

BAB II

GAMBARAN UMUM KLIEN DAN PERSIAPAN KEGIATAN

Sebagai Account Executive & Event Manager

Dalam bab ini akan menjelaskan gambaran umum tentang JJ Steak sebagai klien dan persiapan yang dilakukan oleh *account executive* dalam menjalankan tugasnya atas hubungan tim dengan klien, mengelola komunikasi dan koordinasi antara tim dan klien, serta memastikan kebutuhan klien terpenuhi. Bab ini juga akan menjelaskan persiapan dan target dari *event manager* dalam menjalankan tugasnya. Menentukan konsep JJ Steak *Campus Tunes*, survei tempat pelaksanaan kegiatan, menentukan segala perlengkapan yang dibutuhkan, *rundown* kegiatan, serta perizinan dengan pihak terkait.

2.1 Deskripsi Klien

JJ Steak merupakan restoran steak yang pertama kali didirikan pada tahun 2021 di Semarang dengan slogan “*The real steak*”. Dalam kurun waktu kurang dari empat tahun, JJ Steak berhasil berkembang dengan pesat dan kini memiliki lima cabang yang tersebar di berbagai kota, yaitu tiga cabang di Semarang (Tembalang, Supriyadi, dan Erlangga), satu cabang di Kota Surakarta, serta satu cabang di Pekalongan. Keberhasilan ekspansi ini tidak terlepas dari strategi pemasaran yang terus berkembang serta komitmen JJ Steak dalam menyajikan produk berkualitas tinggi dengan pelayanan yang baik.

Pada pertemuan awal antara pihak manajemen JJ Steak dan tim karya bidang, manajemen JJ Steak mengungkapkan keinginan mereka untuk memperluas segmentasi pasar ke kalangan remaja. Dalam implementasi program ini, tim karya bidang memfokuskan kegiatan pada cabang JJ Steak yang berlokasi di Semarang, dengan titik perhatian utama pada dua cabang, yaitu JJ Steak Supriyadi dan JJ Steak Erlangga. Pemilihan kedua cabang ini didasarkan pada permintaan langsung dari manajemen JJ Steak, yang mengidentifikasi bahwa tingkat kunjungan remaja di kedua lokasi tersebut masih tergolong rendah.



Gambar 2. 2 JJ Steak cabang Erlangga Gambar 2. 1 JJ Steak cabang Supriyadi

Fokus pada cabang Supriyadi dan Erlangga diperkuat oleh hasil observasi yang dilakukan pada tanggal 1–7 Oktober 2024, yang menunjukkan bahwa jumlah pengunjung remaja masih jauh lebih sedikit dibandingkan dengan segmen keluarga dan orang dewasa, sebagaimana telah diuraikan pada bab sebelumnya. Sementara itu, cabang JJ Steak Tembalang tidak menjadi bagian dari cakupan karya bidang ini karena lokasinya berada di lingkungan yang telah memiliki basis pelanggan dari kalangan mahasiswa. Selain itu, cabang Tembalang beroperasi sebagai *franchise* atau mitra, sehingga tidak sepenuhnya berada dalam kendali langsung pemilik utama JJ Steak. Oleh karena itu, karya bidang ini lebih diarahkan pada upaya meningkatkan kunjungan remaja di JJ Steak Supriyadi dan Erlangga, yang masih memerlukan strategi pemasaran lebih lanjut untuk menarik minat segmen tersebut.

JJ Steak menawarkan produk steak premium dengan harga yang terjangkau, dimulai dari Rp40.000 per porsi. Selain menu steak sebagai produk utama, JJ Steak juga menyediakan pilihan alternatif berupa menu hotplate, yang dibanderol dengan harga lebih ekonomis, yakni mulai dari Rp20.000. Kehadiran menu hotplate ini merupakan bagian dari strategi dari JJ Steak untuk menyediakan opsi yang lebih sesuai dengan daya beli segmen remaja dan mahasiswa.

Sebagaimana telah dijelaskan pada bab sebelumnya, salah satu faktor utama yang menyebabkan kesenjangan antara tingginya tingkat kesadaran merek di kalangan remaja Semarang terhadap JJ Steak dengan rendahnya perilaku pembelian adalah ketakutan terhadap harga menu di JJ Steak tergolong mahal. Kekhawatiran terhadap harga ini menghambat remaja untuk mencoba produk JJ Steak, meskipun mereka telah mengetahui JJ Steak. Oleh karena itu, dalam pelaksanaan rangkaian

karya bidang ini, penulis dan tim menitikberatkan pada upaya menonjolkan keberadaan menu hotplate sebagai alternatif yang lebih terjangkau.

2.2 Deskripsi Program

Karya bidang "*Brand activation* JJ Steak untuk Meningkatkan Kunjungan Remaja" dirancang sebagai upaya strategis untuk mengatasi kesenjangan antara tingkat kesadaran merek yang tinggi di kalangan remaja terhadap JJ Steak dengan rendahnya perilaku pembelian mereka. Rangkaian program dilaksanakan mulai dari 18 November 2024 (pre event) hingga 28 Desember 2024 (minggu keempat bulan Desember 2024). Objektif dari pelaksanaan program ini adalah meningkatkan kunjungan remaja ke JJ Steak cabang Erlangga dan Supriyadi sebesar 15%, dari rata-rata 162 kunjungan per minggu menjadi setidaknya 186 kunjungan remaja per minggu pada minggu keempat atau minggu terakhir pelaksanaan karya bidang di bulan Desember 2024. Target ini ditetapkan berdasarkan pertimbangan sumber daya, kecukupan dana, dan waktu.

Sebagai bagian dari implementasi strategi *brand activation*, program ini mengadopsi empat bentuk aktivasi utama, yaitu *event marketing activation*, *direct marketing activation*, *promotions activation*, dan *social media activation*. Masing-masing bentuk *brand activation* ini berperan dalam menciptakan pengalaman yang lebih dekat antara konsumen dengan merek, membangun keterlibatan (*engagement*), serta meningkatkan konversi dari kesadaran menjadi tindakan pembelian. *Event marketing activation*, yang menjadi fokus utama dalam program ini, diterapkan melalui penyelenggaraan JJ Steak *Campus Tunes Band audition & Mini concert*, yang dirancang untuk menciptakan interaksi langsung dengan target audiens melalui pendekatan berbasis hiburan dan komunitas.

Selain event, strategi *promotion activation* diterapkan melalui program diskon KTM bagi mahasiswa untuk meningkatkan daya tarik bagi segmen remaja. Sementara itu, *social media activation* dijalankan dengan memanfaatkan platform digital seperti Instagram dan TikTok untuk memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan keterlibatan audiens. Pendekatan ini memungkinkan JJ Steak untuk membangun relasi yang lebih erat dengan pelanggan serta memperkuat citra merek sebagai restoran steak premium dengan harga terjangkau bagi remaja.

Dalam pelaksanaan program ini, peran penulis sebagai *account executive* dan *event manager* menjadi krusial dalam memastikan setiap tahapan eksekusi berjalan sesuai dengan perencanaan. *Account executive* bertanggung jawab dalam menjembatani komunikasi antara tim dan klien, termasuk dalam aspek negosiasi, koordinasi program, serta evaluasi keberhasilan strategi yang diterapkan. Sementara itu, *event manager* memiliki peran utama dalam mengelola aspek teknis dan operasional event, mulai dari persiapan hingga implementasi di lapangan. Dengan sinergi antara kedua posisi ini, rangkaian program *brand activation* JJ Steak diharapkan dapat berjalan secara optimal, memberikan dampak positif terhadap peningkatan jumlah kunjungan remaja, serta memperkuat posisi JJ Steak di pasar kuliner Semarang.

2.3 Account Executive

Account executive dalam konteks ini bertindak sebagai penghubung utama antara tim pelaksana dengan JJ Steak sebagai klien. Peran ini mencakup tanggung jawab dalam menjaga komunikasi yang efektif antara kedua belah pihak untuk memastikan kelancaran setiap tahap perencanaan dan eksekusi program karya bidang. Sebagai jembatan antara tim karya bidang dan klien, Penulis sebagai *account executive* harus mengidentifikasi kebutuhan serta harapan dari pihak klien. Kebutuhan dan harapan klien kemudian di diskusikan dengan tim karya bidang untuk membuat strategi dan taktik yang dilaksanakan dalam program karya bidang ini. Hal ini mencakup tujuan klien dalam program, penyesuaian anggaran, koordinasi dalam implementasi taktik *brand activation*, serta pengambilan data yang dibutuhkan untuk evaluasi program.

2.3.1 Koordinasi dengan Klien

Sebagai *account executive*, penulis bertanggung jawab berkoordinasi langsung dengan klien terkait pengaturan jadwal meeting dengan stakeholder, penyampaian laporan perkembangan persiapan acara, serta diskusi mengenai langkah-langkah strategis yang perlu diambil untuk mengoptimalkan hasil program. Dalam setiap pertemuan, penulis berusaha untuk memberikan update yang jelas dan detail kepada klien mengenai

progres yang telah dicapai, serta mengidentifikasi potensi hambatan yang perlu diantisipasi.

2.3.2 Negosiasi dengan klien

Penulis bertanggung jawab melakukan upaya negosiasi antara tim karya bidang dan klien untuk bekerja sama. Melalui negosiasi yang intensif, penulis sebagai *account executive* bersama *sponsorship manager* berhasil mendapatkan dukungan secara penuh berupa uang dan produk untuk penyediaan taktik *promotions activation* (tester) dari JJ Steak sesuai jumlah yang telah ditentukan untuk pelaksanaan rangkaian taktik yang telah didiskusikan.



Gambar 2.3 Koordinasi dan Negosiasi dengan owner JJ Steak

2.3.3 Pengajuan observasi dan permohonan data

Untuk mengukur efektivitas program dalam meningkatkan kunjungan remaja ke JJ Steak, diperlukan observasi sebelum dan sesudah pelaksanaan rangkaian taktik yang telah dirancang. Dalam hal ini, penulis sebagai *Account executive* mengajukan permohonan izin kepada owner JJ Steak, Hengki Setiaji Wibowo, untuk melakukan observasi langsung di dua cabang utama, yaitu JJ Steak Supriyadi dan Erlangga. Observasi ini bertujuan untuk memperoleh gambaran yang lebih akurat mengenai pola kunjungan remaja sebelum program dilaksanakan, yang nantinya akan

dibandingkan dengan data setelah program berjalan untuk menilai dampaknya terhadap peningkatan jumlah pengunjung.

Selain melakukan observasi, penulis juga mengajukan permohonan informasi terhadap data jumlah transaksi yang menggunakan promo KTM selama bulan Desember 2024. Data ini menjadi indikator penting dalam mengukur keberhasilan strategi *brand activation* yang telah diterapkan. Dengan adanya data yang valid dan terukur, tim dapat melakukan evaluasi yang lebih akurat terhadap efektivitas program, serta menentukan langkah-langkah perbaikan yang diperlukan untuk strategi pemasaran selanjutnya. Dengan demikian, pengajuan observasi dan permohonan data ini menjadi bagian penting dalam memastikan bahwa program tidak hanya berjalan dengan baik, tetapi juga memiliki hasil yang dapat diukur secara objektif.

2.4 *Event Manager*

Sebagai *event manager*, penulis bertanggung jawab dalam perencanaan dan eksekusi seluruh aspek acara, mulai dari penyusunan konsep, perencanaan teknis, pemilihan vendor, hingga pengawasan jalannya acara. Berikut adalah tahapan persiapan yang dilakukan:

2.4.1 Merancang Konsep Acara JJ Steak Campus Tunes “Band Audition & Mini Concert

Setelah dilakukan pemaparan konsep dan diskusi dengan manajemen JJ Steak, disepakati bahwa JJ Steak Campus Tunes: *Band audition & Mini concert* akan menjadi acara utama dalam implementasi strategi *event marketing activation*. Acara ini akan dilaksanakan dalam dua tahap. Tahap pertama adalah *Band audition* sebagai *pre-event*, yang dijadwalkan pada 18 November 2024 di JJ Steak cabang Erlangga. Tahap kedua adalah *Mini concert* sebagai *main event*, yang akan berlangsung pada 30 November 2024 di cabang JJ Steak Supriyadi. Pemilihan dua lokasi ini bertujuan untuk meningkatkan eksposur terhadap JJ Steak di kalangan remaja Semarang, sehingga semakin banyak anak muda yang mengenal dan tertarik untuk mengunjungi JJ Steak.



Gambar 2. 5 Poster pre event JJ Steak Campus Tunes “Band audition”



Gambar 2. 4 Akun IG Label Rekaman Syalala Productions

Sebagai daya tarik tambahan, JJ Steak *Campus Tunes: Band audition & Mini concert* menawarkan hadiah utama berupa kesempatan rekaman lagu di label ternama Syalala Productions milik Hendra Kumbara bagi band yang berhasil meraih juara pertama. Hadiah ini tidak hanya memberikan apresiasi finansial, tetapi juga membuka peluang bagi para pemenang untuk mengembangkan karier musik mereka. Hal ini merupakan salah satu upaya untuk membangun citra positif JJ Steak ke masyarakat khususnya anak muda.

2.4.1.1 Menentukan Juri JJ Steak *Campus Tunes*

Dalam audisi musik, diperlukan juri yang kredibel dan berkompeten untuk menilai serta menyeleksi peserta band. Sebagai *Event manager*, penulis berkoordinasi dengan Public Relations Manager dan manajemen JJ Steak untuk menentukan juri yang tepat. Setelah diskusi, diputuskan bahwa JJ Steak *Campus Tunes* membutuhkan dua juri.

Terdapat dua kandidat musisi asal Semarang yang dipertimbangkan, yaitu Sela Good dan Hendra Kumbara. Selain itu, Topik Sudirman, seorang musisi sekaligus *influencer* asal Solo telah dikonfirmasi menjadi juri tanpa biaya tambahan karena keterlibatannya dalam kontrak kerja sama dengan JJ Steak. Dengan

demikian, Topik Sudirman bersedia menjadi juri secara sukarela dari tahap *Band audition* hingga *Mini concert*.

Dalam proses seleksi, penulis dan tim mempertimbangkan bahwa Hendra Kumbara lebih relevan sebagai juri JJ Steak *Campus Tunes* karena rekam jejaknya yang positif serta kedekatannya dengan komunitas musik di Semarang. Awalnya, ia ditawarkan sebagai juri dari tahap *pre-event* hingga *main event*, termasuk paket rekaman di Syalala Productions untuk juara pertama, dengan fee sebesar Rp13.000.000.



Gambar 2. 6 Koordinasi dan Negosiasi bersama Hendra Kumbara dan Topik Sudirman

tim melakukan negosiasi untuk menyesuaikan durasi keterlibatan Hendra Kumbara hanya di tahap *band audition* serta mengajukan permohonan penyesuaian harga. Dalam negosiasi, penulis dan tim menawarkan bahwa hadiah juara 1 JJ Steak *Campus Tunes* yaitu free rekaman akan menggunakan jasa label rekaman milik Hendra Kumbara yaitu Syalala Productions, sehingga label miliknya juga mendapat exposure dari JJ Steak *Campus Tunes*. Hasilnya, pihak penyelenggara dan Hendra Kumbara sepakat bahwa total fee yang perlu dibayarkan hanya Rp 6.000.000 dengan menjadi juri hanya 1 hari sekaligus rekaman di label rekaman miliknya (sebelumnya RRp 13.000.000 untuk juri selama 2 hari). Dengan keputusan ini, juri JJ Steak *Campus Tunes* terdiri dari Hendra Kumbara dan Topik

Sudirman, dengan biaya yang lebih optimal tanpa mengurangi kualitas penilaian audisi.

2.4.1.2 Menentukan Target Peserta JJ Steak *Campus Tunes*

Sebagai *Event manager*, penulis berkoordinasi dengan klien untuk menentukan target peserta berdasarkan aspek demografis, geografis, dan jumlah minimal peserta. Berdasarkan hasil diskusi, target peserta adalah band dari kalangan pelajar dan mahasiswa yang berdomisili di Semarang. Pemilihan target ini selaras dengan tujuan utama program, yaitu meningkatkan kunjungan remaja ke JJ Steak dengan menciptakan daya tarik yang relevan bagi remaja.

Untuk memastikan keberlangsungan acara, ditetapkan bahwa jumlah minimal peserta pada *Campus Tunes “Band audition”* adalah 10 band. Angka ini dipilih berdasarkan ketersediaan sumber daya, anggaran, serta durasi acara agar pelaksanaannya tetap optimal. Pada main event JJ Steak *Campus Tunes “Mini concert”*, ditetapkan target audiens sebanyak 200 audiens remaja yang menonton para peserta band beserta *guest star* tambahan. Untuk mencapai target ini, *Event manager* berkoordinasi dengan Public Relations Manager dalam menyusun daftar band potensial, menghubungi komunitas musik pelajar dan mahasiswa di Semarang, serta melakukan strategi pendekatan yang efektif guna menarik minat partisipasi audiens pada rangkaian acara *Campus Tunes*.

2.4.1.3 Menentukan Doorprize bagi Peserta

Untuk menarik perhatian peserta dan memotivasi mereka dalam mengikuti acara *Campus Tunes “Band audition & Mini concert”*, penulis sebagai *event manager* berdiskusi dengan klien untuk menentukan doorprize bagi peserta band. Berdasarkan hasil diskusi, total doorprize yang ditawarkan adalah 12.000.000. Hal yang menarik dan berbeda dengan kegiatan serupa adalah hadiah free rekaman di record label Syalalaproductions bagi juara 1 pada

main event JJ Steak Campus Tunes “Mini concert”. Berikut detail pembagian doorprize senilai 12.000.000 yang telah di diskusikan :

Tabel 2. 1Detail Hadiah bagi Peserta JJ Steak Campus Tunes

Hadiah	Besaran Apresiasi	Q	Total
Juara 1	Rp700,000	1	Rp700,000
Juara 2	Rp700,000	1	Rp700,000
Apresiasi	Rp400,000	1	Rp400,000
Apresiasi	Rp400,000	1	Rp400,000
Apresiasi	Rp400,000	1	Rp400,000
Apresiasi	Rp400,000	1	Rp400,000
Rekaman	Rp6,000,000	1	Rp6,000,000
<i>Best player</i>	Rp200,000	5	Rp1,000,000
<i>Liuv music</i>	Rp2,000,000	1	Rp2,000,000
Total			Rp12,000,000

2.4.1.4 Menentukan *Guest Star* pada *Campus Tunes “Mini concert*

Kehadiran *guest star* dapat meningkatkan daya tarik sebuah acara dan menarik lebih banyak audiens. Para penggemar *guest star* berpotensi hadir untuk menyaksikan idolanya, sehingga membantu pencapaian target audiens JJ Steak Campus Tunes: *Mini concert*, yaitu sebanyak 200 orang. Jika target ini tercapai, maka semakin banyak anak muda yang mengenal JJ Steak melalui exposure dari acara ini.



Gambar 2. 7 Guest Star JJ Steak Campus Tunes

Berdasarkan hasil diskusi antara penulis dan stakeholder, ditetapkan bahwa Band Midsonnar Sakutala FISIP akan menjadi *guest star* pada acara main *event*. Pemilihan ini didasarkan pada rekam jejak Sakutala FISIP yang selalu berhasil menarik banyak penonton dalam setiap penampilannya. Sebagai contoh, dalam acara Fisiphoria Gigs dan GAMAL, band ini sukses menarik lebih dari 100 penonton. Dengan popularitas dan daya tarik yang dimiliki, kehadiran Sakutala FISIP diharapkan dapat meningkatkan antusiasme audiens dan mendukung pencapaian tujuan acara.

2.4.2 Persiapan pre event JJ Steak Campus Tunes “Band audition”

Persiapan pre-event "JJ Steak Campus Tunes: Band audition" merupakan tahap penting yang menentukan kelancaran pelaksanaan acara. Dalam tahap ini, *Event manager* melakukan berbagai persiapan, mulai dari penyusunan daftar perlengkapan, pembuatan *rundown* acara, hingga koordinasi dengan tim dan juri. Seluruh aspek teknis dan non-teknis dirancang dengan detail untuk memastikan bahwa audisi dapat berlangsung tanpa hambatan dan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan.

2.4.2.1 Membuat Daftar Perlengkapan yang Dibutuhkan

Penulis sebagai *event manager* diberikan tanggung jawab untuk membuat daftar kebutuhan apa saja yang harus disiapkan untuk pelaksanaan *band audition*. Dalam prosesnya, penulis mencari referensi

kegiatan serupa untuk mengetahui apa saja yang harus disiapkan untuk sebuah *band audition* harus mempersiapkan apa saja. Penulis menggunakan Sampoerna Fest live audition sebagai referensi dan menemukan bahwa kebutuhan yang harus disiapkan adalah sebagai berikut :

Tabel 2. 2 Kebutuhan Perlengkapan pre event (Band audition)

Nama Peralatan	Jumlah
Gitar	2
Bass	1
Drum	1
Keyboard	1
Soundsystem	1 set
Adaptor	2
Efek gitar	2
Meja dan kursi untuk juri	1 set
Kertas indikator penilaian	2 lembar
Kamera untuk dokumentasi	1

selain itu, berdasarkan hasil diskusi dengan pihak manajemen JJ Steak. Pihak JJ Steak akan memberikan produk minuman gratis sebagai bentuk upaya memberikan dorongan kepada peserta band untuk membeli produk JJ Steak.

2.4.2.2 Membuat peraturan JJ Steak *Band audition*

Dalam membuat peraturan JJ Steak *Campus Tunes “Band audition”*, penulis sebagai *event manager* berdiskusi dengan manajemen JJ Steak serta para juri yaitu Hendra Kumbara dan Topik Sudirman yang tentunya kompeten dalam bidang musik. Hal ini dilakukan agar terciptanya peraturan sesuai standar perlombaan band. Peraturan dibuat untuk menjaga ketertiban dan kejelasan jalannya audisi, peraturan yang dibuat meliputi format audisi, lagu wajib dan pilihan, serta ketentuan penjurian. Aturan ini dimasukkan ke dalam pitch deck dan disosialisasikan kepada peserta melalui technical meeting.

Berikut peraturan JJ Steak *Campus Tunes Band audition* yang telah didiskusikan dengan manajemen JJ Steak dan para juri :

1. Setiap tim wajib membawakan 3 lagu yang terdiri dari 1 lagu wajib, dan 2 lagu bebas (boleh lagu ciptaan sendiri)\
2. Pilihan lagu wajib:
 - Dewa 19 - Separuh Nafas
 - Bernadya - Satu Bulan
 - Sheila on 7 - Hari Bersamanya
 - Godbless - Rumah Kita
3. Semua genre musik diperbolehkan, namun lirik lagu harus bebas dari unsur SARA, pornografi, ujaran kebencian, dan tidak melanggar hukum.
4. Proses check sound dilaksanakan di lokasi (5 - 10 menit sebelum perform)
5. Maksimal durasi waktu tampil grup band adalah 15 menit
6. Peserta DILARANG menggunakan alat bantu *sequencer*.
7. Peserta DILARANG menggunakan efek vokal

2.4.2.3 Membuat *Rundown* acara

Sebagai *event manager*, penulis ditugaskan untuk merancang *rundown* acara sebagai acuan saat penulis dan seluruh tim yang terlibat dalam kegiatan JJ Steak *Campus Tunes*. *Campus Tunes “Band audition”* dirancang dengan urutan penampil yang dipertimbangkan secara matang. Acara dimulai pukul 13.30 WIB dengan menempatkan band – band dari kalangan mahasiswa pada awal sesi. Sementara itu, bagi peserta band dari kalangan pelajar, jadwal disesuaikan penulis dengan jam pulang sekolah yaitu dimulai dari pukul 15.00 – selesai. Hal ini bertujuan agar semua peserta dapat tampil tanpa mengganggu kegiatan belajar mengajar mereka. Berikut *runfown* yang telah dibuat oleh penulis :

Tabel 2. 3Rounddown JJ Steak Campus Tunes Band audition

No	Band Peserta	Waktu
1	Weeknd with Einstein	13.30 - 14.00
2	The Silas	14.00 - 14.30
3	Tanah Samudera	14.30 - 15.00
	Break Ashar	
4	The Pelvis	15.30 - 16.00
5	Nawasena	16.00 - 16.30
6	Soundsynthesis	16.30 - 17.00
7	Lohjinawi	17.00 - 17.30
	Break Maghrib	
8	DD Project	18.00 - 18.30
9	Zelos	18.30 - 19.00
10	ICOM Band	19.00 - 19.30
11	Kids Project	19.30 - 20.00

2.4.2.4 Membuat Pitchdeck dan Technical Meeting dengan peserta band

Seorang yang mengetahui aspek teknis maupun non teknis secara keseluruhan dalam suatu acara tentunya adalah *event manager*. Sebagai *event manager*, penulis diharuskan merangkum seluruh aspek teknis dan non teknis seperti peraturan, ketentuan, *rundown*, perlengkapan, *rundown*, dll, kedalam sebuah pitchdexk untuk digunakan sebagai sarana penyampaian informasi terkait keseluruhan aspek acara kepada peserta band. Penulis juga menjadi PIC technical meeting secara dbaring ersama peserta band pada tanggal 15 November 2025. Technical meeting dilaksanakan untuk memastikan bahwa semua peserta memahami aturan, mekanisme, serta hal-hal teknis terkait jalannya acara. Pengarahan ini dilakukan agar acara dapat berlangsung dengan lancar dan sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan.

2.4.3 Persiapan Main Event JJ Steak Campus Tunes “Mini concert”

Sebagai *Event manager*, penulis memiliki tanggung jawab utama dalam memastikan segala aspek persiapan untuk main event JJ Steak Campus Tunes: Mini concert berjalan dengan optimal. Persiapan ini melibatkan beberapa tahapan penting yang harus dipenuhi sebelum hari pelaksanaan.

2.4.3.1 Membuat daftar perlengkapan yang dibutuhkan saat Main Event

Dalam membuat daftar segala kebutuhan yang diperlukan pada saat event, Penulis sebagai *event manager* berkoordinasi dengan tim untuk membuat sebuah data kebutuhan yang diperlukan untuk meminimalisir kendala teknis pada saat acara JJ Steak Campus Tunes “Mini concert”. Berikut adalah daftar kebutuhan acara :

Tabel 2. 4 Daftar Perlengkapan yang dibutuhkan JJ Steak Campus Tunes Mini concert

CAMPUS TUNES "MINI CONCERT"				
No.	List Barang	Keterangan	Punya/Pinjam	Ready
1	Mic + stand mic	JJ Steak Supriyadi	Punya	DONE
2	Gitar 2	Dani	Pinjam	DONE
3	Bass	Ungu Studio	Sewa	DONE
4	Keyboard	Ungu Studio	Sewa	DONE
5	Drum Acoustic	Vendor Sound	Sewa	DONE
6	Stage 4,8 X 6 M, Soundsytem	Beyza	Sewa	DONE
7	Waiting room utk band	Ruangan kosong di sayap kanan venue	Pinjam	DONE

8	Kamera	Tersedia di JJ Steak	Pinjam	<i>DONE</i>
9	Meja kursi JJ Steak ada 5 (meja 3, kursi 12)	JJ Steak	Pinjam	<i>DONE</i>
10	cue card (2)	JJ Steak	Punya	<i>DONE</i>
11	trash bag	Beli di	Beli	<i>DONE</i>
12	print simbolis juara	Print	Beli	<i>DONE</i>
13	print kertas indikator penilaian	Print	Beli	<i>DONE</i>
14	amplop (11)	Gustian	Punya	<i>DONE</i>
15	registrasi awal (no. nama usia no telp ttd	print	Beli	<i>DONE</i>
16	list penerima tester (no, nama, ttd, beli/not)	print	Beli	<i>DONE</i>
17	Triplek 6 meter x 32 cm	Vendor Gustian	Beli	<i>DONE</i>
18	Core MMT dekorasi	Print di temen lidya	Beli	<i>DONE</i>
19	Panggangan tester	Dari pihak JJ Steak menyanggung	Pinjam	<i>DONE</i>
20	co card (4)	-	Beli	<i>DONE</i>
21	<i>rundown</i> (4)	print	Punya	<i>DONE</i>

2.4.3.2 Menentukan Vendor Panggung, Alat Musik, dan Soundsytem

Untuk mendukung keberhasilan acara, penulis melakukan riset terhadap berbagai vendor yang menyediakan perlengkapan teknis, termasuk panggung, alat musik, sound system, dan lighting. Penulis

memastikan bahwa vendor yang dipilih dapat menyediakan fasilitas dengan kualitas barang dan sumber daya manusia terbaik, sesuai dengan kebutuhan dan *budget* yang telah ditentukan. Dalam hal ini, penulis berkoordinasi dengan manajer sponsorship untuk menjalin kerja sama dengan Beyza Soundsystem melalui mekanisme sponsorship yang saling menguntungkan. Sebagai bagian dari negosiasi, manajer sponsorship menawarkan kesepakatan kepada Beyza Soundsystem berupa potongan harga sebesar Rp1.000.000 dengan imbalan penempatan logo pada publikasi digital JJ Steak serta eksposur selama pelaksanaan acara JJ Steak *Campus Tunes: Mini concert*. Pihak Beyza Soundsystem menyetujui ketentuan tersebut, sehingga tercapai kesepakatan kerja sama yang memberikan manfaat bagi kedua belah pihak.



Gambar 2. 8 Kesepakatan Kerja Sama dengan Beyza Soundsystem

2.4.3.3 *Mapping* dan Menentukan Tata Letak Venue

Dalam konteks persiapan *event*, *mapping* adalah proses perencanaan dan visualisasi berbagai elemen yang ada di dalam sebuah acara. Proses ini bertujuan untuk memetakan komponen utama seperti pengukuran lokasi, penempatan peserta, serta tata letak dekorasi dan fasilitas pendukung lainnya.

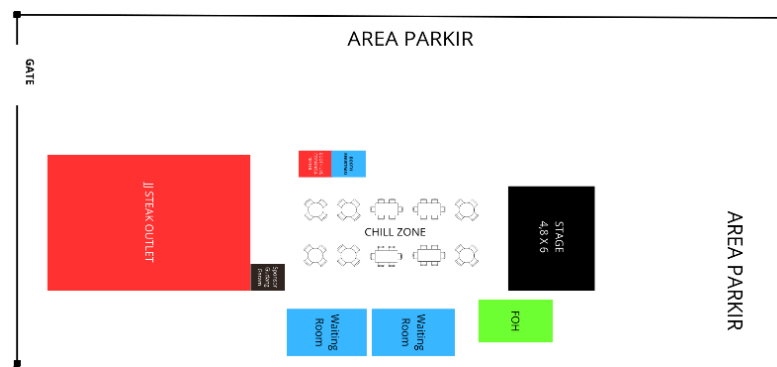
Sebagai *event manager*, penulis bertanggung jawab melakukan *mapping* dan menyusun *layout* lokasi acara yaitu lapangan Tree Food Hall JJ Steak Supriyadi untuk memastikan

penggunaan ruang yang optimal. Dalam prosesnya, penulis menentukan lokasi ideal untuk panggung, area registrasi, serta mengatur tata letak yang memungkinkan pergerakan peserta dan audiens tetap lancar selama acara berlangsung. Selain itu, penulis berkoordinasi dengan *sponsorship manager* untuk menyesuaikan peletakan *booth* sponsor agar sesuai dengan permintaan pihak sponsor sekaligus mempertahankan estetika dan fungsi ruang secara keseluruhan.



Gambar 2. 9 Mapping untuk membuat Layout JJ Steak Campus Tunes

Dengan perencanaan *mapping* yang baik, seluruh stakeholder, termasuk pihak JJ Steak, sponsor, peserta, dan audiens, dapat menikmati pengalaman acara yang lebih nyaman, terstruktur, dan efisien. Berikut adalah *layout* yang dibuat penulis dan diterapkan pada saat main event JJ Steak Campus Tunes Mini concert.



Gambar 2. 10 Layout Venue yang diterapkan pada saat Hari - H JJ Steak Campus Tunes "Mini concert"

2.4.3.4 Mempersiapkan Segala Kebutuhan untuk Pelaksanaan Program Brand Activation

Sebagai bagian dari strategi *event marketing activation*, *Mini concert* tidak hanya menjadi ajang hiburan tetapi juga merupakan medium untuk menerapkan *direct marketing* dan *brand activation*. Oleh karena itu, penulis memastikan bahwa berbagai bentuk *brand activation* yang telah dirancang dapat berjalan sesuai dengan rencana.

Beberapa aktivitas yang dipersiapkan meliputi:

- *Booth live cooking* sebagai bentuk *direct marketing activation*, penulis berkoordinasi dengan tim manajemen JJ Steak untuk memastikan ketersediaan bahan baku, alat masak, dan sumber daya manusia yang bertanggung jawab menjadi chef saat *live cooking*.
- Tester steak, penulis mengatur mekanisme distribusi tester steak kepada audiens yang hadir. Menetapkan bahwa setiap orang yang mengambil tester mengisi daftar penerima tester dan hanya diperbolehkan satu kali selama *event* berlangsung.
- Program Diskon KTM sebagai *event manager* sekaligus *account executive*, penulis berkoordinasi dengan klien untuk memastikan bahwa sistem diskon telah siap digunakan di kasir JJ Steak Supriyadi selama acara berlangsung.
- *Branding* dan media promosi, berkoordinasi dengan *social media manager* memastikan bahwa semua materi promosi sudah siap menjelang acara berlangsung.

2.4.3.5 Membuat Rundown Acara dan Cue Card MC

Rundown acara merupakan elemen penting yang menentukan kelancaran setiap segmen dalam *Main Event JJ Steak Campus Tunes “Mini concert”*. Sebagai *Event manager*, penulis menyusun *rundown* yang detail dan fleksibel, agar seluruh kegiatan

dapat berjalan sesuai rencana namun tetap memiliki ruang untuk penyesuaian jika diperlukan.

Selain *rundown*, penulis berkoordinasi dengan *sponsorship manager* dan public relations untuk menyusun cue card MC, yang berisi panduan mengenai alur acara, urutan penampilan band & *guest star*, penyebutan adlibs untuk pemenuhan benefit sponsorship, serta informasi penting yang harus disampaikan kepada audiens.

Tabel 2. 5 Rundown Main Event JJ Steak Campus Tunes Mini Conbcert

No	Nama Band	Waktu
	Opening MC	16.35 - 16.55
1	DD Project	16.55 - 17.35
	Break Maghrib	17.35 - 18.05
2	Zelos	18.05 - 18.40
	MC	18.40 - 18.45
3	Kids Project	18.45 - 19.20
	MC	19.20 - 19.25
4	Soundsynthesis	19.25 - 20.00
	MC	20.00 - 20.05
5	The Pelvis	20.05 - 20.40
	MC	20.40 - 20.45
6	Weekend with Einstein	20.45 - 21.20
	MC + Awarding	21.20 - 21.50
7	SAKUTALA FISIP	21.50 - 22.20

2.4.3.6 Perizinan ke instansi terkait

Event manager berkoordinasi dengan public relations manager serta klien dalam segala bentuk perizinan seperti izin penggunaan venue dari pihak Tree Food Hall atau Instansi terkait untuk memenuhi seluruh persyaratan administratif yang berlaku serta memperoleh dukungan sumber daya yang diperlukan, terutama dalam hal keamanan. Selain itu, persyaratan administratif tersebut

juga diperlukan agar *JJ Steak Campus Tunes* menjadi acara yang legal. Dalam hal ini penulis berkoordinasi dengan public relations untuk membuat surat pengantar untuk pengajuan perizinan ke polisi sektor setempat.



Gambar 2.11 Pengajuan Perizinan Keramaian ke Polsek Pedurungan

2.4.3.7 Merancang peraturan *JJ Steak Campus Tunes Mini concert*

Selain membuat peraturan pada tahap *pre event (Band audition)*, tentunya penulis juga diberi tanggung jawab untuk membuat peraturan pada *main event (Mini concert)*. Secara garis besar, tahap *band audition* dan *mini concert* memiliki peraturan yang sama, namun ada beberapa perbedaan poin di *mini concert* yaitu diperbolehkan memakai *sequencer* (dilarang di *band audition*), durasi dan urutan penampilan, dan larangan keras melakukan hal – hal yang memicu kerusuhan baik itu peserta maupun audiens. Berikut adalah peraturan *JJ Steak Campus Tunes “Mini concert”* yang dibuat penulis dan telah disetujui oleh pihak *JJ Steak* dan juri :

- 1 Setiap tim wajib membawakan 4 lagu pilihan (bebas)
- 2 Semua genre musik diperbolehkan, namun lirik lagu harus bebas dari unsur SARA, pornografi, ujaran kebencian, dan tidak melanggar hukum.

- 3 Proses check sound dilaksanakan di lokasi (10 - 15menit sebelum perform)
- 4 Maksimal durasi waktu tampil band adalah 40 menit
- 5 Peserta diperbolehkan menggunakan alat bantu *sequencer*.
- 6 Peserta diperbolehkan menggunakan efek vokal
- 7 Peserta berhak membawa crew, supporter, fans, atau massa
- 8 Peserta yang membawa supporter, fans, atau massa WAJIB mengkoordinir massanya untuk menjaga ketertiban, kenyamanan dan kelancaran acara.
- 9 Peserta DILARANG membuat keributan atau memprovokasi pada saat tampil dan selama acara berlangsung.
- 10 Peserta dan audiens DILARANG membawa obat-obatan terlarang, minuman keras, dan benda tajam pada saat tampil dan selama acara berlangsung.