandemi Covid-19 di hadapan para juri yakni Direktur Jenderal Otonomi Daerah (Otda) Kemendagri Akmal Malik, Ketua Pembina Indonesia Institute for Corporate Directorship Andi Ilham Said, Pakar Komunikasi Politik UIN Syarif Hidayatullah Jakarta Gun Gun Heryanto dan Guru Besar Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Indonesia Budy Frensidy.

Disaat pelaksanaan kerja profesi praktikan ikut berpartisipasi dan terlibat pada event Indonesia Visionary Leader season VIII dan juga pada malam inagurasi yang di mana mengumumkan pemenang dari IVL season VII dan VIII. Pada malam inagurasi juga dihadiri oleh chairman MNC Group Hary Tanoesoedibjo.

Hary Taneosoedibjo mengatakan pada wawancaranya kepada Tim MNC Portal “Setiap kepala daerah memiliki visi dalam mencari dan mengaplikasikan solusi terhadap permasalahan pada pandemic Covid-19. Dalam Indonesia Visionary Leader bisa tergambar bagaimana solusi yang dijalankan oleh para pemimpin atau kepala daerah tersebut dalam menanggulangi pandemic Covid-19 di daerahnya masing-masing”.

a. Perencanaan

1. Membuat dan mengajukan proposal pada klien

Dalam pembuatan proposal kreatif, praktikan ikut terlibat dalam membuat budgeting dan mengedit proposal yang sudah memiliki template. Pembuatan proposal menggunakan Microsoft power point dan remove background. Didalamnya terdapat nama acara dan tema acara, waktu pelaksanaan acara, background dan objectives dari semua pembicara. gambar atau foto para pembicara, protokol kesehatan yang diterapkan, *moderator suggestion*, rundown dan lain sebagainya sesuai kebutuhan dari klien.

Proses pembuatan proposal pada event ini cukup lama yaitu dua minggu. Di mana praktikan juga mengalami beberapa kali revisi. Hal yang direvisi biasanya adalah *suggestion* dari host, pembicara, dan guest untuk acara. Banyak perubahan pergantian host. Faktornya adalah karena harga host atau kriteria host yang kurang cocok. Begitupun pada pemilihan *guest*. *Guest* yang dimaksud adalah guest star atau bintang tamu untuk kebutuhan entertain.

Ketika memasukkan gambar atau foto pembicara, praktikan menggunakan remove background yang agar lebih rapih pada proposal. Setelah dirasa

selesai, praktikan mengajukannya kepada atasan agar di *review* dan direvisi (jika ada). Setelah itu, proposal dapat disetujui oleh pihak *finance* dan direktur.



Gambar 3.3 Proposal Kreatif IVL

Praktikan juga melakukan hal yang sama ketika menjalani mata kuliah Manajemen Acara yaitu membuat proposal. Proposal formal dan proposal kreatif. Praktikan mengimplementasikan pembelajaran yang sudah didapat saat menjalani mata kuliah Manajemen Acara.

Saat pembuatan proposal kreatif IVL Praktikan mendapatkan pujian dari tim brand activation terutama dari pembimbing kerja. Karena, menurut mereka hasil dari proposal kreatif yang Praktikan buat sudah cukup bagus dalam membuat proposal kreatif walaupun harus revisi berkali-kali. Tetapi, dalam pengetahuan dan kemampuan Praktikan sebagai mahasiswa sudah dikatakan bagus untuk dunia kerja.

b. Pelaksanaan

- 1. Venue (Tempat):** Pada saat penjurian atau pemaparan visi dari kepala daerah dilakukan secara virtual atau online. Sedangkan, pada malam inagurasi yang bertujuan mengumumkan para pemenang dilakukan secara offline di MNC Conference Hall, iNews Tower 3rd -4 th Floor, Jakarta. Walaupun offline ditengah pandemi, tetapi tetap menjaga protokol kesehatan yang ketat. Para peserta yaitu kepala daerah dan seluruh pihak yang terlibat harus mengikuti test swab antigen terlebih dahulu yaitu pada yang sudah disediakan pada pukul 16:00 WIB dan juga pengecekan suhu tubuh sebelum memasuki ruangan. Praktikan terlibat dan bertanggung jawab atas *property* yang digunakan pada

vanue. Mulai dari, meja dan kursi, hidangan tamu, mengatur posisi tamu saat menaiki panggung, menjadi dummy, dan lain sebagainya.

- Rundown acara:** Praktikan juga ikut terlibat dalam pembuatan rundown acara malam inagurasi yang dilaksanakan pada tanggal 9 September 2021 dari awal acara hingga akhir acara. Pembuatan rundown acara menggunakan Microsoft excel lalu diconvert kedalam bentuk pdf agar terlihat lebih rapih.

No	Time	Start	End	Description	Staff/Team	Status	Remarks
1	12:00	12:00	17:00	Clear Call		-	All show stand by
2	13:00	13:00	17:00	GR		All in show	All show stand by
3	18:00	18:00	17:00	FINAL PREPARATION		-	Final preparation - Check list - Check sound - Check lighting
MALAM INAGURASI INDONESIA VISIONARY LEADER (IVL)							
4	18:00	18:30	19:30	Open Registration	- Panitia Panitia - Panitia Panitia - Panitia Panitia	On site	Responsible untuk menyambut tamu di gedung di ruangan untuk awal undangan (jika tamu bisa masuk ke dalam awal undangan)
5	18:30	18:30	17:00	Event artigan			
6	18:30	18:30	17:00	DAKIA DENGER	- Panitia Panitia - Panitia Panitia - Panitia Panitia		Responsible untuk awal undangan (jika tamu bisa masuk ke dalam)
7	18:30	18:30	17:00	DOB ALL IN	DOB ALL IN	DOB (BCC) DOB	Play DOB Actu
8	18:30	18:30	17:00	Opening ceremony dan performance	Opening Ceremony (Opening Cerive Performance)	On Site (Live)	VI host Mengucapkan selamat datang
9	18:30	18:30	17:00	Opening Host	HOST	On Site (Live)	Host present acara
10	18:30	18:30	17:00	INDONESIA SATYA	INDONESIA SATYA		Host Present Indonesia Satya
11	18:30	18:30	17:00	VI OPENING IVL	VI OPENING IVL		Host Present VI IVL
12	18:30	18:30	17:00	VI MNC GROUP	VI MNC GROUP		Host Present MNC GROUP
13	18:30	18:30	17:00	Host Open Speech pak VI	HOST	On Site (Live)	Host present Pak. Hery Tanuwandjaja opening speech
14	18:30	18:30	17:00	Opening Speech by Pak Hery Tanuwandjaja	Pak. Hery Tanuwandjaja Ketua Komite Nasional	Live	Pak. Hery Tanuwandjaja (mengucapkan opening speech)
15	18:30	18:30	17:00	Host Open Keynote speech Menteri	HOST	On Site (Live)	Host present keynote speech
16	18:30	18:30	17:00	Keynote Speech by Pak. Tjandjaja	TJANDJAJA Menteri Perencanaan Nasional Republik Indonesia	On Site (Live)	Keynote speech menyampaikan opening speech
17	18:30	18:30	17:00	Penerangan Cideramata	Staf. Hery Tanuwandjaja & Murni	On Site (Live)	Staf. Hery Tanuwandjaja akan menerangkan tentang Cideramata
18	18:30	18:30	17:00		HOST	On Site (Live)	Host present acara (Pener. sat)

Gambar 3.4 Rundown IVL

Saat pelaksanaan praktikan dilibatkan untuk menyambut para tamu yang datang untuk makan malam pada pukul 18:00 WIB sebelum acara ini dimulai pada pukul 19.05 WIB. Setelah acara selesai pada pukul 21.00, praktikan membantu membagikan souvenir kepada tamu yang sudah datang dan mengucapkan terima kasih kepada semua tamu yang sudah datang.

- Dokumentasi:** Selain membuat perencanaan acara, praktikan mendapatkan kepercayaan sebagai dokumentasi acara. Selama acara Indonesia Visionary Leader berlangsung, praktikan melakukan sesi dokumentasi untuk keperluan report pribadi dan report klien. Praktikan, mengambil dokumentasi sebanyak tujuh angle yang berbeda dari berbagai tempat yang berbeda. Karena, pada event ini cukup banyak tempat yang digunakan, mulai dari Lobby, lantai 3 dan lantai 4. Tujuannya untuk dapat melihat berbagai angle yang penting-penting saja. Bentuk dari dokumentasi pada event Indonesia Visionary Leader (IVL) adalah foto dan video. Video yang dibutuhkan berupa potonganpotongan berdurasi 30 detik.

3.2.3.5 Hari Kemerdekaan RI (Festival Indonesia Tangguh 2021)

Festival Indonesia Tangguh merupakan acara yang diselenggarakan oleh MNC Portal Indonesia untuk menyambut hari Kemerdekaan RI pada tanggal 17 Agustus 2021. Adapun rangkaian Festival Indonesia Tangguh 2021 yang memiliki sejumlah acara yang menarik selama bulan Agustus 2021.

Terdapat 12 rangkaian acara Festival Indonesia Tangguh. Tetapi, praktikan hanya ikut terlibat dan berpartisipasi pada 9 rangkaian acara saja. Diantaranya, Bedah Buku Sang Peramal karya Chandra Bientang, Upacara Kemerdekaan pada 17 Agustus 2021 secara virtual, ketiga webinar kemerdekaan yang bertemakan “Daerah Tangguh, Daerah Tumbuh” dan “Penanggulangan Covid-19, di Negara Sahabat”, Konser Pesan Untuk Negeri yang menampilkan lagu-lagu perjuangan, pembacaan puisi kemerdekaan dari para tokoh, dan pertunjukan seni dari berbagai daerah, Special Dialogue Live at TikTok @Okezone, Webinar “Jurnal Internasional Melawan Hoax di Masa Pandemi”, dan Virtual Concert “Merah Putih”.

a. Perencanaan

1. Persiapan Materi

Materi yang dibutuhkan untuk acara Festival Indonesia Tangguh 2021 adalah *Term of Reference* (TOR), script host dan moderator, dan *weekly report* untuk evaluasi. Praktikan banyak terlibat dan berpartisipasi pada event Festival Indonesia Tangguh 2021 dalam hal kebutuhan materi selama event berlangsung. Dalam membuat TOR dan script moderator, praktikan menggunakan Microsoft office word yang sudah memiliki template. Praktikan membuat persiapan materi selama seminggu sebelum acara yang dalam seminggu sudah termasuk kedalam revisi selama dua kali. Ada dua jenis *weekly report*, satu berbentuk Microsoft office word yang berisikan nama pembicara dan foto pembicara, dan kedua dalam bentuk Microsoft power point yang didalamnya berisikan judul atau nama acara, tanggal acara berlangsung, views pada youtube, link youtube, dan poster acara.

b. Pelaksanaan

1. **Venue (Tempat):** Rangkaian Festival Indonesia Tangguh 2021 diselenggarakan secara virtual melalui platform media sosial enam portal berita MNC Portal Indonesia. Seperti, live streaming pada

YouTube, Instagram, dan TikTok. Pada hari besar atau acara inti dari Festival Indonesia Tangguh 2021 yaitu pada tanggal 17 Agustus 2021, praktikan dan seluruh crew yang bertugas di studio iNews. Praktikan diberikan tanggung jawab dalam hal property yang dibutuhkan dan memonitoring tayangan. Mengoperasikan event Festival Indonesia Tangguh 2021 pada tanggal 17 Agustus 2021 adalah di Studio iNews. Karena acara ini merupakan acara yang dibuat oleh MNC Portal Indonesia. Maka, keenam portal ikut serta dalam penayangan dalam rangkaian Festival Indonesia Tangguh 2021.

2. **Rundown acara:** Sebelum membuat rundown acara praktikan membuat jadwal atau schedule waktu pelaksanaan acara. Mulai dari rangkaian acara, hari besar, dan penutup acara. Pembuatan rundown acara praktikan menggunakan Microsoft excel. Kegiatan dimulai dengan seluruh kru yang bertugas mengikuti test swab antigen pada pukul 07.30 WIB pagi. Lalu, praktikan melakukan briefing kepada host dan moderator yang bertugas saat itu secara langsung selama kurang lebih sepuluh menit, dan memonitoring tayangan hingga acara selesai pada pukul 17.30 WIB.
3. **Pembuatan desain promosi:** Praktikan dibantu oleh divisi desain ikut terlibat dalam pembuata poster atau *flyer* acara untuk disebar di media sosial MNC Portal. Praktikan membuat desain menggunakan aplikasi adobe premier dan adobe photoshop. Setelah desain selesai, praktikan menyerahkannya kepada divisi sosial media untuk disebarluaskan kepada audiens.



Gambar 3.5 Poster Festival Indonesia Tangguh 2021

4. **Dokumentasi:** Selain membuat perencanaan acara, praktikan mendapatkan kepercayaan sebagai dokumentasi acara. Selama acara Festival Indonesia Tangguh 2021 berlangsung, praktikan melakukan sesi dokumentasi untuk keperluan *report* pribadi dan *report* klien. Praktikan, mengambil dokumentasi sebanyak tujuh angle yang berbeda. Tujuannya untuk dapat melihat berbagai angle yang penting-penting saja. Dokumentasi ini juga nantinya akan menjadi bahan untuk pembuatan report event. Bentuk dari dokumentasi pada *event* Festival Indonesia Tangguh 2021 adalah foto dan video. Video yang dibutuhkan berupa potongan-potongan berdurasi 30 detik.

3.2.3.6 Wirausaha Muda Mandiri *livin by mandiri #livinthedream*

Wirausaha Muda Mandiri (WMM) merupakan program CSR utama Bank Mandiri sebagai wujud konsistensi mendukung tumbuh kembang pengusaha muda Indonesia (wirausahamudamandiri.co.id, 2021). Tujuan dari acara ini adalah untuk mendorong lahirnya bibit-bibit unggul wirausaha muda yang kreatif, inovatif, dan dapat berkontribusi aktif untuk perekonomian Indonesia. Acara kali ini bernama *livin by mandiri #livinthedream* bentuknya adalah *Press Conference* peluncuran program baru dari Bank Mandiri. Pada saat pelaksanaan kerja profesi, praktikan ikut terlibat dalam acara *Press Conference* dari WMM. Acara ini juga menghadirkan juri-juri muda yang berprestasi yaitu, Direktur Bank Mandiri Darmawan Junaidi, Aktor Lukman Sardi, Chef YouTuber William Gozali, dan juri prominen lainnya (koranbumn.com, 2021). *Press conference* ini dihadiri oleh beberapa awak media selain dari MNC Portal Indonesia yaitu, kontan.co.id, liputan6.com, [Bisnis Indonesia](http://BisnisIndonesia.com), antaranews.com, koranbumn.com dan Majalah Mandiri.

a. Pelaksanaan

1. **Venue (Tempat):** *Press Conference* WMM diselenggarakan secara offline di gedung Plaza Mandiri 3rd Floor, Jakarta. *Press conference* ini juga dihadiri berbagai media untuk ikut meliput kegiatan *press conference*. Karena dilakukan secara *offline event management* sudah menyediakan jasa test swab antigen untuk para tamu yang hadir. Terdapat dua tempat yang digunakan yaitu, area aula untuk

memonitoring dan satu ruangan disebelahnya merupakan tempat *press conference* dilangsungkan. *Press conference* ini juga ditayangkan pada media sosial Bank Mandiri.

Saat *press conference* berlangsung praktikan juga menjadi *time keeping* saat acara berlangsung, hal ini juga menjadikan Praktikan mendapatkan pujian dari tim brand activation. Karena, sebagai mahasiswa yang sedang melaksanakan kerja profesi menjadi *time keeping* di acara besar menjadi tantangan tersendiri. Walaupun, sepele tetapi bisa fatal jika melakukan kesalahan dan bisa merusak acara.

2. **Rundown acara:** Praktikan juga ikut terlibat dalam pembuatan rundown acara *press conference* yang dilaksanakan pada tanggal 13 September 2021 dari awal acara hingga akhir acara. Pembuatan rundown acara menggunakan Microsoft excel lalu *convert* kedalam bentuk pdf agar terlihat lebih rapih. Acara ini diawali dengan melakukan test swab antigen kepada tamu yang datang pada pukul 09:00 WIB – 10:00 WIB. Kedua, acara *press conference* dilangsungkan selama satu setengah jam yaitu pada pukul 10:00 WIB -11:30 WIB.
3. **Dokumentasi:** Selain membuat perencanaan acara, praktikan mendapatkan kepercayaan sebagai dokumentasi acara. Selama acara *Press Conference Wirausaha Muda Mandiri* berlangsung, praktikan melakukan sesi dokumentasi untuk keperluan report pribadi dan report klien. Praktikan, mengambil dokumentasi sebanyak tujuh angle yang berbeda. Tujuannya untuk dapat melihat berbagai angle yang penting-penting saja. Dokumentasi ini juga nantinya akan menjadi bahan untuk pembuatan report event. Bentuk dari dokumentasi pada event *press conference Wirausaha Muda Mandiri* adalah foto dan video. Video yang dibutuhkan berupa potongan-potongan berdurasi 30 detik.

3.2.4 Evaluasi

Setelah melaksanakan *event* pastinya akan ada evaluasi sebagai pembelajaran untuk kedepannya dalam melaksanakan event kembali. Pada tahap inilah, praktikan membuat *weekly* dan *monthly report* yang bertujuan untuk keperluan klien dan perusahaan. Setelah praktikan membuat *weekly* dan *monthly report*, *report* tersebut diserahkan kepada *manager brand activation* dan *General*

Accountant untuk diperiksa kembali. Pembuatan *report* menggunakan Microsoft excel dan menggunakan Microsoft office word. Didalam *report* tersebut berisikan, tanggal pelaksanaan acara, nama judul dari event itu sendiri, *views* pada *platform* YouTube, partisipan pada zoom meeting, nama pembicara, foto pembicara, foto dokumentasi kegiatan, dan poster acara.

Pembuatan dilakukan selama seminggu sekali atau sebulan sekali untuk merekap data-data pada acara yang sudah dijalani. *Report* yang Praktikan buat adalah *report* dari event Lemhannas RI, BNPB, Indonesia Visionary Leader season VIII, Festival Indonesia Tangguh, dan Wirausaha Muda Mandiri (WMM).

3.2.5 Pekerjaan Tambahan

Selain pekerjaan yang sudah praktikan sebutkan diatas, adapun pekerjaan tambahan saat menjalani Kerja Profesi. Perkerjaan tambahan praktikan adalah membuat list data-data barang kebutuhan *event*, membuat *monthly report* selama 3 bulan praktikan melaksanakan Kerja Profesi, membantu divisi social media dalam mempromosikan event, membantu divisi *community* mencari partisipan dan praktikan juga ikut berpartisipasi didalamnya, dan membimbing internship yang baru masuk pada divisi.

3.3 Kendala Yang Dihadapi

Pada saat menjalani Kerja Profesi, terdapat beberapa kendala atau hambatan yang dialami oleh praktikan. Berbagai faktor kendala tersebut bermacam-macam, baik dari diri praktikan maupun dari sekitar. Diantaranya:

3.3.1 Perencanaan

- a. Saat pembuatan proposal kreatif sering terjadi *missed* persepsi antar divisi dan klien sehingga banyak perubahan isi proposal. Misalnya, perubahan template proposal, mulai dari warna, font, dan perbaharuan desain yang tiba-tiba berubah.
- b. Adanya *missed* persepsi dengan divisi desain terkait pembuatan poster, *flyer*, *background* zoom, dan lain-lain. Misalnya, pada saat pembuatan poster Festival Indonesia Tangguh 2021. Karena, adanya perubahan gambar atau foto pembicara, logo sponsor yang berubah, dan bentuk font yang tidak sesuai.

- c. Permintaan klien yang sering berubah-ubah setiap saat, sehingga membuat proses event planner menjadi lama. Misalnya, saat pemilihan speakers untuk event Lemhannas RI tanggal 28 Oktober 2021. Di mana saat itu memilih Fardy Yandi menjadi seorang speakers tetapi, klien merasa Fardy terlalu muda untuk audiens dan partisipan pada acara tersebut.
- d. Permintaan klien yang bermacam-macam tetapi tidak sesuai dengan budget yang dikeluarkan. Misalnya, pihak CIMB Niaga ingin membuat event yang mendatangkan *guest star* ternama untuk kebutuhan entertain yaitu, Reza Artamevia. Tetapi, pihak CIMB Niaga tidak menyediakan budget yang sesuai dengan permintaannya.
- e. Mengatur ulang jadwal acara secara mendadak sehingga, harus mencari hari yang kosong kembali. Misalnya, saat melaksanakan *event* Webinar BNPB pada tanggal 20 September 2021 yang harusnya dilaksanakan tetapi dibatalkan karena pembicara tidak dapat hadir.
- f. Audiens atau partisipan tidak mencapai target yang seharusnya. Misalnya, pada event HUT 16th Koran Sindo yang seharusnya target partisipan berjumlah 1000 tetapi hanya 600 partisipan yang hadir
- g. Pembatalan acara offline karena terbatas oleh PPKM. Misalnya, MPI memiliki acara yang akan diselenggarakan secara offline untuk memperingati Hari Raya Idul Adha yaitu, *celebrity* berbagi. Tetapi, event batal dilaksanakan karena terhalang oleh PPKM Darurat.

3.3.2 Pelaksanaan

- a. Rendahnya interaksi pada konten unggahan pada media sosial. Misalnya, saat mengunggah poster event yang akan dilaksanakan ke media sosial tetapi, sedikitnya khalayak yang melakukan interaksi seperti comment dan like pada unggahan konten tersebut. Hal ini disebabkan karena waktu publikasi konten yang terelalu berdekatan dengan penyelenggaraan *event* sehingga hanya sedikit audiens yang berpartisipasi.
- b. Sedikit audiens yang ikut berpartisipasi pada acara yang ditayangkan secara live streaming. Adanya hubungan antara rendahnya interaksi audiens pada konten yang diunggah menjadikan audiens juga sedikit

untuk berpartisipasi pada acara. Misalnya, pada acara FGD dan Webinar BNPB yang ditayangkan di platform YouTube.

- c. Sedikit audiens yang ikut berpartisipasi untuk mengikuti rangkaian acara atau challenge yang diadakan.
- d. Pembicara atau pengisi acara yang mendadak membatalkan hadir dalam acara.
- e. Partisipan tidak sesuai dengan target yang sudah ditentukan.
- f. Pihak sponsor yang baru menyetujui kerjasama ketika acara sudah berlangsung.
- g. Kendala teknis yang tidak terduga. Seperti, koneksi buruk atau tidak stabil baik dari pihak internal maupun eksternal, jaringan internet yang lambat, audio yang digunakan buruk, dan lain sebagainya.

3.4 Cara Mengatasi Kendala

Untuk mengatasi kendala yang dialami oleh praktikan, berikut beberapa cara yang dilakukan oleh praktikan:

3.4.1 Perencanaan

- a. Agar meminimalisir terjadinya missed komunikasi antar divisi dalam pembuatan proposal atau desain adalah dengan dilakukannya meeting atau pertemuan kepada seluruh divisi yang terlibat.
- b. Untuk mengatasi permintaan klien yang berubah-ubah, praktikan melakukan koordinasi dengan pihak finance untuk meminta konfirmasi kepada klien.
- c. Untuk mengatasi permintaan klien yang bermacam-macam tapi tidak sesuai budget, praktikan mencari hal yang serupa tetapi tetap menyesuaikan budget yang ada.
- d. Praktikan memastikan dengan benar waktu yang disetujui diawal sudah pasti.
- e. Jika terjadi kesalahan pada nama, logo, warna, dan huruf, praktikan langsung mengganti kesalahan tersebut dengan arahan yang sesuai.
- f. Mengganti pengisi acara yang sesuai dengan target audiens dan klien.

- g. Mengatur ulang jadwal yang sekiranya pembatasan PPKM sudah longgar.

3.4.2 Pelaksanaan

- a. Praktikan meminta pihak internal untuk turut berinteraksi pada konten unggahan media sosial.
- b. Praktikan meminta pihak internal untuk ikut berpartisipasi pada tayangan live streaming dengan menyediakan pertanyaan “gimmick”.
- c. Praktikan ikut serta sendiri mengikuti rangkaian atau challenge yang ada dan juga meminta pihak internal juga ikut berpartisipasi.
- d. Praktikan segera berkoordinasi kepada tim untuk mencari pengganti yang sesuai atau praktikan juga mereschedule acara diwaktu yang kosong.
- e. Untuk memenuhi target partisipan, praktikan meminta bantuan internal dan eksternal untuk dapat ikut berpartisipasi pada acara.
- f. Terkait sponsor, apalagi sponsor yang meminta untuk dimasukkan brandnya kedalam poster, praktikan langsung mengubah desain yang ada.
- g. Terkait kendala teknis, dapat diatasi dengan mencobanya terlebih dahulu dan juga memastikan semuanya berfungsi dengan benar 10 menit sebelum acara dimulai.