

BAB II

PERENCANAAN KARYA BIDANG

Dalam bab ini akan dijelaskan mengenai perencanaan dan persiapan yang dilakukan oleh *Public Relations Manager* untuk memenuhi tanggung jawabnya dalam karya bidang “Gemakan Aksi: Generasi Muda Kekinian Antikorupsi”. Tugas *Public Relations* dalam acara ini meliputi perencanaan *media partner*, perencanaan kerja sama dengan Dinas Pendidikan Kota Semarang dan Cabang Dinas Pendidikan Wilayah I Provinsi Jawa Tengah, perencanaan strategi promosi secara *offline*, serta menjadi narahubung atau *Liaison Officer* (LO) pihak-pihak yang terlibat dalam pelaksanaan acara Gemakan Aksi yang mencakup peserta, narasumber, MC, moderator, dan berbagai vendor.

2.1 Deskripsi Klien

Karya bidang “Gemakan Aksi: Generasi Muda Kekinian Antikorupsi” dilaksanakan atas persetujuan dan koordinasi dengan Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) sebagai klien. Sejak tahun 2013, KPK rutin melaksanakan Anti-Corruption Film Festival (ACFFEST) setiap tahunnya sebagai ajang kreasi, eksibisi, dan forum diskusi yang bertujuan untuk mengajak generasi muda berpartisipasi secara aktif dan kritis untuk menanamkan nilai-nilai antikorupsi melalui kreasi ide karya seni audio-visual (Pusat Edukasi Antikorupsi, 2024). ACFFEST digagas dan dikelola oleh Direktorat Sosialisasi dan Kampanye Antikorupsi KPK. Pada tahun 2024, ACFFEST digagas dengan tema “Satu Dekade, Berantas Korupsi Lewat Seni”. Salah satu mata lomba yang dilaksanakan dalam ACFFEST 2024 adalah kompetisi *event screening* film, di mana komunitas film dari berbagai daerah di Indonesia dapat berkompetisi membuat sebuah proposal yang berisi perencanaan konsep kegiatan *screening* film untuk menanamkan nilai antikorupsi.

“Gemakan Aksi: Generasi Muda Kekinian Antikorupsi” menjadi salah satu dari enam proposal terpilih dalam kompetisi *event screening* film

ACFFEST 2024 kategori kampus/sekolah mewakili wilayah regional Jawa Tengah. Siswa/i SMP dan SMA sederajat di Kota Semarang menjadi target peserta Gemakan Aksi dengan tujuan penanaman nilai-nilai integritas dan mencegah bibit-bibit korupsi sejak dini. *Event screening* film Gemakan Aksi dikemas secara menarik lewat pemberian *authentic experience* kepada para peserta melalui serangkaian kegiatan yang akan dilaksanakan pada acara ini.

Sebagai bentuk pengawasan terhadap perencanaan dan *monitoring progress* persiapan *event*, tim karya bidang Gemakan Aksi rutin melaksanakan rapat secara *online* setiap 1 minggu sekali bersama dengan *Liaison Officer* (LO) dari KPK, Nur Fachirah. Dalam rapat yang dilakukan, setiap anggota tim Gemakan Aksi akan melaporkan *progress* yang telah dilakukan di minggu tersebut dan kemudian mendapatkan saran dari pihak KPK. Selain melalui *online meeting*, tim karya bidang Gemakan Aksi juga memiliki *WhatsApp Group* dengan LO dari KPK sebagai salah satu media komunikasi agar proses koordinasi dapat berjalan dengan efektif dan efisien. Penting untuk melaksanakan koordinasi dengan KPK sebagai klien untuk memastikan bahwa setiap pesan yang ingin disampaikan dalam rangkaian kegiatan Gemakan Aksi dapat tersampaikan dengan baik kepada target audiens dan dilaksanakan sesuai *timeline* yang telah direncanakan.

Gambar 2. 1. *Weekly Meeting* Tim Gemakan Aksi dengan KPK



2.2 Public Relations

Pelaksanaan sebuah *event* tidak akan terlepas dari keterlibatan berbagai pihak yang akan mempengaruhi keberhasilan *event* tersebut. Oleh sebab itu, dibutuhkan sebuah peran yang dapat menjadi jembatan komunikasi antara pihak penyelenggara *event* dengan berbagai publiknya untuk memastikan bahwa proses komunikasi berjalan dengan baik dan menunjukkan citra yang positif di mata publik. Tugas tersebut biasanya menjadi tanggung jawab seorang *Public Relations Manager*. Menurut Cutlip dan Center dalam (Yolanda & Surasmi, 2024), *Public Relations* berfungsi sebagai manajemen fungsional yang menyatakan, membentuk, dan memelihara hubungan saling menguntungkan antara organisasi dengan berbagai publiknya, di mana komunikasi yang dilakukan akan menentukan kesuksesan organisasi tersebut. Oleh sebab itu, penting bagi seorang *Public Relations* untuk bisa memastikan bahwa komunikasi yang dilakukan dengan berbagai *stakeholders* dapat memberikan dampak yang positif terhadap organisasi.

Dalam “Gemakan Aksi: Generasi Muda Kekinian Antikorupsi”, *Public Relations Manager* bertanggung jawab dalam membangun dan menjaga citra *event* yang positif lewat penyusunan strategi komunikasi yang efektif untuk menarik perhatian target audiens. Komunikasi dilaksanakan secara lisan maupun tulisan dengan berbagai *stakeholders* melalui berbagai saluran komunikasi seperti telepon, WhatsApp, Instagram, *online meeting*, dan lain sebagainya. *Stakeholders* dalam acara Gemakan Aksi meliputi siswa/i serta kepala sekolah SMP dan SMA sederajat Kota Semarang, Dinas Pendidikan, narasumber, MC, moderator, perusahaan media, dan lain sebagainya. Setiap *stakeholders* memiliki cara pendekatan dan komunikasi yang berbeda sesuai dengan karakteristiknya.

2.2.1 Perencanaan Kerja Sama dengan Media Partner

Salah satu strategi promosi “Gemakan Aksi: Generasi Muda Kekinian Antikorupsi” untuk menyebarkan informasi acara kepada

target audiens secara lebih luas adalah melalui kerja sama dengan *media partner*. Media memiliki peranan penting berkaitan dengan publikasi. Hubungan yang baik dengan *media partner* dapat mendukung organisasi lewat pemberitaan yang positif untuk meningkatkan visibilitas dan memperoleh kepercayaan publik. Hubungan dengan *media partner* ini disebut juga sebagai *Media Relations*. Aktivitas *Media Relations* menjadi tanggung jawab *Public Relations* dengan media massa berkaitan dengan kegiatan publikasi untuk membentuk reputasi organisasi (Herika & Ruliana, 2018).

Dalam Gemakan Aksi, pemilihan *media partner* dibagi menjadi beberapa kategori yaitu media umum, media berita, dan media radio. Siswa/i SMP dan SMA sederajat di Kota Semarang menjadi target peserta dari Gemakan Aksi sehingga pemilihan *media partner* akan disesuaikan dengan karakteristik audiens. Koordinasi yang baik dengan *media partner* diperlukan untuk memastikan kelancaran kerja sama meliputi poin-poin kerja sama, *feedback* atau manfaat yang akan didapatkan kedua belah pihak, pembuatan materi promosi, dan pemilihan waktu promosi. Agar dapat menjalin kerja sama dengan *media partner* secara efektif dan efisien, penulis sebagai koordinator *media partner* membuat list perencanaan media yang akan diajak bekerja sama, meliputi:

Tabel 2. 1. List *Media Partner*, Performa Media Sosial, dan Target Capaian *Media Partner*

No.	Nama Media	Username Instagram	Jenis Media	Jumlah Followers	Jumlah Likes	Profil Audiens	Target Capaian
1	Suara Merdeka	@suaramerde kacom	Media Berita	2.865	15 - 250	Usia 10 – 50 tahun	Publikasi poster Gemakan Aksi melalui Instagram serta

							publikasi <i>press release</i> melalui <i>website</i> dan Instagram
2	Good News For Indonesia	@gnfi	Media Berita	1.100.000	1.000 – 15.400	Usia 25-24 tahun	Publikasi poster Gemakan Aksi melalui Instagram serta publikasi <i>press release</i> melalui <i>website</i> dan Instagram
3	Detik Jateng	@detik_jateng	Media Berita	24.600	30 - 250	Usia 18 – 34 tahun	Publikasi poster Gemakan Aksi melalui Instagram serta publikasi <i>press release</i> melalui <i>website</i> dan Instagram
4	Trax FM	@traxfmsmg	Media Radio	16.600	50 - 500	Usia 15 – 30 tahun	Publikasi poster Gemakan Aksi melalui Instagram, <i>talkshow</i> , serta promosi <i>adlibs</i> melalui radio

5	Jateng Radio	@jatengradio	Media Radio	3.389	15 - 150	Usia 15 – 30 tahun	Publikasi poster Gemakan Aksi melalui Instagram, <i>talkshow</i> , serta promosi <i>adlibs</i> melalui radio
6	Delta FM	@deltafm	Media Radio	101.000	40 - 400	Usia 25 – 34 tahun	Publikasi poster Gemakan Aksi melalui Instagram, <i>talkshow</i> , serta promosi <i>adlibs</i> melalui radio
7	Gajahmada FM	@gajahmadafm	Media Radio	13.300	20 - 200	Usia 15 – 30 tahun	Publikasi poster Gemakan Aksi melalui Instagram, <i>talkshow</i> , serta promosi <i>adlibs</i> melalui radio
8	Prambors FM	@wadyabalas emarang	Media Radio	15.000	15 – 140	Usia 25 – 34 tahun	Publikasi poster Gemakan Aksi melalui Instagram, <i>talkshow</i> , serta

							promosi <i>adlibs</i> melalui radio
9	Event Semarang	@event.semarang	Media Umum	73.600	20 – 3.500	Usia 10 – 30 tahun	Publikasi poster Gemakan Aksi melalui Instagram
10	Forum Anak Kota Semarang	@forumanaks emarang	Media Komunitas	2.680	20 - 150	Usia 12 – 20 tahun	Publikasi poster Gemakan Aksi melalui Instagram

2.2.2 Kerja Sama dengan Dinas Pendidikan Kota Semarang dan Cabang Dinas Wilayah 1 Provinsi Jawa Tengah

Dengan target peserta siswa SMP dan SMA sederajat di Kota Semarang, kerja sama dengan Dinas Pendidikan Kota Semarang dan Cabang Dinas Wilayah 1 Provinsi Jawa Tengah menjadi salah satu strategi untuk memenuhi target peserta secara lebih efektif dan efisien. Dalam kerja sama ini, *Public Relations Manager* akan berkoordinasi dengan *Secretary and Finance Manager* untuk membuat surat kepada Dinas Pendidikan yang berisi permohonan agar Dinas Pendidikan dapat menyebarkan informasi mengenai *event* “Gemakan Aksi: Generasi Muda Kekinian Antikorupsi” kepada sekolah-sekolah menengah yang ada di Kota Semarang serta menunjuk beberapa sekolah agar dapat mengirimkan sejumlah delegasi peserta untuk mengikuti acara Gemakan Aksi. Kemudian, tim Gemakan Aksi akan mendatangi langsung kantor Dinas Pendidikan Kota Semarang dan Cabang Dinas Wilayah 1 Provinsi Jawa Tengah untuk memberikan surat permohonan tersebut. Selanjutnya, *Public Relations Manager* bertugas memastikan

bahwa Dinas Pendidikan telah menyebarkan surat tersebut ke sekolah-sekolah dan melakukan rekap data peserta delegasi.

Sebagai lembaga yang memiliki wewenang dan otoritas, pemberitahuan dari Dinas Pendidikan akan menerima kepercayaan dan legitimasi yang lebih besar dari pihak sekolah, para siswa, serta orang tua siswa. Dengan demikian, sekolah-sekolah yang ditunjuk menjadi delegasi akan merasa lebih terdorong untuk mengirimkan sejumlah perwakilan peserta untuk acara Gemakan Aksi sesuai dengan permintaan Dinas Pendidikan. Tugas *Public Relations Manager* selanjutnya adalah untuk menghubungi sekolah-sekolah yang telah ditunjuk sebagai delegasi oleh Dinas Pendidikan untuk mengonfirmasi jumlah dan data peserta. Jenjang pendidikan SMP dan SMA menjadi tanggung jawab dari 2 Dinas Pendidikan yang berbeda. Dinas Pendidikan Kota Semarang menangani jenjang pendidikan SMP, sedangkan Cabang Dinas Wilayah 1 Provinsi Jawa Tengah menangani jenjang pendidikan SMA. Oleh sebab itu, *Public Relations* akan menghubungi 2 pihak yang berbeda untuk melakukan koordinasi terkait penyebaran surat dan penunjukkan sekolah delegasi.

2.2.3 Direct Marketing Secara Offline

Direct marketing merupakan sebuah istilah yang merujuk pada semua aktivitas terukur yang menghasilkan serangkaian komunikasi dan respons dari target audiens untuk menciptakan hubungan yang saling menguntungkan (Fill & Turnbull, 2016). Selain melakukan promosi secara *online* melalui media sosial, *event* “Gemakan Aksi: Generasi Muda Kekinian Antikorupsi” juga akan dipromosikan secara *offline* melalui pelaksanaan *roadshow* serta penempelan poster di sejumlah SMP dan SMA sederajat yang ada di Kota Semarang. *Public Relations Manager* dalam hal ini bertanggung jawab untuk menyusun perencanaan strategi promosi, menjadi narahubung untuk setiap pihak

yang terlibat dalam pelaksanaan promosi, dan mengawasi keberjalanan strategi promosi secara *offline*.

2.2.3.1 Koordinator *Roadshow*

Sebagai salah satu bentuk promosi, *event* Gemakan Aksi akan mengadakan *roadshow* ke beberapa SMP dan SMA/SMK yang ada di Kota Semarang sebagai strategi untuk membangun antusiasme target audiens. Dalam *roadshow* ini, akan dibawakan materi yang berkaitan dengan aspek dan nilai dari Gemakan Aksi, yakni seputar film dan penanaman nilai-nilai integritas. Setelah pembawaan materi, tim Gemakan Aksi akan memperkenalkan sekaligus mempromosikan pelaksanaan *event*. *Public Relations Manager* bertugas merencanakan sekolah-sekolah yang menjadi target *roadshow*, menghubungi pihak sekolah untuk koordinasi, membuat *rundown* kegiatan, serta memastikan bahwa keseluruhan *roadshow* berjalan dengan lancar.

Dalam pelaksanaan *roadshow*, tim Gemakan Aksi bekerja sama dengan salah satu Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) di Universitas Diponegoro, yakni Kronik Filmedia. Kronik Filmedia merupakan salah satu kegiatan mahasiswa yang berfokus pada produksi film. Tim Gemakan Aksi memutuskan untuk bekerja sama dengan Kronik Filmedia karena pemahaman mereka yang mendalam terhadap topik perfilman sehingga dapat menjadi narasumber yang kredibel. Tim Kronik Filmedia akan diwakili oleh 4 orang yang bertugas membuat perencanaan materi dan menjadi pemateri untuk topik perfilman.

Mempertimbangkan sumber daya yang dimiliki tim Gemakan Aksi, *roadshow* ditargetkan untuk dilaksanakan di 6 sekolah menengah yang ada di Kota Semarang. Jumlah sekolah yang dapat dihadiri untuk pelaksanaan *roadshow* terbatas sehingga *Public Relations Manager* perlu membuat daftar sekolah dengan kriteria

tertentu yang lebih potensial untuk menjadi target. Sekolah menengah yang menjadi target merupakan sekolah yang memiliki ekstrakurikuler berkaitan dengan perfilman atau pendidikan kewarganegaraan serta yang aktif berpartisipasi dalam lomba perfilman seperti Festival dan Lomba Seni Siswa Nasional (FLS2N). Dengan demikian, tim Gemakan Aksi akan lebih mudah mendapatkan persetujuan dan dukungan dari pihak sekolah. Selain itu, siswa/i yang hadir dalam *roadshow* juga akan lebih tertarik untuk menyimak materi yang dibawa karena sesuai dengan ketertarikan mereka.

Sebelum *roadshow* dilaksanakan, *Public Relations Manager* berkoordinasi dengan *Secretary and Finance Manager* untuk membuat surat perizinan pelaksanaan *roadshow* ke sekolah-sekolah. Setelah itu, tim Gemakan Aksi dibagi menjadi beberapa tim untuk memberikan surat perizinan tersebut. *Roadshow* ditargetkan untuk dilaksanakan di 2 SMP dan 4 SMA/SMK dalam kurun waktu 2 minggu mulai tanggal 10 – 19 September 2024. *Roadshow* direncanakan untuk dilaksanakan saat *weekdays* agar lebih mudah mendapatkan perizinan sekolah dan mengumpulkan peserta, serta tidak mengganggu waktu libur siswa/i. Daftar sekolah yang menjadi target *roadshow* adalah sebagai berikut:

Tabel 2. 2. Perencanaan Sekolah Target *Roadshow*

No.	Nama Sekolah	Lokasi	Target Tanggal Pelaksanaan
1	SMP Negeri 11 Semarang	Jl. Karangrejo Tengah, Gajahmungkur	Selasa, 10 September 2024
2	SMP Islam Hidayatullah Semarang	Jl. Cemara Raya, Banyumanik	Rabu, 11 September 2024

3	SMA Negeri 1 Semarang	Jl. Taman Menteri Supeno, Semarang Selatan	Kamis, 12 September 2024
4	SMA Negeri 9 Semarang	Jl. Semara Raya, Banyumanik	Selasa. 17 September 2024
5	SMA Sedes Sapientiae Semarang	Jl. Peterongan, Semarang Selatan	Rabu, 18 September 2024
6	SMK Negeri 7 Semarang	Jl. Simpang Lima, Semarang Selatan	Kamis, 19 September 2024

2.2.3.2 Penyebaran Poster ke Sekolah-Sekolah Menengah di Kota Semarang

Strategi *direct approach* bagi sekolah-sekolah menengah di Kota Semarang yang tidak menjadi tempat pelaksanaan *roadshow* akan dilakukan melalui penyebaran poster. Penyebaran poster membutuhkan tenaga dan sumber daya yang lebih sedikit sehingga dapat dilaksanakan secara lebih luas pada jumlah sekolah yang lebih banyak. *Public Relations Manager* akan membuat daftar sekolah dari berbagai daerah di Kota Semarang yang berpotensi untuk menjadi target audiens *event* Gemakan Aksi. Anggota Gemakan Aksi akan dibagi menjadi 3 tim untuk datang ke sekolah-sekolah yang menjadi target dan mempromosikan acara melalui perwakilan Waka Kesiswaan/yang berkaitan dan ketua OSIS. Kemudian, tim Gemakan Aksi akan meminta izin untuk menempelkan poster pada mading sekolah. Dengan demikian, siswa/i di sekolah tersebut dapat memperoleh informasi mengenai pelaksanaan Gemakan Aksi. Selain itu, kontak Waka Kesiswaan/yang berkaitan juga akan diminta agar nantinya *Public Relations Manager* dapat menghubungi *contact person* yang ada untuk melaksanakan koordinasi secara lebih lanjut. Daftar sekolah yang menjadi target penyebaran poster adalah sebagai berikut:

1. SMP Negeri 2 Semarang
2. SMP Negeri 11 Semarang
3. SMP Negeri 21 Semarang
4. SMP Domenico Savio Semarang
5. SMP Kristen YSKI Semarang
6. SMA Negeri 1 Semarang
7. SMA Negeri 2 Semarang
8. SMA Negeri 3 Semarang
9. SMA Negeri 4 Semarang
10. SMA Negeri 5 Semarang
11. SMA Sedes Sapientiae Semarang
12. SMA Don Bosko Semarang
13. SMA Kolese Loyola Semarang
14. SMK Negeri 1 Semarang
15. SMK Negeri 7 Semarang
16. SMK Sudirman Semarang

2.3 Liaison Officer

Dalam suatu *event*, seorang *Liaison Officer* (LO) berperan penting untuk menjadi narahubung antara panitia penyelenggara dengan berbagai pihak yang berkaitan dengan acara untuk memastikan bahwa proses koordinasi dan komunikasi berjalan dengan lancar. Dalam *event* “Gemakan Aksi: Generasi Muda Kekinian Antikorupsi”, tugas *Liaison Officer* turut menjadi tanggung jawab seorang *Public Relations Manager*. *Liaison Officer* bertugas dalam pengelolaan dan penyampaian pesan kepada pihak-pihak terkait agar mereka dapat memahami keberjalanan acara secara rinci dan tepat. Selain itu, *Liaison Officer* juga bertanggung jawab untuk memenuhi segala kebutuhan yang diperlukan oleh pihak-pihak terkait. Dalam pelaksanaannya, *Liaison Officer* berkoordinasi dengan *Project Leader* dan *Event Manager* untuk menentukan pihak-pihak yang akan ditangani dan dihubungi. Pihak-pihak yang menjadi tanggung jawab *Liaison Officer* dalam *event* Gemakan Aksi yaitu perwakilan sekolah,

peserta, narasumber, moderator, MC, perwakilan Dinas Pendidikan, serta pihak vendor. Dalam pelaksanaan tanggung jawabnya, penting bagi seorang *Liaison Officer* untuk dapat menyesuaikan gaya komunikasi sesuai karakteristik pihak yang menjadi lawan bicara. Hal ini dikarenakan Gemakan Aksi memiliki berbagai publik dengan karakteristik berbeda, mulai dari anak-anak muda sebagai target peserta hingga orang dewasa dari perwakilan pihak sekolah dan Dinas Pendidikan. Penyesuaian gaya komunikasi ini diterapkan berdasarkan Communication Accommodation Theory, di mana menurut Budyatna dalam (Swastika & Naftali, 2023), setiap individu dapat melakukan penyesuaian perilaku komunikasi dengan berbagai metode dan strategi sesuai lawan bicara.

2.3.1 *Liaison Officer* Sekolah Tempat Pelaksanaan *Roadshow* dan Sekolah Delegasi Dinas

Setelah tim Gemakan Aksi datang ke sekolah-sekolah yang menjadi target pelaksanaan *roadshow* dan mendapatkan kontak pihak sekolah yang dapat dihubungi, *Liaison Officer* akan menghubungi kontak tersebut untuk melakukan koordinasi lebih lanjut terkait perizinan tanggal pelaksanaan, durasi pelaksanaan *roadshow*, dan jumlah peserta yang hadir. Koordinasi dengan pihak perwakilan sekolah penting untuk dilakukan agar pelaksanaan *roadshow* dapat berjalan dengan baik sesuai keinginan kedua belah pihak.

Salah satu strategi Tim Gemakan Aksi untuk memenuhi target peserta adalah melalui kerja sama dengan Dinas Pendidikan untuk menunjuk beberapa sekolah yang ada di Kota Semarang agar dapat mengirimkan sejumlah delegasi peserta untuk mengikuti *event* Gemakan Aksi. *Liaison Officer* bertugas mencari kontak dari sekolah delegasi melalui *contact person* Dinas Pendidikan, internet, media sosial, relasi, dan sebagainya. *Liaison Officer* kemudian akan menghubungi kontak yang tersedia untuk melakukan konfirmasi terkait jumlah peserta delegasi dan meminta sekolah tersebut untuk

mendaftarkan siswa/i-nya melalui *link* pendaftaran yang telah disediakan agar tim panitia dapat mendata peserta yang sudah terdaftar.

2.3.2 *Liaison Officer* Peserta Gemakan Aksi

Event “Gemakan Aksi: Generasi Muda Kekinian Antikorupsi” menargetkan siswa/i SMP dan SMA sederajat di Kota Semarang sebanyak 250 orang sebagai target peserta. *Liaison Officer* bertanggung jawab untuk menangani peserta mulai dari registrasi, pembuatan grup WhatsApp peserta untuk memudahkan koordinasi, melakukan rekap data peserta, memastikan bahwa seluruh peserta memperoleh informasi dan pemahaman mengenai pelaksanaan *event* Gemakan Aksi, serta mengatur peserta selama keberjalanan *event*.

Registrasi peserta direncanakan untuk dibuka di akhir bulan September 2024. *Liaison Officer* akan berkoordinasi dengan *Design and Creative Manager* untuk pembuatan poster pengumuman pembukaan registrasi serta berkoordinasi dengan *Social Media Specialist* untuk melakukan promosi melalui media sosial. Kontak *Liaison Officer* tertera di dalam poster sebagai narahubung sehingga pihak-pihak yang ingin bertanya mengenai *event* Gemakan Aksi dapat menghubungi *contact person* yang tertera.

Liaison Officer bertugas membuat formulir registrasi melalui Google Form untuk memudahkan pendataan peserta. Google Form untuk pendaftaran peserta telah disiapkan dari jauh-jauh hari sejak awal bulan September. Siswa/i yang ingin mengikuti Gemakan Aksi dapat mendaftarkan diri mereka melalui *link* pendaftaran bit.ly/Pendaftaran-GEMAKANAKSI2024. Berikut ini adalah data diri yang perlu diisi oleh peserta dalam *form* pendaftaran:

Tabel 2. 3. Data Diri Peserta di Google Form

DATA DIRI
Email
Nama Lengkap
Jenjang Pendidikan
Asal Sekolah
Kelas
Usia
No. WhatsApp
Bukti Mengikuti Instagram @gemakan.aksi

Setelah selesai mengisi data diri dan *submit form* pendaftaran, peserta akan diarahkan untuk masuk ke dalam grup WhatsApp yang telah disediakan. Grup tersebut nantinya akan digunakan untuk mengumumkan segala pemberitahuan dan informasi terkait acara. Selain itu, peserta juga dapat bertanya melalui grup tersebut apabila ada hal yang ingin ditanyakan kepada panitia penyelenggara. Setelah pendaftaran ditutup, *Liaison Officer* akan bekerja sama dengan *Secretary and Finance Manager* untuk melakukan rekap data peserta dan membuat absensi peserta agar dapat digunakan saat pelaksanaan Gemakan Aksi. Absensi peserta tersebut nantinya akan digunakan untuk menghitung jumlah peserta yang hadir dan membandingkannya dengan jumlah pendaftar melalui *link* pendaftaran.

2.3.3 *Liaison Officer* Narasumber untuk Sesi *Talkshow* Gemakan Aksi

Salah satu rangkaian kegiatan dalam *event* Gemakan Aksi adalah sesi *talkshow* bersama narasumber ahli. Target narasumber untuk sesi *talkshow* disesuaikan dengan tujuan acara Gemakan Aksi, yakni untuk menanamkan nilai-nilai integritas dan antikorupsi kepada generasi muda melalui film. Narasumber ahli yang akan diundang sejumlah 3

orang, yang terdiri dari 1 orang narasumber yang paham tentang nilai-nilai antikorupsi dari perwakilan Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK), 1 orang narasumber yang merupakan sutradara dari film yang ditayangkan di Gemakan Aksi, serta 1 orang narasumber yang merupakan sutradara nasional yang paham tentang pembuatan film dan bagaimana menyampaikan sebuah pesan melalui film. Saat sesi *talkshow* berlangsung, peserta dapat berdiskusi dengan ketiga narasumber dipandu oleh seorang moderator.

Liaison Officer bertugas untuk menghubungi pihak-pihak yang ditargetkan menjadi narasumber, menjadi narahubung, memastikan bahwa mereka paham mengenai acara dan keseluruhan sesi *talkshow*, serta memastikan bahwa setiap kebutuhan mereka dapat terpenuhi. *Liaison Officer* berkoodinasi dengan seluruh anggota tim terkait kriteria dan daftar nama narasumber yang ingin dihubungi. Setelah itu, *Liaison Officer* akan berkoordinasi dengan *Event Manager* untuk pembuatan *Terms of Reference* (ToR) yang berisi mengenai detail acara dan materi yang akan dibawa oleh narasumber.

Target narasumber pertama merupakan seseorang yang paham mengenai sosialisasi nilai-nilai antikorupsi. Oleh sebab itu, tim Gemakan Aksi akan mengundang seorang perwakilan dari Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK). *Liaison Officer* berkoordinasi dengan *Secretary and Finance Manager* untuk pembuatan surat permohonan narasumber. Setelah itu, *Liaison Officer* mengirimkan surat tersebut kepada pihak KPK melalui email agar kemudian KPK dapat menunjuk perwakilan anggotanya sebagai narasumber.

Target narasumber kedua merupakan seorang sutradara yang filmnya ditayangkan dalam sesi *screening* film Gemakan Aksi. Akan ada 3 judul film yang ditayangkan yaitu Kelompok Tidak Belajar, Tanda Tangan Sang Bapak, dan Unbaedah. Ketiga film tersebut merupakan film-film yang pernah dilombakan dalam Anti-Corruption Film Festival

(ACFFEST). Atas pertimbangan bersama, tim Gemakan Aksi memutuskan untuk mengundang Iqbal Arieffurahman selaku sutradara film Unbaedah sebagai narasumber. Hal tersebut dikarenakan film Unbaedah memiliki konsep yang paling unik dan menarik dibandingkan kedua film lainnya. Selain itu, Iqbal Arieffurahman juga telah memiliki pengalaman menjadi narasumber dan pernah terlibat dalam rangkaian acara ACFFEST sehingga dapat menjadi narasumber yang kredibel.

Target narasumber ketiga merupakan seorang sutradara film nasional yang paham tentang seluk-beluk dunia perfilman dan karya-karyanya pernah ditayangkan di bioskop atau *platform streaming* film. Tim Gemakan Aksi memutuskan untuk mengundang sutradara nasional sebagai salah satu daya tarik *event* Gemakan Aksi. *Liaison Officer* berkoordinasi dengan *Project Leader* dan *Event Manager* untuk menentukan daftar sutradara yang relevan dengan kriteria yang diinginkan dan sesuai dengan *budget* yang dimiliki tim Gemakan Aksi. *Liaison Officer* kemudian akan menghubungi daftar narasumber yang telah dibuat untuk mengajak mereka menjadi narasumber, memastikan *ratecard* mereka, dan hal-hal lain yang mereka butuhkan sebagai narasumber. Berikut ini adalah daftar nama sutradara yang menjadi kandidat narasumber Gemakan Aksi:

Tabel 2. 4. Daftar Sutradara sebagai Kandidat Narasumber

No.	Nama	Akun Instagram	Jumlah Followers Instagram	Judul Film	Penghargaan yang Pernah Diterima
1	Kamila Andini	@kamilandini	44.400	Yuni	Piala Maya 2021 Kategori Penyutradaraan Terpilih untuk film “Yuni”

2	Wregas Bhanuteja	@wregas_bhanuteja	49.600	Penyalin Cahaya, Budi Pekerti	Festival Film Indonesia 2021 Kategori Sutradara Terbaik untuk film “Penyalin Cahaya”
3	Dandhy Laksono	@dandhy_laksono	168.000	Sexy Killers, Dirty Vote	Ramon Magsaysay Award 2021 Kategori Emergent Leadership in Organisation untuk rumah produksi yang didirikan Dandhy, yakni Watchdoc
4	Yosep Anggi Noen	@angginoen	16.000	Tebusan Dosa, Hiruk-Pikuk si Al-Kisah: The Science of Fictions	9 th Piala Maya 2021 Kategori Penyutradaraan Terpilih untuk film “Hiruk-Pikuk si Al-Kisah: The Science of Fictions”
5	Sidharta Tata	@sidharta_tata	11.000	Quarantine Tales (segmen The Protocol), Ali Topan	Nominasi Piala Maya 2020 Kategori Penulis Skenario Asli Terpilih untuk film “Quarantine Tales (segmen The Protocol)”
6	Upi Avianto	@upirocks	47.000	My Stupid Boss, Sri Asih	Nominasi Indonesia Box Office Movie Awards 2017 Kategori Sutradara Terbaik untuk film “My Stupid Boss”
7	Nia Dinata	@ibunia	48.000	Arisan!, A World Without	MTV Indonesia Movie Awards 2004 Kategori

					“Sutradara Terbaik” untuk film “Arisan!”
8	Rahabi Mandra	@rahabimandra	6.800	2014, Kadet 1947	Nominasi Festival Film Bandung 2022 Kategori Sutradara Terpuji Film Bioskop untuk film “Kadet 1947”
9	Gita Fara	@almostgita	4.400	Before, Now & Then	Piala Citra 2022 Kategori Film Cerita Panjang Terbaik Festival Film Indonesia untuk film “Before, Now & Then”
10	Jeihan Angga	@jeihan.angga	8.642	Mekah I’m Coming, Seni Memahami Kekasih	Piala Maya 2021 Kategori Penyutradaraan Berkahat Film Panjang Karya Perdana Terpilih untuk film “Mekah I’m Coming”
11	Sabrina Rochelle	@sabrochelle	8.710	Noktah Merah Perkawinan, Home Sweet Loan	Nominasi Piala Maya 2023 Kategori Penyutradaraan Terpilih untuk film “Noktah Merah Perkawinan”
12	Sammaria Simanjuntak	@samsimtak	4.976	Working Girls, Demi Ucok	Nominasi Festival Film Indonesia 2021 Kategori Sutradara Terbaik untuk film “Demi Ucok”

13	Danial Rifki	@danialrifki	10.500	Rentang Kisah, Rumah Masa Depan	Indonesian Movie Actors Awards 2021 Kategori Film Terfavorit untuk film “Rentang Kisah”
14	Lucky Kuswandi	@luckykuswandi	11.200	Galih dan Ratna, Ali & Ratu Ratu Queens	Festival Film Wartawan Indonesia (Genre Drama) 2021 Kategori Sutradara Terbaik untuk film “Ali & Ratu Ratu Queens”
15	Mouly Surya	@moulysurya	16.700	Marlina si Pembunuh dalam Empat Babak	Festival Film Indonesia 2018 Kategori Sutradara Terbaik untuk film “Marlina si Pembunuh dalam Empat Babak”
16	Bene Dion	@bene_dion	217.000	Ngeri-Ngeri Sedap, Agak Laen	Piala Maya 2023 Kategori Penyutradaraan Terpilih untuk film “Ngeri-Ngeri Sedap”
17	Muhadkly Acho	@muhadkly	148.000	Gara-Gara Warisan, Agak Laen	Nominasi Festival Film Wartawan Indonesia 2022 Kategori Sutradara Terbaik Genre Komedi untuk film “Gara-Gara Warisan”
18	Naya Anindita	@nayaanindita	74.000	Anna & Ballerina,	Nominasi Piala Maya 2014 Kategori Piala

				Eggnoid: Cinta & Portal Waktu	Iqbal Rais untuk Sutradara Muda dalam Film Pendek untuk film “Anna & Ballerina”
19	Makbul Mubarak	@maakbul	8.500	Ruah, Autobiography	Festival Film Indonesia 2017 Kategori Film Pendek Terbaik untuk film “Ruah”
20	Lola Amaria	@lola.amaria	93.100	Jingga, Eksil	Jogja-NETPAC Asian Film Festival 2022 Kategori JAFF Indonesian Screen Awards – Best Film untuk film “Eksil”

Setelah mendapatkan narasumber, tugas *Liaison Officer* selanjutnya adalah melakukan komunikasi dan koordinasi untuk memastikan bahwa setiap narasumber memahami tentang hal-hal yang dapat mereka persiapkan untuk sesi *talkshow* agar pesan utama dari Gemakan Aksi tentang film sebagai media penanaman nilai-nilai integritas dapat tersampaikan kepada audiens dengan baik. Selain itu, *Liaison Officer* juga bertugas untuk memastikan segala kebutuhan narasumber mulai dari konsumsi, transportasi, penginapan, dan akomodasi lainnya. Sebagai bentuk resmi perjanjian kedua belah pihak, *Liaison Officer*, berkoordinasi dengan *Secretary and Finance Manager*, akan mengirimkan *Memorandum of Understanding* (MoU) yang harus ditandatangani oleh kedua belah pihak (*Project Leader* Gemakan Aksi dan narasumber) untuk memastikan bahwa setiap hal dapat berjalan sesuai dengan kesepakatan yang sudah disetujui di awal.

2.3.4 *Liaison Officer* Pengisi Acara (MC, Moderator, Penampil Monolog)

Pelaksanaan *event* “Gemakan Aksi: Generasi Muda Antikorupsi” memerlukan pihak-pihak yang akan meramaikan acara yaitu 2 orang *Master of Ceremony* (MC) yang akan memandu keseluruhan keberjalanan acara, 1 orang moderator yang akan memandu keberjalanan sesi *talkshow* bersama narasumber, dan 1 orang yang akan menampilkan monolog dengan tema antikorupsi sebagai hiburan untuk para audiens. *Liaison Officer* akan berkoordinasi dengan *Event Manager* untuk menentukan pihak-pihak yang menjadi target pengisi acara. Setelah itu, *Liaison Officer* akan menghubungi pihak-pihak tersebut untuk menanyakan kesediaan mereka. Setelah memastikan kesediaan para pihak, *Liaison Officer* bertanggung jawab untuk memastikan bahwa seluruh proses komunikasi berjalan lancar sehingga tujuan *event* Gemakan Aksi dapat tercapai dengan baik.

Event Gemakan Aksi memerlukan sepasang *Master of Ceremony* (MC) yang bertugas memandu acara dari awal hingga akhir. Tim Gemakan Aksi memutuskan untuk mengajak mahasiswa/i Ilmu Komunikasi Universitas Diponegoro untuk menjadi MC saat Gemakan Aksi karena banyak dari mereka yang memiliki potensi dan pengalaman sebagai MC. Gemakan Aksi dapat menjadi wadah bagi mereka untuk mengembangkan potensi mereka di ranah yang lebih luas. Ada 3 orang mahasiswa/i Ilmu Komunikasi Universitas Diponegoro yang menjadi kandidat MC untuk acara Gemakan Aksi yakni Abigail Juwita, Nasya Alyalina Dita, dan Gibran Azhar Pangestu. *Liaison Officer* akan menghubungi ketiga kandidat tersebut untuk mengetahui kesediaan mereka dan kemudian memilih 2 orang yang bersedia untuk menjadi MC.

Dalam sesi *talkshow* bersama narasumber ahli, dibutuhkan peranan seorang moderator yang paham tentang perfilman agar dapat memandu sesi dengan baik. Oleh sebab itu, tim Gemakan Aksi

menargetkan orang-orang yang pernah terlibat dalam proses pembuatan film dan memiliki pengalaman sebagai moderator untuk membawakan sesi *talkshow*. Ada 3 orang kandidat moderator untuk membawa sesi talkshow yaitu Aisyah Auliya yang merupakan mahasiswa Ilmu Komunikasi dengan berbagai pengalaman sebagai moderator, Rio Tirta Firdaus yang pernah menjabat sebagai ketua UKM Kronik Filmedia, dan Milanio El Munir yang merupakan mahasiswa ISI Yogyakarta dengan pengalaman di bidang perfilman.

Sebagai bentuk apresiasi terhadap seni, tim Gemakan Aksi memutuskan untuk memberikan sebuah penampilan monolog sebagai pembuka acara Gemakan Aksi. Sebuah monolog akan ditampilkan dengan tema penanaman integritas dan nilai-nilai antikorupsi. *Liaison Officer* bertugas untuk menjadi narahubung pihak yang akan diminta untuk mengisi monolog. Tim Gemakan Aksi berencana untuk menghubungi perwakilan anggota dari Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Teater Diponegoro untuk meminta rekomendasi mahasiswa/i yang memiliki pengalaman untuk menampilkan monolog. Ada 3 orang yang menjadi kandidat penampil monolog yakni Sajida Nurzafira, Alief Widjonarko, dan Ahmad Yafi.

Liaison Officer akan menghubungi target MC, moderator, dan penampil monolog, kemudian mengirimkan *Terms of Reference* (ToR) atas koordinasi dengan *Event Manager*, mengingatkan pihak-pihak tersebut atas jadwal *briefing* dan gladi bersih, memastikan bahwa peranan mereka dapat mendukung ketercapaian target Gemakan Aksi, serta memastikan bahwa seluruh kebutuhan mereka pada saat pelaksanaan Gemakan Aksi dapat terpenuhi.

2.3.5 *Liaison Officer* Perwakilan Dinas Pendidikan Kota Semarang dan Cabang Dinas Wilayah 1 Provinsi Jawa Tengah

Sebagai bentuk apresiasi dan terima kasih atas dukungan yang telah diberikan, tim Gemakan Aksi turut mengundang perwakilan Dinas

Pendidikan Kota Semarang dan Cabang Dinas Wilayah 1 Provinsi Jawa Tengah untuk hadir dan memberikan sambutan dalam *event* Gemakan Aksi. *Liaison Officer*, berkoordinasi dengan *Secretary and Finance Manager*, mengirimkan surat undangan kepada *contact person* dari Dinas Pendidikan yang sudah dimiliki sebelumnya. Kemudian, *Liaison Officer* bertugas memastikan kehadiran perwakilan Dinas Pendidikan dalam pelaksanaan *event* Gemakan Aksi. *Liaison Officer* perlu memastikan apakah akan ada perwakilan Dinas Pendidikan yang hadir dan nama pihak yang akan hadir agar namanya dapat disebutkan oleh MC saat pemberian sambutan pada *event* Gemakan Aksi.

2.3.6 *Liaison Officer* Vendor Gedung dan Konsumsi

Pelaksanaan “Gemakan Aksi: Generasi Muda Antikorupsi” dengan target 250 peserta akan dilaksanakan di sebuah gedung. Tugas *Liaison Officer* adalah menghubungi pihak pengelola gedung untuk memastikan ketersediaan gedung lewat pengiriman surat perizinan yang telah dibuat oleh *Secretary and Finance Manager*, memastikan biaya yang diperlukan untuk peminjaman gedung, serta melakukan koordinasi terkait persyaratan peminjaman dan fasilitas yang dibutuhkan selama keberjalanan Gemakan Aksi. *Liaison Officer*, berkoordinasi dengan anggota karya bidang Gemakan Aksi membuat daftar tempat yang potensial untuk menjadi tempat pelaksanaan *event* Gemakan Aksi, sebagai berikut:

Tabel 2. 5. Daftar Tempat Potensial untuk Pelaksanaan Gemakan Aksi

No.	Gedung	Lokasi	Kapasitas	Biaya	Fasilitas
1	Auditorium FISIP UNDIP	Jl. Prof. Soedarto, Tembalang	200 orang	Gratis	Kursi, meja, proyektor, AC, mic, sofa, podium, LED TV, toilet
2	Gedung Prof.	Jl. Prof. Soedarto, Tembalang	700-800 orang	Gratis	Kursi, meja, proyektor, AC, mic, sofa, podium, LED TV, toilet

	Soedarto, SH UNDIP				
3	Lt. 5 Gedung ICT UNDIP	Jl. Prof. Soedarto, Tembalang	220 orang	Gratis	Kursi teater, meja, proyektor, AC, mic, sofa, podium, LED TV, toilet
4	Art Center UNDIP	Jl. Prof. Soedarto, Tembalang	230 orang	Gratis	Kursi teater, meja, proyektor, AC, mic, sofa, podium, LED TV, toilet
5	Cinepolis Java Mall	Jl. MT. Haryono, Lamper Kidul	140 – 258 orang (tergantung <i>cinema</i>)	<i>Weekdays:</i> Rp 30.000,00/kursi <i>Jumat:</i> Rp 35.000,00/kursi <i>Weekend:</i> Rp 45.000/kursi	Kursi teater, layar lebar, proyektor, AC, mic, podium, toilet
6	Gedung Semeru	Jl. Elang Raya, Tembalang	1000 orang	Rp7.500.000,00	Standing AC, kursi futura, ruang transit, genset, AC, panggung, petugas kebersihan
7	Aula Hatta, Gedung BBPMP	Jl. Kyai Mojo, Banyumanik	220 orang	Rp1.600.000,00	Kursi, <i>round table</i> , sofa, AC, proyektor, <i>sound system</i> , podium, mic, genset, petugas kebersihan
8	Aula Soekarno, Gedung BBPMP	Jl. Kyai Mojo, Banyumanik	450 orang	Rp4.500.000,00	Kursi, meja panjang, sofa, AC, proyektor, <i>sound system</i> , podium, mic, genset, petugas kebersihan

Selain menghubungi vendor untuk tempat pelaksanaan Gemakan Aksi, *Liaison Officer* juga bertugas menghubungi vendor untuk pemesanan konsumsi peserta, panitia, narasumber, dan pengisi acara. *Liaison Officer* harus memastikan bahwa harga yang diberikan oleh vendor sesuai dengan jumlah dan budget yang telah ditetapkan oleh *Secretary and Finance Manager*. Selain itu, *Liaison Officer* juga bertugas menentukan waktu pengantaran konsumsi agar kondisi makanan tetap dalam kondisi optimal saat dikonsumsi. Berikut ini adalah daftar vendor potensial untuk pemesanan konsumsi:

Tabel 2. 6. Daftar Vendor Potensial untuk Pemesanan Konsumsi

No.	Vendor	Jenis Konsumsi	Biaya
1	Surya Catering	Snack	Rp5.000,00 – Rp13.000,00
2	Fancy Bakery	Snack	Rp10.000,00 – Rp20.000,00
3	Super Penyet	Makanan Berat	Rp20.000,00 – Rp40.000,00
4	Selaras Catering	Makanan Berat	Rp10.000,00 – Rp25.000,00
5	Gudeg Bu Dul	Makanan Berat	Rp25.000,00 – Rp30.000,00