

**BAB III**  
**PERENCANAAN DAN PELAKSANAAN CAMPAIGN “BY.U ON THE MOVE” DAN**  
**KOMPETISI “BY.U INTER-SCHOOL DIGITAL CHALLENGE” SEBAGAI**  
**SPONSORSHIP DAN CREATIVE DIRECTOR**

Campaign “by.U On The Move!” dan kompetisi “by.U Inter-School Digital Challenge” merupakan rangkaian kegiatan kampanye yang diusung sebagai upaya untuk meningkatkan penggunaan produk by.U di kalangan pelajar SMA/K.

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai proses perencanaan dan pelaksanaan peran sebagai Sponsorship dan Creative Director dalam mendukung keberhasilan rangkaian acara “by.U On The Move!” dan “by.U Inter-School Digital Challenge.” Proses pencarian dan pengelolaan kerja sama sponsorship, pengaturan kebutuhan teknis kegiatan, pelaksanaan produksi materi dan kebutuhan acara, serta dokumentasi kegiatan sebagai bagian dari output komunikasi kampanye. Peran-peran tersebut dilaksanakan untuk memastikan seluruh rangkaian acara berjalan secara terstruktur, efektif, dan selaras dengan tujuan kampanye yang telah dirumuskan.

Dalam pelaksanaan program kampanye ini, penulis bertanggung jawab sebagai Sponsorship dan Creative Director. Peran tersebut dijalankan untuk memastikan seluruh rangkaian kegiatan dapat terlaksana secara terstruktur, tepat waktu, serta selaras dengan tujuan peningkatan penggunaan produk by.U di kalangan pelajar SMA/K.

### **3.1 Sponsorship**

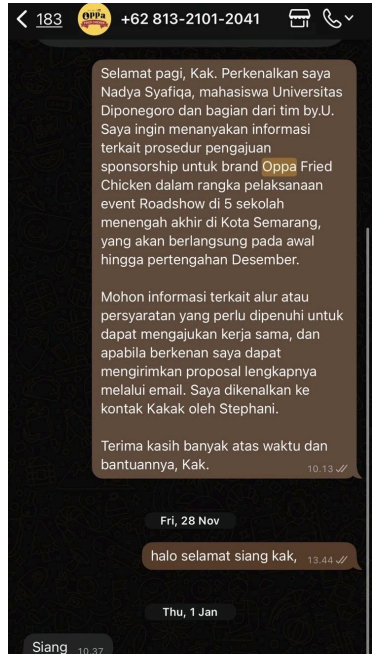
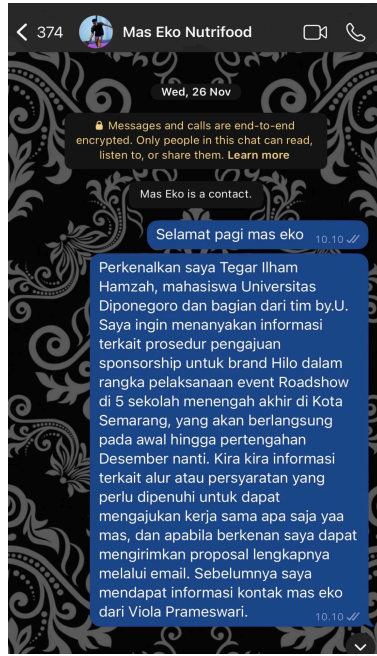
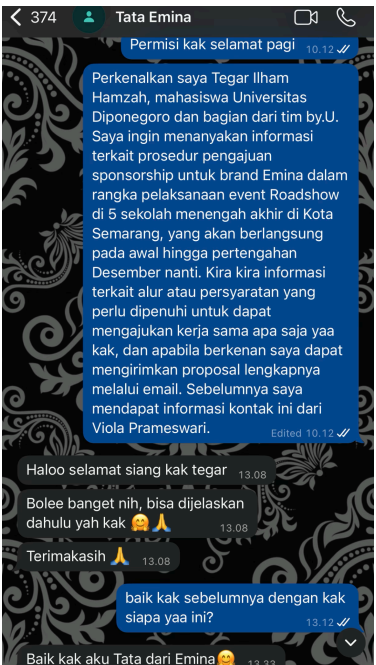
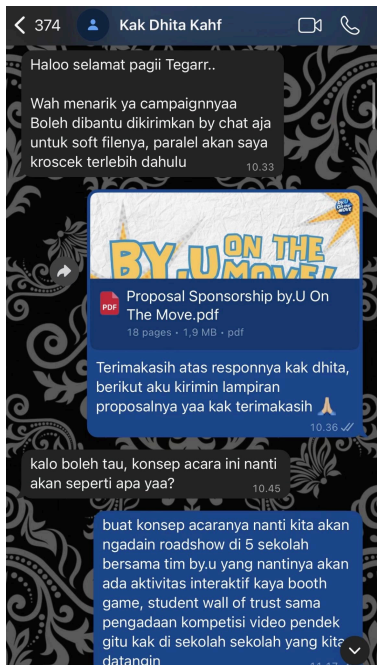
Dalam rangka mendukung keberlangsungan kampanye “by.U On The Move!” dan “by.U Inter-School Digital Challenge”, penulis bertanggung jawab dalam menjalin kerja sama dengan pihak sponsor guna memperoleh dukungan eksternal yang dapat memperkuat pelaksanaan kegiatan. Peran sponsorship mencakup penyusunan proposal, melakukan pendekatan kepada calon sponsor, proses negosiasi benefit, hingga memastikan implementasi kerja sama berjalan sesuai dengan kesepakatan.

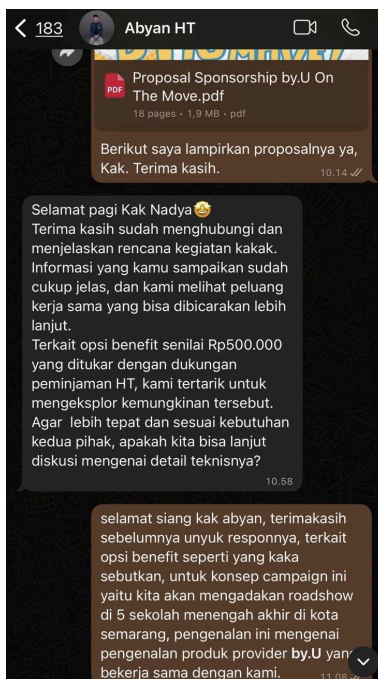
### **3.1.1 Proses Pengajuan dan Negosiasi Sponsor**

Tahap awal dimulai dengan penyusunan proposal sponsorship yang memuat gambaran kegiatan, target audiens pelajar SMA/K, konsep roadshow, serta penawaran benefit promosi bagi calon sponsor. Proposal dirancang secara fleksibel agar sponsor dapat memilih bentuk partisipasi sesuai dengan strategi brand mereka, baik dalam bentuk dukungan produk, fasilitas, maupun kolaborasi promosi digital.

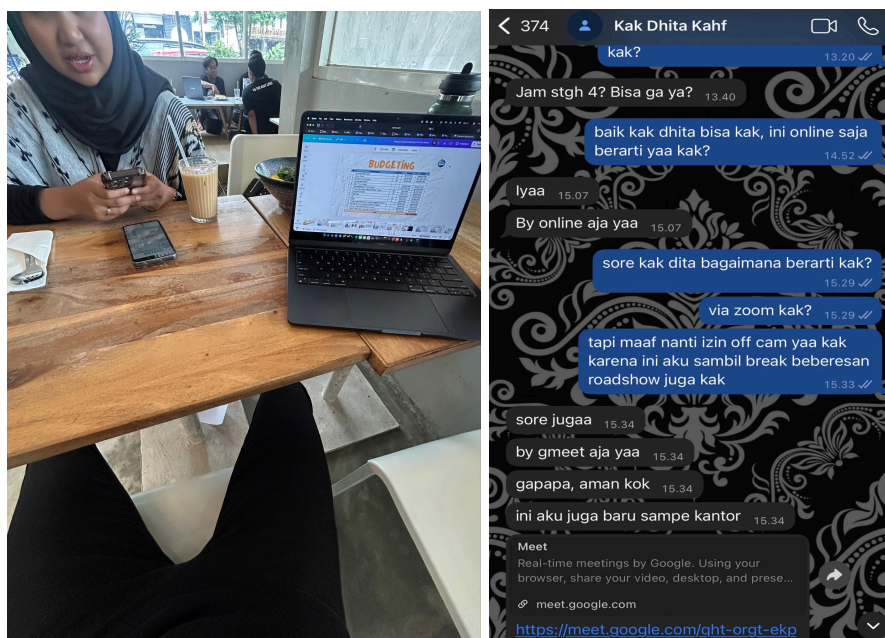
Penulis kemudian melakukan pendekatan kepada beberapa calon sponsor, yaitu Kahf, Emina, Nutrifood, Oppa Fried Chicken, serta HTHT di Jalan (vendor penyewaan handy talky). Proses komunikasi dilakukan melalui direct message Instagram, WhatsApp bisnis, serta pengiriman proposal secara digital.

Dalam tahap negosiasi, dibahas bentuk dukungan yang dapat diberikan sponsor serta timbal balik yang ditawarkan oleh tim kampanye. Beberapa calon sponsor tidak dapat melanjutkan kerja sama karena berbagai pertimbangan internal. Namun, dua pihak berhasil mencapai kesepakatan kerja sama, yaitu Kahf dan HTHT di Jalan.





Gambar 3.1 Komunikasi/Menghubungi Pihak Sponsor



Gambar 3.2 Meeting Offline dan Online Pihak sponsorship (Kahf)

### 3.1.2 Hasil Pelaksanaan Sponsorship

Dari lima calon sponsor yang dihubungi, dua pihak berhasil memberikan dukungan terhadap kampanye, yaitu Kahf dan HTHT di Jalan. Strategi menghubungi beberapa calon sponsor sekaligus dilakukan sebagai bentuk mitigasi risiko apabila terjadi penolakan atau

keterlambatan respons.

Kerja sama dengan Kahf disepakati dalam bentuk logo placement pada media promosi serta collaboration post di akun media sosial @byu.onthemove. Sebagai bentuk dukungan, Kahf memberikan fasilitas berupa backdrop standing photobooth, tenda sponsorship, serta menghadirkan Barber Bratvia untuk mengadakan potong rambut promo bagi para siswa selama kegiatan berlangsung. Kehadiran aktivasi potong rambut ini menjadi daya tarik tambahan yang meningkatkan engagement peserta di lokasi roadshow.

Sementara itu, kerja sama dengan HTHT di Jalan disepakati dalam bentuk pembuatan video promosi yang dipublikasikan melalui akun media sosial @byu.onthemove sebagai bentuk feedback promosi. Sebagai benefit, HTHT di Jalan memberikan dukungan tujuh unit handy talky (HT) secara penuh tanpa biaya selama kegiatan berlangsung yang digunakan selama rangkaian kegiatan roadshow berlangsung. Dukungan ini sangat membantu dalam efisiensi anggaran sekaligus memastikan kelancaran koordinasi teknis di lapangan.

| <b>Nama Sponsor</b> | <b>instagram</b> | <b>Status kontak</b> | <b>Status deal</b> | <b>Bentuk Dukungan</b>   | <b>Keterangan</b>                        |
|---------------------|------------------|----------------------|--------------------|--|--|
| Kahf                | @kahfeveryday    | Complete             | Deal               | Backdrop photobooth, tenda sponsorship, aktivasi barber        | Logo placement & collaboration post      |
| HTHT di Jalan       | @htht.dijalan    | Complete             | Deal               | Pengadaan tujuh unit handy talky (HT) secara penuh tanpa biaya | Feedback video promosi di @byu.onthemove |
| Emina               | @eminacosmetics  | Complete             | Tidak Deal         | -  | Tidak ada kelanjutan kerja sama          |

|                    |   |          |            |   |                                   |
|--------------------|---|----------|------------|---|-----------------------------------|
| Nutrifood          | - | Complete | Tidak Deal | - | Tidak mendapat respons positif    |
| Oppa Fried Chicken | - | Complete | Tidak Deal | - | Tidak dapat melanjutkan kerjasama |

Tabel 3.1 Tracking Progress Sponsorship



Gambar 3.3 Aktivasi Sponsorship Kahf

### 3.1.3 Implementasi Kerja Sama Sponsor

Sebagai bentuk realisasi kerja sama, logo Kahf ditempatkan pada media promosi kegiatan serta di integrasikan dalam backdrop photobooth yang digunakan selama roadshow. Selain itu, collaboration post dilakukan melalui akun [@byu.onthemove](https://www.instagram.com/byu.onthemove) untuk memberikan eksposur digital kepada sponsor sesuai kesepakatan.

Aktivasi potong rambut yang dihadirkan oleh Kahf menjadi salah satu elemen engagement yang meningkatkan partisipasi siswa secara langsung di lokasi kegiatan. Hal ini tidak hanya memberikan benefit promosi bagi sponsor, tetapi juga memperkaya pengalaman peserta dalam mengikuti rangkaian acara.

Untuk HTHT di Jalan, implementasi kerja sama diwujudkan dalam bentuk publikasi video promosi pada akun media sosial kampanye. Video tersebut menampilkan penggunaan HT selama kegiatan berlangsung sebagai bagian dari sistem koordinasi teknis. Dengan demikian, kerja sama yang terjalin tidak hanya bersifat transaksional, tetapi juga membangun hubungan profesional yang saling menguntungkan.



Gambar 3.4 Aktivasi Promosi @htht.dijalan

Secara strategis, pemilihan Kahf sebagai sponsor memiliki relevansi yang kuat dengan karakteristik target audiens kampanye, yaitu pelajar SMA/K yang berada dalam fase pembentukan identitas diri dan memiliki perhatian terhadap penampilan. Aktivasi potong rambut yang dihadirkan melalui kolaborasi dengan Barber Bratvia menciptakan pengalaman langsung (experiential marketing) yang tidak hanya menarik perhatian, tetapi juga meningkatkan durasi interaksi peserta di area kegiatan. Hal ini berdampak pada peningkatan exposure terhadap booth by.U serta elemen kampanye lainnya.

Kolaborasi ini juga memperlihatkan keselarasan nilai antara brand sponsor

dan konsep kegiatan roadshow yang bersifat interaktif dan dekat dengan keseharian pelajar. Kehadiran sponsor dalam bentuk aktivasi langsung di lokasi tidak hanya berfungsi sebagai promosi satu arah, tetapi menciptakan engagement dua arah antara brand dan peserta.

Sementara itu, kerja sama dengan HTHT di Jalan memiliki kontribusi yang signifikan dari sisi operasional. Dukungan potongan harga untuk lima unit HT membantu efisiensi anggaran logistik sekaligus memastikan koordinasi teknis berjalan dengan optimal selama kegiatan berlangsung. Keberadaan HT memungkinkan komunikasi cepat antar panitia di berbagai titik area, terutama pada lokasi outdoor yang memiliki ruang cukup luas.

Dari sisi efektivitas, kerja sama sponsorship memberikan dua dampak utama, yaitu peningkatan daya tarik kegiatan melalui aktivasi sponsor dan penguatan aspek teknis pelaksanaan melalui dukungan operasional. Dengan demikian, sponsorship tidak hanya berperan sebagai sumber dukungan eksternal, tetapi juga sebagai elemen strategis yang mendukung keberhasilan kampanye secara menyeluruh.

### **3.2 Creative Director**

Dalam pelaksanaan kampanye “by.U On The Move!” dan “by.U Inter-School Digital Challenge”, penulis bertanggung jawab penuh pada divisi production yang mencakup proses pengambilan footage serta editing konten hingga tahap pasca produksi. Peran ini tidak hanya berfungsi sebagai dokumentasi visual, tetapi juga sebagai strategi komunikasi digital untuk memperluas jangkauan kampanye melalui media sosial.

Selama rangkaian roadshow berlangsung, penulis memproduksi total 12 konten video, termasuk satu video aftermovie utama yang merangkum keseluruhan kegiatan. Konten tersebut dipublikasikan melalui platform Instagram Reels dan TikTok pada akun @byu.onthemove dengan format yang disesuaikan dengan

karakteristik audiens pelajar SMA/K.

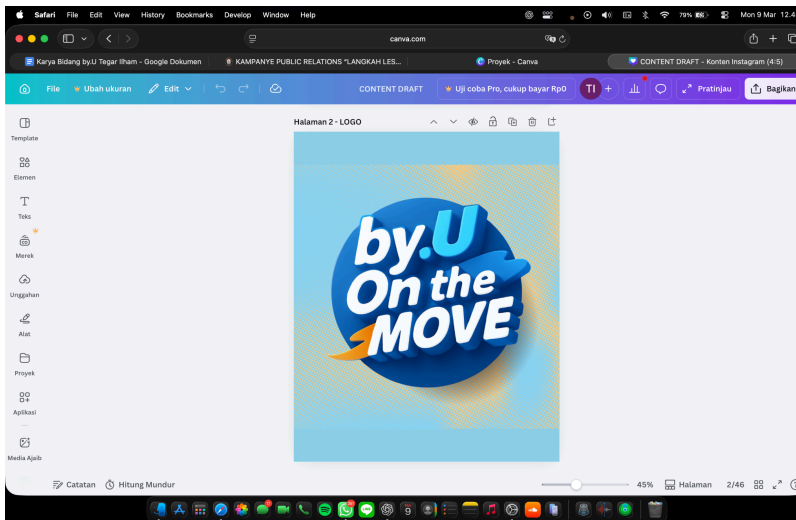
### **3.2.1 Pembuatan Desain Logo**

Pada tahap awal pengembangan konsep kreatif kampanye “by.U On The Move!” dan “by.U Inter-School Digital Challenge”, penulis sebagai Creative Director bertanggung jawab dalam merancang identitas visual yang digunakan selama kegiatan berlangsung. Identitas visual ini berfungsi untuk memperkuat karakter kampanye serta menciptakan tampilan yang konsisten pada berbagai media komunikasi yang digunakan.

Proses pembuatan desain logo dilakukan dengan mempertimbangkan konsep kegiatan yang bersifat dinamis, interaktif, dan dekat dengan karakter generasi muda. Oleh karena itu, desain logo dirancang dengan pendekatan visual yang sederhana namun tetap menarik agar mudah dikenali oleh target audiens pelajar SMA/K.

Dalam proses perancangannya, penulis melakukan beberapa eksplorasi desain dengan mempertimbangkan komposisi tipografi, pemilihan warna, serta bentuk visual yang mencerminkan semangat kegiatan roadshow. Elemen visual yang digunakan juga disesuaikan dengan identitas brand by.U agar tetap selaras dengan citra brand yang modern dan digital.

Setelah melalui beberapa tahap eksplorasi desain, penulis menghasilkan logo kampanye yang kemudian digunakan sebagai elemen utama dalam berbagai kebutuhan visual kegiatan, seperti poster kegiatan, desain photobooth, backdrop acara, serta berbagai media publikasi lainnya.



Gambar 3.5 Desain Logo Kampanye “by.U On The Move!”

Melalui pembuatan identitas visual ini, kampanye memiliki tampilan yang lebih terarah dan konsisten sehingga memudahkan peserta untuk mengenali kegiatan yang diselenggarakan.

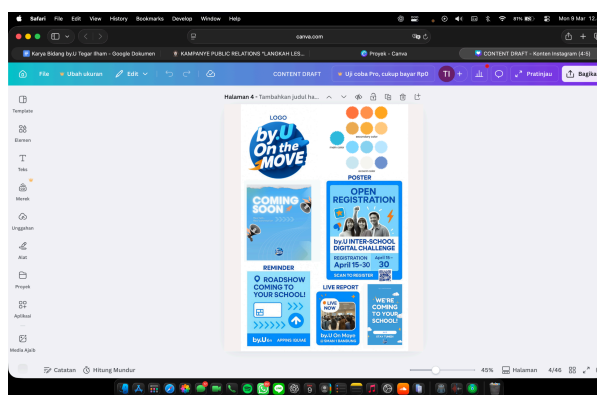
### 3.2.2 Pembuatan Mockup Desain Media Kampanye

Setelah desain logo kampanye selesai dibuat, tahap berikutnya adalah pembuatan mockup desain yang digunakan untuk berbagai kebutuhan visual selama kegiatan berlangsung. Mockup desain ini bertujuan untuk memberikan gambaran visual mengenai bagaimana elemen desain akan diterapkan pada berbagai media yang digunakan dalam kegiatan roadshow.

Sebagai Creative Director, penulis merancang beberapa desain visual yang digunakan untuk mendukung kegiatan kampanye, seperti desain flyer, poster kompetisi, banner kegiatan, serta berbagai media visual yang ditempatkan di area booth by.U dan Media Sosial.

Dalam proses pembuatan mockup, penulis menyesuaikan tata letak elemen visual seperti logo kampanye, warna identitas, serta elemen grafis lainnya agar terlihat menarik dan tetap konsisten dengan konsep visual yang telah dirancang sebelumnya. Mockup desain ini juga membantu tim

dalam memahami bagaimana tampilan visual kegiatan akan terlihat ketika telah diproduksi secara nyata



Gambar 3.6 Mockup Desain Media Kampanye

Dengan adanya mockup desain, proses produksi media visual menjadi lebih terarah karena seluruh elemen desain telah direncanakan terlebih dahulu sebelum dicetak atau digunakan dalam kegiatan.

### 3.2.3 Proses Pengambilan Footage

Proses produksi dimulai sejak tahap persiapan di setiap sekolah. Penulis melakukan pengambilan footage secara langsung selama kegiatan berlangsung, dengan fokus pada berbagai elemen utama seperti aktivitas booth by.U, interaksi peserta dengan game console, dart game, Student Wall of Trust, serta aktivasi sponsor Kahf yang menghadirkan barber dan photobooth.

Pengambilan footage dilakukan dengan memperhatikan variasi angle dan komposisi visual. Wide shot digunakan untuk menangkap keseluruhan suasana kegiatan, medium shot untuk memperlihatkan interaksi peserta, serta close-up untuk menangkap ekspresi siswa dan detail aktivitas. Pendekatan ini diterapkan agar hasil video terlihat dinamis dan tidak monoton.

Selain merekam momen utama, penulis juga mengambil footage transisi

seperti suasana lingkungan sekolah, kedatangan peserta, proses setup, hingga momen loading in dan loading out. Footage tambahan ini digunakan sebagai materi pendukung dalam penyusunan aftermovie agar video memiliki alur cerita yang utuh.

Dalam pelaksanaannya, penulis juga mengambil footage untuk kebutuhan live report Instagram Story yang dipublikasikan oleh partner tim, Nadya Syafiq. Meskipun proses unggah dilakukan oleh rekan tim, pengambilan gambar tetap menjadi tanggung jawab penulis sebagai bagian dari divisi production.





Gambar 3.7 Proses Take Footage dan Behind The Scene

Tantangan utama dalam pengambilan footage adalah dinamika peserta yang bergerak cepat serta kondisi lokasi outdoor yang memerlukan penyesuaian pencahayaan dan sudut pengambilan gambar. Oleh karena itu, penulis harus mampu beradaptasi dengan cepat tanpa mengganggu jalannya kegiatan.

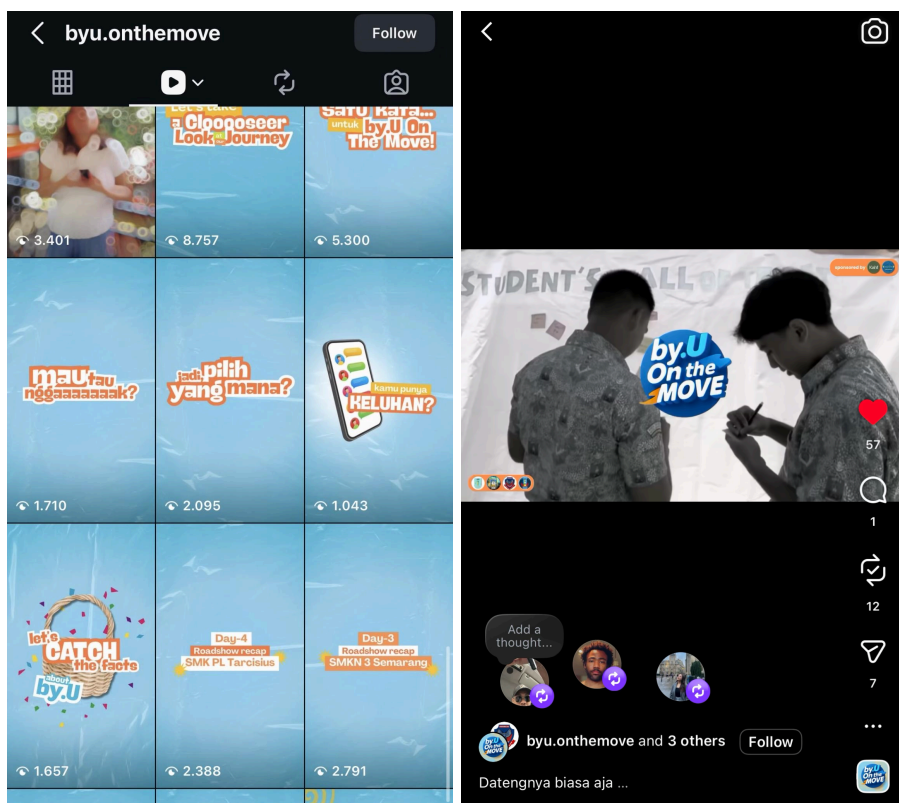
#### **3.2.4 Proses Editing dan Pasca Produksi**

Setelah seluruh footage terkumpul, penulis melanjutkan ke tahap editing menggunakan aplikasi CapCut dan VN Video Editor. Proses editing dilakukan secara manual mulai dari pemilihan footage terbaik, penyusunan timeline, hingga penyempurnaan visual dan audio.

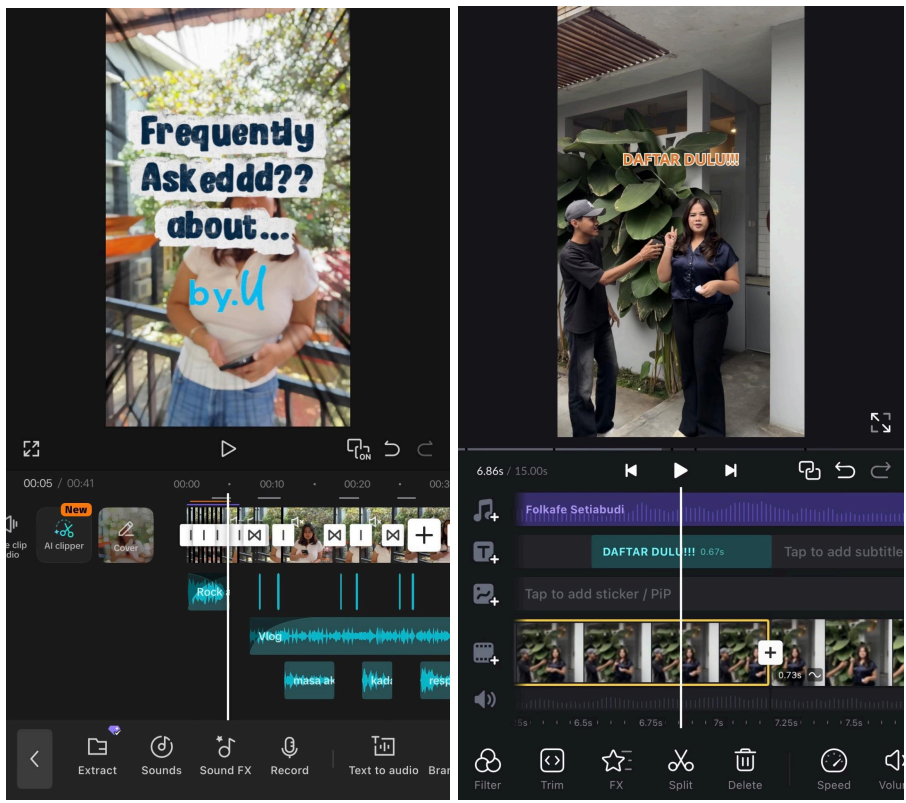
Untuk konten Reels dan TikTok, penulis menyesuaikan durasi video agar singkat dan padat, dengan fokus pada 3–5 detik pertama sebagai hook untuk menarik perhatian audiens. Editing meliputi pemotongan footage yang tidak relevan, penyesuaian color grading untuk menjaga konsistensi visual, penambahan subtitle agar pesan lebih mudah dipahami, serta penggunaan musik yang relevan dengan tren media sosial.

Ide konten sebagian terinspirasi dari referensi video TikTok yang sedang tren, namun konsep utama dikembangkan melalui proses brainstorming internal tim roadshow byu.onthemove. Hampir setiap konten melalui proses revisi internal sebelum dipublikasikan, sehingga tempo, pemilihan musik, serta penempatan teks dapat disesuaikan dengan identitas kampanye.

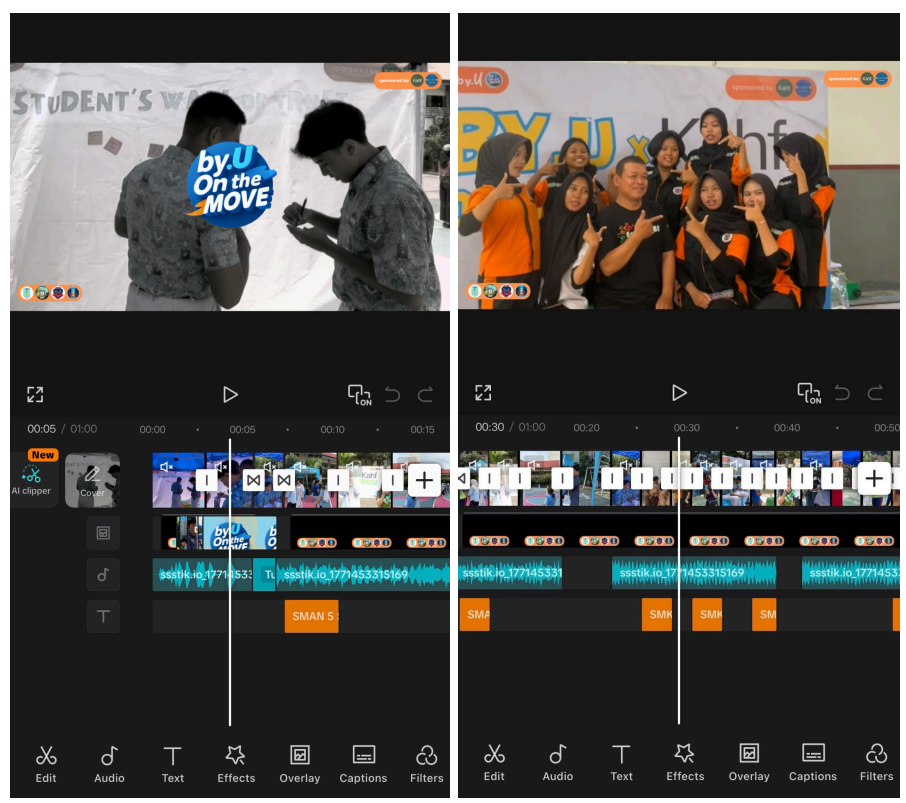
Sementara itu, produksi aftermovie dilakukan dengan pendekatan yang lebih naratif dan sinematik. Video ini dirancang sebagai satu video utama yang merangkum seluruh rangkaian kegiatan roadshow di berbagai sekolah. Alur cerita dimulai dari tahap persiapan, pelaksanaan kegiatan, interaksi peserta, hingga penutupan acara. Aftermovie difungsikan sebagai dokumentasi utama sekaligus portofolio kegiatan kampanye.



Gambar 3.8 Konten Reels dan Aftermovie



Gambar 3.9 Proses Editing beberapa Konten Reels



Gambar 3.10 Proses Editing Aftermovie Roadshow

Berdasarkan hasil publikasi konten, video yang menampilkan interaksi langsung peserta dan momen entertainment cenderung memperoleh respons yang lebih tinggi dibandingkan konten informatif satu arah. Hal ini menjadi pertimbangan dalam pengembangan konten selanjutnya agar tetap relevan dan engaging bagi audiens pelajar.

Melalui proses produksi yang terstruktur, konten yang dihasilkan tidak hanya berfungsi sebagai dokumentasi visual, tetapi juga sebagai media promosi digital yang memperkuat eksistensi kampanye by.U di media sosial.

### **3.2.5 Documentation**

Penulis juga bertanggung jawab dalam divisi documentation yang berfokus pada pendokumentasian seluruh rangkaian kegiatan roadshow secara visual. Dokumentasi ini memiliki fungsi strategis sebagai arsip kegiatan, bukti pelaksanaan program, serta materi pendukung untuk kebutuhan pelaporan dan publikasi kampanye.

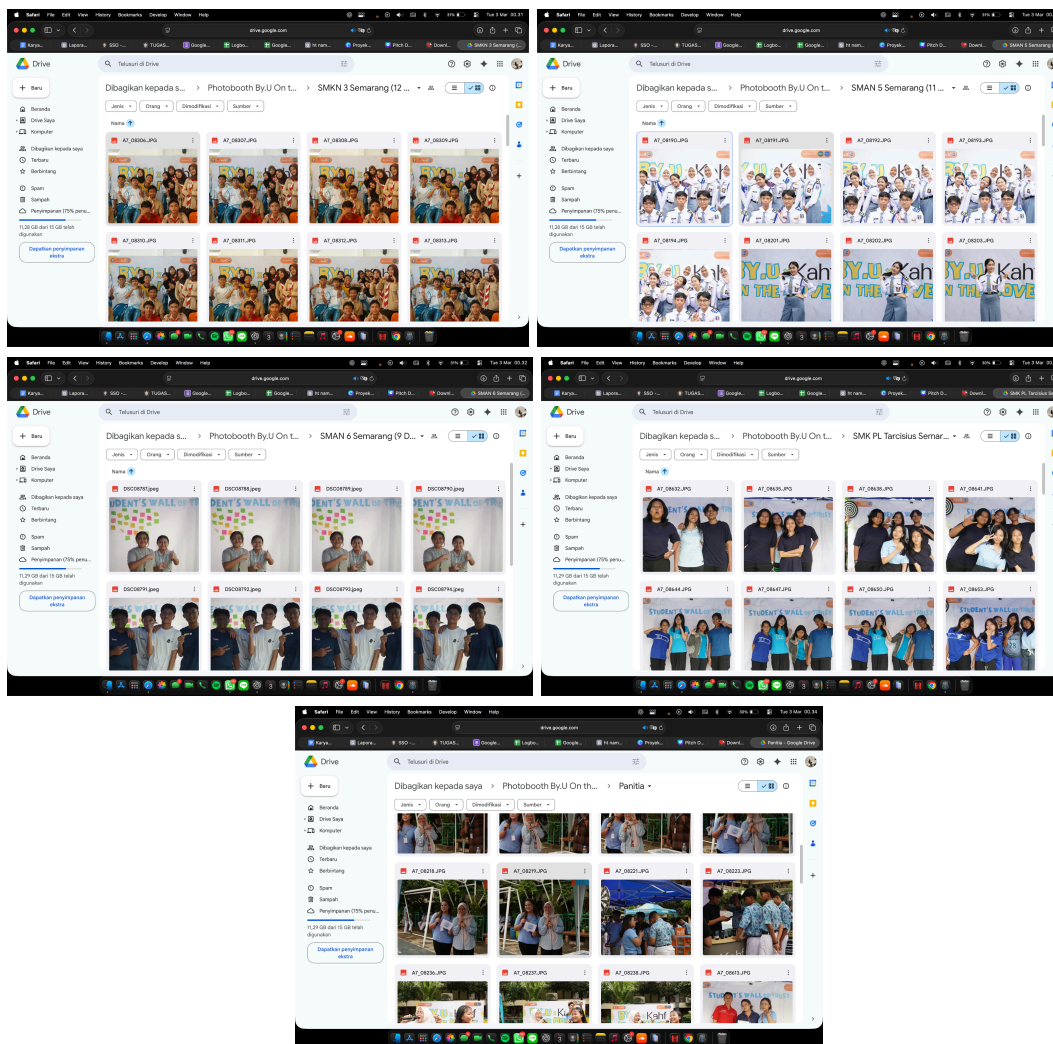
Dalam pelaksanaannya, dokumentasi tidak hanya dilakukan pada saat kegiatan utama berlangsung, tetapi juga sejak tahap persiapan hingga pembongkaran perlengkapan. Pendekatan ini bertujuan untuk memastikan seluruh proses kegiatan terdokumentasi secara menyeluruh.

Dokumentasi dilakukan sejak tahap persiapan hingga pembongkaran kegiatan di setiap sekolah. Penulis menggunakan kamera profesional untuk menghasilkan kualitas foto dan video yang lebih tajam dan representatif, terutama untuk dokumentasi utama seperti booth by.U, aktivasi sponsor Kahf, interaksi peserta, serta momen penting selama kegiatan berlangsung.

Selain kamera profesional, penulis juga menggunakan kamera smartphone untuk dokumentasi cepat, fleksibel dan membantu dalam menyesuaikan format ratio instagram story dan feeds tiktok, khususnya dalam

menangkap momen spontan atau kebutuhan live report. Penggunaan dua perangkat ini memungkinkan dokumentasi berjalan lebih adaptif sesuai dengan situasi di lapangan.

Penulis memastikan seluruh elemen kegiatan terdokumentasi secara menyeluruh, mulai dari pemasangan tenda, setup booth, penggunaan game console, permainan dart, aktivitas Student Wall of Trust, hingga proses loading in dan loading out. Dokumentasi ini tidak hanya merekam kegiatan utama, tetapi juga proses kerja tim sebagai bentuk pertanggung jawaban pelaksanaan program.



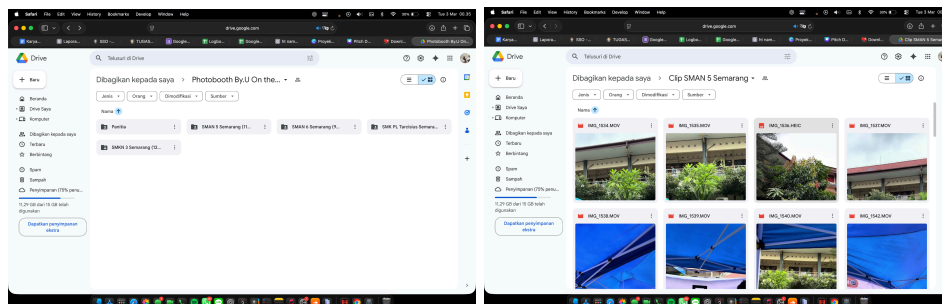
Gambar 3.11 Hasil Dokumentasi Roadshow

### 3.2.6 Pengelolaan dan Pengarsipan Dokumentasi

Setelah setiap kegiatan selesai dilaksanakan, seluruh file dokumentasi segera dipindahkan dari perangkat kamera ke perangkat penyimpanan untuk menghindari risiko kehilangan data. Proses pemindahan dilakukan secara langsung setelah kegiatan atau maksimal satu hari setelah pelaksanaan, guna memastikan file tetap aman dan tidak tertimpa oleh pengambilan gambar berikutnya.

Seluruh file kemudian disusun dalam folder Google Drive yang telah dikategorikan berdasarkan tanggal dan nama sekolah. Struktur folder dibuat secara sistematis dengan pembagian antara folder foto dan video

pada setiap lokasi. Penamaan file dilakukan dengan mencantumkan lokasi kegiatan serta jenis dokumentasi agar memudahkan pencarian kembali di kemudian hari.



Gambar 3.12 Screenshot Folder Dokumentasi di Google Drive

Selain penyimpanan di cloud, file juga disimpan pada perangkat penyimpanan pribadi sebagai bentuk backup tambahan. Sistem penyimpanan ganda ini diterapkan untuk meminimalkan risiko kehilangan data akibat kendala teknis seperti kerusakan perangkat atau gangguan jaringan.

Sebelum digunakan untuk kebutuhan produksi konten atau laporan, penulis melakukan proses seleksi terhadap hasil dokumentasi. Foto dan video yang kurang optimal dari sisi pencahayaan atau komposisi tidak digunakan, sementara hasil terbaik dipilih untuk kebutuhan publikasi dan arsip utama. Proses kurasi ini membantu menjaga kualitas visual kampanye agar tetap konsisten dan profesional.

Dokumentasi yang telah dikurasi kemudian didistribusikan kepada tim internal apabila diperlukan untuk kebutuhan editing lanjutan atau pelaporan kepada pihak terkait. Pengelolaan akses folder dilakukan secara terbatas kepada anggota tim inti guna menjaga keamanan data dan menghindari penghapusan file secara tidak sengaja.

Dengan sistem pengelolaan dan pengarsipan yang terstruktur, dokumentasi tidak hanya berfungsi sebagai arsip visual, tetapi juga sebagai aset digital kampanye yang dapat digunakan kembali untuk kebutuhan promosi,

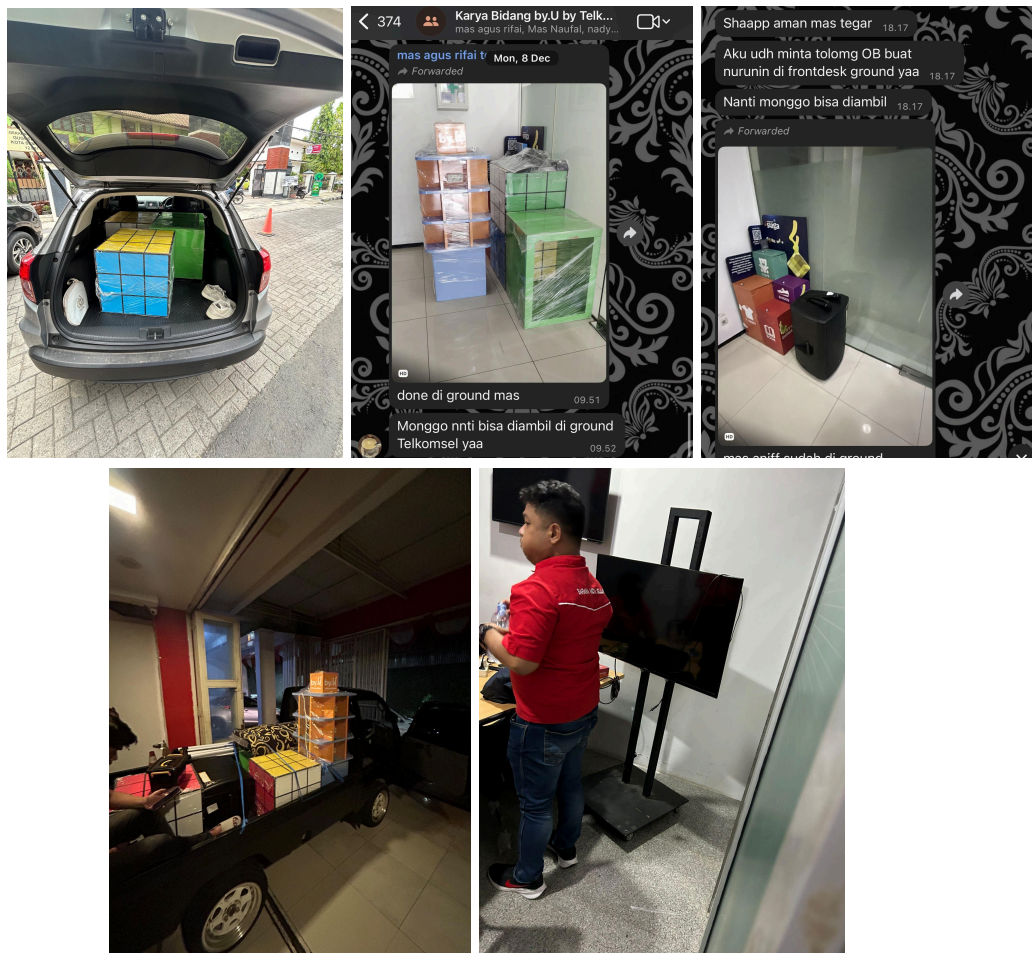
evaluasi, maupun portofolio kegiatan di masa mendatang.

### **3.3 Menindak Lanjuti Kebutuhan Operasional dan Kebutuhan Teknis Kegiatan**

Selain menjalankan peran dalam divisi sponsorship dan creative director, penulis juga terlibat secara langsung dalam pengelolaan kebutuhan operasional kegiatan selama rangkaian roadshow “by.U On The Move!” dan kompetisi “by.U Inter-School Digital Challenge” berlangsung. Pengelolaan operasional ini mencakup proses perencanaan kebutuhan perlengkapan, koordinasi pengadaan dan peminjaman aset, pengaturan mobilisasi logistik antar lokasi kegiatan, hingga pengawasan teknis selama acara berlangsung.

Kegiatan roadshow dilaksanakan di beberapa sekolah dengan karakteristik lokasi yang berbeda, baik di area outdoor maupun indoor. Oleh karena itu, kesiapan operasional menjadi faktor penting untuk memastikan seluruh aktivitas kampanye dapat berjalan dengan lancar tanpa kendala teknis yang berarti. Dalam pelaksanaannya, penulis melakukan pengelolaan perlengkapan kegiatan secara sistematis mulai dari tahap perencanaan kebutuhan, penyusunan teknis pelaksanaan, hingga pengaturan penggunaan perlengkapan di setiap lokasi sekolah.

Sebagian besar perlengkapan kegiatan diperoleh melalui sistem peminjaman aset dari Gedung Telkomsel dengan berkoordinasi bersama tim by.U. Perlengkapan tersebut meliputi perangkat booth, TV display, speaker, charging station, banner kegiatan, serta berbagai perangkat entertainment yang digunakan untuk mendukung aktivitas interaktif peserta.



Gambar 3.13 Dokumentasi Pengambilan Aset di Gedung Telkomsel

Selain peminjaman aset internal, beberapa kebutuhan operasional juga diperoleh melalui sistem penyewaan. Perlengkapan yang disewa meliputi tenda entertainment dan photobooth, satu set kamera untuk kebutuhan dokumentasi kegiatan, serta tujuh unit handy talky (HT) yang digunakan sebagai alat komunikasi antar panitia selama kegiatan berlangsung.

Penggunaan HT menjadi elemen penting dalam mendukung koordinasi teknis di lapangan, terutama pada lokasi kegiatan yang berada di area outdoor dengan ruang yang cukup luas. Dengan adanya perangkat komunikasi tersebut, panitia dapat melakukan koordinasi dengan lebih cepat apabila diperlukan penyesuaian teknis selama kegiatan berlangsung.



Gambar 3.14 Dokumentasi Penggunaan Set Kamera dan HT

Selain perlengkapan yang dipinjam dan disewa, penulis dan tim juga melakukan pengadaan beberapa kebutuhan operasional penunjang secara mandiri. Perlengkapan tersebut meliputi sticky notes dan spidol untuk aktivitas Student Wall of Trust, poster QR form kehadiran untuk sistem registrasi peserta, poster kompetisi sebagai media publikasi kegiatan, plastik wrapping dan lakban untuk pengamanan instalasi visual, tali rafia sebagai perlengkapan teknis tambahan, papan dart untuk aktivitas permainan, serta berbagai banner pendukung yang digunakan dalam area booth kegiatan.





Gambar 3.15 Lampiran Kebutuhan Operasional (Poster QR, Banner, Dart Game, Sticky Notes)

Perencanaan operasional juga mempertimbangkan karakteristik lokasi kegiatan yang sebagian besar dilaksanakan di area outdoor sekolah, kecuali pelaksanaan kegiatan di SMKN 3 yang berlangsung di dalam ruangan. Pada lokasi outdoor, penulis melakukan antisipasi terhadap kondisi lingkungan seperti perubahan cuaca, kestabilan tenda, serta ketersediaan sumber listrik untuk perangkat display dan entertainment. Sementara itu, pada lokasi indoor, penataan area lebih difokuskan pada pengaturan alur pergerakan peserta dan posisi booth agar tidak mengganggu aktivitas sekolah.



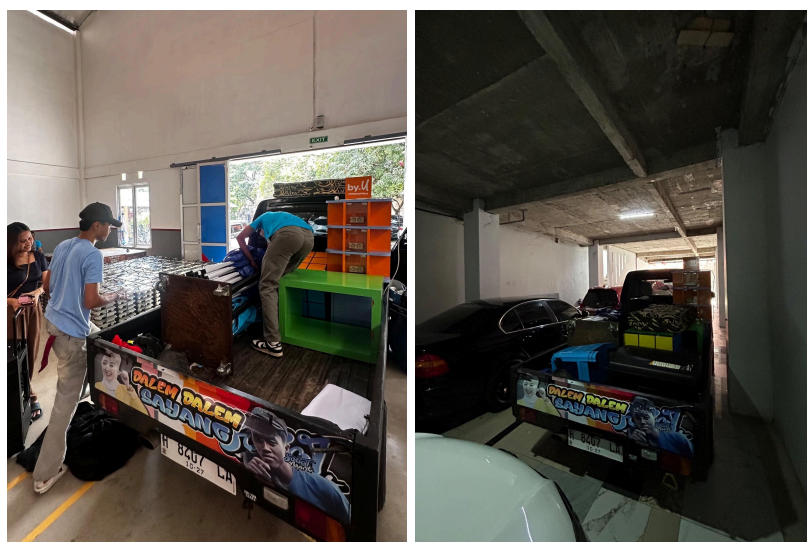
Gambar 3.16 Dokumentasi Penataan Area Outdoor



Gambar 3.17 Dokumentasi Penataan Area Indoor

Karena kegiatan roadshow dilaksanakan di beberapa sekolah yang berbeda, sistem distribusi perlengkapan dilakukan secara mobile. Seluruh perlengkapan kegiatan dibawa dan disesuaikan kembali pada setiap hari pelaksanaan sesuai dengan kebutuhan lokasi sekolah yang bersangkutan.

Setelah kegiatan di satu sekolah selesai dilaksanakan, penulis bersama tim melakukan proses pembongkaran perlengkapan atau loading out. Perlengkapan seperti tenda, perangkat entertainment, banner kegiatan, serta alat dokumentasi dikemas kembali secara sistematis untuk memastikan tidak ada barang yang tertinggal maupun mengalami kerusakan.



Gambar 3.18 Dokumentasi Proses Loading Out dan Pengemasan

Seluruh perlengkapan yang telah dikemas kemudian dibawa kembali ke tempat tinggal penulis untuk dilakukan pengecekan ulang sebelum digunakan pada kegiatan berikutnya. Sistem ini diterapkan untuk menjaga keamanan perlengkapan serta meminimalkan risiko kehilangan selama rangkaian kegiatan roadshow berlangsung.



Gambar 3.19 Dokumentasi Mobilisasi Logistik Antar Sekolah

Dengan pengelolaan operasional yang terstruktur, seluruh kebutuhan teknis kegiatan dapat dipersiapkan dengan baik sehingga mendukung kelancaran pelaksanaan kampanye di setiap lokasi sekolah. Pengelolaan perlengkapan yang sistematis juga membantu memastikan bahwa setiap aktivitas kampanye, baik booth interaktif, permainan, maupun aktivasi sponsor dapat berjalan secara optimal dan memberikan pengalaman yang menarik bagi para peserta.