

BAB II

PERENCANAAN KARYA BIDANG

Bab ini menjelaskan mengenai perencanaan dan persiapan yang dilakukan oleh *design & creative manager* dalam memenuhi kebutuhan karya bidang acara “Gemakan Aksi: Generasi Muda Kekinian Antikorupsi”. Tugas yang dilakukan oleh *design & creative manager* meliputi perancangan konsep desain *daily feeds* dan *story* Instagram Gemakan Aksi, perancangan desain poster *main event*, perancangan desain proposal *sponsorship*, perancangan desain MMT dan *X Banner*, perancangan desain *template live report roadshow* dan *live report main event* “Gemakan Aksi”, perancangan desain *lanyard* panitia, perancangan desain *cue card* MC, perancangan desain sertifikat peserta, dokumentasi dan *live report* serta kebutuhan desain lainnya yang akan dijelaskan pada bab ini.

2.1 Deskripsi Klien

Karya bidang “Gemakan Aksi: Generasi Muda Kekinian Antikorupsi” telah memiliki klien yaitu Komisi Pemberantasan Antikorupsi atau biasa disebut dengan KPK. KPK sendiri memiliki program kampanye antikorupsi yang disampaikan melalui film yaitu Anti-Corruption Film Festival (ACFFEST). Sejak 2013, ACFFEST telah melakukan program kampanye ini untuk memengaruhi anak muda agar ikut serta memberantas korupsi lewat ide kreatif dalam bentuk audio visual. Pada tahun 2024 ini, KPK ingin melakukan penyebarluasan pendidikan nilai antikorupsi melalui *event screening* film bertemakan pesan-pesan antikorupsi. Oleh karena itu, KPK mengadakan kompetisi *event screening* sinemaksi yang bertujuan untuk menguatkan pendidikan antikorupsi untuk generasi muda saat ini.

Berdasarkan tujuan program kampanye dari KPK, tim “Gemakan Aksi: Generasi Muda Kekinian Antikorupsi” merupakan salah satu dari enam proposal terpilih kompetisi *event screening* sinemaksi kategori kampus atau sekolah. *Event* “Gemakan Aksi: Generasi Muda Kekinian Antikorupsi” hadir untuk memberikan pengalaman baru dalam acara *screening* film karena memiliki rangkaian acara yang menarik mulai dari jelajah lorong, monolog,

screening film, dan seribu daun. Acara “Gemakan Aksi: Generasi Muda Kekinian Antikorupsi” menargetkan siswa dan siswi SMP sampai SMA sebagai peserta dari event ini agar generasi muda menjadi lebih sadar dan bisa memperkuat integritas diri untuk membentengi diri dari benih perilaku korupsi yang dapat muncul dalam dirinya.

2.2 *Design & Creative Manager*

Design & creative manager berperan penting dalam menentukan konsep desain yang akan digunakan disetiap rangkaian acara. Desain yang menarik tentunya penting untuk membangun identitas visual yang dimiliki seseorang, perusahaan, jasa, maupun produk. Identitas tersebut dapat merepresentasikan jiwa yang seimbang dengan produk atau jasa agar dapat dengan mudah dikenali dan menjadi pembeda antara satu dengan yang lainnya. Dengan adanya desain komunikasi visual yang menarik hal tersebut dapat meningkatkan *awareness* di kalangan target (Yasa et al., 2024).

Tentunya, setiap *event* yang akan diselenggarakan membutuhkan seorang desainer untuk memvisualisasikan ide-ide kreatif menjadi media media iklan atau promosi agar *event* yang akan diselenggarakan dapat dilirik oleh masyarakat luas. Dalam menjalankan tugasnya, seorang *design & creative manager* harus merancang strategi desain komunikasi visual yang tepat dan menarik agar desain yang ditampilkan dapat sesuai dengan tema dan menarik perhatian audiens lewat ide-ide kreatif yang telah divisualisasikan. Dalam mendesain komunikasi visual, *design & creative manager* menggunakan bantuan dari aplikasi desain. Aplikasi desain yang digunakan untuk desain komunikasi visual disesuaikan pada preferensi dan kebutuhan. Selama keberlangsungan acara Gemakan Aksi, *design & creative manager* menggunakan aplikasi Adobe Photoshop untuk mengedit gambar dan menggunakan aplikasi Canva premium untuk memudahkan *design & creative manager* dalam membuat desain dengan mudah.

2.2.1 Rapat Koordinasi Tim Gemakan Aksi

Sebelum melaksanakan rangkaian acara yang akan dilaksanakan, tim Gemakan Aksi terlebih dahulu melakukan rapat koordinasi pada

tanggal 17 Oktober 2024. Rapat ini dilakukan oleh tim Gemakan Aksi bersama dengan *liaison officer (LO)* dari pihak KPK sebagai bentuk pengawasan dan pengontrolan acara Gemakan Aksi. Rapat ini dilakukan secara *online* melalui zoom dan harus dilaksanakan secara rutin setiap minggunya. Pada rapat perdana antara tim Gemakan Aksi dengan LO, *design & creative manager* menjelaskan peran yang dilakukan dalam acara “Gemakan Aksi: Generasi Muda Kekinian Antikorupsi”. Di dalam rapat tersebut, *design & creative manager* diberikan kebebasan dalam membuat desain yang menarik dengan catatan tidak membuat desain yang mengandung unsur SARA.

2.2.2 Perencanaan Konsep Desain Kreatif Media Sosial Instagram Gemakan Aksi

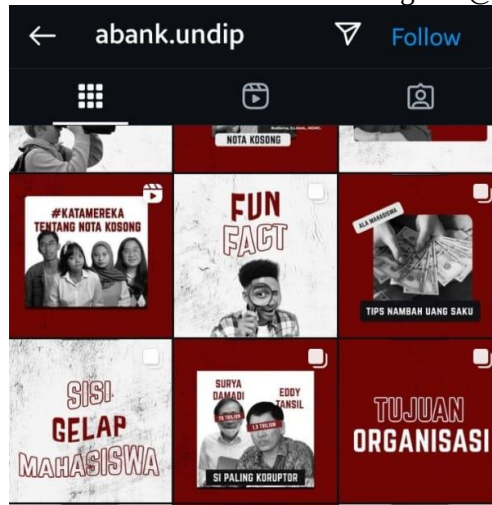
Design & creative manager merancang konsep desain kreatif untuk menunjang keberlangsungan promosi acara “Gemakan Aksi: Generasi Muda Kekinian Antikorupsi” di media sosial. Instagram Gemakan Aksi tersebut telah diciptakan oleh *social media specialist* yakni pada minggu pertama di bulan September 2024 dengan *username* @gemakan.aksi. Dalam proses perencanaan konsep desain di media sosial Instagram Gemakan Aksi, *design & creative manager* bekerja sama dengan *social media specialist* dalam memvisualisasikan rancangan konten yang telah dibuat oleh *social media specialist*.

Dalam merancang konsep desain yang ditampilkan di media sosial, *design & creative manager* mencari referensi desain yang digunakan sebagai acuan untuk merancang desain kreatif. Instagram @gemakan.aksi menggunakan Instagram @abank.undip dalam acuan desain serta konten yang dilaksanakan. Instagram @abank.undip memiliki kesamaan tema yaitu membahas perilaku antikorupsi dan menonjolkan warna merah sebagai warna primer dari konten instagram tersebut. Warna merah digunakan sebagai warna primer dari instagram @gemakan.aksi karena merah melambangkan keberanian atau

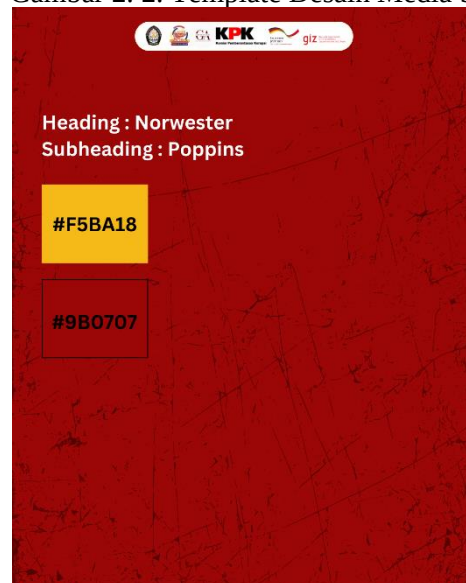
kekuatan. Instagram @gemakan.aksi juga menggunakan warna kuning yang melambangkan keceriaan dalam desain yang digunakan. Warna pada dasarnya merupakan sebuah komponen yang berperan penting pada estetika dan identitas yang dimiliki seseorang. Warna juga digunakan untuk mengekspresikan emosi sehingga dapat menjadi sebuah bahasa non verbal yang dapat mengkomunikasikan ide tanpa kata-kata (Yogananti, 2015).

Melalui kombinasi warna merah dan kuning pada media sosial @gemakan.aksi, *design & creative manager* mencoba menyampaikan pesan kepada generasi muda agar berani untuk melawan perilaku korupsi dan selalu menanamkan nilai-nilai antikorupsi di kehidupan sehari-hari. Nilai-nilai integritas juga dapat diperkuat melalui seni yaitu lewat rangkaian acara yang diadakan oleh Gemakan Aksi dengan memberikan kesan bahwa pendidikan antikorupsi dapat dilakukan dengan cara yang menyenangkan dan tidak membosankan. Tipografi yang digunakan pada media sosial @gemakan.aksi menggunakan tipe *font* sans serif yaitu *font* norwester untuk *headline* dan *font* poppins untuk *subheadline*. *Font* sans serif sendiri merupakan *font* yang tidak memiliki kaki-kaki kecil di ujung garisnya, penggunaan *font* sans serif bertujuan untuk menampilkan kesan yang tegas dengan gaya modern (Arwani et al., 2024). Secara keseluruhan desain yang digunakan pada media sosial @gemakan.aksi ingin membawakan unsur yang tegas dan kekinian di mata *audiens*.

Gambar 2. 1. Acuan Desain Instagram @gemakan.aksi



Gambar 2. 2. Template Desain Media Sosial Gemakan Aksi



2.2.3 Perencanaan Rancangan Desain Konten Coming Soon Instagram Gemakan Aksi

Sebagai awal dari pengaplikasian media sosial Instagram, konten coming soon dirancang untuk membuat audiens merasa penasaran mengenai event yang akan dilaksanakan oleh Gemakan Aksi. Oleh karena itu, konten coming soon dirancang semenarik mungkin untuk membuat audiens tertarik untuk mengikuti Instagram @gemakan.aksi. Konten coming soon ini berbentuk puzzle feeds menyambung berukuran 3x1 dan setiap postingannya memiliki ukuran 1080 x 1080

pixel. Dalam konten coming soon ini color palette yang digunakan dominan berwarna merah gelap. Konten ini juga memperlihatkan empat logo yaitu logo Universitas Diponegoro, logo Accffest, logo Gemakan Aksi, dan logo KPK. Sebelum konten coming soon diunggah di akun Instagram @gemakan.aksi, design & creative manager mendiskusikan terlebih dahulu terkait layout dan desain yang telah dibuat kepada social media specialist agar desain yang telah dibuat sesuai target pasarnya.

Gambar 2. 3. Rancangan Desain Coming Soon



2.2.4 Perencanaan Rancangan Desain Konten Harian Instagram Gemakan Aksi

Rancangan *content plan* yang telah dibuat oleh *social media specialist* selanjutnya akan didesain oleh *design & creative manager*. *Design & creative manager* melakukan diskusi bersama *social media specialist* terkait jenis konten dan isi konten yang akan diunggah di media sosial Instagram @gemakan.aksi. Konten harian instagram Gemakan Aksi dilakukan selama dua bulan dari minggu pertama bulan September 2024 hingga minggu keempat bulan Oktober 2024. Pembuatan desain konten harian instagram Gemakan Aksi ini bertujuan untuk mempromosikan *main event* dari Gemakan aksi dan digunakan sebagai sarana pendidikan antikorupsi melalui media daring atau *online*.

Pada perancangan desain konten harian, terdapat lima jenis *content pillar* yang harus didesain yaitu *promotional*, *entertainment*, *education*, *conversational*, dan *information* dengan jenis konten edukasi yang paling banyak ditampilkan yakni sebesar 6 konten. Konten edukasi paling banyak ditonjolkan karena media sosial instagram selain menjadi

media promosi juga dijadikan sebagai media edukasi kepada generasi muda yang ada di Indonesia untuk berpegang teguh pada nilai-nilai anti korupsi. Untuk hasil rancangan *brief content plan* dapat dilihat pada lampiran nomor dua, sedangkan untuk hasil rancangan desain konten harian dapat dilihat pada lampiran nomor tiga.

2.2.5 Perencanaan Rancangan Desain Presentasi Roadshow Gemakan Aksi

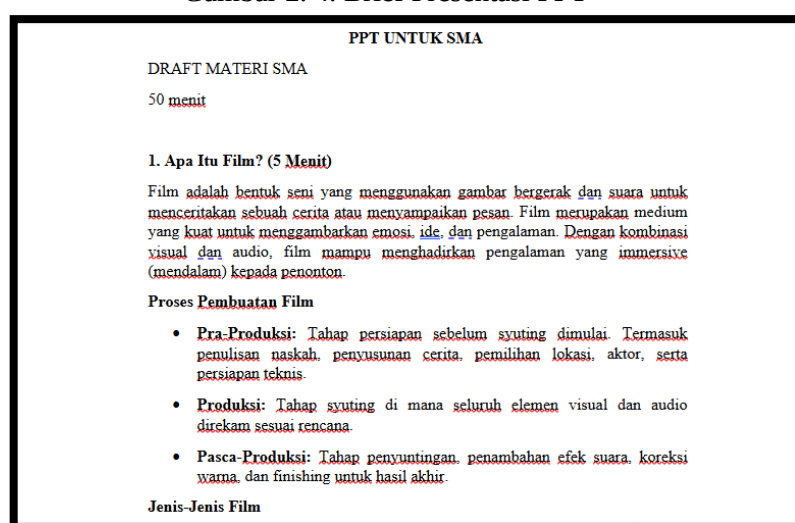
Pada kegiatan *roadshow* Gemakan Aksi, *design & creative manager* bertugas untuk mendesain kebutuhan presentasi untuk mendukung keberlangsungan acara *roadshow*. Acara *roadshow* ini dilakukan sebanyak 6 kali dan menyebar ke SMP dan SMA yang ada di kota Semarang. Dalam hal ini, *design & creative manager* mengikuti arahan dari *project leader* terkait bahan materi yang akan ditampilkan pada presentasi *roadshow* gemakan aksi. Acara *roadshow* Gemakan Aksi bekerjasama dengan UKM film yang ada di Universitas Diponegoro yaitu Kronik Filmedia untuk memberikan informasi dan pengetahuan kepada siswa/siswi SMP dan SMA bahwa seni bisa menjadi salah satu cara untuk memberantas korupsi yaitu melalui film.

Di dalam presentasi tersebut, materi yang dibahas berkaitan dengan film yang meliputi tahap-tahap pembuatan film seperti praproduksi, produksi, dan pascaproduksi. Oleh karena itu, *design & creative manager* menggunakan elemen-elemen yang berkaitan dengan film dan korupsi dalam mendesain presentasi *roadshow* Gemakan Aksi. Dalam menjalankan tugasnya, *design & creative manager* memastikan bahwa pesan yang ingin disampaikan dapat tervisualisasikan dengan jelas pada materi presentasi. Sehingga, *design & creative manager* lebih menonjolkan pesan inti dari materi yang disampaikan.

Dalam proses perencanaan rancangan desain presentasi *roadshow*, materi yang disampaikan untuk siswa/siswi SMP dan SMA sedikit memiliki perbedaan. Pada materi presentasi untuk siswa/siswi SMP,

selain membahas mengenai film materi “9 Nilai dalam Profil Pelajar Pancasila” juga ditambahkan pada presentasi untuk siswa/siswi SMP. Hal ini mengikuti arahan dari guru SMP Negeri 11 Kota Semarang untuk menambahkan materi mengenai profil pelajar pancasila. Sedangkan, untuk materi presentasi siswa/siswi SMA hanya membahas mengenai film dan menonjolkan inti pesan yaitu film merupakan salah satu cara untuk memberantas korupsi.

Gambar 2. 4. Brief Presentasi PPT



2.2.6 Perencanaan Rancangan Desain Poster Acara Gemakan Aksi

Design & creative manager merancang konsep desain poster untuk *main event* dari Gemakan Aksi. Acara “Gemakan Aksi: Generasi Muda Kekinian Antikorupsi” memiliki acara utama yaitu acara *screening film* yang berkaitan dengan korupsi. Acara ini bertujuan agar siswa usia remaja SMP dan SMA dapat memahami dan meyakini bahwa tindakan koruptif dan korupsi adalah hal yang salah maka dari itu, siswa/siswi SMP dan SMA diharapkan dapat lebih memahami arti integritas. Untuk menarik perhatian *audiens*, poster dapat digunakan sebagai sarana promosi acara karena poster merupakan bentuk seni publik yang kuat dan berpengaruh, poster dapat menarik dan mendistribusikan informasi kepada masyarakat luas dan beragam (Utoyo, 2020). Dalam membuat

poster ada beberapa elemen yang harus dipertimbangkan *design & creative manager* seperti *font*, warna, judul, ilustrasi, ukuran poster dan grafik. Poster harus dirancang untuk menarik perhatian dan berinteraksi informasi secara efektif.

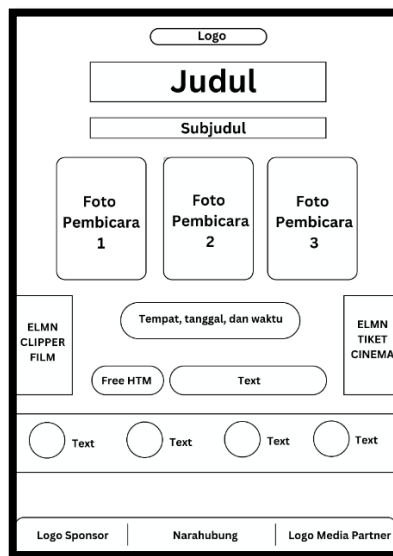
Sebelum membuat rancangan desain dari poster acara Gemakan Aksi, *design & creative manager* berdiskusi dengan seluruh panitia Gemakan Aksi untuk membahas mengenai *point-point* penting yang akan ditampilkan di dalam poster. Dengan *brief* yang sudah ditentukan melalui diskusi, *design & creative manager* membuat rancangan desain poster dengan ukuran A2 (42 cm x 59,4 cm) dalam piksel (72 DPI) yaitu 1191 x 1684 piksel. Poster tersebut berisi informasi mengenai acara, foto dan deskripsi ketiga narasumber yang terdiri dari Iqbal Ariefurrahman (Sutradara Film “Unbaedah” Film Terfavorit Anti Corruption Film Festival 2019), Jeihan Angga (Sutradara Film Seni Memahami Kekasih dan Mekkah I’m Coming), dan Epi Handayani (Spesialis Sosialisasi dan Kampanye Antikorupsi KPK), informasi mengenai tanggal, waktu, dan tempat berlangsungnya acara, dan rangkaian kegiatan yang akan dilakukan yakni meliputi jelajah lorong, monolog, *screening film*, dan seribu daun. Dalam poster tersebut juga menyertakan sponsor dan media *partner* yang mendukung acara Gemakan Aksi serta narahubung yang dapat dihubungi jika masih ada peserta yang bingung dengan acara Gemakan Aksi.

Selain merancang desain poster dengan ukuran A2 (42 cm x 59,4 cm), *design & creative manager* juga merancang desain poster dengan ukuran 1080 x 1350 piksel untuk ukuran *feeds* Instagram Gemakan Aksi. *Design & creative manager* menggunakan tema *cinema* atau bioskop dalam desain yang dibuat agar sesuai dengan acara yang diadakan yaitu *screening film*. Untuk warna yang digunakan di dalam poster, *design & creative manager* menggunakan warna-warna cerah yaitu merah sebagai *background* dari poster dan menggunakan warna

putih, krem, dan biru sebagai warna tambahan. Menurut Chester F. Carlson Center, warna dalam membuat poster harus menggunakan warna yang cerah karena. Warna gelap memantulkan lebih sedikit cahaya daripada warna cerah dan membuat poster lebih sulit untuk dibaca oleh *audiens* (Utoyo, 2020).

Kehadiran elemen visual yang terdiri dari logo sebagai identitas merek, tipografi, warna, ilustrasi yang dilayout berdasarkan prinsip-prinsip desain mampu memberikan gambaran mengenai suatu acara kepada target *audiens*. Untuk mencapai semua ini diperlukan strategi komunikasi yang kreatif, informatif, dan komunikatif yang diwujudkan kedalam bahasa verbal dan visual mengacu pada prinsip-prinsip desain komunikasi visual.

Gambar 2. 5. Rencana Desain Poster



2.2.7 Perencanaan Rancangan Desain Proposal *Sponsorship*

Design & creative manager bersama dengan *public relation* dan *project leader* berdiskusi untuk membahas mengenai rancangan desain dan informasi yang ditampilkan pada proposal *sponsorship*. Keberadaan sponsor merupakan hal yang berguna agar acara yang diselenggarakan mendapatkan dana tambahan untuk menyukseskan

acara Gemakan Aksi. Oleh karena itu, penyelenggara sebuah acara perlu membuat proposal sponsorship menarik dari segi desain agar pihak sponsor tertarik menjalin kerja sama.

Pada proposal *sponsorship*, di dalamnya membahas mengenai rangkaian kegiatan, rancangan anggaran, penawaran kerja sama, dan lembar konfirmasi. Dari segi desain, proposal *sponsorship* menggunakan tema *cinema* atau film sesuai dengan acara yang diselenggarakan yaitu *screening film*. Kesesuaian antara tema desain dengan tema acara yang dibawa dapat menjadi nilai positif tersendiri untuk pihak yang diajak bekerja sama.

Gambar 2. 6. Rencana Desain Proposal Sponsorship



2.2.8 Perencanaan Rancangan Desain *Template Thumbnail Video dan Story Instagram Gemakan Aksi*

Dalam membuat rancangan desain *template thumbnail* video dan story Instagram Gemakan Aksi, *design & creative manager* terlebih dahulu mendiskusikan hal tersebut bersama dengan social media specialist. *Design & creative manager* membuat 8 *template* desain

thumbnail video sesuai dengan 8 video yang diunggah pada Instagram @gemakan.aksi video yang diunggah berupa *reels* dan *short movie*. Design & creative manager harus memastikan bahwa visualisasi konten yang dibuat disesuaikan dengan tema *video* atau *reels* sehingga elemen-elemen visual yang digunakan juga sesuai dengan konteks video hal tersebut meliputi teks, tata letak, penggunaan warna, dan elemen visual lainnya. Pada desain *template thumbnail* video, design & creative manager harus memperhatikan tata letak urutan logo yang menyesuaikan dengan arahan dari klien yaitu logo GIZ, logo KPK, logo ACFFEST, logo Universitas Diponegoro, dan logo Gemakan Aksi.

Selain membuat rancangan desain *template thumbnail* video, design & creative manager juga membuat *template story* Instagram Gemakan Aksi. Story Instagram Gemakan Aksi berisi konten Q&A, konten mitos/fakta, konten games perilaku koruptif, dan konten kuis berhadiah. Story instagram digunakan sebagai strategi untuk meningkatkan keterlibatan audiens. Pada penggunaan desain *template* video dan *story* Instagram Gemakan Aksi, desain yang digunakan kurang lebih menggunakan *template* yang sama dengan menggunakan warna merah sebagai warna primer pada desain tersebut.

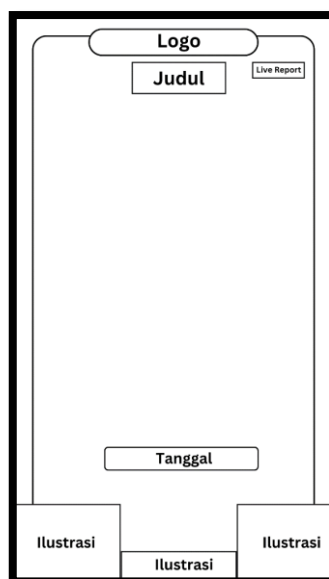
Gambar 2. 7. Template Desain Thumbnail Video & Instagram Story



2.2.9 Perencanaan Rancangan Desain *Template Live Report Roadshow* dan *Main Event Gemakan Aksi*

Design & creative manager bertugas untuk membuat rancangan template live report dalam kegiatan roadshow dan main event Gemakan Aksi. Desain yang digunakan pada template live report kegiatan roadshow dan main event menggunakan template yang sama. Namun, terdapat perbedaan antara template live report roadshow dengan main event. Untuk template live report roadshow, beberapa elemen yang harus ada pada template live report yaitu logo GIZ, logo KPK, logo ACFFEST, logo Universitas Diponegoro, logo Gemakan Aksi, tulisan roadshow, nama SMP dan SMA yang menjadi tempat roadshow, tanggal roadshow dilaksanakan, dan elemen-elemen visual yang berkaitan dengan film. Kemudian, untuk template live report main event Gemakan Aksi, elemen yang harus ada adalah logo GIZ, logo KPK, logo ACFFEST, logo Universitas Diponegoro, logo Gemakan Aksi, tulisan roadshow, nama kegiatan setiap sesi, tanggal acara Gemakan Aksi dilaksanakan, dan elemen-elemen visual yang berkaitan dengan film. Dengan membuat live report hal tersebut berguna untuk menyampaikan kegiatan atau peristiwa yang sedang dilaksanakan.

Gambar 2. 8. Rencana Desain Live Report

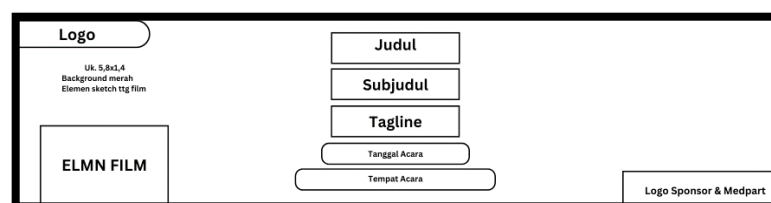


2.2.10 Perencanaan Rancangan Desain MMT dan X Banner Gemakan Aksi

MMT dan X Banner merupakan media promosi yang dapat digunakan untuk menyampaikan informasi acara yang diselenggarakan. MMT dalam acara Gemakan Aksi digunakan sebagai backdrop acara. Dalam merancang desain MMT, *design & creative manager* bekerja sama dengan *event manager* terkait informasi apa saja yang akan ditampilkan pada desain MMT. Desain yang digunakan pada MMT berukuran 5,8 m x 1,4 m. Pada desain *banner* MMT beberapa elemen yang harus dimuat yaitu tulisan Gemakan Aksi, *tagline* #bukanbibitkoruptor, tempat dan tanggal berlangsungnya acara Gemakan Aksi, logo GIZ, logo KPK, logo ACFFEST, logo Universitas Diponegoro, logo Gemakan Aksi, logo sponsor dan media *partner*, dan elemen-elemen yang berhubungan dengan film. Warna yang digunakan pada desain *banner* MMT menggunakan warna merah sebagai *background*, lalu menggunakan warna krem dan putih sebagai warna pendukung.

Sedangkan, untuk desain X *banner* desain yang digunakan berukuran 60 cm x 160 cm. Pada desain X *banner*, beberapa elemen yang harus dimuat yaitu tulisan Gemakan Aksi, Foto dan deskripsi narasumber, *tagline* #bukanbibitkoruptor, tempat dan tanggal berlangsungnya acara Gemakan Aksi, logo GIZ, logo KPK, logo ACFFEST, logo Universitas Diponegoro, logo Gemakan Aksi, logo sponsor dan media *partner*, dan elemen-elemen yang berhubungan dengan film.

Gambar 2. 9. Rencana Desain MMT



Gambar 2. 10. Rencana Desain X Banner



2.2.11 Perencanaan Rancangan Desain ID Card Panitia

ID Card panitia merupakan tanda pengenal panitia yang satu dengan yang lainnya. Oleh karena itu, penempatannya perlu diperhatikan agar orang lain dapat melihat tanda pengenal tersebut dengan jelas. Desain *ID card* panitia tidak jauh berbeda dengan *brief* yang sudah dibuat yaitu menggunakan warna merah sebagai *background* dari *ID card* panitia. Dalam desain *ID card*, terdapat foto masing-masing panitia inti, namun untuk panitia eksternal hanya menggunakan elemen profil saja tidak disertai dengan foto panitia eksternal.

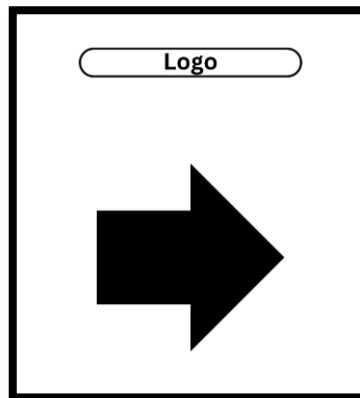
Gambar 2. 11. Rencana Desain ID Card



2.2.12 Perencanaan Rancangan Desain Penunjuk Arah Acara Gemakan Aksi

Penunjuk arah diperlukan untuk memudahkan peserta ketika mencari keberadaan tempat acara Gemakan Aksi dilakukan. Oleh karena itu, desain penunjuk arah menggunakan warna yang mencolok agar mudah terlihat oleh peserta. Desain penunjuk arah menggunakan warna merah sebagai background dan warna kuning untuk elemen penunjuk arah. Warna kuning digunakan sebagai warna untuk elemen penunjuk arah karena warna kuning memiliki kontras yang menonjol dengan warna merah. Elemen yang digunakan pada desain penunjuk arah adalah elemen *sign* ke arah kanan dan ke kiri. Di bagian atas desain penunjuk arah dicantumkan logo-logo *stakeholders* yang terdiri dari logo GIZ, logo KPK, logo ACFFEST, logo Universitas Diponegoro, dan logo Gemakan Aksi.

Gambar 2. 12. Rencana Desain Penunjuk Arah



2.2.13 Perencanaan Rancangan Desain Cue Card MC

Cue card MC digunakan untuk membantu MC dalam memandu acara agar berjalan lancar, tepat waktu, dan efektif. *Cue card* berisi catatan poin-poin penting yang perlu disampaikan MC kepada tamu undangan. Misalnya, nama tamu khusus, susunan acara, urutan waktu acara, profil penyelenggara acara. Ukuran yang digunakan dalam desain *cue card* MC menggunakan ukuran sekitar 1/2 lembar A4. Agar desain yang ditampilkan tidak terlalu monoton dan menambah estetika, maka desain *cue card* perlu di desain dengan menarik. Di sekeliling desain *cue card* MC ditambahkan *frame border* yang akan mengelilingi desain *cue card* tersebut.

Gambar 2. 13. Rencana Desain Cue Card MC



2.2.14 Perencanaan Rancangan Desain Sertifikat Peserta

Design & creative manager dalam membuat rancangan desain sertifikat peserta berdiskusi terlebih dahulu dengan *project leader* agar tidak ada kesalahan kata dalam penulisan nama setiap peserta yang hadir dalam acara Gemakan Aksi. Sertifikat peserta memiliki fungsi sebagai bukti keikutsertaan seseorang dalam suatu kegiatan. Desain peserta SMP dan SMA memiliki desain yang sama, pada desain sertifikat warna yang digunakan menggunakan warna merah dan putih sebagai *background* dari desain sertifikat.

Gambar 2. 14. Rencana Desain Sertifikat

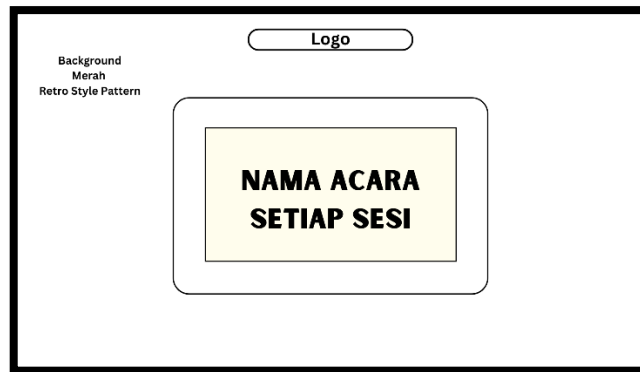


2.2.15 Perencanaan Rancangan Desain Acara Per-Sesi

Design & creative manager bekerja sama dengan *event manager* dalam menentukan desain acara setiap sesinya. Desain ini akan ditampilkan selama sesi acara berlangsung. Adapun sesi yang harus ditampilkan dalam desain tersebut yaitu monolog, sambutan, *pre-test*, #cuapcuapantisuap, penayangan film, Q&A, Quiz, *Focus Group Discussion*, *post-test*, dan seribu daun. *Background* yang digunakan adalah warna merah sebagai warna primer. Untuk memperkuat identitas visual, di atas desain tersebut dicantumkan logo-logo stakeholders yang

terdiri dari logo GIZ, logo KPK, logo ACFFEST, logo Universitas Diponegoro, dan logo Gemakan Aksi.

Gambar 2. 15. Rencana Desain Acara Setiap Sesi



2.2.16 Perencanaan Rancangan Desain Laporan Pertanggungjawaban Kegiatan Gemakan Aksi

Acara Gemakan Aksi termasuk kedalam kegiatan dengan target *audiens* yang banyak. Gemakan Aksi juga merupakan salah satu pemenang pendanaan dari lomba yang diadakan KPK. Oleh karena itu, tim Gemakan Aksi harus membuat laporan pertanggungjawaban sebagai bagian dari tanggung jawab tim Gemakan Aksi terkait dana yang digunakan selama keberlangsungan acara Gemakan Aksi. Laporan pertanggungjawaban tersebut berisi latar belakang, tujuan, hasil capaian kegiatan dan laporan alokasi dana kegiatan yang telah dihabiskan agar diketahui oleh semua panitia inti acara. Laporan pertanggungjawaban membuat masalah pendanaan pada suatu acara menjadi transparan.

Dalam merancang desain laporan pertanggungjawaban kegiatan, *design & creative manager* menggunakan perpaduan warna merah, kuning, dan emas agar konsisten dengan warna yang selalu digunakan selama acara Gemakan Aksi berlangsung. Desain laporan pertanggungjawaban memiliki ukuran dokumen A4. Pada bagian *cover*

design & creative manager harus memastikan bahwa semua logo *stakeholders* berada di bagian *cover* laporan pertanggungjawaban.

2.2.17 Dokumentasi dan *Live Report*

Dokumentasi dan *live report* merupakan kegiatan yang penting dalam menjalankan sebuah *event* atau acara. Dokumentasi merupakan sebuah sarana untuk memindahkan atau mentransformasikan suatu informasi yang berasal dari seseorang kemudian diteruskan ke orang lain melalui kelompok-kelompok (Ayumsari, 2022). Dalam proses dokumentasi pada kegiatan acara Gemakan Aksi, tidak hanya dilakukan pada saat *main event*. Namun, juga dilakukan saat kegiatan *roadshow*. Dokumentasi menjadi penting karena di dalamnya terdapat informasi dan data. Dokumentasi tidak hanya berbentuk gambar saja namun juga berbentuk video dan rekaman audio. Oleh karena itu, agar kualitas dokumentasi memiliki hasil yang baik bentuk perencanaan yang dilakukan untuk kegiatan dokumentasi adalah kamera yang menjadi penunjang kegiatan dokumentasi untuk acara Gemakan Aksi.

Kemudian, *live report* merupakan penyajian suatu fakta dan peristiwa yang terjadi di lapangan. Pada keberlangsungan suatu acara atau *event* kehadiran *live report* menjadi berguna dan memiliki kelebihan tersendiri karena kemampuan menyampaikan peristiwa secara langsung, *audiens* dapat terhubung langsung dengan peristiwa atau kegiatan yang sedang terjadi saat itu juga. Dalam mendukung kegiatan *live report*, maka dibutuhkan sebuah *handphone* untuk mendukung proses publikasi di media sosial.