

BAB II

Persiapan Program BANGKIT Sebagai Account Executive, Sponsorship Manager dan PIC Seminar Amanah Business Connect

Bab ini menjelaskan persiapan yang dilakukan *Account Executive* untuk menjaga hubungan dan melakukan koordinasi dengan klien dalam pelaksanaan program BANGKIT. Bab ini juga akan menjelaskan persiapan yang dilakukan oleh *Sponsorship Manager* seperti menentukan target, mencari sponsor, membuat proposal sponsor (paket penawaran) dan membuat *Memorandum of Understanding* (MoU) sebagai pendukung program BANGKIT 2025. Selain itu, bab ini juga menjelaskan persiapan yang dilakukan oleh PIC dalam menjalankan tugasnya dan menyusun konsep kegiatan Seminar Amanah Business Connect, sebagai bagian dari program BANGKIT 2025.

2.1 Gambaran Umum Klien

Air Amanah merupakan salah satu bisnis yang bergerak dalam bidang AMDK (Air Minum Dalam Kemasan). Amanah telah berdiri sejak tahun 2015 dan memiliki beberapa tempat produksi, yakni PT Amanah Tirta Yogyakarta sebagai pusatnya, PT Amanah Tirta Karanganyar, PT Amanah Tirta Pemalang, PT Kaapit Sendang di Kota Banjarbaru Kalimantan, dan PT Amanah Tirta Ungaran di Kab. Semarang (Air Amanah, 2024). Terhitung sampai 2024, Air Amanah sudah memasuki usia hampir satu dekade dengan persebaran sebanyak lima pabrik di Jawa dan Kalimantan.

Amanah memiliki empat jenis produk kemasan, yaitu galon 19 liter dan memiliki tiga kemasan botol yang diberi nama Amigol (Amanah Mini Galon, terinspirasi dari galon yang dikecilkan) dengan ukuran 200ml, 330ml dan 500ml (Air Amanah, 2024). Produk Ari Amanah memiliki keunggulan, yaitu air minum yang mengandung pH 8+, *Total Dissolved Solids* (TDS) ≤ 10 ppm, serta diproses melalui integrasi tiga teknologi terkini, yakni *Ultrafiltration Technology*, *Non-Mineral Technology*, dan *Alkaline Water Technology* (Air Amanah, 2024).

Amanah memiliki tujuan untuk berproses dari konsep kesejahteraan bersama, serta beberapa prospek keberhasilan tertentu yang tetap mengandalkan pada penjualan. Saat ini, Amanah memiliki target penjualan 800 ribu galon per bulan di luar penjualan kardus dengan target pasar dari seluruh kelompok ekonomi (Manajer Pabrik Amanah Tirta Ungaran, 2024). Oleh karena itu, Amanah berusaha memenuhi target dengan memaksimalkan penjualan di setiap bulannya.

Penjualan Amanah dilakukan bukan melalui jalur ritel konvensional, seperti minimarket, supermarket, atau toko kelontong, melainkan secara eksklusif melalui jaringan distributor yang tersebar di berbagai daerah. Dalam wawancara pada 19 September 2024, Bayu mengatakan bahwa saat ini Air Amanah telah memiliki total 1.980 distributor (Manajer Marketing Air Amanah Manajemen, 2024). Setiap tempat produksi Air Amanah di berbagai kota memiliki jumlah distributor yang bervariasi. Per Agustus 2024, hanya sekitar 1.650 distributor yang terhitung aktif se-Jawa dan Kalimantan. Di wilayah Semarang, PT Amanah Tirta Ungaran memiliki 180 distributor, dengan rincian 127 distributor di Kota Semarang dan 53 distributor di Kabupaten Semarang (Manajer Marketing Air Amanah Manajemen, 2024). Dari sini dapat disimpulkan bahwa tidak semua distributor aktif dalam memasarkan produk Amanah kepada konsumen.

Mengingat penjualan Amanah sangat mengandalkan distributor dan *brand awareness* terkait Amanah masih tergolong rendah karena peredaran produknya belum meluas di seluruh masyarakat. Pihak Amanah telah melakukan upaya mentoring setiap tiga bulan sekali untuk distributor agar perusahaan dapat mendengarkan dan membantu setiap keluhan distributor, mengajarkan kiat-kiat sukses dalam pemasaran, dan memotivasi para distributor untuk meningkatkan omzet mereka. Selain itu, pihak Amanah selalu melakukan kunjungan ke distributor yang dianggap tidak mengalami kenaikan omzet untuk menanyakan apakah terdapat kendala dalam menjual produk.

Air Amanah melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan kemampuan distributor sekaligus memperkuat *brand awareness* produk. Salah satu strateginya adalah menjalin kerja sama dengan mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Diponegoro melalui Program Karya Bidang BANGKIT 2025 (Bersama Amanah Gali Kreativitas dan Inovasi Terbaik). Program ini menjadi bagian dari strategi peningkatan kemampuan pemasaran distributor sebagai ujung tombak penjualan dan membangun kesadaran merek secara lebih luas.

Dalam pelaksanaan program BANGKIT 2025, terdapat pihak *stakeholder* internal maupun eksternal yang mendukung dan membantu mensukseskan acara. Pihak internal meliputi, Bapak Nurdin Hidayatulloh, S.Pt. selaku Manajer Pabrik PT Amanah Tirta Ungaran, Bapak Septian Bayu Nugraha, S.Si selaku Manajer Marketing Air Amanah Manajemen, dan Asisten Manajer PT Amanah Tirta Ungaran. Koordinasi dengan pihak internal dilakukan secara intensif melalui *Account Executive* BANGKIT, baik secara *online* maupun *offline*. Sementara, pihak eksternal dalam pelaksanaan program BANGKIT 2025 meliputi *community partner*, *media partner*, *sponsorship*, peserta, dan *stakeholder* lainnya yang berperan dalam menyukseskan program BANGKIT 2025.

2.2 Account Executive

Dalam pelaksanaan Karya Bidang BANGKIT 2025 antara mahasiswa Ilmu Komunikasi UNDIP dengan Air Amanah, perlu adanya komunikasi yang efektif, maka diperlukan peran dari *Account Executive* (AE). *Account Executive* bertanggung jawab dalam membina hubungan baik dengan klien (Morissan, 2010). Hal ini sejalan dengan pendapat Jatinegara (2011) yang menyebutkan bahwa *Account Executive* bertugas menjalin hubungan kerja sama yang baik dengan klien agar semua kemauan klien dapat dimengerti oleh *Account Executive* dan keinginan klien dapat dijadikan data-data untuk sebuah *project*.

Frank Jefkins (1997) menjelaskan bahwa seorang *Account Executive* (AE) memiliki peran penting dalam menjaga hubungan antara *agency* dan klien. AE perlu memahami kebutuhan klien, bisnis, dan industrinya, serta mengkomunikasikan kebutuhan tersebut kepada *agency*. Sebaliknya, AE juga

bertugas menyampaikan proposal, ide, dan hasil karya dari *agency* kepada klien. Selanjutnya, seorang AE harus memberikan saran-saran dan solusi untuk klien agar kendala yang terjadi dalam proses pelaksanaan program dapat diselesaikan dengan baik (Jefkins, 1997).

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *Account Executive* bertanggung jawab dalam mengelola koordinasi yang efektif antara tim dan klien, serta memastikan kebutuhan klien dipahami dan dipenuhi dengan baik. Selain itu, *Account Executive* juga harus mampu menjadi representasi dari *agency* dan harus dapat mewakili keinginan dari klien, serta menyampaikannya kepada *agency*.

Koes Pujianto (2002) menjelaskan bahwa seorang *Account Executive* harus memiliki tiga segi pendekatan utama, yaitu:

1. Segi komunikasi

Seorang *Account Executive* harus memiliki pengetahuan terkait dengan prinsip-prinsip komunikasi, seni berkomunikasi dan teknik presentasi. Komunikasi yang baik akan sangat penting untuk membangun hubungan yang kuat dan efektif dengan klien serta memastikan pesan dapat tersampaikan dengan baik kepada klien.

2. Segi Pemasaran

Seorang *Account Executive* harus memahami berbagai hal yang meliputi dasar-dasar pemasaran, periklanan, perkembangan dan pergeseran pasar, serta pergeseran media. Selain itu, mereka juga harus memahami gaya hidup dan perilaku konsumen untuk mengetahui strategi yang tepat.

3. Segi kreativitas

Seorang *Account Executive* harus mampu menganalisis berbagai peluang secara kreatif dan melihat suatu masalah dari berbagai perspektif untuk menemukan solusi terbaik. Selain itu, ia perlu melakukan inovasi yang terarah agar tidak terjebak dalam pola pikir “begitulah seharusnya.” Hal ini

berkaitan dengan: (a) Apa yang harus dikomunikasikan? (b) Bagaimana mengkomunikasikannya? dan (c) Kapan mengkomunikasikannya?

Pada dasarnya posisi ini membutuhkan kemampuan komunikasi yang sangat baik, pemahaman mendalam tentang produk atau layanan perusahaan, serta kemampuan untuk membangun hubungan yang kuat dengan klien.

2.2.1 Koordinasi Komunikasi antara Pihak Klien dan Tim BANGKIT

Persiapan program BANGKIT 2025 dilakukan melalui komunikasi yang rutin dan terstruktur antara tim BANGKIT dan Air Amanah untuk memastikan kelancaran pelaksanaan dan menghindari kesalahan. *Account Executive* (AE) berperan sebagai penghubung utama yang menyampaikan informasi, permintaan, dan kebutuhan antara klien dan tim secara tepat waktu. Selain itu, AE juga berperan dalam membantu memecahkan masalah yang muncul selama proses persiapan hingga pelaksanaan program, sehingga koordinasi berjalan lebih efektif dan responsif.

Komunikasi dengan klien dilakukan secara rutin baik *offline* maupun *online*. Secara *offline* dilakukan dengan berkunjung ke Pabrik Amanah Tirta Ungaran dan Kantor Pusat Air Amanah Manajemen, sementara secara *online* dilakukan melalui WhatsApp dan Google Meet. Koordinasi dilakukan dengan Manajer Pabrik PT Amanah Tirta Ungaran Bapak Nurdin Hidayatulloh, S.Pt., Manajer Marketing Air Amanah Manajemen Bapak Septian Bayu Nugraha, S.Si., dan Asisten Manajer PT Amanah Tirta Ungaran. Bukti dokumentasi dapat dilihat pada Lampiran 2.1.

2.2.2 Persiapan Event Seminar Amanah Business Connect

Persiapan koordinasi dengan klien dalam setiap acara merupakan tanggung jawab penting seorang *Account Executive* (AE). AE bertugas menjaga hubungan baik dengan klien, melaporkan setiap rencana acara, serta berkoordinasi dengan PIC, *Project Leader*, dan tim BANGKIT terkait permintaan dan kebutuhan klien.

Dalam Seminar Amanah Business Connect, AE wajib mengoordinasikan berbagai hal yang mencakup, pembicara seminar, materi pembicara, *rundown*,

venue acara seminar, anggaran dana, *Term of Reference* (ToR) pembicara, tujuan seminar, target peserta seminar, dan melaporkan jumlah peserta yang mendaftar secara berkala. Selain itu, AE juga melakukan permohonan publikasi poster seminar melalui akun resmi Facebook @airamanah, serta koordinasi mengenai kegiatan tambahan.

2.2.3 Persiapan Event Workshop Marketing Amanah

Dalam Workshop Marketing Amanah: Sinergi Digital dan Konvensional dalam berbisnis, *Account Executive* wajib mengoordinasikan berbagai hal yang mencakup timeline, pembicara, materi pembicara, *Term of Reference* (ToR) pembicara, venue acara, *rundown*, anggaran dana, jumlah target peserta yang ingin dicapai, tujuan yang ingin dicapai, serta koordinasi terkait acara tambahan.

Sehubungan dengan *workshop* yang merupakan acara dalam lingkup internal klien, maka perlu dilakukan koordinasi bersama klien untuk penyebaran informasi kepada para distributor melalui grup WhatsApp distributor dan akun resmi Facebook @airamanah. *Account Executive* juga berkoordinasi dengan PIC, *Project Leader*, dan tim BANGKIT terkait dengan permintaan dan kebutuhan klien.

2.2.4 Persiapan Event Creative Competition

Dalam Creative Competition, *Account Executive* wajib mengoordinasikan berbagai hal kepada klien yang meliputi *guideline* Creative Competition, anggaran dana, penetapan juri, timeline pelaksanaan, target peserta, melaporkan jumlah peserta secara berkala, dan melakukan permohonan publikasi poster Creative Competition melalui akun resmi Facebook @airamanah. Selain itu, *Account Executive* juga berkoordinasi dengan PIC, *Project Leader*, dan tim BANGKIT terkait dengan kebutuhan klien.

2.2.5 Persiapan Event Talk Show Amanah Hydrocare

Dalam pelaksanaan *event talk show*, *Account Executive* bertugas mengoordinasikan berbagai hal kepada klien yang mencakup timeline, venue acara, anggaran dana, pembicara *talk show*, materi yang akan dibawakan

pembicara, *Term of Reference* (ToR) pembicara, *rundown* acara, permohonan pengajuan publikasi melalui akun resmi Facebook @airamanah, target jumlah peserta yang ingin dicapai, tujuan kegiatan, serta koordinasi mengenai kegiatan tambahan. *Account Executive* juga berkoordinasi dengan PIC, *Project Leader*, dan tim BANGKIT terkait permintaan dan kebutuhan klien.

2.2.6 Persiapan Event Zumba Active Fit Amanah

Pelaksanaan *event* di luar ruangan, seperti Zumba, memerlukan persiapan yang matang agar berjalan lancar. Oleh karena itu, *Account Executive* (AE) memiliki tanggung jawab untuk mengoordinasikan berbagai hal kepada klien, yang mencakup timeline, anggaran dana, lokasi pelaksanaan Zumba, penempatan *backdrop*, *layout* acara, *rundown* acara, target peserta, dan pembicara pada sesi materi. Selain itu, AE juga mengajukan permohonan publikasi melalui akun resmi Facebook @airamanah dan melakukan koordinasi terkait kegiatan tambahan yang mungkin diperlukan. AE senantiasa menjalin komunikasi yang intensif dengan PIC, *Project Leader*, dan tim BANGKIT guna memastikan seluruh permintaan dan kebutuhan klien dapat terpenuhi dengan baik.

2.2.7 Persiapan Event Workshop Distributor Amanah

Dalam Workshop Distributor Amanah: Go Digital with Whatsapp Business, *Account Executive* wajib mengoordinasikan berbagai hal yang mencakup timeline, pembicara, materi pembicara, *Term of Reference* (ToR) pembicara, venue acara, *rundown*, anggaran dana, jumlah target peserta yang ingin dicapai dan tujuan yang ingin dicapai, serta koordinasi terkait acara tambahan.

Sehubungan dengan *workshop* yang merupakan acara dalam lingkup internal klien, perlu dilakukan koordinasi persiapan bersama pihak klien untuk penyebaran informasi kepada para distributor melalui grup WhatsApp distributor dan akun resmi Facebook @airamanah. Pada Workshop Distributor Amanah, diperlukan persiapan yang lebih matang serta koordinasi yang lebih intens dengan klien. Hal ini disebabkan oleh tantangan yang cukup besar dalam menarik minat para distributor, karena terdapat sesi pembuatan WhatsApp Business yang kompleks.

2.3 Sponsorship Manager

Sponsorship adalah sebuah transaksi komersial, di mana pemberi dana mengharapkan balasan yang sesuai dengan penerima dana dan kedua belah pihak saling menguntungkan dalam kerjasama yang dilakukan (Natoradjo, 2011). Menurut Noor (2009), *sponsorship* merupakan biaya yang dikeluarkan kepada penyelenggara *event* dengan imbalan eksploitasi komersial kepada pasar potensial dalam *event*. Sementara, manajer adalah orang yang bertanggung jawab untuk mengarahkan usaha yang bertujuan membantu organisasi dalam mencapai sasarannya (James A.F. Stoner, et al, 1996). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *Sponsorship Manager* adalah seseorang yang bertanggung jawab mengelola seluruh proses kerjasama *sponsorship* antara sebuah organisasi atau perusahaan dengan pihak sponsor, dengan tujuan mendukung keberhasilan suatu program, acara, atau aktivitas pemasaran.

2.3.1 Mendata Kebutuhan Sponsorship

Dalam program BANGKIT 2025 yang terdiri dari enam rangkaian *event*, *sponsorship* ditargetkan mencapai total nilai sebesar Rp5.000.000 yang dapat berupa *fresh money*, barang, atau jasa yang akan digunakan untuk mendukung pelaksanaan dan kelancaran program BANGKIT. Kontribusi *sponsorship* ini sangat penting untuk memastikan tersedianya sumber daya yang memadai, sehingga setiap *event* dapat berjalan sesuai dengan rencana dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

2.3.2 Menentukan Target Sponsorship

Salah satu tugas *Sponsorship Manager* adalah membuat daftar perusahaan yang menjadi target potensial, seperti Wardah Beauty Semarang, OMG Cosmetics Semarang, Salsa Cosmetics, Oppa Fried Chicken, Bank Jateng, dan De Wave Basudewo. Sponsor potensial diharapkan dapat bekerja sama dan memberikan kontribusi dalam bentuk dana, produk, sumber daya manusia maupun voucher. Penetapan target sponsor dilakukan dengan mempertimbangkan kesesuaian antara tema acara dan profil perusahaan, sehingga peluang kerja sama dapat

dimaksimalkan. Terdapat 158 daftar *sponsorship* potensial yang telah menjadi target *sponsorship*. Potensial *sponsorship* dapat dilihat pada Lampiran 2.2.

2.3.3 Membuat dan Menyebarkan Proposal Sponsorship

Dalam pengajuan sponsor diperlukan proposal *sponsorship* yang menjadi dokumen utama untuk memperkenalkan dan menawarkan kerjasama, maka dari itu *Sponsorship Manager* bertugas membuat proposal *sponsorship* yang informatif dan menarik. *Sponsorship Manager* juga harus mengatur waktu penyebaran proposal *sponsorship*, serta melakukan tindak lanjut (*follow-up*) kepada calon sponsor untuk setiap rangkaian kegiatan BANGKIT 2025. Jadwal penyebaran proposal dan *follow-up* disusun secara terperinci sesuai dengan tahapan acara, yaitu:

1. Seminar Amanah Business Connect: 1–17 Januari 2025
2. Workshop Marketing Amanah: 23 Januari–5 Februari 2025
3. Creative Competition: 11 Februari–2 Maret 2025
4. Talk Show Amanah Hydrocare: 10 Maret–12 April 2025
5. Zumba Active Fit Amanah: 14–25 April 2025
6. Workshop Distributor Amanah: 28 April–15 Mei 2025

Strategi penyebaran proposal *sponsorship* dilakukan agar sponsor potensial mendapatkan informasi yang lengkap dan tepat waktu mengenai penawaran *sponsorship*, serta memaksimalkan peluang dalam membangun kerja sama dengan potensial sponsor.

2.3.4 Mengoordinasikan Tim BANGKIT

Sponsorship Manager bertanggung jawab untuk mengoordinasikan tim BANGKIT dalam persiapan dan pengajuan proposal sponsor, membagi tugas kepada anggota tim untuk menghubungi calon sponsor, serta secara rutin memastikan pemenuhan kewajiban sponsor oleh tim. Selain itu, *Sponsorship Manager* juga terbuka terhadap masukan dari tim terkait pelaksanaan *sponsorship*.

Secara keseluruhan, peran ini memastikan koordinasi yang lancar dan efisien antara tim BANGKIT dan para sponsor.

2.4 Persiapan PIC Seminar Amanah Business Connect

Person In Charge (PIC) adalah seseorang yang bertanggung jawab atas pelaksanaan sebuah *event*, proyek, atau tugas tertentu. Seorang PIC memiliki kemampuan komunikasi yang baik karena berperan sebagai saluran utama arus informasi yang masuk dan keluar (Adieb, 2024). Menurut Cutlip, Allen & Broom (2011), komunikasi dapat berlangsung efektif dengan menerapkan *Seven Communication* (7C) yang terdiri dari *completeness* (kelengkapan), *concreteness* (konkret), *courtesy* (sopan), *correctness* (ketepatan), *clarity* (jelas), *consideration* (penuh pertimbangan) dan *conciseness* (ringkas/padat).

Terdapat beberapa skill yang harus dimiliki oleh PIC (Adieb, 2024):

- a. Komunikasi: salah satu *skill* yang penting untuk dimiliki seorang PIC adalah komunikasi karena seorang PIC akan terus berkomunikasi dengan orang lain dalam keberjalanan proyek.
- b. *Problem solving*: dalam menjalankan proyek tentunya PIC akan dihadapkan dengan berbagai masalah, maka dari itu diperlukan *skill problem solving* yang baik agar masalah dapat diatasi.
- c. Interpersonal: PIC harus mempunyai hubungan yang baik dengan rekan kerjanya, hal ini karena diperlukan kerjasama yang baik untuk dapat menjalankan proyek dan merasa nyaman dalam perjalanannya.
- d. *Project Management*: *skill* lain yang harus dimiliki seorang PIC adalah *Project Manajemen*. Seorang PIC yang memiliki kemampuan ini dapat menjalankan proyek atau kegiatan yang dipegangnya dengan baik. Kemampuan ini memungkinkan seorang PIC untuk mengelola sumber daya, membuat perencanaan, hingga melakukan pengawasan secara efektif.

- e. Manajemen Waktu: PIC harus memiliki manajemen waktu yang baik agar proyek berjalan sesuai timeline yang telah ditetapkan dan harus mampu menentukan skala prioritas sehingga proyek dapat berjalan secara efektif.
- f. Kepemimpinan: seorang PIC harus mampu memberikan arahan untuk timnya dan harus mampu membuat keputusan yang tepat.
- g. Analisis: seorang PIC harus mampu menganalisis data dan mengidentifikasi suatu pola atau tren yang berkaitan dengan proyek yang dipegangnya.

Dalam hal ini, PIC Seminar Amanah Business Connect bertanggung jawab untuk merancang konsep acara, berkoordinasi dengan *Project Leader* dan tim BANGKIT untuk persiapan dan kegiatan acara, merealisasikan kegiatan Seminar Amanah Business Connect sesuai dengan timeline yang sudah ditentukan, dan melakukan evaluasi pasca acara seminar.

2.4.1 Merancang Konsep Acara

Salah satu tanggung jawab utama dari seorang PIC dalam pelaksanaan seminar adalah menyusun dan merancang konsep acara secara menyeluruh agar sesuai dengan topik, rumusan masalah, serta tujuan dari penyelenggaraan seminar. Perancangan konsep ini mencakup berbagai aspek penting, mulai dari penentuan tema seminar yang relevan dan menarik, perumusan tujuan yang ingin dicapai, hingga penetapan target peserta. Dengan perencanaan konsep yang matang, seminar tidak hanya akan berjalan lancar, tetapi juga mampu memberikan dampak dan manfaat yang maksimal bagi seluruh peserta sekaligus mencerminkan kualitas penyelenggara dalam menyampaikan pesan dan nilai yang ingin dikomunikasikan melalui kegiatan tersebut.

2.4.2 Membuat Rundown Acara

Dalam penyelenggaraan sebuah acara, penyusunan *rundown* menjadi hal yang penting dan harus disesuaikan dengan konsep serta alur acara. *Rundown* seminar mencakup urutan kegiatan, serta estimasi waktu yang ideal untuk setiap segmen acara. Kehadiran *rundown* ini berfungsi sebagai pedoman bagi panitia dan peserta,

sehingga pelaksanaan Seminar Amanah Business Connect dapat berlangsung secara terstruktur, tertib, dan sesuai dengan rencana.

2.4.3 Menentukan Pembicara Seminar Amanah Business Connect

Dalam pelaksanaan Seminar Amanah Business Connect, pembicara berasal dari pihak internal Air Amanah, sementara narasumber berasal dari distributor Air Amanah. PIC seminar bertanggung jawab untuk mencari calon pembicara dan narasumber yang potensial, memastikan kesediaan mereka, dan memastikan seluruh kebutuhan mereka terpenuhi agar acara berjalan lancar sesuai rencana. Tabel potensial pembicara dan potensial narasumber berada pada Lampiran 2.3.

2.4.4 Membuat TOR Pembicara

Sebagai acuan pembicara dalam menyampaikan materi, maka diperlukan *Term of Reference* (ToR). ToR berisi panduan yang jelas mengenai peran, tanggung jawab, serta ruang lingkup materi yang seharusnya disampaikan oleh pembicara. Dengan adanya ToR, diharapkan materi yang disampaikan relevan, terstruktur, dan selaras dengan tujuan acara.

2.4.5 Membuat Pertanyaan Pre-test dan Post-test

Sebagai bahan untuk mengukur keberhasilan dan peningkatan pengetahuan dari peserta Seminar Amanah Business Connect, maka dilakukan pre-test dan post-test. Pre-test dilaksanakan sebelum seminar dimulai yang bertujuan untuk mengukur tingkat pengetahuan awal peserta dan post-test dilakukan untuk menilai seberapa baik peserta menyerap materi yang telah disampaikan. Hasil dari post-test akan dibandingkan dengan hasil pre-test untuk mengukur peningkatan pengetahuan peserta. Jika terdapat peningkatan yang signifikan, ini menunjukkan bahwa metode penyampaian materi yang digunakan efektif. Sebaliknya, jika hasil post-test tidak menunjukkan peningkatan, maka perlu dilakukan evaluasi terhadap strategi pengajaran yang diterapkan.

2.4.6 Membuat Script MC dan Moderator

PIC Seminar bertanggung jawab dalam menyusun *script* MC dan moderator sebagai panduan dalam memandu acara seminar. *Script* ini berisi susunan acara, waktu pelaksanaan, serta rangkaian teks yang akan digunakan, sehingga MC dan moderator dapat menjalankan acara sesuai dengan *rundown* yang telah ditentukan.

2.4.7 Mencari Venue Acara

Dalam persiapan seminar, pemilihan lokasi yang strategis menjadi faktor penting. Oleh karena itu, PIC Seminar telah melakukan riset dan mempertimbangkan beberapa tempat potensial untuk pelaksanaan acara dengan target peserta sebanyak 80 orang. Tabel potensial venue seminar dapat dilihat pada Lampiran 2.4.

2.4.8 Persiapan Perlengkapan Seminar Amanah Business Connect

Dalam pelaksanaan *event* diperlukan koordinasi terkait perlengkapan agar tidak ada kendala teknis dalam pelaksanaan. PIC Seminar bertugas mendata seluruh perlengkapan yang diperlukan dalam acara Seminar Amanah Business Connect dan mengoordinasikannya dengan tim BANGKIT 2025.

2.4.9 Berkoordinasi dengan tim BANGKIT 2025

Dalam persiapan *event* diperlukan koordinasi yang baik antara PIC *event* dengan *Project Leader* maupun dengan tim agar acara seminar dapat berjalan dengan sukses. Selain itu, PIC juga bertugas untuk memastikan setiap anggota memiliki tugas yang jelas pada hari pelaksanaan Seminar Amanah Business Connect.

2.5 Persiapan Liaison Officer BANGKIT 2025

Liaison Officer (LO) memiliki peran penting sebagai narahubung utama antara pihak-pihak yang terlibat dalam acara. Seorang LO harus memiliki pengetahuan yang mendalam mengenai jalannya acara, termasuk memahami susunan kegiatan serta mampu memberikan pelayanan dan pengarahan yang tepat (Subianto Karoso, 2021).

Dalam pelaksanaan program BANGKIT 2025, LO bertugas mendampingi klien dan peserta selama rangkaian kegiatan, yang meliputi Seminar Amanah Business Connect, Workshop Marketing Amanah, Talk Show Amanah Hydrocare, dan Workshop Distributor Amanah. Selain itu, LO juga bertanggung jawab untuk memastikan seluruh kebutuhan dan kenyamanan klien serta peserta terpenuhi selama acara berlangsung.