

BAB II

GAMBARAN UMUM KLIEN DAN PERSIAPAN KEGIATAN

Sebagai PIC Event Talk Show Amanah Hydrocare, Workshop Distributor Amanah, dan Liaison Influencer dalam Event Zumba

Pada bab ini menjelaskan tentang gambaran umum Air Amanah sebagai klien dan persiapan yang penulis lakukan dalam menjalankan tugas sebagai PIC dalam *Talk Show Amanah Hydrocare*, *Workshop Distributor Amanah*, serta *LO Influencer Zumba*. Tanggung jawab PIC *event* mencakup membuat konsep acara, mengelola komunikasi dan koordinasi dengan pihak internal maupun eksternal, menentukan dan memastikan segala perlengkapan yang dibutuhkan, menyusun *rundown*, ToR, skrip MC maupun moderator, serta perizinan dengan pihak terkait. Sementara, *Liaison Officer* bertanggung jawab untuk koordinasi dengan pihak eksternal, seperti *influencer* untuk bekerja sama dan memastikan kebutuhan teknis berjalan dengan lancar.

2.1 Deskripsi Klien

Air Amanah merupakan perseroan terbatas yang memproduksi air minum dalam kemasan (AMDK) sejak tahun 2015. Dalam kurun waktu sepuluh tahun berdiri, Air Amanah sudah memiliki lima tempat produksi di Jawa dan Kalimantan. Tepatnya berada di PT 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. Keunggulan utama dari produk Air Amanah, yaitu air minum yang mengandung pH 8+, *Total Dissolved Solids (TDS)* $\leq$ 10 ppm, serta diproses melalui integrasi tiga teknologi terkini, yakni *Ultrafiltration Technology*, *Non-Mineral Technology*, dan *Alkaline Water Technology*. Hal ini membuat Air Amanah memiliki kualitas air minum yang terjaga kemurnian dan kesegarannya yang dapat membantu hidrasi dan metabolisme tubuh. Kemasan produk Air Amanah terbuat dari bahan berkualitas yaitu galon PC *grade A+* terbaik di kelasnya sehingga kemasan Air Amanah sangat aman dijadikan kemasan pada air minum untuk

konsumsi harian. Selain itu, kemasan tersebut juga ramah lingkungan karena dapat didaur ulang sehingga meminimalisir dampak limbah sampah plastik.

Air Amanah memiliki empat jenis produk kemasan, yaitu galon 19 liter dan tiga kemasan botol yang dapat disebut sebagai Amigol (Amanah Mini Galon, terinspirasi dari galon yang bentuknya kecil). Kemasan galon 19 liter dengan kemasan galon dan air di Rp 90.000. Namun, berbeda dengan merek lain, Amanah menyediakan sistem pinjam galon di mana pembeli dapat membeli produk dengan sistem deposit di mana ia akan memperoleh uang depositnya kembali sebesar Rp 70.000 ketika galon dikembalikan ke distributor yang bersangkutan. Pada kemasan Amigol sendiri terdapat tiga jenis ukuran, yakni ukuran 330 ml dengan isi satu kardus 32 botol dibanderol harga satuan Rp 2.000, dan harga satu kardus Rp 60.000. Produk amigol ukuran 500 ml dengan isi satu kardus 28 botol dibanderol harga satuan Rp 3.000, harga satu kardusnya Rp 70.000. Terakhir amigol ukuran 200 ml yang satu kardus berisi 24 botol dengan harga satu kardusnya Rp 35.000. Berbagai kemasan produk ini tentunya menjadi pilihan yang ideal karena dengan ukuran yang lebih efisien dan desain unik berbeda dari produk lain.

Saat ini, penjualan produk Amanah hanya dilakukan melalui distributor saja belum tersedia melalui jalur ritel konvensional, seperti minimarket, supermarket, atau toko kelontong. Tujuan dari sistem penjualan sesuai dengan visi dan misi para pendiri Amanah untuk membangun sebuah merek yang tumbuh dari semangat anak bangsa, dikelola oleh warga lokal, dan ditujukan sepenuhnya untuk kemajuan Indonesia. Sehingga Air Amanah berkomitmen untuk menciptakan kemandirian ekonomi dan keberpihakan pada produk dalam negeri yang berkualitas tinggi. Dengan memilih jalur distribusi langsung melalui distributor, Amanah mampu menjangkau pasar yang lebih luas secara efektif, mengurangi persaingan di pasar ritel yang sudah padat, dan memberdayakan para mitra distributor lokal. Pendekatan ini diharapkan dapat menciptakan rantai distribusi yang

lebih efisien sekaligus membangun loyalitas pasar yang lebih kuat dan berkelanjutan di tengah persaingan industri air mineral.

Pada pertemuan dengan manajemen Air Amanah Tirta Yogyakarta pada 19 September, pihak manajemen mengatakan bahwa saat ini Air Amanah telah memiliki total 1.980 distributor. 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 (104 aktif, 23 tidak aktif) di Kota Semarang dan 53 distributor (41 aktif dan 12 tidak aktif) di Kabupaten Semarang. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak semua distributor aktif dalam memasarkan produk Amanah kepada konsumen.

Air Amanah memberikan sistem kerja yang fleksibel kepada distributor, sehingga mereka tidak terikat jam kerja dan target. Selain itu, pihak Air Amanah juga memberikan fasilitas *mentoring* tiga bulan sekali, dan memberikan bonus bulanan kepada distributor. Pendapatan rata-rata yang didapatkan distributor berkisar Rp7.000.000 per bulan. Sehingga sistem distributor ini menjadi bisnis potensial yang menjanjikan bagi distributor. Melansir dari situs resmi www.airamanah.com untuk menjadi distributor Amanah bisa dilakukan dengan menghubungi *hotline* yang tercantum di kemasan Air Amanah: 081804560516, mengakses *website* www.airamanah.com, atau menghubungi Instagram @airamanah.

Dalam pertemuan antara pihak manajemen PT Amanah Tirta Ungaran dan tim karya bidang BANGKIT 2025 pada 8 November 2024, mengatakan bahwa Air Amanah memiliki tujuan untuk berproses dari konsep kesejahteraan bersama dengan prospek keberhasilan tertentu yang tetap mengandalkan pada penjualan. Saat ini, Air Amanah memiliki target penjualan 800 ribu galon per bulan di luar penjualan kardus yang menyasar pada target pasar dari seluruh kelompok ekonomi. Sehingga Air Amanah berusaha memenuhi target tersebut dengan memaksimalkan penjualan di setiap bulannya. Akan tetapi, melalui sistem penjualan produk yang hanya mengandalkan distributor, membuat *brand awareness* Amanah tergolong

rendah karena pendistribusian produk belum meluas di seluruh masyarakat. Hal ini dikarenakan distributor masih melakukan pemasaran secara *word of mouth* dan belum menguasai pemasaran secara digital. Dalam implementasi program ini, tim karya bidang BANGKIT 2025 memfokuskan untuk meningkatkan pengetahuan dan kemampuan distributor yang juga berpengaruh dalam meningkatkan *brand awareness* Amanah melalui Seminar Amanah *Bussiness Connect*, *Workshop Marketing* Amanah, *Creative Competition*, *Talk Show Amanah Hydrocare*, *Zumba Active Fit Amanah*, dan *Workshop Distributor Amanah*.

Pelaksanaan program tugas akhir melibatkan sejumlah pihak yang memiliki peran dan tanggung jawab penting dalam mendukung kelancaran seluruh rangkaian kegiatan. Secara umum, pihak-pihak yang berkontribusi terbagi menjadi dua kategori, yaitu pihak internal dan pihak eksternal. Keduanya memiliki fungsi yang saling melengkapi dalam mewujudkan tujuan kegiatan sesuai dengan harapan klien, yakni Air Amanah.

Pihak internal merupakan individu atau kelompok yang berasal dari lingkup manajemen Air Amanah, yang secara langsung berperan dalam perencanaan, koordinasi, dan pelaksanaan kegiatan. Dalam konteks ini, pihak internal mencakup Bapak Septian Bayu Nugraha selaku Manajer Marketing dari Air Amanah Manajemen dan Bapak Nurdin Hidayatulloh sebagai Manajer Pabrik PT Amanah Tirta Ungaran. Kedua pihak ini bertindak sebagai pengawas dan pengarah utama dalam pelaksanaan acara, serta turut memberikan panduan strategis agar setiap aktivitas yang dilakukan tetap berada dalam koridor tujuan perusahaan.

Pihak eksternal meliputi peserta kegiatan, institusi pendidikan (SMK/SMA), instansi pemerintah, komunitas lokal, serta sponsor. Institusi terkait juga membantu menyediakan tempat kegiatan, seperti FISIP UNDIP, Dinas Lingkungan Hidup, dan Kecamatan Tembalang mendukung secara fasilitas tempat kegiatan. Komunitas UMKM dan organisasi sosial berperan dalam acara seminar dan *talk show*, sementara komunitas pusat kebugaran menyediakan dukungan untuk acara zumba. Sponsor dari sektor swasta turut berkontribusi dalam kelancaran acara.

Dengan terjalinnya koordinasi yang baik antara tim pelaksana program tugas akhir dan seluruh pihak internal maupun eksternal yang terlibat, kegiatan dapat terlaksana secara efektif. Kolaborasi ini tidak hanya memperlancar proses pelaksanaan, tetapi juga memberikan nilai tambah dalam hal jangkauan, kualitas penyelenggaraan, serta relevansi program terhadap kebutuhan masyarakat dan stakeholder

2.2 Deskripsi Program

Program dalam karya bidang BANGKIT 2025 ini dirancang untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan distributor Amanah serta meningkatkan *brand awareness* Amanah. Dimana harapan tim karya bidang BANGKIT 2025 dan pihak Air Amanah dapat membantu mendorong distributor untuk lebih terampil dalam memasarkan produk Amanah kepada calon konsumen dalam mengenalkan produk AMDK Air Amanah pada masyarakat, khususnya area Semarang. Dengan begitu, tentu akan membantu dalam meningkatkan *brand awareness* Amanah dan peningkatan penjualan produk Amanah. Rangkaian program dilaksanakan sejak tanggal 19 Januari 2025 acara Seminar Amanah *Business Connect*, 2 Februari 2025 *Workshop Marketing* Amanah, 17 Februari 2025 *Creative Competition*, 13 April 2025 *Talk Show* Amanah *Hydrocare*, 27 April Zumba *Active Fit* Amanah, dan 11 Mei 2025 *Workshop* Distributor Amanah. Rangkaian program ini ditetapkan berdasarkan pertimbangan pada kondisi perusahaan, sumber daya, kecukupan dana, dan waktu.

Implementasi strategi dalam meningkatkan *insight marketing* distributor Amanah dilakukan dengan mengadakan dua acara *Workshop*, yaitu *Workshop Marketing* Amanah dan *Workshop* Distributor Amanah. Dalam *workshop* ini, para distributor diberikan bekal materi terkait *marketing* dan praktik penggunaan WhatsApp Business yang menjadi alat komunikasi para distributor untuk melakukan pemasaran maupun pelayanan. Dengan adanya bekal keterampilan ini, diharapkan para distributor dapat lebih profesional dan optimal dalam melakukan pemasaran. Melalui pendekatan strategi ini, akan mendorong tingkat

penjualan distributor yang berdampak langsung pada penacapaian target penjualan Air Amanah.

Strategi implementasi untuk meningkatkan *brand awareness* Amanah, dilakukan melalui Seminar Amanah *Business Connect*, *Creative Competition*, *Talk Show Amanah Hydrocare*, *Zumba Active Fit Amanah*, serta *Social Media Marketing*. Masing-masing acara berperan dalam meningkatkan *brand awareness* dengan mengenalkan produk Amanah kepada peserta dan menghadirkan pengalaman untuk mencoba produk Amanah secara langsung. Dengan begitu, akan membuat lebih banyak masyarakat Semarang mengetahui Amanah dan jika tertarik setelah merasakan kesegaran Amanah dapat menjadi potensial konsumen. Tentunya hal ini akan membuat citra *brand* Amanah semakin dikenal dan meningkatkan konversi dari kesadaran menjadi tindakan pembelian atau bahkan bergabung menjadi distributor.

Dalam pelaksanaan program karya bidang BANGKIT 2025, peran penulis sebagai *Person In Charge* (PIC) acara *Talk Show Amanah Hydrocare*, dan *Workshop Distributor Amanah*, *Liaison Officer Influencer Zumba*, dan *Juri Short Video Competition*. Melalui peranan tersebut diharapkan segala program yang direncanakan dapat berjalan secara optimal dan segala tujuan dapat tercapai dengan baik.

2.3 Person In Charge (PIC)

Person In Charge (PIC) bertanggung jawab dalam membuat konsep dan perencanaan hingga eksekusi seluruh aspek dalam acara, mulai dari penyusunan konsep, perencanaan teknis, pemilihan vendor, hingga koordinasi terkait jalannya acara. Berikut tahapan persiapan yang penulis lakukan dilakukan :

2.3.1 Talk Show Amanah Hydrocare

2.3.1.1 Merancang Konsep Acara

Acara *Talk Show Amanah Hydrocare* menjadi salah satu rangkaian program BANGKIT 2025 yang diadakan pada tanggal 13 April 2025. Sebuah acara yang bertujuan untuk meningkatkan *brand awareness* Amanah dengan tema Amanah

Hydrocare. Pemilihan tema tersebut dikarenakan arti dari kata "*Hydrocare*" ialah peduli akan hidrasi tubuh yang menjadi fokus utama pada acara *talk show*. Dalam acara ini, akan bekerja sama dengan Dinas Kesehatan Kota Semarang untuk menjadi perwakilan sebagai pembicara dan fasilitas tenaga medis yang memberikan pelayanan cek kesehatan kepada para peserta. Acara *talk show* akan dilaksanakan di Aula Kantor Kecamatan Tembalang. Pemilihan tempat, bertujuan untuk memudahkan akses masyarakat sekitar Tembalang dan Banyumanik untuk hadir, sesuai dengan target peserta *talk show* yang berfokus pada perkumpulan RT/RW seperti PKK di Kecamatan Tembalang dan Banyumanik. Penetapan target ini didasarkan pada kesesuaian konsumen dari Air Amanah yang juga menyasar pada sektor rumah tangga. Dengan begitu, memerlukan kerja sama dengan pengurus RT/RW, PKK, *media partner* dan komunitas terkait ini untuk membantu mempromosikan acara *Talk Show Amanah Hydrocare* kepada audiens yang lebih luas.

2.3.1.2 Menentukan Materi dan Pembicara

Pada acara *talk show* akan menghadirkan dua pembicara. Pembicara pertama perwakilan dari Dinas Kesehatan Kota Semarang yang akan memberikan edukasi terkait kebutuhan air minum harian dan pola hidup sehat. Topik tersebut memiliki keterkaitan dengan produk klien yaitu air minum, sehingga pemilihan materi acara relevan untuk sekaligus memperkenalkan produk Amanah kepada peserta. Dengan adanya materi terkait pemenuhan kebutuhan air minum harian, maka akan membuat peserta sadar pentingnya kebutuhan air minum, khususnya pemilihan air minum berkualitas. Selanjutnya, pembicara kedua merupakan tim internal Amanah yang akan memperkenalkan dan memberikan informasi tentang Amanah kepada peserta. Selain itu, akan diadakan demo air untuk menguji kualitas dan kelayakan air minum Amanah.

Dengan demikian, maka akan membantu dalam meningkatkan *brand awaress* Amanah sebagai AMDK yang berkualitas dan baik untuk kesehatan apabila dikonsumsi harian sesuai dengan keunggulan yang dimiliki, yakni 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*.

Selain itu, di akhir acara akan dibuka layanan cek kesehatan gratis yang dilakukan oleh perwakilan tim medis dari Dinas Kesehatan Kota Semarang kepada para peserta. Cek kesehatan yang dilakukan berupa pemeriksaan dasar seperti tekanan darah, gula darah, tinggi badan, dan berat badan. Dengan adanya sesi cek kesehatan ini, maka dapat membantu menarik audiens untuk hadir dalam acara *talk show*. Hal ini juga sebagai dukungan pihak Amanah yang sangat memperhatikan kesehatan.

2.3.1.3 Berkoordinasi dengan Sekretaris Tim Karya Bidang Bangkit 2025 untuk Mengurus Administrasi

Dalam rangka mendukung kelancaran pelaksanaan kegiatan *Talk Show* Amanah *Hydrocare*, diperlukan pemenuhan berbagai aspek administratif, termasuk perizinan dan pengajuan kerja sama. Penulis, selaku penanggung jawab kegiatan (PIC), melakukan koordinasi dengan pihak sekretaris untuk mengelola seluruh kebutuhan administratif yang diperlukan. Kegiatan ini mencakup proses pengajuan perizinan penggunaan tempat acara, permohonan kerja sama dengan pihak eksternal, serta surat perjanjian kerja sama. Koordinasi yang efektif antara penulis dengan *Project Leader* sebagai pihak sekretaris memberikan kontribusi signifikan terhadap kelengkapan dan ketersediaan sumber daya yang dibutuhkan. Selain itu, pemenuhan dokumen administratif juga berperan penting dalam

menjadikan kegiatan bersifat legal dan terorganisasi secara efisien.

Gambar 2.1 Bukti Pembuatan Surat Administrasi



2.3.1.4 Mengurus Kerja sama dengan Dinas Kesehatan Kota Semarang

Pada acara *Talk Show Amanah Hydrocare*, diadakan kerja sama dengan Dinas Kesehatan Kota Semarang untuk mendapatkan dukungan sumber daya yang dibutuhkan dalam keberlangsungan acara. Dalam rangkaian acara yang berfokus pada kesehatan ini, maka relevan jika kerja sama yang dilakukan bersama dinas terkait. Dukungan sumber daya yang diperlukan, seperti pembicara untuk membahas topik terkait kebutuhan air minum harian dan pola hidup sehat, serta tim tenaga kesehatan yang dapat membantu dalam pelayanan cek kesehatan kepada peserta diakhir acara.

Dengan demikian, penulis sebagai PIC acara mengurus kerja sama dengan mengajukan permohonan kepada pihak Dinas Kesehatan Kota Semarang untuk mendapatkan kebutuhan yang diperlukan tersebut. Pada tanggal 6 Januari 2025, penulis mengunjungi Dinas Kesehatan Kota Semarang untuk

menanyakan terkait informasi permohonan kerja sama dan persyaratan yang harus dipenuhi. Kemudian tanggal 7 Januari 2025 mengajukan permohonan kerja sama melalui WhatsApp Dinas Kesehatan Kota Semarang sesuai dengan arahan dari pihak resepsionist. Setelah mendapat kontak WhatsApp pihak koordinator kesehatan masyarakat Dinas Kesehatan Kota Semarang, PIC kemudian mengalihkan koordinasi kerja sama ini kepada *Public Relations Manager* untuk ditindaklanjuti. Berikut bukti pengajuan kerja sama dengan Dinas Kesehatan Kota Semarang.

Gambar 2.2 Bukti Pengajuan Kerjasama dengan Dinas Kesehatan Kota Semarang



2.3.1.5 Mengajukan Kerja sama dengan Pengurus Perkumpulan RT, RW, PKK. dan Puskesmas di Area Tembalang serta Banyumanik

Berdasarkan penentuan target peserta acara *talks show* akan menyasar pada perkumpulan RT, RW, serta PKK di area Tembalang dan Banyumanik. Penulis, sebagai PIC bertanggung jawab untuk mengunjungi pengurus perkumpulan tersebut untuk berkoordinasi terkait kerja sama yang akan diajukan bersama *Public Relations Manager*. Tahap awal yang dilakukan adalah mencari informasi kontak pengurus perkumpulan RT, RW, dan PKK di beberapa daerah Tembalang dan Banyumanik untuk

kemudian dihubungi melalui pesan WhatsApp menjelaskan kerja sama yang akan diajukan dan membuat janji temu melalui *Public Relations Manager* dengan keperluan membahas kelanjutan kerja sama beserta memberikan surat permohonan perwakilan peserta untuk hadir pada *talk show*.

Gambar 2.3 Kunjungan Kepada Bapak dan Ibu RW 2 Kelurahan Tembalang Untuk Memabahas Kerja sama Permohonan Perwakilan Peserta



2.3.1.6 Mengurus Perizinan Peminjaman Tempat Acara

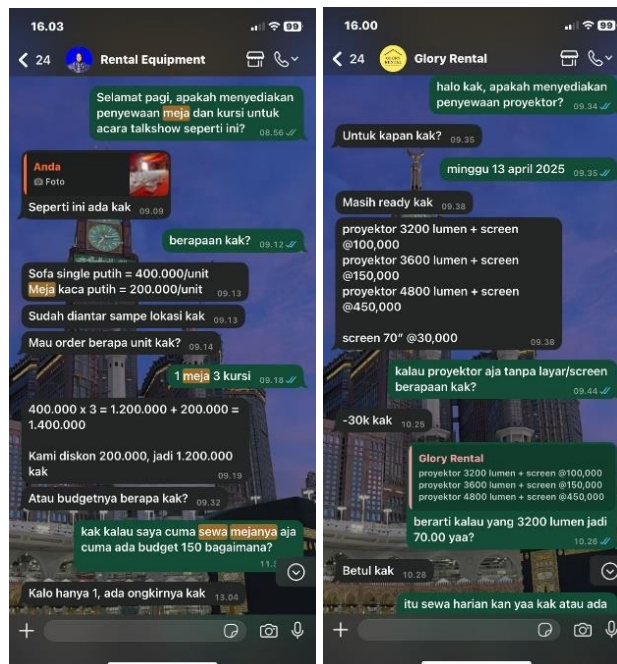
Dalam persiapan acara, PIC bertanggung jawab mengurus segala perizinan dalam peminjaman tempat acara yang bertempat di Aula Kecamatan Tembalang. Dalam hal ini, penulis berkoordinasi dengan pihak pengurus peminjaman Aula Kantor Kecamatan Tembalang dengan memastikan segala syarat administrasi terpenuhi dan memperoleh dukungan sumber daya untuk keperluan hari-H acara seperti tenaga keamanan dan kebersihan. Dengan begitu, persyaratan administratif ini diperlukan agar acara *talk show* terlaksana secara legal dan berjalan dengan lancar.

2.3.1.7 Menentukan Vendor Kebutuhan Talk Show

Dalam rangka menunjang kelancaran kegiatan *talk show*, penulis melakukan survei terhadap sejumlah vendor penyedia perlengkapan teknis acara yang bertempat di area Tembalang, dengan pertimbangan jarak yang dekat dari tempat pelaksanaan acara, guna meningkatkan efektivitas operasional. Kebutuhan teknis yang disurvei meliputi penyediaan meja dan proyektor

sebagai sarana pendukung utama. Penulis memastikan bahwa vendor yang dipilih memiliki kualitas layanan yang baik, baik dari segi peralatan maupun ketersediaan dengan anggaran yang telah ditentukan. Melalui proses pemilihan vendor yang tepat, diharapkan *talk show* dapat berjalan dengan lancar serta menciptakan suasana acara yang formal, nyaman, dan profesional.

Gambar 2.4 Bukti Survei Chat dengan Vendor Meja dan Proyektor



2.3.1.8 Menyusun Rundown Acara

Tabel 2.1 Rundown Acara *Talk Show Amanah Hydrocare*

No	Waktu	Durasi (Menit)	Acara
1	06.00 – 08.00	120	Briefing dan Persiapan
2	08.00 – 09.00	60	Registrasi Peserta
3	09.00 – 09.05	5	Pembukaan
4	09.05 – 09.10	5	Sambutan Project Leader BANGKIT 2025
5	09.10 – 09.15	5	Sambutan Perwakilan Air Amanah

6	09.15 – 09.25	10	Pretest
7	09.25 – 09.30	5	Pengenalan Speaker 1
8	09.30 – 09.45	15	Pemaparan Materi 1 oleh Dr.dr. Mochamad Abdul Hakam, Sp.PD, Finasim (Kepala Dinas Kesehatan Kota Semarang)
9	09.45 – 09.50	5	Pengenalan Speaker 2
10	09.50 – 10.10	20	Pemaparan Materi 2 oleh Nurdin Hidayatulloh (Manajer PT Amanah Tirta Ungaran)
11	10.10 – 10.15	5	Ice Breaking
12	10.15 – 10.20	5	Pengenalan Moderator
13	10.20 – 10.50	30	Talk Show
14	10.50 – 11.10	20	Q & A
15	11.10 – 11.15	5	Penyerahan Plakat & Dokumentasi
16	11.15 – 11.20	5	Ice Breaking
17	11.20 – 11.30	10	Posttest
18	11.30 – 11.35	5	Penutupan
19	11.35 – 11.40	5	Dokumentasi
20	11.40 – 13.00	80	Cek Kesehatan Gratis

Sebagai PIC acara *talk show*, penulis bertanggung jawab dalam merancang *rundown* acara. Berdasarkan *rundown* tersebut, acara dimulai dengan registrasi peserta pada pukul 08.00 WIB, dilanjut pukul 09.00 WIB sebagai pembukaan acara dan selesai pada pukul 13.00 WIB. *Rundown* ini dibuat sesuai dengan kebutuhan dan kenyamanan peserta. Terdapat sesi *ice breaking* untuk membuat peserta lebih *relax* dan fokus dalam mendengarkan materi. Dengan susunan *rundown* tersebut, diharapkan acara dapat tersistematis dan berjalan lancar.

2.3.1.9 Menyusun Daftar Perlengkapan yang Dibutuhkan

Penulis sebagai PIC *event talk show*, bertanggung jawab membuat daftar perlengkapan yang perlu disiapkan untuk pelaksanaan kegiatan. Perlengkapan dalam daftar tersebut disesuaikan dengan kebutuhan sesuai konsep *event*. Selain itu, juga ditentukan penanggung jawab pihak yang menyiapkan perlengkapan untuk memudahkan dalam koordinasi dan memastikan kebutuhan terpenuhi.

Berikut daftar perlengkapan *event talk show*.

Tabel 2.2 Daftar Perlengkapan yang dibutuhkan *event Talk Show Amanah Hydrocare*

No	Keterangan	PIC
1	Kursi peserta	Afifah
2	Amigol 500 ml	Nopi
3	Tumbler Penanya	Arez, Fredrik (Kos Hasna)
4	Tumbler Ice Breaking	Arez, Fredrik (Kos Hasna)
5	Goodie Bag Larissa	Nopi
6	Goodie Bag OMG	Nopi
7	Voucher Ratu Paksi	Nopi
8	Voucher Larissa	Nopi
9	Meja dan kursi pembicara	Afifah
10	Meja dan kursi faskes	Afifah
11	Meja dan kursi registrasi	Afifah
12	Meja dan kursi Larissa	Afifah
13	Meja dan kursi OMG	Afifah
14	Meja dan kursi Ruang transit	Nopi, Afifah
15	Meja dan kursi team amanah	Nopi, Afifah
16	Meja dan kursi panggung	Afifah
17	Meja dan kursi MC Moderator	Afifah
18	Trash Bag	Nopi
19	Daftar Hadir Peserta	Hasna
20	Cue Card MC dan Moderator	Hasna
21	Time Keeper	Hasna
22	Kertas Penanda Arah Tempat	Hasna
23	Map 64dminis & kertas	Hasna
24	Gunting, Solasi, Bolpoin, Spidol	Hasna, Fredrik
25	Pointer	Nopi (pinjem Amanah)

No	Keterangan	PIC
26	Produk OMG Beauty	Nopi
27	Plakat Pembicara dan Dinkes	Arez, Fredrik (Kos Hasna)
28	Konsumsi Snack	Najma
29	Konsumsi Makan Siang	Najma
30	Proyektor	Afifah
31	PPT Operator	Fredrik
32	TVC Larissa	Fredrik
33	TVC Poster Puskesmas	Arez
34	Poster Cetak	Najma
35	Stand banner Ibu Profesional Semarang	Vanessa
36	X-banner Amanah	Nopi
37	Rundown	Hasna
38	Rol kabel panjang	Afifah, Najma, Fredrik, Vaness
39	Kamera	Antharez
40	Pretest Posttest	Afifah, Hasna
41	Materi pembicara 1 (Kepala Dinkes)	Vanessa
42	Materi pembicara 2 (Pak Nurdin)	Nopi
43	CV pembicara 1 (Kepala Dinkes)	Vanessa
44	CV pembicara 2 (Pak Nurdin)	Nopi
45	CV moderator (Aisyah)	Vanessa
46	Baterai MIC Wearless	Afifah
47	Print tempat Faskes, Larissa, OMG, Transit, Registrasi	Hasna
48	Gunting, Solasi	Fredrik

2.3.1.10 Menyusun MoU untuk Pembicara

Sebagai PIC *talk show*, penulis bertanggung jawab untuk membuat *Memorandum of Understanding* (MoU) yang merupakan lembar kesepakatan kerja sama. MoU ini diperlukan sebagai langkah awal perjanjian atau kontrak kerja secara lebih detail dan mengikat. Isi dari MoU mencakup judul dan tanggal, pihak-pihak yang terlibat, tujuan, kesepakatan kerja sama, hak dan kewajiban, jangka waktu, mekanisme penyelesaian perselisihan, lain-lain, tanda tangan kedua belah pihak.

Berikut merupakan MoU yang penulis susun untuk pembicara *talk show*.

Gambar 2.5 MoU Pembicara Talk Show Amanah Hydrocare



2.3.1.11 Menyusun Terms of Reference Pembicara, MC, Moderator

Penulis sebagai PIC *talk show* bertanggungjawab untuk membuat dokumen *terms of reference* (ToR) yang merupakan pedoman secara rinci terkait deskripsi *event*, tujuan, jadwal kegiatan dan tempat pelaksanaa, peserta, susunan event, ketentuan dan petunjuk teknis, penyelenggara kegiatan, penutup, dan tanda tangan penyelenggara *event*. ToR berfungsi untuk memastikan bahwa semua pihak memiliki pemahaman yang sama, membantu dalam perencanaan pelaksanaan *event*, mencegah adanya miskomunikasi ataupun kesalahpahaman antar pihak terkait. Dengan adanya ToR ini diharapkan *talk show* dapat berjalan dengan lancar dan efektif.

Berikut *Term of Reference* yang penulis susun untuk *event Talk Show*.

Gambar 2.6 ToR Pembicara 1

TERM OF REFERENCE PEMBICARA 1	
TALK SHOW DAN CEK KESEHATAN: AMANAH HYDROCARE	
Nama Pembicara	: Dr. dr. Mochamad Abdul Hakim, Sp.PD, Finsim (Kepala Dinas Kesehatan Kota Semarang)
Materi	: Edukasi mengenai pola hidup sehat dan pentingnya menjaga pemenuhan kebutuhan air minum yang cukup
A. Nama Kegiatan	
Talk Show dan Cek Kesehatan: Amanah Hydrocare	
B. Latar Belakang Kegiatan	
Kegiatan Talk Show dan Cek Kesehatan diselenggarakan sebagai upaya untuk meningkatkan <i>awareness</i> peserta mengenai pola hidup sehat dan pentingnya menjaga pemenuhan kebutuhan air minum yang cukup serta <i>brand awareness</i> Air Amanah sebagai air minum yang berkualitas.	
C. Tujuan Kegiatan	
1. Meningkatkan <i>awareness</i> peserta mengenai pola hidup sehat 2. Meningkatkan <i>awareness</i> peserta mengenai pentingnya menjaga pemenuhan kebutuhan air minum yang cukup 3. Meningkatkan <i>brand awareness</i> Air Amanah 4. Memperkenalkan Air Amanah sebagai air minum berkualitas	
D. Jadwal Kegiatan dan Tempat Pelaksanaan Kegiatan	
Hari, tanggal	: Minggu, 13 April 2025
Waktu	: 09.00-13.00 WIB
Tempat	: Aula Kecamatan Tembalang

Gambar 2.7 ToR Pembicara 2

TERM OF REFERENCE PEMBICARA 2	
TALK SHOW DAN CEK KESEHATAN: AMANAH HYDROCARE	
Nama Pembicara	: Nurdin Hidayatulloh (Manajer PT Amanah Tirta Ungasari)
Materi	: Informasi dan keunggulan Air Amanah
A. Nama Kegiatan	
Talk Show dan Cek Kesehatan: Amanah Hydrocare	
B. Latar Belakang Kegiatan	
Kegiatan Talk Show dan Cek Kesehatan diselenggarakan sebagai upaya untuk meningkatkan <i>awareness</i> peserta mengenai pola hidup sehat dan pentingnya menjaga pemenuhan kebutuhan air minum yang cukup serta <i>brand awareness</i> Air Amanah sebagai air minum yang berkualitas.	
C. Tujuan Kegiatan	
1. Meningkatkan <i>awareness</i> peserta mengenai pola hidup sehat 2. Meningkatkan <i>awareness</i> peserta mengenai pentingnya menjaga pemenuhan kebutuhan air minum yang cukup 3. Meningkatkan <i>brand awareness</i> Air Amanah 4. Memperkenalkan Air Amanah sebagai air minum berkualitas	
D. Jadwal dan Tempat Pelaksanaan Kegiatan	
Hari, tanggal	: Minggu, 13 April 2025
Waktu	: 09.00-13.00 WIB
Tempat	: Aula Kecamatan Tembalang
E. Peserta	
Target peserta talk show dan cek kesehatan adalah masyarakat umum di Kota Semarang berusia 25+ tahun dengan jumlah 80 peserta.	

Gambar 2.8 ToR MC

TERM OF REFERENCE MASTER OF CEREMONY (MC)	
TALK SHOW DAN CEK KESEHATAN: AMANAH HYDROCARE	
A. Nama Kegiatan	
Talk Show dan Cek Kesehatan: Amanah Hydrocare	
B. Latar Belakang Kegiatan	
Kegiatan Talk Show dan Cek Kesehatan diselenggarakan sebagai upaya untuk meningkatkan <i>awareness</i> peserta mengenai pola hidup sehat dan pentingnya menjaga pemenuhan kebutuhan air minum yang cukup serta <i>brand awareness</i> Air Amanah sebagai air minum yang berkualitas.	
C. Tujuan Kegiatan	
1. Meningkatkan <i>awareness</i> peserta mengenai pola hidup sehat 2. Meningkatkan <i>awareness</i> peserta mengenai pentingnya menjaga pemenuhan kebutuhan air minum yang cukup 3. Meningkatkan <i>brand awareness</i> Air Amanah	
D. Jadwal Kegiatan dan Tempat Pelaksanaan Kegiatan	
Hari, tanggal	: Minggu, 13 April 2025
Waktu	: 09.00-13.00 WIB
Tempat	: Aula Kecamatan Tembalang
E. Peserta	
Target peserta talk show dan cek kesehatan adalah masyarakat umum di Kota Semarang berusia 25+ tahun dengan jumlah 80 peserta.	

Gambar 2.9 ToR Moderator

TERM OF REFERENCE MODERATOR TALK SHOW DAN CEK KESEHATAN: AMANAH HYDROCARE	
A. Nama Kegiatan	<i>Talk Show</i> dan Cek Kesehatan: Amanah Hydrocare
B. Latar Belakang Kegiatan	Kegiatan <i>Talk Show</i> dan Cek Kesehatan diselenggarakan sebagai upaya untuk meningkatkan <i>awareness</i> peserta mengenai pola hidup sehat dan pentingnya menjaga pemenuhan kebutuhan air minum yang cukup serta <i>brand awareness</i> mengenai Air Amanah.
C. Tujuan Kegiatan	1. Meningkatkan <i>brand awareness</i> Amanah 2. Memperkenalkan produk Air Amanah 3. Meningkatkan <i>awareness</i> peserta mengenai pola hidup sehat 4. Meningkatkan <i>awareness</i> peserta mengenai pentingnya menjaga pemenuhan kebutuhan air minum yang cukup
D. Jadwal Kegiatan dan Tempat Pelaksanaan Kegiatan	Hari, tanggal : Minggu, 13 April 2025 Waktu : 09.00-13.00 WIB Tempat : Aula Kecamatan Tembalang
E. Peserta	Target peserta <i>talk show</i> dan cek kesehatan adalah masyarakat umum di Kota Semarang berusia 25+ tahun dengan jumlah 80 peserta.

2.3.1.12 Menentukan dan menyusun Skrip Master of Ceremony (MC) dan Moderator

Sebagai *Person In Charge* (PIC) dalam pelaksanaan *event Talk Show Amanah Hydrocare*, penulis memiliki tanggung jawab utama dalam memastikan keberlangsungan *event* berjalan secara sistematis dan komunikatif. Salah satu aspek penting dalam mewujudkan hal tersebut adalah pemilihan *Master of Ceremony* (MC) dan moderator yang tepat, yang memiliki kompetensi dalam *public speaking* serta mampu membangun suasana interaktif dan kondusif selama *event* berlangsung.

Proses seleksi MC dan moderator dilakukan berdasarkan pertimbangan akademik dan praktis. Dalam hal ini, penulis bersama tim BANGKIT 2025 melakukan pemetaan potensi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Diponegoro yang telah memiliki performa unggul dalam *public speaking*. Pemilihan dilakukan dengan memperhatikan rekam jejak kandidat dalam membawakan berbagai *event*, baik lingkup internal kampus maupun eksternal.

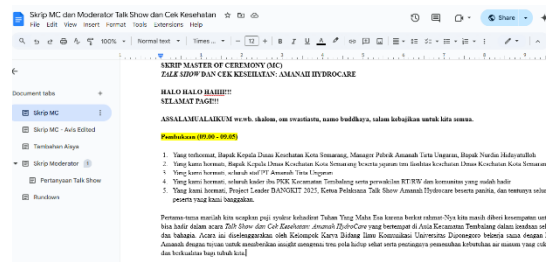
Berdasarkan pertimbangan tersebut, posisi MC dipercayakan kepada Avicennia Marina Alfatimi, mahasiswi Ilmu Komunikasi angkatan 2021, yang memiliki pengalaman signifikan, di antaranya sebagai MC pada *Scientific Oration of the 54th Anniversary of FISIP UNDIP*, LKMMPD Ilmu Komunikasi 2022, serta peraih Juara 2 KDMI Nasional 2024 kategori Juri Institusi. Kompetensi Avicennia dalam membangun dinamika *event* dan kredibilitas dalam forum akademik menjadi alasan utama pemilihannya.

Sementara itu, posisi moderator ditetapkan bekerja sama dengan Siti Aisyah, mahasiswi Ilmu Komunikasi angkatan 2022, yang juga telah memiliki pengalaman dalam memoderasi diskusi publik, salah satunya pada *Live Instagram* bertajuk “*How to Maximize Your Potential as a Mahasiswa*” Keberadaannya sebagai moderator diharapkan dapat menjaga alur diskusi secara efektif sekaligus mengarahkan percakapan agar tetap relevan dan komunikatif.

Setelah menentukan MC dan moderator, tahapan selanjutnya adalah penyusunan skrip sebagai panduan teknis. Skrip ini berfungsi untuk membantu MC dan moderator dalam menjalankan perannya secara sistematis dan konsisten, sekaligus menjaga kesinambungan alur *event*. Penyusunan naskah juga bertujuan menciptakan suasana yang hidup dan menarik, sekaligus memberikan kenyamanan bagi peserta *talk show*. Dengan demikian, tahapan ini menjadi bagian penting dalam strategi komunikasi *event* agar tujuan penyelenggaraan dapat tercapai secara optimal.

Berikut skrip MC dan moderator *Talk Show Amanah Hydrocare*

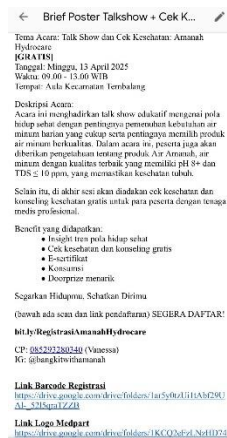
Gambar 2.10 Skrip MC dan Moderator



2.3.13 Menyusun Brief Poster Event

Sebagai PIC *talk show*, penulis memiliki tugas untuk menyusun *brief* konten yang akan digunakan dalam pembuatan poster *event*. *Brief* ini bertujuan untuk memastikan bahwa materi *talk show* kepada audiens, baik secara *online* maupun *offline*. Sehingga dengan adanya poster tersebut dapat menarik partisipasi aktif audiens untuk mendaftar. Berikut *brief* poster *Talk Show Amanah Hydrocare*.

Gambar 2.11 *Brief* Poster *Talk Show Amanah Hydrocare*



2.3.1.14 Membuat Pitch deck dan Menentukan Technical Meeting dengan pembicara

Dalam menjalankan sebuah *event*, sebagai PIC sudah seharusnya mengetahui ketentuan dan teknis *event* secara keseluruhan. Penulis, bertanggung jawab untuk merangkum seluruh aspek teknis dan non teknis untuk kemudian dibuat *pitch deck* sebagai informasi terkait detail *event*. Hal ini dilakukan agar

keberlangsungan *event* berjalan dengan tersistematis. Kemudian hasil dari *pitch deck* ini nantinya akan dibahas dalam *technical meeting* untuk memastikan bahwa pihak terkait, seperti pembicara memahami aturan, teknis, dan mekanisme jalannya *flow event*. Maka dari itu, tugas PIC adalah menentukan *technical meeting* dengan pembicara tujuh hari sebelum hari H agar pihak pembicara dapat mempersiapkan kebutuhan dengan optimal. Melalui penentuan *technical meeting* ini, diharapkan pembicara dapat hadir untuk mencermati setiap ketentuan aspek teknis maupun non teknis yang diperlukan.

2.3.1.15 Mapping dan Menentukan Tata Letak Tempat Event

Dalam persiapan *event*, *mapping* merupakan proses perancangan dalam merepresentasikan visual dari berbagai elemen yang terlibat dalam suatu kegiatan. Hal ini bertujuan untuk menggambarkan secara jelas elemen-elemen utama seperti denah tempat, penataan tempat duduk, dan fasilitas pendukung yang ada didalamnya.

Gambar 2.12 *Mapping* Membuat *Layout Event Talk Show Amanah Hydrocare*



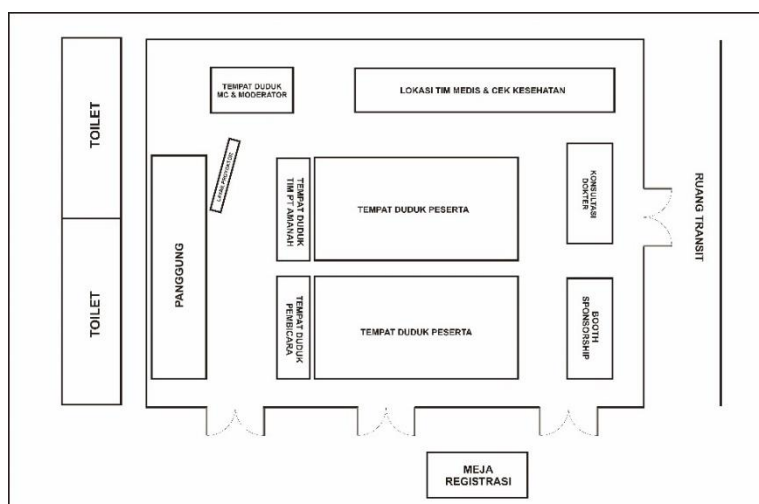
Dalam tanggung jawab PIC, penulis membuat *mapping layout venue* yang ada di Aula Kantor Kecamatan Tembalang untuk memastikan penggunaan ruangan secara optimal. Dalam *mapping layout venue* ini, penulis menentukan penataan meja dan kursi untuk di panggung, area tempat duduk pembicara, tim amanah, peserta, mc, moderator, tim tenaga medis untuk

melakukan cek kesehatan, tempat konseling dengan dokter, *booth* sponsorship, ruang transit, area registrasi, serta toilet. Dengan *mapping layout* ini, penulis mengatur tata letak yang strategis untuk memudahkan pergerakan pihak-pihak terkait.

Selain itu, penulis berkoordinasi dengan pihak *Sponsorship Manager* untuk menyesuaikan penempatan *booth* sponsor sesuai dengan permintaan mereka dan memastikan kebutuhan sponsorship terpenuhi. Dengan perencanaan pemetaan yang matang, maka seluruh pihak terkait termasuk pihak Amanah, pembicara, tenaga medis, sponsor, peserta, mc dan moderator dapat merasakan suasana yang nyaman.

Berikut adalah tata letak yang disusun oleh penulis dan diterapkan selama *Talk Show Amanah Hydrocare* berlangsung.

Gambar 2.13 *Layout Venue* yang ditetapkan pada saat hari – H *event Talk Show Amanah Hydrocare*



2.3.1.16 Menyusun Pretest dan Posttest

Event talk show memiliki tujuan utama untuk meningkatkan *brand awareness* Amanah serta memberikan edukasi mengenai pentingnya pemenuhan kebutuhan air minum dan pola hidup sehat serta memperkenalkan produk Amanah. Sebagai PIC, penulis bertanggung jawab dalam merancang instrumen evaluasi berupa *pretest* dan *posttest*. Isi dari instrumen tersebut berupa pertanyaan yang relevan dengan topik *event*.

Dalam hal ini, penulis memastikan instrumen tersebut dapat mengukur perubahan pengetahuan peserta secara efektif, serta mendistribusikan dan mengumpulkan *pretest* dan *posttest* sebelum dan setelah *event* berlangsung.

Melalui penerapan metode *pretest* dan *posttest*, diharapkan dapat diperoleh data yang menunjukkan sejauh mana *talk show* berhasil meningkatkan pemahaman peserta mengenai materi yang disampaikan. Evaluasi ini tidak hanya berguna untuk menilai efektivitas *event*, tetapi juga sebagai dasar untuk perbaikan dan pengembangan program di masa mendatang. Dengan demikian, peran PIC dalam menyusun dan melaksanakan evaluasi menjadi krusial untuk mencapai tujuan *event* dan memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan kesadaran masyarakat akan pentingnya hidup sehat dan konsumsi air minum yang berkualitas.

Gambar 2.14 Form *Pretest*

Pretest Amanah Hydrosare

Questions Responses Settings

111

Nama Lengkap *

Short answer text

No WhatsApp *

Short answer text

Apa saja unsur penting dalam menjalankan pola hidup sehat? *

☐ Penuhi kebutuhan air minum

☐ Suka begadang

☐ Males berolahraga

Gambar 2.15 Form *Posttest*

Posttest Amanah Hydrosare

Questions Responses Settings

Total points: 80

Apa saja unsur penting dalam menjalankan pola hidup sehat? *

☐ Penuhi kebutuhan air minum

☐ Suka begadang

☐ Males berolahraga

☐ Mengonsumsi makanan cepat saji

Dalam mendukung pola hidup sehat, sebaiknya setiap hari olahraga berapa menit? *

☐ 60 menit

☐ 45 menit

☐ 30 menit

☐ 15 menit

2.3.2 Workshop Distributor Amanah : Go Digital with WhatsApp Business

2.3.2.1 Merancang Konsep Event

Workshop yang bertema *Go Digital with WhatsApp Business* merupakan *event* yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam memprospek konsumen dan mengoptimalkan pemasaran distributor melalui WhatsApp Business. *Workshop* akan dihadiri oleh distributor Air Amanah. Rencananya akan diadakan pada tanggal 11 Mei 2025, pemilihan tanggal ini berdasarkan kesiapan panitia dan untuk menyiapkan registrasi yang lebih matang setelah adanya *event* sebelumnya, yaitu zumba.

Mengingat dalam *event workshop* sebelumnya banyak distributor tertarik untuk diadakan kembali praktik pemasaran lanjutan yang lebih mendalam. *Workshop* Distributor Amanah ini akan diawali dengan kiat sukses memprospek konsumen sehingga para distributor akan lebih profesional dalam mempersuasi potential konsumen. Kemudian WhatsApp merupakan aplikasi utama yang digunakan para distributor untuk memasarkan produk. Maka dari itu, pelatihan penggunaan aplikasi WhatsApp Business dipilih sebagai alat untuk mengoptimalkan strategi pemasaran Amanah kepada konsumen. Dalam *event workshop* ini, akan menghadirkan pembicara yang ahli di bidang pemasaran untuk mengajarkan keterampilan dalam memprospek konsumen dan mengajarkan penggunaan WhatsApp Business.

2.3.2.2 Menentukan Materi Pembicara

Dalam *event workshop* distributor Amanah, sesi materi akan dibagi menjadi dua bagian. Sesi satu akan membahas tentang kiat sukses memprospek konsumen dalam materi ini peserta akan diberikan penjelasan definisi *prospecting* dan peran penting dalam penjualan, teknik membangun *trust* dan koneksi sejak kontak pertama dengan calon konsumen, menjelaskan cara mempersuasi calon konsumen yang tidak terkesan memaksa saat

promosi, dan diberikan contoh studi kasus *prospecting* yang sukses. Melalui adanya pemaparan materi tersebut, diharapkan distributor memiliki peningkatan keterampilan yang lebih profesional dalam melakukan *prospecting* ke konsumen. Hal ini, tentunya akan membantu meningkatkan efektivitas penjualan.

Sesi kedua difokuskan pada praktik penggunaan WhatsApp Business dengan pendekatan yang lebih sistematis dan mencerminkan profesionalisme dalam pelayanan konsumen. Pemilihan WhatsApp Business sebagai materi didasarkan pada fungsinya sebagai media komunikasi utama yang digunakan oleh distributor Amanah dalam menjalankan aktivitas promosi dan pelayanan konsumen secara rutin. Dengan demikian, penggunaan WhatsApp Business dianggap sebagai strategi yang tepat untuk mendukung efektivitas distributor dalam menarik minat konsumen

2.3.2.3 Menentukan Pembicara

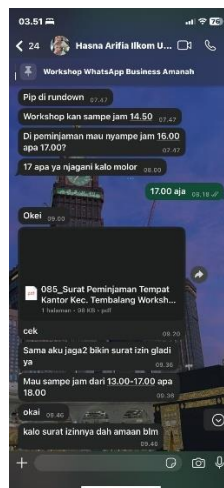
Pembicara menjadi sumber informasi utama dalam *workshop* distributor Amanah yang akan dilaksanakan, sehingga membutuhkan pemilihan pembicara yang tepat sesuai dengan topik *workshop*. Penulis sebagai PIC harus menentukan pembicara yang kompeten, supaya informasi yang disampaikan dapat *insighfull*, tepat, dan menarik bagi peserta.

Berdasarkan pengalaman dari *workshop* sebelumnya, pemilihan pembicara yang kompeten dan sesuai dengan topik terbukti memberikan dampak positif terhadap efektivitas kegiatan. Salah satu pembicara yang mendapat respons baik dari peserta dan piha Amanah adalah Andre Harerra, dinilai memiliki kemampuan komunikasi yang baik serta penyampaian materi yang mudah dipahami. Oleh karena itu, pada *workshop* distributor Amanah ini, panitia kembali menghadirkan Andre Harerra sebagai narasumber. Ia merupakan praktisi yang kompeten di bidang *digital marketing*.

2.3.2.4 Berkoordinasi dengan Sekretaris Tim Karya Bidang Bangkit 2025 untuk Mengurus Administrasi

Dalam mempersiapkan *workshop* distributor Amanah memerlukan kebutuhan perizinan ataupun permohonan. Maka dari itu, sebagai PIC, penulis berkoordinasi dengan *Project Leader* sebagai pihak sekretaris untuk mengurus segala administrasi yang diperlukan untuk mendukung keberlangsungan *workshop*, seperti permohonan kerja sama dengan pihak luar, perizinan penyewaan *venue*, dan peminjaman dengan vendor. Melalui koordinasi yang baik diantara keduanya, maka akan membantu dalam memastikan pemenuhan sumber daya yang diperlukan. Selain itu, melalui persyaratan administratif tersebut menjadikan *event workshop* bersifat legal dan efektif.

Gambar 2.16 Gambar Bukti Koordinasi Administrasi dengan Sekretaris



2.3.2.5 Menentukan Tempat dan Perizinan Peminjaman Tempat Event

Pemilihan tempat *workshop* menjadi aspek krusial yang harus dipertimbangkan secara cermat, dengan memperhatikan kemudahan akses, kesesuaian dengan karakteristik audiens, anggaran, serta fasilitas yang tersedia. Penulis melakukan survei dan seleksi terhadap beberapa tempat untuk kemudian didiskusikan bersama klien sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan tempat yang paling strategis.

Berdasarkan hasil diskusi tersebut, diputuskan bahwa Aula Kecamatan Tembalang menjadi tempat pelaksanaan *event workshop*. Keputusan ini didasarkan pada pengalaman positif pada kegiatan sebelumnya, yaitu *Talk Show Amanah Hydrocare*, yang diselenggarakan di Aula Kecamatan Tembalang. Klien menilai bahwa aula tersebut memenuhi kriteria yang tepat sebagai tempat *workshop*, memiliki tempat yang strategis di pinggir jalan, area parkir yang luas, ruangan memadai, fasilitas lengkap, kenyamanan tempat, serta biaya sewa yang terjangkau.

Gambar 2.17 Mengajukan Perizinan Peminjaman Aula Kantor Kecamatan Tembalang



2.3.2.6 Menentukan Vendor Entertainment

Sebagai penutup dari rangkaian program karya bidang BANGKIT 2025, penulis merancang konsep *workshop* yang berbeda dari kegiatan sebelumnya, yakni dengan menambahkan penampilan musik akustik di sela-sela istirahat. Kehadiran hiburan musik ini bertujuan untuk meningkatkan ketertarikan audiens terhadap *event* sekaligus menciptakan suasana yang lebih santai, khususnya saat sesi istirahat, salat, dan makan (*ishoma*). Oleh karena itu, pemilihan vendor hiburan yang tepat menjadi hal penting, guna mendukung tercapainya tujuan tersebut.

Berdasarkan hasil diskusi antara penulis, tim karya bidang BANGKIT 2025, dan pihak Amanah, diputuskan bahwa Band Midsonnar Sakutala FISIP UNDIP akan menjadi pengisi akustik

band pada sesi setelah ishoma. Keputusan ini dilatarbelakangi oleh rekam jejak Sakutala FISIP UNDIP yang konsisten menarik perhatian audiens dalam berbagai *event*, seperti Fisiphoria Gigs dan GAMAL, di mana mereka berhasil mengumpulkan lebih dari 100 penonton. Dengan tingkat popularitas dan daya tarik yang dimiliki, diharapkan kehadiran Sakutala FISIP UNDIP dapat meningkatkan antusiasme peserta dan berkontribusi positif terhadap keberhasilan *event workshop*.

Gambar 2.18 Bukti Chat Koordinasi Dengan Sakutala Fisip Undip



2.3.2.7 Menentukan Vendor Kebutuhan Entertainment

Untuk mendukung kelancaran pelaksanaan *workshop*, penulis melakukan survei terhadap sejumlah vendor penyedia perlengkapan teknis hiburan di wilayah Semarang. Kebutuhan teknis yang dicari meliputi *sound system full set*, *mixer*, *mikrofon*, dan *stand mikrofon*. Penulis memastikan bahwa vendor yang dipilih mampu menyediakan perlengkapan dengan kualitas peralatan dan sumber daya manusia yang baik, serta sesuai dengan anggaran yang telah ditetapkan. Berdasarkan pengalaman sebelumnya pada *Zumba Active Fit Amanah* yang menggunakan vendor Pilars dan telah terbukti memberikan pelayanan teknis yang memuaskan. Maka dari itu, penulis mempertimbangkan bahwa Pilars mampu memenuhi kebutuhan teknis pada *event*

workshop, khususnya dalam mendukung penampilan musik akustik. Dengan pemilihan vendor yang tepat, diharapkan penampilan hiburan dapat berjalan lancar dan menciptakan suasana yang lebih santai dan nyaman.

Gambar 2.19 Bukti Chat Survei Dengan Vendor Pilars



2.3.2.8 Menyusun Daftar Perlengkapan yang Dibutuhkan

Sebagai PIC *workshop*, penulis memiliki tanggung jawab dalam menyusun daftar perlengkapan yang diperlukan untuk mendukung kelancaran pelaksanaan kegiatan. Penyusunan daftar perlengkapan tersebut disesuaikan dengan kebutuhan berdasarkan konsep yang telah dirancang. Selain itu, penulis juga menetapkan pihak-pihak yang bertanggung jawab dalam pengadaan setiap perlengkapan guna mempermudah koordinasi serta memastikan seluruh kebutuhan dapat terpenuhi secara optimal.

Adapun daftar perlengkapan yang disiapkan untuk menunjang jalannya *workshop* dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 2.3 Daftar Perlengkapan *Event Workshop Distributor Amanah*

No	Perlengkapan	PIC
1	Amigol 500 ml	Novita
2	Amigol 330 ml	Novita
3	Konsumsi Snack & Makan Siang	Najma

No	Perlengkapan	PIC
4	Proyektor	Novita
5	Plakat	Hasna
6	Pointer	Novita
7	Banner MMT	Nopi
8	Merchandise (Notebook + Pulpen)	Najma
9	Mic Wireless	Afifah
10	Baterai	Antharez
11	Kamera	Antharez
12	Kaus	Hasna
13	Goodie bag	Najma
14	Tumbler	Hasna
15	Cue Card MC	Hasna
16	Daftar Hadir	Hasna
17	Rol kabel	Afifah, Fredrik, Najma, Vaness
18	Laptop	Fredrik, Hasna
19	Meja dan kursi pembicara	Vanessa
20	Kursi Peserta	Afifah
21	Meja dan kursi tim Amanah	Novita
22	Meja dan kursi MC	Afifah
23	Tempat transit	Afifah, Vaness
24	Gunting & Solasi	Vanessa, Fredrik
25	Bolpoin dan Spidol	Hasna
26	Trash Bag	Novita
27	Time Keeper	Hasna
28	Maps plastik dan kertas	Hasna
29	PPT Operator	Fredrik
30	X Banner Amanah	Novita
31	Rundown	Hasna
32	Pretest Posttest	Afifah, Hasna
33	Materi Pembicara	Vanessa
34	CV Pembicara	Vanessa

No	Perlengkapan	PIC
35	Lagu Indonesia Raya dan Mars Amanah	Fredrik
36	Kursi Meja Sponsorship	Nopi
37	Orbit / Modem	Antharez, Fredrik
38	Kabel proyektor panjang HDMI	Fredrik
39	Mixer Akustik	Afifah
40	Stand Mix Akustik	Afifah

2.3.2.9 Menyusun Rundown Event

Tabel 2.4 *Rundown Event Workshop* Distributor Amanah

No	Waktu	Durasi (Menit)	Event
1	08.00 – 09.30	90	Briefing dan Persiapan
2	09.30 – 10.30	60	Registrasi Peserta
3	10.30 – 10.35	5	Pembukaan
4	10.35 – 10.45	10	Menyanyikan Lagu Indonesia Raya dan Mars Amanah
5	10.45 – 10.50	5	Sambutan Project Leader BANGKIT 2025
6	10.50 – 10.55	5	Sambutan Perwakilan Air Amanah
7	10.55 – 11.05	10	Pretest
8	11.05 – 11.10	5	Pengenalan Speaker
9	11.10 – 11.40	30	Pemaparan Materi Kiat Sukses Memprospek Konsumen dengan WhatsApp Business
10	11.40 – 11.55	15	Q & A
11	11.55 – 12.45	50	ISAMA (Istirahat, Salat, dan Makan)
12	12.45 – 13.15	30	Penampilan Sakutala FISIP Undip
13	13.15 – 13.20	5	Demo de WAVE Basudewo
14	13.20 – 14.05	45	Praktik Pembuatan dan Penggunaan WhatsApp Business
15	14.05 – 14.10	5	Penyerahan Plakat dan Dokumentasi
16	14.10 – 14.15	5	Demo OMG Beauty
17	14.15 – 14.25	10	Ice Breaking
18	14.25 – 14.35	10	Posttest
19	14.35 – 14.40	5	Penutupan
20	14.40 – 14.45	5	Dokumentasi

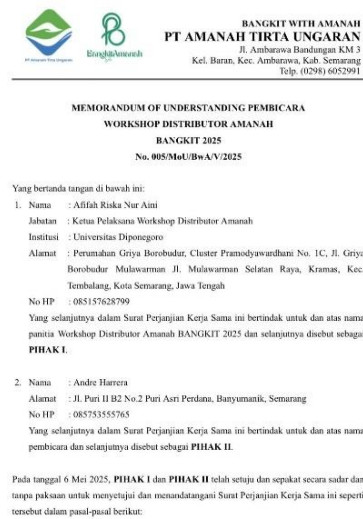
Dalam kapasitasnya sebagai PIC *workshop* penulis memiliki tanggung jawab untuk merancang *rundown* secara

sistematis. Berdasarkan *rundown* yang telah disusun, event dimulai dengan registrasi peserta pada pukul 09.30 WIB, dilanjutkan dengan sesi pembukaan pada pukul 10.30 WIB, dan ditutup pada pukul 14.45 WIB. Penyusunan *rundown* ini mempertimbangkan kebutuhan dan kenyamanan peserta agar rangkaian kegiatan *workshop* dapat berlangsung secara optimal. Kegiatan inti terdiri dari dua sesi utama, yakni pemaparan materi pada sesi pertama dan praktik langsung pada sesi kedua. Selain itu, ditambahkan pula penampilan *live akustik band* serta sesi *ice breaking* sebagai selingan untuk menciptakan suasana yang santai dan menjaga fokus peserta selama kegiatan berlangsung. Dengan penyusunan alur yang terstruktur, diharapkan seluruh rangkaian *workshop* dapat berjalan dengan lancar dan sesuai dengan tujuan yang telah direncanakan.

2.3.2.10 Menyusun Memorandum of Understanding Pembicara

Sebagai PIC *workshop*, penulis memiliki tanggung jawab untuk menyusun dokumen *Memorandum of Understanding* (MoU) sebagai bentuk kesepakatan resmi antara pihak penyelenggara dan pihak pembicara. MoU ini berfungsi sebagai langkah awal dalam menjalin perjanjian kerja sama yang lebih rinci dan bersifat mengikat secara formal. Dokumen tersebut memuat berbagai komponen penting, antara lain judul, tanggal kegiatan, identitas para pihak yang terlibat, tujuan kerja sama, rincian kesepakatan, hak dan kewajiban masing-masing pihak, durasi kerja sama, mekanisme penyelesaian perselisihan, serta ketentuan tambahan lainnya. MoU ini juga ditandatangani oleh kedua belah pihak sebagai bentuk komitmen bersama. Penyusunan MoU ini menjadi aspek penting dalam menjamin keteraturan dan kejelasan pelaksanaan *workshop* distributor Amanah.

Gambar 2.20 MoU Pembicara



2.3.2.11 Menyusun MoU Sakutala Fisip Undip

Memorandum of Understanding (MoU) berperan sebagai dasar hukum dan acuan utama dalam menjalin kerja sama antara panitia penyelenggara dengan pihak Sakutala FISIP UNDIP. Dokumen ini memuat kesepakatan mengenai hak dan kewajiban masing-masing pihak yang harus dijalankan selama rangkaian kegiatan berlangsung. Dalam hal ini, penulis selaku PIC memiliki tanggung jawab untuk menyusun MoU dan melakukan pemantauan secara aktif terhadap pelaksanaan seluruh poin yang tercantum dalam MoU, mulai dari tahap persiapan hingga pelaksanaan. Ruang lingkup pengawasan meliputi kesiapan alat musik, kehadiran dan pendampingan *talent*, ketentuan penampilan musik, proses *check sound*, jadwal kedatangan, serta aspek teknis dan non teknis lainnya.

Gambar 2.21 MoU Sakutala FISIP Undip



2.3.2.12 Menyusun Skrip Master of Ceremony

Sebagai PIC *workshop*, penulis bertanggung jawab dalam menyusun skrip *Master of Ceremony* (MC) dan moderator sebagai pedoman untuk memandu jalannya seluruh rangkaian *workshop* agar berlangsung secara terstruktur dan dinamis. Penyusunan skrip bertujuan untuk membantu MC dan moderator dalam mempersiapkan diri, sehingga pelaksanaan *workshop* dapat berjalan dengan efektif, interaktif, dan menarik.

Berikut merupakan skrip MC dan moderator yang digunakan dalam kegiatan *workshop* distributor Amanah.

Gambar 2.22 Skrip MC



2.3.2.14 Menyusun Pitch deck dan Menentukan Technical Meeting dengan Pembicara

Dalam pelaksanaan suatu kegiatan, *Person In Charge* (PIC) memiliki tanggung jawab strategis untuk memahami dan merancang seluruh aspek teknis dan non teknis *event* secara komprehensif. Pada tahap persiapan *event workshop*, penulis bertanggung jawab menyusun *pitch deck* sebagai dokumen presentasi yang merangkum informasi penting mengenai konsep, alur, jadwal, serta kebutuhan teknis *event*. Penyusunan *pitch deck* ini bertujuan untuk menyajikan gambaran terstruktur mengenai jalannya pelaksanaan *workshop*, sehingga mempermudah koordinasi antar pihak yang terlibat.

Pitch deck yang telah disusun kemudian menjadi acuan utama dalam *technical meeting* bersama pembicara. Pertemuan teknis ini dijadwalkan minimal tujuh hari sebelum hari pelaksanaan untuk memastikan seluruh elemen *event* dipahami secara jelas oleh pembicara. Dengan demikian, pembicara memiliki waktu yang cukup untuk mempersiapkan materi, peralatan, dan kebutuhan khusus lainnya sesuai dengan skema *event* yang telah dirancang.

Penetapan *technical meeting* merupakan bagian penting dalam manajemen *event*, karena berfungsi sebagai forum klarifikasi terhadap ketentuan, alur waktu, mekanisme komunikasi, serta pembagian peran saat *event* berlangsung. Melalui pertemuan ini, diharapkan tercipta kesamaan persepsi antara tim pelaksana dan pembicara, sehingga pelaksanaan *workshop* dapat berjalan efektif, efisien, dan sesuai dengan standar profesionalisme yang diharapkan.

2.3.2.15 Mapping dan Menentukan Tata Letak Tempat Event

Dalam tahap persiapan kegiatan, proses *mapping* dilakukan sebagai upaya perancangan visual yang

merepresentasikan berbagai elemen penting dalam pelaksanaan *event*. *Mapping* bertujuan untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai komponen utama, seperti denah tempat, tata letak tempat duduk, serta fasilitas pendukung lainnya yang digunakan selama *workshop* berlangsung. Dengan adanya *mapping*, perencanaan teknis dapat dilakukan secara lebih terstruktur.

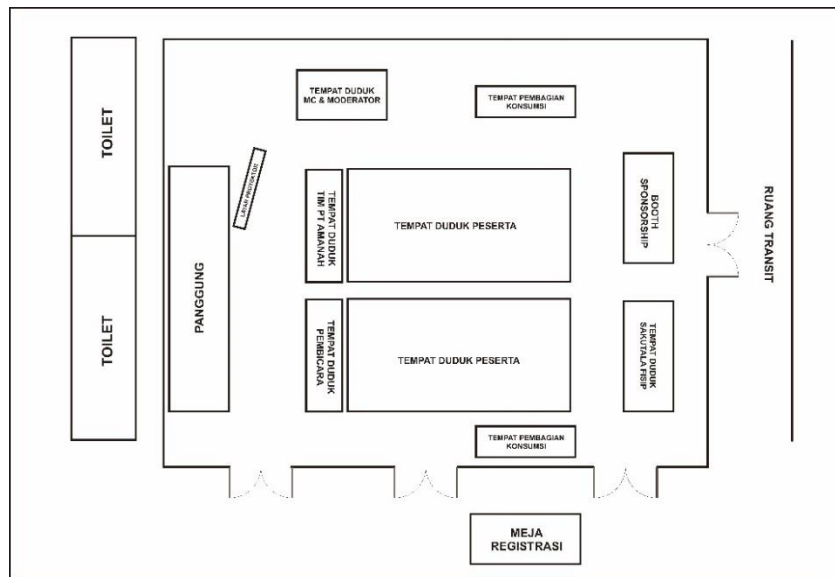
Gambar 2.24 *Mapping Tempat Workshop*



Sebagai bagian dari PIC, penulis menyusun *layout mapping venue* di Aula Kecamatan Tembalang guna memastikan pemanfaatan ruang secara optimal. Dalam perancangan ini, penulis menentukan penataan berbagai elemen penting, seperti posisi *banner MMT* dan *X banner* di atas panggung, tempat duduk untuk pembicara, tim Amanah, peserta, MC, tim Sakutala FISIP UNDIP, operator, *booth sponsor*, ruang transit, area registrasi, toilet, serta tempat konsumsi. Tata letak tersebut dirancang agar mendukung kelancaran alur pergerakan setiap pihak yang terlibat dalam *event*. Selain itu, penulis juga berkoordinasi dengan *Sponsorship Manager* untuk menyesuaikan posisi *booth sponsor* sesuai permintaan, serta memastikan kebutuhan sponsor terpenuhi secara optimal. Dengan perencanaan *layout* yang matang dan strategis, seluruh pihak diharapkan dapat merasakan kenyamanan dan efisiensi selama *workshop* berlangsung.

Berikut merupakan *layout venue* yang disusun dan diterapkan dalam kegiatan *workshop* distributor Amanah.

Gambar 2.25 *Layout Venue* yang diterapkan pada saat Hari- H *Workshop* Distributor Amanah



2.3.2.16 Menyusun Pretest dan Posttest

Penulis berperan sebagai PIC dalam menyusun instrumen evaluasi berupa *pretest* dan *posttest* untuk *event workshop* distributor Amanah yang bertujuan meningkatkan pengetahuan dan keterampilan distributor dalam memprospek konsumen serta mengoptimalkan pemasaran melalui aplikasi WhatsApp Business. Sebagai PIC, penulis bertanggung jawab dalam merancang pertanyaan yang relevan dengan topik *workshop*, memastikan instrumen tersebut dapat mengukur perubahan pengetahuan dan keterampilan peserta secara efektif, serta mendistribusikan dan mengumpulkan *pretest* dan *posttest*.

Melalui penerapan metode *pretest* dan *posttest*, diharapkan dapat diperoleh data yang menunjukkan sejauh mana *workshop* berhasil meningkatkan kemampuan distributor dalam memanfaatkan fitur-fitur WhatsApp Business untuk melakukan komunikasi dan pemasaran. Evaluasi ini tidak hanya berguna untuk menilai efektivitas *workshop*, tetapi juga sebagai dasar untuk perbaikan dan pengembangan program pelatihan *digital marketing* di masa mendatang. Dengan demikian, peran PIC dalam menyusun dan melaksanakan evaluasi menjadi krusial

untuk mencapai tujuan *workshop* dan memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan profesionalisme distributor dalam mempersuasi calon konsumen melalui WhatsApp Business.

2.3.2.17 Menyusun Brief Poster

Sebagai PIC *workshop*, penulis memiliki tanggung jawab utama dalam menyusun *brief* konten sebagai dasar pembuatan materi promosi berupa poster *event*. Penyusunan *brief* ini menjadi tahap awal yang krusial dalam proses komunikasi visual, karena berperan penting dalam memastikan informasi utama tentang *event* dapat tersampaikan secara detail, menarik, dan mudah dipahami oleh sasaran audiens.

Brief poster disusun dengan mempertimbangkan elemen kunci yang mencakup, nama dan tema *event*, waktu dan tempat pelaksanaan, identitas pembicara, sasaran peserta distributor Amanah, manfaat yang didapatkan, tautan pendaftaran dan kontak yang dapat dihubungi. Selain itu, penulis juga memberikan arahan visual umum kepada *Creative & Design Manager*, termasuk preferensi warna yang selaras dengan Amanah, jenis ilustrasi yang dapat digunakan, serta *tone* komunikasi yang profesional namun tetap ramah.

Penyusunan *brief* ini dilakukan melalui koordinasi langsung antara penulis dengan *Creative & Design Manager*, guna memastikan pesan yang ingin disampaikan tidak hanya informatif, tetapi juga mampu menarik perhatian dan mendorong tindakan (*call to action*) dari target audiens, melalui media digital. Oleh karena itu, dalam menyusun *brief*, penulis juga memperhatikan aspek keterbacaan, konsistensi desain dengan materi promosi lain, serta daya tarik visual yang sesuai dengan platform publikasi yang dituju, seperti Instagram, dan WhatsApp.

Melalui *brief* yang terstruktur ini, proses produksi poster dapat berjalan lebih efisien dan tepat sasaran, karena *Creative & Design Manager* memiliki acuan yang jelas dalam menghasilkan

karya visual yang sesuai dengan kebutuhan *event*. Hasil akhirnya diharapkan mampu menarik partisipasi aktif distributor untuk mengikuti *workshop*, sekaligus memperkuat citra profesional kegiatan.

Berikut merupakan *brief* poster yang disusun oleh penulis untuk kebutuhan promosi *Workshop Go Digital with WhatsApp Business*.

Gambar 2.26 *Brief* Poster *Workshop*



2.4 Liaison Officer (LO)

Liaison Officer (LO) merupakan individu yang memiliki peran strategis dalam menjembatani komunikasi dan koordinasi antara dua atau lebih pihak, baik dalam lingkup organisasi, institusi, maupun kegiatan tertentu. Fungsi utama LO adalah membangun serta memelihara hubungan yang saling menguntungkan antar pihak yang terlibat, memastikan kelancaran pertukaran informasi, dan mengoordinasikan berbagai aktivitas guna mencapai tujuan bersama secara efektif. Shea (2019) menyatakan bahwa “a *Liaison Officer* is an employee who builds and maintains mutually beneficial relationships, facilitates communications, and coordinates activities among two or more people, agencies, or organizations.” Dengan demikian, peran LO sangat penting dalam menciptakan kerja sama yang harmonis untuk mencegah potensi

kesalahpahaman atau hambatan komunikasi yang dapat mengganggu jalannya suatu *event*.

Liaison Officer (LO) memiliki peran penting dalam memastikan efektivitas komunikasi dan kelancaran koordinasi selama proses kerja sama antara berbagai pihak. Tugas utama LO mencakup penyampaian informasi secara akurat dan tepat waktu, pengoordinasian kebutuhan teknis maupun logistik, serta memastikan bahwa setiap individu atau kelompok yang terlibat memperoleh dukungan yang dibutuhkan sesuai peran masing-masing.

Lebih dari sekadar penghubung komunikasi, LO juga berkontribusi dalam menciptakan pengalaman kerja sama yang positif dengan membina hubungan profesional dan responsif terhadap kebutuhan pihak terkait. Oleh karena itu, peran LO sangat krusial dalam mendukung keberlangsungan suatu *event* agar dapat berjalan secara lancar, terstruktur, dan minim kendala, khususnya dalam aspek komunikasi dan koordinasi antarpihak.

2.4.1 Liaison Officer Influencer Event Zumba

Pelaksanaan *Zumba Active Fit* Amanah menerapkan strategi pemasaran yang berorientasi pada perluasan jangkauan promosi melalui kerja sama dengan *influencer*. Pendekatan ini dipilih untuk meningkatkan visibilitas *event* secara lebih efektif, khususnya di kalangan target audiens yang aktif di media sosial. Dalam konteks ini, penulis berperan sebagai *Liaison Officer* (LO) yang bertanggung jawab dalam mengelola seluruh proses kerja sama dengan *influencer*. Tugas tersebut mencakup proses pendekatan awal membuat list potensial *influencer*, pendekatan (*approach*), penyusunan materi presentasi (*pitch deck*), pelaksanaan *technical meeting*, pengelolaan kebutuhan selama *event*, serta pengawasan terhadap pembuatan konten agar sesuai dengan *brief* dan *statement of work* (SoW) yang telah disepakati sebelumnya.

Media sosial Instagram digunakan sebagai platform utama dalam kegiatan promosi, mengingat Instagram memiliki tingkat

interaksi yang tinggi dan relevan dengan karakteristik audiens yang disasar oleh tim karya bidang BANGKIT 2025. Dalam pelaksanaannya, setiap *influencer* diwajibkan untuk membagikan poster *event* sebelum hari pelaksanaan serta membagikan momen-momen *event* melalui fitur Instagram *story* dengan menggunakan *add yours* yang disediakan panitia dan video recap keseruan zumba yang diunggah setelah *event* berlangsung melalui fitur *reels* Instagram. Pendekatan ini tidak hanya memperluas cakupan promosi, tetapi juga meningkatkan keterlibatan audiens secara langsung terhadap kegiatan yang diselenggarakan.

Tabel 2.5 List Potensial *Influencer*

No	Platform Endorsement	Username	Followers	Kategori
1	Instagram	@mahdasevhi_	10k	Sport, Beauty, Lifestyle
2	Instagram	@nasywaensa_	14,3k	Sport, Beauty, Lifestyle
3	Instagram	@claritahp	4.656	Sport, Beauty, Lifestyle
4	Instagram	@nanatrmndn	3.829	Beauty, Lifestyle
5	Instagram	@amandadyaz	2.362	Beauty, Lifestyle

Pemilihan *influencer* dalam strategi promosi *event* Zumba *Active Fit* Amanah dilakukan dengan mempertimbangkan aspek aksesibilitas kerja sama dan efisiensi anggaran promosi. Salah satu pendekatan yang digunakan adalah menjalin kerja sama tanpa menggunakan *rate card*, melainkan melalui sistem barter, sehingga dapat meminimalkan biaya promosi secara signifikan. *Influencer* yang dipilih umumnya berasal dari kategori *nano influencer*, yaitu individu dengan jumlah pengikut yang relatif kecil namun memiliki kedekatan yang tinggi dengan audiens mereka.

Kategori ini dipilih karena karakteristik *nano influencer* cenderung lebih fleksibel dalam menjalin kerja sama non komersial, seperti pemberian *goodie bag* berisi produk, voucher, atau hadiah lainnya sebagai bentuk kompensasi. Selain itu, pemilihan *influencer* dari bidang *sport* dan *lifestyle* dinilai strategis karena relevan dengan tema *event* yang berfokus pada olahraga dan gaya hidup sehat.

Melalui strategi ini, diharapkan tidak hanya mampu menjangkau target audiens secara tepat, tetapi juga turut mendukung upaya membangun citra positif Air Amanah sebagai *brand* air minum berkualitas yang layak dikonsumsi dalam kehidupan sehari-hari.

2.5 Juri Short Video Competition

Creative Competition merupakan salah satu program unggulan dalam kegiatan BANGKIT 2025 yang diselenggarakan sebagai strategi untuk meningkatkan *brand awareness* Air Amanah. *Creative Competition* terdiri dari dua kategori, yaitu *short video* dan *digital poster*, yang ditujukan untuk menarik partisipasi generasi muda melalui media kreatif digital. Melalui pendekatan ini, diharapkan tercipta keterlibatan audiens yang lebih luas dan peningkatan *eksposur* merek secara organik di platform digital.

Dalam kompetisi tersebut, penulis dipercaya untuk berperan sebagai juri pada kategori *short video*. Penunjukan ini didasarkan pada latar belakang penulis sebagai *nano influencer* yang memiliki pengalaman dalam produksi konten digital serta keterlibatannya sebagai *Liaison Officer influencer* pada *event Zumba Active Fit Amanah*. Pengalaman tersebut dinilai relevan karena mencerminkan pemahaman terhadap tren media sosial, kualitas konten digital, serta keterampilan analisis terhadap pesan visual.

Sebagai juri, penulis memiliki tanggung jawab utama dalam mengevaluasi karya peserta berdasarkan indikator atau poin penilaian yang telah ditetapkan panitia. Adapun *jobdesk* juri pada *short video competition* secara rinci meliputi kesesuaian tema, orisinalitas, kreativitas, kualitas, dan pesan yang disampaikan.