

BAB II

DESKRIPSI KLIEN DAN PROGRAM KOMUNIKASI

Pada bab ini akan menguraikan secara rinci mengenai perencanaan dan persiapan yang dilakukan penulis sebagai *Account Executive* dalam mendukung pelaksanaan kegiatan karya bidang yang melibatkan klien, yaitu Palette Coffee & Space. *Account Executive* bertanggung jawab menjadi penghubung utama untuk melakukan komunikasi dan koordinasi antara klien dengan pihak eksternal guna memastikan kelancaran acara. *Account Executive* memastikan seluruh kebutuhan klien terpenuhi selama proses pelaksanaan kegiatan. Selain itu, *Account Executive* bertanggung jawab dalam menyiapkan kebutuhan *partnership* dalam kegiatan seperti *Workshop* dan *Pop-up Store*. Persiapan yang dilakukan penulis sebagai *Account Executive* meliputi proses negosiasi serta penyampaian informasi terkait konsep dan teknis acara kepada *partnership*. Selain itu, dalam *Campaign Video* *Account Executive* juga berperan sebagai koordinator utama dengan pihak eksternal untuk menjamin kelancaran komunikasi dan kerja sama. Dengan peran strategis ini, *Account Executive* memastikan setiap aspek acara berjalan sesuai rencana dan mendukung kesuksesan kegiatan. Teori *Stakeholder* yang dikemukakan oleh Freeman (1984) menjadi landasan yang relevan dalam memahami bagaimana peran *Account Executive* tidak hanya berfokus pada kepentingan internal, tetapi juga mempertimbangkan dampak dari setiap strategi yang diterapkan terhadap berbagai *stakeholder* (Agustine & Ratmono, 2024).

2.1. Deskripsi Klien

Dalam pelaksanaan karya bidang ini, akan bekerja sama dengan Palette Coffee & Space, sebuah kafe yang berlokasi di Jl. Banjarsari Barat No. 10, Tembalang, Semarang. Palette Coffee & Space merupakan kafe yang masih tergolong baru, dengan masa operasional kurang dari satu tahun. Meskipun masih dalam tahap pengembangan, kafe ini telah berhasil menarik perhatian banyak pengunjung dengan konsep unik dan berbeda dari kafe lain di sekitarnya. Palette Coffee & Space menjadi satu-satunya kafe yang memiliki konsep *funky artsy* serta menyediakan fasilitas *self photo studio* di dalamnya. Dengan

mengedepankan tema *funky artsy*, Palette Coffee & Space menghadirkan suasana yang ceria, ekspresif, dan kreatif yang tercermin dari desain interior dan elemen dekoratifnya. Desain interior Palette Coffee & Space memadukan warna-warna cerah dengan mural bergaya *doodle art* pada dinding, menciptakan atmosfer yang penuh keceriaan dan kreativitas. Selain itu, kafe ini juga dihiasi dengan berbagai lukisan, ornamen unik, serta elemen dekoratif berwarna-warni yang memperkuat identitasnya sebagai tempat yang artistik. Keberadaan tanaman hias di berbagai sudut ruangan turut menambah kesan estetik dan menyegarkan.



Gambar 2.1 Coretan Mural di Dinding



Gambar 2. 2 Lukisan di Palette Coffee & Space

Kafe ini terdiri dari tiga lantai yang dirancang untuk memberikan kenyamanan bagi pengunjung. Lantai pertama mencakup area *indoor smoking room*, *outdoor*, serta *indoor non-smoking room*. Lantai kedua dilengkapi dengan *indoor ac non smoking room*, *self-photo studio*, VIP room, serta area balkon yang

menawarkan pemandangan area luar kafe. Sementara itu, lantai ketiga merupakan area *rooftop* terbuka yang luas, memberikan suasana santai dengan panorama yang menarik, cocok untuk bersantai atau berkumpul bersama teman maupun keluarga.



Gambar 2.3 Kafe Palette Coffee & Space



Gambar 2. 4 Lantai 1 *Indoor Non Smoking*



Gambar 2.5 Lantai 1 *Indoor Smoking Room*



Gambar 2.6 Lantai 2



Gambar 2.7 Lantai 3 Rooftop

Palette Coffee & Space beroperasi setiap hari, dari Senin hingga Minggu, dengan jam operasional mulai pukul 12.00 siang hingga 01.00 dini hari. Salah satu daya tarik utama yang membedakan Palette Coffee & Space dari kafe lain di sekitarnya adalah keberadaan fasilitas *self-photo studio*. Dengan adanya fasilitas ini, pengunjung tidak hanya dapat menikmati sajian makanan dan minuman, tetapi juga memiliki kesempatan untuk mengabadikan momen bersama. Fasilitas *self-photo studio* tersedia dari Senin hingga Sabtu, beroperasi mulai pukul 13.00 hingga 22.00. Pengunjung yang ingin menggunakan fasilitas ini diharuskan melakukan transaksi terlebih dahulu di Palette Coffee & Space. *Self-photo studio* ini berlokasi di lantai dua, dengan pilihan paket harga sebagai berikut:

- Rp 35.000 untuk durasi 15 menit per sesi, dengan seluruh hasil foto dikirimkan dalam bentuk *soft file* melalui email.

- Rp 40.000 untuk durasi 15 menit per sesi, dengan hasil foto dalam bentuk *soft file* yang dikirimkan melalui email serta mendapatkan satu foto cetak berukuran 4R.
- Pengunjung juga memiliki opsi untuk mencetak foto tambahan dengan biaya Rp 8.000 per lembar.

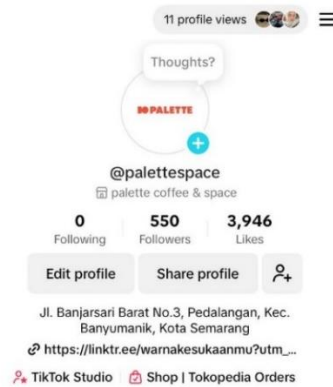


Gambar 2.8 Fasilitas *Self Photo Studio*

Selain itu, Palette Coffee & Space juga memanfaatkan media sosial secara optimal untuk menjangkau audiens yang lebih luas melalui strategi konten kreatif dan relevan. Dengan memanfaatkan platform seperti Instagram dan TikTok, kafe ini berupaya meningkatkan eksposur merek serta menarik pelanggan baru. Saat ini, akun Instagram Palette Coffee & Space memiliki 1.999 pengikut, sedangkan akun TikTok memiliki 550 pengikut. Kehadiran aktif di media sosial ini menjadi salah satu strategi utama dalam memperkuat citra kafe di kalangan masyarakat, khususnya generasi muda yang menjadi target pasar utama.



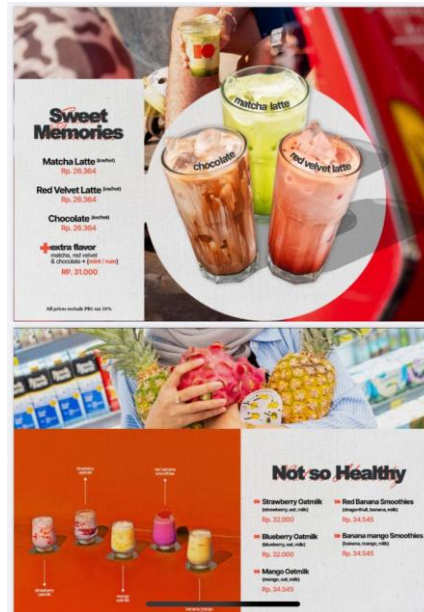
Gambar 2.9 Profil Media Sosial Instagram Palette Coffee & Space



Gambar 2.10 Profil Media Sosial TikTok Palette Coffee & Space

Selain menghadirkan konsep desain yang unik, Palette Coffee & Space juga menyediakan berbagai fasilitas yang menunjang kenyamanan pengunjung. Beberapa fasilitas yang tersedia meliputi koneksi Wi-Fi yang cepat, ruangan yang luas dengan area *indoor smoking* dan *non-smoking*, serta stop kontak di berbagai sudut ruangan. Palette Coffee & Space menawarkan beragam pilihan menu minuman yang dapat dinikmati oleh berbagai kalangan. Menu yang tersedia mencakup minuman berbasis kopi, minuman soda yang menyegarkan, *smoothies* sehat, serta aneka teh dengan berbagai varian rasa. Seluruh menu disajikan dengan harga yang terjangkau, dimulai dari Rp 15.000. Dari segi pelayanan, Palette Coffee & Space berkomitmen untuk memberikan pengalaman terbaik bagi para pelanggan. Staf kafe secara aktif menawarkan menu promo, membantu pelanggan dalam memilih minuman sesuai preferensi, baik kopi maupun non-kopi, serta sigap dalam membersihkan meja setelah digunakan. Pelayanan yang ramah dan responsif ini menciptakan suasana yang nyaman bagi setiap pengunjung.

Dengan berbagai keunggulan yang dimiliki, Palette Coffee & Space tidak hanya menjadi tempat untuk menikmati kopi dan makanan, tetapi juga sebagai ruang ekspresi bagi para pengunjung yang ingin merasakan pengalaman unik dalam suasana yang kreatif dan inspiratif.



Gambar 2.11 Contoh Menu Minuman Palette Coffee & Space



Gambar 2.12 Contoh Menu Makanan Palette Coffee & Space

Sebagai kafe yang masih dalam tahap perkembangan, Palette Coffee & Space menghadapi tantangan dalam meningkatkan *brand awareness* di Tengah persaingan yang semakin ketat di insutri kafe. Berdasarkan hasil survei terhadap 102 responden, hanya 39,2 persen atau sekitar 40 responden yang mengetahui keberadaan Palette Coffee & Space. Hal ini menunjukkan bahwa strategi promosi yang lebih efektif masih diperlukan agar Palette Coffee & Space dapat menjangkau lebih banyak audiens dan meningkatkan daya saingnya. *Brand awareness*

merupakan tahap awal yang krusial dalam pemasaran, karena jika calon pelanggan tidak mengetahui keberadaan Palette Coffee & Space, maka calon pelanggan juga tidak memiliki informasi apa pun mengenai produk dan layanan yang ditawarkan. Dalam upaya meningkatkan *exposure* dan menjangkau audiens yang lebih luas, Palette Coffee & Space telah melaksanakan berbagai program pemasaran, seperti bekerjasama dengan @s.inktemporary dan @nr_beautystudio.smg. Dalam kerja sama ini, Palette Coffee & Space menyediakan tempat untuk mendirikan *booth* yang menawarkan layanan *tattoo temporary* (@s.inktemporary) dan *nail art* (@nr_beautystudio.smg). Program ini memberikan hasil bagi Palette Coffe & Space, di mana @s.inktemporary berhasil menarik banyak pengunjung, sedangkan @nr_beautystudio.smg kurang efektif dalam menjangkau audiens baru karena komunikasi yang kurang optimal dengan pelanggan kafe. Selain itu, kerja sama dengan komunitas motor Rori Riders Indonesia juga sempat dilakukan, namun kurang sesuai dengan target utama Palette Coffee & Space, yaitu Generasi Z dan perempuan.



Gambar 2.13 Melakukan *Collaboration* dengan @s.inktemporary



Gambar 2.14 Melakukan *Collaboration* dengan @nr_beautystudio.smg



Gambar 2.15 Melakukan *Collaboration* dengan Komunitas Rori Riders

Berdasarkan program sebelumnya, diperlukan strategi pemasaran yang lebih terfokus dan terarah dengan memilih *partnership* yang sesuai dengan konsep *funky artsy* Palette Coffee & Space serta memiliki daya tarik bagi target audiens utama. Oleh karenanya, program komunikasi yang dirancang kali ini mengedepankan pendekatan yang lebih interaktif, kreatif dan relevan dengan identitas Palette Coffee & Space. Strategi tersebut diantaranya adalah *Workshop* Palette Coffee & Space x Berseri, *Pop-Up Market*, dan *Video Promotion Challenge* #discoveryourpalette.

2.2. Account Executive

Dalam karya bidang ini, penulis sebagai *Account Executive* yang berhubungan dengan pihak eksternal atau *stakeholder* yang terlibat dan penulis harus mempersiapkan beberapa hal secara rinci dan terstruktur untuk memastikan kegiatan berjalan dengan lancar. Palette Coffee & Space memiliki beberapa *stakeholder* utama yang berperan dalam mendukung keberlanjutan bisnis serta pelaksanaan program komunikasi. *Stakeholder* yang terlibat meliputi manajemen kafe, yang berperan sebagai klien dan memberikan arahan terkait kebutuhan dan strategi pemasaran yang diperlukan oleh Palette Coffee & Space. Selanjutnya adalah pihak eksternal acara yaitu pihak yang bekerjasama dalam mendukung acara, dan pelanggan yang merupakan target utama dalam pelaksanaan program ini. *Account Executive* bertanggung jawab menjadi penghubung utama untuk melakukan komunikasi dan koordinasi antara klien dengan pihak eksternal guna memastikan kelancaran acara.

Palette Coffee & Space memiliki ciri khas yang kuat dengan konsep *funky artsy* yang unik, yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan *engagement* dan *brand awareness* melalui strategi pemasaran yang lebih kreatif dan interaktif. Selain itu, sebagai kafe yang masih dalam tahap perkembangan, Palette Coffee & Space membutuhkan strategi promosi yang tepat untuk meningkatkan *brand awareness* dan menarik lebih banyak pengunjung. Dalam hal ini, peran penulis sebagai *Account Executive* sangat penting dalam menjembatani kebutuhan klien dengan berbagai pihak eksternal, seperti *partnership* dan peserta *event*. Melalui koordinasi yang baik, dapat dipastikan bahwa setiap program yang dijalankan sejalan dengan tujuan klien dan memberikan dampak positif bagi Palette Coffee & Space.

Berikut ini merupakan rincian yang dilakukan penulis sebagai *Account Executive* dalam mempersiapkan kegiatan.

2.2.1 Persiapan *Workshop* Palette Coffee & Space x Berseri

Dalam rangka persiapan *workshop*, penulis sebagai *Account Executive* bertanggung jawab dalam proses pencarian, analisis, serta penentuan *partnership*

yang akan diajak bekerja sama. Berdasarkan hasil di menentukan *partnership workshop*. Berdasarkan hasil diskusi dengan klien, telah disepakati bahwa *workshop* akan melibatkan satu mitra kerja sama yang dipilih dengan mempertimbangkan berbagai faktor strategis.

Sebagai *Account Executive*, penulis bertanggung jawab utama dalam mencari dan menentukan mitra kerja sama yang relevan dengan kebutuhan acara. Proses analisis dilakukan secara mendalam dengan mempertimbangkan beberapa faktor utama, yaitu kesesuaian konsep *workshop* dengan *branding* Palette Coffee & Space, relevansi dengan minat target audiens, pengalaman mitra dalam mengadakan *workshop* serupa, besaran biaya yang ditawarkan, serta jangkauan audiens yang dimiliki mitra untuk mendukung peningkatan *brand awareness*. Selain itu, pemilihan *partnership* juga mempertimbangkan faktor demografi target peserta, dengan perempuan sebagai target utama dan laki-laki sebagai target sekunder.

Berdasarkan hasil survei yang telah dilakukan pada Bab 1, ditemukan bahwa 83,3 persen responden menunjukkan ketertarikan untuk mengikuti *workshop* di kafe, sementara 66,7 persen di antaranya menyatakan kesediaan untuk tetap hadir meskipun kegiatan *workshop* bersifat berbayar. Selain itu, sebanyak 81,4 persen responden menyatakan kesiapan untuk membayar biaya *workshop* dalam rentang Rp50.000-Rp100.000. Data ini menunjukkan bahwa mayoritas audiens memiliki ketertarikan tinggi terhadap kegiatan kreatif yang ditawarkan dengan harga yang masih terjangkau.

Sebagai langkah awal dalam proses pencarian *partnership*, tim karya bidang Palette Coffee & Space sebelumnya telah melaksanakan uji coba *workshop totebag painting*. Dari pelaksanaan *workshop* tersebut, ditemukan adanya dampak positif berupa peningkatan jumlah pengunjung baru ke kafe serta peningkatan keterlibatan pelanggan terhadap *brand*.

Dalam proses pencarian *partnership*, penulis mengidentifikasi Sembilan kandidat potensial yang relevan dengan kebutuhan acara, yaitu Kawan Pottery, Berseri, Infinite by.U, The Spessimen, Koempoel Bersama, Workshop With Kinan, Nicbikin Studio, dan NR Beauty Studio Semarang. Masing-masing mitra

menawarkan konsep *creative class* yang beragam, sehingga diperlukan proses diskusi dengan tim karya bidang untuk menentukan jenis *workshop* yang paling sesuai dengan konsep Palette Coffee & Space. Setelah mendapatkan keputusan terkait jenis *workshop* yang akan dilaksanakan, penulis memulai komunikasi dengan mitra potensial untuk memperoleh informasi lebih lanjut mengenai harga produk, ketersediaan jadwal, serta syarat dan ketentuan kerja sama.

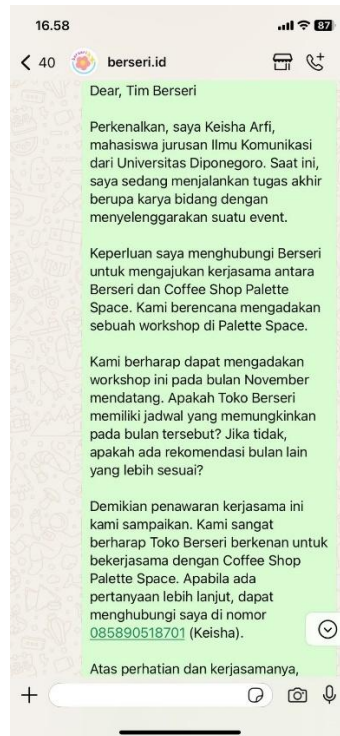
Setelah memperoleh informasi yang dibutuhkan, penulis bersama *Strategist* melakukan *brainstorming* guna menyusun konsep acara yang lebih matang. Selain itu, penulis juga menyiapkan *pitch deck* sebagai bahan presentasi untuk meyakinkan mitra mengenai nilai tambah dari kolaborasi ini. Dalam tahap ini, aspek biaya menjadi salah satu pertimbangan utama, di mana biaya yang dikeluarkan untuk *workshop* harus sebanding dengan *output* yang diberikan oleh *partnership*.

Sebagai narahubung utama dalam kerja sama ini, penulis memiliki tanggung jawab dalam mengoordinasikan berbagai aspek teknis dengan mitra terpilih, termasuk konsep kegiatan, kebutuhan logistik, serta detail pelaksanaan *workshop*. Salah satu faktor utama dalam penentuan mitra kerja sama adalah biaya produk yang ditawarkan harus tetap berada dalam kisaran anggaran yang telah ditetapkan, yakni Rp50.000-Rp100.000. Rentang harga ini ditetapkan dengan mempertimbangkan skema bundling, di mana peserta yang mendaftar *workshop* tidak hanya mendapatkan akses ke sesi pelatihan, tetapi juga memperoleh minuman dari Palette Coffee & Space sebagai bagian dari paket pendaftaran. Dengan demikian, strategi ini tidak hanya memberikan nilai tambah bagi peserta, tetapi juga berkontribusi dalam meningkatkan penjualan produk kafe secara simultan.

Tabel 2.1 *Potential Partnership Workshop*

No.	Media Sosial	Jenis <i>Workshop</i>	Range Harga Produk
1.	@kawanpotterysemarang	<i>Crochet Bag</i>	Rp 200.000

2.	@berseri.id	<i>Phone Strap dan Gelang</i>	Rp 30.000 – Rp 45.000
4.	@infiniteby.u	<i>Resin Workshop</i>	Rp 200.000
5.	@the.spessimen	<i>Cake Decoration</i>	Rp 150.000
6.	@koempoelbersama	<i>Cake Decoration, Press on Nails</i>	Rp 145.000
7.	@workshop.with.kina n	<i>Totebag Painting, Painting Pottery</i>	Rp 70.000 – Rp 80.000
8.	@nicbikinstudio	<i>Bear Painting</i>	Rp 180.000
9.	@nr_beautystudio.sm g	<i>Nail Art</i>	Rp 80.000



Gambar 2.16 Koordinasi Awal dengan Salah Satu *Partnership Workshop*

2.2.2 Persiapan *Pop-Up Market*

Dalam rangka mensukseskan *Pop-Up Market* di Palette Coffee & Space, penulis sebagai *Account Executive* memiliki peran yang sangat penting dalam menentukan dan berkomunikasi dengan *partnership* yang sesuai dengan konsep acara. Sebagai seorang *Account Executive*, tugas utama penulis adalah memastikan bahwa *Pop-Up Market* dapat menarik pengunjung yang lebih banyak dibandingkan hari-hari biasa, serta menciptakan pengalaman yang menarik bagi para pengunjung dan pihak *partner* yang terlibat. Untuk mencapai tujuan tersebut, diperlukan strategi pemilihan *partnership* yang tepat, perencanaan konsep acara yang matang, serta koordinasi yang efektif dengan semua pihak terkait.

Kegiatan *Pop Up Market* menargetkan 150 pengunjung dalam tiga hari atau rata-rata 50 pengunjung per hari. Target ini dipilih berdasarkan hasil analisis jumlah pengunjung rata-rata di Palette Coffee & Space pada bulan November 2024, yang mencapai 60 pengunjung per hari. Dengan mempertimbangkan faktor daya tarik tambahan dari *Pop-Up Market* serta tren kunjungan sebelumnya, target ini dinilai realistis untuk dicapai. Selain itu, *Pop-Up Market* dipilih sebagai strategi

pemasaran karena konsep ini memungkinkan pengunjung untuk mendapatkan pengalaman lebih dari sekadar nongkrong di kafe.

Sebagai *Account Executive*, penulis bertanggung jawab untuk menentukan tiga *partnership* utama yang akan membuka *booth* di Palette Coffee & Space. Kegiatan *Pop-Up Market* di Palette Coffee & Space akan dilaksanakan selama tiga hari pada tanggal 14 Desember 2024 – 16 Desember 2024. Proses pemilihan *partnership* dilakukan melalui pertimbangan yang matang serta diskusi dengan klien. Beberapa faktor utama yang menjadi pertimbangan dalam pemilihan *partnership* antara lain jumlah *followers* Instagram yang cukup besar, pengalaman bekerja sama dengan *event* besar dan kafe, serta memiliki basis massa yang kuat yang dapat menarik lebih banyak pengunjung. Faktor-faktor ini menjadi elemen penting untuk memastikan bahwa *Pop-Up Market* memiliki daya tarik yang tinggi dan dapat meningkatkan *traffic* pengunjung ke Palette Coffee & Space.

Dari hasil pencarian *partnership Pop-Up Market*, diperoleh beberapa kandidat *partnership* yang sesuai dengan konsep acara, yaitu Berseri, Pusspace, The Wish Tarot Reader, S.Ink Temporary, Bhuboo, dan Ink Me Lab. Pemilihan *partnership* ini dilakukan berdasarkan beberapa faktor utama, antara lain kesesuaian dengan konsep *funky artsy* Palette Coffee & Space, daya tarik produk atau layanan yang ditawarkan terhadap target audiens, serta potensi meningkatkan jumlah pengunjung baru ke kafe melalui kolaborasi strategis.

1) *Partnership* Berseri dan Pusspace

Berseri dan Pusspace adalah dua *partnership* yang menawarkan berbagai macam aksesoris *handmade*, seperti gelang, kalung, phone strap, dan cincin yang terbuat dari manik-manik. Pemilihan kedua *partnership* ini didasarkan pada tren aksesoris berbahan dasar manik-manik yang saat ini sedang populer di kalangan anak muda, khususnya perempuan. Aksesoris ini memiliki daya tarik visual yang unik sehingga banyak digunakan sebagai pelengkap gaya *fashion* anak muda.

Dengan menghadirkan Berseri dan Pusspace sebagai bagian dari *Pop-Up Market*, diharapkan dapat menarik lebih banyak pengunjung perempuan

yang merupakan target audiens utama Palette Coffee & Space. Kehadiran *booth* aksesoris ini dapat menjadi daya tarik tambahan yang memperkuat konsep acara serta meningkatkan potensi pelanggan baru bagi kafe.

2) Partnership Bhuboo, S.Ink Temporary

Selain menghadirkan *booth* aksesoris, penulis juga mengidentifikasi beberapa potensial *partnership* yang menawarkan layanan *temporary tattoo*, yaitu Bhuboo, S.Ink Temporary, dan Ink Me Lab. Pemilihan *partnership* ini didasarkan pada layanan yang ditawarkan relevan dengan *branding* Palette Coffee & Space yang mengusung konsep *funky artsy*. Konsep ini menonjolkan nilai artistik dan ekspresi diri yang menjadi bagian dari identitas kafe.

Temporary tattoo sendiri saat ini sedang menjadi tren di kalangan anak muda, baik perempuan maupun laki-laki. Biasanya *booth temporary tattoo* sering ditemukan dalam berbagai acara kreatif, seperti *pop-up market*, festival seni, hingga pameran *fashion*, sehingga kehadirannya di acara Pop-Up Market Palette Coffee & Space akan memperkuat daya tarik acara secara keseluruhan.

Setelah kandidat *partnership* disetujui oleh klien, *Account Executive* bertugas untuk menghubungi pihak *partnership*, melakukan negosiasi terkait konsep acara, jadwal pelaksanaan, serta syarat dan ketentuan dalam pembukaan *booth*. Konsep acara *Pop-Up Market* ini adalah *partnership* mendirikan *booth* di Palette Coffee & Space yang menawarkan layanan berupa *temporary tattoo* ataupun aksesoris. Salah satu syarat utama yang diberlakukan dalam *Pop-Up Market* ini adalah bahwa setiap pelanggan yang ingin membeli produk di *booth* harus melakukan transaksi di Palette Coffee & Space terlebih dahulu, tanpa minimal pembelian. Setelah menunjukkan bukti transaksi, barulah pengunjung dapat melakukan transaksi di *booth* tersebut. Dalam proposal kerja sama yang diajukan, *partnership* akan mendapatkan beberapa keuntungan, yaitu: kesempatan mendirikan *booth* dengan fasilitas meja berukuran 3x3 meter dan dua kursi berukuran 58 P x 58 L x 76 T dengan biaya Rp500.000, penayangan logo *partnership* dalam poster promosi *Pop-Up Market* yang akan disebarluaskan melalui

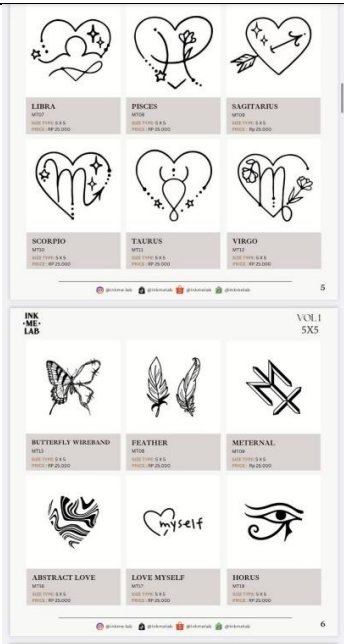
media partner, serta konsumsi berupa dua kopi susu OG bagi tim yang bertugas menjaga *booth*. Dengan benefit ini, diharapkan kerja sama yang terjalin dapat memberikan keuntungan bagi kedua belah pihak, sekaligus meningkatkan daya tarik dan eksposur acara bagi pengunjung Palette Coffee & Space.

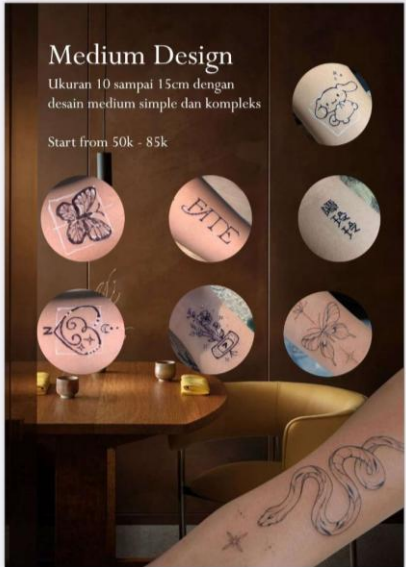


Gambar 2.17 Koordinasi Awal dengan Salah Satu *Partnership Pop-Up Market*

Tabel 2.2 *Potential Partnership Pop-Up Market*

No	Media Sosial	Contoh	Range Harga
1.	@berseri.id		Rp 20.000 – Rp 85.000

2.	@pusspace		Rp 20.000 – Rp 60.000
3.	@inkme.lab		Rp 20.000 – Rp 120.000

4.	@bhuboo__		Rp 20.000 – Rp 100.000
5.	@s.inktemporary		• <i>Simple design</i> : Rp 25.000 – Rp 45.000 • <i>Medium design</i> : Rp 50.000 – Rp 85.000 • <i>Big Complex Design</i> : < Rp 90.000
6.	@thewishreaders		• Dua pertanyaan Rp 50.000 • Rp 100.000/15 menit

2.2.3 Narahubung Peserta *Video Promotion Challenge*

Dalam memudahkan calon peserta untuk mencari informasi lebih lanjut, *Account Executive* berperan sebagai narahubung utama bagi calon peserta. Peran ini mencakup komunikasi langsung dengan peserta untuk memberikan informasi yang jelas, menangani pertanyaan, serta memastikan proses pendaftaran berjalan dengan lancar. Dengan adanya ini, calon peserta dapat memperoleh kejelasan terkait teknis acara.

Untuk mempermudah akses informasi, *Account Executive* menangani komunikasi melalui berbagai *platform*, seperti *Direct Message (DM)* Instagram, WhatsApp, dan e-mail. Kontak resmi narahubung akan dicantumkan dalam materi promosi, termasuk poster *workshop* dan *link* Google Form pendaftaran, sehingga calon peserta dapat dengan mudah menghubungi narahubung jika memiliki pertanyaan atau kendala selama proses registrasi. Dalam menjalankan tugasnya, *Account Executive* juga berkoordinasi dengan *PIC Event* untuk memastikan komunikasi dengan peserta berjalan lancar. Salah satu aspek yang dikoordinasikan adalah *monitoring* peserta yang telah mengunggah *video* dan mengumpulkannya melalui *form submission*. *Account Executive* secara berkala mengecek data pendaftaran untuk memastikan bahwa peserta telah melengkapi semua persyaratan yang diperlukan.

Target peserta dalam *Video Promotion Challenge* ditetapkan sebanyak 30 peserta. Jumlah ini dipilih berdasarkan keterbatasan periode lomba serta jumlah tim yang tersedia, sehingga tetap realistis dan efisien untuk dikelola. Selain itu, strategi promosi melalui TikTok memungkinkan peningkatan jumlah *views* dengan anggaran yang lebih efisien, karena konten yang diunggah oleh peserta akan menjangkau audiens lebih luas tanpa memerlukan biaya promosi tambahan yang besar. Dengan strategi ini, *Video Promotion Challenge* tidak hanya dapat meningkatkan keterlibatan peserta, tetapi juga mendukung peningkatan *brand awareness* terhadap Palette Coffee & Space.

2.2.4 Pendaftaran Peserta *Video Promotion Challenge*

Tugas penulis sebagai *Account Executive* dalam mempersiapkan *Video Promotion Challenge* #discoveryourpalette adalah membuat membuat dan

mengelola *link* registrasi serta *submission* bagi peserta lomba. Pembuatan *link* registrasi ini menjadi aspek yang sangat penting, karena berfungsi untuk mengumpulkan data peserta, memastikan kelengkapan syarat dan ketentuan lomba, serta memudahkan proses verifikasi dan komunikasi dengan peserta. Melalui formulir registrasi yang terstruktur dengan baik, *Account Executive* dapat memastikan bahwa semua peserta memahami aturan lomba sejak awal, serta meminimalisir potensi kesalahan dalam pengumpulan video. Selain itu, formulir ini juga membantu dalam mendokumentasikan data peserta secara sistematis, termasuk nama, akun TikTok, kontak yang bisa dihubungi, serta tautan video yang diunggah. Dengan adanya sistem registrasi ini, *Account Executive* lebih mudah melakukan validasi peserta dan menghindari adanya kecurangan

Pendaftaran peserta berlangsung dari 16 Desember 2024 hingga 21 Desember 2024. Dalam proses ini, *Account Executive* memastikan bahwa formulir registrasi sudah mencakup dengan jelas dan lengkap terkait informasi lomba, termasuk syarat dan ketentuan lomba, mekanisme pengiriman tautan video, serta detail teknis yang harus dipenuhi oleh peserta. Setelah periode *submission* berakhir, *Account Executive* bertanggung jawab untuk mengelola data peserta lomba. Hal ini mencakup verifikasi kelengkapan syarat dan ketentuan video peserta, seperti memastikan setiap video telah diunggah dengan *hashtag* dan *mention* yang benar, serta memenuhi ketentuan tema dan durasi. Proses pengecekan ini dilakukan agar setiap peserta memenuhi standar yang telah ditetapkan sebelum masuk ke tahap penjurian. Berikut berupa syarat dan ketentuan yang tertera dalam formulir pendaftaran.

TERMS & CONDITIONS VIDEO PROMOTION CHALLENGE

#discoveryourpalette

Syarat Umum :

- 1) Peserta terbuka untuk umum
- 2) Lomba dilakukan secara individu
- 3) Video harus *original*, tidak melanggar hak cipta, dan belum pernah dipublikasikan sebelumnya
- 4) Setiap peserta hanya diperbolehkan mengirimkan 1 video untuk 1 akun TikTok

- 5) Video harus memuat key message “Discovery Your Palette” dan menggunakan hashtag #discoveryyourpalette di caption dan video
- 6) Durasi video antara 15-60 detik dan harus diunggah di akun TikTok peserta
- 7) Video harus menampilkan Palette Coffee & Space sebagai lokasi utama atau fokus utama promosi
- 8) Konten harus sopan dan tidak mengandung unsur SARA, kekerasan atau hal lain yang melanggar hak cipta
- 9) Peserta diizinkan menggunakan alat bantu seperti kamera profesional atau ponsel
- 10) Akun peserta harus bersifat *public* selama periode lomba
- 11) Peserta wajib mengikuti akun TikTok @palettespace dan *mention* akun tersebut dalam unggahan video

Kriteria penjurian untuk pemenang dilihat dari kreativitas dari video yang dibuat, jumlah *likes* dan kreativitas. Pemenang akan diumumkan melalui akun TikTok @palettespace dan akun Instagram @palettespace__ dan hadiah dapat diklaim secara *online* maupun *offline*.

- Pengumpulan video : 16 - 21 Desember 2024
- Penjurian : 21 Desember 2024
- Pengumuman pemenang : 22 Desember 2024
- Hadiah : Juara I : Rp 300.000
Juara II : Rp 200.000

2.2.5 Koordinasi Kebutuhan Logistik dan *Layouting Venue*

2.2.5.1 *Workshop Palette Coffee & Space x Berseri*

Untuk memastikan kelancaran pelaksanaan *workshop*, *Account Executive* bertanggung jawab dalam mempersiapkan kebutuhan logistik dan melakukan *layouting venue* agar acara berjalan sesuai rencana. Selain itu, penulis juga mengkoordinasikan pilihan konsumsi minuman dengan barista Palette Coffee & Space. Dalam formulir pendaftaran, peserta telah memilih antara dua opsi minuman, yaitu Kopi Susu OG atau Vanilla Tea. Agar lebih efisien, data pesanan minuman peserta dicatat dan diberikan kepada tim barista sebelum hari

pelaksanaan. Dengan demikian, saat *event* berlangsung, minuman dapat disiapkan sesuai dengan jumlah dan pilihan peserta tanpa ada kesalahan atau keterlambatan.

Satu minggu sebelum acara, penulis melakukan koordinasi dengan klien untuk membahas penataan tempat duduk peserta. *Workshop* akan diadakan di lantai 2 Palette Coffee & Space, yang memiliki ruang cukup luas untuk menampung sekitar 30 peserta. Pemilihan lokasi ini dilakukan dengan pertimbangan agar tidak mengganggu operasional utama kafe, terutama alur keluar-masuk pengunjung. Selain itu, lokasi ini berada di area *indoor* dengan fasilitas AC, sehingga memberikan kenyamanan bagi peserta selama acara berlangsung.

2.2.5.2 Pop-Up Market

Sebagai penanggung jawab utama dalam persiapan acara, penulis sebagai *Account Executive* memiliki tugas untuk memastikan seluruh kebutuhan logistik dan tata letak area telah dipersiapkan dengan baik. Kegiatan ini mencakup penataan tempat, penyediaan fasilitas, serta koordinasi dengan *partnership* agar setiap *booth* dalam *Pop-Up Market* dapat beroperasi dengan optimal. *Pop-Up Market* diselenggarakan di Lantai 1 Palette Coffee & Space, yang dimulai pada pukul 15.00 hingga 21.00 WIB. Pemilihan Lantai 1 Palette Coffee & Space sebagai lokasi acara dipilih berdasarkan pertimbangan strategis, yaitu untuk menarik minat pengunjung yang datang ke kafe dan memberikan kemudahan bagi pengunjung untuk mengunjungi serta melihat berbagai produk yang ditawarkan oleh *booth* di Palette Coffee & Space.

Dalam hal ini, *Account Executive* bertanggung jawab untuk mengatur dan memastikan bahwa lokasi *booth* telah disusun dengan baik, sesuai dengan kesepakatan antara tim karya bidang dan klien. Pemilihan Lantai 1 Palette Coffee & Space sebagai lokasi acara dipilih berdasarkan pertimbangan strategis, yaitu untuk menarik minat pengunjung yang datang ke kafe dan memberikan kemudahan bagi pengunjung untuk mengunjungi serta melihat berbagai produk yang ditawarkan oleh *booth* di Palette Coffee & Space.

Selain mengatur lokasi *booth*, *Account Executive* juga bertanggung jawab dalam penyediaan berbagai kebutuhan logistik bagi setiap *partnership*. Hal ini meliputi penyediaan meja, kursi, dan konsumsi bagi tim *partnership* yang bertugas

menjaga *booth*. Sebelum acara dimulai, *Account Executive* memastikan bahwa setiap *partnership* telah menerima fasilitas yang sesuai dengan kesepakatan.

2.2.6 Koordinasi *Master of Ceremony* (MC)

Dalam rangka memastikan acara dapat berjalan dengan baik dan terstruktur, *Workshop Palette Coffee & Space x Berseri* membutuhkan seorang *Master of Ceremony* (MC) yang bertugas untuk memandu jalannya acara serta menciptakan suasana yang interaktif dan menyenangkan bagi peserta. *Account Executive* bertanggung jawab dalam menentukan kandidat MC yang sesuai dengan konsep acara. Pemilihan MC dilakukan dengan mempertimbangkan beberapa aspek penting, seperti kemampuan komunikasi yang baik, pengalaman dalam membawakan acara, serta kesesuaian dengan suasana *workshop* yang bersifat santai namun tetap profesional.

Dalam proses pencarian kandidat, beberapa nama telah dikumpulkan berdasarkan pengalaman dan kompetensi mereka dalam membawakan acara, di antaranya Nevika Anjelina Br Sembiring, mahasiswa Fakultas Kedokteran angkatan 2021, serta Naufalias Tsany Atha Anargya, mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2021. Setelah kandidat ditetapkan, penulis bertugas untuk menghubungi satu per satu guna mendiskusikan detail teknis, kesesuaian jadwal, serta negosiasi terkait *fee* yang ditawarkan.

Kedua kandidat dipilih berdasarkan pertimbangan strategis. Nevika Anjelina Br Sembiring memiliki pengalaman luas dalam dunia MC, termasuk membawakan acara Upgrading BEM Fakultas Kedokteran serta Future Leader Summit: Home Coming, yaitu pertemuan staf Future Leader Summit untuk membahas perkembangan program kerja. Sementara itu, Naufalias Tsany Atha Anargya juga memiliki pengalaman yang kuat, seperti menjadi MC dalam acara berskala besar seperti Roadshow Future Leader Summit serta Buku Buka Dunia, dan kerap dipercaya menjadi MC dalam berbagai acara di lingkungan RW tempat tinggalnya.

Setelah melalui pertimbangan matang, diputuskan bahwa Naufalias Tsany Atha Anargya akan menjadi MC untuk *Workshop Palette Coffee & Space x Berseri*. Keputusan ini diambil karena Naufalia lebih terbiasa membawakan acara dengan

suasana yang lebih santai dan interaktif, sesuai dengan konsep *workshop* yang lebih kasual namun tetap *engaging* bagi peserta. Selain itu, pemilihan Naufalia juga mempertimbangkan efisiensi anggaran, karena Naufalia merupakan bagian dari tim karya bidang, sehingga dapat membantu menekan biaya operasional tanpa mengurangi kualitas acara.

Setelah kandidat MC terpilih, *Account Executive* bertanggung jawab untuk melakukan koordinasi lebih lanjut guna memastikan bahwa MC memahami seluruh rangkaian acara serta dapat menjalankan tugasnya dengan optimal. Hal ini mencakup penyampaian rundown acara, briefing mengenai interaksi dengan peserta, serta simulasi singkat agar MC dapat membawakan acara dengan lancar dan sesuai dengan ekspektasi. Dengan adanya MC yang kompeten dan telah dipersiapkan dengan baik, diharapkan *Workshop Palette Coffee & Space x Berseri* dapat berjalan lebih dinamis, interaktif, dan memberikan pengalaman yang menyenangkan bagi seluruh peserta.

2.2.7 Talent Video Konten Media Sosial TikTok

Dalam upaya meningkatkan promosi dan penyebarluasan informasi terkait berbagai *event* yang diselenggarakan, Palette Coffee & Space memanfaatkan *platform* media sosial, khususnya TikTok (@palettespace) dan Instagram (@palettespace__). Penggunaan TikTok dipilih karena memiliki potensi untuk menjangkau audiens yang lebih luas, terutama dalam membangun *brand awareness* melalui konten kreatif yang menarik. Salah satu strategi yang diterapkan adalah penggunaan *hashtag* #discoveryourpalette, yang membantu meningkatkan visibilitas dan *engagement* terhadap konten yang diunggah.

Sebagai bagian dari strategi, promosi melalui TikTok akan berlangsung selama bulan Desember dan Januari. Dalam pelaksanaannya, *Account Executive* berperan aktif dalam pembuatan konten dengan berkoordinasi bersama *Creative* untuk memastikan konsep konten dan pelaksanaannya berjalan sesuai rencana. Selama periode tersebut, ditargetkan 50 konten akan diunggah di akun TikTok Palette Coffee & Space. Dalam proses produksi, *Account Executive* bertanggung jawab sebagai *talent* utama dalam pembuatan *video*, yang mencakup berbagai jenis konten, seperti promosi *event*, interaksi dengan audiens, serta *video* informatif mengenai kegiatan yang berlangsung di Palette Coffee & Space.

Selain berperan sebagai *talent*, *Account Executive* juga bertugas mengelola interaksi dengan audiens di TikTok, termasuk menjawab pertanyaan yang masuk melalui *direct message* (DM) serta merespons komentar pada setiap *video* yang diunggah. Hal ini bertujuan untuk membangun *engagement* yang lebih erat dengan followers dan calon pengunjung, serta memastikan bahwa informasi yang dibutuhkan oleh audiens dapat tersampaikan dengan baik. Dengan adanya strategi ini, diharapkan *awareness* dan ketertarikan masyarakat terhadap Palette Coffee & Space dapat meningkat secara signifikan.

2.3. Person in Charge (PIC)

Dalam rangka persiapan acara Workshop Palette Coffee & Space x Berseri, *Account Executive* diberikan tanggung jawab utama sebagai PIC *event workshop*.

2.3.1 Pembuatan Konsep dan Mekanisme *Workshop*

Sebagai bagian dari tanggung jawab *Person in Charge* (PIC), langkah utama yang dilakukan oleh penulis adalah berkoordinasi dengan *strategist* dalam mengatur pelaksanaan rapat internal mingguan untuk mendiskusikan konsep acara antara tim karya bidang, klien dan *partnership*. Rapat ini menjadi wadah koordinasi untuk menyelaraskan visi antara semua pihak yang terlibat, serta mengidentifikasi kendala yang mungkin timbul selama masa persiapan. Sebagai narahubung utama, penulis harus memastikan bahwa setiap diskusi yang terjadi dalam rapat internal dapat menghasilkan keputusan yang efektif guna menjaga kelancaran persiapan acara.

Beberapa poin utama yang dibahas adalah pembuatan konsep dan mekanisme *workshop*. Kegiatan *workshop* dipilih sebagai bentuk kegiatan yang memiliki daya tarik tersendiri bagi peserta, karena tidak hanya datang untuk sekadar menikmati suasana kafe, tetapi juga mendapatkan pengalaman belajar. Dan aktivitas kreatif. Selain itu, kegiatan *workshop* menjadi strategi yang efektif untuk memperkenalkan Palette Coffee & Space kepada audiens baru, khususnya dengan mengusung konsep *branding funky artsy* yang menjadi identitas utama kafe ini. Dengan mengadakan kegiatan secara langsung di lokasi kafe, peserta memiliki

kesempatan untuk merasakan atmosfer Palette Coffee & Space, sehingga diharapkan dapat meningkatkan *brand awareness* di masyarakat.

Kegiatan *Workshop* Palette Coffee & Space menargetkan jumlah peserta sebanyak 30 orang. Target ini didasarkan pada teori pembelajaran orang dewasa yang dikemukakan oleh Knowles (1980), yang menyatakan bahwa kelompok belajar dalam skala kecil hingga menengah (10-30 orang) lebih efektif karena memungkinkan diskusi yang lebih interaktif, kerja sama antar peserta, serta keterlibatan yang lebih tinggi dalam memahami materi yang diberikan. Selain itu, jumlah peserta juga disesuaikan dengan kapasitas ruangan di Palette Coffee & Space, sehingga acara dapat berjalan dengan kondusif dan tetap memberikan pengalaman yang nyaman bagi setiap peserta. Kehadiran peserta di lokasi juga membuka peluang bagi peserta untuk membagikan pengalaman melalui media sosial atau *word of mouth*, yang berkontribusi dalam meningkatkan *brand awareness* secara lebih efektif. Untuk mendukung pengalaman peserta, *workshop* ini memberikan berbagai manfaat, termasuk hasil karya yang dibuat sendiri (*bag charm* dan *phone strap*), serta konsumsi berupa Kopi Susu OG atau Vanilla Tea. Dengan konsep *free entry*, *workshop* ini diharapkan menarik perhatian target audiens dan meningkatkan keterlibatan mereka dengan Palette Coffee & Space.

Dalam pelaksanaannya, *workshop* ini akan bekerja sama dengan Berseri sebagai *partnership workshop*. Sebagai PIC, penulis bertanggung jawab dalam berbagai tahapan persiapan, salah satunya adalah berkoordinasi dengan *Strategist* dalam menyusun dan mengatur rapat internal mingguan. Salah satu fokus utama dalam rapat adalah penyusunan mekanisme *workshop*, termasuk bagaimana peserta akan mendaftar dan bagaimana kegiatan akan berlangsung. Untuk memastikan jumlah peserta, sistem *limited seat* diterapkan dengan menggunakan *Google Form* sebagai media pendaftaran. Selain itu, guna menarik lebih banyak target audiens, promosi dilakukan melalui Instagram dan bekerja sama dengan media *partner*.

Sebagai bagian dari tanggung jawabnya, penulis juga harus memastikan bahwa *workshop* memiliki *timeline* yang jelas dan terstruktur, mencakup seluruh tahap mulai dari persiapan awal, periode promosi, pelaksanaan acara, hingga evaluasi pasca-event. *Timeline* ini dirancang agar semua aspek kegiatan dapat dipantau dan dikelola dengan efektif serta untuk mengantisipasi potensi kendala

yang mungkin terjadi selama persiapan maupun pelaksanaan acara. Dalam setiap rapat internal, penulis memastikan bahwa *timeline* yang telah disusun tetap berjalan sesuai rencana dan melakukan penyesuaian jika diperlukan.

2.3.2 *Timeline dan Rundown Acara*

Untuk memastikan acara berjalan dengan lancar dan sesuai dengan rencana, sebagai *PIC Event Workshop* memiliki tanggung jawab utama bersama *strategist* dalam menyusun *rundown* acara secara detail. *Rundown* ini berfungsi sebagai panduan utama dalam pelaksanaan *workshop*, memastikan setiap sesi berjalan sesuai dengan waktu yang telah ditentukan, serta menghindari adanya hambatan teknis selama acara berlangsung. Dengan adanya *rundown* yang terstruktur, setiap pihak yang terlibat dapat memahami alur acara dengan jelas. Selain itu, *rundown* acara juga memudahkan persiapan acara dalam melakukan *monitoring* secara menyeluruh terhadap jalannya *workshop*.

Selain menyusun *rundown*, penulis juga bertanggung jawab dalam memastikan bahwa seluruh rangkaian *workshop* terlaksana sesuai dengan *timeline* yang telah ditentukan, sehingga informasi mengenai *workshop* dapat tersampaikan dengan jelas kepada peserta. Salah satu aspek penting dalam *timeline* acara adalah publikasi promosi *workshop*, yang dilakukan melalui akun Instagram @palettespace__ serta akun Instagram *partnership* nantinya. Publikasi ini dilakukan sebelum pembukaan pendaftaran, yang berlangsung pada 12 Desember 2024 - 14 Desember 2024, guna memastikan bahwa target peserta dapat dijangkau dengan baik.

Workshop Palette Coffee & Space x Berseri akan diselenggarakan pada hari Sabtu, 15 Desember 2024, pukul 11.00 WIB, bertempat di lantai 2 Palette Coffee & Space. Pemilihan hari dan waktu tersebut dilakukan dengan pertimbangan bahwa akhir pekan merupakan waktu yang lebih fleksibel bagi target audiens, sehingga diharapkan jumlah peserta yang hadir dapat optimal. Sebelum acara dimulai, sesi registrasi akan dilakukan untuk memastikan kehadiran peserta yang telah mendaftar. Pada tahap ini, penulis harus memastikan bahwa proses registrasi berjalan dengan tertib, mengonfirmasi nama peserta dan memberikan perlengkapan *workshop* yang dibutuhkan. Selama keberjalanan *workshop* nantinya, penulis

berperan sebagai *timekeeper* untuk memastikan bahwa setiap sesi berlangsung sesuai dengan durasi yang telah ditentukan dalam *rundown*.

Tabel 2.3 *Timeline Workshop Palette Coffee & Space*

Tanggal	Kegiatan
12 - 14 Desember 2024	Registrasi <i>Workshop</i> Palette Coffee & Space x Berseri
15 Desember 2024	<i>Workshop</i> Palette Coffee & Space x Berseri

Tabel 2.4 *Rundown Workshop Palette Coffee & Space*

No	Waktu	Kegiatan	PIC
1	11.00 - 11.15	Registrasi <i>workshop</i>	Alya
2	11.15 - 11.30	Pembukaan <i>workshop</i>	Keisha
3	11.30 - 12.40	Pelaksanaan <i>workshop</i>	Keisha
4	12.40 - 12.50	Pengisian <i>post-test</i> dan <i>pre-test</i>	Sofi
5	12.50 - 13.00	Dokumentasi	Merzy

2.3.3 Jumlah Peserta *Workshop*

Sebagai *Person in Charge* (PIC), *Account Executive* memiliki tanggung jawab untuk memastikan jumlah peserta mencapai target yang telah ditentukan, yaitu 30 peserta. Untuk mencapai target tersebut, *Account Executive* berkoordinasi dengan *Media Planner* untuk mempublikasikan informasi *workshop* sesuai dengan strategi promosi media yang telah dirancang dan dijadwalkan. *Account Executive* akan memantau jumlah pendaftaran secara berkala, setiap tiga hari untuk memastikan bahwa jumlah peserta terus bertambah dan memenuhi target.