

BAB II

GAMBARAN UMUM KLIEN DAN PERSIAPAN RANGKAIAN ACARA SUKARIA RACE 2024

Sebagai Data Executive dan Liaison Officer

2.1. Gambaran Umum Klien

Perusahaan yang bernama Bersukaria Tour Organizer menyediakan layanan tur dan perjalanan dengan fokus utama pada cerita yang menonjolkan nilai-nilai warisan Indonesia. Bersukaria telah berkomitmen untuk meningkatkan pengalaman wisatawan melalui pendekatan yang mengedepankan cerita dan pemanfaatan panca indra sejak didirikan pada tahun 2016. Bersukaria, yang awalnya berbasis di Semarang, sekarang beroperasi di tiga kota lain: Surabaya, Malang, dan Yogyakarta. Ini menjadikannya salah satu penyedia tur terkemuka di Jawa Tengah dan sekitarnya. Layanan mereka, seperti tur jalan-jalan, tur kota, dan pemandu wisata, dirancang untuk memberikan pengalaman unik kepada wisatawan domestik dan asing.

Salah satu keunggulan dari Penyelenggara *Tour* Bersukaria adalah pendekatan mereka yang berfokus pada pengalaman daripada destinasi. Tur yang mereka tawarkan tidak hanya membawa peserta ke tempat-tempat yang menarik, tetapi juga memberikan nilai tambahan berupa cerita, sejarah, dan pemahaman yang lebih baik tentang budaya lokal. Bersukaria telah menerima pengakuan di seluruh dunia sebagai bukti keberhasilannya. Salah satu contohnya adalah penghargaan *Travellers' Choice Awards 2024* dari *Tripadvisor*, yang menempatkannya di antara sepuluh terbaik di dunia. Selain itu, mereka telah membantu banyak orang publik dan lembaga terkenal, seperti Najwa Shihab, Bim Bim Slank, dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Jawa Tengah-DIY. Ini telah meningkatkan kredibilitas dan eksposur merek Bersukaria.

Meskipun Bersukaria memiliki reputasi yang kuat, perusahaan ini menghadapi tantangan dalam meningkatkan kesadaran merek mahasiswa. Per Agustus 2024, 3.189 konsumen yang dilayani adalah orang dewasa yang sudah bekerja. Ini agak paradoks karena Semarang dinobatkan sebagai Kota

Mahasiswa Terbaik pada tahun 2020. Meskipun mahasiswa sangat tertarik pada kegiatan berkelompok, aktivitas di luar ruangan, dan berbagai pengalaman, seperti yang ditawarkan oleh Bersukaria, survei sebelumnya yang melibatkan 110 orang menunjukkan bahwa siswa cenderung lebih suka melakukan perjalanan secara mandiri. Kesenjangan ini menunjukkan bahwa metode komunikasi yang lebih efisien diperlukan untuk menjangkau lebih banyak mahasiswa.

Acara Sukaria Race 2024 dirancang untuk menjawab permasalahan ini dengan mengintegrasikan konsep pengalaman *outdoor* yang berorientasi pada kolaborasi dan kompetisi. Acara ini tidak hanya relevan dengan preferensi mahasiswa, tetapi juga dapat berfungsi sebagai platform untuk memperkenalkan nilai dan layanan Bersukaria. Dengan format acara yang interaktif dan menyenangkan, Sukaria Race 2024 diharapkan mampu membangun kesadaran merek sekaligus menciptakan pengalaman yang berkesan di benak mahasiswa. Sebelumnya, Bersukaria Tour Organizer pernah mengadakan acara serupa di Ereveld dengan jumlah partisipan sebanyak 27 orang yang seluruhnya merupakan pekerja.

Acara Sukaria Race 2024 diharapkan mampu membuka segmen baru, yakni mahasiswa di Semarang, sekaligus meningkatkan jumlah peserta dibandingkan dengan kegiatan sebelumnya. Untuk mewujudkan hal ini, *Sukaria Race* dirancang dengan beragam aktivitas yang menyenangkan namun tetap memiliki nilai edukasi, seperti tari tradisional, permainan *puzzle* bertema tempat bersejarah, pembuatan permainan tradisional, *crafting*, serta *treasure hunt*. Melalui konsep ini, Sukaria Race 2024 berpeluang memperkuat citra Bersukaria Tour Organizer sebagai penyedia tur yang tidak hanya berfokus pada pelestarian warisan budaya, tetapi juga berinovasi dan relevan dengan generasi muda.

2.2. Data Executive

Pada tahap persiapan rangkaian acara dan dalam karya bidang ini, seorang *Data Executive* memiliki tanggung jawab dalam pengumpulan, pengelolaan dan pemrosesan data mulai dari pembuatan kuesioner yang bertujuan untuk meneliti dan mengetahui kegiatan atau acara apa yang diminati oleh segmentasi

yang ditargetkan, yaitu mahasiswa, hingga pengumpulan dan pengolahan data peserta yang akan ikut dalam rangkaian acara. Tidak hanya bertanggung jawab dalam pengumpulan, verifikasi, dan pengelolaan data peserta, tetapi juga dalam memberikan wawasan atau *insight* yang dapat digunakan untuk meningkatkan perencanaan dan pelaksanaan acara. Dalam menjalankan karya bidang ini, sebagai *insight/Data Executive* juga memberikan ide kepada *strategist*, dan *social media planner* hal apa saja dan strategi komunikasi apa saja yang bisa dilakukan untuk mencapai target yang diinginkan berdasarkan data yang berhasil didapatkan.

2.2.1. Membuat kuesioner penelitian sebagai riset awal untuk pembuatan acara

Sebelum membuat rangkaian acara yang akan diselenggarakan, haruslah melakukan riset terlebih dahulu. Riset awal dilakukan menggunakan survei dengan media Kuesioner berbentuk *Google form*. Penggunaan media ini dipilih karena kemudahannya dalam menjangkau responden secara luas, serta efisiensinya dalam proses pengumpulan dan pengolahan data. Kuesioner penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi preferensi, kebutuhan, dan minat mahasiswa sebagai target audiens utama acara yang akan dirancang. Data yang dikumpulkan akan digunakan untuk menentukan konsep acara, strategi promosi, dan pengelolaan pelaksanaan yang lebih terarah. Selain itu, riset ini juga berfungsi sebagai dasar dalam memahami pola perilaku target audiens, termasuk faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mereka dalam mengikuti suatu acara. Dengan demikian, informasi yang diperoleh dapat membantu penyelenggara dalam menyesuaikan konsep acara agar lebih menarik dan sesuai dengan ekspektasi peserta. Berikut struktur kuesioner yang telah dibuat:

Tabel 2.1 Struktur Kuesioner

Kategori	No	Pertanyaan	Tujuan
Data Diri Responden	1	Nama Lengkap Usia Jenis Kelamin Domisili Pekerjaan Instansi/Universitas Fakultas	Untuk mengetahui demografi dan latar belakang responden, sehingga analisis sesuai segmentasi target.
	2	Usia	
	3	Jenis Kelamin	
	4	Domisili	
	5	Pekerjaan	
	6	Instansi/Universitas	
	7	Fakultas	
Kondisi Ekonomi dan Penggunaan Media Sosial	8	Penghasilan/Uang Saku dalam Sebulan	Untuk memahami kebiasaan responden dalam menggunakan media sosial sebagai media promosi, serta menilai kemampuan ekonomi mereka.
	9	Media Sosial yang Anda Miliki	
	10	Jam Aktif Menggunakan Media Sosial	
Awareness dan Preferensi terhadap <i>Tour Organizer</i>	11	Bentuk konten promosi apa yang Anda sukai?	Mengukur tingkat kesadaran dan ekspektasi responden terhadap Bersukaria serta strategi promosi yang efektif.
	12	Sebutkan <i>Tour Organizer</i> yang Anda ketahui dan berlokasi di Kota Semarang.	
	13	Dari mana Anda mengetahui <i>Tour Organizer</i> Bersukaria <i>Walk Tour</i> ?	
	14	Kegiatan Bersukaria <i>Walk Tour</i> apa yang Anda ketahui?	
Minat dan Persepsi Wisata di Semarang	15	Tempat-tempat wisata yang ada di Semarang menarik untuk dikunjungi.	Untuk mengetahui daya tarik wisata lokal dan perilaku perjalanan wisata mahasiswa.
	16	Tempat wisata yang memiliki sejarah/cerita	

		menarik untuk dikunjungi.	
	17	Faktor apa yang mempengaruhi Anda untuk berwisata/ <i>refreshing</i> ?	
	18	Kapan waktu yang paling sesuai bagi Anda untuk berwisata/ <i>refreshing</i> ?	
	19	Ketika ingin berwisata di Semarang, tempat mana yang paling ingin Anda tuju?	
Evaluasi terhadap Bersukaria <i>Walk Tour</i>	20	Apakah Anda pernah mengikuti kegiatan atau menggunakan jasa Bersukaria <i>Walk Tour</i> Semarang?	Mendapatkan masukan tentang minat partisipasi dan preferensi acara yang dapat ditawarkan.
	21	Ketika merencanakan perjalanan wisata Anda lebih memilih (sendiri/dengan <i>tour organizer</i>).	
	22	Apabila memilih menggunakan <i>Tour Organizer</i> , apakah Anda berminat menggunakan jasa Bersukaria <i>Walk Tour</i> ?	
	23	Menurut Anda, jika Bersukaria <i>Walk Tour</i> akan mengadakan sebuah acara, jenis acara apa yang Anda minati?	
Biaya dan Preferensi	24	Berapa alokasi anggaran dana Anda untuk menggunakan jasa <i>Tour Organizer</i> ?	Menentukan rentang biaya ideal dan preferensi kegiatan untuk pengelolaan anggaran acara.
	25	Berapa <i>range</i> harga pendaftaran untuk mengikuti sebuah acara yang ideal menurut Anda?	

	26	Dalam berwisata, apakah Anda lebih menyukai kegiatan secara individu atau berkelompok?	
--	----	--	--

Kuesioner ini diharapkan dapat menghasilkan data kuantitatif dan kualitatif yang relevan terkait preferensi dan kebutuhan mahasiswa sebagai target audiens utama. Data tersebut akan memberikan masukan strategis yang berguna dalam merancang konsep acara yang menarik serta menentukan metode promosi yang efektif. Selain itu, kuesioner ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi waktu, lokasi, dan anggaran yang paling sesuai dengan kondisi dan ekspektasi mahasiswa, sehingga acara yang direncanakan dapat lebih tepat sasaran dan menarik partisipasi yang maksimal.

2.2.2. Mengumpulkan dan mengelola data Riset

Tahap selanjutnya, proses pengumpulan dan pengelolaan data riset untuk menghasilkan informasi yang relevan dan mendukung perencanaan acara. Data yang diperoleh melalui kuesioner online, seperti Google Forms, akan dikumpulkan dan diperiksa untuk memastikan validitas serta kelengkapannya. Lalu, data yang sudah diperoleh dianalisis untuk menemukan pola atau tren yang muncul. Berdasarkan survei yang sudah dilakukan, ditemukan beberapa tren yang ada di mahasiswa seperti sebagian besar responden lebih tertarik pada acara bertema sejarah lokal, informasi ini dapat menjadi dasar dalam menentukan konsep acara. Seluruh data dan analisisnya akan disimpan dalam format digital yang terstruktur, seperti *spreadsheet* atau dokumen PDF, sehingga mudah diakses kembali untuk evaluasi atau referensi ke depannya.

Hasil dari pengelolaan data ini selanjutnya digunakan untuk menentukan berbagai aspek penting dalam perencanaan acara, seperti konsep yang sesuai dengan preferensi mayoritas audiens, strategi promosi berdasarkan media sosial yang paling efektif, serta waktu dan lokasi pelaksanaan yang optimal. Selain itu, data

mengenai anggaran akan membantu menyesuaikan biaya acara dengan kemampuan ekonomi target audiens. Berdasarkan hasil riset tersebut, terbentuklah rangkaian kegiatan berupa observasi sekaligus promosi di *Car Free Day* dan *Roadshow to Campus*, *Pre-event Capture The Clue*, dan *Main Event Sukaria Race 2024*.

2.2.3. Melakukan observasi secara langsung di *Car Free Day* dan *Roadshow to Campus*

Car Free Day dan *Roadshow to Campus* menjadi bagian dari observasi kami beserta media promosi untuk mengetahui dan mengenalkan Bersukaria Tour Organizer dan acara *Capture The Clue* dan *Sukaria Race 2024*. Alasan melakukan observasi dan promosi secara langsung karena hal ini dinilai efektif dilakukan karena dapat secara langsung mendengarkan pendapat dari segmentasi mahasiswa apakah mereka mengetahui Bersukaria Tour Organizer atau tidak.

Car Free Day dipilih karena merupakan momen yang ramai dikunjungi masyarakat, termasuk mahasiswa dan kalangan muda lainnya. Aktivitas ini memberikan kesempatan untuk menciptakan pengalaman promosi yang lebih menarik melalui pembagian brosur, atau permainan interaktif yang melibatkan audiens. Selain itu, adanya komunikasi langsung memungkinkan kami untuk mengetahui tingkat pengenalan mahasiswa terhadap Bersukaria dan acara yang ditawarkan, seperti *Capture The Clue* dan *Sukaria Race 2024*.

Sementara itu, *Roadshow to Campus* dilakukan untuk langsung menjangkau mahasiswa di lingkungan yang relevan dengan aktivitas sehari-hari mereka. Pendekatan ini sederhana namun tepat sasaran, dengan mengajukan pertanyaan singkat seperti, “Apakah Anda tahu tentang Bersukaria Tour Organizer?” dan “Jika Bersukaria mengadakan acara, apakah Anda tertarik untuk berpartisipasi? Jika ya, acara seperti apa yang Anda harapkan?”. Respon yang diberikan mahasiswa menjadi data yang sangat

berharga untuk mengukur tingkat ketertarikan mereka terhadap konsep acara yang sedang dirancang.

Hasil dari observasi ini akan dikombinasikan dengan data kuesioner online untuk memberikan gambaran yang lebih lengkap mengenai preferensi mahasiswa. Observasi langsung ini tidak hanya efektif untuk mengetahui tingkat *awareness*, tetapi juga untuk mengumpulkan ide awal tentang konsep acara yang sesuai dengan kebutuhan target audiens. Data yang terkumpul akan digunakan untuk memperkuat alasan dalam mengadakan rangkaian acara Sukaria Race 2024 serta menyusun strategi promosi yang lebih baik. Dengan cara ini, kami dapat memastikan acara yang dirancang mampu menarik perhatian mahasiswa dan memenuhi ekspektasi mereka.

2.2.4. Pengumpulan dan Manajemen Data Peserta

Setelah proses data dan konsep acara sudah matang, tahap selanjutnya adalah tahap pendaftaran peserta acara *Capture The Clue* dan Sukaria Race 2024. Tahap ini bertujuan untuk memastikan seluruh data peserta yang terlibat dalam acara *Capture The Clue* dan Sukaria Race 2024 dapat dikelola secara terstruktur dan efisien. Pendaftaran peserta dilakukan menggunakan *Google forms* yang telah dibuat dengan berkolaborasi bersama *Strategist*. Pembukaan pendaftaran *Capture The Clue* dibuka pada tanggal 14 November 2024 hingga 29 November 2024. Sementara pendaftaran Sukaria Race 2024 dibuka pada tanggal 14 November 2024 hingga 30 November 2024.

- **Pengumpulan Data Peserta**

Data dikumpulkan melalui formulir daring (*online form*) dengan struktur sebagai berikut:

- *Lomba yang Ingin Diikuti*: Peserta memilih antara *Capture The Clue* atau *Sukaria Race*.
- *Kategori Pendaftaran*:

- *Capture The Clue*: Pendaftaran bersifat individu, dengan data berikut:
 - Nama lengkap, jenis kelamin, usia, pekerjaan, nomor WhatsApp, *username* Instagram, dan bukti pembayaran.
 - Konfirmasi kesediaan mengikuti seluruh rangkaian acara sesuai dengan syarat dan ketentuan.
- *Sukaria Race*: Pendaftaran dapat dilakukan secara individu atau berkelompok (maksimal 3 orang), dengan data berikut:
 - Nama lengkap, jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan nomor *WhatsApp* untuk setiap anggota tim.
 - Bukti pembayaran.
 - Konfirmasi kesediaan mengikuti seluruh rangkaian acara sesuai dengan syarat dan ketentuan.

2.2.5. Pengolahan Data Registrasi dan Pembayaran

Setelah data terkumpul, tim panitia akan melakukan verifikasi untuk memastikan kelengkapan dan validitas data, seperti memastikan bukti pembayaran yang telah diunggah sesuai dengan ketentuan pendaftaran. Data yang valid akan dikonfirmasi kepada peserta melalui nomor *WhatsApp* yang telah terdaftar.

Data peserta dikelompokkan berdasarkan kategori acara yang diikuti (*Capture The Clue* atau *Sukaria Race*) dan metode pendaftaran (individu atau kelompok). Untuk *Sukaria Race*, data anggota tim juga disusun berdasarkan struktur tim untuk mempermudah pembagian peran dan koordinasi selama acara berlangsung.

Semua data peserta disimpan dalam format digital menggunakan aplikasi seperti *Google Sheets* atau *Microsoft Excel*.

File ini diintegrasikan dengan *cloud storage* untuk memastikan keamanan dan akses yang mudah oleh tim panitia. Akses terhadap data hanya diberikan kepada pihak yang berwenang untuk menjaga privasi peserta. Data ini digunakan untuk berbagai kebutuhan, seperti pendaftaran ulang peserta pada hari acara, pembagian perlengkapan atau *starter pack*, dokumentasi peserta berdasarkan kategori atau tim, serta evaluasi tingkat partisipasi berdasarkan jumlah peserta yang hadir.

Setelah acara selesai, data peserta dianalisis untuk mengevaluasi keefektifan kegiatan, seperti tingkat partisipasi berdasarkan jenis lomba dan demografi peserta. Data ini juga diarsipkan untuk keperluan referensi dan pengembangan acara serupa di masa mendatang. Dengan manajemen data yang sistematis, proses administrasi dapat berjalan lebih efisien dan mendukung pelaksanaan acara yang lancar.

2.3. *Liaison Officer Event Sukaria Race 2024*

Sebagai *Liaison Officer* dalam Sukaria Race 2024, peran ini memiliki tanggung jawab utama sebagai penghubung antara panitia dengan pihak-pihak eksternal yang memiliki kontribusi penting terhadap pelaksanaan acara. Tugas utama *Liaison Officer* meliputi berkoordinasi dengan *PIC Event* untuk menentukan pihak-pihak yang membutuhkan perhatian dan penanganan khusus. Hal ini termasuk pada narahubung dengan sponsor, mitra acara, komunitas yang terlibat, pembicara, atau pihak lain yang berkontribusi terhadap kelancaran acara.

Selain itu, tanggung jawab penting lainnya adalah memastikan pemenuhan kebutuhan dan fasilitas untuk pihak-pihak yang dihubungi. Contohnya adalah memastikan kenyamanan juri tiap pos, pembawa acara, komunitas fotografi, atau pihak lain yang mendukung acara. Semua informasi terkait kebutuhan mereka, seperti jadwal acara, fasilitas transportasi, atau akomodasi, harus disampaikan secara jelas dan terperinci.

Liaison Officer juga memiliki tanggung jawab untuk mengoordinasikan setiap informasi terkait dengan pihak-pihak eksternal kepada seluruh anggota tim agar tidak terjadi kesalahan komunikasi atau interpretasi yang dapat mengganggu jalannya acara. Dengan demikian, peran *Liaison Officer* dalam Sukaria Race 2024 menjadi krusial untuk memastikan sinergi yang baik antara panitia internal dan pihak eksternal demi kesuksesan acara secara keseluruhan.

2.3.1. Menghubungi pihak Sanggar Tari Sobokartti sebagai Kolaborasi Pos Tari

Sukaria Race 2024 adalah sebuah perlombaan interaktif dimana dalam acaranya terdapat 4 sampai 5 pos yang harus dikerjakan sesuai temanya yaitu memperkenalkan budaya lokal. Salah satu posnya adalah pos tari. *Liaison Officer* ditugaskan oleh *PIC Event* untuk menghubungi Sanggar Sobokartti sebagai salah satu *potential partner* di pos tari. Tujuannya adalah untuk menawarkan kerjasama dalam acara Sukaria Race 2024 menjadi *Game Master* di pos tari. Langkah pertama yang dilakukan adalah menjalin komunikasi dengan pihak pengelola sanggar untuk menyampaikan tujuan kolaborasi ini dan mendiskusikan bentuk keterlibatan mereka dalam acara.

Proses ini dimulai dengan menghubungi perwakilan Sanggar Tari Sobokartti melalui kontak yang tertera di media sosial mereka yaitu Bapak Darmadi sebagai pengelola Sanggar Tari Sobokartti dengan menjelaskan detail acara Sukaria Race 2024, termasuk konsep Pos Tari sebagai bagian dari rute Sukaria Race 2024. Isi pesan tersebut mencantumkan waktu pelaksanaan, lokasi, serta peran yang diharapkan dari sanggar, seperti menampilkan pertunjukan tari atau memberikan pengalaman budaya kepada peserta. Setelah itu, komunikasi dilanjutkan melalui pertemuan langsung untuk menjelaskan lebih rinci tentang teknis acara dan menjawab pertanyaan dari pihak sanggar.

Sebagai bagian dari kolaborasi, *Liaison Officer* juga bertanggung jawab memastikan kebutuhan sanggar terpenuhi, seperti fasilitas transportasi, perlengkapan pertunjukan, atau alat komunikasi yang dibutuhkan selama acara. Semua informasi yang diperoleh dari pihak sanggar wajib dikoordinasikan dengan tim acara lainnya agar tidak terjadi kesalahpahaman terkait jadwal dan kebutuhan teknis di lapangan.

Setelah berdiskusi dengan Bapak Darmadi sebagai perwakilan dari Sanggar Tari Sobokartti, pihak Sobokartti bersedia untuk menjadi partner pada kegiatan Sukaria Race 2024. Pihak Sobokartti juga akan menentukan penari, yaitu Mas Maulana lalu tarian yang akan dilakukan sebagai salah satu misi di Sukaria Race 2024 yaitu Tari Semarang Rumah Kita. Sebagai *Liaison Officer*, proses selanjutnya adalah menghubungi perwakilan Sanggar Sobokartti yang akan hadir pada acara Sukaria Race 2024 yaitu Mas Maulana. *Liaison Officer* menghubungi dan meminta konfirmasi Mas Maulana melalui *Whatsapp* dan memberikan teknis acara Sukaria Race 2024 dan berdiskusi dengan Mas Maulana sebagai Juri pada pos tari yang akan dilakukan di acara Sukaria Race 2024.

2.3.2. Menghubungi pihak Toko Ola sebagai Kolaborasi Pos *Crafting*

Pada Acara Sukaria Race 2024, Pos *Crafting* menjadi salah satu elemen kreatif yang bertujuan untuk memperkenalkan bangunan bersejarah melalui media barang atau karya dan memberikan pengalaman interaktif kepada peserta. Untuk mendukung pelaksanaan Pos *Crafting*, panitia menjalin kerja sama dengan Toko Ola, yang dikenal sebagai toko yang menyediakan produk buatan lokal mulai dari aksesoris seperti gelang, cincin, gantungan kunci, hingga produk *fashion* seperti tas dan baju. Sebagai *Liaison Officer*, Langkah pertama yang dilakukan adalah menghubungi pihak Toko Ola untuk memperkenalkan Sukaria Race 2024 serta konsep dan teknis pada pos *Crafting* dan mendiskusikan potensi kolaborasi yang dapat dijalankan.

Komunikasi awal dilakukan dengan menghubungi Kak Alif, sebagai perwakilan dari tim Toko Ola melalui *WhatsApp* dengan menjelaskan tentang acara, termasuk peran Toko Ola dalam menyediakan tempat, material kerajinan atau perlengkapan lainnya yang akan digunakan peserta di pos *Crafting*. Isi pesan juga mencantumkan waktu, Lokasi acara, serta bentuk apresiasi atau manfaat yang akan diterima Toko Ola dari kolaborasi ini, seperti penyebutan nama dalam materi promosi atau kesempatan menampilkan produk mereka di lokasi acara.

Setelah berkomunikasi melalui *WhatsApp*, komunikasi dilanjutkan melalui diskusi langsung di tempat Toko Ola antara tim Sukaria dan tim Toko Ola untuk mendetailkan kebutuhan teknis, seperti kegiatan kerajinan apa yang akan dilakukan, jumlah kerajinan yang akan dipesan, dan ketersediaan perwakilan dari Toko Ola di Pos *Crafting* untuk membantu atau memberikan panduan kepada peserta. Setelah pertemuan pertama, akhirnya Tim Sukaria Race 2024 berhasil mencapai kesepakatan dengan Toko Ola untuk berkolaborasi sebagai Pos *Crafting* dari acara Sukaria Race 2024. Sebagai *Liaison Officer*, bertanggung jawab untuk berkoordinasi dengan *PIC Event* apabila *PIC Event* membutuhkan bantuan dari Toko Ola, berkomunikasi dan menindaklanjuti progres dengan Kak Alif sebagai perwakilan dari Toko Ola dan menjadwalkan diskusi langsung antara tim Sukaria Race 2024 dan Tim Toko Ola. Komunikasi lanjutan dilakukan melalui pesan *WhatsApp* dan diskusi selanjutnya dilakukan di Kopi Nako pada tanggal 20 November 2024. Pembahasan yang dilakukan adalah fiksasi kegiatan apa yang akan dilakukan di Pos *Crafting*, jumlah kerajinan yang akan dipesan dan beberapa hal teknis lainnya yang dibahas bersama *PIC Event* Sukaria Race 2024. Kegiatan yang akan dilakukan pada pos *Crafting* adalah menyulam *Postcard* yang bergambar Gereja Blenduk yang akan dijelaskan oleh *Storyteller* pada akhir acara.

2.3.3. Membuat Grup peserta *Capture The Clue* dan *Sukaria Race*

Dalam rangkaian acara, diperlukan koordinasi dengan peserta acara. pembuatan grup komunikasi khusus peserta menjadi langkah strategis untuk memastikan informasi terkait acara dapat disampaikan dengan cepat dan efektif. Grup peserta dibagi berdasarkan jenis lomba, yaitu *Capture The Clue* dan *Sukaria Race*, untuk mempermudah penyampaian informasi yang relevan sesuai kebutuhan masing-masing kategori.

Proses dimulai dengan mengumpulkan kontak peserta dari formulir pendaftaran, termasuk nomor *WhatsApp* atau *username* media sosial yang disertakan. Setelah data diverifikasi, *Liaison Officer* membuat grup di platform komunikasi yaitu di aplikasi *WhatsApp*. Selanjutnya, *Liaison Officer* bertugas untuk mengundang dan memastikan agar seluruh peserta masuk ke grup yang telah dibuat dan menyampaikan pesan pembuka yang mencakup ucapan selamat bergabung, mengenalkan diri sebagai *Liaison Officer* dari acara, dan penjelasan singkat tentang tujuan grup. Grup ini juga menjadi media komunikasi interaktif antara peserta dan panitia. Peserta dapat bertanya, menyampaikan masukan, atau mengklarifikasi hal-hal terkait acara. *Liaison Officer* berperan sebagai pengelola grup untuk memastikan komunikasi berjalan lancar, menjaga suasana kondusif, dan menjawab pertanyaan peserta dengan cepat dan tepat.

Grup komunikasi ini juga difungsikan untuk menyampaikan pengumuman penting seperti jadwal *technical meeting* dan pengumuman penting selama hari pelaksanaan, serta mengoordinasikan kegiatan pasca-acara, seperti pembagian survei setelah acara dan dokumentasi. Dengan keberadaan grup ini, peran *Liaison Officer* menjadi sangat strategis dalam memperkuat hubungan antara panitia dan peserta. Keberhasilan pengelolaan komunikasi melalui grup tidak hanya mendukung kelancaran operasional acara, tetapi juga memberikan nilai tambah dalam

menciptakan pengalaman peserta yang terstruktur, profesional, dan berkesan. Hal ini mencerminkan keunggulan peran *Liaison Officer* dalam memastikan efektivitas komunikasi dan manajemen acara secara menyeluruh.

2.3.4. Menjadi *Contact Person* seluruh rangkaian kegiatan

Sebagai *Liaison Officer*, peran menjadi *contact person* utama dalam seluruh rangkaian kegiatan Sukaria Race 2024 merupakan tanggung jawab strategis yang memastikan kelancaran komunikasi antara panitia, peserta, dan pihak eksternal. Dalam posisi ini, *Liaison Officer* bertindak sebagai titik penghubung utama yang memberikan informasi, menjawab pertanyaan, serta menyelesaikan permasalahan terkait acara dengan cepat dan akurat. Tugas ini melibatkan pengelolaan saluran komunikasi yang mencakup telepon, *WhatsApp*, *email*, atau platform lainnya yang telah ditentukan. Sebagai *contact person*, *Liaison Officer* bertanggung jawab untuk memberikan informasi yang komprehensif, termasuk detail jadwal acara, aturan lomba, hingga prosedur teknis lainnya. Selain itu, *Liaison Officer* juga harus mampu memberikan solusi secara efektif jika muncul kendala atau pertanyaan dari peserta maupun pihak eksternal. Pada tugas ini, *Liaison Officer* berkoordinasi dengan *PIC Event Capture The Clue* dan Sukaria Race 2024 ketika tidak menemukan solusi untuk menjawab pertanyaan calon peserta dan peserta.