

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM DAN PERSIAPAN PROJECT SEBAYA “SEMARAK MEMBACA DAN BERKARYA” SEBAGAI *PROJECT LEADER* DAN *SOCIAL MEDIA SPECIALIST***

#### **2.1 Gambaran Umum Klien “Perpustakaan Jawa Tengah”**

Perpustakaan Provinsi Jawa Tengah dan biasa disebut Perwil atau Perpustakaan Wilayah. Perpustakaan Jawa Tengah sudah didirikan sejak tanggal 1 Agustus 1951 yang awal mulanya bernama Perpustakaan Negara Semarang. Berdasarkan Keputusan dari Presiden No. 50 Tahun 1997 pada 29 Desember 1997, Perpustakaan Daerah kemudian diubah menjadi Perpustakaan Provinsi yang ditempatkan di ibukota provinsi. Semarang merupakan ibukota provinsi dari Jawa Tengah. Seiring dengan keputusan presiden, Perpustakaan Daerah kemudian dipimpin oleh Kepala Perpustakaan Daerah yang bertanggung jawab kepada Kepala Perpustakaan RI. Visi dari Perpustakaan Jawa Tengah adalah mewujudkan masyarakat membaca dan belajar melalui misi mengembangkan dan menciptakan kebiasaan membaca.

Dengan adanya pandemi COVID-19, permasalahan pengunjung menerjang Perpustakaan Jawa Tengah dan kemudian dialihkan kepada perpustakaan digital bernama iJateng. Hal ini mengetahui penutupan Perpustakaan Jawa Tengah pada tahun 2020-2021. Setelah pandemi COVID-19 berakhir, Perpustakaan Jawa Tengah kembali berupaya untuk meningkatkan kunjungan. Hal ini melalui program yang telah dilakukan, salah satunya Bazar. Bazar telah dicanangkan secara aktif dan terlaksana dua hingga tiga kali setiap tahunnya. Keberjalanan Bazar mendapatkan peluang dari kerja sama dengan Paguyuban Penerbit Yogyakarta. Paguyuban ini bekerja sama dengan berbagai penerbit untuk kemudian menjualnya dengan harga lebih murah atau didiskon. Dengan demikian, menjadi daya tarik pengunjung untuk datang dan membeli buku. Dalam program-program yang digencarkan Perpustakaan Jawa Tengah, terdapat kesulitan untuk menggait komunitas di

usia remaja dan dewasa, sedangkan untuk tingkat *playgroup* dan SD tidak terdapat kesulitan yang berarti. Program selain Bazar yang telah dilakukan adalah *Field Trip* yang melibatkan pengembangan keterampilan dari buku. Tak dipungkiri, lomba-lomba menjadi daya tarik untuk menarik pengunjung ke Perpustakaan Jawa Tengah. Lomba yang sudah terselenggara, seperti lomba yel-yel, lomba puisi, dan lomba menyanyi lagu tradisional Jawa.

Project Sebaya sebagai wadah untuk mewujudkan visi-misi, yaitu mewujudkan masyarakat membaca mengembangkan program yang dapat diukur dari peningkatan pengunjung. Program yang dicanangkan turut melanjutkan program Bazar, *Field Trip* (sosialisasi iJateng), perlombaan, dan ditambah dengan Mini *Challenge* untuk mendorong audiens lebih banyak untuk ke Perpustakaan Jawa Tengah. Hal ini didukung dengan data kuesioner, salah satunya afeksi dan *behavior* yang menyatakan setuju dan sangat setuju pada program-program yang diajukan, bahwa program tersebut mampu mendorong ketertarikan, hingga kemudian berkenan datang ke Perpustakaan Jawa Tengah.

Kerja sama antara tim Project Sebaya dan Perpustakaan Jawa Tengah diawali dengan bertemu dengan staf Tata Usaha yang kemudian diarahkan untuk bertemu dengan Kepala Perpustakaan Jawa Tengah. Hal ini disambut baik untuk sama-sama mewujudkan misi yang sama, yaitu menciptakan kebiasaan membaca dengan mendorong masyarakat berkunjung ke Perpustakaan Jawa Tengah. Pasca pandemi, kegiatan luring lebih digencarkan daripada daring mengetahui hambatan pandemi sudah tidak berlaku. Kegiatan luring lebih menciptakan makna supaya masyarakat dapat mengetahui Perpustakaan Jawa Tengah beserta program-programnya secara langsung. Dengan demikian, setelah mengajukan surat penelitian, Project Sebaya kemudian berkoordinasi untuk mampu mewujudkan lima program yang kondusif dan mampu mendatangkan pengunjung ke Perpustakaan Jawa Tengah.

## 2.2 *Project Leader*

*Project Leader* memiliki tanggung jawab untuk memastikan kelancaran dari seluruh acara, membuat keputusan penting dan menciptakan rencana cadangan, dan melakukan monitoring terhadap semua divisi yang terlibat. Divisi lainnya meliputi PIC *Partnership* dan *Public Relations*, *Finance* dan PIC Lomba Vlog-Sosialisasi iJateng, *Creative-PIC Mini Challenge-Dana Usaha*, dan *Sponsorship* dan PIC *Storytelling*. Dalam pelaksanaannya, *Project Leader* mengalokasikan beberapa pekerjaan yang harus dikerjakan setiap minggunya untuk setiap divisi dan PIC terkait. Hal ini termasuk memastikan bahwa semua orang mengambil bagian dan melaksanakan tupoksinya masing-masing. Selain itu, *Project Leader* memiliki tanggung jawab melakukan *overview* atas hasil kerja yang dilakukan oleh divisi lainnya supaya lebih layak dan siap untuk diterapkan. *Project Leader* pun dapat melakukan tanggung jawab di luar tupoksi, seperti melakukan *back-up* dari divisi yang mengalami kesulitan atau pemaksimalan acara melalui iklan di sosial media (*advertising*). Dokumentasi terkait dengan persiapan acara dari *Project Leader* dapat dilihat pada lampiran 1.

### 2.2.1 Pembagian Tugas

Pembagian Tugas yang diberikan kepada setiap anggota tim dan dimonitor antara lain:

#### 1. *Project Leader* dan *Social Media Specialist* (Sheren Aliya Dewi)

*Project Leader* memiliki tanggung jawab atas keseluruhan acara, membuat keputusan penting maupun cadangan, dan melakukan monitor pekerjaan tim. *Project Leader* pun perlu berkomunikasi dengan rutin dengan klien atau sebagai *Account Manager* sehingga komunikasi antara tim dan Perpustakaan Jawa Tengah berlangsung selaras. Dalam perannya, *Project Leader* perlu

melakukan *back up* apabila diperlukan untuk mengisi hal-hal di luar prediksi.

*Social Media Specialist* berperan untuk melakukan riset konten, membuat konten beserta *caption*, melakukan pengiklanan konten sebagai bagian promosi, dan memantau sosial media secara berkala. *Social Media Specialist* juga memantau partisipasi peserta melalui sosial media, seperti Lomba Vlog dan Mini *Challenge*. Hal ini dilakukan dengan berkoordinasi dengan *Creative* dalam desain dan pengunggahan konten.

## 2. PIC *Partnership* dan *Public Relations* (Sepnabila Putri Armaya)

*PIC Partnership* memiliki tanggung jawab untuk membuat surat undangan kepada pihak-pihak terkait, seperti untuk sekolah-sekolah yang akan diundang untuk mengikuti perlombaan dan sosialisasi iJateng. Hal ini juga meliputi kesekretariatan lainnya, seperti membuat MoU dan surat undangan permohonan juri dalam acara yang diselenggarakan. Tugas ini memiliki kewajiban untuk membuat nomor surat dan memberikan detail kerja sama atau informasi yang dibutuhkan dan berdasarkan persetujuan oleh yang mengetahui, seperti Perpustakaan Jawa Tengah, *Project Leader*, dan PIC dari divisi yang terlibat.

*Public Relations* memiliki tanggung jawab untuk menghubungi pihak-pihak eksternal yang diajak untuk menjadi *media partner* dan diundang untuk mengikuti program terkait. *Public Relations* memiliki tupoksi untuk membuat data terkait pihak terkait yang akan dilibatkan dan kemudian mengoordinasikannya kepada seluruh anggota untuk menyampaikannya secara lebih cepat dan efektif. Dalam prosesnya, *Public Relations* menghubungi pihak eksternal dengan mengajukan proposal yang telah dibuat sebagai pengantar untuk mengetahui latar belakang Perpustakaan Jawa

Tengah, Project Sebaya, acara yang diselenggarakan, beserta peran dari pihak eksternal yang bisa dilakukan.

### 3. *Finance*, PIC Lomba Vlog, PIC Sosialisasi iJateng (Melissa Laetare)

*Finance* memiliki tanggung jawab untuk mengelola pemasukan dari berbagai sumber dan pengeluaran dalam menunjang acara. Hal ini juga termasuk mengarsipkan laporan dan pemasukan supaya akuntabel atau dapat dipertanggungjawabkan melalui pendataan sistematis. Hal ini dengan mengumpulkan nota pembelian atas barang maupun dokumentasi sumber dana yang didapatkan baik dari uang kas, donatur, ataupun sponsor. Hal ini kemudian dibedakan menjadi dua tabel: pemasukan dan pengeluaran, serta pembuatan anggaran supaya biaya yang dikeluarkan tidak melebihi dari pemasukan. Dengan demikian, keperluan yang dibutuhkan melalui pendanaan mampu tercukupi, mulai dari hadiah lomba, *print* sertifikat-*cue card*-proposal, hingga biaya tak terduga lainnya sehingga dapat teralokasikan dengan baik. Dalam hal ini, *Project Leader* akan turut memonitor pemasukan dan pengeluaran yang dilakukan melalui laporan tabel dari *Finance* dan memastikan persetujuan atas biaya-biaya tidak terduga dengan asas kepentingan bersama.

PIC Lomba Vlog memiliki tanggung jawab untuk memastikan keberjalanan dari Lomba Vlog baik dari persiapan acara, pelaksanaan acara, dan pasca acara. Hal ini mulai dari pembuatan *guideline* dan formulir pendaftaran, pendataan keperluan dari Lomba Vlog, monitor jumlah pendaftar, hingga pasca acara yang menjadi penghubung antara peserta dan panitia, terutama informasi acara dan sertifikat yang didapatkan peserta. PIC Lomba Vlog pun perlu memastikan bahwa hadiah berupa piala dan uang yang didapatkan dari *Finance* tersedia dan siap diberikan kepada

pemenang di hari acara. Setiap keputusan didiskusikan bersama dan dipantau oleh *Project Leader* sebagai *quality control* dalam progresnya.

PIC Sosialisasi iJateng memiliki tanggung jawab atas keberjalanan sosialisasi iJateng dari segi pra-acara, pelaksanaan sosialisasi, hingga setelah sosialisasi iJateng selesai. Hal ini meliputi pengalokasian undangan yang akan diberikan berkoordinasi dengan PIC *Partnership* supaya organisasi atau sekolah yang diundang mampu mengikuti sosialisasi iJateng melalui *field-trip* di Perpustakaan Jawa Tengah atau sekolah yang diusungkan. PIC Sosialisasi iJateng juga dapat berkoordinasi dengan koordinator LTPS atau pihak terkait selama melaksanakan acara bersama divisi lain dan dipantau oleh *Project Leader* dalam pelaksanaannya. Keputusan yang diperlukan juga didiskusikan bersama dan dipantau oleh *Project Leader* sebagai *quality control* dalam progresnya.

#### 4. *Creative* (Desain, Video, dan Sosial Media) dan PIC Mini *Challenge* (Muhammad Nur Arif)

*Creative* memiliki beberapa aspek yang harus dipenuhi, antara lain bertanggung jawab pada pembuatan desain dan video, serta pengelolaan sosial media. Hal ini termasuk mengembangkan konsep kreatif, dokumentasi acara, dan produksi video-konten yang diajukan oleh *Social Media Specialist*. Desain ini juga berlaku untuk fasilitas dari promosi atau acara, seperti *banner*, *id card*, *cue card*, hingga *backdrop* yang dipasang di penayangan acara. *Creative* bekerja sama dengan *Social Media Specialist* supaya konsep yang dirancang dapat sesuai saat diunggah. Dokumentasi yang didapatkan akan dimasukkan di folder Google Drive ataupun Google Photos untuk keperluan laporan maupun dokumentasi yang akan diberikan kepada peserta.

PIC *Mini Challenge* memiliki tanggung jawab atas keberjalanan *Mini Challenge* yang diselenggarakan selama durasi Bazar. *Mini Challenge* ditargetkan untuk masyarakat umum yang datang ke Bazar Buku pada periode 1-15 November 2024. Hal ini dimanfaatkan melalui *Mini Challenge* di *story* Instagram untuk dapat mengundang khalayak lebih luas. PIC *Mini Challenge* berkoordinasi dengan seluruh anggota untuk dapat melakukan penjurian ataupun pemberian dana yang bekerja sama dengan *Finance*. Tugas lainnya meliputi pemasangan cerita di Instagram Project Sebaya supaya *Mini Challenge* yang diunggah peserta mampu tersampaikan dengan baik.

Koordinator Dana Usaha memiliki tanggung jawab atas dana usaha yang didapatkan dari penjualan *subscription* dari aplikasi, seperti One Drive dan Google Drive. Hal ini berkoordinasi dengan *Social Media Specialist* dalam pembuatan poster promosi, serta berkoordinasi secara aktif dengan divisi lainnya untuk memaksimalkan promosi dari segi kenalan supaya pemasukan yang didapatkan menghasilkan pemasukan lebih banyak lagi. Selain itu, Koordinator Usaha perlu mendata pendapatan yang kemudian bekerja sama dengan *Finance* untuk diterima sebagai pemasukan.

##### 5. *Sponsorship*, Logistik, dan PIC Lomba *Storytelling* (Kurnia Andhika Abipraya)

*Sponsorship* memiliki tanggung jawab dalam melakukan riset perusahaan potensial untuk dapat menggelontorkan dana ataupun barang dalam menunjang acara. Hal ini juga meliputi pembuatan dan pengajuan proposal sponsor sebagai bahan dasar pertimbangan. *Sponsorship* perlu berkoordinasi dengan tim terkait pembagian proposal sponsor yang diberikan kepada perusahaan secara langsung. Proposal sponsor dan pelaksanaan menghubungi

sponsor akan dipantau oleh *Project Leader* hingga mendapatkan dana atau barang dari sponsor.

Logistik memiliki tanggung jawab terhadap keperluan logistik yang kemudian dilaporkan kepada anggota dan *Project Leader* untuk dikoordinasikan kepada Perpustakaan Jawa Tengah sebagai fasilitas ataupun vendor yang kemudian akan didiskusikan bersama. Keperluan ini didata menjadi tabel yang kemudian akan dinilai oleh *Project Leader* kelengkapannya, sudah lengkap atau masih ada yang perlu ditambahkan. Logistik juga meliputi pembelian barang yang diperlukan dan kemudian berkoordinasi dengan *Finance* dalam pengeluaran yang diperlukan.

PIC Lomba *Storytelling* memiliki tanggung jawab untuk memastikan keberjalanan Lomba *Storytelling*, baik sebelum terselenggaranya lomba, pelaksanaan lomba, hingga setelah selesai perlombaan *storytelling*. Lomba *Storytelling* bekerja sama dengan PIC *Partnership* untuk pembuatan surat undangan ke sekolah-sekolah terkait supaya mengikuti lomba yang diselenggarakan, bekerja sama dengan *Finance* terhadap kebutuhan yang diperlukan, hingga berkoordinasi dengan *Creative* dan *Social Media Specialist* untuk segala promosi yang dibutuhkan. Setiap keputusan didiskusikan bersama dan dipantau oleh *Project Leader* sebagai *quality control* dalam progresnya.

### **2.2.2 Tabel Progres Setiap Anggota**

*Project Leader* memiliki tanggung jawab dalam alokasi progress setiap anggota yang dimonitor setiap minggu melalui tabel. Hal ini akan disunting kembali apabila tugas minggu sebelumnya tidak dapat terselesaikan dan kembali ditargetkan di minggu selanjutnya. Hal ini juga terjadi apabila terjadi perubahan koordinasi dengan Perpustakaan Jawa Tengah mengenai tanggal atau progres



acara yang harus diubah. Tabel berkenaan *event progress* pada persiapan acara dapat dilihat pada lampiran 2.

Pada proses perencanaan dan persiapan pelaksanaan acara, terdapat beberapa perubahan yang dilakukan dan merupakan turunan dari pembagian tugas dari BAB 1. Tabel progress pada lampiran adalah tabel dengan versi pembagian tugas lebih detail sekaligus metode *overview* dengan memberikan *checklist* di sampingnya. Warna yang diberikan adalah cara untuk mengetahui bagian-bagian setiap anggota yang belum mengerjakan pekerjaannya ataupun sudah secara lebih efisien.

### **2.2.3 Account Manager**

*Account Manager* merupakan bagian dari tupoksi *Project Leader*. *Account Manager* memiliki tanggung jawab untuk menjaga hubungan dengan klien dan melakukan koordinasi dengan klien dalam pelaksanaan acara. Hal ini juga meliputi menghubungi Paguyuban Penerbit Yogyakarta, Kepala Perpustakaan Jawa Tengah, Koordinator Perpustakaan, Staf Tata Usaha, Staf Deposit, Koordinator LTPS (penanggungjawab sosialisasi perpustakaan dan iJateng), dan pegawai lainnya yang terlibat. Pada program Bazar dan Mini Challenge, *Account Manager* berkoordinasi dengan Bu Yusti selaku penanggungjawab umum dari kegiatan Bazar. Hal ini termasuk menyampaikan informasi berkenaan dengan tugas dari tim untuk mampu mendokumentasikan ataupun mempromosikan Bazar lebih luar lagi. Pada program Lomba *Storytelling* dan Lomba Vlog, *Account Manager* berkoordinasi dengan Bu Yusti kembali dalam pelaksanaan Lomba *Storytelling* dan Pak Alam selaku pegawai yang ditunjuk untuk menjadi juri Lomba Vlog, serta Mas Albi dalam penggunaan ruangan audiovisual untuk pelaksanaan Lomba Vlog. Sedangkan, untuk sosialisasi iJateng, *Account Manager* berkoordinasi dengan Bu Sundari untuk berkoordinasi awal hingga

setelah selesainya acara sosialisasi supaya dapat melaksanakan acara beriringan dengan Perpustakaan Jawa Tengah. Hal ini tidak luput untuk berkoordinasi dengan pimpinan, yaitu Bu Lis dan koordinator, yaitu Bu April untuk memastikan bahwa acara yang dibawakan telah diketahui oleh pimpinan terkait dan mendapatkan dukungan untuk dilaksanakan di Perpustakaan Jawa Tengah.

## **2.3 *Social Media Specialist***

*Social Media Specialist* memiliki tanggung jawab untuk menulis konten berbasis riset dan membuat *caption* untuk semua *post* yang akan diunggah di media sosial. Hal ini bekerja sama dengan *Creative* yang memiliki tanggung jawab dalam membuat desain dan mengunggahnya dengan kualitas terbaik atau HD. *Social Media Specialist* merumuskan tenggat waktu untuk *Social Media Specialist* dan *Creative*, menentukan tipe konten, judul, isi konten, judul, hingga status progres yang telah dilaksanakan.

### **2.3.1 *Content Pillar* dan Rancangan Konten**

Konten yang akan dibuat memiliki tiga pilar, yaitu:

#### **1) *Information***

Pilar informasi merupakan kategori untuk konten-konten yang sifatnya menginformasikan kepada audiens Project Sebaya. Hal ini seperti pengenalan mengenai Perpustakaan Jawa Tengah dan Project Sebaya. Selain itu, informasi dapat berkenaan dengan pengumuman kuesioner yang sifatnya tidak mendukung secara langsung acara-acara terkait. Tujuan konten informasi adalah memberitahu dan mengenalkan audiens melalui informasi dasar maupun detail mengenai Perpustakaan Jawa Tengah dan Project Sebaya.

#### **2) *Promotion***

Pilar promosi sifatnya mempromosikan dari program-program yang sedang dijalankan. Hal ini seperti promosi video mengenai lomba dan Bazar. Promosi ini tujuannya untuk menggait audiens supaya lebih terdorong untuk membeli produk yang ditawarkan. Promosi sifatnya *hardselling* dan *softselling* yang merupakan tugas *Social Media Specialist* untuk mampu mengemasnya semenarik dan *relate* mungkin.

### 3) *Event*

Pilar *event* ditujukan untuk poster-poster acara dari Project Sebaya, seperti poster Mini *Challenge*, Bazar, Lomba *Storytelling*, dan Lomba Vlog. Hal ini juga berlaku untuk *press release*. Pilar *event* dibuat untuk menawarkan secara terang-terangan dan jelas mengenai program Project Sebaya dan sifatnya untuk menyokong acara-acara yang dilaksanakan Perpustakaan Jawa Tengah dan Project Sebaya. Detail konten yang akan dibuat dapat dilihat pada lampiran 3.

Rancangan konten tersebut apabila diaplikasikan pada *layout* Instagram akan memiliki gambaran susunan atau urutan yang tertera pada lampiran 5.

## 2.3.2 Optimalisasi Instagram Ads

Dalam pemaksimalan konten yang dibuat, terdapat rencana untuk menggunakan iklan di sosial media yang berkoordinasi dengan *Creative*. Hal ini juga dilakukan dengan melihat tulisan dan tipe konten yang dibuat. Beberapa konten yang akan dipromosikan atau dipasang iklan sosial media antara lain:

### 1) Lomba Vlog

Lomba Vlog adalah lomba untuk membuat konten berkenaan dengan Perpustakaan Jawa Tengah dan Bazar Buku yang ditargetkan untuk mahasiswa, baik itu S1, S2, ataupun S3 selama mereka

memiliki status mahasiswa. Hal ini digencarkan melalui iklan yang tersegmentasi. Segmentasi Vlog adalah pengguna Instagram di Semarang, Jawa Tengah yang berusia 21-30 tahun ke atas, dengan jenis kelamin perempuan dan wanita, dan tertarik dengan perpustakaan, *influencer marketing*, *video production*, *videography*, video blog, dan sosial media.

## 2) Bazar Buku

Bazar Buku adalah Bazar yang diselenggarakan oleh Perpustakaan Jawa Tengah dan Project Sebaya selama dua minggu. Informasi ini dapat digencarkan melalui iklan tersegmentasi secara khusus. Segmentasi Bazar Buku adalah pengguna Instagram di Semarang, Jawa Tengah yang berusia 21 tahun ke atas dengan jenis kelamin perempuan dan laki-laki, serta memiliki ketertarikan di perpustakaan publik, perpustakaan, literatur, buku fiksi, buku, lovel, literasi, dan pembaca buku elektronik.

Pemilihan iklan pada konten tersebut didasarkan tidak adanya promosi secara khusus selain mengunggah konten. Berbeda dengan Lomba *Storytelling* dan Sosialisasi iJateng yang menggunakan metode *one-on-one communication* atau menggunakan surat undangan dan sifatnya kerja sama sebagai strategi tambahan, masih belum ada strategi khusus untuk Lomba Vlog dan Bazar. Dengan demikian, harus ada strategi tambahan supaya informasi mengenai tiga program tersebut juga bisa tersampaikan ke masyarakat. Optimalisasi menggunakan *media partner* pun digencarkan oleh *Public Relations*, tetapi mempromosikan konten digital mampu menggait partisipan lebih banyak mengetahui Indonesia termasuk negara pengguna sosial media aktif. Konten sebagai media informasi akan sangat berguna jika lebih tersampaikan kepada audiens. Dengan demikian, penggunaan iklan adalah cara yang akan ditempuh oleh *Social Media Specialist*.

## 2.4 Persiapan Acara

### 1) Bazar Buku

Bazar Buku akan diselenggarakan di aula Perpustakaan Jawa Tengah pada tanggal 1-15 November 2024 dengan sasaran umum. Bazar Buku dibuka untuk umum karena luasnya segmen orang-orang yang datang. Program ini dipilih sebagai acara rutin perpustakaan dan memiliki potensi pengunjung yang besar. Persiapan Bazar Buku ini meliputi persiapan tim untuk berjaga di Bazar Buku, koordinasi klien, dan pembuatan konten-konten promosi (termasuk *IG Story*, *WhatsApp Story*, dan *Feeds* di Instagram). Hal ini juga termasuk menentukan baju yang akan dikenakan selama dua minggu ke depan, penggunaan *id card*, melakukan pencetakan kode QR yang rencananya ditempelkan di meja kasir, dan koordinasi klien mengenai hal yang perlu dilakukan. Hal ini meliputi jadwal dokumentasi yang diperlukan selama periode Bazar. Tidak lupa untuk berkoordinasi dengan Penerbit Paguyuban Penerbit Yogyakarta untuk mengetahui Bazar ini lebih lanjut.

Selain itu, persiapan lainnya adalah menyediakan meja dan persiapan untuk menjadi *customer service* yang memberikan penjelasan lebih lanjut kepada pengunjung yang datang ke Bazar Buku. Dalam hal ini, *Project Leader* dan *Social Media Specialist* membantu mengarahkan tim untuk mempersiapkan jadwal pakaian yang harus digunakan, waktu berjaga, koordinasi dengan klien, hingga menyiapkan konten promosi. Konten promosi diunggah sebelum tanggal 1 November 2024 atau waktu Bazar untuk diunggah *Creative* dan dikolaborasikan kepada Perpustakaan Jawa Tengah.

### 2) Lomba *Storytelling*

Lomba *Storytelling* akan diselenggarakan pada tanggal 11 November 2024 di panggung depan Bazar Buku, aula Perpustakaan Jawa Tengah. Lomba *Storytelling* menyasar siswa tingkat SMA/SMK/Sederajat. Lomba menjadi strategi yang efektif untuk mewajibkan peserta berkunjung ke

Perpustakaan Jawa Tengah. Lomba *Storytelling* melibatkan pembuatan konten-konten promosi, *briefing*, gladi MC, logistik, pembagian tugas, koordinasi klien, dan strategi *one-on-one communication* atau datang langsung dan melobi sekolahnya untuk mengikuti lomba yang hendak diselenggarakan di Perpustakaan Jawa Tengah. Metode ini dilakukan dengan cara menyebarkan surat resmi dari Perpustakaan Jawa Tengah ke sekolah-sekolah. Penyebaran ini dilakukan dengan membagi tim untuk mengurus beberapa sekolah supaya mampu terselesaikan dengan cepat dan efisien. Pembagian ini dilakukan oleh PIC *Partnership* dan dilaksanakan oleh seluruh tim.

Selain itu, persiapan Lomba *Storytelling* juga meliputi pengambilan produk sponsor MariOppa dan Rice Cracker dari Marimas oleh seluruh anggota. Hal ini dilakukan sebelum lomba tanggal 11 November, termasuk melakukan persiapan *packing* dan latihan MC sebelum hari H, serta pembagian tugas seperti operator-MC-registrator-dokumenter yang dilakukan bersama. Lomba *Storytelling* pun dipastikan semuanya oleh *Project Leader*, seperti logistik: *cue card*, properti, lagu latar belakang, dan konsumsi yang dibutuhkan dari panitia atau Perpustakaan Jawa Tengah mampu terkoordinasi dengan baik. Demikian pula hadiah untuk para pemenang, seperti piala dan uang tunai yang kemudian menjadi bagian dari *Finance*. Konsumsi pun ditanggungjawab oleh PIC Lomba *Storytelling* dengan mempertimbangkan jumlah peserta, pendamping, dan juri. Berkoordinasi dengan staf perlengkapan dari Perpustakaan Jawa Tengah juga merupakan bagian perencanaan oleh *Project Leader* untuk mengetahui apakah kursi tamu, kursi juri, hingga mikrofon bisa disediakan dari Perpustakaan Jawa Tengah sehingga dari panitia hanya perlu menyediakan cadangan properti lainnya.

Berikut data undangan Lomba *Storytelling* atau strategi *one-on-one communication* yang meliputi beberapa sekolah di Semarang:

Tabel 2.1 Data Undangan Lomba *Storytelling* SEBAYA

### DATA UNDANGAN LOMBA *STORYTELLING*

| No. | NSS          | Nama Sekolah             | Alamat Sekolah                   |
|-----|--------------|--------------------------|----------------------------------|
| 1.  | 301036305001 | SMA Negeri 01            | Jl. Taman Menteri Supeno No. 1   |
| 2.  | 301036309002 | SMA Negeri 02            | Jl. Sendangguwo Baru No. 1       |
| 3.  | 301036312003 | SMA Negeri 03            | Jl. Pemuda No. 149               |
| 4.  | 301036303004 | SMA Negeri 04            | Jl. Karangrejo Raya No. 12 A     |
| 5.  | 301036312005 | SMA Negeri 05            | Jl. Pemuda No. 143 Semarang      |
| 6.  | 301036314006 | SMA Negeri 06            | Jl. Ronggolawe                   |
| 7.  | 301036316007 | SMA Negeri 07            | Jl. Untung Surapati              |
| 8.  | 301036303009 | SMA Negeri 09            | Jl. Cemara Raya                  |
| 9.  | 301036309010 | SMA Negeri 10            | Jl. Kapas Utara Raya Genuk Indah |
| 10. | 301036305011 | SMA Negeri 11            | Jl. Lamper Tengah                |
| 11. | 301036302012 | SMA Negeri 12            | Jl. Raya Gunungpati              |
| 12. | 301036301013 | SMA Negeri 13            | Jl. Rowosemanding                |
| 13. | 301036313014 | SMA Negeri 14            | Jl. Kokroso                      |
| 14. | 301036307015 | SMA Negeri 15            | Jl. Kenungmundu Raya No. 34      |
| 15. | 301036301016 | SMA Negeri 16            | Jl. Ngadirgo Tengah              |
| 16. | 302036304063 | SMA Don Bosko            | Jl. Sultan Agung No. 133         |
| 17. | 302036303069 | SMA Islam Hidayatullah   | Jl. Cemara Raya No. 290          |
| 18. | 302036305028 | SMA Islam Sultan Agung 1 | Jl. Mataram No. 657              |
| 19. | 302036311022 | SMA Karangturi           | Jl. Raden Patah No. 182-192      |
| 20. | 302036314027 | SMA Kesatrian 1          | Jl. Pamularsih No. 116           |
| 21. | 302036310057 | SMA Kesatrian 2          | Jl. Gajah Raya No.58             |
| 22. | 302036312019 | SMA Kolose Loyola        | Jl. Karanganyar No. 37           |
| 23. | 302036314077 | SMA Kristen Tri Tunggal  | Jl. Semarang Indah Blok F No.1   |
| 24. | 302036311026 | SMA Kristen YSKI         | Jl. Sidodadi Timur No. 23        |
| 25. | 302036305020 | SMA Sedes Sapientiae     | Jl. MT. Haryono No. 908          |
| 26. | 302036306033 | SMA Sint Louis           | Jl. Dr. Wahidin No. 110          |
| 27. | 311036308001 | MA Negeri 1              | Jl. Brigjen Sudiarto             |
| 28. | 311036309002 | MA Negeri 2              | Jl. Bangetayu Raya No. 1         |

| No. | NSS           | Nama Sekolah             | Alamat Sekolah          |
|-----|---------------|--------------------------|-------------------------|
| 29. | 3020363140085 | SMAI Al-Azhar 14         | Jl. Klentengsari No. 01 |
| 30. | 302036309074  | SMA Islam Sultan Agung 3 | Jl. Raya Kaligawe Km. 4 |



Gambar 2.1 Dokumentasi Pengambilan Produk Sponsor dan *Packing Merchandise*

### 3) Lomba Vlog

Penghargaan Lomba Vlog diselenggarakan di Ruang Audiovisual Perpustakaan Jawa Tengah. Unggahan video vlog dimulai selama periode bazar dan *awarding* dilakukan pada tanggal 14 November 2024. Sasaran dari lomba ini adalah mahasiswa. Lomba menjadi strategi efektif untuk mewajibkan peserta datang ke Perpustakaan Jawa Tengah. Terlebih, konten yang dimuat dapat mendorong orang lebih banyak lagi untuk datang ke Perpustakaan Jawa Tengah. Persiapan Lomba Vlog meliputi *briefing*, gladi MC, koordinasi dengan klien, logistik, dan pembuatan konten-konten promosi. Semua dilakukan oleh seluruh anggota tim. *Project Leader* memastikan dari sisi logistik, pembagian tugas, hingga pemastian ruangan dipinjam yang kemudian dibantu koordinasikan oleh PIC Lomba Vlog. Logistik meliputi konsumsi untuk para peserta, berkas-berkas yang akan ditayangkan selama penghargaan, dan seserahan piala. *Project Leader* pun memiliki peran untuk berkoordinasi dengan klien untuk meminjam barang lainnya, seperti taplak dan nampan dari Perpustakaan Jawa Tengah. Melakukan penilaian sebelum penghargaan Lomba Vlog menjadi bagian dari perencanaan, sehingga hari H berisikan pengumuman yang sempurna.



Mengetahui Lomba Vlog berjarak 4 hari dari Lomba *Storytelling* sebelumnya bersamaan dengan Jaga Bazar, maka perlu koordinasi dan tenaga lebih dalam persiapan acara penghargaan. Konten-konten promosi Lomba Vlog juga dibuat oleh *Social Media Specialist* dan *Creative* jauh-jauh hari, termasuk perpanjangan lomba yang diperpanjang satu hari. *Social Media Specialist* dan *Project Leader* turut meninjau tayangan yang dibuat *Creative* supaya tidak ada kesalahan yang terlewatkan. Persiapan Lomba Vlog termasuk koordinasi sponsor Kahf yang dibantu oleh PIC *Partnership*, sehingga *Project Leader* membantu untuk membuatkan *slide* mengenai informasi hadiah Kahf kepada para peserta yang nantinya mengisi form. *Project Leader* pun turut mempersiapkan skrip untuk memberikan sambutan sekaligus memberikan komentar sebagai juri kepada para peserta. Pertimbangan-pertimbangan ini memperhatikan pemasukan yang dimiliki dan keputusan bersama dengan seluruh anggota.

#### 4) Mini Challenge

Mini Challenge dibuka selama periode bazar, yaitu 1-15 November 2024. Pengumuman akan dilakukan setelah bazar selesai. Hal ini dibuka untuk umum karena luasnya segmen yang datang ke bazar. Mini Challenge memanfaatkan media sosial cerita Instagram untuk mendatangkan pengunjung, terutama dari pembuat cerita dan mendatangkan pengunjung lainnya secara organik. Persiapan Mini Challenge meliputi pembuatan konten-konten promosi, *banner*, dan koordinasi klien. Hal ini dilakukan oleh *Social Media Specialist* dan *Creative* yang kemudian dicetak oleh *Finance*. Persiapan Mini Challenge ini juga meliputi pembuatan formulir penilaian untuk persiapan penjurian, diskusi hadiah pemenang, hingga melakukan *repost story* selama periode Mini Challenge. Perencanaan Mini Challenge juga memastikan bahwa pemasangan *standing banner* dapat dilakukan dengan menghubungi klien. Hal ini dilakukan karena *banner* yang dibuat akan diletakkan di area Bazar supaya semua pengunjung tahu bahwa terdapat

kegiatan seru untuk mendapatkan *e-money* yang tujuannya untuk menggait pengunjung lebih banyak lagi.

#### 5) Sosialisasi iJateng

Sosialisasi iJateng diselenggarakan di Perpustakaan Jawa Tengah dan sekolah-sekolah di Semarang. Hal ini dilakukan pada bulan November bersamaan adanya bazar supaya turut membeli. Sasarannya adalah Sekolah Menengah Pertama (SMP) dan Atas (SMA). Sosialisasi ini dilakukan untuk mendatangkan pengunjung dengan menonjolkan layanan perpustakaan dan mengenalkan program-program yang ada. Persiapan sosialisasi iJateng meliputi persiapan *Field Trip* dan sosialisasi ke sekolah-sekolah, yaitu pembuatan kode QR, pembuatan surat, penyebaran surat, pembagian tugas, dan koordinasi klien. *Field Trip* dilakukan dengan melakukan pendataan sekolah-sekolah yang akan dikirimkan surat undangan melalui strategi *one-on-one communication* atau datang langsung ke sekolah terdekat di Perpustakaan Jawa Tengah untuk langsung berkunjung dan mengenali layanannya. *Field Trip* ini juga meliputi koordinasi dengan Perpustakaan Jawa Tengah yang dikoordinasikan oleh PIC iJateng dan kemudian pada hari H akan dibantu oleh seluruh anggota. Untuk sosialisasi iJateng persiapannya meliputi berkoordinasi dengan koordinator bagian LTPS dan iJateng untuk kemudian bekerja sama dengan sekolah terkait, yaitu SMA Kesatrian 2 Semarang dan SMKN Jawa Tengah. Koordinasi ini dilakukan dengan menanyakan mengenai materi yang akan dibawa langsung oleh Perpustakaan Jateng dan acaranya akan dibantu oleh panitia, mulai dari *rundown*, MC, *operator*, hingga *running team* yang akan mendatangi peserta langsung untuk memastikan tidak adanya kendala dalam mengunduh iJateng ataupun hal terkait Perpustakaan Jawa Tengah. Persiapan ini pun mendiskusikan proses keberangkatan dan logistik yang diperlukan, seperti berkas-berkas yang akan ditayangkan dan hadiah yang akan diberikan untuk peserta yang beruntung.

Berikut data sekolah yang diundang untuk *Field Trip* di Perpustakaan Jawa Tengah:

Tabel 2.2 Data Undangan *Field Trip* dan Sosialisasi iJateng

**DATA SEKOLAH UNDANGAN *FIELD TRIP***

| No | NSS/NPSN | Nama Sekolah             | Alamat                       |
|----|----------|--------------------------|------------------------------|
| 1  | 20331867 | SMP Nasima Semarang      | Jl. Trilomba Juang No. 1     |
| 2  | 20328834 | SMP Negeri 32 Semarang   | Jl. Ki Mangunsarkoro No. 1   |
| 3  | 20328859 | SMP Negeri 3 Semarang    | Jl. DI Panjaitan No. 58      |
| 4  | 20326610 | SMPIT PAPB               | Jl. Panda Barat No. 44       |
| 5  | 20328860 | SMP Negeri 2             | Jl. Brigjend Katamso No. 14  |
| 6  | 20328918 | SMA Islam Sultan Agung 1 | Jl. Mataram No. 657          |
| 7  | 20328913 | SMA Sedes Sapientiae     | Jl. MT. Haryono No. 908      |
| 8  | 20328896 | SMA Negeri 2 Semarang    | Jl. Sendangguwo Baru I No. 1 |
| 9  | 20328970 | SMK Negeri 2 Semarang    | Jl. Dr. Cipto No. 121A       |
| 10 | 20328948 | SMK Negeri 1 Semarang    | Jl. Dr. Cipto No. 93         |

Undangan untuk *Field Trip* dan sosialisasi iJateng di Perpustakaan Jawa Tengah disebarkan ke Sekolah Menengah Bawah, Sekolah Menengah Atas, dan Sekolah Menengah Kejuruan. Hal ini disebarkan oleh seluruh panitia yang tersebar ke beberapa sekolah sehingga efisien.

## 2.5 Rapat Internal Proposal dan *Briefing* Acara

Pada keberjalanan acara, perlu perencanaan yang matang dan diskusi antar anggota supaya selaras. Hal ini dilakukan dengan menyelenggarakan rapat internal. Rapat internal dilaksanakan untuk mendiskusikan proposal dan progres acara yang hendak diselenggarakan. Rapat internal diselenggarakan untuk memastikan beberapa hal, antara lain:

## 1. Revisi Proposal

Revisi proposal dilakukan melalui tim karena memerlukan koordinasi dan pengingat antar anggota mengetahui pada revisi poin-poin tertentu akan mengakibatkan perubahan di bagian lainnya. Revisi proposal juga meliputi hasil bimbingan dengan dosen pembimbing dan juga Perpustakaan Jawa Tengah yang satu-dua anggota tidak sempat hadir sehingga perlu informasi lengkap. Demikian pula pada revisi proposal ialah mengerjakan bagian dan kemudian didiskusikan kembali bersama-sama, terutama pada bagian yang tidak dapat ditentukan oleh individu. Proses rapat internal akan memberikan waktu untuk merevisi atau mengerjakan bagian yang telah ditentukan, serta memberikan masukan *real time* dan kemudian akan dicek kembali bersama-sama.

## 2. Progress Individu

Progres individu dimonitor oleh *Project Leader* berdasarkan tabel mingguan yang seharusnya dicapai. Rapat internal dilakukan setiap minggunya baik secara luring ataupun daring. Hal ini dengan memastikan sejauh apa kinerja dari setiap individu dan memastikan bahwa semuanya terpenuhi dengan baik. Progress individu meliputi revisi dan masukkan yang dipertimbangkan oleh seluruh anggota tim. Dengan adanya revisi dan masukan, maka rapat yang terselenggara akan lenggang dengan setiap anggota mulai mengerjakan bagian masing-masing dengan durasi rapat dan apabila tidak selesai dapat dilanjutkan setelah selesai rapat internal. Rapat internal ditujukan untuk memberikan jawaban secara langsung dan *reciprocal* antar anggota. Rapat internal juga berfungsi untuk memotivasi setiap anggota untuk mampu mencapai target yang telah ditentukan dengan perasaan kebersamaan dan tanggung jawab.

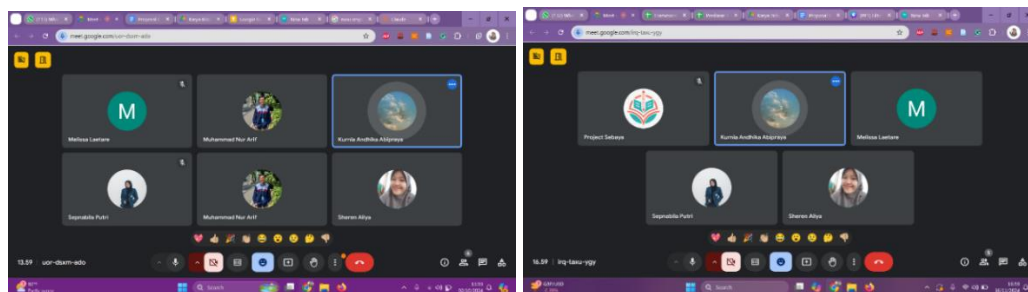
## 3. Penentuan Keputusan Penting dan *Briefing*

Dalam progress pelaksanaan *event*, terlepas dari progress individu ataupun proposal, terdapat keputusan penting yang harus didiskusikan secara

langsung berkenaan dengan acara. Rapat internal ini bersifat *urgent* atau sangat penting karena terkait perubahan mendadak dari Perpustakaan Jawa Tengah atau ada permintaan yang harus dilakukan. Keputusan penting juga meliputi penjurian *Mini Challenge*, perubahan tanggal mendadak, dan perubahan lokasi. *Briefing* juga dilakukan melalui rapat supaya seluruh anggota mampu terinformasikan dan tidak mengalami miskomunikasi saat acara berlangsung di hari H.



Gambar 2.2 Rapat Internal Persiapan Program Secara *Offline*



Gambar 2.3 Rapat Internal Persiapan Program Secara *Online*

## 2.6 Rapat dengan Klien dalam Menyelenggarakan Acara

Rapat dengan klien dilakukan secara langsung atau tatap muka dalam perencanaan acara. Bu Yusti selaku staf penghubung antara Project Sebaya dan Perpustakaan Jawa Tengah. Keduanya memperkenalkan latar belakang dan melakukan pengenalan yang kemudian terus berkoordinasi hingga acara selesai. Rapat dengan klien dalam perencanaan melibatkan

beberapa pertemuan, seperti pengajuan surat penelitian, diskusi program, diskusi perubahan tanggal dan tempat, diskusi detail acara, serta hal-hal yang perlu ditanyakan untuk membantu sama lain mengetahui program Project Sebaya tidak dapat berdiri sendiri. Dalam komunikasi dengan klien, beberapa notulensi pun perlu dicatat dan akan menjadi pertimbangan dalam pembuatan proposal beserta perencanaan acara. Dalam perencanaan, tim mampu mengetahui acara-acara yang telah diselenggarakan dan bagaimana acara tersebut dapat dilangsungkan untuk dapat diterapkan di acara selanjutnya. Begitupula pada pendanaan yang kemudian didapatkan dari donatur dan sisanya kemudian ditanggung oleh sponsor atau Project Sebaya.



Gambar 2.4 Rapat dengan Klien Perpustakaan Jawa Tengah