

BAB II

GAMBARAN UMUM KLIEN dan PERSIAPAN RANGKAIAN ACARA SUKARIA RACE 2024

*Sebagai Strategist Staff, Production/Logistic Manager, dan PIC Event Capture
The Clue*

Dalam bab ini akan menjelaskan gambaran umum mengenai Bersukaria *Tour Organizer* sebagai klien dalam penyelenggaraan Sukaria Race 2024, termasuk visi, misi, serta strategi yang diterapkan untuk memperkenalkan konsep pengalaman wisata berbasis *heritage* kepada segmen mahasiswa. Dalam bab ini juga akan membahas berbagai tahapan persiapan acara yang dilakukan sebagai *Staff Strategist, Production/Logistic Manager, dan PIC Event Capture The Clue*, mulai dari perumusan strategi komunikasi, penyusunan logistik, hingga aspek teknis yang mendukung kelancaran pelaksanaan Sukaria Race 2024.

2.1 Gambaran Umum Klien

Bersukaria *Tour Organizer* adalah sebuah perusahaan yang bergerak dalam layanan tur dan perjalanan dengan fokus utama pada *storytelling* yang menonjolkan nilai-nilai *heritage* Indonesia. Sejak didirikan pada tahun 2016, Bersukaria telah berkomitmen untuk memperkaya pengalaman wisata melalui pendekatan yang mengedepankan cerita dan pemanfaatan panca indra. Dengan basis utama di Semarang, Bersukaria kini telah memperluas operasinya ke tiga kota lainnya yaitu Surabaya, Malang, dan Yogyakarta, menjadikannya salah satu penyedia tur terkemuka di Jawa Tengah dan sekitarnya. Produk unggulan mereka meliputi *walking tour, city tour*, dan layanan pemandu wisata yang dirancang untuk memberikan pengalaman unik kepada wisatawan, baik domestik maupun internasional.

Salah satu keunggulan Bersukaria *Tour Organizer* adalah pendekatannya yang berorientasi pada pengalaman, bukan sekadar destinasi. Tur yang mereka tawarkan tidak hanya membawa peserta ke tempat-tempat menarik, tetapi juga memberikan nilai tambah berupa cerita, sejarah, dan pemahaman mendalam tentang budaya lokal. Sebagai bukti keberhasilannya, Bersukaria telah menerima pengakuan internasional, seperti memenangkan *Travellers' Choice Awards 2024* dari *Tripadvisor* yang menempatkannya dalam 10% terbaik di

dunia. Selain itu, banyak figur publik dan institusi ternama telah menggunakan layanan mereka, termasuk Najwa Shihab, Bim Bim Slank, dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Jawa Tengah-DIY yang menambah kredibilitas serta eksposur merek Bersukaria.

Namun, meskipun reputasi Bersukaria kuat, perusahaan ini menghadapi tantangan dalam meningkatkan *brand awareness* di kalangan mahasiswa. Berdasarkan data per Agustus 2024 dari 3.189 konsumen yang dilayani, mayoritas adalah orang dewasa yang sudah bekerja. Hal ini menjadi ironi mengingat Semarang dinobatkan sebagai Kota Mahasiswa Terbaik di tahun 2020. Survei yang sebelumnya sudah dilakukan kepada 110 responden menunjukkan bahwa mahasiswa cenderung lebih memilih wisata mandiri, meskipun mereka memiliki minat tinggi pada kegiatan berkelompok, aktivitas *outdoor*, dan pengalaman yang berbeda, elemen yang sebenarnya telah ditawarkan oleh Bersukaria dalam layanannya. Kesenjangan ini menunjukkan perlunya strategi komunikasi yang lebih efektif untuk menjangkau segmen mahasiswa.

Acara Sukaria Race 2024 dirancang untuk menjawab permasalahan ini dengan mengintegrasikan konsep pengalaman *outdoor* yang berorientasi pada kolaborasi dan kompetisi. Acara ini tidak hanya relevan dengan preferensi mahasiswa, tetapi juga dapat berfungsi sebagai *platform* untuk memperkenalkan nilai dan layanan Bersukaria. Dengan format acara yang interaktif dan menyenangkan, Sukaria Race 2024 diharapkan mampu membangun kesadaran merek sekaligus menciptakan pengalaman yang berkesan di benak mahasiswa. Sebelumnya, Bersukaria *Tour Organizer* pernah mengadakan acara serupa di *Ereveld* dengan jumlah partisipan sebanyak 27 orang yang seluruhnya merupakan pekerja.

Dengan acara Sukaria Race 2024 harapannya dapat membuka segmentasi baru yaitu mahasiswa di Semarang serta meningkatkan jumlah partisipan dibanding acara sebelumnya. Untuk mencapai hal ini, *Sukaria Race* akan dirancang dengan rangkaian aktivitas yang menyenangkan namun tetap edukatif seperti tari tradisional, bermain *puzzle* bergambar tempat bersejarah, membuat permainan tradisional, *crafting*, dan *treasure hunt*. *Sukaria Race*

2024 berpotensi memperkuat citra perusahaan sebagai penyedia tur yang tidak hanya berorientasi pada *heritage*, tetapi juga inovatif dan relevan untuk generasi muda.

2.2 Strategist Staff

Strategist Staff bertanggung jawab mendukung *Strategist Manager* dalam merancang strategi komunikasi dan pemasaran berdasarkan analisis audiens, tren, serta pesaing, dengan tetap memperhatikan kebutuhan dan preferensi klien. Peran *Strategist Staff* mencakup pengumpulan dan analisis data mendalam terkait target audiens, membantu pengembangan ide kampanye, serta mengoordinasikan implementasi strategi dengan tim terkait, seperti *Data Executive*, *Account Executive*, *Creative*, dan *Media Planner*. Selain itu, *Strategist Staff* juga berkontribusi dalam pemantauan serta evaluasi strategi untuk memastikan keberhasilan kampanye dan memberikan rekomendasi perbaikan guna meningkatkan efektivitas strategi di masa mendatang.

2.2.1 Membantu Perancangan Tujuan dan Sasaran Audiens

Strategist Staff berperan dalam membantu *Strategist Manager* menentukan tujuan serta mendefinisikan sasaran audiens yang jelas sebagai dasar penyusunan strategi komunikasi dan pemasaran. Proses ini mencakup pengumpulan dan analisis data secara mendalam, termasuk aspek demografi, psikografi, dan perilaku target audiens, yang diperoleh melalui riset yang dilakukan oleh tim internal.

Salah satu tujuan utama penyelenggaraan acara Sukaria *Race* adalah memperluas jangkauan audiens Bersukaria *Tour Organizer* di kalangan mahasiswa. Segmentasi ini difokuskan pada mahasiswa berusia minimal 17 tahun yang memiliki minat terhadap budaya, sejarah, atau aktivitas kompetitif. Upaya ini dilakukan karena, berdasarkan data per Agustus 2024, dari 3.189 konsumen yang dilayani, mayoritas adalah orang dewasa yang sudah bekerja. Hal ini menunjukkan bahwa Bersukaria *Tour Organizer* masih menghadapi tantangan dalam menjangkau pasar mahasiswa.

Untuk mencapai tujuan tersebut, *Strategist Staff* bersama *Strategist Manager* berperan dalam menganalisis kebutuhan, preferensi, serta pola

perilaku segmen mahasiswa dengan pendekatan berbasis data. Analisis ini mendukung *Strategist Staff* dan *Strategist Manager* dalam merancang strategi komunikasi yang lebih personal, relevan, dan menarik bagi audiens yang ditargetkan.

Selain itu, *Strategist Staff* dan *Strategist Manager* bertanggung jawab dalam merancang indikator keberhasilan (*Key Performance Indicators/KPI*), yang mencakup jumlah pendaftar, performa konten di media sosial, tingkat partisipasi dalam acara, serta umpan balik dari audiens setelah acara selesai. Langkah ini memastikan strategi yang diterapkan memiliki panduan yang terukur dan mendukung *Bersukaria Tour Organizer* dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

2.2.2 Membantu Perancangan Strategi Komunikasi dan Pemasaran

Setelah melakukan riset bersama *Strategist Manager* melalui berbagai metode, seperti wawancara langsung pada kegiatan *car free day*, *roadshow to campus*, penyebaran kuesioner, dan diskusi dengan pihak *Bersukaria Tour Organizer*, *Strategist Staff* berperan dalam membantu merancang strategi komunikasi dan pemasaran yang relevan, efektif, serta sesuai dengan kebutuhan. *Strategist Staff* juga bekerja sama dengan *Strategist Manager* dalam menentukan alat komunikasi yang akan digunakan untuk mendukung kesuksesan acara. Alat utama yang digunakan meliputi *Pre - Event Capture The Clue*, *Main Event Perlombaan Sukaria Race 2024*, *Digital Marketing*, *Advertising*. Berikut adalah alasan strategis untuk setiap tools yang dipilih:

1. Digital Marketing (Social Media, Media Partner)

Sebagian besar responden secara aktif menggunakan media sosial, khususnya Instagram, dengan persentase mencapai 98,2%. Hal ini menunjukkan bahwa kampanye berbasis media sosial dapat menarik perhatian audiens secara efektif. Dalam ranah ini, Instagram menjadi platform utama untuk menjalankan kampanye karena kemampuannya dalam menjangkau khalayak luas. Selain itu, kampanye ini diperkuat melalui kolaborasi dengan media partner yang sesuai guna meningkatkan visibilitas serta kredibilitas *Bersukaria Tour Organizer*.

Media partner yang terlibat tidak hanya terbatas pada media sosial, tetapi juga mencakup berbagai platform informasi seperti radio dan situs web. Beberapa di antaranya meliputi media kampus, media lokal, serta komunitas fotografi di Semarang. Pemilihan media-media ini didasarkan pada cakupan yang luas di kalangan mahasiswa serta pengaruh yang signifikan terhadap audiens yang ditargetkan. Dengan dukungan media partner ini, kampanye dapat memanfaatkan jaringan yang telah terbentuk untuk menjangkau segmen mahasiswa secara lebih optimal.

2. *Advertising (Digital Ads)*

Tingkat kesadaran terhadap Bersukaria yang masih rendah, dengan 51,8% responden belum mengenal brand ini, menjadi tantangan yang perlu diatasi. Oleh karena itu, diperlukan kampanye promosi yang intensif melalui iklan digital guna meningkatkan visibilitas secara lebih luas. Sebagai platform utama, media sosial memungkinkan penyebaran iklan yang dapat menjangkau target audiens secara efektif, sekaligus mendukung upaya peningkatan kesadaran merek.

3. *Pre-Event Capture The Clue*

Kompetisi fotografi "*Capture The Clue*" dirancang untuk memanfaatkan tren penggunaan media sosial, di mana 98,2% responden aktif di *Instagram*, 87,3% di *TikTok*, dan 72,7% di *YouTube*. Kompetisi ini memberikan peserta kesempatan untuk menampilkan karya mereka di media sosial, sekaligus mendorong promosi organik. Unggahan foto dari kompetisi ini tidak hanya berfungsi sebagai dokumentasi pribadi, tetapi juga menjadi sarana promosi tidak langsung bagi acara serta brand Bersukaria Tour Organizer.

Melalui pendekatan kreatif yang relevan dengan audiens, kegiatan ini menciptakan pengalaman interaktif yang menarik serta meningkatkan keterlibatan peserta. Dengan memanfaatkan media sosial sebagai platform utama, "*Capture The Clue*" diharapkan dapat

memperluas kesadaran merek dan memperkuat hubungan dengan target audiens.

4. *Main Event Sukaria Race 2024*

Berdasarkan hasil kuesioner, mayoritas responden memiliki preferensi tinggi terhadap kegiatan berkelompok (85,5%) serta aktivitas luar ruangan (60,9%). Selain itu, jenis acara kompetitif seperti "Permainan" (46,4%) dan "Kompetisi Berhadiah" (47,3%) menjadi pilihan utama. Temuan ini menunjukkan bahwa *Sukaria Race* berpotensi mendapatkan respons positif dari audiens. Dengan konsep yang menggabungkan tantangan tim, eksplorasi lokasi bersejarah, serta hadiah menarik, acara ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi target peserta secara optimal.

Sukaria Race tidak hanya menjadi ajang kompetisi tetapi juga sarana untuk memperkuat identitas Bersukaria Tour Organizer. Setiap pos dalam perlombaan ini dirancang untuk menguji kekompakan dan keterampilan peserta, sekaligus menghadirkan elemen storytelling yang memperkenalkan sejarah dan budaya lokal Kota Semarang. Dengan konsep ini, *Sukaria Race* tidak hanya menawarkan hiburan tetapi juga pengalaman edukatif yang memperkaya wawasan, selaras dengan visi Bersukaria sebagai penyedia layanan tur berbasis cerita.

Setiap alat yang dirancang oleh *Strategist Staff* bersama *Strategist Manager* akan dikembangkan lebih lanjut oleh masing-masing *Manager* sesuai dengan tanggung jawabnya. *Strategist Staff* bersama *Strategist Manager* berperan dalam memastikan bahwa setiap alat tersebut selaras dengan strategi utama serta mendukung pencapaian tujuan yang telah ditetapkan secara keseluruhan.

2.3 *Production/Logistic Manager*

Production/Logistic Manager bertanggung jawab dalam mengelola seluruh kebutuhan logistik acara, mencakup peralatan, dekorasi, dan bahan-bahan yang diperlukan. Tugas lainnya termasuk menyusun daftar kebutuhan acara, menentukan arena bermain *Sukaria Race 2024*, serta memastikan kelancaran alur logistik dari awal hingga akhir. Selain itu, juga berperan dalam

berkoordinasi dengan *vendor* dan tim internal untuk memastikan proses teknis dan logistik berjalan lancar.

2.3.1 Menyusun Daftar Kebutuhan Acara Sukaria Race 2024

Dalam persiapan rangkaian acara, *Production/Logistic Manager* bertanggung jawab menyusun daftar kebutuhan secara detail dan terstruktur untuk memastikan kelancaran acara. Koordinasi dilakukan dengan *Finance Manager* untuk memastikan anggaran tersedia dan sesuai kebutuhan. Kebutuhan yang disiapkan mencakup berbagai aspek, seperti dekorasi, promosi, perlombaan, peserta, panitia, volunteer, aspek teknis, dan konsumsi.

Berikut daftar kebutuhan acara Sukaria Race 2024 yang telah disusun oleh *Production/Logistic Manager*:

Tabel 2. 1. Daftar Kebutuhan Acara Sukaria Race 2024

Kebutuhan	Qty
Dekorasi	
Backdrop (Banner)	1
Confetti	1
Pita	1
Lakban Hitam	1
Lakban Bening	1
Promosi	
Poster	16
Brosur	90
Perlombaan	
Puzzle	5
Medali	60
Karet	1(pack)
Plastik	15(pcs)
Sterofoam	3
Poster Winner	3
Checkpoint Stiker	5
Peserta	
Nomor Peserta	60
Checkpoint Card	20

Panitia dan Volunteer	
Lanyard Card	21
Plastik ID Card	21
Kertas ID Card	21
Cue Card	2
Teknis	
HT	10
Konsumsi	
Air Mineral	3(dus)
Aoka	1(dus)

2.3.2 Menentukan Vendor Percetakan

Selanjutnya, dalam persiapan sebagai *Production/Logistic Manager*, bertanggung jawab dalam menentukan dan mencari vendor percetakan untuk kebutuhan media promosi *offline*, seperti poster dan brosur. Selain itu, vendor juga dipilih untuk mencetak *banner* yang akan digunakan sebagai *backdrop* saat acara berlangsung. Tidak hanya memilih vendor, tetapi juga memastikan kualitas hasil cetakan dengan berkoordinasi langsung dengan pihak percetakan.

Proses pemilihan vendor dilakukan dengan beberapa tahapan. Pertama, dilakukan riset untuk mengidentifikasi berbagai vendor percetakan yang tersedia, baik melalui rekomendasi, pencarian online, maupun pengalaman sebelumnya. Setelah itu, dilakukan perbandingan harga dan kualitas dengan menghubungi vendor untuk mengetahui harga, bahan yang digunakan, serta contoh hasil cetakan guna memastikan kualitas yang sesuai dengan kebutuhan. Selain itu, aspek layanan juga menjadi pertimbangan, seperti kecepatan produksi, fleksibilitas pemesanan, serta kemampuan vendor dalam memenuhi kebutuhan khusus. Setelah vendor yang paling sesuai dipilih, dilakukan koordinasi lebih lanjut untuk pemesanan dengan kesepakatan mengenai spesifikasi produk, jumlah, serta waktu pengerjaan.

Berikut beberapa vendor percetakan yang berhasil ditemukan oleh *Production/Logistic Manager*:

Tabel 2. 2. Daftar Vendor Percetakan

No	Nama Vendor	Kontak
1.	Indoprinting	081215388198
2.	Abadi Pusat Fotocopy & Digital Printing	085162728519
3.	Xeon Fotocopy	081329914500
4.	Gajah Printing Sriwijaya	02476444474
5.	Dewa Printing	0822453178

2.3.3 Menentukan Vendor Pembuatan Medali

Langkah selanjutnya sebagai *Production/Logistic Manager* adalah menentukan dan mencari vendor pembuatan medali yang termasuk dalam daftar kebutuhan acara Sukaria Race 2024. Medali merupakan salah satu elemen penting dalam acara ini karena menjadi simbol penghargaan bagi peserta yang telah menyelesaikan pos terakhir.

Untuk memudahkan proses produksi, pencarian vendor dilakukan di wilayah Semarang dan sekitarnya. Beberapa vendor dibandingkan satu sama lain untuk mendapatkan pilihan terbaik. Medali yang diinginkan oleh *Event Manager* berbahan dasar akrilik dengan desain yang telah dibuat oleh *Creative Manager*.

Pencarian vendor tidak hanya dilakukan melalui toko *offline*, tetapi juga melalui platform *online* untuk mendapatkan opsi terbaik. Selain mempertimbangkan kualitas vendor, yang mencakup keandalan, ketepatan waktu, harga yang kompetitif, serta ulasan atau reputasi vendor, koordinasi dilakukan dengan *Finance Manager* terkait harga yang ditawarkan masing-masing vendor. Selain itu, *Event Manager* turut dilibatkan untuk memastikan waktu produksi medali sesuai dengan timeline yang telah ditetapkan.

Berikut beberapa vendor pembuatan medali yang berhasil ditemukan oleh *Production/Logistic Manager*:

Tabel 2. 3. Daftar Vendor Medali

No	Nama Vendor	Kontak	Harga
1.	Pioneerjogja	081229949153	Rp.45.000/pcs (Kuningan)
2.	Iluvmedal	081325023148	Rp.85.000/pcs (Standar Medal)
3.	CV. Nusaiba Kreasindo	081329338013	Rp.19.000/pcs (Akrilik)

4.	Offline Store (Pasar Kauman)	-	Rp.85.000/pcs (Logam) Rp.28.000/pcs (Akrilik)
----	------------------------------	---	--

2.3.4 Menentukan Vendor Pembuatan *Puzzle*

Selain medali, *puzzle* juga menjadi salah satu perlengkapan yang dibutuhkan untuk pos tantangan 3. Sebagai *Production/Logistic Manager*, dilakukan pencarian vendor pembuatan *puzzle* melalui toko *offline* dan *online shop* dengan membandingkan harga serta lokasi masing-masing vendor. Seperti pada proses pencarian vendor medali, koordinasi juga dilakukan dengan *Finance Manager* untuk membahas harga pembuatan *puzzle*. Selain itu, *Production/Logistic Manager* turut berkoordinasi dengan *Event Manager* guna memastikan waktu produksi *puzzle* sesuai dengan timeline yang telah ditetapkan.

Berikut beberapa vendor pembuatan *puzzle* yang berhasil ditemukan oleh *Production/Logistic Manager*:

Tabel 2. 4. Daftar Vendor *Puzzle*

No	Nama Vendor	Kontak	Harga
1.	Monokrom Printing & Designs	08112609005	Rp.50.000 (Size A5/Puzzle 40 pcs) Rp.65.000 (Size A5/Puzzle 70 pcs)
2.	Antero Digital Print	Online Shop	Rp.126.000 (Size A5/Puzzle 60pcs)
3.	Cathay Digital Printing	08113486689	Rp.50.000(Size 15x15cm/Puzzle 12pcs)

2.3.5 Membuat *Timeline* Produksi

Setelah menyusun kebutuhan untuk acara Sukaria Race 2024 serta mencari dan menentukan vendor-vendor untuk kebutuhan acara, sebagai *Production/Logistic Manager*, bertanggung jawab dalam menyusun *timeline* produksi yang mencakup berbagai kebutuhan cetak dan perlengkapan acara. *Timeline* ini dibuat untuk memastikan seluruh elemen produksi tersedia tepat waktu dan sesuai dengan spesifikasi yang telah ditentukan.

Produksi berbagai perlengkapan acara dilakukan secara bertahap sesuai dengan prioritas dan urgensi masing-masing item. Proses produksi dimulai sejak minggu pertama sampai minggu keempat November 2024, Status produksi setiap item dipantau secara berkala untuk memastikan tidak ada keterlambatan yang dapat mempengaruhi pelaksanaan acara. [\(Klik untuk mengakses timeline produksi\)](#)

2.3.6 Menentukan *Venue* Arena Bermain

Selanjutnya, dalam rangka menyukseskan Sukaria *Race* 2024, sebagai *Production/Logistic Manager*, bertanggung jawab dalam mencari serta menentukan venue arena bermain Sukaria *Race* 2024. Melalui koordinasi intens dengan tim internal dan client, disepakati bahwa venue arena bermain Sukaria *Race* 2024 akan bertempat di kawasan yang memiliki nilai historis dengan beberapa pertimbangan yang mendukung, antara lain:

a. Aksesibilitas

Venue arena bermain yang dipilih harus mudah dijangkau oleh peserta, panitia, serta vendor pendukung, baik dengan transportasi umum maupun kendaraan pribadi. Kemudahan akses juga berperan dalam kelancaran distribusi logistik pada hari pelaksanaan acara.

b. Kapasitas dan Tata Letak

Lokasi harus mampu menampung seluruh elemen acara, termasuk berbagai zona aktivitas seperti area tari, crafting, puzzle, dan treasure hunt. Selain itu, diperlukan area tambahan untuk registrasi, briefing peserta, serta tempat istirahat guna memastikan kenyamanan dan efisiensi operasional.

c. Nilai Historis dan *Storytelling*

Sebagai bagian dari konsep Sukaria *Race* 2024 yang mengedepankan edukasi budaya dan sejarah, pemilihan venue arena bermain di kawasan bernilai historis akan memperkaya pengalaman peserta serta memperkuat elemen *storytelling* dalam permainan.

d. Koordinasi dengan Pihak Terkait

Proses survei lapangan dan diskusi dengan pihak perizinan, dilakukan untuk memastikan *venue* arena bermain yang dipilih sesuai dengan kebutuhan acara serta mendapatkan dukungan operasional yang optimal.

Berikut adalah daftar beberapa kawasan yang berpotensi menjadi *venue* arena bermain Sukaria Race 2024:

Tabel 2. 5. Daftar Kawasan yang Berpotensi Menjadi Venue Arena Bermain Sukaria Race 2024

No	Kawasan
1.	Pecinan Semarang
2.	Kota Lama Semarang
3.	Erevelde Kalibanteng
4.	Kampung Pelangi Semarang

2.3.7 Mengurus Perzininan Acara

Dalam persiapan rangkaian kegiatan Sukaria Race 2024, penyelenggara memerlukan dukungan dari berbagai pihak guna memastikan kelancaran dan keberhasilan acara. Salah satu aspek krusial yang menjadi tanggung jawab *Production/Logistic Manager* adalah pengurusan perizinan. Tugas ini mencakup identifikasi jenis perizinan yang diperlukan, koordinasi dengan *Administration Manager* dalam penyusunan dan pengajuan dokumen resmi, serta komunikasi dengan instansi terkait. *Production/Logistic Manager* bertanggung jawab memastikan bahwa seluruh persyaratan administratif terpenuhi sesuai dengan regulasi yang berlaku, termasuk izin penggunaan lahan, izin keramaian, serta izin dari pihak terkait lainnya. Kolaborasi yang efektif dengan *Administration Manager* menjadi kunci untuk mempercepat proses perizinan, mengantisipasi potensi kendala administratif, serta memastikan acara dapat berjalan tanpa hambatan hukum atau teknis.

Salah satu perizinan utama yang harus diurus adalah izin penggunaan kawasan Kota Lama Semarang, yang mencakup peminjaman fasilitas *Oudetrap Theatre* dan Taman Srigunting. *Production/Logistic Manager* berkoordinasi dengan *Administration Manager* untuk menyiapkan surat permohonan kepada Dinas Budaya

dan Pariwisata Kota Semarang serta Badan Pengelola Kegiatan Kota Lama. Selain itu, *Production/Logistic Manager* juga bertanggung jawab dalam perizinan lokasi pos tantangan terakhir dan acara penutupan di Pringsewu. Untuk aspek keuangan, koordinasi dilakukan dengan *Finance Manager* guna memastikan pembayaran lokasi yang dikenai biaya dapat diselesaikan tepat waktu. ([Klik untuk mengakses Surat pengajuan perzinan menggunakan Oudetrapp Theater dan Taman Srigunting](#))

2.4 PIC Event Capture The Clue

Sebagai *PIC Event Capture The Clue*, memiliki tanggung jawab besar dalam menyukseskan jalannya kompetisi ini, di mana setiap tugas yang diberikan oleh *Event Manager* harus dijalankan dengan teliti dan terorganisir. Tugas utama yang diemban oleh *PIC* meliputi beberapa aspek penting dalam perencanaan dan pelaksanaan acara, yang secara keseluruhan berkontribusi pada kelancaran kompetisi.

2.4.1 Membantu Perancangan Konsep Awal Acara

Setelah berdiskusi dengan *Bersukaria Tour Organizer*, disepakati untuk mengadakan *Pre-Event* sebelum *Main Event*, yakni *Capture The Clue*. Acara ini merupakan kompetisi fotografi yang mengombinasikan kemampuan dalam memecahkan petunjuk dengan keterampilan fotografi. Dalam perlombaan ini, peserta akan ditantang untuk mengabadikan tiga bangunan bersejarah yang terletak di kawasan Kota Lama, Semarang, pada 30 November 2024.

Berbeda dari kompetisi fotografi konvensional, *Capture The Clue* memberikan petunjuk kepada peserta melalui serangkaian *clue* yang dikirimkan via *WhatsApp Group* khusus. Petunjuk tersebut disusun langsung oleh *Bersukaria Tour Organizer* sebagai klien penyelenggara. Kompetisi ini terbuka bagi mahasiswa serta masyarakat umum yang memiliki minat di bidang fotografi, dengan target jumlah peserta 10 orang dari berbagai kalangan usia.

Bersama *Event Manager*, disepakati bahwa peserta akan dikenakan biaya pendaftaran sebesar Rp 25.000, dengan total hadiah Rp 500.000

yang akan dialokasikan untuk tiga pemenang, yaitu Juara 1, Juara 2, dan Juara Favorit. Rincian pembagian hadiah adalah sebagai berikut:

1. Juara 1: Rp 250.000
2. Juara 2: Rp 150.000
3. Juara Favorit: Rp 100.000

Penetapan biaya pendaftaran serta total hadiah ini didasarkan pada hasil riset yang dilakukan oleh tim pelaksana terhadap berbagai kompetisi fotografi serupa yang pernah diselenggarakan di Kota Semarang. Keputusan ini bertujuan untuk menjaga relevansi acara dengan pasar lokal sekaligus menarik minat peserta.

2.4.2 Membuat Peraturan dan Ketentuan Penilaian Kompetisi

Sebagai bagian dari persiapan rangkaian acara Sukaria Race 2024, kompetisi *Capture The Clue* memerlukan peraturan dan ketentuan penilaian yang jelas guna memastikan jalannya perlombaan yang adil dan terstruktur. Setelah *Event Manager* menyusun draft awal mengenai peraturan dan sistem penilaian, *PIC Event* bertanggung jawab untuk mengembangkan dan menyempurnakan aturan tersebut. Proses ini dilakukan melalui koordinasi intensif dengan *Event Manager* dan klien yaitu *Bersukaria Tour Organizer* untuk memastikan semua aspek teknis telah diatur dengan matang, termasuk mekanisme perlombaan, batas waktu pengunggahan karya, aturan bermain, serta standar penilaian yang objektif dan transparan.

Peraturan yang dibuat mencakup berbagai ketentuan, seperti syarat peserta yang mewajibkan kepemilikan akun *Instagram* aktif serta pendaftaran melalui pembayaran yang telah ditentukan. Selain itu, peserta juga diwajibkan bergabung dalam grup *WhatsApp* resmi untuk menerima informasi lomba secara langsung. Mekanisme perlombaan dirancang agar kompetisi dapat berjalan secara daring, di mana peserta akan menerima tiga petunjuk (*clue*) yang harus diterjemahkan ke dalam karya fotografi sesuai dengan tema yang diberikan. Setiap foto yang diunggah ke *Instagram* peserta harus dilengkapi dengan deskripsi sejarah

bangunan yang difoto serta mencantumkan *hashtag* dan *mention* *Instagram* Sukaria Race, *Bersukariawalk*, dan pihak sponsor .

Waktu pelaksanaan dan pengumpulan karya juga diatur secara ketat, di mana peserta hanya memiliki waktu hingga pukul 17.00 WIB untuk mengunggah hasil foto mereka. Foto yang diunggah setelah batas waktu tidak akan dinilai. Selain itu, aturan hak cipta ditetapkan dengan ketentuan bahwa kepemilikan foto tetap menjadi milik peserta, tetapi penyelenggara berhak menggunakan foto tersebut untuk keperluan promosi dan dokumentasi tanpa kompensasi tambahan. Untuk menjamin integritas kompetisi, peraturan mengenai diskualifikasi juga diterapkan, termasuk larangan mengedit foto secara berlebihan, penggunaan karya orang lain, serta pelanggaran terhadap mekanisme unggahan yang telah ditetapkan.

Dalam menentukan pemenang, *PIC Event* bersama *Event Manager*, klien, dan juri menggunakan kriteria penilaian yang terdiri dari tiga aspek utama, yaitu kesesuaian dengan *clue* (50%), teknik fotografi (30%), dan kreativitas (20%). Kesesuaian dengan *clue* menjadi faktor penilaian utama, di mana peserta harus mampu menerjemahkan petunjuk yang diberikan ke dalam foto yang relevan. Teknik fotografi dinilai berdasarkan kualitas gambar, komposisi, dan pencahayaan, sementara kreativitas diukur dari keunikan ide dan inovasi dalam menyajikan karya fotografi. Batasan dalam pengeditan juga telah ditetapkan, di mana hanya pengaturan kontras, *cropping*, dan konversi hitam-putih yang diperbolehkan, sedangkan manipulasi berlebihan dapat mengakibatkan diskualifikasi.

Peraturan dan ketentuan penilaian kompetisi yang telah disusun tidak hanya menjadi acuan utama bagi peserta, juri, dan tim penyelenggara, tetapi juga berperan penting dalam penyusunan petunjuk pelaksanaan dan petunjuk teknis untuk *technical meeting* *Capture The Clue*. ([Klik untuk mengakses syarat dan ketentuan lomba fotografi Capture The Clue](#))

2.4.3 Membuat Petunjuk Pelaksanaan dan Petunjuk Teknis *Technical Meeting*

Setelah menyusun peraturan dan ketentuan penilaian, langkah berikutnya dalam persiapan perlombaan adalah menyusun petunjuk pelaksanaan (juklak) dan petunjuk teknis (juknis) sebagai panduan bagi peserta. Tanggung jawab ini dipegang oleh *PIC Event* untuk memastikan seluruh peserta memahami mekanisme dan aturan yang berlaku dalam kompetisi.

Sebagai bagian dari tahapan ini, akan diadakan *technical meeting* sebelum acara berlangsung. Pertemuan ini menjadi agenda penting yang bertujuan memberikan arahan yang jelas kepada peserta mengenai jalannya perlombaan. Petunjuk pelaksanaan mencakup informasi umum terkait acara, seperti jadwal, lokasi acara, dan tanggal pelaksanaan. Sementara itu, petunjuk teknis menjelaskan secara rinci mekanisme perlombaan, peraturan yang harus dipatuhi, serta ketentuan terkait pemenang dan pembagian hadiah.

Agar seluruh informasi yang disampaikan dalam juklak dan juknis sesuai dengan kesepakatan dan standar yang telah ditetapkan, *PIC Event* berkoordinasi dengan *Event Manager* dalam proses penyusunannya. Informasi tersebut kemudian dirangkum dalam presentasi *PowerPoint* yang akan menjadi panduan utama selama *technical meeting* yang dijadwalkan pada 29 November 2024. ([klik untuk mengakses petunjuk pelaksanaan dan petunjuk teknis](#))

2.4.4 Menentukan Juri

Selanjutnya sebagai *PIC Event*, bertanggung jawab dalam menentukan juri untuk *pre-event Capture The Clue*. Dalam diskusi dengan klien dan *Event Manager*, disepakati bahwa jumlah juri adalah dua orang, yaitu satu perwakilan dari klien dan satu fotografer profesional. *PIC Event* bertugas mencari beberapa kandidat juri yang sesuai dengan kriteria yang ditentukan. Beberapa kandidat yang telah dikumpulkan antara lain Damar Galih, Ismael Rabajjo, dan Salim, yang merupakan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Diponegoro

dengan keahlian di bidang fotografi. Selain itu, terdapat Mas Rifki Maulana, seorang fotografer profesional sekaligus humas Komunitas Fotografi Semarang. Setelah menentukan kandidat, *PIC Event* bertanggung jawab menghubungi mereka satu per satu untuk bernegosiasi mengenai teknis pelaksanaan, jadwal, serta besaran *fee* yang diberikan. Komunikasi awal dengan para kandidat dilakukan secara *online*.

2.4.5 Menentukan Komunitas Fotografi

Untuk meningkatkan partisipasi dari peserta *Sukaria Race 2024* khususnya dalam pre-event *Capture The Clue*, *PIC Event* bertugas mencari dan menentukan komunitas fotografi yang ada di Semarang. Dalam menjalankan tugas ini, *PIC Event* berkoordinasi secara intens dengan *Media Planner*, *Strategist Manager*, *Staff Strategist*, dan *Event Manager* untuk memastikan bahwa pilihan komunitas fotografi yang dijalin kerja sama dapat mendukung tujuan acara.

Koordinasi dengan tim terkait dilakukan untuk menilai kecocokan komunitas fotografi yang dapat diajak berkolaborasi, dengan mempertimbangkan berbagai faktor, seperti pengalaman komunitas dalam mengorganisir event, serta kesesuaian visi dan misi mereka dengan *pre-event Capture The Clue*. Selain itu, *PIC Event* bersama tim juga akan merencanakan strategi untuk mengajak komunitas ini berpartisipasi aktif dalam mempromosikan acara. Dengan melibatkan komunitas fotografi yang relevan, diharapkan dapat meningkatkan kualitas acara serta memperluas jangkauan audiens dan peserta yang sesuai dengan target.

2.4.6 Membuat Form Penilaian

Selanjutnya, dalam persiapan rangkaian acara, sebagai *PIC Event*, salah satu tugas utama adalah membuat *form* penilaian yang digunakan untuk menilai peserta secara objektif dan transparan. Dalam proses pembuatannya, *PIC Event* berkoordinasi secara intens dengan *Event Manager* guna memastikan bahwa *form* penilaian yang dibuat sesuai dengan standar kompetisi serta aspek-aspek yang dinilai.

Form penilaian ini mencakup berbagai kriteria utama yang telah disepakati, seperti kreativitas, teknik fotografi, serta kesesuaian hasil karya dengan tema yang telah ditentukan. *PIC Event* memastikan bahwa sistem skor yang digunakan jelas dan mudah dipahami oleh juri, sehingga penilaian dapat dilakukan secara adil dan akurat. Untuk itu, form ini dirancang dengan sistem evaluasi yang terstruktur, mencakup tiga kriteria utama: kesesuaian dengan clue (50%), teknik fotografi (30%), dan kreativitas (20%).

Setiap peserta akan dinilai secara terperinci berdasarkan clue yang diberikan. Juri akan memberikan skor berdasarkan kejelasan interpretasi *clue* dalam foto yang diunggah peserta, kualitas komposisi visual serta teknik fotografi yang digunakan, serta tingkat kreativitas yang ditampilkan dalam hasil karya. Skor akhir akan diakumulasi dan menjadi dasar dalam menentukan pemenang. ([Klik untuk mengakses form penilaian](#))

2.4.7 Mengupdate Secara Berkala Kepada *Event Manager*

Sebagai *PIC Event*, salah satu tanggung jawab utama adalah memastikan komunikasi yang efektif dan terkoordinasi antara semua pihak yang terlibat dalam pelaksanaan acara, termasuk *Event Manager*. Oleh karena itu, *PIC Event* bertugas untuk mengupdate secara berkala mengenai perkembangan persiapan dan pelaksanaan *pre-event Capture The Clue* kepada *Event Manager*. *Update* ini mencakup berbagai aspek penting, seperti status pendaftaran peserta, persiapan teknis lomba, perkembangan penentuan juri, komunitas fotografi yang terlibat, serta langkah-langkah yang telah diambil untuk memastikan kesuksesan acara. Selain itu, *PIC Event* juga memberikan informasi terkait kendala atau tantangan yang muncul selama proses persiapan dan mencari solusi terbaik bersama tim. ([Klik untuk mengakses komunikasi dengan *Event Manager*](#))