

BAB II

KLIEN DAN PERENCANAAN KARYA BIDANG

Setelah rancangan program selesai dikembangkan, langkah berikutnya adalah proses implementasi, yang mencakup perencanaan dan pelaksanaan. Bab ini membahas profil klien serta tahapan perencanaan yang dilakukan oleh *Account Executive* (AE), *External Relations*, dan peran tambahan dari *Creative & Production Assistant*. AE bertanggung jawab atas hubungan dengan klien utama, sementara *External Relations* mengelola komunikasi dengan *stakeholder* eksternal, termasuk pengisi acara, vendor, sponsor, media, KOL, komunitas, dan pengunjung. *Creative & Production Assistant* mendukung aspek kreatif dan produksi agar program berjalan sesuai konsep.

Perencanaan ini melibatkan identifikasi *stakeholder* untuk menganalisis kecocokan dan pengaruh mereka terhadap program (*Identify Stakeholders*), serta perencanaan keterlibatan *stakeholder* guna menyesuaikan strategi komunikasi berdasarkan ekspektasi mereka (*Plan Stakeholder Engagement*). Pihak-pihak yang berada dalam lingkup tanggung jawab penulis diantaranya adalah:

Tabel 2. 1 Daftar *Stakeholder* dan Uraian Tugas

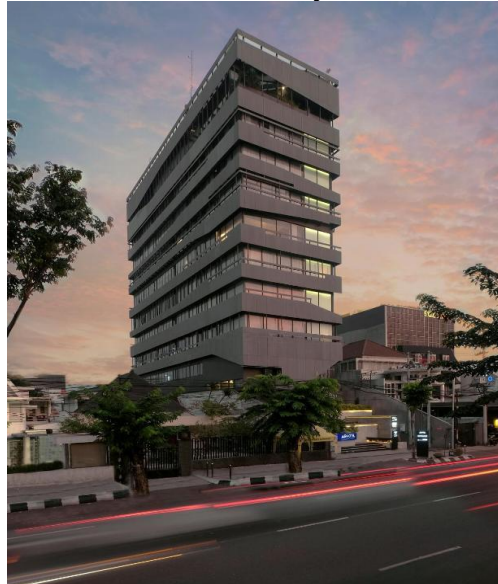
Peran	Kategori Stakeholder	Kegiatan
<i>Account Executive</i>	Klien (ARTOTEL Gajahmada Semarang)	Menjaga komunikasi dengan klien, penyelesaian kendala, dan menyesuaikan perubahan dan permintaan klien
		Menyusun pertemuan rapat bersama klien
		Berkoordinasi dengan klien terkait pelunasan honor pihak eksternal
<i>External Relation</i>	Komunitas Lokal	Mengidentifikasi calon komunitas dan menjalin kemitraan dan mengundang komunitas seni dan kreatif
		Mengingatkan dan memastikan kehadiran komunitas dalam program
		Mengelola kerja sama promosi media digital

	Pengisi Acara	Mengidentifikasi calon pengisi acara dan menjalin kerja sama
		Mengumpulkan dan Memverifikasi Dokumen Administratif (KTP, Faktur, NPWP)
		Melakukan briefing sebelum acara dan mendampingi pengisi acara selama pelaksanaan program
		Memastikan kebutuhan pengisi acara, seperti logistik dan konsumsi terpenuhi
		Mengidentifikasi calon vendor dan menjalin kerja sama
	Vendor & Penyedia Jasa	Mengumpulkan dan Memverifikasi Dokumen Administratif (KTP, Faktur, NPWP)
		Memastikan kesiapan alat musik, sound system, dan kebutuhan teknis lainnya saat pelaksanaan program
	Media	Menyusun dan mendistribusikan siaran pers
		Monitor / mengawasi publikasi di platform media masing-masing
	Sponsor	Menyusun proposal pendanaan (<i>sponsorship</i>)
		Monitor / mengawasi program aktivasi sponsor selama pelaksanaan program
	KOL (<i>Nano Influencer Collaboration</i>)	Menjalin kerja sama promosi media digital
		Monitor / mengawasi hasil kerja sama promosi berupa engagement di platform Instagram
Creative & Production Assistant	Videografer dan Editor	Melakukan survei lokasi untuk perencanaan dekorasi dan membuat <i>mock up</i> konsep visual
		Monitor dan berkoordinasi dengan <i>videografer</i> dan <i>editor</i> untuk pembuatan konten

2.1 Deskripsi Klien

ARTOTEL Gajahmada Semarang Gajahmada Semarang merupakan perusahaan komersial di sektor perhotelan. Merupakan bagian dari ARTOTEL Group. ARTOTEL Group dinobatkan sebagai top 3 bisnis hotel terbesar di Indonesia (DestinAsian, 2023). Hingga saat ini, ARTOTEL Group merupakan salah satu pelaku utama dalam industri perhotelan di Indonesia karena konsepnya yang unik dan kreatif dalam desain hotel serta layanan yang diberikan. ARTOTEL Group juga mendirikan salah satu hotelnya di Kota Semarang, yaitu ARTOTEL Gajahmada-Semarang.

Gambar 2. 1 ARTOTEL Gajahmada Semarang



Sumber: Booking.com

Didirikan oleh Eratus Radjimin pada tahun 2019, terletak di jantung kota Semarang Jl. Gajahmada No. 101, Miroto, Kota Semarang. ARTOTEL Gajahmada Semarang menonjol dengan desain arsitektur yang terinspirasi seni. Terdiri dari 9 lantai dengan 80 studio bertema seni kontemporer yang modern, hotel ini dirancang oleh arsitek ternama Indonesia Andra Martin serta menampilkan karya seni dari seniman-seniman berbakat Jawa (Company Profile, 2024). Selain menyediakan jasa penginapan, hotel ini dilengkapi dengan berbagai fasilitas seperti Meetspace untuk pertemuan bisnis atau acara sosial, Artspace sebagai galeri untuk seniman lokal, Kemudian dua area dine in yakni Fat Elephant Restourant dan 11 12 Rooftop Bar. (Kakarla, 2024).

Gambar 2. 2 Kamar ARTOTEL Gajahmada Semarang



Sumber: travel.detik.com

Hotel ini menyediakan tiga tipe kamar, yaitu studio 55 (*suite room*), studio 30 (*twin bed*), dan studio 25 (*standard bed*). Selain itu, ARTOTEL Gajahmada Semarang juga mengusung konsep suasana yang kekinian, dengan fasilitas tambahan yang menciptakan atmosfer yang segar dan berbeda, sesuai dengan karakter anak muda.

Gambar 2. 3 Fat Elephant Restaurant



Sumber: skyscanner.co.id

Fat Elephant Restaurant adalah fasilitas yang disediakan oleh ARTOTEL Gajahmada Semarang, yang menyajikan berbagai hidangan Asian dan Western, serta kopi khas ARTOTEL Gajahmada Semarang dan minuman lainnya seperti jus, teh, dan mocktail. Restoran ini menawarkan suasana intim dengan ambience yang artsy, yang dilengkapi dengan sentuhan lukisan Eko Nugroho sebagai fokus utama. Selain itu, restoran ini juga digunakan sebagai tempat sarapan pagi bagi para tamu hotel.

2.1.1 Produk atau Layanan yang Menjadi Objek Program

Pada bagian ini, akan dibahas mengenai produk atau layanan yang menjadi fokus utama dalam program ini. Program ini berfokus pada dua objek utama di ARTOTEL Gajahmada Semarang, yaitu Art Space dan 11/12 Rooftop Bar. Sebagai sebuah hotel yang mengusung konsep seni, ARTOTEL Gajahmada Semarang tidak hanya menyediakan akomodasi, tetapi juga menawarkan pengalaman unik melalui berbagai fasilitas dan layanan yang terintegrasi dengan elemen seni. Dengan mengutamakan atmosfer *artsy*, ARTOTEL Gajahmada Semarang menghadirkan ruang-ruang yang dapat menginspirasi tamu, termasuk berbagai karya seni yang dipamerkan secara bergantian. Selain itu, fasilitas seperti 11/12 Rooftop Bar menjadikan ARTOTEL Gajahmada Semarang sebagai destinasi yang menarik bagi generasi muda, khususnya Generasi Z, yang mencari pengalaman berbeda dalam menikmati seni dan gaya hidup kekinian.

Gambar 2. 4 Art Space ARTOTEL Gajahmada Semarang



Sumber: artopologi.com

Sesuai dengan konsepnya yang mengusung tema seni, ARTOTEL Gajahmada Semarang menjadikan Art Space sebagai salah satu daya tarik utama bagi para tamu, yang dapat dinikmati saat menuju lobi. Pemiliknya, Steven dan Marisa, menginginkan agar para tamu dari berbagai kalangan, mulai dari anak muda hingga orang tua, dapat merasakan atmosfer seni melalui lukisan dan karya seni yang dipamerkan. Setiap karya seni tersebut akan diganti secara berkala setiap 2 hingga 3 bulan sekali oleh pihak ARTOTEL Group untuk memastikan bahwa semua usia dapat merasakan pengalaman tersebut.

Gambar 2. 5 11/12 Rooftop Bar



Sumber: TribunJateng

ARTOTEL Gajahmada Semarang juga memiliki fasilitas 11/12 Rooftop Bar, yang dirancang untuk para penggemar alkohol dan hidangan Western sebagai menu andalannya. Menyediakan suasana yang lebih santai, bar ini memungkinkan para tamu hotel maupun pengunjung untuk menikmati pemandangan pusat kota Semarang dari ketinggian. Setiap malam, 11/12 Rooftop Bar menampilkan penampilan akustik dari musisi dan DJ untuk menghibur tamu hotel dan pengunjung.

2.2 Account Executive

Dalam konteks penyelenggaraan *event*, *Account Executive* (AE) memiliki peran krusial dalam menjamin kesuksesan setiap acara. AE berfungsi sebagai perantara utama antara klien dan tim internal, dengan tanggung jawab utama untuk memahami secara mendalam kebutuhan serta tujuan yang ingin dicapai oleh klien (Tampubolon & Agustiningsih, 2019). Selain itu, AE harus memastikan bahwa seluruh tahapan acara, mulai dari perencanaan hingga eksekusi, berjalan sesuai harapan klien atau bahkan melampauinya.

Peran AE pada event "*My Little World by Sri Lestari Puji Hastuti*" dan "*The Phantom Frequencies: The Haunted Gallery*" berfokus pada menjalin hubungan dengan klien utama, dalam hal ini adalah ARTOTEL Gajahmada Semarang sebagai perusahaan yang menjadi penyelenggara event. Peran ini mencakup komunikasi intens dengan klien, memahami kebutuhan mereka, dan memastikan acara berjalan sesuai ekspektasi mereka. Selain bertugas membangun dan memelihara hubungan dengan klien, AE juga bertanggung jawab untuk menegosiasikan kontrak, anggaran, serta memastikan kebutuhan serta preferensi klien tercatat.

AE juga dituntut untuk dapat mengatasi berbagai tantangan yang mungkin muncul selama proses perencanaan dan eksekusi, seperti keterbatasan anggaran, permintaan perubahan mendadak dari klien, hingga koordinasi dengan vendor (Dwiana, 2023). Oleh sebab itu, kemampuan untuk mengelola banyak tugas secara bersamaan, kepemimpinan, dan daya adaptasi yang tinggi menjadi keterampilan utama yang harus dimiliki dalam posisi ini.

2.2.1 Berkoordinasi dengan Klien untuk Memahami Kebutuhan dan Ekspektasi Acara

Salah satu aspek krusial dalam menjalin komunikasi dengan klien adalah koordinasi yang efektif. Goldblatt (2014) menekankan bahwa koordinasi merupakan faktor utama dalam keberhasilan sebuah acara, di mana komunikasi yang jelas dan terstruktur dengan klien menjadi landasan utamanya. Proses ini mencakup komunikasi secara terus-menerus dan konsisten dengan klien. Tujuannya untuk memastikan bahwa seluruh detail acara, mulai dari konsep hingga hal-hal teknis seperti logistik, dekorasi, dan susunan acara dapat berjalan sesuai dengan apa yang diinginkan dan dibutuhkan klien.

Selain itu, komunikasi dengan klien juga melibatkan koordinasi dengan pihak eksternal. Peran *Account Executive* (AE) sangat penting dalam menjembatani kebutuhan klien dengan pihak eksternal. Tugas AE meliputi mengomunikasikan hasil negosiasi, termasuk aspek finansial berdasarkan riset yang telah dilakukan. Jika hasil negosiasi belum sesuai dengan

ekspektasi klien, maka AE harus melakukan penyesuaian dan negosiasi lanjutan hingga tercapai kesepakatan yang optimal bagi kedua belah pihak.

2.2.2 Menyusun Pertemuan Rapat Bersama Klien

Salaku *Account Executive* dalam tahap perencanaan Karya Bidang, menyusun pertemuan rapat antara tim internal dan klien dilakukan untuk memastikan keselarasan visi dan eksekusi acara. Proses ini dimulai dengan mengidentifikasi tujuan dan materi rapat yang akan dibahas mencakup poin pembahasan seperti konsep acara dan kebutuhan teknis. Selanjutnya, penjadwalan dilakukan dengan mempertimbangkan ketersediaan seluruh peserta, termasuk perwakilan dari klien dan tim internal yang terlibat langsung dalam pelaksanaan proyek.

Saat pertemuan berlangsung, *Account Executive* bertugas untuk mencatat poin-poin penting bersama dengan *Administrative*, serta mengklarifikasi setiap keputusan yang diambil. Hasil rapat kemudian didokumentasikan dalam bentuk notulensi yang dibagikan kepada pihak tim internal terkait sebagai acuan dalam tahap eksekusi berikutnya. Memastikan bahwa semua informasi yang diberikan oleh klien diteruskan secara akurat kepada anggota tim yang lain. Dengan begitu, setiap pihak dapat bekerja secara selaras dalam mencapai tujuan bersama yang telah ditetapkan dengan klien (Julieta, 2022).

Gambar 2. 6 Dokumentasi Notulensi Rapat



2.3 External Relation

Pada event "My Little World by Sri Lestari Pujihastuti" dan "The Phantom Frequencies: The Haunted Gallery" peran *External Relations* berfokus pada menjalin hubungan dengan pihak eksternal yang berkontribusi terhadap keberhasilan acara. Tugas utamanya mencakup komunikasi, negosiasi kerja sama, koordinasi teknis, serta penyusunan strategi untuk memaksimalkan partisipasi mereka.

Pada tahap perencanaan, *External Relations* terlebih dahulu mengidentifikasi sumber daya atau calon mitra eksternal yang sesuai selama proses proposal. Dalam waktu yang terbatas, seorang *event planner* harus mampu menentukan sumber daya yang relevan dengan cepat dan akurat agar acara dapat berjalan sesuai dengan ekspektasi (Goldblatt, 2014 hal. 173). Setelah itu, *External Relation* melakukan komunikasi awal (*outreach*), melakukan tindak lanjut (*follow-up*), serta menjalankan proses negosiasi dan kesepakatan (*dealing*).

2.3.1 Menjalin Kerja Sama dengan Komunitas

Manajemen komunitas dalam penyelenggaraan event bertujuan untuk meningkatkan partisipasi audiens yang tepat sasaran melalui pendekatan strategis terhadap kelompok-kelompok yang relevan. Dalam acara *My Little World by Sri Lestari Pujihastuti*, komunitas seni dan jurnalistik mahasiswa Semarang diidentifikasi sebagai target utama. Sementara itu, dalam *The Phantom Frequencies: The Haunted Gallery*, komunitas party-goers dan pecinta musik mahasiswa Semarang menjadi fokus utama.

Tugas ini mencakup mengidentifikasi komunitas mana yang sesuai dengan karakter event, membangun komunikasi awal dengan perwakilan komunitas, serta mendistribusikan undangan secara efektif. Selain itu, strategi engagement dirancang untuk meningkatkan partisipasi, baik melalui pendekatan personal maupun media komunikasi yang sesuai dengan karakteristik komunitas yang ditargetkan.

Tabel 2. 2 Daftar Komunitas “My Little World by Sri Lestari Pujiastuti”

No.	Nama Komunitas	Narahubung	Jenis Kerjasama	Status Kesepakatan
UKM Jurnalistik Semarang				
1.	Opini Pers dan Jurnalistik Universitas Semarang	Dewangga	Partisipasi, Publikasi Media Sosial & Press Release	<i>Deal</i>
2.	LPM Manunggal Undip (Lembaga Pers Mahasiswa Universitas Diponegoro)	Manunggal	Partisipasi & Publikasi Media Sosial	<i>Deal</i>
3.	LPM Hayamwuruk (Lembaga Pers Mahasiswa FIB Undip)	Febby	Partisipasi, Publikasi Media Sosial & Press Release	<i>Deal</i>
UKM Kesenian Semarang				
4.	PRISMA UNDIP (Perhimpunan Seni Foto Mahasiswa Undip)	Archelino	Partisipasi & Publikasi Media Sosial	<i>Deal</i>
5.	UKM Seni dan Budaya GENESA	Ganesa	Partisipasi & Publikasi Media Sosial	<i>Deal</i>
6.	UKM Kesenian Jawa UNDIP	Tsatsa	Partisipasi & Publikasi Media Sosial	Follow-Up Needed
7.	UKM Seni Rupa Desain UNNES	Aliya	Partisipasi & Publikasi Media Sosial	No Response
Komunitas Seni Lokal Semarang				
8.	Dewan Kesenian Semarang	media.dekase@gmail.com	Partisipasi & Publikasi Media Sosial	No Response
9.	Pojok Warna (Komunitas Pelukis Kota Semarang)	Direct message	Partisipasi & Publikasi Media Sosial	No Response

Tabel 2. 3 List Komunitas "The Phantom Frequencies: The Haunted Gallery"

No.	Nama Komunitas	Narahubung	Jenis Kerjasama	Status Kesepakatan
Komunitas Party Goers Semarang				
1.	LOCO	Fernando	Partisipasi & Publikasi Media Sosial	<i>Deal</i>
2.	NOS Project	Neysa	Partisipasi & Publikasi Media Sosial	<i>Deal</i>
3.	Alaska	Mike	Partisipasi & Publikasi Media Sosial	<i>Deal</i>
4.	SB Collective	Direct Message	Partisipasi & Publikasi Media Sosial	<i>Declined</i>
5..	Prolly House	Direct Message	Partisipasi & Publikasi Media Sosial	<i>Declined</i>
6.	Eternals cult	Direct Message	Partisipasi & Publikasi Media Sosial	<i>Declined</i>
7.	Cali Collective	Direct Message	Partisipasi & Publikasi Media Sosial	<i>Declined</i>
Komunitas Musik Mahasiswa Semarang				
1.	WMS FIB Undip	Andi	Partisipasi & Publikasi Media Sosial	<i>Deal</i>
2.	Sakutala FISIP Undip	Ara	Partisipasi & Publikasi Media Sosial	<i>Deal</i>

dalam proses menjalin kerja sama, *External Relations* menghadapi hambatan signifikan, terutama dalam bernegosiasi dengan komunitas *party-goers*. Kesulitan utama muncul karena momentum Halloween yang menjadi periode sibuk bagi komunitas ini, di mana mereka cenderung mengadakan *event* independen mereka sendiri. Bentroknnya waktu pelaksanaan *The Phantom Frequencies: The Haunted Gallery* dengan berbagai acara yang

diselenggarakan komunitas-komunitas tersebut menyebabkan banyak dari mereka menarik diri dari potensi kerja sama.

2.3.2 Menjalin Kerja Sama dengan Pengisi Acara

Sebagai bagian dari *External Relation*, pengelolaan pengisi acara melibatkan koordinasi langsung dengan para *talent* yang terlibat. Pada event “The Phantom Frequencies: The Haunted Gallery” pengisi acara datang dari kategori Musik & Hiburan, *Activity*, Pembawa Acara, dan Dokumentasi.

Proses perencanaan diawali dengan penyusunan daftar pengisi acara yang sesuai dengan konsep dan kebutuhan event. Selanjutnya, dilakukan pendekatan melalui komunikasi langsung untuk negosiasi mengenai honorarium, durasi penampilan, serta aspek teknis seperti kebutuhan logistik dan riders. Untuk memastikan koordinasi berjalan efektif, *External Relation* memanfaatkan tools Google Sheets sebagai *tracking system* yang berisi daftar nama pengisi acara, informasi kontak, kesepakatan biaya, serta kebutuhan teknis lainnya. Sistem ini membantu dalam monitoring progres kerja sama, memastikan setiap pengisi acara mendapatkan informasi yang jelas, serta meminimalisir potensi kendala selama acara berlangsung.

Tabel 2. 4 Daftar Pengisi Acara "The Phantom Frequencies: The Haunted Gallery"

No.	Nama	Role	Tarif Biaya	Logistik	Status Kesepakatan
1.	Say2	DJ Sore	Rp400.000	Meja, 3 Kursi, Kain Hitam	<i>Deal</i>
2.	Sakutala	Band Performance 1	Rp1.300.000	Standing Mic, Kabel Jack	<i>Deal</i>
3.	Ancoor	Band Performance 2	Rp200.000	Tamborin, Cajon	<i>Deal</i>
4.	Houjee	DJ Malam	Rp300.000	-	<i>Deal</i>
5.	Nachan	Tarot Reading	Rp500.000 (DP 50%)	Meja, 3 Kursi, Kain Hitam	<i>Deal</i>
6.	Khaleed	MC	Rp1.800.000 (DP 50%)	-	<i>Deal</i>
7.	Coki	Editor	Rp800.000	-	<i>Deal</i>

Untuk menjaga kenyamanan dan kepuasan pengisi acara selama acara berlangsung, *External Relations* (ER) juga bertugas untuk memastikan kebutuhan talent dapat terpenuhi tanpa mengganggu jalannya acara termasuk dalam penyediaan makanan dan minuman. Pada tahap awal, ER mendiskusikan anggaran dan menu pilihan yang telah disepakati dengan klien. Kemudian ER akan berkomunikasi langsung dengan pengisi acara untuk mengkonfirmasi preferensi menu makanan yang dipilih. Selama acara berlangsung, ER bertanggung jawab untuk memastikan pengisi acara mendapatkan konsumsi tepat waktu sesuai dengan yang telah disepakati.

Gambar 2. 7 Rincian Pemesanan Konsumsi

LIST RIDERS PENGISI ACARA					
Nama	Waktu Penyajian	Barang	Jumlah	Harga Satuan	Total
Ancoor	18.00 - 18.30	Pizza Karnivor	1	Rp150.000	Rp150.000
		Javanese Platter	1	Rp45.000	Rp45.000
		Ice Tea	6	Rp21.000	Rp126.000
DJ Say2	19.00 - 19.30	Mie Goreng Pedas	1	Rp85.000	Rp85.000
		Nasi Goreng Pedas	1	Rp85.000	Rp85.000
Sakutala	19.30 - 20.00	Pizza Karnivor	1	Rp150.000	Rp150.000
		Javanese Platter	1	Rp45.000	Rp45.000
		Ice Tea	6	Rp21.000	Rp126.000
Tarot Nachan	22.00 - 22.30	Nasi Goreng	1	Rp85.000	Rp85.000
		Mie Goreng	1	Rp85.000	Rp85.000
		Ice Tea	2	Rp21.000	Rp42.000
DJ Houjee	22.00-22.30	Minuman	1	Rp270.000	Rp270.000
MC	23.00-23.30	Mie Goreng	1	Rp85.000	Rp85.000
		Ice Tea	1	Rp21.000	Rp21.000
TOTAL PENGELUARAN					Rp1.400.000

2.3.3 Menjalin Kerja Sama dengan Vendor

Kerja sama dengan vendor penyewaan alat musik merupakan aspek krusial dalam mendukung kebutuhan teknis acara “The Phantom Frequencies: The Haunted Gallery”. *External Relation* bertanggung jawab dalam mencari vendor yang mampu memenuhi kebutuhan teknis, khususnya penyewaan alat musik dan audio *sound system*. Setelah melakukan diskusi awal dengan pengisi acara dan klien terkait spesifikasi alat yang dibutuhkan, dilakukan pengecekan ketersediaan peralatan secara internal dan *alternative* seperti meminjam ke kerabat sebelum memutuskan untuk menggunakan vendor.

Proses ini dimulai dengan mencari dan menyeleksi vendor yang memiliki spesifikasi alat sesuai dengan kebutuhan event, baik dari segi kualitas maupun ketersediaan peralatan. Setelah vendor yang tepat terpilih,

dilakukan negosiasi mengenai harga, cakupan layanan, serta penyusunan kontrak kerja sama untuk memastikan kesepakatan yang jelas dan menguntungkan kedua belah pihak.

Tabel 2. 5 Rincian Pemesanan Vendor

No.	Nama	Role	Item	Qty	Harga	Status
1.	Suwara Production	Vendor Sewa Alat Musik	Cajon	1 pc	Rp150.000	Deal
			Tamborin	1 pc		
2.	Kingdom Audioworks	Vendor <i>Soundsystem</i>	Sound Tripod	3 pc	Rp3.200.000	Deal
			Subwoofer	3 pc		
			Mixer	2 pc		
			Mic handheld wireless & wired	2 set		

2.3.4 Menjalin Kerja Sama dengan *Media Partner*

Pada tahap perencanaan kerja sama dengan *media partner*, *External Relation* (ER) bekerja sama dengan *Media Planner* untuk memastikan bahwa kerja sama tersebut berjalan dengan lancar dan sesuai dengan tujuan acara. *Media Planner* bertanggung jawab untuk melakukan identifikasi dan seleksi media yang tepat, berdasarkan riset mengenai audiens target acara dan jenis media yang paling sesuai dan faktor-faktor lain. Setelah *Media Planner* selesai memilih media yang tepat, ER melanjutkan untuk mengelola hubungan kerja sama dengan media partner tersebut.

Tugas ER di tahap ini melibatkan diskusi dengan *media partner* terkait bentuk kerja sama. Dalam konteks pelaksanaan “My Little World by Sri Lestari Pujihastuti” dan “The Phantom Frequencies: The Haunted Gallery” jenis eksposur yang akan diberikan adalah dalam bentuk artikel.

2.3.5 Menyusun Proposal Pendanaan (*Sponsorship*)

Menyusun proposal *sponsorship* merupakan langkah strategis dalam suatu penyelenggaraan *event*. Proposal juga menjadi acuan bagi banyak pihak yang memiliki kepentingan dalam kegiatan tersebut, terutama dalam memperoleh dukungan dari penyandang dana maupun sponsor (Bian Lazuardi, 2015). Proposal ini berfungsi sebagai dokumen penawaran ide dan gagasan berisikan informasi lengkap seperti konsep, tujuan, serta detail teknis dari suatu acara secara tertulis.

Begitu juga dengan proposal *sponsorship event* "The Phantom Frequencies: The Haunted Gallery" yang diselenggarakan ARTOTEL Gajahmada Semarang, *External Relation* bersama tim karya bidang merancang proposal *sponsorship* yang disusun dengan mempertimbangkan profil sponsor yang dituju agar memiliki peluang tinggi untuk diterima. Dokumen ini secara khusus ditujukan kepada Authenticity selaku mitra sponsor dari perusahaan ARTOTEL Gajahmada. Adapun isi proposal *sponsorship event* "The Phantom Frequencies: The Haunted Gallery" meliputi:

- *Cover*
- Konsep dan tema *event*
- Sasaran *event*
- Waktu dan tempat pelaksanaan *event*
- Strategi Promosi *event*
- Rincian *talent* dan *activity*
- Layout / moodboard *event*
- Paket Sponsor
- *Contact person*

Gambar 2. 8 Proposal *Sponsorship Authenticity ARTOTEL Spooky Season*

No.	Jenis Barang	Jumlah	Harga Satuan	Total
Performance				
1.	DJ Sore	1	Rp3.300.000	Rp3.300.000
2.	DJ Malam	1	Rp3.300.000	Rp3.300.000
3.	Performance 1	1	Rp250.000	Rp250.000
4.	Performance 2	1	Rp250.000	Rp250.000
5.	MC	1	Rp500.000	Rp500.000
Activity				
1.	Face Painting	1	Rp500.000	Rp500.000
2.	Tarot	1	Rp500.000	Rp500.000
Lainnya				
1.	Waiters Team	4	Rp150.000	Rp600.000
2.	DJ Set	1	Rp850.000	Rp850.000
3.	Fotografer dan Videografer	1	Rp3.000.000	Rp3.000.000
Produk				
1.	SoundSystem	1	Rp3.000.000	Rp3.000.000
2.	Ads	1	Rp1.500.000	Rp1.500.000
3.	KOL	1	Rp1.000.000	Rp1.000.000
4.	Printing	1	Rp500.000	Rp500.000
5.	Dekorasi	1	Rp2.000.000	Rp2.000.000
TOTAL				Rp18.090.000

2.3.6 Menjalin Kerja Sama dengan KOL (*Nano Influencer*)

Dalam menjalin kerja sama dengan KOL (*Nano Influencer*), *External Relations* bekerja sama dengan *Media Planner* untuk memastikan pemilihan KOL sesuai dengan kebutuhan program. Setelah *Media Planner* mengidentifikasi dan menyusun daftar calon KOL yang memenuhi kriteria, daftar tersebut diserahkan kepada *External Relations* untuk ditindaklanjuti. Tugas *External Relations* meliputi menghubungi KOL, menawarkan kerja sama, serta melakukan negosiasi terkait bentuk kolaborasi yang akan dilakukan. Proses ini kesepakatan format konten, jadwal unggahan, serta ketentuan melaporkan hasil engagement yang diperoleh setelah durasi kerja sama habis.

Tabel 2. 6 Daftar KOL (*Nano Influencer*) "The Phantom Frequencies: The Haunted Gallery"

No.	Nama	Followers	Target	Jadwal Unggahan	Status Kesepakatan
1.	@naoraaaaaa	4,354	Publikasi Poster melalui Instastory masing-masing akun Instagram	26-28 Oktober 2024	Deal
2.	@rafifdarin	1,945			Deal
3.	@valensbr	3,633			Deal
4.	@hannahzirehhs	3,238			Deal
5.	@natantrn	2,156			Deal

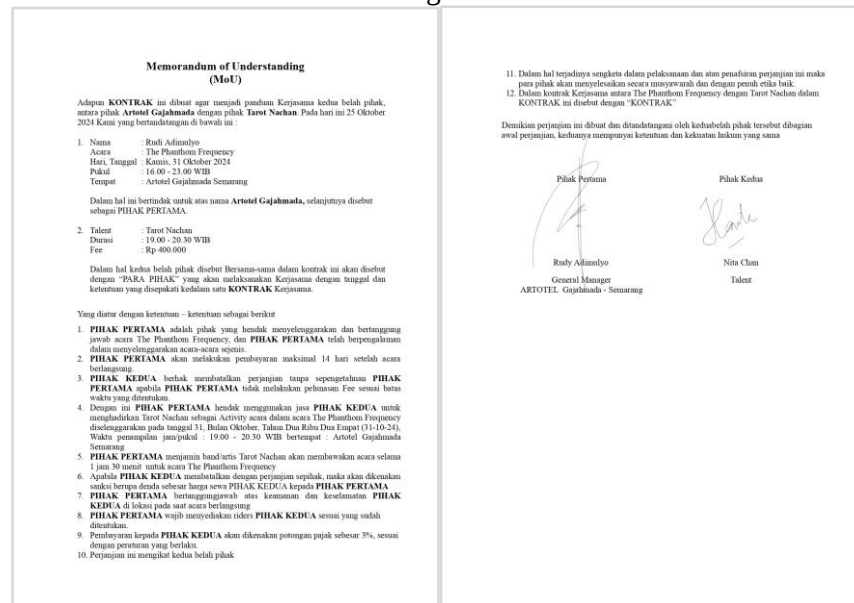
No.	Nama	Followers	Target	Jadwal Unggahan	Status Kesepakatan
6.	@kianafatiha	1,387			Deal
7.	@nadyavplzen	1,343			Deal
8.	@ aureliaakusuma	1,546			Deal

2.3.7 Mengelola Surat Perjanjian Kerjasama

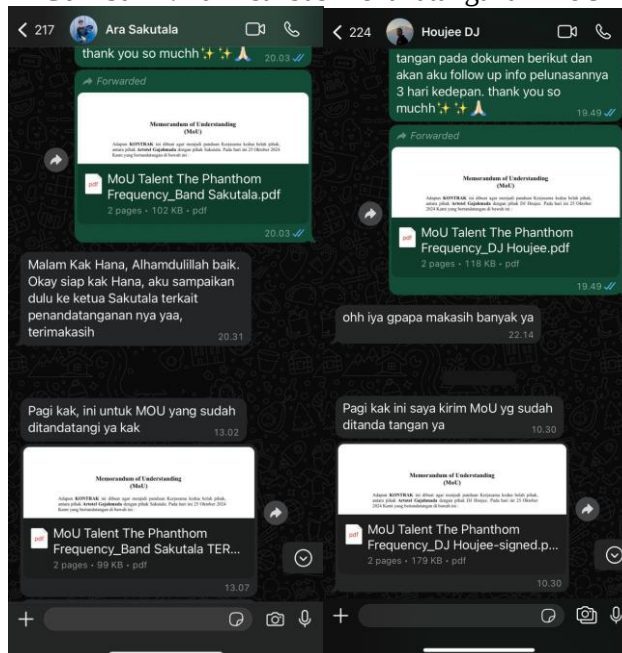
External Relation bersama *Administrative* menangani tugas administrasi, tugas tersebut antara lain penyusunan dan penandatanganan kontrak untuk pengisi acara di event "Pujihastuti" dan "The Phantom Frequencies: The Haunted Gallery". Kontrak dibuat dengan tujuan untuk memastikan kejelasan ekspektasi terkait kinerja, pembagian peran dan tanggung jawab, dan mencegah masalah. Kontrak yang disusun dengan baik, disertai dengan pemenuhan izin yang diperlukan, memastikan bahwa acara dapat berlangsung tanpa hambatan administratif atau hukum. Dokumen perjanjian dapat berbentuk surat pernyataan sederhana seperti *Memorandum of Understanding* (Goldblatt, 2014:180).

Dalam penyelenggaraan event "My Little World by Sri Lestari Pujihastuti" dan "The Phantom Frequencies: The Haunted Gallery" pengelolaan kontrak kerja berupa *Memorandum of Understanding* (MoU) dilakukan oleh *External Relation*. *External Relation* bertanggung jawab untuk memastikan bahwa MoU yang disusun oleh *Administrative* telah sesuai dengan kebijakan perusahaan dan mendapatkan persetujuan dari klien. Selanjutnya, kontrak didistribusikan kepada pihak eksternal terkait untuk ditanda tangani, dengan memastikan bahwa setiap pihak memahami serta berkomitmen untuk menaati ketentuan yang telah disepakati. Hal ini berguna untuk mengatasi potensi pelanggaran atau ketidaksesuaian yang mungkin terjadi selama proses kerja sama berlangsung

Gambar 2. 9 MoU Pengisi Acara - Tarot Nachan



Gambar 2. 10 Distribusi Penandatanganan MoU



2.3.8 Mengumpulkan dan Memverifikasi Dokumen Administratif (KTP, Invoice, NPWP)

Sebagai penghubung antara klien dan pihak eksternal, AE bertanggung jawab untuk memastikan bahwa semua transaksi yang tercatat di invoice sesuai dengan anggaran yang telah disepakati dengan pihak eksternal. Hal ini mencakup verifikasi harga, pengeluaran terkait layanan, pengecekan kesesuaian antara hasil diskusi dan faktur yang diajukan, serta memeriksa kecocokan antara pengeluaran yang tercatat dan anggaran yang

telah direncanakan bersama klien. Hal ini dilakukan untuk menghindari pembengkakan biaya yang tidak terduga.

Selanjutnya, AE mengumpulkan dan memverifikasi dokumen administratif yang diperlukan, seperti KTP, NPWP, dan invoice dari pihak yang akan menerima pembayaran dari ARTOTEL Gajahmada Semarang. Dokumen-dokumen ini menjadi syarat administratif yang harus dipenuhi sebelum tim audit dapat mencairkan dana pembayaran *fee*. Oleh karena itu, ketepatan dan kelengkapan dokumen menjadi aspek penting dalam memastikan kelancaran proses pencairan dana.

Gambar 2. 11 Invoice Pengisi Acara - Suara Production

SUWARA PRODUCTION

INVOICE

Kepada : ARTOTEL Gajahmada Semarang
Lokasi : ARTOTEL Gajahmada Semarang
Tanggal : 29 Oktober 2024
Tanggal Acara : 31 Oktober 2024
(1 Event / Hari)

No	Keterangan	Unit	Hari	Harga
1.	Cajon & Tamborin	1 Set	1 Event	Rp. 150.000

Total Rp. 150.000
D/P Rp. -
Pelunasan Rp. 150.000

Payment Info
Nomor Rekening : BCA 7830038471
a/n MIFTAKHUL MUIS FAUZAN

0812 2473 4996 | Jl. Sukma Utara IV 18 B 8 RT 18B IV | miftakhulmuis@gmail.com | www.suwaraproduction.id

Gambar 2. 12 Database Dokumen Administratif Stakeholder

Name	Owner	Last mo...
Video Editor Coki	me	Oct 29, 2024
Vendor Sound	ecko	Nov 1, 2024
Tarot Nachan	me	Oct 28, 2024
Sewa Alat	me	Oct 29, 2024
MC Khalid Jundi	me	Oct 28, 2024
DJ Say2	me	Oct 28, 2024
DJ Houjee	me	Oct 28, 2024
Band 2 Ancoor	me	Oct 28, 2024
Band 1 Sakutala	me	Oct 28, 2024

2.4 Creative & Production Assistant

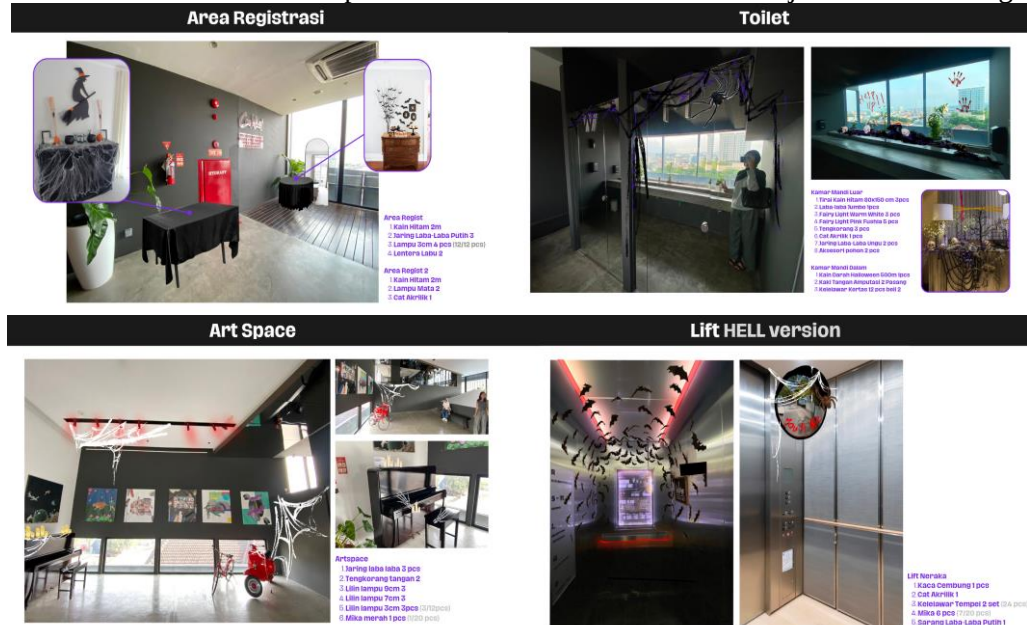
Dalam penyelenggaraan *event*, peran *Creative & Production Assistant* berfokus pada perancangan konsep kreatif serta pelaksanaan teknis untuk memastikan acara berjalan sesuai dengan visi yang telah ditetapkan. Dalam hal ini, penulis berkontribusi sebagai asisten, sekaligus menjalankan peran pengganti dari Saudari Jasmine Afifah Ramadhani, selaku *Creative & Production Assistant Manager* sebelumnya.

Tugas yang dilakukan mencakup mengukur venue untuk memastikan kesesuaian tata letak, melakukan riset barang yang dibutuhkan dalam produksi, membuat mock-up rancangan dekorasi sebagai acuan dalam eksekusi desain, serta berkoordinasi dengan *Videographer* dan *Editor* terkait konsep konten digital agar selaras dengan tema acara.

2.4.1 Survei Lokasi dan Merancang Konsep Dekorasi

Perencanaan konsep dekorasi merupakan tahap penting dalam menciptakan atmosfer yang sesuai dengan tema acara. Untuk *The Phantom Frequencies: The Haunted Gallery*, perancangan dekorasi berfokus pada nuansa Halloween yang selaras dengan karakteristik ARTOTEL Gajahmada Semarang. Proses ini diawali dengan mendesain *mock-up* dekorasi yang menjadi acuan utama dalam implementasi visual di lokasi acara. Selain itu, dilakukan riset mendalam terkait produk dekorasi yang sesuai dengan konsep yang telah ditetapkan. Setiap elemen dekorasi dipilih secara detail dengan mempertimbangkan ukuran lokasi venue serta efisiensi biaya. Setelah daftar kebutuhan dekorasi disusun, pembelian dilakukan melalui *platform e-commerce*, dengan pencatatan yang rapi sebelum diajukan ke bagian keuangan (*finance*) untuk proses pembayaran.

Gambar 2. 13 Mock Up Dekorasi Halloween ARTOTEL Gajahmada Semarang



Gambar 2. 14 Data tautan pembelian material melalui *e-commerce*

[illegible]

2.4.2 Merancang Konsep *Teaser* dan *After Movie*

Dalam upaya membangun antusiasme sebelum acara serta mendokumentasikan pengalaman setelahnya, perencanaan konsep *teaser* dan *after movie* menjadi aspek penting dalam strategi komunikasi visual. Proses ini dimulai dengan perancangan konsep visual yang mencerminkan esensi acara, termasuk pemilihan gaya sinematografi, tone warna, serta elemen naratif yang digunakan. Mengingat ARTOTEL memiliki regulasi yang ketat mengenai kriteria konten, untuk memastikan kelancaran produksi dilakukan rapat koordinasi yang mempertemukan *editor* dengan klien guna

menyelaraskan ekspektasi dan kebutuhan produksi. Diskusi ini bertujuan untuk memastikan bahwa *output* akhir dari *teaser* dan *after movie* dapat menggambarkan pengalaman acara secara autentik serta menarik minat audiens di media sosial dan platform digital lainnya.

Gambar 2. 15 *Meeting* Tim Karya Bidang bersama *Editor* dan Klien



2.4.3 Menjalin Kerja Sama dengan *Videographer* dan *Editor*

Dokumentasi yang dihasilkan acara "The Phantom Frequencies: The Haunted Gallery" adalah aset yang dibutuhkan untuk menyebarkan informasi kepada target audiens dengan menonjolkan karakter seni dan ruang interaksi yang kekinian dari ARTOTEL Gajahmada Semarang. Dalam pelaksanaannya, tim karya bidang menggaet saudara Coki selaku *Videographer* dan *Editor* untuk melengkapi kebutuhan desain dan *editing* yang berkualitas. Untuk memastikan pencapaian target yang optimal, *External Relation* membuat daftar perencanaan produksi visual yang diserahkan kepada *Videographer* dan *Editor*. Selama proses produksi, dilakukan kordinasi berkala untuk memastikan setiap momen penting dalam acara terdokumentasi dengan baik. Selain itu, hasil *editing* dievaluasi agar selaras dengan konsep yang telah disepakati.

Tabel 2. 7 Target Capaian Videographer dan Editor

No.	Kategori Pekerjaan	Deskripsi Target	Deadline
1.	Teaser Acara	Membuat teaser berdurasi 15-30 detik yang menarik perhatian. Menyesuaikan konsep visual dengan tema acara. Menggunakan animasi 3D. Menggunakan format Instagram Reels.	H-3 Acara (28 Oktober 2024)
2.	Dokumentasi Hari H (Foto & Video)	Mengabadikan foto pengunjung pada <i>Costume Walking Artspace</i> . Mengambil video footage seluruh rangkaian acara selama acara berlangsung.	H-H Acara (31 Oktober 2024)
3.	After Movie	Menyusun video rekap acara dengan durasi 80-85 detik. Menggunakan footage terbaik dari dokumentasi hari H. Mengedit dengan transisi yang dinamis dan sesuai dengan mood acara. Menambahkan teks key message dan menyematkan sponsor.	H+5 Acara (5 November 2024)