

BAB II

PERSIAPAN PROGRAM ACARA LOKAKARYA MAJU 2025

Dalam bab ini saya akan menjelaskan dan menjabarkan gambaran umum mengenai klien “Kopi Maju 57” dan di dipersiapkan oleh Account Executive dalam mempondasikan jalur komunikasi, koordinasi yang jelas dan detail, serta transparansi antara klien dengan mahasiswa, mengatur jadwal pertemuan rutin guna mengkoordinir kemajuan program dan menerima feedback program kegiatan Loka Karya Maju 57 2025 kepada klien serta mencari sponsorship. Bab ini juga akan menjelaskan tentang PIC Program seperti merancang kegiatan program, memastikan jumlah target peserta, merancang venue, dan konsep kegiatan Workshop Loka Karya Maju 57 2025.

2.1. Gambaran Umum



Gambar 15. Logo Kopi Maju

Kopi maju 57 merupakan salah satu dari 169 kafe yang sudah terdata di Kota Semarang per tahun 2023 yang sedang bersaing dengan kompetitornya. Kopi maju 57 memiliki logo berbentuk lingkaran berwarna merah dengan list putih serta angka 57 yang secara tidak langsung dapat disingkat “Maju” yang mengindikasikan bahwa kafe ini merupakan tempat bagi masyarakat untuk menjadi seseorang yang lebih baik di masa depan. Kafe ini berdiri di tahun 2019 dan mengalami perkembangan yang cukup signifikan karena sudah memiliki empat cabang per tahun 2024. Cabang Kopi Maju 57 tersebar di berbagai lokasi strategis di Kota Semarang, antara lain GOR Tri Lomba Juang, Jolotundo Raya, Tusam, dan Rinjani. Visi yang ingin dijalankan ialah untuk menjadi brand kuliner asli Indonesia yang terus maju dan dapat memberikan manfaat lebih luas kepada

orang banyak. Untuk mewujudkan visi tersebut, maka Kopi Maju 57 memiliki misi untuk menyajikan produk, tempat, dan pelayanan yang mudah disukai oleh target pasar. Kopi Maju 57 mendesain tempat mereka dengan tema lokal modern, maksudnya adalah kafe ini mem-branding dirinya sebagai kafe dengan konsep lokal, namun dikemas secara modern dikarenakan target konsumennya Gen Z. Komunikasi Branding yang telah dilakukan oleh Kopi Maju 57 terletak pada *colour palette* mereka yang merah putih, sesuai dengan bendera Indonesia. Selain itu, Kopi Maju 57 hanya menggunakan Bahasa Indonesia di setiap *copywriting*-nya. Contohnya caption, hashtag, dan poster – poster yang diunggah di sosial media hanya menggunakan Bahasa Indonesia. Kopi Maju 57 juga memiliki slogan “Sing Penting Yakin Lur!” yang dipakai sebagai password wifi, tulisan dalam kemasan, dan interior kafe mereka. Tujuan dari slogan ini tak lain adalah supaya pelanggan yang datang merasa yakin bahwa mereka bisa meningkatkan kualitas diri mereka tanpa ragu. Tidak harus *self improve* di bidang akademik tetapi juga di bidang lainnya, misalnya meningkatkan kreativitas, dan bakat – bakat lainnya. Slogan “Sing Penting Yakin Lur!” ini juga didukung oleh interior kafe yang bisa meningkatkan kreativitas pelanggan. Kopi Maju 57 menghias kafe mereka dengan lukisan dan gambar – gambar hasil karya tim desainer mereka yang kreatif. Hal ini bukan hanya bertujuan untuk mempercantik, tapi dibuat dengan harapan bisa menginspirasi pelanggan yang datang.

Kopi Maju 57 merupakan salah satu kafe yang menjalin kerjasama dengan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Owner dari Kopi Maju 57 mengimplementasikan konsep lokalitas dengan mendukung pelaku UMKM lokal di Semarang. Ketika mengunjungi Kopi Maju 57, pengunjung bisa melihat ada beberapa produk selain makanan dan minuman yang ikut dijual di Kopi Maju 57. Produk tersebut berasal dari UMKM dengan sistem “titip jual” dan bagi hasil. Hal ini menandakan bahwa Kopi Maju 57 memiliki peluang untuk lebih dikenal sebagai kafe yang mendukung produk lokal milik UMKM dan memiliki citra positif bagi konsumen. Di samping itu, kreativitas tercermin dari kemampuan para pelaku UMKM yang menjual berbagai macam produk karya mereka sendiri dan hal inilah yang diharapkan bisa sampai ke konsumen untuk terus mengasah kreativitas mereka.

Kopi Maju 57 memiliki segmentasi demografis antara lain konsumen dengan jarak umur 18-24 tahun dengan profesi sebagai pelajar / mahasiswa, *First jobber*, *sales*, dan *freelancer*. Dilansir dari data.semarangkota.go.id, jumlah penduduk yang berumur 18-24 tahun di kota Semarang per tahun 2023 berjumlah kurang lebih 129.000 jiwa. Hingga saat ini, Kopi Maju 57 beberapa kali mempromosikan *brand* dengan melakukan kolaborasi dengan band “Good Morning

Everyone” untuk membuat acara *Live Music*. Kopi Maju 57 juga pernah melibatkan komunitas motor Semarang, dan pottery class yang merupakan kelas kursus peserta mempelajari seni mengolah tanah liat. Beberapa strategi pemasaran mereka ini dilakukan untuk membangun *brand awareness* Kopi Maju 57 sebagai tempat untuk mengasah kreativitas. Bukan hanya sebagai tempat *nongkrong*, Kopi Maju 57 ingin dikenal sebagai tempat untuk melakukan kegiatan – kegiatan yang mengasah kreativitas. Hal ini sesuai dengan target market mereka yang bukan hanya mahasiswa dan pelajar, namun juga ada *first jobber*, *sales*, *freelancer*, hingga *designer*. Dalam misi membangun *brand awareness* sebagai kafe untuk meningkatkan kreativitas, Kopi Maju 57 ingin mencoba strategi baru yang berbeda dari strategi pemasaran mereka yang sebelumnya.

2.2.Persiapan Account Executive dalam Loka Karya Maju 57 2025

Dalam persiapan program Loka Karya Maju 57 2025, account executive harus mempersiapkan beberapa hal penting seperti jalur komunikasi dan koordinasi antara klien dan mahasiswa, jadwal pertemuan guna memantau kemajuan program, dan menyampaikan transparansi perkembangan program tersebut, Selain itu, terdapat kegiatan promosi secara online yang mahasiswa adakan, yaitu campaign instagram dengan bertema #Kumpulbersamamaju.

2.2.1. Persiapan Loka karya Maju 57 2025

Dalam persiapan Loka Karya Maju 57, *Account Executive* telah mengkoordinasikan dengan sempurna melalui jalur komunikasi khusus yang menghubungkan antara mahasiswa dengan klien. Untuk memastikan kelancaran pelaksanaan program, Account Executive telah berkordinasi dengan klien, partnership dan juga mencari sponsorshop.

2.2.1.1. Mempersiapkan jalur Komunikasi kepada klien

Peran penting lainnya bagi seorang *Account Executive* ialah berkoordinasi dengan pihak klien supaya apa yang dibutuhkan oleh klien bisa terpenuhi dengan baik sesuai visi dan misi bersama. Maka, sebelum merancang proyek dan melaksanakannya, program manager berkewajiban memahami permasalahan komunikasi, visi misi, serta ekspektasi klien terhadap proyek yang akan dilangsungkan. Masalah komunikasi yang dimiliki oleh Kopi Maju 57 sebagai klien diharapkan mampu teratasi dengan hadirnya proyek karya bidang ini. Oleh karena itu, penulis memiliki tugas utama untuk berkomunikasi secara intensif dengan klien guna mendapatkan strategi tepat untuk mengatasi masalah komunikasi yang ada.

Komunikasi menjadi elemen utama baik antar pihak internal, *stakeholder* eksternal, hingga partnership yang nantinya akan terlibat selama proses pelaksanaan proyek karya bidang ini.

Sebagai *Account Executive*, tugas yang dilaksanakan perlu fokus pada kepentingan klien. Mengelola dan menjaga komunikasi dua arah menjadi tugas lain dari *Account Executive*. Komunikasi rutin yang dilakukan mencakup penyampaian hasil evaluasi dan perkembangan terkait proyek yang dilaksanakan. Selain itu, penulis wajib memiliki kemampuan mengidentifikasi kemungkinan risiko atau masalah yang berpotensi menghambat kelancaran proyek, dan perlu mengambil keputusan terkait tindakan mitigasi jika diperlukan. Melalui komunikasi yang efektif, diharapkan ada pemahaman mendalam terhadap kebutuhan klien sehingga membantu menciptakan proyek yang memberikan kepuasan serta nilai tambah bagi klien.

Sejak awal proyek dijalankan, komunikasi yang terjalin antara klien dengan kelompok karya bidang harus mengedepankan tujuan atau objektif

yang telah disetujui bersama. Disisi lain, program manager bertanggung jawab penuh dalam pelaksanaan proyek yang bertujuan untuk meningkatkan brand *awareness* calon customer terhadap Kopi Maju 57 sebagai kafe yang menjunjung konsep ‘lokal modern’ dan kafe yang cocok untuk berkumpul atau *nongkrong*. Kebutuhan klien dalam meningkatkan *brand awareness* sampai ke titik *brand recognition* diawali dengan perancangan konsep yang melibatkan internal kelompok karya bidang dengan klien. Hal ini bertujuan agar tujuan atau objektif yang nantinya ditetapkan bisa sesuai dengan kebutuhan klien dan mencapai hasil optimal. Dalam tugasnya sebagai narahubung, program manager juga berperan dalam mengumpulkan feedback atau saran dari klien sebagai bahan evaluasi proyek. Hal ini bertujuan untuk menyusun strategi yang lebih efektif di masa mendatang melalui pendekatan yang sistematis dan komunikatif.

2.2.1.2. Menentukan Partnership

Account Executive bertanggung jawab dalam pencarian pencarian partnership atau vendor untuk melaksanakan Loka karya Maju 57 2025 yang akan menggunakan @dailymanik. Untuk upaya menjangkau audiens yang lebih luas, oleh karena itu memilih dailymanik sebagai partnership dalam acara ini karena sudah memiliki segmentasi pasar seputar meronce/manik-manik terutama di area semarang.

Sebagai bagian dari tanggung jawab *account executive*, langkah pertama yang dilakukan adalah melakukan pendataan kebutuhan perlengkapan teknis yang di diperlukan. Adapun kebutuhan utama seperti package peserta yang akan diberikan saat acar berlangsung, serta yang package yang di berikan kepada peserta harus membuat peserta puas seperti konsumsi peserta, dekorasi tempat serta manik-manik yang premium.

Langkah selanjutnya adalah melakukan riset dan mengidentifikasi partnership/vendor manik-manik yang berada di kota semarang. Account Executive telah berhasil mengumpulkan beberapa vendor potensial yang menyediakan perlengkapan lengkap sesuai kebutuhan program Loka Karya Maju 57 2025. Vendor-vendor tersebut akan dilakukannya tahap seleksi berdasarkan kriteria seperti kelengkapan barang yang di dapat, kualitas, harga per pax, serta fleksibilitas dalam acara maupun narasumber. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa perlengkapan yang digunakan dapat mendukung acara berlangsung dengan lancar serta kualitas untuk memuaskan peserta.

Beberapa partnership/vendor manik-manik di kota semarang yang telah di observasi oleh *Account Executive* antara lain:

Tabel 4. Potensial Partnership

Nama partnership	Keterangan
Edle Garden	/pax 45k mendapatkan 4 item, serta tidak menyiapkan keperluan lain. Bisa nego hanya sedikit.
Beasdyc	/pax 35k dapat 3 item, serta tidak menyiapkan keperluan yang lain, tidak bisa nego.

2.2.2. Persiapan Campaign & Instagram ADS Kopi Maju 57

Sebagai bagian dari upaya meningkatkan brand awareness, program campaign ini dirancang untuk menjangkau audience masyarakat semarang terutama mahasiswa melalui pendekatan secara sosial media, dalam persiapan program ini, *Account Executive* telah memfokuskan target audience campaign dan menentukan landasan dari campaign tersebut serta memastikan komunikasi dari program campaign yang dilakukan efektif, jalur komunikasi telah disusun untuk memastikan kelancaran penyampaian informasi terkait konsep campaign sendiri dari mulai materi promosi, dan kebutuhan teknis untuk produksi content.

Jadwal rutin yang dirancang dengan pertimbangan agenda campaign serta preferensi target audience, untuk memastikan eksekusi berjalan dengan lancar dan sempurna, *Account Executive* mengadakan pertemuan rutin oleh tim client guna memantau progres persiapan program, seperti konsep content, lokasi, pengaturan produk jika diperlukan, serta memonitoring ADS yang dijalankan efektif atau mencapai titik yang ideal.

2.2.3. Persiapan Potret 57 2025

Dalam persiapan lomba fotografi Potret 57, *Account Executive* bertanggung jawab memastikan kelancaran komunikasi dan koordinasi antara klien

dengan mahasiswa pelaksana kegiatan. Jembatan komunikasi telah dirancang secara efektif dan efisien melalui grup diskusi daring untuk mempersiapkan fasilitas penyampaian informasi dan penyelesaian masalah secara cepat dan tegas. Selain itu, jadwal pertemuan rutin mingguan telah dikoordinasikan untuk memantau kemajuan persoalan teknis seperti kesiapan lokasi, briefing peserta di instagram, dan kebutuhan lainnya. Untuk menjaga transparansi, laporan di setiap peserta yang mengikuti lomba potret 57 serta rencana pemenang, *Account Executive* telah menyampaikan secara rutin kepada klien.

2.3.Persiapan PIC EVENT dalam Program Loka Karya Maju 57 2025

Dalam hal mempersiapkan Program Loka Karya Maju 57 2025, tugas dari PIC Event adalah mempersiapkan beberapa hal yang bertugas mengatur segala persiapan teknis untuk Loka Karya Maju 57 2025. Dalam melaksanakan program Workshop Loka Karya Maju 57 harus dipersiapkan beberapa hal seperti mendata kebutuhan peserta, Rundown, menyusun venue, doorprize, Entertainment serta koordinasi dengan staf Kopi Maju 57. Selain itu PIC Event juga bertugas untuk memastikan kegiatan Workshop Loka Karya Maju 57 2025 berjalan sesuai dengan jadwal dan rundown yang sudah ditentukan.

2.3.1. Mendata kebutuhan peserta

PIC Event diberikan tugas untuk mendata keseluruhan kebutuhan teknis apa saja yang harus pihak penyelenggara siapkan untuk peserta. Dalam proses ini, PIC Event mencari referensi workshop yang sudah ada dan mencari standar untuk sebuah kegiatan acara workshop harus mempersiapkan beberapa hal teknis kebutuhan peserta seperti *konsumsi, keperluan teknis workshop, meja, dan kursi yang nyaman, serta Beads Station*. Beberapa kebutuhan teknis peserta yang tertera sebelumnya. Berikut merupakan table kebutuhan teknis peserta:

Tabel 5. Kebutuhan Peserta

Item	Keterangan
Konsumsi	Mendata konsumsi peserta yang menyukai coffee atau non coffee.
Keperluan workshop	Mendata keperluan teknis seperti gunting, wadah beads, serta goodie bag
Meja dan kursi	Mempersiapkan meja yang nyaman dan memiliki kapasitas yang besar, serta menyiapkan taplak meja dengan kualitas tinggi
Beads Station	Mempersiapkan beads station merupakan upaya untuk memeriahkan acara dengan memberikan zona kegiatan untuk para peserta, serta juga memberikan ambience kekeluargaan antara peserta yang lain.

2.3.2. Membuat Rundown acara

Rundown dirancang dengan upaya sebagai acuan waktu PIC Event dan seluruh tim pelaksana (mahasiswa) kegiatan Loka Karya Maju 57 2025. Acara wokrshop ini dirancang dengan urutan kegiatan yang terstruktur. Dimulai dari sesi briefing akhir panitia pada pukul 09.00 WIB, kemudian dilanjutkan dengan persiapan area peserta workshop pada pukul 10.00 WIB, peserta resmi memulai kegiatan workshop manik-manik. Setelah mencapai waktu break di sela-sela, peserta dapat menikmati konsumsi yang sudah disiapkan oleh pihak penyelenggara (mahasiswa) serta adanya session kuis untuk peserta dengan membagikan beberapa doorprize. Rangkaian acara ini dilanjutkan pada pukul 12.00 WIB dengan dibuka oleh MC untuk mengarahkan peserta untuk mengerjakan manik-manik selanjutnya, setelah selesai dengan manik-manik pada pukul 13.30, peserta diberikan session kuis kembali dan foto-foto bersama hasil karya dan juga teman-teman peserta yang menghadiri workshop Loka Karya Maju 57 2025. Acara kemudian ditutup dengan pengumuman pemenang *conten competition* pada pukul 14.30 WIB.

2.3.3. Menentukan Set Up venue Loka Karya Maju 57 2025

PIC Event bertanggung jawab untuk merancang dan mensurvey kapasitas dari

outlet Kopi Maju 57 Tusam yang tidak hanya sesuai dengan konsep acara yang telah ditetapkan, tetapi juga memenuhi ekspektasi peserta. Melalui koordinasi dengan tim manajemen Kopi Maju 57, disepakati bahwa Set Up meja peserta Workshop Loka Karya Maju 57 kapasitas per meja dengan diisi dengan 3 peserta dan diberi space yang strategis untuk peserta pergi ke kamar kecil.

Selain mensurvey venue yang nyaman bagi peserta workshop, PIC Event juga bertanggung jawab atas aspek keamanan peserta dengan selalu membantu peserta dalam pengambilan beads, upaya ini dilakukan supaya peserta tidak merusak dekorasi yang dilakukan untuk beads station, PIC Event juga mengkoordinasikan kendaraan para peserta supaya parkir dari Kopi Maju 57 Tusam tetap kondusif dan nyaman untuk peserta yang menghadiri Workshop Loka Karya Maju 57 2025 membawa kendaraan pribadi. Kenyamanan bagi peserta

Kegiatan workshop ini akan sangat memakan waktu yang sangat lama sehingga akan di seleksi ulang outlet dari kopi maju yang sekiranya akan menciptakan ambience yang nyaman serta tidak membosankan. Outlet tusam menawarkan kenyamanan yang cukup maksimal dalam kebutuhan acara, seperti, parkir yang luas, kamar mandi yang nyaman, ac yang dingin, serta meja dan tempat yang lebih luas dari outlet Kopi Maju 57 yang lain, yang akan menciptakan pengalaman yang menyenangkan dan menyenangkan.

PIC Event bertanggung jawab dalam pencarian serta pemilihan venue atau tempat dilaksanakannya Workshop Loka Karya Maju 57 2025 yang akan dilaksanakan di outlet Kopi Maju 57 sendiri. Melalui diskusi oleh pihak client telah disepakati bahwasannya venue workshop Loka Karya Maju 57 2025 akan dilaksanakan di outlet Kopi Maju 57 yang berada di Tusam Banyumanik dengan beberapa pertimbangan penguatan antara lain:

a. Lokasi strategis

Pemilihan lokasi outlet Kopi Maju 57 yang strategis untuk menjalankan workshop Loka Karya Maju 57 2025 sangatlah penting, upaya ini dilakukan untuk membidik segmentasi audience yang diarahkan kepada mahasiswa Universitas Diponegoro. Dengan dilaksanakannya upaya seperti ini diharapkan meningkatkan minat para calon peserta Loka Karya Maju 57 2025.

b. Kapasitas audience

Kegiatan Workshop Loka Karya Maju 57 2025 yang memiliki target audience 30

orang sehingga membutuhkan outlet yang cukup besar untuk memaksimalkan keberlanjutan kegiatan. Selain tempat yang membutuhkan kapasitas yang cukup besar, diperlukannya meja dan kursi dengan kapasitas per meja 4 orang, maka dari itu pemilihan outlet Kopi Maju 57 tusam sebuah keputusan yang tepat guna menunjang selama kegiatan acara berlangsung supaya efektif.

Dalam perencanaan ini *Account Exevutive* telah memilih beberapa kandidat outlet Kopi Maju 57 yang berada di semarang yang memungkinkan cocok dengan Loka Karya Maju 57 2025, beberapa outlet antara lain:

Tabel 6. Analisis Veneu

Outlet	Keterangan
Rinjani	Tempat menarik sesuai dengan konsep, kapasitas & fasilitas tidak tepenuhi.
Jolotundo	Tempat tidak sesuai dengan konsep, kapasitas cukup, lokasi yang jauh.

2.3.4. Menentukan Doorprize Peserta

PIC Event bertanggung jawab dalam mempersiapkan barang-barang yang menjadi bagian dari Doorprize acara Workshop Loka Karya Maju 57 2025. PIC Event berkoordinasi dengan pihak manajemen Kopi Maju 57 untuk mentukan jenis dan jumlah hadiah yang paling efektif dala meningkatkan antusiasme para peserta Workshop.

Hasil dari koordinasi dengan pihak Kopi Maju 57 menunjukan bahwasannya PIC Event menyiapkan voucher, produk, serta manik-manik sebagai hadiah utama pemenang kuis yang dapat menjadi daya tarik utama bagi peserta workshop Loka Karya Maju 57 2025. Berikut merupakan table detaik teknis doorprize.

Tabel 7. *Support Sponsorship*

Item	Keterangan
Produk wardah	Memberikan 3 goodie bag dengan totoal 8 produk.
Produk dailymanik	Memberikan 4 pack dengan total 12 produk.
Voucher Superskin	Memberikan 40 voucher potongan harga superskin.