

BAB II
PERSIAPAN SOCIAL MEDIA CAMPAIGN, EVENT MARKETING,
DAN ADS DI KOPI MAJU 57
Sebagai Program Manager, Finance Manager, dan PIC

2.1. Gambaran Umum

Kopi Maju 57 merupakan salah satu bisnis kafe yang berbasis di Kota Semarang. Kafe ini menawarkan banyak pilihan menu makanan dan minuman dengan harga yang terbilang murah, yakni mulai dari Rp 8.000 untuk minumannya, serta makanan mulai dari Rp 30.000. Kopi Maju 57 memiliki potensi dalam persaingan ketat bisnis kafe khususnya di Kota Semarang. Dengan konsep yang cukup unik, Kopi Maju 57 tidak hanya menjual kopi, namun menawarkan tempat berkumpul dan nongkrong yang digemari generasi muda saat ini. Tak banyak kafe di Semarang yang menawarkan konsep serupa dengan milik Kopi Maju 57. Hal ini menjadikan Kopi Maju 57 sebagai salah satu kafe di Semarang dengan harga murah dan menawarkan konsep unik. Konsep kafe menjadi salah satu aspek utama bagi calon customer untuk datang, karena konsep memengaruhi ambience atau suasana didalamnya. Salah satu cabangnya berlokasi strategis di dekat wilayah kampus di daerah Tusam, Banyumanik. Cabang di Tusam ini memiliki potensi lebih dalam menarik calon customer, khususnya mahasiswa. Kopi Maju 57 mengusung konsep “lokal modern” yang terlihat dari pemilihan warna pada design dan interiornya, nama menu yang digunakan, serta telah menjalin kerja sama dengan beberapa UMKM di Kota Semarang. Kerja sama yang terjalin ini berupa titip jual produk dan UMKM sebagai produsen untuk bahan baku yang digunakan di Kopi Maju 57. Saat ini, sosial media yang aktif dimanfaatkan oleh Kopi Maju 57 hanyalah Instagram dan TikTok. Namun, mereka belum sepenuhnya fokus promosi melalui sosial media. Unggahan di Instagram maupun TikTok terbilang sangat jarang, bahkan belum tentu setiap bulan ada unggahan baru. Padahal, dengan followers sekitar 4.300, Kopi Maju 57 bisa mendapatkan perhatian audiens lebih mudah karena jumlah followers yang cukup banyak.

2.2. Program Manager

Peranan program manager tidak lepas dari tanggung jawab penuh agar program karya bidang bisa mencapai objektif yang telah ditentukan di awal proyek. Kewajiban dan peran utama seorang program manager antara lain, memastikan seluruh rangkaian proyek bisa terlaksana dengan baik, berkomunikasi secara efektif dan rutin dengan klien, mengatur timeline setiap *tools* dalam proyek karya bidang supaya bisa selesai tepat waktu, membagi tugas dan peranan utama tiap-tiap anggota kelompok, serta tak lupa melakukan evaluasi pada setiap pekerjaan anggota. Pembagian tugas dan peran tiap anggota antara lain ialah *Data Executive & Event Planner*, *Account Executive*, *Creative & Copywriting*, serta *Media & Content Planner*. Tugas lain program manager ialah berkolaborasi dengan anggota untuk memastikan bahwa proyek yang telah dirancang dapat diimplementasikan dengan optimal. Selain itu, program manger juga menyusun *Key Performances Individu (KPI)* bersama anggota lainnya sebagai alat pengukur keberhasilan. Program manager bukan hanya mengawasi atau melakukan controlling, tetapi juga bertanggung jawab penuh dalam mengidentifikasi kemungkinan risiko yang muncul serta perlu menyusun solusi untuk mengatasi permasalahan tersebut. Setelah rangkaian proyek dijalankan, program manager memimpin evaluasi kinerja tim dan memastikan seluruh rangkaian acara telah sukses dilaksanakan.

2.2.1 Bertanggung Jawab Terkait Kinerja Anggota Selama Persiapan Rangkaian Acara dan Setelah Acara

Program manager bukan hanya bertanggung jawab dalam mengarahkan, merancang, dan memantau strategi proyek, namun program manager memiliki peran penting untuk mengontrol, mengawasi, serta mengkoordinasi anggota kelompok. Tugas lain seorang program manager ialah memastikan bahwa seluruh anggota melaksanakan kewajiban dan perannya masing-masing secara maksimal. Hal ini bertujuan supaya objektif yang telah dirancang bisa tercapai dengan baik. Selama pelaksanaan rangkaian proyek, penulis sebagai pemimpin kelompok wajib berkomunikasi terkait kesulitan atau masalah yang dihadapi anggota

kelompok yang berhubungan dengan proyek yang sedang dijalankan. Komunikasi yang terjalin diharapkan mampu memunculkan jalan keluar dari permasalahan yang ada.

Secara aktif pula penulis memantau progress dari tugas anggota kelompok. Selain memantau anggota kelompok, penulis secara aktif memberikan solusi atau *feedback* secara konstruktif dan memastikan solusi tersebut dipahami dengan baik oleh anggota supaya tidak terjadi kesalahpahaman di dalam internal kelompok. Solusi yang diberikan oleh program manager harus tepat untuk meningkatkan efisiensi kerja anggota, mengoptimalkan sumber daya yang ada, ataupun menyesuaikan tugas supaya lebih relevan dan sesuai dengan kemampuan setiap anggota kelompok. Melalui pendekatan yang terstruktur, tugas lain program manager ialah memastikan bahwa semua anggota kelompok bekerja sama dengan sinergis dan sesuai visi misi bersama.

Secara berkala pula penulis bertugas melaksanakan evaluasi kerja untuk memastikan bahwa semua elemen dalam rangkaian proyek terlaksana dengan optimal dan sejalan dengan objektif yang telah disepakati bersama. Evaluasi yang dilakukan mencakup pemantauan terhadap kerja atau tugas yang telah diimplementasikan oleh anggota kelompok terhadap pencapaian target, kualitas hasil kerja, serta seberapa efektif strategi yang disusun dalam eksekusi proyek. Program manager mengidentifikasi bagaimana tugas anggota telah dilaksanakan. Apabila dalam evaluasi ditemukan ketidaksesuaian, maka program manager bertugas merancang langkah perbaikan, melalui perencanaan strategi, pembagian tugas yang lebih baru dan optimal, serta komunikasi dengan efektif kepada anggota. Sehubungan dengan adanya evaluasi secara berkala, penulis mampu menstabilkan supaya seluruh rangkaian proyek bisa mencapai hasil yang diinginkan sesuai dengan *timeline* yang telah didiskusikan bersama.

2.2.2 Menjadi Narahubung Utama dengan Owner Kopi Maju 57 sebagai Klien

Peran penting lainnya bagi seorang program manager ialah berkoordinasi dengan pihak klien supaya apa yang dibutuhkan oleh klien bisa terpenuhi dengan baik sesuai visi dan misi bersama. Maka, sebelum merancang proyek dan melaksanakannya, program manager berkewajiban memahami permasalahan komunikasi, visi misi, serta ekspektasi klien terhadap proyek yang akan dilangsungkan. Masalah komunikasi yang dimiliki oleh Kopi Maju 57 sebagai klien diharapkan mampu teratasi dengan hadirnya proyek karya bidang ini. Oleh karena itu, penulis memiliki tugas utama untuk berkomunikasi secara intensif dengan klien guna mendapatkan strategi tepat untuk mengatasi masalah komunikasi yang ada. Komunikasi menjadi elemen utama baik antar pihak internal, *stakeholder* eksternal, hingga partnership yang nantinya akan terlibat selama proses pelaksanaan proyek karya bidang ini.

Sebagai program manager, tugas yang dilaksanakan perlu fokus pada kepentingan klien. Mengelola dan menjaga komunikasi dua arah menjadi tugas lain dari program manager. Komunikasi rutin yang dilakukan mencakup penyampaian hasil evaluasi dan perkembangan terkait proyek yang dilaksanakan. Selain itu, penulis wajib memiliki kemampuan mengidentifikasi kemungkinan risiko atau masalah yang berpotensi menghambat kelancaran proyek, dan perlu mengambil keputusan terkait tindakan mitigasi jika diperlukan. Melalui komunikasi yang efektif, diharapkan ada pemahaman mendalam terhadap kebutuhan klien sehingga membantu menciptakan proyek yang memberikan kepuasan serta nilai tambah bagi klien.

Sejak awal proyek dijalankan, komunikasi yang terjalin antara klien dengan kelompok karya bidang harus mengedepankan tujuan atau objektif yang telah disetujui bersama. Disisi lain, program manager bertanggung jawab penuh dalam pelaksanaan proyek yang bertujuan untuk meningkatkan brand *awareness* calon customer terhadap Kopi Maju 57

sebagai kafe yang menjunjung konsep ‘lokal modern’ dan kafe yang cocok untuk berkumpul atau *nongkrong*. Kebutuhan klien dalam meningkatkan *brand awareness* sampai ke titik *brand recognition* diawali dengan perancangan konsep yang melibatkan internal kelompok karya bidang dengan klien. Hal ini bertujuan agar tujuan atau objektif yang nantinya ditetapkan bisa sesuai dengan kebutuhan klien dan mencapai hasil optimal. Dalam tugasnya sebagai narahubung, program manager juga berperan dalam mengumpulkan feedback atau saran dari klien sebagai bahan evaluasi proyek. Hal ini bertujuan untuk menyusun strategi yang lebih efektif di masa mendatang melalui pendekatan yang sistematis dan komunikatif.

2.2.3 Memimpin Pelaksanaan Rapat Rutin Internal

Dalam kapabilitas melaksanakan rapat rutin internal, program manager bertugas mengoordinasikan dan memimpin seluruh rangkaian rapat. Hal ini bertujuan memastikan keseluruhan proyek mulai dari persiapan, pelaksanaan, hingga proyek selesai bisa berjalan sesuai tujuan yang ditetapkan. Penulis sebagai program manager bertugas menjadwalkan rapat rutin internal dengan membahas topik yang relevan terkait proyek. Dalam rapat internal tersebut, program manager wajib mendahulukan opini anggotanya dan memfasilitasi jalannya diskusi. Semua pendapat dan kesulitan anggota selama melaksanakan proyek akan ditampung dan dicari jalan keluar bersama supaya tidak memberatkan kerja anggota. Hasil rapat akan dipastikan kembali supaya bisa diimplementasikan dengan baik melalui strategi yang jelas dan terukur.

Selama rapat berlangsung, penulis bertugas mencatat hal-hal penting yang menjadi bahasan, seperti saran, permasalahan, dan yang lainnya untuk dijadikan kesimpulan di akhir rapat nanti. Setelah membuat kesimpulan, program manager bersama anggota lainnya juga wajib menetapkan langkah lanjutan dalam pelaksanaan proyek. Program manager juga berwenang untuk menyusun strategi dan memastikan

semuanya sinkron dalam mendukung keberhasilan proyek secara keseluruhan.

2.2.4 Membagi Peranan dan Tugas Setiap Anggota Karya Bidang

Anggota kelompok tentu memiliki peran dan tanggung jawab masing-masing. Peran dan tugas setiap individu dalam kelompok ini didiskusikan dan dibagi oleh program manager. Pembagian peranan dan tugas setiap anggota ini ditujukan untuk mencapai objektif bersama secara optimal. Pembagian dan pembentukan peran ini disesuaikan dengan kapabilitas anggota supaya tugas yang dilakukan bisa membuahkan hasil yang baik. Tugas dan peran yang dibagi harus efektif dan terkoordinasi dengan baik. Berikut peran dan tugas setiap individu di dalam kelompok karya bidang:

1. Rizky Putra Adriansyah
 - a. Tugas Account Executive
 - Mencari keperluan logistik saat pelaksanaan acara.
 - Berkomunikasi dengan anggota tim operasional untuk memastikan keperluan terpenuhi tanpa ada kurang.
 - Berkomunikasi dengan partnership serta klien selama acara berlangsung terkait kebutuhan partner atau klien seperti meja, kursi, dan perlengkapan logistik lainnya.
 - b. Tugas Sponsorship
 - Menyusun proposal sponsorship, menghubungi, serta melakukan negosiasi atau kesepakatan dengan pihak sponsorship
 - c. Tim Production Content
 - Menjadi director saat hari pembuatan konten kampanye di Instagram.
 - Mengelola peralatan produksi konten seperti kamera dan tripod.
 - Mengarahkan talent atau objek yang menjadi fokus konten.

- Melakukan pengecekan hasil rekaman sesuai dengan plan sebelum meninggalkan lokasi produksi.

2. Muhammad Ananfal Zauhair

A. Tugas Data Executive

- Membuat dan melakukan penelitian atau riset.
- Menelaah serta menganalisis hasil penelitian atau riset.

B. Tugas Event Planner

- Berdiskusi dengan anggota dan merancang konsep acara.
- Membuatkan script untuk MC di hari pelaksanaan acara.
- Mencari peserta Lokakarya Maju “Berkumpul Bersama Maju”.
- Membuat rundown acara.

3. Abi Dzar Dimasyqi

A. Tugas Creative

- Merancang desain konten yang akan diunggah di feed Instagram sebagai bagian kampanye.
- Membuat desain rundown dan cue card untuk MC di hari pelaksanaan.
- Membuat template untuk diunggah di Instagram Story.
- Merancang desain poster Lokakarya Maju dan Lomba “Potret 57”.
- Mengedit foto untuk keperluan feeds dan Instagram story sebagai bagian dari kampanye.
- Mengedit Video untuk keperluan reels di Instagram.
- Membuat aftermovie acara Lokakarya Maju “Berkumpul Bersama Maju”

B. *Photo & Videographer Content Campaign*

- Mengambil foto dan video untuk materi kampanye di Instagram.

- Mengambil footage di hari pelaksanaan acara untuk aftermovie.

4. Nadya Kinanti

A. Tugas Social Media Manager (media & content planner)

- Melakukan analisis dan menentukan media yang akan digunakan untuk Lokakarya Maju “Berkumpul Bersama Maju”.
- Mencari dan menjalin kerja sama dengan media partner.
- Membuat plan dan jadwal unggah media partner.
- Membuat jadwal upload konten untuk kampanye di Instagram @Kopimaju57.
- Merancang content plan beserta brief content untuk materi unggah di Instagram Kopi Maju 57.
- Memastikan konten yang diunggah sesuai dengan plan dan keinginan klien.
- Menyiapkan key message atau isi pesan dalam poster dan menyerahkannya kepada tim design.

B. Tugas Front desk

- Mendata audiens yang hadir dalam Lokakarya Maju “Berkumpul Bersama Maju”

2.2.5 Monitoring Selama Social Media Campaign, Event Marketing, dan Ads Berlangsung

Program manager memiliki kewajiban untuk memantau dan mengontrol berjalannya proyek yang meliputi social media campaign, event marketing, serta ads (iklan berbayar). Performa kampanye di Instagram @kopimaju57 dipantau dan dianalisis melalui aspek utama seperti engagement (likes, comments, shares), reach, dan impressions setiap konten yang diunggah. Monitoring selama kampanye berlangsung dimaksudkan untuk mengukur sudah seberapa efektif strategi atau konten-konten yang diunggah untuk menaikkan *brand awareness*. Disisi lain,

strategist wajib memantau berjalannya acara (Workshop Berkumpul Bersama Maju) agar branding, komunikasi, dan interaksi dengan peserta bisa berjalan sesuai yang ditetapkan sehingga bisa mendorong naiknya brand *awareness*. Sementara itu, strategist juga bertugas memantau performa iklan berbayar, melakukan pengaturan budget untuk ads, serta pengoptimalisasian ads berdasarkan data yang diperoleh. Insight yang didapatkan melalui kampanye, event, serta ads bisa menjadi bahan evaluasi untuk proyek selanjutnya. Wajib bagi strategist untuk memonitoring secara ketat dan berbasis data supaya pelaksanaan proyek tetap berjalan dengan maksimal.

2.3.Finance Manager

Tugas utama finance manager adalah mengelola keuangan yang masuk dan keluar selama berjalannya proyek. Berjalannya proyek agar sesuai dengan anggaran yang ada merupakan tanggung jawab utama seorang finance manager. Tugas-tugasnya terdiri penyusunan anggaran, pengalokasian dana, serta memastikan bahwa anggaran yang dikeluarkan sesuai tujuan proyek. Seorang finance manager tak lepas dari tugasnya yang mengawasi arus keluar masuknya anggaran guna menjaga stabilitas finansial. Selain itu, wajib bagi finance manager untuk mengevaluasi laporan keuangan dan mengidentifikasi risiko mengenai masalah keuangan. Kewajiban lainnya ialah finance manager perlu melaporkan berbagai transaksi yang terjalin selama proyek berlangsung kepada anggota tim serta pihak klien. Kemudian, seluruh pembiayaan terkait partnership, kebutuhan acara, kebutuhan kampanye, dan kebutuhan ads (iklan berbayar) wajib dibuatkan laporan secara rinci untuk menghindari adanya masalah yang tidak diinginkan.

2.4. PIC Social Media Campaign, Event Marketing, dan Ads

Seorang PIC wajib mengkoordinasi anggota tim dalam menjalankan acara dan kampanye. Kemudian, bersama account executive, PIC wajib bekerja

sama dan berdiskusi terkait anggaran serta jadwal ads konten di Instagram. Utamanya, dalam menjalankan acara, PIC bertanggung jawab dalam pengaturan jadwal dari persiapan hingga acara mulai, memastikan kebutuhan atau logistik di hari acara berlangsung tidak ada masalah, serta memastikan kembali setiap detail elemen acara. Selain berkomunikasi dengan internal tim, PIC wajib memiliki peran dalam mengkoordinasi peserta, partnership, sponsorship, serta pihak klien yang hadir dalam acara. Bersama media planner, PIC memiliki peran dalam memastikan seluruh konten terunggah dengan hashtag dan caption sesuai tujuan kampanye.

2.4.1 Merancang Konsep Campaign

Sebagai PIC, wajib berkoordinasi dengan media planner untuk merancang konsep kampanye yang bisa mendorong keberhasilan objektif. Melalui brand attribute yang dimiliki oleh Kopi Maju 57, konsep yang diimplementasikan adalah ‘lokal modern’ dengan kafe sebagai tempat untuk berkumpul atau menghabiskan waktu. Setelah merancang konsep, konten yang akan diproduksi juga perlu didiskusikan bersama supaya tetap sejalan dengan key message yang ingin disampaikan. Selain mengunggah konten dengan hashtag kumpul bersama maju, kampanye memiliki beberapa rangkaian didalamnya termasuk games, giveaway, serta lomba foto. Games dalam kampanye bertujuan menarik audiens lebih banyak dan mengajak mereka untuk mengunjungi profile Instagram Kopi Maju 57. Disisi lain, lomba foto yang diadakan dimaksudkan untuk mengajak calon customer lomba foto sekaligus mengunjungi gerai Kopi Maju 57. Peserta lomba diwajibkan mengunggah sudut favorite mereka di Kopi Maju 57 di Instagram pribadi menggunakan hashtag kumpul bersama maju. Lomba foto ini memiliki penamaan “Lomba Potret 57”. Konsep kampanye ini bertujuan untuk secara tidak langsung mengajak audiens datang ke Kopi Maju 57.

2.4.2 Merancang Konsep Event

Bersama dengan event planner, PIC merancang konsep yang akan diangkat dalam acara. Mulai dari penamaan acara, alur acara, waktu dan

tempat, sampai detail detail penting lainnya yang ada dalam acara. PIC melakukan rapat dengan pihak klien untuk menentukan bagaimana acara akan dijalankan. Acara yang menjunjung konsep ‘lokal modern’ dan berkumpul ini diadakan di Kopi Maju 57 cabang Tusam dengan menyasar Gen Z yang berdomisili di Kota Semarang dan sering menghabiskan waktu di kafe. Dengan melakukan partnership bersama UMKM lokal, konsep lokal ingin disampaikan kepada audiens sebagai bentuk pengenalan brand. Selain itu, ‘Berkumpul bersama Maju’ yang merupakan workshop beads crafting ini ditujukan untuk menjadi pengisi waktu luang Gen Z sembari berkumpul dengan orang terdekat.

2.4.3 Membuat Persyaratan Peserta Lomba Foto Sebagai Bagian dari Social Media Campaign

Persyaratan pendaftaran peserta didiskusikan oleh PIC bersama dengan media planner. Calon peserta wajib tahu syarat untuk mengikuti lomba foto dalam social media campaign yang dirancang. Berikut persyaratan bagi pendaftar:

1. Peserta mengunggah foto sudut favorite pilihan di Kopi Maju 57 di Instagram pribadi (non-private) dan menjelaskan arti foto tersebut di caption.
2. Peserta wajib menggunakan hashtag #kumpulbersamamaju, tag tiga teman untuk ikut, serta tag instagram akun @KopiMaju57.
3. Peserta mengunggah foto yang akan dilombakan di instagram story masing-masing.
4. Waktu lomba dibuka dari tanggal 3 – 15 Februari 2025.
5. Peserta lomba wajib follow akun instagram @KopiMaju57 dan likes 5 postingan terbaru.

2.4.4 Berkoordinasi dengan Event Planner

Sebagai PIC, wajib berkoordinasi dengan event planner terkait kelancaran acara. PIC dan event planner berkewajiban memastikan

konsep, tema, dan strategi yang telah didiskusikan bisa terealisasi dengan baik. Jika tugas event planner lebih kepada merancang, seperti mengarahkan dan fokus di detail acara (rundown, target peserta, dan logistik), PIC bertugas untuk mengimplementasikan semua elemen tersebut dengan anggota tim operasional di hari h acara. PIC bersama dengan event planner, berkolaborasi supaya proyek atau acara yang dijalankan bisa sinkron dengan yang telah direncanakan serta mencegah adanya kemungkinan muncul masalah.

2.4.5 Berkoordinasi dengan Klien dan Partnership

Selain koordinasi dengan event planner, PIC utamanya juga berkomunikasi dengan pihak klien dan partnership yang terlibat di hari acara berlangsung. Klien yang datang untuk mengawasi jalannya acara wajib tahu mengenai detail acara yang akan berlangsung. Kemudian, partnership yang hadir sebagai pembicara juga melakukan koordinasi dengan PIC terkait teknis acara. Koordinasi antara PIC dengan pihak klien dan eksternal partnership bertujuan untuk menjaga sinkronisasi dan memastikan acara yang sedang berjalan tetap dalam tujuan awal. Pada hari acara berlangsung, PIC wajib memastikan seluruh pihak yang terlibat (partnership, peserta, dan sponsorship) mendapatkan informasi yang jelas mengenai acara. Melalui koordinasi yang efektif, PIC memeriksa bahwa hubungan dengan klien dan partnership bisa berlangsung dengan baik demi mencapai objektif bersama.

2.4.6 Monitoring Peserta Event Marketing

Pada hari pelaksanaan acara, PIC memiliki tanggung jawab utama dalam mengawasi dan mengelola peserta yang hadir. Peserta yang ingin mengikuti acara “Berkumpul Bersama Maju” sebelumnya telah melakukan pendaftaran secara daring melalui Google Forms sebagai langkah awal dalam proses registrasi. Namun, untuk memberikan fleksibilitas kepada calon peserta, panitia juga menyediakan opsi pendaftaran langsung di lokasi acara (on the spot). Dalam pelaksanaannya, acara ini menargetkan sebanyak 30 peserta, sehingga PIC

harus secara aktif melakukan pengawasan terhadap jumlah peserta yang hadir guna memastikan target tersebut tercapai. Selain itu, PIC juga bertanggung jawab untuk melakukan pencatatan kehadiran peserta serta memastikan bahwa setiap peserta yang telah mendaftar benar-benar hadir dalam acara. Data kehadiran ini kemudian akan dilaporkan secara berkala kepada pihak Kopi Maju 57 sebagai klien untuk menjaga transparansi dan akurasi dalam pelaksanaan acara.

Selain pengelolaan peserta, PIC juga berperan dalam mengoordinasikan aspek-aspek teknis lainnya, seperti memberikan arahan kepada peserta, membantu kelancaran proses registrasi di lokasi, serta memastikan bahwa seluruh peserta merasa nyaman selama acara berlangsung. Dengan adanya pengawasan yang ketat dan komunikasi yang efektif, diharapkan acara dapat berjalan sesuai dengan rencana dan memberikan pengalaman yang baik bagi peserta maupun pihak penyelenggara.

2.4.7 Menjadi Master of Ceremony (MC) Acara

Selain bertanggung jawab dalam mengawasi jalannya acara pada hari pelaksanaan, penulis juga menjalankan peran penting sebagai Master of Ceremony (MC). MC memegang peranan krusial dalam kesuksesan suatu acara karena menjadi penghubung utama antara penyelenggara, peserta, serta seluruh pihak yang terlibat. MC bertugas untuk membawa acara agar berjalan dengan lancar, menarik, dan sesuai dengan alur yang telah direncanakan. MC juga memiliki tanggung jawab untuk menyampaikan berbagai informasi penting yang harus diketahui oleh peserta, seperti rundown acara, peraturan, hingga pengumuman terkait aktivitas yang sedang berlangsung. Selain itu, MC harus mampu menyesuaikan diri dengan dinamika acara, baik itu dalam hal mengatur waktu, mengisi kekosongan ketika ada jeda, maupun mengatasi situasi yang tidak terduga di lapangan.

2.5. Menjadi PIC dalam Pemasangan Ads di Instagram @Kopimaju57

Penulis memegang tanggung jawab pula dalam pemasangan ads atau iklan berbayar. Ads dipilih sebagai salah satu tools untuk menaikkan awareness karena dapat menjangkau audiens lebih banyak. Melalui ads, pengelola ads bisa membuat kategori sendiri mengenai spesifikasi audiens yang akan tertera iklan. PIC ads membuat kategori seperti umur, domisili, dan psikografi dari calon audiens. Selain itu, PIC bersama account executive juga menyusun jadwal dan menganalisis konten-konten apa yang akan digunakan dalam pemasangan ads. Pengelolaan biaya, jadwal, serta kategori audiens yang menjadi target ads merupakan tugas utama dari seorang PIC. Biaya yang dikeluarkan untuk penggunaan ads harus bisa memenuhi dan mendukung ketercapaian objektif yang telah disepakati di awal.